

Edición

Latinoamérica

www.laprensalatinoamerica.com

La Prensa

www.alborum.es

Nº 1
AGOSTO
2013

de la Industria y la Comunicación Gráfica



Le traemos
toda la
información
gráfica hasta
su casa

Las ferias que estaba esperando en 2013

Todo el sector gráfico se dará cita los días 16, 17 y 18 de octubre de 2013
en FERIA DE MADRID



2ª Edición

EXPOenvien

Feria del Mailing, Billing, Transpromo, Manipulados, Acabados,
Marketing directo, Gestión e Impresión documental

ExpoPRINT

Salón de las tecnologías de gestión e impresión digital en hoja cortada y bobina
y sus equipos periféricos



- Impresión digital hoja
- Impresión digital bobina
- Impresión de dato variable.
- Impresión transpromocional.
- Software de edición y preimpresión
- Gestión e impresión documental.
- Equipos periféricos.
- Mailing y Marketing directo.
- Equipos de acabados y terminación.
- Manipulados y finalización.

Y CUATRO SESIONES DE CONFERENCIAS

ES EL MOMENTO DE NO QUEDARSE FUERA. INFORMACION Y RESERVA DE ESPACIO EN

Nº 1. AGOSTO 2013

Empresas

- 4** Lüscher, empleados y productos tienen un nuevo propietario
 - Forever GmbH ha designado a PrinLAT representante en Latinoamérica
 - Enfocus amplía su presencia en América Latina
- 6** Actitud, Conocimiento y Liderazgo
- 7** AIDO se asienta en Colombia para impulsar la innovación tecnológica empresarial
- 8** Brasil. Accucheck Bobst gana el premio Embanews
- 10** EE.UU. Los cambios de ajuste en una línea de rústica
- 12** Uruguay. Imprimex S.A., empresa de referencia en el mercado gráfico, apuesta por el sistema de gestión Palmart
- 14** El futuro del secado por haz de electrones
- 16** CSI Latinoamérica, revolución en la gestión de las empresas gráficas
- 17** Rodillo Westland, calidad duradera en la máquina

Impresión digital

PRINT

- 20** Konica Minolta compra Kriesten
- 22** Impresoras de inyección de tinta continua Ultra High Speed
 - Premio a la Mejor Impresora de Producción de Hoja Cortada
- 23** Xeikon, nuevo tóner ICE innovador
 - El primer cliente de Domino, tres décadas de colaboración



Rotativas

- 22** México. Récord Plus, una nueva experiencia de lectura en iPad
- 24-26** Tendencias de la Prensa Mundial
- 27** HP T230 para una edición especial de un periódico de Cannes
 - Alma Manu, Colorman autoprnt fortalece la posición de mercado
 - La octava KBA Commander CL va a Francia
- 28** Nuevos mercados con la impresión offset sin agua
 - Rotativas offset con horno de secado
 - Heider Verlag, con registro de QI Press Controls

Papel

- 30** Stora Enso para dos máquinas de papel prensa en Suecia
 - Política de no deforestación de Asia Pulp and Paper
 - Mondi comienza la producción industrial de papel para bolsas en Irak
- 31** Cuando el envase seduce a los sentidos
- 32** El acabado marca la diferencia
- 33** Los formatos de papel

34 Agenda

34 Personas

Enfocus amplía su presencia en América Latina

Con un nuevo Gerente Regional de Desarrollo de Negocios recientemente nombrado, Enfocus amplía su presencia en América Latina, como parte de los planes para lograr un crecimiento de dos dígitos este año y para aprovechar las oportunidades que presenta cambios en la dinámica del mercado en la región.

"Vemos una gran cantidad de interesantes oportunidades que se abren en la región de América Latina, donde el crecimiento económico es actualmente más fuerte que en Europa o América del Norte", comenta Fabian Prudhomme, Vicepresidente de Enfocus.

Sistrade, presencia en América Latina

Por primera vez, Sistrade - Software Consulting, S.A., participó en una de las mayores ferias para la industria de Printing and Packaging, en México D.F. - EXPO PACK 2013.

El objetivo de Sistrade en esta edición de EXPO PACK 2013 fue reforzar la marca Sistrade y su presencia en el Mercado de América Latina, como proveedor del software ERP|MIS 100% Web en el mercado de la industria de impresión y embalajes.

Sistrade empezó a construir su presencia en el Mercado mediante la atracción de nuevos clientes en países como Colombia, Ecuador, México. Sistrade está actualmente representado mediante Socios tecnológicos en distintos países a lo largo de América latina, como por ejemplo en Chile, Colombia, México, Paraguay y Perú.

Lüscher, empleados y productos tienen un nuevo propietario

El Wifag-Polytype Holding Ltd (CH) y el Heliógrafo Holding GmbH (D) han tomado conjuntamente las propiedades intelectuales, productos, activos corrientes, marca / logotipo y una parte de los empleados de los antiguos propietarios de Xpose Holding Ltd y Lüscher AG Maschinenbau.

Con esta cesión de activos se ha fundado la nueva compañía "Lüscher Technologies Ltd" en Bleienbach (Sui). En los próximos 3 meses todo el funcionamiento y la organización de la primera Lüscher AG se transferirán a Bleienbach. Esto permitirá a la nueva "Lüscher Technologies Ltd" aprovechar sinergias en el ámbito de la administración, la logística y las operaciones que utilizan la infraestructura y el apoyo de Daetwyler Gráficos AG (filial de Heliógrafo Group).

El nuevo "Lüscher Technologies Ltd" sigue atendiendo y fabricando productos de la primera XPose!, MultiDX!, XDrum! y JetScreen para la base instalada a nivel mundial.

Forever GmbH ha designado a PrinLAT representante en Latinoamérica

FForever GmbH, compañía Alemana de fabricación de papeles transfer laser para estampación textil anuncia su acuerdo de expansión y distribución estratégica para América Latina a través de PrinLAT con una experiencia de más de 20 años en los mercados de offset e impresión digital.

Palmart y Datafont apuestan por las nuevas tecnologías para el mercado Latinoamericano

En mayo se celebró en la ciudad de Guadalajara (México) la feria Expográfica, uno de los encuentros feriales más destacados del sector gráfico de Latinoamérica. Se dieron cita como expositores los fabricantes más destacados así como empresas de varios países del área e internacionales.

Uno de los principales focos de interés de Expográfica, especialmente para las empresas más avanzadas en gestión y tecnología, han sido los nuevos modelos de negocio para el sector gráfico, centrados en el comercio online y todo lo interrelacionado con el desarrollo, gestión y aplicación de la web como instrumento comercial y de negocio, fidelización de clientes y nuevas prestación de servicios b2b.

La propuesta que las marcas Palmart y Datafont presentaron en el marco de la presente edición de Expográfica está centrada en una solución integral e integrada de gestión de la producción y web-to-print.



Jose Vicente Salas, de Datafont; Jorge Ávila, de BCPS México, y Francisco Pérez, de Palmart.



Nunca podrás poner un huevo,
pero sí comértelo con unas buenas patatas... **ponte en ACCIÓN**



*Soluciones de gestión, producción, planificación
y web to print para la Industria Gráfica del siglo XXI*



www.palmart.es

Actitud, Conocimiento y Liderazgo

El Empresario necesita reunir muchas cualidades pero el que reúna estas cualidades: Actitud, Conocimiento y Liderazgo, tendrá mucho adelantado y sólo necesitará que las circunstancias le sean favorables para alcanzar el éxito. Podríamos hablar de qué consideramos éxito pero prefiero, en esta ocasión, dedicar más atención a estas poderosas cualidades:



Ángel Gallego
Socio-Director en
Consultores Estratégicos
Kepler
www.keplerconsulting.net

- Actitud para tener un proyecto empresarial, defenderlo, organizarlo, desarrollarlo y creer en él hasta sacrificar su vida personal y arriesgar casi todo por

ello. Significa el compromiso total con la Empresa. Esta Actitud Empresarial puede venir en los genes o desarrollarse con el tiempo, pero resulta imprescindible para ser Empresario.

- Conocimiento de la Empresa, de los productos, del mercado y del entorno en el que se va a desarrollar la actividad empresarial. Este conocimiento dependerá de la propia capacidad o aptitud del Empresario y será funda-

mental en la toma de decisiones.

- Liderazgo para trabajar en equipo. Sí, liderazgo para saber entusiasmar con sus ideas, dirigir a sus colaboradores con

flexibilidad, pero con firmeza hacia los objetivos del proyecto. El éxito de una Empresa siempre es fruto del trabajo en equipo dirigido por un buen líder.

Los Empresarios con años de experiencia saben muy bien de la importancia de estas cualidades. Las nuevas generaciones de hijos de Empresarios que se incorporan a las Empresas como sucesores del líder, gozan de una importante preparación académica y universitaria, además de máster e idiomas, lo que sin duda les capacita para adquirir el conocimiento de su entorno empresarial, pero ¿tienen actitud empresarial y capacidad de liderazgo?

La sucesión, una vez más aparece como la gran incógnita que condiciona el futuro de la Empresa.

La demanda superará la oferta en el mercado de América Latina de colocation para data centers

De acuerdo con un nuevo estudio publicado hoy por DCD Intelligence, en la región latinoamericana, parece que la demanda de instalaciones con servicios de colocation para data centers superará a la oferta en los próximos 24 meses.

El nuevo informe, Colocation en América Latina (<http://turt.co/dcd46>) concluye que en el mercado todavía queda espacio para participantes nuevos, sobre todo en ciudades fuera de los grandes centros.

La mayoría de los países latinoamericanos se clasifican como mercados emergentes, en lo que respecta al crecimiento del mercado de data centers, igual que ocurre con otros mercados emergentes como los que hay en Asia Pacífico. En términos de externalización de las necesidades del data center, el servicio de colocation se ve ahora como una opción viable para los negocios. De hecho, el porcentaje de área técnica de data center que se externaliza es mayor en la región latinoamericana que en muchos de los países occidentales.

Novedades de Sistrade Print

Sistrade como proveedor de software ERP especializado para la impresión y embalaje, presenta la última versión de Sistrade Print, que incluye características tales como:

- Gestión de la empresa, contabilidad general, incluyendo la contabilidad general y analítica.

- Recursos Humanos y Nómina, incluyendo la gestión de empleados por competencias.

- Herramienta de chat en línea.
- Gestión de materiales utilizando el estándar GS1.

- Gestión de Presupuestos, incluyendo nuevas herramientas para estampado, etc.

Bookshelf de Animal Planet en Latinoamérica

Discovery Enterprises International y LivoBooks lanzaron su aplicación interactiva para niños Bookshelf de Animal Planet, disponible en Latinoamérica a través de la tienda en red de Apple, para el sistema operativo iOS 5 o más avanzado, en español, inglés y portugués.

La aplicación Bookshelf de Animal Planet ofrece una gran variedad de historias y actividades centradas en fascinantes especies animales de todo el planeta. Esta aplicación brinda a los usuarios una biblioteca digital de contenido interactivo que será actualizado con nuevos materiales provenientes de Animal Planet, el canal del grupo Discovery focalizado en explorar la compleja relación que existe entre los humanos y los animales.

AIDO se asienta en Colombia para impulsar la innovación tecnológica empresarial

Mientras Europa intenta salir de la crisis económica, los países latinoamericanos emergen con fuerza y representan una oportunidad de negocio. Precisamente, el Instituto Tecnológico de Óptica, Color e Imagen (AIDO) se afincó en Colombia hace tres años con el objetivo de que las empresas del país apuesten por la tecnología para mejorar sus procesos productivos y aumentar así su competitividad.

Esta labor se ha catalizado a través de varios acuerdos con entidades que representan a los distintos sectores industriales más pujantes de Colombia. Un ejemplo de ello es el reciente convenio de colaboración firmado con la Corporación Universitaria Unitec, en el que AIDO aportará su experiencia en transferencia tecnológica al mundo

El Instituto Tecnológico AIDO ha firmado un acuerdo de colaboración con la Corporación Universitaria Unitec dentro de su estrategia de expansión por latinoamérica

empresarial a través de acciones formativas. Además, AIDO ha establecido alianzas con entidades de la talla del Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico de la Industria Electro Electrónica e Informática (CIDEI), el Centro de Desarrollo Tecnológico para la Competitividad de la Industria de la Comunicación Gráfica (CI-GRAF), la Imprenta Nacional de Colombia o la Cámara de Comercio de Barranquilla, entre otras.

Actualmente, AIDO trabaja para 12 empresas colombianas en la implantación de metodologías de innovación, optimización de procesos y

mejora competitiva, a través de transferencia tecnológica y de conocimiento.

EL CONOCIMIENTO NO TIENE FRONTERAS

Dentro del plan de internalización de AIDO, Colombia se presenta como el punto de partida idóneo desde el que continuar la expansión por Latinoamérica. Las empresas colombianas cuentan ahora con un contexto económico favorable para apostar por la innovación. Recientemente, el Fondo Monetario Internacional ha previsto para América Latina un crecimiento de 4% en 2013. Concretamente, en

Colombia, tal y como señala el informe publicado el pasado 9 de mayo por el BBVA Research, la economía acelerará su tasa de crecimiento en 2013 y 2014 un 4,1% y un 5,0%, respectivamente.

