

Edición

Latinoamérica

La Prensa

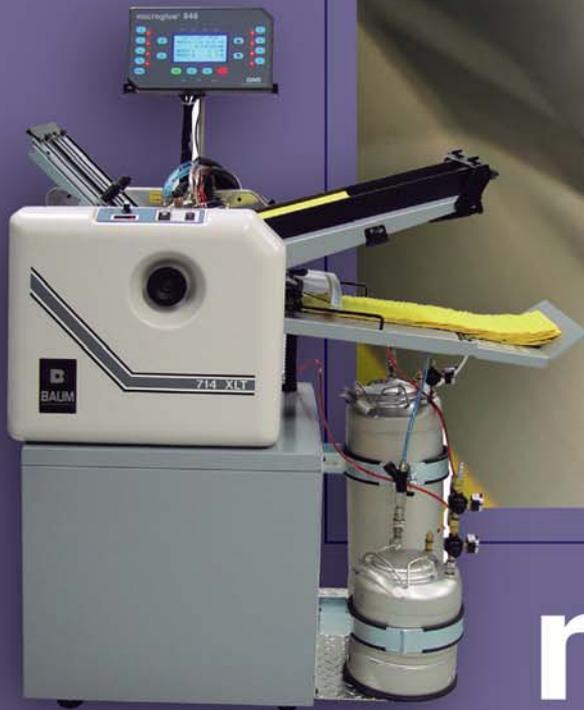
www.alborum.com

Nº 65
ABRIL
2024

de la Industria y la Comunicación Gráfica

UN SISTEMA COMPACTO PARA AUTOSOBRE

Paquetes todo incluido
disponibles



microgluer®

ELIMINE COSTOSOS FORMATOS PRE-CORTADOS O PRE-ADHESIVADOS

Doblado, pegado y cortado en un solo paso
para crear autosobres en formato C, V y Z



Valco Melton Mexico: +52 55 62781727
microglue.com | mexico@valcomelton.com

graphispag
2024

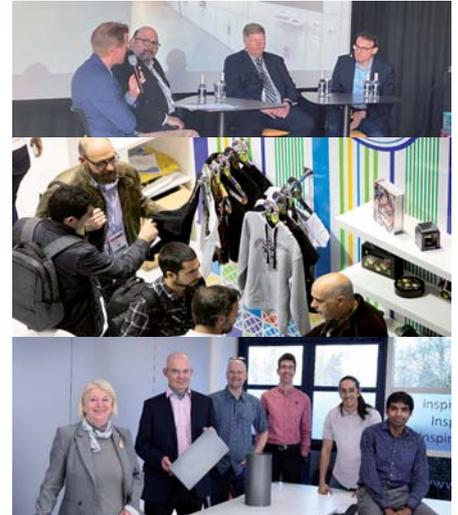


Fira Barcelona

1-3 OCTUBRE
RECINTO GRAN VIA - BARCELONA

www.graphispag.com
#graphispag     

IMPRIMIENDO VALOR



Empresas

- 4 Sostenibilidad bajo presión
- 5 Graphispag se abre a más sectores industriales
- 6-7 drupa: el evento de máxima audiencia para la industria gráfica mundial
- 7 Nuevo foro especial Touchpoint Sustainability en drupa 2024
- 8 Informe drupa Print Horizons
- 10-12 La automatización del flujo de trabajo impulsa el futuro de la impresión
- 13 Los CTP de Heidelberg cumplen 40 años este 2024
- 14 Engview: El diseño y fabricación de empaques hechos fácil
- 16 WPCF insta a esfuerzos globales para reducir la huella ambiental de la industria gráfica
- 17 Manteniéndolo local
- 18 Folletos y revistas de alta calidad con el confeccionador Duplo DBM-700
- 20 Tecnología de alto rendimiento de Heidelberg

IMPRESIÓN TEXTIL

- 21 Chile. Primer Fashion Meet by Epson en Chile
- 22-23 Por qué la Mimaki Tiger600-1800TS está en la cima de la jungla de impresión por sublimación industrial

Gran formato

- 24 Canon presenta las nuevas imagePROGRAF GP de 7 colores
- 26-27 La impresión de gran formato revoluciona el interiorismo
- 28 Mimaki presenta una nueva impresora UV para cartelería y señalización
- 29 Epson presenta la SureColor V1000

PRINTenvíen

- 30 Actualizaciones de la serie varioPRINT 6000 TITAN
- 32-33 Inkjet, ¡el gran facilitador!
- 34 La RICOH ProTM C9500 redefine el rendimiento con los DFEs de Fierly

Rotativas

- 36 Informe de WAN-IFRA sobre la difusión del pensamiento digital

Papel

- 38-39 ¿Estamos perdiendo nuestra capacidad de leer profundamente?
- 40 Marketing impreso y métricas de atención
- 42 Noticias de sostenibilidad: 3 razones para estar alegre
- 43 Impactos de Two Sides y Love Paper en 2023
- 44 Los costos ambientales ocultos de lo digital

46 Personas

La Prensa de la Industria y la Comunicación Gráfica

Edita

ALBORUM, S.L.
 Dr. Esquerdo, 105.
 28007 Madrid (España).
 Telf.: +34 91 309 65 20.
 laprensa@alborum.com
 www.alborum.com

DELEGACION CHILE
 Philips 451 (DP 608)
 Santiago Centro (Chile)
 Telf.: +56 9 6100 8390

