Comunicado de Prensa 23.02.2017

15 Aniversario de colaboración entre

Tamron y Robisa

*“Reunirse es un comienzo,*

*permanecer juntos es el progreso*

*y trabajar juntos es el éxito”*

– Henry Ford

Madrid – Las empresas Tamron Co., Ltd. (TAMRON), destacado fabricante de ópticas de precisión, y Rodolfo Biber, S.A. (ROBISA), distribuidor español especializado en productos de fotografía y de vídeo celebran 15 Años de colaboración.

Retrospectiva

El 1 de noviembre de 2002, el entonces Presidente de Tamron Europa, Shiro Ajisaka, (nombrado a comienzos del 2016 Presidente de Tamron Global) y Claudia Biber, CEO de Rodolfo Biber, S.A., firmaron el contrato de distribución de Tamron para España.

A lo largo de estos quince años la presencia de los objetivos TAMRON en tiendas especializadas, grandes superficies, plataformas de internet y eventos ha crecido sustancialmente. Gracias a ROBISA y siempre en colaboración con TAMRON EUROPA la percepción del público se fue ampliando hasta convertirse en una de las marcas de objetivos más conocidas en todo el país. Gran parte de este éxito se fundamenta en la voluntad de TAMRON de buscar constantemente la innovación de sus productos y de ser la punta de lanza del avance tecnológico. Ya en 2003, en pleno boom de la fotografía digital, TAMRON lanzó la generación de objetivos Di (para cámaras SLR digitales) y los objetivos zoom. Ambos se desarrollaron como los pilares más importantes en la venta de objetivos TAMRON de esa época.

A parte de los ya emblemáticos AF 18-200, AF 70-300, AF 28-300 y AF 55-200mm, los lanzamientos más importantes en objetivos zoom standard fueron: El primer zoom 13,9x (AF 18-250mm, modelo A18) para cámaras SLR digitales en 2006, el AF 28-300mm en 2007 y el AF 18-270 VC PZD en 2008. Entre los objetivos profesionales se encontraban hasta 2008 modelos súper-telezoom como el 200-500mm y el 70-200mm o zoom grandes angulares como los 11-18mm, 10-24mm, 17-35mm, 17-50mm.

Desde el comienzo ROBISA acompaña el producto mediante Acciones Promocionales que se realizan en conjunto con las tiendas y de cara al público. También participa en decenas de eventos, talleres y excursiones cada año para promocionar la marca TAMRON y dar oportunidad a los miles de asistentes a probar los objetivos en la naturaleza y otras teniendo a su disposición un plató con bodegón y modelo. Entre las acciones promocionales más amplias también se encuentra la esponsorización de concursos fotográficos tanto de asociaciones, de revistas como benéficos en los que participa ROBISA aportando objetivos y accesorios fotográficos como premios.

En 2009 ROBISA celebró su 50º Aniversario como Empresa Distribuidora en España y un año más tarde TAMRON celebraba el 60º Aniversario desde su fundación.

A lo largo de los años ROBISA y TAMRON han experimentado juntos el cambio de la fotografía analógica a digital, la caída de las cámaras compactas y en consecuencia el auge de las cámaras DSLR. Todos están a la expectativa de los nuevos desarrollos y lanzamientos en el mundo de la imagen.

En 2013 TAMRON amplió el contrato con ROBISA para confiarle también la distribución en Portugal.

Características y filosofía

“New Eyes for Industry” "Nuevos Ojos para la Industria" es el slogan de TAMRON, perfectamente adecuado a su posición como fabricante de una amplia gama de productos ópticos. Últimamente su prioridad es darle a sus objetivos un diseño funcional para favorecer un manejo intuitivo que denomina “*human touch*” (tacto humano). Mientras los objetivos ofrecen por dentro lo último en tecnología, su exterior fue diseñado para trabajar con comodidad y con la máxima confianza en el objetivo, siguiendo la filosofía de una interfaz fácil e intuitiva. El material es un compuesto de metal de alto rendimiento, muy resistente y de tacto agradable que encaja perfectamente en la mano del fotógrafo. Finalmente, también se ha tomado en consideración el efecto que un objetivo pueda tener sobre la persona fotografiada, eligiendo en los TAMRON de la nueva generación un diseño frontal que no intimide y que permita retratos próximos e íntimos.

Como fabricante líder, TAMRON continuará ofreciendo su extensa creatividad y su destreza técnica para avanzar en varios campos industriales. De igual manera, TAMRON es plenamente consciente de su responsabilidad para con el medio ambiente y aspira a trabajar de una manera sostenible en todas sus actividades empresariales.

Logros destacados

En 2010 se desarrollaron los motores PZD (PIEZO) y USD (Ultrasonic Drive), ambas novedades que se han mantenido como piezas claves en objetivos hasta la actualidad.