Colombia se encuentra en pleno proceso de transformación industrial y la innovación marca claramente la diferencia entre competir o desaparecer. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo Colombiano, a través del Programa de Transformación Productiva, ha seleccionado una serie de sectores estratégicos para fomentar su productividad y competitividad en los que AIDO tiene ya una larga trayectoria tecnológica. Entre estos sectores destacan las artes gráficas, automoción y TIC, dónde AIDO espera transferir su liderazgo tecnológico en los próximos años.

El proceso de reestructuración aún no concluido

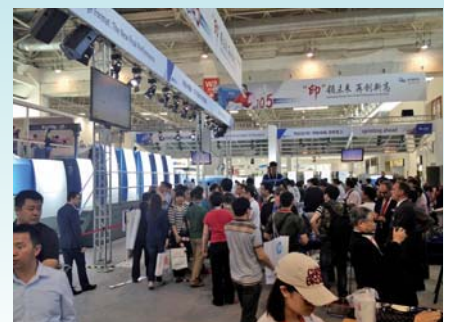
En la asamblea general ordinaria, Claus Bolza-Schünemann, presidente de la Junta Directiva de Koenig & Bauer AG (KBA), dibujó una imagen entreverada de la actual situación del mercado de máquinas de impresión. Sigue la débil demanda de rotativas para la impresión de publicaciones y periódicos. Junto con la competencia de medios online, la débil coyuntura económica frena en muchos sitios la predisposición a invertir en importantes mercados de consumo. El negocio de máquinas especiales para la impresión de productos de seguridad también se ha estabilizado tras el volumen de pedidos extraordinariamente elevado del año 2011.

Por el contrario, otros nichos de mercado y el negocio de servicios re-



gistran una evolución positiva.

A finales de mayo, la plantilla del grupo se sitúa cerca de los 5.500 empleados. Durante los últimos cuatro años y se han suprimido más de 2.000 puestos de trabajo en el grupo, a tenor de la decepcionante evolución del mercado en máquinas de impresión de bobina y algunos nichos de mercado.



Las tecnologías de impresión abren nuevos nichos de mercado

Las nuevas tecnologías de impresión revolucionan las prestaciones de los productos y son capaces de ampliar las líneas de negocio de cualquier empresa

Ya es posible imprimir placas solares, lámparas, circuitos, prótesis, tintas inteligentes que hacen que los envases cambien de color si se ha roto la cadena del frío o si han alcanzado la temperatura idónea para su consumo, etc. Imprimir sobre cualquier soporte es, sin duda, una nueva oportunidad de negocio para cualquier empresa.

El tradicional papel y cartón ha dado paso a una gran variedad de materiales sobre los que se puede imprimir: cerámica, plásticos, tejidos, vidrio, madera, metal, etc. La impresión en múltiples sustratos, la personali-

zación del producto a gran escala o la integración de funcionalidades ya es una realidad gracias a los avances en nuevos materiales que pueden imprimirse y al salto experimentado por la tecnología de impresión inkjet.

Estas novedosas tecnologías ya están disponibles y es fundamental que fabricantes y empresas las conozcan para aumentar su competitividad en el mercado.

Por ese motivo, el próximo día 5 de noviembre en el Centro de Innovación BBVA en Madrid, AIDO celebra un fórum en el que dará a conocer las claves de la impresión en múltiples soportes, los nuevos avances de la electrónica impresa y presentará casos de éxito en el empleo de estas tecnologías, entre otros muchos temas.



Brasil

Accucheck Bobst gana el premio Embanews

Por tercer año consecutivo, Bobst ha obtenido el prestigioso premio Embanews, esta vez por su sistema de inspección en línea de impresión y calidad de cajas Accuchecka. Bobst consiguió el premio en ediciones anteriores con sus sistemas Accubraile y smartGPS.

Embanews es una publicación brasileña especializada en realizar informes acerca del packaging para mercados como la alimentación, bebidas, cosméticos y productos farmacéuticos.

Durante el concurso, el sistema Accucheck fue seleccionado como ganador del premio en la categoría "Máquinas y sistemas" y los representantes de Bobst Group Latinoamérica do Sul Ltda acudieron a la ceremonia en la ciudad brasileña de Sao Paulo para recoger el galardón.

Business Booster y Gigas se unen para apoyar a los emprendedores en Latinoamérica

Business Booster, aceleradora de empresas en Internet en España, continúa su apuesta por Latinoamérica ahora a través de la alianza alcanzada con Gigas, la multinacional española especializada en servicios de cloud hosting (alojamiento de servidores en la nube), presente en España y Latinoamérica. Un acuerdo que beneficiará a las empresas que participen en el programa de aceleración de Business Booster, a las que se ofrecerá una serie de



condiciones especiales dentro de los servicios de cloud hosting que ofrece Gigas.

Gigas, a través de sus oficinas en Colombia y Chile, está presente en Latinoamérica donde continúa su proyecto de expansión y prevé la apertura de nuevas oficinas en los próximos meses. Además, la multinacional española especializada en cloud hosting cuenta con más de 1.500 clientes corporativos, alojados entre sus datacenters de España (Madrid) y EE.UU (Miami).

IV FERIA INTERNACIONAL

GRÁFICA, MULTIMEDIOS, PUBLICITARIA Y AFINES.

Del 29 de agosto al
01 de septiembre
Pabellón Simón Bolívar



Organiza:



Asociación de Industriales
Gráficos

Con el auspicio de:



PROPANDINA

Proveedora de Papeles Andina S. A.

GRAPHIC SOURCE C.A.
SUMINISTROS Y EQUIPOS PARA LA INDUSTRIA GRAFICA

Una feria
tan grande...
como tus ideas



informes y ventas

Edificio Las Cámaras, Avs. República y Amazonas, Piso 8

Telfs.: (593-2) 292 3141 / 245 5532 • Fax (593-2) 245 6664

e-mail: figrampa@aig.org.ec

web: aig.org.ec/figrampa



QUITO - ECUADOR

EE.UU.

Los cambios de ajuste en una línea de rústica

Thomson Reuters produce millones de libros en tapa dura y en rústica, repartidos entre más de 15.000 títulos diferentes cada año. Las tres cuartas partes de todos los libros producidos en Eagan se encuadernan en rústica. Para su producción, la empresa, el tercer mayor productor de libros de los EE.UU., utiliza cuatro líneas para rústica. Entre ellas, además de una Normbinder y una Pony, hay también dos encuadernadoras sin cosido de Müller Martini. Como consecuencia de que las tiradas han disminuido de forma permanente en los últimos años, se



realizan muchos cambios de pedidos.

El punto débil del proceso es especialmente la guillotina trilateral. O, mejor dicho: era hasta hace poco la guillotina trilateral. Y es que, al final de dos de sus lí-



neas de encuadernación sin cosido (la Normbinder y la de un modelo de otro fabricante), Thomson Reuters utiliza desde el año pasado dos guillotinas trilaterales Orbit de Müller Martini.

EE.UU.

Crecimiento anual de las fundas retráctiles

Hammer Packaging, de Rochester, en el estado federal norteamericano de New York, entró hace seis años en el negocio de las fundas retráctiles para la industria alimentaria y de bebidas, con marcas tan cono-



cidas como Dr Pepper, Coca Cola, Pepsi Cola y Minute Maid. Y lo hizo con la primera VSOP, a la que dos años después siguió la segunda máquina de impresión en off-

set de bobinas, del mismo tipo. Como estas dos máquinas llegaron al límite de su capacidad, y Hammer Packaging había



máquina de impresión de offset en bobinas. Con nueve unidades de impresión y una de flexografía

"En lo referente a nuestro negocio, la impresión en offset y su comprobada tecnología nos convencen plenamente", dice Jim Hammer. "Y es que el offset ofrece ventajas esenciales comparado con el huecogrado, también referente a los costos de preimpresión."

nyloprint NExT Exposure para planchas de impresión de tipografía

Flint Group Flexographic Products lanza una unidad de insolación para planchas tipográficas que se dirige a la impresión de seguridad y billetes, así como al segmento de alta calidad de impresión de etiquetas, tubos, vasos y latas.

La innovación está basada en la última generación de LEDs UV-A (> 250 mW/cm²), la cual permite una reproducción de imagen más precisa de los elementos de relieve y degradados más finos. En comparación con fuentes de luz convencionales, los LEDs de alta potencia permiten una copia virtual 1:1 de los datos digitales en la plancha de impresión, optimizando de este modo la precisión en la reproducción de los datos digitales. La velocidad de insolación de las barras de LED puede ser modificada según requisitos particulares para definir específicamente la forma del punto y el ángulo de los hombros. Además, las altas luces más finas y sombras abiertas aumentan el contraste de la imagen.

cree su propia IMPRESA EN LÍNEA

Servicios profesionales de **Web-to-Print**
además de la herramienta más competitiva del mercado

Asistencia y capacitación permanente

Aula virtual

Centro de soporte Web

Soporte en línea

Seminarios temáticos

www.datafont.com
datafont@datafont.com

 datafont

Uruguay

Imprimex S.A., empresa de referencia en el mercado gráfico, apuesta por el sistema de gestión Palmart

Imprimex es una de las empresas de mayor relevancia en el mercado gráfico uruguayo y una de las empresas de referencia internacional del sector en Latinoamérica. Con una trayectoria de más de 25 años ofreciendo una amplia gama de servicios de impresión: packaging, etiquetas autoadhesivas, impresos comerciales en offset y digital y productos especializados.

Desde el inicio de su actividad Imprimex ha venido apostando por la calidad como proceso continuo y la tecnología de última generación en todos sus procesos productivos. Además de aportar asesoramiento técnico y desarrollar ideas innovadoras ante las demandas de sus clientes.

En las instalaciones de Imprimex, S.A., trabajan más de 200 empleados y están situadas en la ciudad de Montevideo, poseen 8.700 m² de área especialmente proyectada para el desarrollo de la actividad gráfica. Ésta fue diseñada para permitir una optimización global en el área de producción, con una disposición de máquinas que respeta el flujo natural de las distintas etapas del trabajo. Eso se traduce en una mayor productividad, control de los procesos y calidad del producto.

Imprimex es también un referente en el modelo de la relación laboral. En palabras de Horacio Rey Lottermoser, director general de Imprimex



Federico Rey, de Imprimex; Martín Rey, de Imprimex; Francisco Pérez, de Palmart; Cecilia Rey, de Imprimex, y Juan Luis Cervera de Palmart.

S.A. y alma mater de la empresa, "para nosotros uno de los pilares principales es el capital humano. Por ello, nos ocupamos del desarrollo profesional y personal de nuestro equipo, brindando capacitación y formación permanente en los campos tecnológico, operacional, de la seguridad, la calidad y el medio ambiente. Además, se implementan una serie de políticas de acción social personalizadas, otorgando prestaciones y beneficios adicionales a nuestros empleados. Generando un buen ambiente laboral que permite el desarrollo y la capacitación como un beneficio mutuo y reforzándola mismo tiempo la idea de sentirse orgullo de pertenecer a a esta empresa". El equipo directivo lo completan, además de Horacio Rey, sus tres hijos, Martín, Federico y Cecilia. Cada uno de ellos, y sin que

su juventud sea inconveniente alguno, está al frente de una de las distintas áreas de gestión de la producción. Responsabilidad que viene dada como extensión natural de la cultura de trabajo y compromiso de la empresa.

Otra de las características que hacen de Imprimex una empresa de referencia es su apuesta decidida por el respeto al medio ambiente. Previendo el impacto de sus actividades a través del reciclado de los residuos de papel y cartón generados durante los procesos de producción, evitando de una manera responsable que sus desperdicios perjudiquen a la comunidad.

SISTEMA DE GESTIÓN

La incorporación permanente de nuevas tecnologías que ha guiado a Imprimex desde el inicio de su andadu-

ra se ha visto reforzada en los últimos meses con la implementación del sistema de gestión Palmart. Palmart es una marca española con más de 15 años de experiencia y especialización en el desarrollo de soluciones de gestión para la industria gráfica (cotización, producción, web to print, consultoría de costes, etc.). Con base instalada en diversos países del continente americano y distribución en Centroamérica y El Caribe. En los próximos meses tiene previsto abrir en México su nueva delegación comercial. En el terreno de la política de colaboración Palmart ha apostado por la integración tecnológica con otras soluciones que aporten un alto valor añadido, como es el caso del planificador de la producción Sispro, marca de larga trayectoria en el mercado latinoamericano.



SHARED RISK CHILE - TFO.- 61008390
e.mail:shared@alsernet.es

Posibilidades y ventajas para el endurecimiento de revestimientos

El futuro del secado por haz de electrones

Los experimentos con haces de electrones se remontan a 1920 en EE.UU., pero los primeros intentos de tratar barnices mediante el método de secado por haz de electrones no llegaron hasta el año 1960. En esencia, este método consiste en un haz de electrones que induce el entrecruzamiento (cross-linking) en un revestimiento aplicado, lo que en realidad implica la polimerización de radicales, tal y como se conoce en química orgánica. El entrecruzamiento solo puede producirse si el barniz contiene dobles enlaces, por ejemplo, en forma de grupos de etileno, propileno, vinilo o acrilato. En concreto, el acrilato se usa mucho debido a sus propiedades.



David Helsby
Presidente de RadTech
Europe

Los electrones tiene dos variables principales: la dosis y la densidad energética de los electrones. La dosis, que se refiere a la cantidad de electrones que se proyectan contra el revestimiento, depende de la temperatura del filamento, o de la intensidad de corriente y/o la tensión. La dosis determina la velocidad del entrecruzamiento, o el grado de entrecruzamiento que se puede obtener combinado con una velocidad de avance determinada.