Director

ENRIQUE NIETO DE LAS CUEVAS

Redacción

ANA ISABEL CORCHUELO

Publicidad

FRANCISCO GONZALEZ ECHEVERRIA
 fgonzalez@alborum.com
 Telf.: +34 626 000810

Deposito legal: M-6312-2019

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

ENVASES EMBALAJES ETIQUETAS

- 47 México se destaca como centro de nearshoring en la industria del embalaje en 2023
- 48 Xavier Pascual. Director de Hispack 2024
- 50-51 ¿Qué piensan realmente los consumidores sobre los envases?
- 52 ePS presenta soluciones de software en Label Summit Latin America
- 53 Siegwerk logra la puntuación CDP B por su desempeño medioambiental
- 54-55 La revolución de los envases de papel: un cambio hacia la sostenibilidad y la innovación
- 56 Koenig&Bauer Durst presenta su nueva tinta blanca de base agua
- 58 Pasos clave para una implementación exitosa de ERP y MES
- 59 Versión 9.5 de Packz de Hybrid Software

Sostenibilidad bajo presión

La tecnología y la innovación van de la mano y con cada avance, el reciclaje en la industria gráfica se vuelve un poco más complejo. La sostenibilidad, ambiental y comercial, se vuelve igualmente difícil, particularmente en el contexto de otras presiones comerciales.

Al ser un año drupa, esperamos que se presenten todo tipo de nuevas tecnologías en Düsseldorf en mayo. Y para no quedarse atrás, FESPA en Ámsterdam ha sido el escenario de una gran cantidad de nuevas tecnologías. Ricoh presentó una nueva impresora rollo a rollo de cama plana y hubo muchos más productos nuevos para explorar. Ciertamente no falta innovación, pero no vemos que se haga lo suficiente en lo que respecta a desarrollos de sostenibilidad.

El problema no es tanto con los residuos de impresión comercial, ya que la mayor parte sigue siendo papel. El reciclaje de papel está bien establecido en las economías desarrolladas y, aunque la industria del papel está floja en lo que respecta a inversiones en reciclaje y destintado de impresión digital, el modelo al menos está ahí. En algún momento se realizarán las actualizaciones necesarias.

Las tecnologías de prensa también se reciclan fácilmente y aquí también existe un modelo. Ricoh, Canon, HP y Xerox llevan mucho tiempo reutilizando máscaras y otros componentes de dispositivos que han recuperado para su reutilización. Y las imprentas tienen una vida útil muy larga, suponiendo que todavía haya piezas y consumibles disponibles. Pero lo más grave es que tenemos tintas y sustratos nuevos que no siempre se pue-



Por: **Laurel Brunner**
<http://verdigrisproject.com>

den separar fácilmente. Esto compromete el reciclaje de papel y socavará los considerables avances logrados en la sostenibilidad ambiental de la industria en los últimos años. Dicho esto, en el sector de la impresión comercial contamos con una base establecida y cadenas de suministro para mejorar la sostenibilidad. En realidad, no se puede decir lo mismo del sector del embalaje, donde la innovación, particularmente en la ciencia de los materiales, puede estar generando más problemas de los que resuelve.

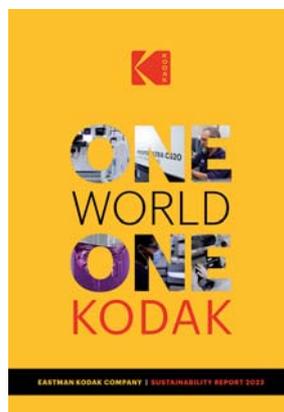
En los últimos años hemos visto algunas innovaciones magníficas en formas y tamaños de envases, gracias a la innovación en sustratos, tintas y sistemas de envasado. Ha habido una tendencia hacia envases más pequeños y multienvases, envases dentro de envases que se adaptan al mercado pero impulsan un consumo excesivo de envases. Esto inevitablemente genera residuos, muchos de los cuales se queman en lugar de incorporarse a los flujos de reciclaje establecidos.

Según datos de la Unión Europea (UE), cada europeo generó una media de más de 188 kg de residuos de envases, desde 73,8 kg por persona en Croacia hasta más de 246 kg por persona en Irlanda. El objetivo de la UE es reciclar el 70 % de los residuos de envases para 2030, de todas las fuentes, pero quizás no deberíamos generar tantos en primer lugar. Es mucho más fácil decirlo que hacerlo, pero al igual que ocurre con el uso sensato de la impresión, que ahora es un lugar común, todos podemos pensar más detenidamente en los residuos de envases que generamos.

Kodak publica su Informe de Sostenibilidad 2023

En Kodak, dar forma a un futuro sostenible para la empresa, sus clientes y el planeta es una de las principales prioridades de la agenda corporativa. Esto se ve respaldado por la publicación del Informe de Sostenibilidad 2023 de la empresa titulado "Un mundo, un Kodak". El informe cubre las actividades comerciales globales de Kodak en 2022 y hasta el primer trimestre de 2023 y proporciona una descripción general de los programas de sostenibilidad implementados en toda la empresa y en todo el mundo.

El informe de 40 páginas describe el progreso de Kodak en sus iniciativas prioritarias de sostenibilidad, específicamente en la reducción de residuos y el au-



mento de la eficiencia energética, la reducción de gases de efecto invernadero (GEI) y otras emisiones, la conservación del agua y la mejora del compromiso de los empleados y la comunidad. Además de los últimos logros de Kodak en materia de sostenibilidad, el informe describe la estrategia de sostenibilidad de la empresa, así como los objetivos medioambientales y sociales hasta 2025. La publicación también subraya cómo los productos y tecnologías innovadores de Kodak

están permitiendo a los clientes de la industria de la impresión mundial ser más sostenibles al reducir el consumo de energía, agua y consumo de productos químicos y eliminación de residuos.

