

“Innovamos siguiendo las tendencias del sector para ofrecer precios al alcance de todos”



¿Cuáles fueron los orígenes de Main Paper?

La empresa inició su andadura hace 16 años con la importación de tipo de artículos del sector multiprecio y cinco años después se especializó en los productos de papelería y material escolar. Como todos los inicios, fueron años duros y de mucho esfuerzo y trabajo, pero poco a poco la estructura fue formándose y ganando posicionamiento en el sector.

¿Qué factores han contribuido al éxito de la empresa en estos años?

Los principales factores han sido el trabajo duro en equipo, la apuesta definitiva por conseguir productos de calidad a buen precio y, por supuesto, las ganas de seguir creciendo y mejorando día a día para ofrecer a nuestros clientes lo que el mercado demanda en todo momento.

Esto ha sido posible gracias a una filosofía de trabajo basada en diversos pilares, como la voluntad de contribuir al crecimiento de nuestros clientes, el desarrollo continuo, la apuesta por la garantía de la calidad de nuestros productos o el crecimiento integral de nuestros trabajadores junto a la empresa, que nos ha llevado a todos a trabajar con entusiasmo y una gran motivación profesional.

¿En qué se ha traducido esa forma de trabajar?

Creo que el mayor logro de MP ha

sido desarrollar día a día un amplio catálogo de artículos que cubre todas las necesidades de nuestros consumidores. En este sentido, escuchar todas las inquietudes de los clientes para ir creciendo juntos ha sido fundamental. Tanto, que nuestro crecimiento ha ido siempre parejo al de nuestros clientes.

¿Existe una marca o línea de productos estrella en su catálogo?

Nuestra principal marca es MP, que representa un amplio abanico de productos de papelería, oficina y coloreado infantil, aunque me gustaría resaltar toda la línea de material escolar, que es ejemplo de gran variedad y calidad.

¿Dónde radica el éxito del buen posicionamiento de MP?

Una de nuestras virtudes es que no dejamos de trabajar duro y buscar nuevas posibilidades para seguir creciendo. Intentamos mejorar nuestros productos, innovar siguiendo las tendencias del sector y, por supuesto, ofrecer precios competitivos al alcance de todos.

Esa forma de trabajar en España nos hace seguir avanzando cada año a un ritmo muy importante internacionalmente, donde ya estamos vendiendo en más de 30 países. La exportación representa actualmente alrededor del 15% del total de nuestra facturación, pero la idea es seguir creciendo tanto en los países europeos y

Main Paper cuenta con 160 empleados, un almacén de 20.000 m² y un showroom de 300 m²

La empresa ofrece un completísimo catálogo con más de 5.000 referencias de calidad en productos de papelería, manualidades, bellas artes o material escolar, etc.

latinoamericanos donde ya estamos presentes como en otras zonas de esas regiones.

¿En qué proyectos trabajan para fortalecer su presencia en el mercado?

Actualmente, tenemos varios proyectos importantes en estudio para dar un aporte extra al canal tradicional de papelería. Hemos fortalecido nuestra red comercial con profesionales con mucha experiencia en el sector y, además, hemos desarrollado dife-

rentes acciones de marketing y publicidad, algo que siempre ayuda.

¿Cómo se ha adaptado Main Paper a los cambios que ha experimentado el sector?

En MP apostamos sin fisuras por la digitalización corporativa y podemos presumir de tener las aplicaciones y los sistemas informáticos más avanzados. Todo esto nos ayuda no solo a crecer como compañía, sino también a ofrecer a nuestros clientes diferentes herramientas para su crecimiento personal.

¿Y si hablamos de sostenibilidad?

Desde hace tiempo, Main Paper apuesta por el cuidado del planeta en el día a día en nuestras instalaciones. Además, estamos realizando estudios y ensayos con diferentes envases respetuosos con el medioambiente. De hecho, muchos de nuestros artículos ya contienen componentes ecológicos o métodos de fabricación respetuosos con el entorno. Todavía nos queda mucho camino por recorrer en este aspecto, pero sabemos que el futuro pasa por apostar claramente por ello.

¿Es posible incentivar esa apuesta sostenible desde la industria de papelería?

Sin duda, pero para ello es absolutamente necesaria la unión con los consumidores. Necesitamos fomentar la concienciación global de toda la sociedad, pero la industria debe ofrecer productos fabricados con materiales ecológicos. Hay que hacerlo bien desde la base.

¿Cuáles son los retos de futuro de Main Paper?

Nuestro principal reto es que nuestros clientes sigan creciendo. Eso sería buena señal para todo el sector. Además, nuestra compañía tiene unas previsiones optimistas de crecimiento que nos incitan a seguir esforzándonos día a día por mejorar la calidad de nuestros productos y por buscar nuevos artículos para sorprender a los consumidores. Por otro lado, nuestro deseo es que todos nuestros proveedores, clientes y empresas del sector tengan un buen año y que se nos olvide todo lo malo que hemos pasado. Eso será signo de que el mercado está vivo y en crecimiento.



MAIN+PAPER
Sustentable for all

mainpaper.com