El campo eléctrico de alta tensión que se aplica determina la energía de los electrones y, por lo tanto, su profundidad de penetración en la tinta o el revestimiento por secar. En el caso de revestimientos y tintas, una tensión de entre 70 y 300 kV suele ser suficiente, que proporciona una profundidad de penetración de unos 15 μm y 500 μm , respectivamente, si bien eso depende de la densidad del material del revestimiento. Es importante ajustar la tensión adecuadamente, ya que si esta es demasiado baja, el revestimiento no se seca a la profundidad completa, y si la tensión es demasiado elevada, el efecto sobre el soporte puede resultar excesivo, con lo que, aparte de consumirse energía de forma innecesaria, puede provocar decoloración.

CONSUMO ENERGÉTICO REDUCIDO Y MENOS MERMAS

El secado por haz de electrones presenta ventajas considerables en comparación con las pinturas húmedas y los revestimientos en polvo. En primer lugar, esta técnica permite evitar completamente la presencia de disolventes orgánicos y de otros tipos, lo que elimina las emisiones de CO₂ y permite ofrecer un método más respetuoso con el medio ambiente. Para poder usar los materiales para procesos de revestimiento, solo



se añaden, como disolventes, polietilenglicoles (PEG) y acrilatos de propilenglicol (PGA) con un peso molecular bajo, u otros compuestos multifuncionales.

Otra ventaja es el poco consumo energético. Si se tiene en cuenta el enfriamiento en los cálculos, las diferencias son enormes; y las emisiones de CO₂ son varias veces más bajas.

Además, con el secado por haz de electrones, las reacciones de entrecruzamiento son rápidas y completas. Otras ventajas son la resistencia al rayado, la resistencia química y la inalterabilidad del color de los revestimientos obtenidos.

SUPERACIÓN DE LAS BARRERAS INICIALES PARA LA ADOPCIÓN DEL SECADO POR HAZ DE ELECTRONES

Uno de los principales obstáculos para la aceptación de este método es el coste inicial que suponen la cámara de vacío, la fuente de alimentación de alta tensión y la necesidad de crear una atmósfera inerte. En el futuro, la necesidad de reducir el consumo energético, las aguas y los gases residuales será cada vez más apremiante, por lo que el uso de esta técnica, gracias a las propiedades sin igual de los revestimientos obtenidos y a sus ventajas medioambientales, cobrará mayor importancia. Las cosas están cambiando, y una de las prioridades principales de RadTech Europe es difundir la calidad y el valor añadido del secado por haz de electrones en la industria.

ACELERAMIENTO DE ELECTRONES EN UN CAMPO ELÉCTRICO

Los electrones se generan transmitiendo una corriente eléctrica a través de un filamento de tungsteno y a continuación se aceleran en un campo eléctrico. El proceso se lleva a cabo en un sistema de vacío, cerrado mediante una ventana de lámina de aluminio que es permeable a los electrones. Esta técnica suele prestarse más para productos planos, aunque la gama de electrones también permite manejar productos con una cierta altura.

A continuación, el producto con el revestimiento o la tinta aplicada se coloca debajo de la ventana de titanio para ser expuesto al haz de electrones. Se necesita una atmósfera inerte porque la presencia de oxígeno provoca la aparición de diversos enlaces reactivos no deseados en el revestimiento. Suele usarse nitrógeno con una pureza de al menos el 99,98%, o un contenido de oxígeno de menos de 200 ppm.

DOSIS Y DENSIDAD ENERGÉTICA

El método de secado por haz de

Es la hora de la rentabilidad...



Gestión21

SISTEMA INFORMÁTICO DE GESTIÓN AVANZADA
PARA INDUSTRIAS GRÁFICAS

Cálculo de tarifas horarias

Herramienta para el cálculo de forma sencilla de las tarifas horarias por centro de costo.

Presupuestos

Permite realizar presupuestos rápidos y sin errores, optimizando la oferta al cliente de manera automática.

Crm

Gestión Comercial Avanzada para optimizar el labor comercial de la empresa.

E-crm

Sistema de reportes y control de los visitas de comerciales mediante PDA y comunicaciones GPRS/GPRS.

Presupuestos portátil

Herramienta para realizar presupuestos en portatil integrada con el sistema central.

Comercio electrónico

Sistema de comercialización electrónica B2B especializado en impresión gráfica.

Costos producción

Potente herramienta de control de costos y de control de producción.

Jdf

Sistema de interconexión bajo el estándar JDF.

Recogida datos planta

Sistemas Automatizados de recogida de datos en planta para plantas locales.

Planta-web

Sistema de recogida de datos para áreas de preimpresión directo desde el Mac o para plantas remotas a través de internet.

Captura directa de máquina

Sistema de recogida de datos directa a través de la sensorización de las máquinas.

Calidad

Sistema de gestión de calidad de la empresa complemento de la ISO que permite a su vez recibir valoraciones de proveedores.

Planificador producción

Simulador de la carga de trabajos y taller que permite obtener fechas de entrega de trabajos.

Almacén

Gestión de atención de Materia Prima, Producto Intermedio y Producto Terminado.

Compras

Sistema automatizado de pedidos a proveedores y seguimiento de los mismos hasta su contabilización.

Facturación

Emisión de Albaranes y Facturas a clientes de manera automática.

Cuadro de mando

Sistema de monitorización de la situación de la empresa y sus indicadores.

Contabilidad

Sistema de Contabilidad General, Gestión de IVA, Contabilidad Analítica, Contabilidad Presupuestaria y Gestión de Inventario.

Nóminas

Gestión automatizada de nóminas.

Control presencia

Sistema de control de presencia.

Recursos humanos

Gestión Avanzada de Recursos Humanos.

Presupuestos web

Herramienta de cálculo y consulta de presupuestos a través de Internet.

Control de menús

Sistema de gestión de acceso a opciones del menú a cada usuario.

Generador

Potente herramienta de generación de avisos para el cliente.

C.S.I.
LATINOAMERICA

Bogotá, Colombia
Cra 8 # 12C-35 Ofc 809
(571) 313-3760930
info@csilatinoamerica.com

www.csilatinoamerica.com www.in2ca.com



CSI Latinoamérica, revolución en la gestión de las empresas gráficas

La empresa Central System Information, S.A.S., con sede en Bogotá, ha desembarcado en el mercado gráfico Latinoamericano con Gestión21, ERP especializado en la gestión avanzada para el sector de las Artes Gráficas.

Tras 30 años de éxito en España, y con más de 200 clientes gráficos pertenecientes a los diferentes sectores que conforman el mundo de las Artes Gráficas, contando con importantes referencias en offset, serigrafía, encuadernación, continuo, etiquetas, rotativas, manipulado y demás procesos adyacentes al mundo gráfico (lo que supone más de 2.000 usuarios que arrancan todos los días la aplicación y más de 1.000 terminales recogiendo datos de los fichajes de los operarios en los talleres), esta empresa decidió dar un salto exponencial en su campaña de internacionalización e implantarse en un país a nivel de industria gráfica con unas tremendas posibilidades, Colombia y desde allí llegar a otras industrias gráficas como Chile, Ecuador, México y Perú.

Gestión21 como producto, es un sistema informático de gestión avanzada para industrias gráficas, que en la actualidad cuenta con 26 módulos. El sistema canaliza todo el flujo de trabajo, desde la cotización hasta el cobro de una factura y su contabilización, pasando por la producción, almacenes, compras, captura de datos en planta, CRM, JDF, calidad, facturación y planificación, Bussines Intelligence, etc. Integra toda la gestión de la empresa en una única espina dorsal, que permite reducir el trabajo administrativo de las mismas aportando información avanzada para la toma de decisiones, lo que se traduce en mayores beneficios empresariales.

La modularidad de Gestión21 permite ampliar las funciones al mis-

mo ritmo que el crecimiento de su empresa y adaptar las capacidades del sistema a los avances técnicos del sector. Gestión21 reduce drásticamente el tiempo de elaboración y preparación de cotizaciones, y los costes calculados con el sistema son exactos y pueden ser actualizados de acuerdo con los cambios de los trabajos y de sus especificaciones. Esta información permite controlar los márgenes de beneficio de cada trabajo. La facilidad de utilización del sistema hace que se rentabilice con la máxima celeridad, produciendo beneficios al poco tiempo de estar instalado, garantizando una rápida amortización del mismo.

CSI ha apostado fuertemente por el mercado Colombiano, como así lo demuestra el hecho de haber formado en España a consultores colombianos, todos ellos licenciados superiores, con el objeto de que la comercialización del producto, así como la implementación del sistema, y su posterior mantenimiento post-venta sea liderada y dirigida en todo momento por el personal de CSI para toda Latinoamérica. Para Eduard Sanabria, Director General de CSI Latinoamérica, "Era fundamental que el proyecto de implementación del ERP fuera dirigido por personal de Colombia y Latinoamérica, ya que ellos mejor que nadie son los que conocen las singularidades del sector de su país. A pesar de que la inversión en formación en España ha sido fuerte, a día de hoy podemos decir que los consultores de CSI que están en Colombia, están plenamente capacitados, gracias entre otras cosas a los distintos proyectos en empresas gráficas que ya han liderado en España. El resultado de este esfuerzo es que a día de hoy contamos con importantes referencias en el sector, como Graficas Colombia o Editorial Lecat entre otros."

Tintas Martínez Ayala, S.A., busca colaboradores en Latino América

Tintas Martínez Ayala, S.A. fundada en el año 1.932, es en la actualidad el primer fabricante español de tintas y barnices offset para las Artes Gráficas, siendo líder en el mercado español con una cuota del 20% del total del mercado. En nuestras nuevas instalaciones, dotadas de la más avanzada tecnología, contamos con un amplio equipo de personas dedicadas a la investigación, siendo en este apartado un referente a nivel europeo, que se refleja en la práctica en la realización de diferentes proyectos de reconocido prestigio a nivel mundial, como es el proyecto BATsGRAPH, entre otros. Asimismo, tenemos diferentes acuerdos de colaboración con diferentes universidades, así como con el Instituto Tecnológico de Óptica, Color e Imagen (AIDO), con el que estamos embarcados en diferentes proyectos con la finalidad de contribuir, en última instancia, al desarrollo y mejora del Sector de las Artes Gráficas en el ámbito internacional.

Desde hace veinte años aproximadamente, Tintas Martínez Ayala, S.A., tiene una importante proyección internacional, como consecuencia de nuestra presencia como expositores en las principales ferias internacionales que se vienen realizando en las diferentes partes del mundo, cada vez son más las empresas que quieren distribuir nuestros productos en sus respectivas zonas. En la actualidad, estamos presentes comercializando nuestros productos en 42 países a través de los correspondientes distribuidores, con los que llegamos a acuerdos para representar nuestra marca en su territorio.

Tintas Martínez Ayala, S.A. conocedor del gran potencial y futuro económico del mercado Latinoamericano, así como del desarrollo del Sector de las Artes Gráficas en este continente, ha decidido hacer una apuesta poniendo a disposición de aquellas empresas distribuidoras, que deseen comercializar nuestros productos, todos nuestros desarrollos y conocimientos de las tintas y barnices Offset, fruto de muchos años de investigación. Es por ello que aquellas empresas que estén interesadas, pueden ponerse en contacto con nosotros con la finalidad de llegar a un acuerdo de distribución en aquellos países, donde aún no tengamos cerrado ningún acuerdo de colaboración.

**TENEMOS EL CONOCIMIENTO
 APORTAMOS LA SOLUCIÓN.**

Rodillo Westland, calidad duradera en la máquina

Martin Westland, fabricante especializado en rodillos gráficos en España, comercializa sus productos en España, Portugal, y en Latinoamérica en los siguientes países y regiones: Argentina, Brasil, Bolivia, Chile, Centroamérica, Colombia, Ecuador, México, Perú, Paraguay y Uruguay. La compañía es subsidiaria del fabricante alemán Westland Gummiwerke, para la fabricación de sus productos utiliza la materia prima y las mismas técnicas de producción de la marca Westland.

La producción de Martin Westland está avalada por la certificación DIN EN ISO 9001 y además los rodillos cuentan con las homologaciones de los principales fabricantes de maquinaria: Heidelberg, KBA, Man Roland, Komori, Mitsubishi, Rotatek, etc.

Los compuestos de caucho son exclusivos de Westland, puesto que los desarrolla y fabrica en su propio laboratorio, trabajando en colaboración con los clientes y adaptando los compuestos a sus necesidades de impresión. Los rodillos fabrica-

dos con cauchos Westland se caracterizan por su larga duración en máquina, consiguen estabilidad en la impresión, gran adhesividad entre caucho y eje, resistencia mecánica y al contacto con los diversos productos utilizados en la impresión.

Los agentes de Westland asesoran a elegir los rodillos que mejor se adapten a al tipo de trabajo, para conseguir un proceso de impresión estable y mejorar la productividad de la máquina. El fabricante cuenta con las calidades de caucho más adecuadas para que sus rodillos se adapten a todos los procesos de impresión: caucho convencional para tintas grasas, caucho mixto para impresión con tintas grasas y UV, y caucho UV para impresión con tintas exclusivamente UV. El producto estrella de Westland es el considerado más complicado en la impresión, los rodillos de agua. Los rodillos fabricados con compuestos exclusivos de la marca: Weroaqua, Werodahl, Werodamp y LotoTec tienen buena capacidad de humectación, transmisión y uniformidad de la solución de mojado. Logran un equilibrio perfecto entre el agua y la tinta, producido por la formación de una capa de agua excepcionalmente fina y uniforme.

