

# MANROLAND SHEETFED – UNA HISTORIA DE EVOLUCIÓN

de Alan Hurndall, periodista independiente

Manroland Sheetfed goza de buena salud, registrando ganancias constantes y lanzando una nueva e innovadora máquina de impresión - la ROLAND 700 Evolution. Cuando Tony Langley intervino para salvar a la compañía del interventor hace tres años, el gigante de impresión alemán estaba en la unidad de vigilancia intensiva. **Alan Hurndall** habla con el CEO de Manroland **Rafael Peñuela** sobre el camino hacia la recuperación.



## Rafael Peñuela

Chief Executive Officer  
Manroland Sheetfed GmbH

---

*En 2014 hizo una contribución de €15m al beneficio del grupo sobre unos ingresos de €288.2m.*

---

Hay una historia reveladora que resume la diferencia entre el pasado y el presente de Manroland.

En esos oscuros días previos al 2012, Rafael Peñuela como Jefe de Ventas, hubiera pasado tres cuartas partes de su jornada de trabajo en rondas de reuniones interminables.

Él prácticamente vivía en la sala de juntas, en sesiones informativas con un ejército de colegas.

El pedigrí y los conocimientos técnicos de una fuerza de trabajo altamente reconocida siempre estuvieron allí. Pero era una organización que estaba ahogada por la formalidad, estructura y procesos. Era parálisis por análisis. Y la compañía zozobró (se estrelló contra las rocas).

“En aquel tiempo era un experto en presentaciones PowerPoint delante de grupos enteros de personas. Pero desde la toma de posesión no he hecho ninguna”, dice Rafael, actualmente el director general de toda la operativa de Manroland.

“La mayor cantidad de personas que ahora tengo en las reuniones es de cuatro y desde la toma de posesión sólo he estado en la sala de juntas en un puñado de ocasiones.” Hablamos por videoconferencia con la sede de la empresa en Offenbach, el corazón de la ingeniería de precisión alemana. Es una gran población, que ocupa 70 hectáreas. La mitad de la fuerza de 1.600 trabajadores están estacionados allí, el resto repartidas por todo el mundo en ventas y marketing.

La adquisición de manroland por el Grupo Langley en 2012 sorprendió a muchos por su audacia. La empresa objetivo era más grande que el grupo de ingeniería multidisciplinar y próspero con base británica, y Manroland es ahora la mayor de las divisiones de Langley, tanto en términos de ingresos como de los empleados.

El hijo de un trabajador de la construcción, Rafael nació en España, pero se mudó a Alemania siendo aún un niño, con nueve años de edad - el único lugar donde su padre pudo encontrar trabajo. Después de un período de transición, Tony Langley preguntó a Rafael,



que había estado ligado con manroland de una forma u otra desde 1992, si quería dirigir la nueva organización. Su promoción ha significado que ha tenido que aprender acerca de otras áreas de la empresa para complementar su experiencia en ventas. Una táctica inicial interesante fue dejar de tener como objetivo a clientes que ya estaban vinculados a la maquinaria de los competidores. En cambio, el énfasis se puso en dar a los clientes manroland un valor añadido en términos de apoyo, calidad, eficiencia y el funcionamiento.



---

*En Noviembre de 2014, la compañía lanzó su último pionero, la Roland 700 Evolution, sentando un Nuevo estandar en la tecnología de la impresión.*

---

Lo primero que la nueva manroland tenía que hacer era aprender a valerse por sí misma. Sus dueños les han dejado claro que no habría limosnas, ni préstamos de los accionistas o de los bancos.

“Esa es una filosofía muy saludable, ya que significa que uno sólo se puede gastar lo que gana”, dice Rafael.

Las condiciones del mercado no ayudan. La palabra impresa declinó por el avance de los medios electrónicos. La demanda en China, que compra el 30 por ciento de todas las máquinas de impresión, se desplomó dramáticamente casi de la noche a la mañana.

El retroceso del mercado fue contrarrestado con eficiencia en toda la compañía, pasando todas las operaciones de fabricación a un sólo sitio, y la venta de edificios excedentes para la remodelación. Para sobrevivir, todo tenía que ser racionalizado.

En el lado positivo, el packaging están en auge en todo el mundo y el nuevo directorio reconoce que la demanda no es necesariamente para las máquinas más rápidas, si no para las que son más eficientes con elementos y accesorios de mejoras.

“Cuando los clientes antes contemplaban pedidos de 60, 70, 80000 pliegos, la tirada media es ahora de 10.000 pliegos, por lo que la velocidad no es tan importante”, dice Rafael.

Se pone más énfasis en un cambio más rápido y un manejo más fácil.

Rafael tiene otra analogía.

“Si usted vive a 100 millas de la oficina necesita un coche rápido. Pero si se muda más cerca ya no necesitará la velocidad. Ud. buscará fiabilidad.”

Fundada en 1871, el nombre Manroland ha estado conectado con una serie de hitos de la industria., Construyó su primera offset de pliegos en 1911, la de un sólo color Klein-Roland llegó una década más tarde, y la máquina de impresión offset de 4 colores, la Ultra, se dio a conocer en 1951.

Manroland ha apelado a sus conocimientos y su rica historia para producir otra máquina de impresión revolucionaria.

En noviembre de 2014, la compañía lanzó su último pionero, la Roland 700 Evolution, estableciendo un nuevo estándar en la tecnología de impresión.

La Evolution reemplaza a la Roland 700 HS y a la Roland 700 direct drive en una plataforma completamente nueva y su objetivo es reducir aún más el tiempo de inactividad.

Entre las mejoras están una nueva consola central con paneles de pantalla táctil y un nuevo transporte de la pila del alimentador que reduce el tiempo improductivo.

La nueva tecnología de manipulación del pliego de la cinta aspiradora de la Evolution asegura un contorno de pila con mayor uniformidad. Otras características incluyen los nuevos grupos mojadores en la máquina y los rodamientos que reducen significativamente las vibraciones que consiguen una tirada más silenciosa y un reducido desgaste.

La evolución fue concebida, desarrollada y lanzada en tan sólo dos años..

“Antes, nos hubiéramos pasado dos años sólo para decidir si íbamos o no a hacerlo”, dice Rafael con tristeza. Acaba de ganar el codiciado premio Red Dot de diseño de producto, la mayor y más reconocida competición de productos del mundo. Los jueces incluían académicos, diseñadores y periodistas de 25 países que vadearon entre casi 5.000 productos.

A principios de este mes, el primer cliente que adquirió la nueva máquina - Samson Druck, una casa de impresión prestigiosa en Austria - realizó el pedido de una segunda. Rafael, de 55 años, preside un equipo mucho más racionalizado y dinámico. La prueba de fuego son las cuentas de los tres primeros años - con un progreso gradual a pesar de la recesión mundial en la demanda de nuevas máquinas de impresión. En 2014 hizo una contribución de € 15m a los beneficios del Grupo sobre unos ingresos de € 288.2m.

“Esto es satisfactorio teniendo en cuenta que el sector ha experimentado un cambio paradigmático, ya que la demanda de nuevas máquinas de impresión cayó en picado en dos tercios de su pico en 2007,” dicen las cuentas anuales del grupo. La evolución continúa !

