

Ginés Ramírez del Solar CEO de Inapa España e Inapa Portugal

“Hacemos entregas en menos de 24 horas a más de 3.000 clientes en toda España”

Los orígenes del grupo empresarial Inapa se remontan 50 años atrás siendo en sus comienzos fabricantes de papel no estucado en Portugal. Sin embargo, posteriormente, evolucionaron hacia la distribución de soportes de impresión para el sector gráfico y office, hasta llegar a ser a día de hoy el tercer grupo europeo en su segmento de mercado con 950 millones de euros de facturación.

Han logrado convertirse en una empresa líder en la distribución de papel, ¿qué decisiones estratégicas les han permitido alcanzar su posicionamiento actual?

A lo largo de nuestra historia hemos diseñado diferentes planes estratégicos que nos han permitido implantarnos y crecer en cada país. Por ejemplo, en el año 2010 se decidió desinvertir en Italia y Reino Unido por no ser considerados estratégicos para nosotros, y al mismo tiempo invertir en Alemania, Francia, Suiza, España, Portugal, Bélgica, Luxemburgo, Turquía y Angola.

Por otro lado, tres años antes, se definió una nueva agenda de trabajo para crecer en otros negocios alternativos como el packaging y la comunicación visual, y en dos años se compraron más de ocho empresas en toda Europa. El secreto de Inapa no es sólo la visión para diseñar estos planes, sino también una ejecución adecuada.

¿Qué ofrece Inapa de diferente respecto a su competencia? ¿Cuáles son sus puntos fuertes?

Inapa es un distribuidor independiente, no depende de un fabricante, por lo que ofrece a sus clientes distintas alternativas para cada tipo de producto. Esto para el cliente es una gran ventaja porque puede elegir y siempre encuentra en Inapa una alternativa interesante.

Al mismo tiempo, tenemos unas relaciones muy estrechas con los principales fabricantes europeos a los que ofrecemos un canal seguro y fiable para llegar al mercado y alcanzar la notoriedad de sus marcas.

¿Qué diferentes líneas de negocio trabajan actualmente?

Estamos trabajando nuestras líneas clásicas del sector gráfico y office, y des-



arrollando rápidamente las líneas de packaging, digital y comunicación visual.

Con más de 3.000 referencias en stock, ¿qué gamas de productos forman su catálogo?

Nuestro catálogo está formado por todo tipo de papeles y cartulinas destinados a todas las aplicaciones gráficas posibles: libros, revistas, catálogos, mailings, carteles, etiquetas, facturas, PLV, estuches, cajas, invitaciones, pegatinas, etc.

¿Cuáles son las características comunes de estos productos? ¿Cómo logran garantizar la calidad en todos ellos?

Todos ellos van destinados a la comunicación impresa. Además del control de calidad de nuestros proveedores, Inapa tiene su propio circuito de calidad estando certificados con la ISO 9001. Por otra parte tenemos también la certificación ISO 14001 de Gestión Ambiental y contamos con los certificados FSC® y PEFC, que nos permiten asegurar que la madera usada en la fabricación de nuestros productos proviene de bosques bien gestionados.

Respecto al área de negocio dedicada al papel de oficina que ha ido cobrando cada vez más importancia en la compañía, ¿de qué forma satisfacen las necesidades de sus clientes?

Cuando se habla de “papel de oficina” parece que existe una sola calidad, cuando realmente hay una enorme variedad de productos y gramajes (80, 75 y 70 grs). El éxito de Inapa ha sido ofrecer a cada cliente la mejor alternativa de producto de acuerdo a sus necesidades, así como un servicio excelente.

■ Ofrecemos distintas alternativas para cada tipo de producto; con Inapa el cliente siempre encuentra una alternativa interesante

Al hilo de lo que me comenta, ¿disponen de un servicio de asesoramiento al cliente y un servicio post-venta?

Además de la labor diaria de asesoramiento que nuestros ejecutivos de ventas realizan de forma personalizada a sus clientes proponiendo el papel adecuado para cada uso, ofrecemos una enorme cantidad de información en nuestra web con aplicaciones y características técnicas de cada producto. Y por si esto no fuera suficiente, tenemos un servicio de consulta telefónica que llamamos “Índice”, en el que nuestros mejores profesionales de marketing responden todas las dudas.

Hábleme de sus instalaciones, ¿de cuántos metros cuadrados disponen, entre oficinas y almacenes, para dar el mejor servicio a sus clientes?

En nuestro negocio el servicio logístico es fundamental ya que hacemos entregas en menos de 24 horas a más de 3.000 clientes en toda España. Por eso Inapa cuenta con más de 20.000 m² de almacenes y con unas modernas instalaciones automatizadas en Leganés que le permiten ser además muy eficiente, con una capacidad de preparación de más de 600 pedidos diarios.

¿Qué importancia tiene para ustedes la innovación?

Tiene toda la importancia. De hecho, en los últimos años, se ha desarrollado la impresión digital como alternativa a la impresión en offset lo que nos ha obligado a desarrollar un nuevo portfolio de productos adaptados a esta nueva tecnología.

¿De qué forma han influido las nuevas tecnologías en sus procesos de trabajo?

Nuestros procesos de trabajo no tienen nada que ver con los que teníamos hace 15 años. Ahora nuestros clientes pueden comprar por internet y sus pedidos pasan directamente a nuestro departamento logístico, permitiendo que trabajemos sin pérdidas de tiempo. Por otra parte, estamos conectados con los sistemas de todos nuestros proveedores lo que permite una gestión de stocks muy eficiente.

¿Considera que al papel le quedan todavía muchos años de vida?

Pese a los que gustan de pronosticar grandes cambios, las tecnologías suelen ser a veces complementarias. Así como el papel no desapareció de las oficinas con la aparición del PC, pensamos que tampoco va a desaparecer con los e-books o smartphones. Si se consulta la plataforma “Print Power” se pueden ver muchos casos de éxito donde el papel es mucho más eficaz en campañas de publicidad que cualquier otro medio. Pero me quedo con la idea de muchos de nuestros clientes gráficos, que están explotando la oportunidad de vender a sus clientes campañas de publicidad donde todas las tecnologías son utilizadas de forma complementaria.

¿Cómo se presenta el futuro? ¿Cuáles serán sus próximos proyectos?

Vemos el futuro lleno de desafíos y oportunidades. Estamos preparando el lanzamiento de nuevos productos destinados a las tecnologías de impresión digital de alta velocidad. En paralelo, crecemos en la comunicación visual y en el packaging.

inapa
ESPAÑA