En la fábrica de Madrid se realizan también mesas de poliamida, incluyendo sus ejes y mecanismos oscilantes, mesas de agua en ejes de acero inoxidable y ejes para rodillos de las principales máquinas según planos originales.



**Calidades Westland
 para todos los sistemas
 de impresión.**

**Nuestro equipo ofrece
 asesoramiento técnico
 para lograr la mejor
 solución para su negocio.**

DISTRIBUIDOR EN CHILE

Hagraf S.A.
 Pret. Eduardo Frei Montalvan 60
 CH 8330226 Santiago de Chile
 (Chile)
 Tel: + 562 8278000
 Fax: + 562 8278074
 e-mail: fernando.perez@hagraf.cl

DISTRIBUIDOR EN ECUADOR

Heidelberg Ecuador (Quito)
 c/ Mariscal Foch E 9-94 y Tamayo
 Quito (Ecuador)
 Tel: + 593 255 94 07/08/09
 e-mail: Santiago.echevarria@heidelberg.com.ec
 Avda del Ejército 107 y Piedrahita
 Guayaquil (Ecuador)
 Tel: + 593 239 05 56/ 04 45

DISTRIBUIDOR EN MEXICO

WESTLAND MEXICO
 Contacto: Sergio Daniel Pineda Ramirez
 Elisa 87 Dpto.35ª
 M-03500, Col. Nativitas Benito Juárez
 (México)
 Tel: + 521 5514233523
 e-mail: marcill11@yahoo.com.mx

DISTRIBUIDOR EN COLOMBIA

Insumos y Equipos Gráficos SAS
 Av. Rojas 70-82
 Bogotá (Colombia)
 Tel: + 57 1 301 83 61
 Móvil: + 57 321 4496157
 Móvil: + 57 316 414 7790
 Móvil: + 57 317 366 0389
 Mail: jeimy.rodillos@martinwestland.com
 Mail: jaimero.rodillos@martinwestland.com

www.martinwestland.com

c/ Septiembre 74 • 28022 Madrid • Teléfono: +34 917 480 735 • Fax: +34 917 480 736

[martinwestland@martinwestland.com](http://martinwestland.com)



Impresoras de inyección de tinta continua Ultra High Speed

Videojet Technologies Inc. ha presentado el nuevo y mejorado modelo de la serie 1000 de impresoras de inyección de tinta. Las impresoras Videojet 1620 Ultra High Speed y 1650 Ultra High Speed, incorporan el sistema Precision Ink Drop y la tecnología CleanFlow de Videojet. Las impresoras 1620 UHS y 1650 UHS proporcionan más contenido de código en operaciones de envasado de alta velocidad.

La capacidad de imprimir códigos con mayor densidad de contenido en líneas de alta velocidad ha dependido de las limitaciones de la tecnología de impresión de inyección de tinta actual. Ahora se pueden imprimir los códigos existentes más rápido o imprimir más líneas de código a las velocidades actuales sin sacrificar la legibilidad del código.



Premio a la Mejor Impresora de Producción de Hoja Cortada

Los dispositivos de impresión digital RICOH Pro C901 y Pro C901S Graphic Arts+ han sido nombrados como las 'Mejores Impresoras de Producción de Hoja Cortada' de su categoría durante los 7º Premios European Digital Press Association (EDP), celebrados coincidiendo con FESPA, en Londres.

Multifuncionales adaptados al formato SRA3

Ricoh ha lanzado una gama de productos multifuncionales en color (MFPs) que soportan el cada vez más popular formato SRA3 (320x450 mm). Los multifuncionales RICOH C3003SP/MP, C3503SP/MP, C4503(A)SP/MP, C5503(A)SP/MP y C6003SP tienen un controlador avanzado que permite un incremento de la productividad mediante una gama de características como Searchable PDF, ID Card Copy y Single Pass Duplex Feeder. La velocidad de impresión, copia y escaneo integra una completa posibilidad de acabados. Además, el controlador de color E-22C mejora la productividad de copia de trabajos de impresión complejos. Estos multifuncionales son particularmente idóneas para trabajos de impresión ricos en imágenes, gracias al desarrollo de un flujo unidireccional que permite una densidad de tóner uniforme y colores vibrantes y estables.

Los dispositivos llevan de serie el controlador actualizado GWNX de Ricoh.

Servicio "Print&Save" de Epson

Epson ofrece la posibilidad de reducir en gran medida los costes de impresión actuales. Con el nuevo paquete de servicio de impresión profesional, Print&Save de Epson, las empresas podrán conseguir un ahorro en comparación con el coste de los consumibles y los servicios adquiridos por separado. Este contrato de tres años de duración se encuentra disponible para impresoras Epson de inyección de tinta,

láser y de gran formato, y ayuda a las empresas a controlar su presupuesto de impresión; el servicio incluye:

- Consumibles de impresión predeterminados para el período de duración del contrato.
- Acceso a un portal web específico para solicitar consumibles con envío gratis.
- Garantía completa de tres años in situ.
- Una tarifa mensual fija.

Xeikon, nuevo tóner ICE innovador

Xeikon ha anunciado el lanzamiento de un nuevo cartucho de tóner para sus prensas digitales de etiquetas. El tóner ICE que estará disponible a partir del 4 ° trimestre de 2013.

El nuevo tóner es adecuado para sustratos sensibles al calor como PE sustrato (polietileno) y etiquetas térmicas. Esto abrirá la posibilidad de una amplia gama de nuevas aplicaciones. PE tiene una buena flexibilidad y plegabilidad, por lo que es ampliamente utilizado para la superficie de los envases que se utiliza en los contenedores regulares e irregulares que tienen que estar lejos de humedad y disolventes químicos. Los ejemplos típicos incluyen tubos y botellas que han de ser comprimible, o bolsas que necesitan ser presionadas.



Impresoras de transferencia térmica

Videojet Technologies Inc. ha presentado dos nuevas impresoras por transferencia térmica (TTO) que se unen a su gama DataFlex. Las nuevas DataFlex 6320 y DataFlex 6420 están diseñadas para diversas aplicaciones de etiquetado y envasado flexible de aperitivos, productos de panadería, cárnicos, de confitería y de otros mercados. DataFlex 6320, disponible con anchuras de impresión de 32 mm y 53 mm. Disponible en formatos de anchura de impresión de 53 mm y 107 mm, la gama de aplicaciones de DataFlex 6420 abarca aplicaciones de codificación en formato ancho de llenado y sellado horizontal que requieren una considerable cantidad de contenido. Ambos modelos ofrecen funciones para mejorar el tiempo de funcionamiento y la productividad, incluido un rollo de cinta de alta capacidad de serie.



X-Rite incluye NetProfiler en el paquete eXact

X-Rite, Incorporated ahora ofrece un paquete de servicio avanzado a los espectrofotómetros eXact que incluye una licencia de un año para usar NetProfiler 3.0, con el que pueden calibrar instrumentos situados en cualquier lugar del mundo con el mismo estándar virtual.

Responsables de marcas, talleres de pre-impresión y preparación, proveedores de tinta, impresores y empresas de manipulado han adoptado el nuevo espectrofotómetro eXact porque es la respuesta a un problema habitual: medir y reproducir colores en distintos sustratos y superficies.

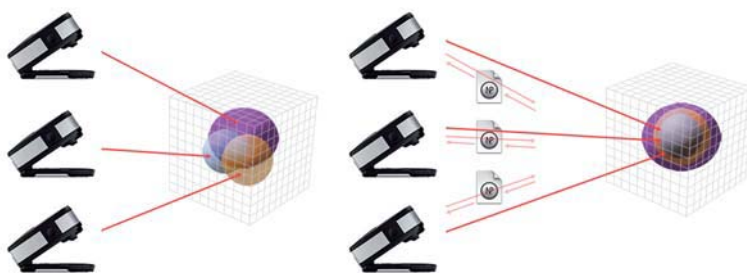
El primer cliente de Domino, tres décadas de colaboración

El momento en que Cowells Arrow, un proveedor de productos de juegos de azar, se convirtió en el primer cliente de Domino tras su fundación en 1978 como fabricante de soluciones de codificación y marcaje, supuso el inicio de una colaboración que dura ya tres décadas y que aún se mantiene.

Cowells, ahora parte integrante del grupo de empresas Arrow International, invirtió en Unijet, la primera impresora comercial de Domino y predecesora de las soluciones de inyección de tinta continua de su Serie A.

Unijet, que revolucionó la codificación y el marcaje eliminando la necesidad de utilizar sistemas manuales, permitió a Cowells Arrow producir digitalmente códigos alfanuméricos para cartones de bingo secuenciales y con ello diferenciarse de sus competidores, que seguían confiando en equipos de numeración manuales.

La decisión de la empresa de invertir en tecnología de vanguardia, junto con su integración en el grupo Arrow International, ha logrado que Cowells Arrow se convierta en un proveedor global de cartones de bingo y cupones de lotería con fábricas en Estados Unidos, Canadá y México, y con aproximadamente 1.000 trabajadores en todo el mundo.



Konica Minolta compra Kriesten

Konica Minolta ha firmado un acuerdo de compra con Kriesten GmbH, uno de los distribuidores especializados más importantes de Alemania, que cuenta con sucursales en las principales ciudades del país como Leipzig, Chemnitz, Cottbus y Bautzen.

Kriesten GmbH ha sido socio de Konica Minolta durante años, como proveedor de sistemas de gestión documental y de soluciones de negocio de TI

Esta adquisición encaja con la estrategia de impulsar y ampliar las ventas directas de los servicios de impresión optimizados (OPS) que Konica Minolta comercializa e implanta en toda Europa.

Impresora digital UV de etiquetas

Screen Europe anunció el lanzamiento comercial de la Truepress Jet L350UV, su primera impresora digital de etiquetas con tecnología UV, y el nombramiento de Dantex como distribuidor europeo del nuevo equipo.

El prototipo de la Truepress Jet L350UV se presentó por primera vez en la feria drupa 2012. Desde entonces, la impresora ha continuado evolucionando hasta el lanzamiento de la versión de producción y su disponibilidad comercial en todo el territorio EMEA. Truepress Jet L350UV alcanza la velocidad de más de 16 m² por minuto sobre bobina de 350 mm, y es capaz de ofrecer calidad fotográfica, y una producción estable.

La impresora incorpora cabezales de escala de grises de una sola pasada con un tamaño de gota mínimo de 3 picolitros, con resoluciones de impresión de 600 x 600 dpi.

La impresora está concebida como un equipo de bobina a bobina para acabado near-line, o también se puede configurar con acabado in-line automático como laminado, troquelado, barnizado y gofrado, etc.

CREENCIAS Y ERRORES SOBRE CONSUMIBLES DE IMPRESORA

De la encuesta se deduce que:

- 3 de cada 4** encuestados desconocen el total de páginas que se pueden imprimir con un tóner
- 84%** no sabe cuántas páginas pueden imprimirse desde que aparece el mensaje de tóner bajo
- 50%** cree que cuanto más caro sea el tóner, mayor será el coste de impresión por página
- 28%** piensa que el reciclaje de un tóner vacío supone un coste adicional para la empresa
- 3 de cada 5** creen que la calidad de impresión se reduce cuanto más vacío esté el tóner

