

“Brother mantiene una apuesta muy clara por las soluciones de identificación y etiquetado profesional”

La oferta de impresoras de etiquetas para uso profesional sigue siendo una de las mejores “armas” de Brother para seguir creciendo. Estas soluciones, que ofrecen ventajas tanto a los clientes finales como al canal de distribución, se han convertido en una prioridad para el fabricante que quiere aprovechar las nuevas oportunidades de negocio que presentan los sectores que más las utilizan como el del *retail* y la restauración.

Rosa Martín

El mercado del etiquetado profesional o de la identificación sigue gozando de buena salud. Según datos de Gfk, la venta de impresoras de etiquetas profesionales, cuyo precio supera los 250 euros, ha crecido más del 20 % en 2019. Este incremento está impulsado por el aumento del comercio electrónico y de la actividad logística, las nuevas regulaciones como las relacionadas con el etiquetado alimentario y, en



Álvaro Berdejo, coordinador de movilidad y etiquetado de Brother Iberia

general, por el crecimiento de la demanda de este tipo de impresoras en empresas de diferentes sectores.

Brother está intensificando su actividad en este ámbito para aprovechar esta oportunidad de negocio con el fin de ofrecer soluciones competitivas a las empresas y abrir nuevos mercados a sus distribuidores. Este trabajo está comenzando a dar sus frutos, ya que el negocio relacionado con la identificación ha cosechado un rápido crecimiento en los últimos tres años, aunque todavía tiene un peso pequeño en su facturación, según indica Álvaro Berdejo, coordinador de movilidad y etiquetado de Brother Iberia. Su intención es que vaya adquiriendo más peso, por lo que ha ido completando su oferta en los últimos meses con el lanzamiento de las series de impresoras TD-4D y TD-4T. Estas novedades, que están funcionando muy bien, le han permitido avanzar en este terreno. “La serie TD4D, de tecnología térmica, ha sido un salto de calidad importante en nuestro *portfolio*. Y la gama TD4T, de tecnología de transferencia térmica, ha sido un punto de inflexión porque nos ha permitido entrar en segmentos, donde no teníamos presencia anteriormente. Son productos que se adaptan muy

bien a la necesidad del cliente y nos están ayudando a ganar nuevos proyectos”, subraya Berdejo.

Estrategia y soluciones

Esta oferta de soluciones, que destaca por su sencillez de uso, es uno de los componentes de su estrategia comercial que busca la satisfacción del cliente y responder a diferentes necesidades. Según señala el



directivo, sus impresoras están preparadas para responder a la demanda de diferentes entornos verticales como, por ejemplo, el del *retail*, la logística, la restauración o la sanidad; aunque la principal ventaja que aporta Brother es su capacidad para imprimir desde la etiqueta o un recibo hasta cualquier documento de oficina. “Somos un fabricante de impresión total”, insiste Berdejo.

Esta fortaleza, avalada por su extenso catálogo de productos, le permite ofrecer una solución completa que mejora la productividad en estos sectores. “Disponemos de impresoras capaces de ayudar a estos clientes a evitar errores, mejorar la rotación del *stock* y garantizar la trazabilidad en sus cocinas”.

Todas sus impresoras comparten dos rasgos diferenciales: la fiabilidad y facilidad de uso. Estas características permiten que sean adecuadas para todo tipo de usuarios. Al mismo tiempo, cada gama aporta prestaciones únicas y funcionalidades avanzadas. Por ejemplo, según cita Berdejo, la gama TD-2 permite realizar la rotación y reducir los errores de las notas manuscritas. A estas impresoras se les puede añadir un teclado opcional y, de forma autónoma, pueden hacer cálculos de fechas. También son capaces de seleccionar bases de datos e incluir plantillas para facilitar información sobre ingredientes, fechas de caducidad, datos del personal, etc.

Además, como apunta el responsable de Brother, sus clientes pueden confiar en la robustez de sus impresoras, gracias a los tres años de garantía. “Damos tres años de garantía porque nuestros productos no se averían. Tenemos muy pocas incidencias y esto lo aprecia el cliente final. Es un valor que les aportamos y no tienen que hacer contrato de mantenimiento”.

Próximos lanzamientos

La innovación no se detiene en Brother que escucha a sus clientes

“Damos tres años de garantía porque nuestros productos no se averían”

y adapta su oferta para que encuentren las soluciones más adecuadas a sus negocios. Ahora para seguir respondiendo a la tendencia de la movilidad, que requieren numerosos entornos, prepara el próximo lanzamiento de nuevas impresoras portátiles de 2 y 3”, de tecnología térmica directa. “Serán productos de entrada de gama”, avanza Berdejo.

Al mismo tiempo, está previsto que esta próxima primavera llegue al mercado la segunda familia de transferencia térmica para llegar a nuevos clientes. “Estos modelos tendrán conectividad inalámbrica tanto Bluetooth como *wifi* y la tecnología RFID”.

Planea también el lanzamiento de nuevas familias de impresoras industriales y semi industriales. Estas novedades, que se lanzarán después del verano, marcarán una nueva etapa en Brother. “Va a ser un hito muy importante”, destaca Berdejo, aunque no serán los últimos productos porque “Brother mantiene una apuesta muy clara por la identificación automática, las soluciones de etiquetado y de impresión portátil. Este año será muy fuerte en cuanto a lanzamientos”.

Para dar a conocer estos productos tiene previsto acudir a diferentes ferias sectoriales este año como Retail Forum, InfoSalud, FoodTech (Alimentaria) y Empack & Logistics.

Caso de éxito

Las impresoras de Brother pueden aplicarse a diversos sectores. Uno de los últimos casos de éxito es el de una cadena de moda que necesitaba resolver los problemas de impresión que surgían en la época de rebajas al cambiar los precios. La central de esta cadena enviaba los precios preimpresos en grandes cuartillas que el personal tenía que despegar para ir colocando en las prendas de manera manual, lo que suponía mucho tiempo y más errores. Esta empresa no disponía de un gran presupuesto para invertir, por lo que se les ofreció la impresora TD2120N, que permite albergar plantillas y base de datos. Se diseñó un modelo de etiqueta, que se enlazó con la base de datos, que contenía el tipo de prenda, el precio, la referencia y el código de barras. Esta plantilla se alojó en la memoria de la impresora, a la que se añadió una batería, para que fuera portable, y un lector de código de barras. De este modo, los empleados de las tiendas podían leer las prendas y automáticamente podían imprimir la etiqueta correcta, eliminando los errores y los cuellos de botella.



Información adicional

Impresoras de etiquetas de uso profesional

[MÁS INFORMACIÓN](#)



Impresoras de etiquetas y tickets profesionales de sobremesa de 4"

[MÁS INFORMACIÓN](#)

Sector Retail

Sector retail

[MÁS INFORMACIÓN](#)

Sector Alimentario

Etiquetado de alimentos

[MÁS INFORMACIÓN](#)

Sector Hotelero

Sector Hotelero

[MÁS INFORMACIÓN](#)