En 2015 TAMRON lanzó la renovación de su serie Super Performance (SP). La meta que se impusieron fue desarrollar características excelentes que los distingan de los modelos convencionales. Para el próximo paso adelante, TAMRON echó la vista atrás

para su toma de decisiones. Fijó su atención en los orígenes de la óptica para redefinir todos los atributos básicos que convierten a un objetivo en “cómplice idóneo” del fotógrafo. Por ello los nuevos objetivos de la serie SP han sido desarrollados teniendo en cuenta la optimización del conjunto conformado por diseño, opto-mecánica y los procesos de ingeniería. Tomas rápidas y cómodas, perfectas para usuarios profesionales o aficionados de nivel alto.

Este último giro de tuerca en la producción de TAMRON ha renovado la estima de los usuarios hacia la marca y el orgullo del equipo, las ganas de seguir innovando, ha aumentado su percepción a nivel general en el mercado mundial y está consiguiendo estar más cerca que nunca de las necesidades del público. Tan solo en el último año y medio TAMRON ha lanzado 7 nuevos modelos de la renovada serie SP y accesorios como los nuevos Teleconvertidores y la TAP-IN *Console*, que permite una personalización de parámetros del estabilizador y del autoenfoque incrementando la libertad creativa, de movimiento y precisión de cada fotógrafo.

El entusiasmo y el esfuerzo se ven reflejados en Galardones de Asociaciones de Prensa como TIPA y EISA quienes reconocen logros alcanzados en los nuevos lanzamientos, en su constante esfuerzo por adaptarse a las exigencias más avanzadas de los últimos modelos de cámaras DSLRs. TAMRON ya lleva diez años consecutivos siendo premiado por la calidad del diseño, las prestaciones y la luminosidad resultante de sus objetivos.

Servicio de asistencia técnica y atención al cliente

A partir de enero de 2013 se inició la campaña de prolongación de la garantía de los objetivos Tamron. Aparte de los 2 años de garantía básica que los fabricantes ofrecen por sus productos en la Unión Europea, Tamron y Robisa tienen tal confianza en sus productos que ofrecen tres años de garantía adicionales para quienes se registren dentro del plazo de 2 meses después de la compra y así alcanzar un total de 5 años de garantía para cada objetivo Tamron de importación regular.

La gestión se realiza de manera semiautomática a través de la web y en menos de una semana los clientes reciben su certificado de Garantía.

El servicio técnico lo presta personal altamente especializado y formado directamente por TAMRON. Como TAMRON es un continuo pionero tecnológico, se requiere una constante renovación de los conocimientos de los técnicos para poder atender mejor los requerimientos de los nuevos modelos de objetivos.

A parte de todo esto, ROBISA y TAMRON ponen especial interés en la cercanía al cliente. Esto implica un esfuerzo diario por contestar a preguntas técnicas en la mayor brevedad posible, proporcionando la información de manera comprensible y amplia. Preguntas cuya respuesta es más complicada de lo usual pueden llegar hasta los ingenieros de TAMRON Japón.

Redes de información y comunicación

La modernidad no solo implica constantes avances tecnológicos en torno al estabilizador de imagen, el motor de autoenfoque, el tratamiento del vidrio o los revestimientos. En ambas empresas se vive la modernidad día a día. Uno de los puntos más importantes es el trato directo con el cliente. La fotografía, antes restringida a un reducido grupo de expertos, ahora tiene un público mucho más amplio. No solo ha crecido el grupo de aficionados que busca mejorar su técnica con cada toma y ahorra para invertir en buen material fotográfico. En el mundo mediatizado, donde no existe noticia sin imagen, también han crecido exponencialmente el grupo de profesionales y las especialidades fotográficas, desde disciplinas clásicas como retratos y paisajes hasta llegar a especialidades como fotografía científica o nocturna.

Cada grupo de consumidores de TAMRON requiere de información concreta para poder desarrollar el pleno potencial de sus objetivos fotográficos. Y por ello tanto TAMRON como ROBISA quieren informar ampliamente sobre nuevos productos, funciones y empleabilidad del material. Porque, aunque un TAMRON esté al alcance de todos, un objetivo fotográfico no deja de ser un producto de la alta ingeniería, trabajado minuciosamente y llegándose a lanzar al mercado solo tras varios años de desarrollo.

Si antes se podían hacer consultas técnicas solo a través del teléfono, hoy en día existen casi infinitas maneras de adquirir la información deseada. Por un lado existen los canales usuales como los comunicados de prensa a medios especializados, los catálogos, las consultas a las tiendas, charlas, presentaciones y talleres. Por otro lado están la página web, las redes sociales e iniciativas originales que convierten la interacción entre la marca y el usuario en algo inmediato, sencillo y cercano.