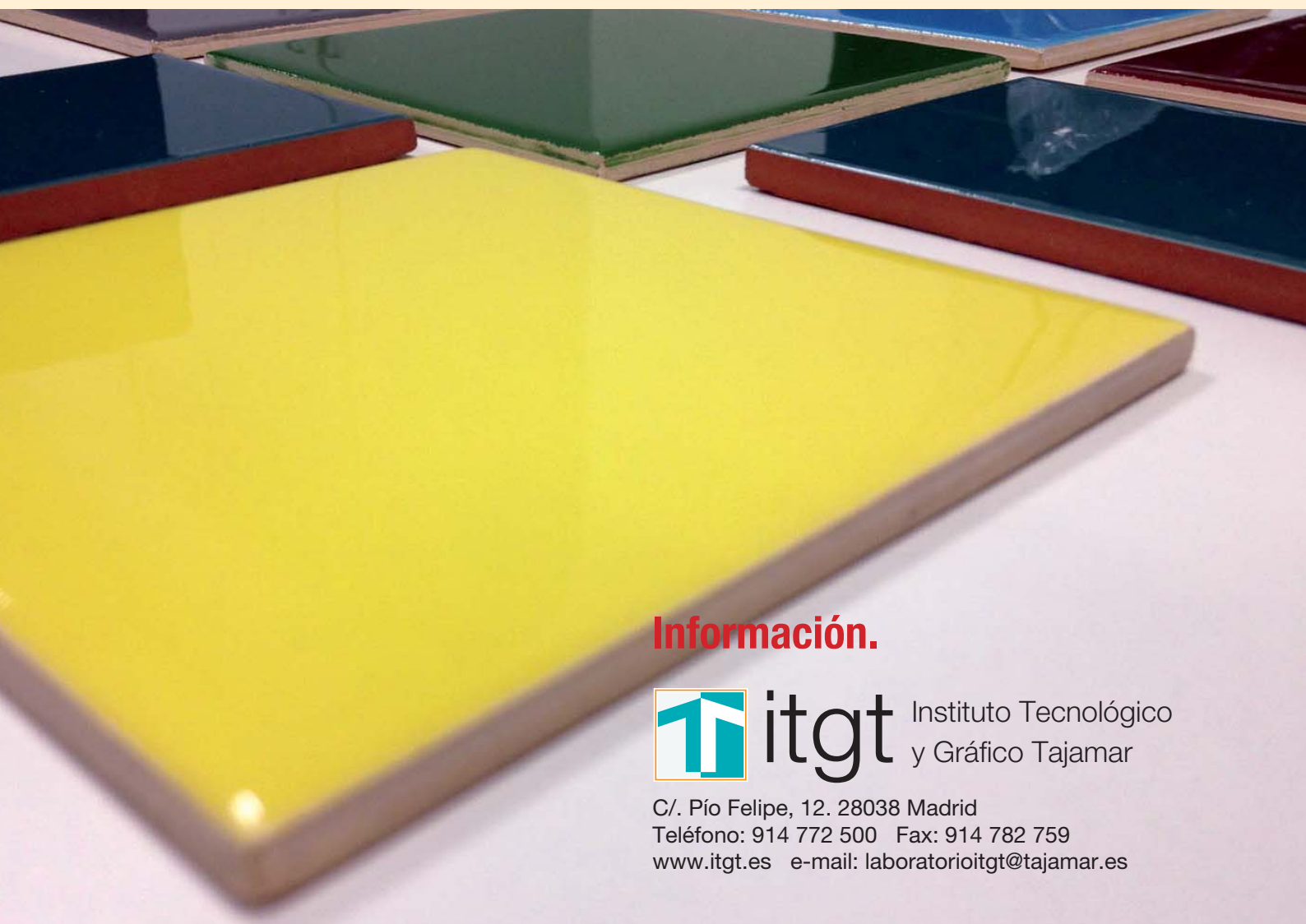
LEXMARK
www.lexmark.com

Laboratorio de Color

Servicios de Calibración Acreditados



- ⊕ Espectrodensitómetros
- ⊕ Espectrocolorímetros
- ⊕ Colorímetros triestímulo
- ⊕ Densitómetros por reflexión



Información.



itgt Instituto Tecnológico
y Gráfico Tajamar

C/. Pío Felipe, 12. 28038 Madrid
Teléfono: 914 772 500 Fax: 914 782 759
www.itgt.es e-mail: laboratorioitgt@tajamar.es

México

Récord Plus, una nueva experiencia de lectura en iPad

El diario deportivo mexicano Récord se ha lanzado al mundo digital con la creación de Récord Plus, una versión para iPad en la que los lectores pueden disfrutar de más información y toda ella enriquecida gracias a las posibilidades que permite el iPad.

Víctor Edú, director del diario Récord, comenta cuál es el principal objetivo que se han marcado con este lanzamiento: "Nuestra intención ha sido crear una nueva plataforma para incrementar el número de lectores y

anunciantes, bajo la premisa de evolucionar hacia los nuevos métodos de lectura que está utilizando la gente".

El nuevo Récord Plus no es una repetición de los contenidos del papel en formato iPad, sino que ofrece mucho más. "Lo que hemos hecho es incrementar la oferta editorial para los lectores de Récord Plus, con una cantidad amplia de suplementos exclusivos para ellos, los cuales, obviamente, no se pueden encontrar en la edición impresa", explica Víctor Edú. Además, toda esa infor-

mación está enriquecida con videos, galerías de fotos, secuencias digitales, páginas con movimiento..., toda una serie de añadidos que convierte la lectura del periódico en una nueva experiencia.

La producción de esta nueva edición para iPad se lleva a cabo con Milenium, al igual que la edición de papel del periódico, dentro del mismo flujo de trabajo. "Toda la edición de Récord Plus se realiza con Milenium, aprovechando la capacidad que tiene para hacer que todos interactuemos, desde di-

señadores, editores y reporteros, comenta el director del periódico.

El hecho de estar integrado en el mismo flujo de trabajo con el que se hace la edición de papel, ha facilitado mucho a los integrantes del periódico la realización de esta nueva versión y ha evitado tener que aumentar las infraestructuras, como explica Víctor Edú: "No hemos tenido que ampliar el equipo ni contratar a nadie para hacer Récord Plus. Todo se hace con el mismo personal".

Colombia

"Marca", primera franquicia de un periódico deportivo

"Marca" ha desembarcado en los quioscos de Colombia, iniciando así su

apuesta por estar presente en el continente americano. Para

ello ha creado la primera franquicia de un periódico deportivo a nivel mundial, aprovechando el gran interés que despierta en este territorio el deporte en general, y el español en particular.

Al igual que su raíz española, el periódico perteneciente al grupo Unidad Editorial, está usando la plata-

forma editorial Milenium para producir su nueva edición colombiana.



Marca Colombia ofrecerá cada día entre 32 y 40 páginas que

incluirán tanto contenido propio como noticias compartidas con la edición española.

En un principio, la tirada de Marca Colombia va a ser de 60.000 ejemplares, que serán distribuidos por las principales ciudades del país, como Bogotá, Medellín, Cali o Cartagena de Indias.



México

Litografía Magno Graf, segunda Goss Sunday de banda ancha

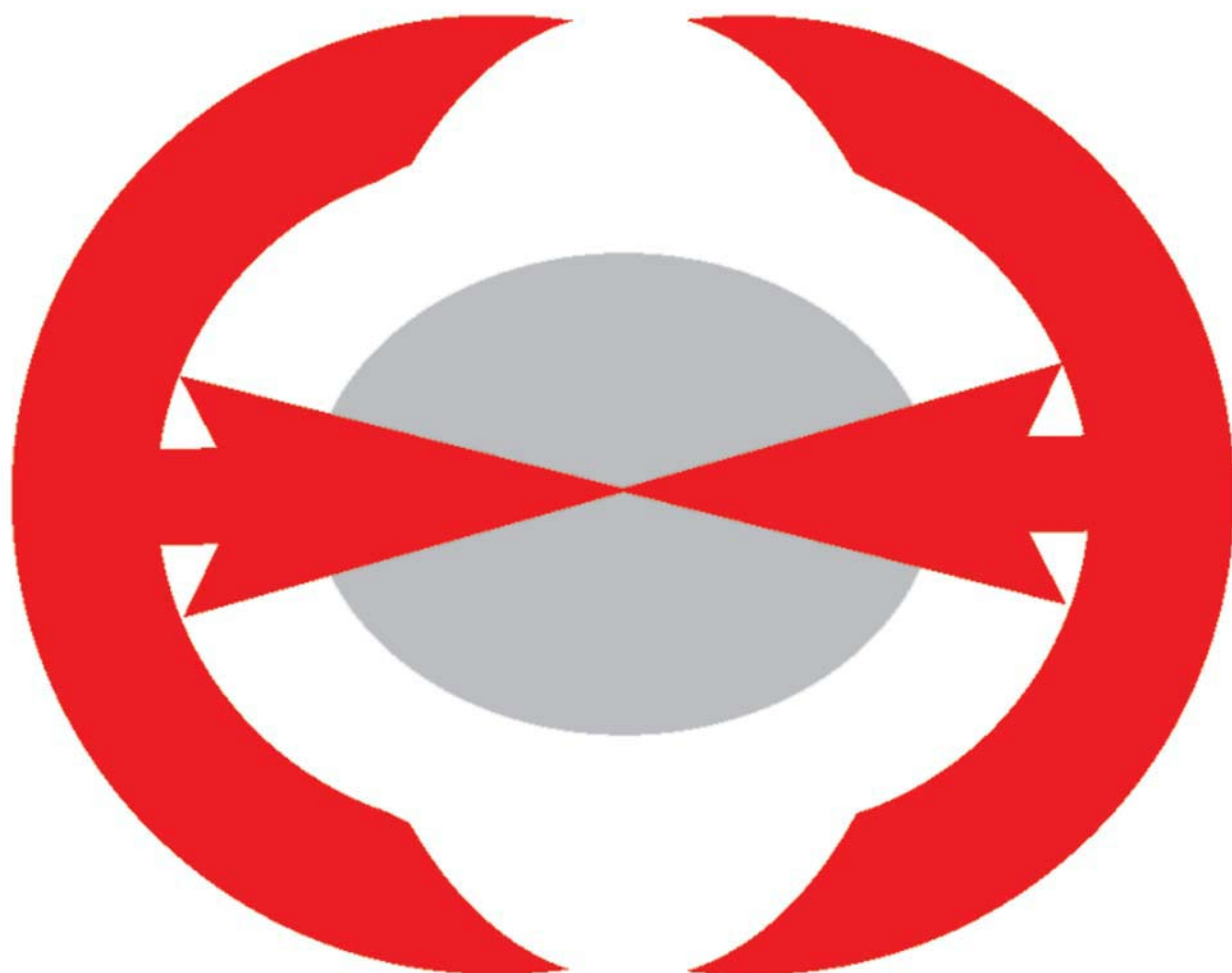
Después de la instalación de una rotativa offset de bobina Sunday 4000 de 64 páginas en 2011, Litografía Magno Graf agregará una Sunday 3000 en sus instalaciones de Puebla (México) este año.

La nueva rotativa de cuatro unidades tendrá la capacidad de imprimir más de 3 millones de páginas tamaño revista por hora. Magno Graf produce libros, revistas, catálogos y productos comerciales para todo México. Litografía Magno Graf lleva 42 años en el mercado de las artes gráficas.

La rotativa llevará un portabobinas Contiweb FD, horno Ecoset y un cambio semiautomático de planchas QPL.

ExpoPRINT

EXPOenvíen 2013



DEL 16 AL 18 OCTUBRE

**Por fin tu feria,
la feria de todos**

FERIA DE MADRID

Tendencias de la Prensa Mundial

El aumento de participación de la audiencia es el futuro para los periódicos

Las circulaciones de periódicos impresos siguieron aumentando en Asia y declinaron en los mercados maduros de Occidente, mientras que los avances digitales han aumentado la audiencia para el contenido de los periódicos como nunca antes, según la encuesta anual de Tendencias de la Prensa Mundial de la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias.

Pero el crecimiento en las plataformas digitales no está siendo seguido por un consiguiente crecimiento de los ingresos publicitarios. Un análisis de Tendencias de la Prensa Mundial muestra que las web de noticias gozan de gran número de lectores, pero que el nivel de involucramiento del lector es bajo.

"El futuro de la industria de las noticias es sobre cómo los ciudadanos se involucran y participan en la sociedad", dijo Vincent Peyrègne, Director general de WAN-IFRA, en la presentación de la encuesta anual en una reunión de más de 1.500 editores, jefes de redacción y otros delegados en el Congreso Mundial de Periódicos, el Foro Mundial de Editores y el Foro Mundial de Publicidad, eventos realizados de manera conjunta en Bangkok, Tailandia, el pasado lunes.

"Incluso si la circulación de paga disminuye, los periódicos llegan a un gran número de lectores - impresos, en línea y móviles - y las últimas tendencias muestran que el compromiso de la publicidad

Pero el crecimiento en las plataformas digitales no está siendo seguido por un crecimiento de los ingresos publicitarios. Un análisis de Tendencias de la Prensa Mundial muestra que las web de noticias gozan de gran número de lectores, pero que el nivel de involucramiento del lector es bajo.

en la prensa impresa mantiene un buen rendimiento y mejora en muchos países", dijo.

"Los profesionales de la prensa entienden, más que nunca, los beneficios que ofrece el mundo digital para mejorar la calidad de sus conversaciones con las comunidades, identificar nuevos territorios donde puedan ampliar su rol, ayudar a reducir la complejidad del mundo, y aumentar la confianza de su audiencia."

El Sr. Peyrègne abordó el reto fundamental para el negocio de las noticias: "La fragmentación del mercado es una amenaza para nuestro modelo de negocio, pero tam-

bién es una oportunidad para volver a nuestra misión y valores fundamentales: empoderar a ciudadanos libres, poniendo a su disposición las noticias e información necesarias para tomar decisiones informadas en la sociedad".

LA ENCUESTA

La encuesta Tendencias de la Prensa Mundial incluye datos precisos de más de 70 países, que representan más del 90 por ciento del valor global de la industria. Los datos son compilados a través de un compromiso de las asociaciones nacionales de periódicos y el apoyo generoso de los proveedores mundiales de datos: Zenith Optimedia, IPSOS, ComScore y la UIT.

Los datos muestran:

- Más de la mitad de la población adulta del mundo lee diariamente un periódico: 2.500 millones en formato impreso, más de 600 millones en forma digital.

- La industria de la prensa genera más 200 mil millones de dólares americanos de ingresos anuales.

- Tanto la circulación como el rendimiento de la publicidad varían mucho según la región.

- La circulación de periódicos sólo disminuyó en un 0,9 por ciento a nivel mundial en el año 2012 respecto al año anterior, dado que el aumento de circulaciones en Asia compensa las pérdidas de circulación en otros lugares. La circulación se redujo en un 2,2 por ciento a nivel mundial entre 2008 y 2012, con los mayores descensos en Europa.