Graphispag se abre a más sectores industriales



Este año, Graphispag busca ampliar su alcance y conectar con empresas y profesionales de más sectores industriales que incorporan la impresión en sus procesos productivos para invitarles a conocer la última tecnología gráfica con la que aumentar el valor de sus productos. El salón, que se celebrará del 1 al 3 de octubre en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona (España), buscará también visitantes interesados en aplicar soluciones de impresión en ámbitos como el textil, los artículos y material deportivo, la decoración y el mobiliario, la automoción, o la electrónica de consumo, entre otros.

El perfil mayoritario del público y el prioritario para Graphispag se encuadra en los sectores de servicios gráficos, impresión comercial, documental o promocional, diseño y publicidad, packaging y etiquetas, gran formato y sector editorial. Paralelamente, y con el fin de ir aumentando el poder de convocatoria de la feria, Graphispag dedicará especial atención a la impresión industrial que se emplea en otros sectores productivos como el textil, los artículos y material deportivo, la decoración, el mobiliario, la automoción o la electrónica de consumo.

En este sentido, Graphispag está ampliando los habituales acuerdos de colaboración con nuevas entidades y asociaciones profesionales relacionadas con sectores industriales, así como identificando empresas que incluyen impresión en sus procesos en diferentes CC.AA. para invitarlas a conocer la feria y la tecnología gráfica y materiales que pueden encontrar.



La conferencia Print4All se centra en la "Impresión del mañana"



Para escuchar las opiniones de los expertos del mercado y, sobre todo, compartir la visión de los fabricantes y propietarios de marcas a través de un intercambio abierto de ideas y de mejores prácticas, nuevas tendencias y tecnologías emergentes, se celebrará la Conferencia Print4All el 11 de julio en Villa Quaranta, Ospedaletto di Pescantina, en el corazón de Valpolicella (Italia). La Print4AllConference, organizada por Acimga (Asociación Italiana de Fabricantes de Maquinaria para la Industria Gráfica, Papelera y de Transformación) y ARGI (Asociación de Proveedores de la Industria Gráfica), en colaboración con Fiera Milano, es un evento consolidado dirigido a toda industria de impresión y conversión.

El título, *Future Print: perspectivas de la cadena de suministro e innovación para la industria gráfica del mañana*, resume el objetivo del día. A partir de un análisis de las innovaciones y avances tecnológicos introducidos en el mercado en los últimos meses, se esbozará un escenario más amplio, dejando un amplio espacio para el debate interdisciplinario en toda la cadena de suministro, para considerar las direcciones futuras de todas las áreas de la industria gráfica, desde la conversión hasta el embalaje, desde el etiquetado hasta la impresión comercial e industrial.

A lo largo de la jornada, las innovaciones y avances tecnológicos, tanto desde el punto de vista de los fabricantes como de los propietarios de marcas y creativos que tienen la oportunidad de utilizarlos, se agruparán en torno a tres temas que anticipan las áreas especiales que regresan a la exposición Print4All 2025: Impresión Verde, Experiencia Corrugado y PrintMAT.

drupa:

el evento de máxima audiencia para la industria gráfica mundial

Durante un período de once días, 1.427 expositores de 50 países presentarán tecnologías, soluciones y temas innovadores que afectan a la industria ahora y en el futuro. Una amplia gama de eventos especiales proporcionará valiosos conocimientos.

En la industria gráfica internacional ahora hay mucha emoción, ya que por fin todos podrán reunirse personalmente e intercambiar información en la drupa, el evento más importante del mundo para el sector, que se celebrará del 28 de mayo al 7 de junio en Düsseldorf. En estos tiempos tan volátiles caracterizados por grandes cambios sociales y también rápidos cambios tecnológicos y megatendencias globales, las empresas tienen que reaccionar: aquellas que no anticipen acontecimientos importantes y no se ajusten en consecuencia pondrán en peligro su ventaja competitiva y desperdiciarán oportunidades para el futuro.

La drupa se celebra en el momento justo para ello. En una comparación internacional, la principal feria mundial de tecnologías de impresión demuestra el estado del arte de la industria y un amplio espectro de innovaciones que darán forma al futuro y ofrece una multitud de oportunidades para el intercambio de conocimientos de alto nivel.

TEMAS DE ENFOQUE DE DRUPA 2024

Los recursos fósiles limitados y las emisiones de carbono han hecho que la sostenibilidad se convierta en una parte esencial de las estrategias empresariales a largo plazo. Dependiendo del uso de recursos, las industrias de impresión y embalaje ya están utilizando procedimientos de fabricación que ahorran energía y recursos en la actualidad. drupa explica los hechos importantes para la producción sostenible de soluciones de impresión y embalaje y qué tendencias están evolucionando dentro del sector para lograr el objetivo de una economía circular.

La digitalización está cambiando los procesos analógicos, mientras que la inteligencia artificial asume cada vez más tareas en la Industria 4.0. drupa presenta las mejores tecnologías en toda la cadena de valor agregado de la industria con un enfoque especial en las tecnologías futuras y transversales. Con este escenario en mente, temas como la economía circular, la automatización, la impresión/acabado 4.0, la inteligencia artificial, la economía de

plataformas y la conectividad ocuparán un lugar central en el programa de conferencias y foros de expertos.

FOROS ESPECIALES

En tiempos de cambios constantes, procesos disruptivos y los consiguientes nuevos modelos de negocio, los foros especiales de drupa son una ayuda importante para la toma de decisiones. Proporcionan impulso y muestran las mejores prácticas de las que la industria no puede prescindir. drupa confía, junto con sus socios, en su impresionante competencia en el sector y en los temas que preocupan al futuro de sus grupos objetivo.

DRUPA CUBE

¿Por qué la impresión es más importante que nunca en la era digital? ¿Por qué los clientes no siempre perciben los productos impresos como sostenibles? ¿Y cómo calculas tu huella de carbono? Estos son solo algunos de los temas que se discutirán en drupa cube en 2024. En más de 50 sesiones, la conferencia ofrece inspiración y experiencia. El programa incluye cinco grandes ponencias de reconocidos especialistas de la industria internacional y presentaciones sobre temas como aumentar el éxito de su negocio, la economía circular y la sostenibilidad, el futuro de la impresión y el embalaje, así como sesiones y ejemplos de mejores prácticas sobre nuevos modelos y tendencias de negocio. Pabellón 6/stand F03

TOUCHPOINT SUSTAINABLE

La sostenibilidad del punto de contacto aborda el papel de las industrias de la impresión y el papel en la transformación sostenible y ofrece una visión general de la evolución actual, a medio y largo plazo. En este contexto, las tecnologías de la ingeniería mecánica y de sistemas son especialmente importantes, sobre todo en lo que respecta a la calidad, la seguridad de los procesos de producción y la sostenibilidad. La digitalización y la inteligencia artificial desempeñan un papel clave para acelerar el proceso de transformación en las industrias de la impresión y el papel y lograr efectos de escala. Fabricantes, actores de la industria, marcas y usuarios muestran juntos cómo el cambio puede convertirse en realidad en sus numerosas exhibiciones en Touchpoint Sustainable. Los visitantes del Touchpoint Sustainability también podrán disfrutar de un amplio programa complementario. Pabellón 14/stand D60.

TOUCHPOINT PACKAGING

Touchpoint Packaging se concentra en soluciones de embalaje inteligentes y visionarias y reúne a propietarios de marcas con diseñadores, proveedores de servicios de impresión y convertidores. La participación de estudiantes y jóvenes talentos en proyectos asociados con expositores promete soluciones de embalaje únicas para cajas plegables, etiquetas, embalajes flexibles y cartón ondulado. Más allá de esto, se discutirán cuestiones importantes sobre las megatendencias globales y su impacto en la producción de envases, por ejemplo, la sostenibilidad o el comercio electrónico. Los cinco temas clave del packaging de punto de contacto son la neoeología, la conectividad, la glocalización, la mente del consumidor y las regulaciones futuras. Pabellón 3/Stand/B31



DRUPA NEXT AGE (DNA)

Grandes ideas, presupuesto reducido: para muchas empresas jóvenes no es fácil establecer los contactos adecuados y poner en el mercado sus soluciones fascinantes e innovadoras. Para este grupo objetivo, drupa ha creado una plataforma especial: drupa next age (dna). Los recién llegados, los jóvenes talentos, las empresas emergentes y las empresas establecidas pueden establecer contactos en igualdad de condiciones, encontrar socios adecuados para cooperar e intercambiar ideas comerciales innovadoras.

Para algunos participantes, esta es la primera oportunidad de presentar sus negocios ante una audiencia internacional de expertos. Pabellón 7/Stand 09

Nuevo foro especial Touchpoint Sustainability en drupa 2024



Como foro central de drupa 2024 que no depende de ningún proveedor único, del 28 de mayo al 7 de junio el nuevo Touchpoint Sustainability (tps) se centrará por primera vez en el papel holístico de la industria de la impresión y el papel dentro de la transformación sostenible global. La industria ha obtenido logros importantes que, sin embargo, a menudo se pasan por alto. Alrededor de 30 expositores presentarán ejemplos pioneros de mejores prácticas de todos los ámbitos de la cadena de valor, a veces con varias exposiciones. Al hacerlo, ofrecen tanto una visión general del status quo como perspectivas atractivas para el futuro. El stand de más de 400 m², que es a la vez plataforma de diálogo y sala de exposición, será alojado y diseñado por la asociación industrial alemana VDMA Printing and Paper Technology.

La impresión y el papel son partes importantes de nuestro mundo: muchas tecnologías sofisticadas de la ingeniería mecánica y la construcción de plantas forman parte de su producción. Y son ellos quienes también garantizan la calidad y seguridad de los procesos durante la producción y su sostenibilidad. La digitalización y la inteligencia artificial son factores clave, no solo en lo que respecta al proceso de transformación de la industria, si-

no también para los efectos de escala. Esto los hace especialmente relevantes para objetivos centrales como una mayor eficiencia energética y una mejor prevención de residuos.

En el foro especial, partes interesadas muy diferentes, como fabricantes, científicos o propietarios de marcas, demuestran juntas cómo la transformación puede tener éxito en toda la industria utilizando tecnología preparada para el futuro. El espectro de empresas que participan en la exposición y en el programa en el escenario abarca desde gigantes del sector como Epson, HP, Koenig & Bauer, Kurz, Heidelberger Druckmaschinen, Müller Martini o Voith hasta empresas emergentes especializadas.

En lo que respecta a la sostenibilidad, la exposición conjunta de diferentes empresas y el programa de acompañamiento de alta calidad en el escenario hacen de Touchpoint Sustainability uno de los aspectos más destacados de drupa 2024. Además, ofrece a los jóvenes talentos que buscan empleadores apasionados y con visión de futuro una valiosa visión de la industria, que está invirtiendo a gran escala para convertirse en "facilitadores" y ayudar a los clientes a gestionar sus desafíos y desbloquear nuevos potenciales en el mercado.