"La fragmentación del mercado es una amenaza para nuestro modelo de negocio, pero también es una oportunidad para volver a nuestra misión y valores fundamentales: empoderar a ciudadanos libres, poniendo a su disposición las noticias e información necesarias para tomar decisiones informadas en la sociedad".

- La circulación se redujo en el curso de un año en un 6,6 por ciento en América del Norte, 5,3 por ciento en Europa occidental, 8,2 por ciento en Europa del este, y un 1,4 por ciento en el Oriente Medio y Norte de África. Aumentó en un 1,2 por ciento en Asia, 3,5 por ciento en Australia y Nueva Zelanda, y 0,1 por ciento en América Latina.

- Los ingresos publicitarios de los periódicos disminuyeron en un 2 por ciento a nivel mundial en el año 2012 respecto al año anterior, y en un 22 por ciento desde 2008. Este descenso durante cinco años se debió principalmente a la disminución de la publicidad

Convergencia Global

La clave del éxito



Contratación y producción de publicidad multi-canal
Redacción Convergente y Multimedia - Archivo (DAM-eCommerce)
Salidas en todos los canales (Web, Print, Tablets, Smartphones, ePaper...)
Suscripciones, Circulación / Distribución
Gestión y Conocimiento de Audiencias

en los periódicos de Estados Unidos, el mercado de publicidad más grande del mundo. La publicidad impresa cayó en un 42 por ciento en los Estados Unidos durante cinco años, lo que representa casi tres cuartas partes de la pérdida global de publicidad en los periódicos.

El descenso de los ingresos publicitarios en los periódicos de Estados Unidos refleja la tradicionalmente elevada dependencia de los editores de EE.UU. de los anuncios clasificados. Se estima que el 80 por ciento de los anuncios clasificados son ahora digitales. Aunque la mayor parte de los mismos es entre "jugadores puros" propiedad de los editores, esos ingresos no se reflejan en las estadísticas de la industria.

Los ingresos por publicidad se redujeron en el curso de un año en un 7,6 por ciento en América del Norte, 3,4 por ciento en Europa occidental, 5,6 por ciento en Europa del este, y 8,3 por ciento en Australia y Nueva Zelanda. Se elevó en un 9.1 por ciento en América Latina, 3,6 por ciento en Asia, y 2,3 por ciento en el Oriente Medio y el Norte de África.

Los ingresos por publicidad se redujeron en el curso de más de cinco años en un 42,1 por ciento en América del Norte, 23,3 por ciento en Europa occidental, 30,2 por ciento en Europa del este, 22,7 por ciento en el Medio Oriente y África del Norte, y 24,9 por ciento en Australia y Nueva Zelanda. Aumentó en un 37,6 por ciento en América Latina y 6,2 por ciento en Asia.

OTROS DATOS

La encuesta también reveló:

Los ingresos por publicidad se redujeron en el curso de un año en un 7,6 por ciento en América del Norte, 3,4 por ciento en Europa occidental, 5,6 por ciento en Europa del este, y 8,3 por ciento en Australia y Nueva Zelanda. Se elevó en un 9.1 por ciento en América Latina, 3,6 por ciento en Asia, y 2,3 por ciento en el Oriente Medio y el Norte de África.

- El mayor desafío para los editores sigue siendo la forma de aumentar la participación de las audiencias en las plataformas digitales. Mientras que más de la mitad de la población digital visita sitios web de periódicos, los periódicos son una pequeña parte del total del consumo de Internet, representando sólo el 7 por ciento de las visitas, sólo el 1,3 por ciento del tiempo en-línea, y sólo el 0,9 por ciento del total de páginas visitadas.

- Los contenidos de pago son una fuente de ingresos cada vez mayor. De acuerdo con la Alianza de Medios Auditados, casi la mitad de las editoriales estadounidenses adoptan ahora algún tipo de modelo de contenido pago. El cuarenta por ciento está utilizando un modelo a medida, un tercio co-

bran por contenidos de calidad, el 17 por ciento requiere el pago por el acceso, y el 10 por ciento utiliza algún otro modelo.

- Los móviles y las tabletas se están convirtiendo rápidamente en un medio de elección para muchos consumidores de noticias, y representan el 20 por ciento de las páginas visitadas en los mercados donde se dispone de datos. La investigación en los Estados Unidos, Alemania y Francia sugiere que el compromiso de las noticias a través de la tableta, tal como se mide por el tiempo pasado con contenido de noticias, es igual a la del periódico impreso.

- Los periódicos están activamente desarrollando ingresos procedentes de fuentes no tradicionales. En los Estados Unidos, el 27 por ciento de los ingresos de las compañías de periódicos ahora provienen de fuentes no tradicionales: el 11 por ciento de la digital, el 8 por ciento de los nuevos ingresos de otras fuentes (el servicio a los clientes, además de la publicidad), y el 8 por ciento de los ingresos no relacionado con la publicación (comercio electrónico).

- Hay una clara diferencia en el rendimiento de una copia única y las ventas de suscripción. En los mercados para los que se dispone de datos, las ventas de ejemplares han disminuido en un 26 por ciento en los últimos cuatro años, frente a un descenso del 8 por ciento en las ventas de suscripciones. El paquete impresión/suscripciones digitales es cada vez más exitoso.

- Por primera vez, Tendencias de la Prensa Mundial incluye datos definitivos

Los ingresos por publicidad se redujeron en el curso de más de cinco años en un 42,1 por ciento en América del Norte, 23,3 por ciento en Europa occidental, 30,2 por ciento en Europa del este, 22,7 por ciento en el Medio Oriente y África del Norte, 24,9 por ciento en Australia y Nueva Zelanda. Aumentó en un 37,6 por ciento en América Latina y 6,2 por ciento en Asia.

sobre lectores del Medio Oriente. Los lectores varían enormemente, oscilando entre el 5 por ciento de las personas en Irak y el 70 por ciento en los Emiratos Árabes Unidos y Kuwait.

Los datos del Oriente Medio muestran una correlación directa entre el éxito de los periódicos y su atractivo para lectores del sexo femenino. Mientras los niveles de lectores aumentan, también lo hace la proporción de mujeres frente a los lectores masculinos. En Iraq, un tercio de los lectores son mujeres, en comparación con Kuwait, donde hay más mujeres que leen los periódicos que hombres. WAN-IFRA ha informado anteriormente de que apelar al público femenino es un factor determinante en el éxito del mercado en el largo plazo.

HP T230 para una edición especial de un periódico de Cannes

Centro Stampa Quotidiani Spa (CSQ) situado en Erbusco, al norte de Italia, ha utilizado su rotativa de inyección de tinta en color HP T230 para producir una edición especial de la revista parisina "Paulette" durante el festival de cine de Cannes. Esta publicación se llamaba "La Gazette Paulette".

"La Gazette Paulette" fue producida cada dos días, durante la celebración del festival, y distribuida entre los visitantes a



lo largo del Boulevard de la Croisette y de otros puntos neurálgicos del festival. La revista fue impresa en un formato de

cuatro páginas de 33.5 x 45cm, a color en papel de periódico de 52g/m² y trasladada desde Erbusco a Cannes en camión (433 km).

La revista "Paulette" es una publicación 100% participativa dedicada a las mujeres. Fue fundada en 2010 por Irène Olczak como una publicación online y más tarde introdujo una versión impresa que actualmente tiene una tirada de 35.000 ejemplares.

Alma Manu, Colorman autoprint fortalece la posición de mercado

En abril de 2013, comenzó una nueva era para el Alma Manu en Tampere (Finlandia) con el traslado gradual de la producción de periódicos de las antiguas instalaciones. Alma Manu ha invertido 70 millones de euros en un nuevo complejo de producción, que incluye una Colorman autoprint y otros equipos. La compañía imprime alrededor de 3,2 millones de periódicos cada semana. 1,6 millones de ejemplares de los mismos van a los suscriptores. Los títulos incluyen Aamulehti, el segundo diario más grande de Finlandia, así como "Kauppalehti" y "Ilta-lehti", ambos también importantes periódicos finlandeses.



Pluma de Oro de la Libertad 2013 otorgada a Than Htut Aung de Myanmar

Than Htut Aung, Presidente y CEO de Eleven Media Group en Myanmar, conocido por su desafío a la censura oficial y su dedicación a las libertades democráticas, ha sido galardonado con la Pluma de Oro de la Libertad 2013, el premio anual de libertad de prensa de la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN-IFRA).

El premio fue presentado en Bangkok (Tailandia), durante la ceremonia de apertura del Congreso Mundial de Periódicos y el Foro Mundial de Editores, ante más de 1.200 editores, redactores jefe, directores ejecutivos, directores generales y sus invitados.

La octava KBA Commander CL va a Francia

El grupo de medios Ouest-France con sede en Rennes (Francia) ha invertido una KBA Commander CL de configuración doble ancho desarrollo sencillo. De las ocho Commander CL con 242 unidades de impresión vendidas hasta ahora, es la primera torre compacta con unidades tipo H. Está previsto que este en Ren-

nes en el otoño de 2014.

El diario más grande de Francia, Ouest-France, fue fundado el 4 de agosto 1944 por Paul Hutin-Desgrées y hoy tiene una circulación diaria de aprox. 800.000 ejemplares y 50 ediciones.

La rotativa de formato 350x500mm, puede imprimir 84.000 periódicos de for-



mato sábana de hasta 48 páginas por hora (40 de los cuales en cuatro colores) en un máximo de tres secciones. Y el doble de páginas en productos tabloide.

Nuevos mercados con la impresión offset sin agua

Con un equipo de impresión offset sin agua KBA Cortina 1.4 con planchas de Toray, la empresa de impresión en Gulf News, en los Emiratos Árabes Unidos, se ha abierto a nuevos mercados en la impresión comercial.

Aunque su ubicación en la árida región del Golfo se suma a los motivos del periódico para escoger la tecnología de impresión sin agua, el cambio tecnológico a una elección ya realizada por cerca de 20 periódicos.

Con capacidad de secado por calor, la KBA Cortina puede imprimir periódicos y productos semi-comerciales con secado por calor con la misma tinta,



eliminando los cambios de tinta que consumen tiempo en el offset convencional.

La combinación de una KBA Cortina con planchas Toray sin agua ofrece ventajas inherentes en cómo se transfiere la tinta a la página. El offset sin



agua da por acabado lograr y mantener el correcto equilibrio tinta / agua y la tensión de la banda. También elimina el fan-out y el error de registro asociado en la impresión a todo color, mientras que previene la nebulización de tinta y la necesidad de correcciones continuas.

Rotativas offset con horno de secado

El mayor pedido de rotativas offset con horno de secado es de dos manroland Lithoman IV de 80 páginas que pueden funcionar en modo dúplex, Kraft-Schlötels (Alemania).

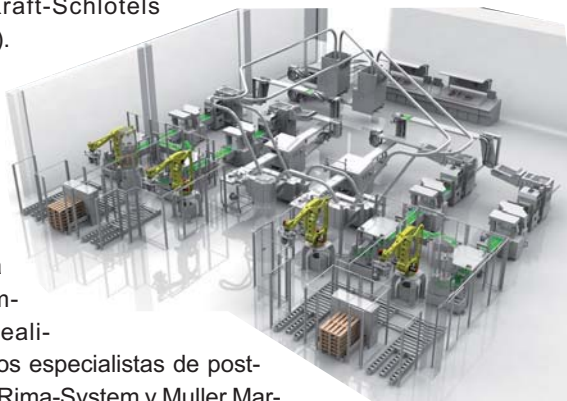
El conjunto estará equipado con un innovador sistema de post-impresión, realizado por los especialistas de post-impresión Rima-System y Muller Martini socios de cooperación desde el verano de 2011.

Detrás de la plegadora de manro-

land un sistema de pinzas de nuevo desarrollo de Müller Martini trasladará los flujos de dos líneas de 100.000 cph y entregará los productos en el

área de acabado al equipo de Rima-System. Los productos se pueden recortar, ser apilados, atados y, opcionalmente, por

último, pale-
tizados con cuatro robot de Rima-System.



Heider Verlag, con registro de QI Press Controls

Johannes Heider Verlag GmbH, una editorial de Bergisch Gladbach (Alemania), invirtió en las nuevas soluciones de sistemas de Q.I. Press Controls.

Como empresa editorial, de impresión y de medios de comunicación, la oferta de impresión coldset de Heider consiste básicamente en pedidos contractuales de productos como periódicos semanales, publicaciones de anuncios, periódicos para suscriptores y catálogos. Las tiradas normalmente son de entre cinco y varios miles de ejemplares. Todos los trabajos se imprimen en una rotativa KBA Journal de 32 páginas formada por dos torres 4/4 y en una KBA Colora de 16 páginas de una torre. Estas rotativas, instaladas en 2002 y en 2006 respectivamente, están equipadas con una plegadora cada una y pueden conectarse si es necesario para imprimir productos de 48 páginas en tres bandas.



Cortina con barniz

A principios de junio Volksfreund-Druckerei Nikolaus Koch, en Trier (Alemania) compró una KBA Cortina para la impresión de periódicos y semi-comercial. La tecnología offset sin agua de prensa de Koenig & Bauer (KBA) fortalecerá la producción de los propios títulos de la editorial y ampliar significativamente su gama de productos.

El doble ancho de la Cortina tendrá 510 mm de corte, una anchura máxima de banda de 1.400 mm, una producción de 85.000 ejemplares por hora y la capacidad de producir hasta 32 páginas sábana y 64 tabloide a todo color. Junto con dos portabobinas Pastomat y Patras A para la manipulación de bobinas automática, la rotativa cuenta con dos torres de cuatro niveles, una plegadora KF 5 y dos barnizadores.