El informe Print Horizons, publicado en marzo, es una breve guía de los temas más importantes que los impresores y proveedores deben investigar al prepararse para drupa. Los hallazgos se basan en preguntas adicionales de la novena Encuesta de Tendencias Globales de drupa sobre los principales desarrollos técnicos y de mercado que probablemente dominarán la drupa 2024. El informe proporciona información valiosa y ayuda a preparar a todos los impresores para los cambios en la industria, con una gran parte centrada en digitalización pero también sostenibilidad e inteligencia artificial.

Independientemente de su tamaño, región o mercado, todos los impresores deben reconocer los cambios radicales en la impresión causados por la digitalización. De hecho, el desafío reside en decidir por dónde empezar, dado el rápido ritmo de tantos cambios radicales.

El noveno informe Drupa Global Trends, publicado en noviembre del año pasado, fue notablemente positivo teniendo en cuenta los desafíos enfrentados en los últimos años. Los impresores y proveedores saben que explotar las nuevas tecnologías es clave para un futuro exitoso. El problema es cuál es la mejor manera de lograr este fin. Teniendo esto en cuenta, la encuesta Tendencias 2023 planteó una serie de preguntas sobre oportunidades y prioridades tecnológicas. A partir de las respuestas, los autores del estudio deducen seis temas clave que encabezaban las listas de prioridades de los participantes del mercado para futuras investigaciones e inversiones:

- La dinámica cambiante de la producción analógica y digital
- Flujo de trabajo y automatización
- Embellecimiento y acabado de impresión
- Web para imprimir
- Embalajes y etiquetas digitales
- Sostenibilidad y ESG

El Informe Printz Horizons aborda cada uno de estos temas y explora los hallazgos de la encuesta, complementados con comentarios de especialistas de la industria realizados en una serie de entrevistas con los autores de este informe.

LA DINÁMICA CAMBIANTE DE LA PRODUCCIÓN ANALÓGICA Y DIGITAL

La mayoría de los impresores seguirán utilizando la impresión convencional junto con la producción digital. Si se implementan efectivamente, los dos procesos deberían complementarse, no competir. La impresión digital debe considerarse un método de producción fundamental.

Si bien la tecnología de tóner de alimentación por hojas todavía domina el segmento de volumen de este mercado, la inyección de tinta en sus diversas formas es donde se centra la mayor parte del esfuerzo de los proveedores. Las antiguas conversaciones simples sobre el punto de equilibrio económico entre la impresión convencional y la digital han sido superadas por diálogos más sofisticados sobre cómo la impresión digital puede cambiar un mercado y optimizar la eficiencia de la producción.

ES NECESARIO REALIZAR INVERSIONES

Las empresas de impresión deben comprender que la inversión en impresión digital debe ir de la mano de la digitalización de otros procesos comerciales. Por ejemplo, muchos impresores han hecho valientes intentos de automatizar flujos de trabajo individuales, pero pocos aún tienen que afrontar el desafío más grande de crear un único flujo de trabajo automatizado desde el PDF hasta el producto final. Éste puede ser el momento.

Por supuesto, la inteligencia artificial también desempeñará un papel. Ningún informe tecnológico está completo hoy en día sin prestar atención al impacto de la IA. Ya se utiliza en varias aplicaciones dentro de la industria de la impresión y en drupa 2024 muchos proveedores promoverán los beneficios del uso de la IA para ayudar y aumentar las capacidades humanas.

SOSTENIBILIDAD Y ESG

Ningún impresor o proveedor puede permitirse el lujo de ignorar la sostenibilidad por más tiempo. Cada vez más, las medidas adoptadas para aumentar la sostenibilidad también son beneficiosas para los resultados y también son demandadas por los clientes, por lo que es una obviedad abordar la tarea con entusiasmo.

ESG (Ambiental, Social y de Gobernanza) es más desafiante, sobre todo porque no existe una definición clara y los legisladores están luchando por codificar lo que significa. Por ahora, es posible que los impresores y proveedores deseen comenzar con lo que entienden, es decir, formalizar sus políticas y procesos de RSE (Responsabilidad Social Corporativa).

El informe completo en inglés se publicó en marzo y está disponible para la venta en www.drupa.com. El resumen ejecutivo estará disponible de forma gratuita en alemán, inglés, francés, portugués, español y chino.

ready to

BE

INSPIRED?

May 28 - June 7, 2024

Düsseldorf

Program and information:
www.drupa.com/cube_en



Discover the drupa cube, the inspiring conference format

The cube is the inspirational leadership conference free to drupa 2024 visitors. The cube offers daily executive insights and actionable content with presentations, panel discussions, interviews and networking opportunities, all in English. Cube speakers from around the world will cover an enormous range of topics with a strategic focus designed for drupa's global audience. Take a look at the exciting agenda and plan your visits to the cube when you're at drupa 2024. - Be part of it!



#drupa2024 drupa.com/blog

www.drupa.com

Expo-Düsseldorf España, S.L.
C/ Fernando Garrido, 6 - Local
28015 Madrid - Spain
Tel. (0034) 915 944 586
Info@expodusseldorf.com



Messe
Düsseldorf

La automatización del flujo de trabajo impulsa el futuro de la impresión

Durante más de 60 años, hemos hablado de la automatización del flujo de trabajo, impulsada por datos, para agregar eficiencia, reducir costos, gestionar los desafíos laborales y aumentar los márgenes. En este siglo, hemos aumentado el volumen, abrazando la Cuarta Revolución Industrial, denominándola Industria 4.0 y demostrando el valor que la automatización del flujo de trabajo aporta a la fabricación de impresiones. Con un flujo de trabajo eficiente, escalable y automatizado que comienza antes de vender el trabajo, cada impresor puede sobrevivir a las presiones de los crecientes costos de papel y consumibles, las demandas de entregas más rápidas, los desafíos laborales y los requisitos para soportar tiradas de impresión muy largas y muy cortas.