Alborum

Un derroche de medios para mantenerle informado

Revistas



Impresión. Preimpresión. Acabados. Rotulación. Printing digital. Packaging. Rotativas. Offset. Flexo. Hueco, Agenda, Personas... (Ediciones: España, Portugal, Latinoamérica)

PRODUCCION
Gráfica

Creación.
Diseño.
Realización.



Mailing. Billing.
Manipulados.
Gestión e Impresión
documental.

Ferias

EXPOenvíen

Feria del Mailing, Billing, Transpromo, Manipulados, Acabados Marketing directo, Gestión e Impresión documental.

ExpoPRINT

Salón de las tecnologías de gestión e impresión del documento y sus equipos periféricos.

Internet

www.alborum.es

www.expoprint.es

www.expoenvien.com

www.laprensa.com.pt

OTROS

Seminarios, Webinar, Jornadas Técnicas, ...

Menos agua para fabricar papel y celulosa

Eficiencia energética, eficiencia en el uso de agua y eficiencia en la gestión de los residuos del proceso son las líneas maestras de actuación del sector de la celulosa y el papel en lo que se refiere al proceso de fabricación.

Un mix de combustibles basado en la biomasa (37%) y el gas natural (61%) junto con la cogeneración (1.135 MW de potencia instalada), reconocida como MTD (Mejor Tecnología Disponible), son las grandes apuestas del sector en materia energética.

En 2012 el 72% de los residuos del proceso se valorizaron y el porcentaje de residuos que acabó en el vertedero (28%) se redujo un punto con respecto al año anterior.

Hubo un importante crecimiento de la valorización energética en la propia fábrica: el 24% de los residuos totales de proceso se valorizan ya por esta vía (frente al 9% en 2011), superando ya el objetivo fijado para 2015 (20%).

La valorización de residuos papeleiros en la industria cerámica y cementera disminuye como consecuencia de la crisis, que se está haciendo sentir especialmente en los sectores relacionados con la construcción de vivienda y las obras públicas.

Ha habido mayor eficiencia en el uso de agua y mejora de la calidad de los vertidos, solo un 5% del agua utilizada en el proceso se consume y el 95% restante se devuelve al cauce o a la red, tras ser depurada en instalaciones propias del sector.

La utilización de agua en el proceso en 2012 disminuye el 4%, mientras la producción de papel (-0,4%) y celulosa (+0,2%) se mantiene en niveles similares al año anterior.

Además, la calidad de los vertidos evoluciona favorablemente en todos los indicadores, salvo un ligero repunte de tres décimas en los sólidos en suspensión totales.

Stora Enso para dos máquinas de papel prensa en Suecia

Stora Enso va a parar la producción de 205.000 toneladas/año de la PM2 en la fábrica de Hylte y las 270.000 toneladas de la PM11 en la fábrica de Kvarnsveden, ambas en Suecia, por razones relacionadas con el mercado. Las dos máquinas han estado produciendo papel prensa. La decisión es parte del plan de re-estructuración y mejora del beneficio, que reducirá costos en un total de 54 millones de euros al año y el número de empleados en 600. Las negociaciones con los representantes de los trabajadores están en marcha en ambas fábricas. La fábrica de Kvarnsveden tiene otras tres máquinas, que pueden producir 120.000 y 400.000 toneladas/año de papel supercalandrado (SC), y 200.000 toneladas/año de papel mecánico sin estucar. Por su parte, la fábrica de Hylte produce otras 480.000 toneladas/año de papel prensa en otras dos máquinas.

Política de no deforestación de Asia Pulp and Paper

Asia Pulp and Paper Group (APP) ha anunciado que su compromiso para finalizar la deforestación en su cadena de suministro sigue protegiendo el bosque indonesio. El anuncio se produce de forma simultánea con el lanzamiento de la tercera actualización de la empresa de su Hoja de Ruta de la Sostenibilidad 'Vision 2020'.

La Política de Conservación Forestal (FCP) de APP, que da por finalizada la utilización del bosque natural en la cadena de suministro, fue anunciada el 5 de febrero de este año.

Los bosques naturales serán identificados a través de las asesorías de High Conservation Value (HCV) y High Carbon Stock (HCS) que están llevándose a cabo actualmente en todas las concesiones de terreno de APP en Indonesia. Las evaluaciones, que finalizarán a principios del próximo año, se están llevando a cabo por The Forest Trust (TFT) y asesores independientes de HCV (High Conservation Value), para determinar qué zonas de las concesiones de los proveedores de APP contienen bosque natural para ser protegidas.

La compañía ha anunciado como fecha límite el 31 de agosto de 2013 para que toda la madera procedente de bosques naturales talada antes del 1 de febrero de 2013 llegue a sus plantas de celulosa. A partir de esta fecha ninguna fibra de bosques naturales podrá entrar en los depósitos de APP.

Mondi comienza la producción industrial de papel para bolsas en Irak

Mondi ha comenzado la producción en su planta de Sulaimaniyah, al norte de Irak. La empresa ha invertido 16 millones de dólares en el proyecto, según un portavoz de Mondi. La planta, que es la primera fábrica industrial de bolsas en Irak, fue construida con la colaboración de la empresa iraquí Kaso Group. El proyecto significa la expansión de Mondi en el mercado de Oriente Medio y África. Mondi Kaso está especializada en las bolsas de válvula para cemento y materiales de construcción. La fábrica produce 100 millones de bolsas/año, para suministro del mercado interior y mercados cercanos.

Cuestión de sensaciones

Quando el envase seduce a los sentidos

Un envase sugerente desde el punto de vista emocional puede marcar la diferencia entre que un producto se quede en la estantería o vaya a parar al carro de la compra. En los envases actuales, los diseños impactantes y los acabados sofisticados están a la orden del día. Los envases que incorporan técnicas de acabado de calidad aumentan la percepción del valor del producto, un elemento fundamental dada la saturación de los mercados actuales.

Si queremos que un producto se venda bien, el envase debe resultar atractivo para los sentidos. Es la única manera de que el artículo destaque en un mercado saturado y se diferencie de los productos similares. El envase que seduce al consumidor desde un punto de vista emocional, a través de técnicas de acabado de calidad, capta su atención y facilita la venta. Es una tendencia en la que todos los implicados en la cadena de suministro del envasado cada vez se centran más, sobre todo porque el mercado es muy competitivo y evoluciona a un ritmo de vértigo. No cabe duda de que la decisión de compra está muy influida por el envase, tal y como lo ratifican una y otra vez las encuestas a los consumidores. Por ejemplo, según un estudio reciente de Pro Carton, hasta un 70% de las decisiones de compra tiene su origen en una respuesta emocional, el 52% se debe al aspecto visual y el 33% responde a las características físicas del producto.

Estos datos sugieren que es más probable que el con-



Lars Scheidweiler

Responsable de productos de la división de envases rígidos de Sappi Fine Paper Europe

sumidor acabe comprando un producto si el envase conecta con ellos desde un punto de vista emocional, visual y táctil. Por eso el diseño de envases es -y seguirá siendo- un sector tan activo y lucrativo para las empresas de manipulado, los diseñadores, las marcas,

los fabricantes de papel, los impresores y las empresas de acabado. Otra consecuencia es que aumenta la demanda de soportes que sean de calidad y aporten versatilidad en la impresión y el acabado. Los cartones blancos y brillantes de celulosa actualmente están considerados el soporte ideal para posicionarse con éxito en el mercado, sobre todo cuando se combinan con técnicas sofisticadas de impresión y acabado. Estos elementos dotan al envase de un efecto multisensorial que llama más la atención del consumidor y diferencian el producto. El resultado es, sin duda, una mayor visibilidad de la marca, más ventas y un aumento de la cuota de mercado.

Los cartones blancos y brillantes de celulosa actualmente están considerados el soporte ideal para posicionarse con éxito en el mercado, sobre todo cuando se combinan con técnicas sofisticadas de impresión y acabado.

EL MUNDO DEL ACABADO

Los envases más impactantes son aquellos que utilizan efectos de acabado sorprendentes que logran que el envase parezca real y se asimile al producto que contiene debido a sus propiedades visuales o táctiles. Si, además, el envase incorpora efectos inesperados o combina materiales inusuales, el impacto es aún mayor. Si bien estos efectos aumentan el coste y el tiempo necesarios para producir el envase, el valor añadido que proporcionan permite amortizar de sobras la inversión extra. Achilles Group asegura que la demanda de impresión en relieve por parte de las marcas ha crecido en un 60% en los últimos dos años,

seguida de cerca por el aumento de las láminas resistentes a los arañazos y otras láminas estructurales, el minigofrado (un 45% más), el estampado en caliente sobre papel dorado (un 30% más) y el contraencolado plateado (un 24% más).

Aun así, para Achilles, la verdadera explosión ha sido la demanda de una técnica relativamente nueva: el acabado de "tacto suave", que aporta un efecto táctil y sensitivo muy especial. Algunos barnices y láminas especiales confieren a la superficie un efecto aterciopelado. El acabado de tacto suave, junto con el barniz directo UV, el estampado metálico y el estampado en seco, son muy populares en la producción de portadas de libro sofisticadas, por ejemplo. Para conseguir aún más repercusión en el punto de venta, Achilles ha sido capaz de clasificar el efecto de las técnicas de acabado en función del grupo demográfico. Así, en los hombres de entre dieciocho y treinta años, domina el barniz con textura combinado con el barniz en relieve; mientras que en el caso de las mujeres del mismo rango de edad, los efectos brillantes, los colores fluorescentes y los efectos parcialmente aterciopelados son los más eficaces. En este grupo demográfico, también los acabados especiales son populares: láminas de tacto suave, láminas estructuras y estampado en seco. El hecho es que a los consumidores, tanto jóvenes como mayores, les atraen los envases que incorporan algo más que un papel suave.

LA ELECCIÓN DEL CARTONCILLO

Los resultados que proporciona una gama amplia de acabados especiales demuestran que son los detalles los que marcan la diferencia. No obstante, cabe destacar también que el efecto final del acabado depende en gran medida del tipo de cartoncillo que se escoja. La primera consideración que debe tenerse en cuenta es si el cartoncillo es adecuado para las técnicas de acabado mencionadas y si las zonas grabadas en relieve pueden reproducirse de manera óptima. También es importante saber cómo reacciona el cartoncillo a la aplicación de barnices y tintas especiales. Cada vez más, los clientes quieren integrar sus marcas en el cartoncillo para conseguir que el producto se identifique de manera única, algo que suele requerir usar tintas especiales. El último aspecto relevante es el comportamiento del cartón en producción. ¿Se puede producir a gran velocidad? ¿Es apto para cambiar rápidamente de trabajo? ¿Qué materiales se

han usado para fabricar el cartoncillo?

El cartoncillo que se emplee en el sector de la impresión y la producción de envases debe ser capaz de cumplir todos estos requisitos. La calidad de la superficie del cartoncillo influye en la impresión, el barniz y el gofrado, así como en el contraste, el brillo del acabado y la legibilidad. La posibilidad de usar estampado metálico en caliente o en frío, la resistencia al borrado de la tinta y la compatibilidad con otras técnicas de procesamiento sofisticadas sin que se dañe el soporte también dependen de la calidad de la superficie. El contenido en fibras del cartoncillo -obtenido por medios mecánicos o químicos, con madera o no, o con fibras largas o cortas- también afecta al rendimiento, en aspectos como el amarilleo, la opacidad, la rigidez, la resistencia al agrietamiento, la resistencia a la tracción, la elasticidad y la estabilidad dimensional. Por último, el gramaje del cartoncillo determina las características de procesamiento,

*La calidad
de la superficie
del cartoncillo influye
en la impresión,
el barniz y el gofrado,
así como en el
contraste,
el brillo del acabado
y la legibilidad.*

el tacto de la superficie, la rigidez y la opacidad, así como la capacidad del envase de proteger el producto.

LOS ACABADOS ESPECIALES DAN VALOR A LA MARCA

No hay duda de que los acabados con efectos especiales llaman más la atención, aumentan el valor del producto o del envase y, en última instancia, pueden impulsar las ventas. Las marcas que quieren diferenciarse de la competencia recurren cada vez más a los efectos de acabado que buscan una reacción de los sentidos -sobre todo de la vista y el tacto, aunque también

del olfato, el gusto y el oído- para conseguir que el producto resulte más atractivo. Los acabados especiales, como el estampado metálico, por ejemplo, son más que un elemento tridimensional que capta la atención del consumidor y transmite la calidad y exclusividad del producto a través del envase. También despiertan el sentido del tacto, suscitando la curiosidad y las ganas de jugar con el relieve.

Para hacer realidad esta clase de efectos atractivos para el consumidor, se necesita la colaboración de toda la cadena de suministro y la participación de especialistas en acabado. La interacción entre los diversos elementos hace posible unos resultados excepcionales y creativos. Una cosa es ser el mejor en nuestro campo, pero se requiere una gran profesionalidad para conseguir que especialistas de diversas disciplinas -diseño, maquetación, impresión, acabado, selección de material y procesamiento- trabajen juntos para generar ideas nuevas y materializarlas.