La automatización de los flujos de trabajo es el núcleo del futuro de toda la fabricación, pero los resultados pueden ser espectaculares para la fabricación de impresiones. En la industria de la impresión, consideramos el flujo de trabajo como reglas, protocolos y procesos definidos, documentados, repetibles y auditables. Su negocio de impresión tiene muchos flujos de trabajo que guían el trabajo desde el front office, el back office y la producción hasta la entrega. Cada vez que vende un producto o servicio, una o más rutinas de flujo de trabajo administran el argumento de venta, las estimaciones, los contratos, la incorporación al trabajo, la preparación, la producción, la entrega y el pago.

Desde que un cliente acepta comprar una impresión y entrega el trabajo al taller hasta que el trabajo se entrega para su entrega y los tickets de trabajo se cierran en producción y se envían a contabilidad, cada paso está en riesgo. En cada paso pueden producirse cuellos de botella que añaden tiempo y complejidad al trabajo. Esos cuellos de botella cuestan tiempo y dinero y eliminan las ganancias esperadas. Ajustar y ajustar los flujos de trabajo de fabricación de impresiones mediante herramientas de automatización agrega eficiencia y escalabilidad y mantiene más ingresos en el negocio.

DIEZ PASOS PARA PLANIFICAR LA AUTOMATIZACIÓN

El mercado actual para la automatización del flujo de



Por Pat McGrew

Directora general de McGrewGroup, Inc.

trabajo es enorme. Hay herramientas disponibles para impresoras de todos los tamaños y en todos los segmentos de impresión. Dedique tiempo a analizar el software disponible para los segmentos de mercado a los que presta servicios. Muchas herramientas están diseñadas para satisfacer las necesidades de múltiples tecnologías y productos de impresión. Sin embargo, antes de ir de compras, necesita comprender claramente el estado actual de su flujo de trabajo.

Comience con una autoevaluación honesta, analizando todos sus flujos de trabajo.

1. Haga una lista de sus flujos de trabajo de

producción y los flujos de trabajo que los afectan. Si produce una variedad de productos impresos, identifique los flujos de trabajo utilizados para cada uno. Si ha automatizado algunos o todos sus flujos de trabajo, anótelos en su lista.

2. ¿Quién es responsable de la arquitectura de cada

flujo de trabajo?

3. ¿Quién es responsable de resolver los cuellos de botella en cada flujo de trabajo?

4. ¿Dónde se cruzan los flujos de trabajo?

5. ¿Cuáles son las reglas para que Ventas interactúe con Producción?

6. ¿Cuáles son las reglas para que los Representantes de Servicio al Cliente interactúen con Producción?

7. ¿Quién es responsable de interactuar con los clientes cuando hay problemas con los archivos entrantes?

8. ¿Cómo se gestionan las Solicitudes de Cambio?

9. ¿Cómo se gestionan las Pruebas y Aprobaciones y quién supervisa las aprobaciones de los clientes?

10. ¿Cómo se notifica a contabilidad sobre los cargos adicionales y los costos finales del trabajo?

Es posible que desee agregar más elementos a su lista de evaluación. Considere las áreas que rara vez experimentan obstáculos y aquellas que son más susceptibles. Piense tanto en las personas que participan en los procesos como en las tecnologías. Observe cualquier automatización existente para determinar si todavía proporciona los resultados esperados.



AUTOMATIZAR PARA ELIMINAR LA FRICCIÓN

Hay tres razones fundamentales para invertir tiempo y dinero en implementar y ajustar la automatización:

1. Reducir el tiempo de incorporación del trabajo.- Hay docenas de documentos técnicos que aparecen en búsquedas relacionadas con la incorporación de empleo en la fabricación de productos impresos, incluso cuando hay portales digitales y de web-to-producción disponibles. Recorra su flujo de trabajo y observe una variedad de trabajos a medida que llegan y avanzan a través de los procesos que los llevan a producción. Registre el tiempo y el número de pasos. ¿Cuántos bucles ves? ¿Todos trabajan según el mismo conjunto de reglas o cada uno escribe sus propias reglas?
2. Reducir el tiempo para preparar el trabajo.- ¿Cuánto tiempo y esfuerzo se gasta para llevar el trabajo a producción? ¿Cuántos bucles, retrasos y reelaboraciones? Los errores y malentendidos reducen el margen en el trabajo, así que observe sus promedios. Es posible que haya una olla de oro esperándote en un flujo de trabajo automatizado.
3. Reducir el tiempo de producción.- Tu receta de producción tiene elementos de tiempo, pero también de personas y tareas. Cuente los pasos manuales y los bucles en aquellas tareas que extienden el tiempo de finalización. ¿Cuántas herramientas se utilizan oficialmente y encubiertamente?

Estas tres reducciones abren la puerta a menos desperdicio, menos plazos incumplidos, una producción más eficiente y mayores márgenes de beneficio.

LA GENTE CAUSA FRICCIÓN

La industria de la impresión está trabajando activamente para recuperar la formación de aprendices y encontrar formas más eficientes de capacitar a los recién llegados y a aquellos en transición a nuevos roles. Mientras eso sucede, las personas que realizan tareas crean fricciones en el flujo de trabajo. Las tareas realizadas de manera inconsistente pueden provocar reelaboraciones y repeticiones del trabajo, cambios de especificaciones omitidos y trabajos con precios incorrectos que erosionan los márgenes de ganancias a través de una larga serie de incidentes menores durante la producción.

La gente es inconsistente. Pueden ser maravillosos compañeros de equipo y trabajadores entusiastas, pero eso no es lo mismo que repetir las mismas tareas diariamente con precisión confiable. No son robots, pero eso es lo que se necesita: robots de software que ejecuten tareas repetibles y auditables de manera predecible y auditable.



Utilice sus datos para comprender dónde pasan su tiempo los miembros del personal, cuánto tiempo llevan las ta-

reas y cuántos bucles realizan. La mayoría de las tiendas no realizan un seguimiento de sus equipos minuto a minuto, así que considere realizar una encuesta rápida para ver qué creen que les ocupa más tiempo en su día y las fuentes de frustración. Observe la cantidad de puntos de contacto desde que llega un archivo a producción. ¿Cuánto tiempo dedican a verificar el inventario, resolver errores de verificación previa, buscar activos faltantes y gestionar la gestión del color o finalizar preguntas intercambiando correos electrónicos, mensajes de texto, llamadas telefónicas y chats? La automatización puede recuperar gran parte de ese tiempo, liberando al equipo para manejar desafíos más importantes.

EL PAPEL Y LOS CONSUMIBLES CAUSAN FRICCIÓN

El papel, la película, el vinilo y la amplia gama de sustratos especiales que un taller puede necesitar almacenar, junto con los consumibles que forman parte del proceso de impresión, como tinta, tóner, disolventes y herramientas de limpieza, son una fuente de fricción, pero la automatización puede ser un lubricante.

Haga un balance de todo lo que mantiene en inventario y sus tasas de reabastecimiento. Es posible que tenga un sistema de gestión de inventario dedicado para el seguimiento, pero es posible que lo haga manualmente mediante hojas de cálculo. Mire lo que ha estado en stock durante más tiempo que el promedio y lo que acelera regularmente. Si automatiza sus pedidos en función de las cantidades de reabastecimiento acordadas y actualiza los productos recibidos en su sistema interno de gestión de inventario, descubrirá que la gestión de materiales se vuelve más fácil.

Vaya un paso más allá e integre la gestión de pedidos y mercancías recibidas en los sistemas que alimentan sus estimaciones y cotizaciones para garantizar que tenga las materias primas que necesita para completar el trabajo. Con el tiempo, debería descubrir que su almacenamiento de existencias se vuelve más eficiente.

IMPLEMENTAR LA AUTOMATIZACIÓN COMO LUBRICANTE

Preparándonos para la demanda futura de eficiencia y optimización de cada proceso. Islas de automatización vinculadas por procesos manuales no son una buena práctica. La automatización del flujo de trabajo de un extremo a otro es el camino a seguir. ¡Sigue la regla de gastear, caminar y correr!

Si tiene islas de automatización, comience revisando esas herramientas de automatización y los procesos manuales que las vinculan. Revise sus soluciones de software instaladas. ¿Cuáles son sus opciones para ampliar su adopción e implementación de herramientas de su propiedad para lograr la automatización de un extremo a otro?

Mire la incorporación de trabajos, la preimpresión, la producción y la entrega. Anthony Thirlby de Venn Holding en Bélgica comparte sus cifras de productividad en LinkedIn. Dice que el 55 % de la vida de un trabajo se dedica a estimaciones, administración del trabajo y programación. Centrarse en estas áreas en la fase de rastreo genera resultados repetibles que pueden ahorrar minutos u horas en la incorporación del trabajo, lo que agrega dinero al resultado final.

Incluso si tiene un portal de producción web o una tienda digital, retroceda unos pasos y revise si todavía funcionan para usted o necesitan una puesta a punto. Si los trabajos llegan y fluyen sin problemas hacia la preimpresión y la producción, ¡genial! Pero si todavía hay bucles y cuellos de botella, es hora de observar cómo están configuradas sus herramientas y resolver los cuellos de botella.

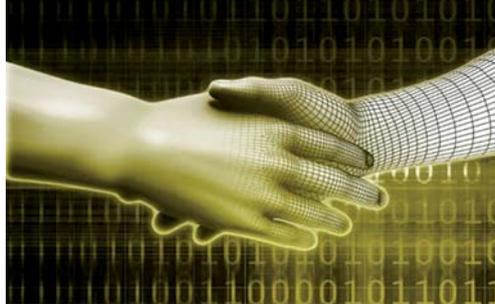
Si se encuentra en un entorno de incorporación de trabajos manual, utilizando carpetas activas y correo electrónico, este es el momento de detenerse. Su fase de rastreo debe consistir en el desarrollo de un protocolo de requisitos y especificaciones para informar la adquisición y la implementación de la incorporación automatizada de trabajos. La incorporación de trabajos automatizada ahorrará tiempo, creará coherencia y eficiencia, y liberará a los miembros del equipo para que dediquen tiempo a tareas más valiosas.

Después de la incorporación del trabajo, comience a automatizar la gestión de aprobación del cliente, la solicitud de cambio y la resolución, y luego cierre el círculo. Verifique que se facturen todos los trabajos, incluidas las solicitudes de cambio: establezca políticas de descuentos. Y utilice sus datos de producción para mantener los precios actualizados.

Cuando todos los procesos estén conectados y compartan datos, estará listo para ejecutarse. Puede llevar dos años desarrollar el proceso de un extremo a otro, pero un nuevo paso automatizado eleva su nivel de eficiencia.

¿QUÉ SUCEDE CUANDO ADOPTAS LA AUTOMATIZACIÓN?

La automatización no es mágica. La automatización requiere un plan bien definido que sea transparente. Se necesita patrocinio ejecutivo y liderazgo de equipo. Es en



parte arte y en parte ciencia. La automatización requiere calmar los temores de los empleados de que sus puestos de trabajo puedan ser eliminados. Requiere un tipo diferente de

conversación con la gama actual de proveedores de software. Pero si hace su evaluación y mantiene esas conversaciones, la reducción de desperdicios, la eficiencia de producción y la satisfacción del cliente que resultan pueden cambiar la trayectoria de la empresa.