El acabado marca la diferencia

Si usted quiere vender un producto, el embalaje debe apelar a todos los sentidos. Ésta es la única manera de destacar entre la competencia en un mercado sobresaturado. El embalaje que se comunica con los consumidores de una manera emocional, haciendo uso hábil de una de las muchas técnicas de acabado de impresión disponibles, proporciona un factor sorpresa que asegura que los productos se destaquen en las abarrotadas estanterías. Ésta fue la clave del Foro de Inspiración del Embalaje.

Las encuestas a consumidores confirman repetidamente que las decisiones de compra están influidas por el embalaje. Esto explica por qué el diseño innovador del embalaje sigue siendo una alta prioridad para los convertidores de envases, diseñadores, propietarios de marcas, fabricantes de papel, impresores y empresas de acabados de impresión.

Desde la perspectiva de Sappi, un elemento clave es la cada vez mayor demanda de sustratos, incluyendo los grados de cartón de pasta de color blanco brillante, y la necesidad de una alta calidad y una impresión versátil y opciones de acabado que se aprovechan de las características del sustrato. Una demostración de diseño de embalaje de gama alta fue un embalaje trenzado con acabado complejo para una marca ficticia de chocolate.

What's Next de Sappi



Sappi Fine Paper Europe lanza su sexta edición de What's Next, su revista creativa

para clientes, reflejando su pasión por la impresión.

La revista ha sido impresa en cinco papeles de Sappi diferentes. Esta sexta edición de What's Next trata sobre el Tacto.

Los formatos de papel

El formato de papel A (DIN A o ISO A)

La serie A de los formatos de papel están estandarizadas por la ISO, en el sistema métrico decimal.

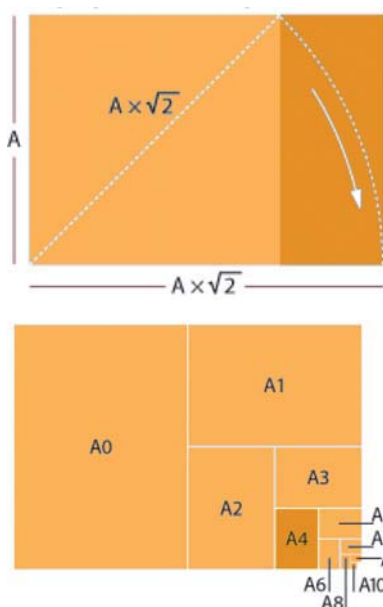
Aunque el formato más usado de esta serie es el A4, la serie se basa en el formato A0, que equivale a un metro cuadrado de papel.

La hecho básico y característico de esta serie es que todos sus tamaños siguen una proporción muy característica: Su lado más largo es el lado más corto multiplicado por la raíz cuadrada

de 2 (igual a 1,414). Los decimales se redondean a milímetros enteros.

Esto le da a la serie una propiedad muy útil, cada formato equivale a la mi-

tad del tamaño superior o al doble del tamaño inferior. Por ejemplo, así si doblamos por la mitad más larga de un A4, obtenemos un A5.



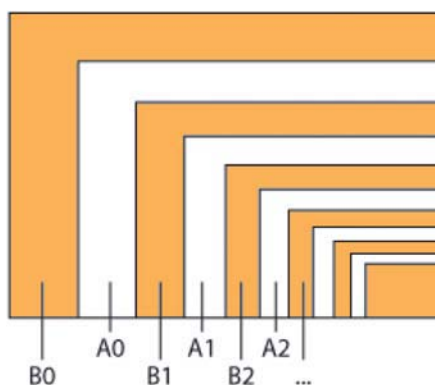
Nombre	Tamaño	Superficie	Uso frecuente
4A0	2.378 × 1.682 mm.	4 m ²	
2A0	1.682 × 1.189 mm.	2 m ²	
A0	1.189 × 841 mm.	1 m ²	Dibujos técnicos, planos o pósters.
A1	841 × 594 mm.	0,5 m ²	Dibujos de todo tipo (incluidos técnicos), planos, pósters, diagramas o similares.
A2	594 × 420 mm.	0,25 m ²	Dibujos, pósters, diagramas o similares.
A3	420 × 297 mm.	0,12 m ²	Dibujos, pequeños pósters, diagramas, tablas explicativas, organigramas.
A4	297 × 210 mm.	0,06 m ²	Tamaño referencia y el más habitual.
A5	210 × 148 mm.	0,03 m ²	También se usa para libros.
A6	148 × 105 mm.	0,015 m ²	Tarjetas postales o libros de bolsillo.
A7	105 × 74 mm.	0,007 m ²	
A8	74 × 52 mm.	0,003 m ²	Similar a una tarjeta de visita o de crédito pero algo más corto.
A9	52 × 37 mm.	0,0019 m ²	
A10	37 × 26 mm.	0,0009 m ²	

El formato de papel B (DIN B o ISO B)

Esta serie de formatos de papel estandarizados se definió para obtener tamaños intermedios entre los definidos en la serie A, cuyos tamaños son a veces demasiado grandes o pequeños para algunos usos.

Los tamaños de la serie ISO B se forman sacando la media geométrica entre el formato de la serie A del mismo número y el formato de la serie A superior. Así, por ejemplo, el B4 es el tamaño intermedio entre A3 y A4.

Lo de "media geométrica" quiere decir que su superficie es la mitad de la superficie de la que hay ente la serie A y el anterior o siguiente de la misma serie. Así, por ejemplo, el B4 tiene la mitad de la diferencia de superficie cuadrada entre el A3 y el A4. Visualmente un tamaño B siempre parece estar más cerca del ta-



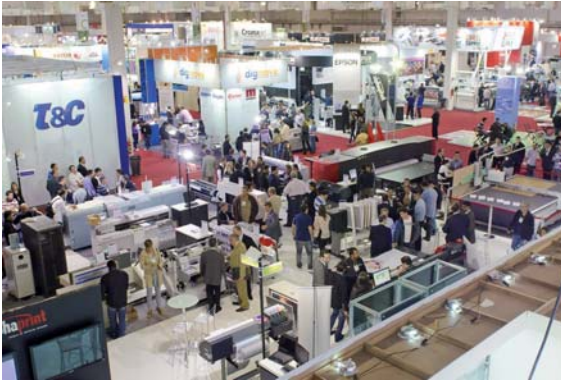
maño de su mismo número de la serie A que del tamaño superior, si bien la superficie es la mitad.

De hecho, hay una serie B japonesa (Japan Industrial Standard B: JIS B) utiliza la media aritmética entre tamaños A (el tamaño de cada lado de una número de la serie B es igual al mismo número

Nombre	Tamaño	Superficie
B0	1.414 × 1.000 mm.	1,41 m ²
B1	1.000 × 707 mm.	0,70 m ²
B2	707 × 500 mm.	0,35 m ²
B3	500 × 353 mm.	0,17 m ²
B4	353 × 250 mm.	0,062 m ²
B5	250 × 176 mm.	0,044 m ²
B6	176 × 125 mm.	0,022 m ²
B7	125 × 88 mm.	0,001 m ²
B8	88 × 62 mm.	0,00054 m ²
B9	62 × 44 mm.	0,00027 m ²
B10	44 × 31 mm.	0,00013 m ²

de la serie A más la mitad de la diferencia de tamaño del lado con la serie A superior). En esa serie japonesa, los tamaños B son visualmente intermedios pero su superficie está más cerca del número superior.

AGENDA



FESPA 2015 Brasil vuelve a Sao Paulo



A casi dos años, FESPA 2015 Brasil tiene el 80% de su superficie de exposición ya comprometida.

El evento tendrá un fuerte enfoque en la impresión digital, también aumentará la representación de prendas de vestir y textiles de impresión y serigrafía.

FESPA Brasil 2015 es una empresa conjunta con la compañía brasileña evento APS y se llevará a cabo junto ExpoPrint Digital 2015 - un evento de impresión de banda estrecha centrado en América Latina.

Feria Internacional Gráfica, Multimedios, Publicitaria y Afines -FIGRAMPA 2013-

La Asociación de Industriales Gráficos-AIG, institución que por cuarta ocasión organiza en Quito, la Feria Internacional de la Industria Gráfica, Multimedios, Publicitaria y afines -"FIGRAMPA 2013", que se llevará a cabo del jueves 29 de agosto al domingo 1 de septiembre, en el Centro de Exposiciones Quito.

Esta feria constituye el escaparate más importante dentro del mercado Ecuatoriano, el marketing, la comunicación y un sin número de estrategias comerciales serán los mejores aliados, tanto de organizadores, como de participantes.

América Latina, camino de los medios digitales

Conferencias digitales de WAN-IFRA llegan a la región con el objetivo de jugar un rol clave en este cambio, facilitando un intercambio de ideas y de buenas prácticas entre los actores más innovadores de la región y el resto del mundo.

La primera edición de la conferencia Digital Media Latinoamérica se celebrará del 30 al 31 de octubre, en Bogotá (Colombia).

PERSONAS

Lascelle Barrow

Presidente de FESPA



Lascelle Barrow será nombrado 15º Presidente de FESPA asumiendo así el rol del Presidente saliente, Gyorgy Kovacs.

El rol del Presidente es supervisar las actividades de

FESPA como Federación de Asociaciones Europeas; presidir la Junta y la Asamblea General de FESPA; trabajar en estrecha colaboración con el Director General de FESPA y su equipo ejecutivo a fin de garantizar que los eventos y actividades FESPA se adaptan a las necesidades y a las aspiraciones de sus 37 asociaciones miembro; y supervisar la reinversión de fondos a beneficio de la comunidad global de impresores FESPA mediante el programa Profit for Purpose. Se trata del segundo periodo de Barrow como Presidente de FESPA, cargo que ya ocupó de 1992 a 1996.

Dan Maffeo

Vice Presidente de Ventas

(América del Norte) de FFEI



En apoyo de su programa de expansión de EE.UU., FFEI contrata a Dan Maffeo como Vice Presidente de Ventas (América del Norte).

Veterano de la industria, cuenta con más de 30 años de

experiencia y éxito en el sector de la impresión.

Tomas Brunegård

Presidente de WAN-IFRA

Tomas Brunegård, Presidente del Grupo Stampen Media en Suecia, ha sido elegido Presidente de la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN-IFRA).

Brunegård, que fue elegido para un mandato de dos años durante las reuniones anuales de la organización en Bangkok (Tailandia), sucede a Jacob Mathew, Director ejecutivo y Editor del Grupo de publicaciones Malayala Manorama, de Kerala (India).

La Prensa de la Industria y la Comunicación Gráfica

Edita

ALBORUM, S.L.

Dr. Esquerdo, 105.

28007 Madrid (España).

Tel.: 91 309 65 20. Fax : 91 309 65 21.

Director

ENRIQUE NIETO DE LAS CUEVAS

Publicidad

FRANCISCO GONZALEZ ECHEVERRIA

Dr. Esquerdo, 105

28007 Madrid (España).

Tel.: 91 309 65 20. Fax: 91 309 65 21.

laprensa@alborum.es • www.alborum.es

laprensa@lapensalatinoamerica.com

www.lapensalatinoamerica.com

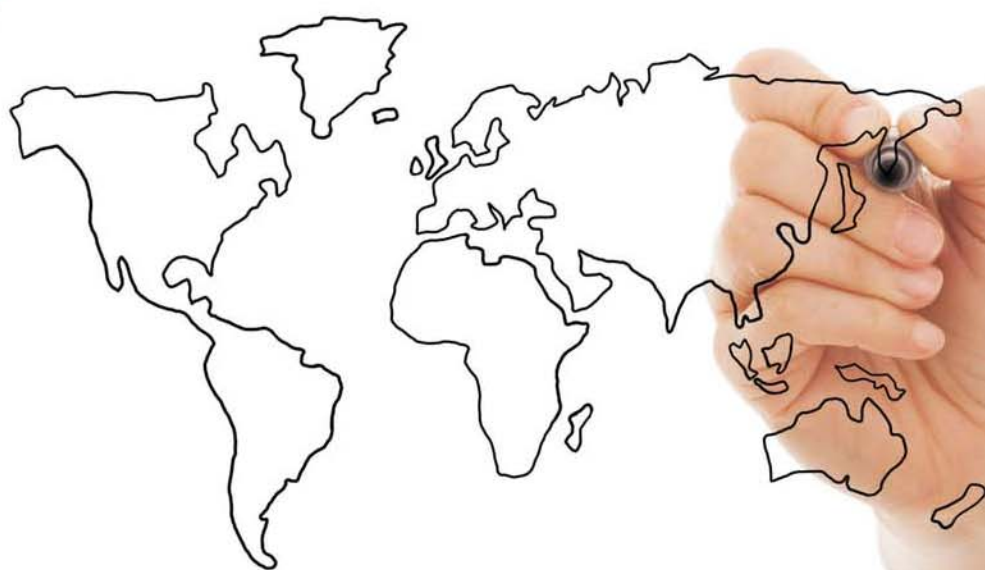
• **La Prensa de la Industria y la Comunicación Gráfica** no se hace responsable de las opiniones de sus colaboradores, siendo ellos los últimos responsables de éstas.

• Los contenidos de esta publicación no podrán ser reproducidos sin la autorización escrita del editor.

Cubriendo

LA INDUSTRIA DE LAS ARTES GRAFICAS





**Martínez
Ayala**

**Presentes en
todo el mundo**

www.martinezayala.com

+34 968 4180 30

tintas@martinezayala.com