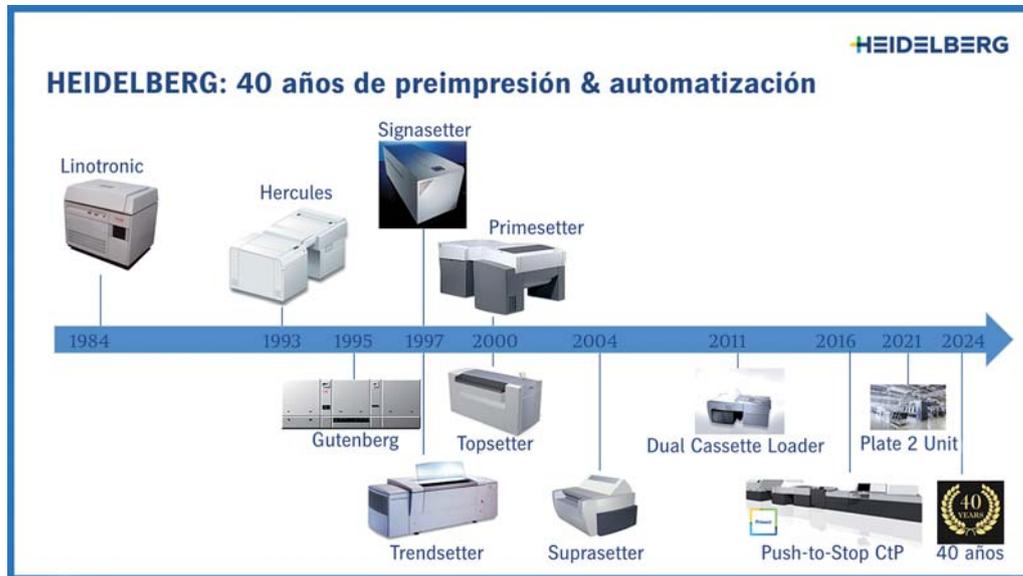
Si necesita temas de conversación para su equipo, estas son las principales razones para adoptar la automatización:

- Elimine tareas manuales y repetitivas: la automatización elimina tareas repetitivas y errores, lo que permite un procesamiento más rápido, reduce los tiempos de respuesta y aumenta la eficiencia general.
- Integración que permite compartir datos entre aplicaciones: la integración de tecnologías digitales con métodos de impresión tradicionales es el puente hacia el futuro. Permite una integración perfecta entre software de diseño, sistemas de gestión de contenidos y procesos de flujo de trabajo basados en datos.
- Es más fácil colaborar: las reglas laborales son diferentes en cada país, pero la economía global nos permite vender impresiones en todo el mundo. La automatización combinada con soluciones de flujo de trabajo basadas en la nube fomenta una comunicación más eficiente, aprobaciones más rápidas y plazos de entrega reducidos.
- Permite reducir el desperdicio: al identificar las ineficiencias del flujo de trabajo y eliminarlas, las reimpresiones debidas a errores de producción se convierten en cosa del pasado. Aprovechar los datos de los proveedores e integrar los flujos de trabajo comerciales con los flujos de trabajo de producción minimiza el desperdicio a través de una mejor gestión del inventario. La capacidad de imprimir bajo demanda y en cantidades más pequeñas reduce el exceso de inventario y el desperdicio asociado con materiales obsoletos o no utilizados.

La automatización del flujo de trabajo de fabricación de impresiones brinda mayor eficiencia, mejor calidad de producción y más flexibilidad en la programación. El resultado empresarial es una mayor capacidad a través de la eficiencia y un mayor margen de beneficio disponible en cada trabajo.

La automatización y la gestión de las reglas de automatización permiten que la imprenta se adapte a las cambiantes demandas de los clientes, se integre con los procesos digitales, mejore la eficiencia, reduzca los costos y brinde una mejor experiencia general. Los flujos de trabajo de impresión optimizados resultantes son esenciales para seguir siendo competitivos en la era digital y al mismo tiempo aprovechar los beneficios únicos y las cualidades tangibles de la impresión.

Los CTP de Heidelberg cumplen 40 años este 2024



La experiencia es un valor seguro y el desarrollo tecnológico de los CtPs de Heidelberg queda avalado por los miles de equipos que día a día asisten a muchas empresas del sector en sus procesos de planchas. Heidelberg cuenta con 40 años de experiencia en tecnología de imagen digital para los equipos de CtP: desde 1984, en que se iniciaron con la filmadora Linotype Linotronic que evolucionó en un "CtF", llamado Hércules, pasando por el anuncio del primer sistema CtP, llamado Topsetter, en 1995, hasta el pasado año 2023 en el que Heidelberg inició una nueva etapa que tiene como protagonista a las instalaciones con sistemas Nela.

Este sistema de doblado de planchas o vending, que se sitúa tras el revelado, dará mucho que hablar. El resultado es ya un ritmo de demos, ofertas y proyectos que dibujan un 2024 con un claro interés en la búsqueda

de ahorro de recursos y tiempo. Un paso más para ese aumento del OEE, indicador que empieza a ser ineludible en nuestro sector. Configuraciones como Suprasetter 106 de 55 planchas/hora + doble cargador + otra línea Suprasetter conectada al sistema de predoblado de planchas Nela; o Suprasetter 106 38 pph con cargador de pallets y Dual Cassette Loader, haciendo posible 5+1 formatos de plancha en plena producción. Y sin ir más lejos, para este 2024, podremos hablar de instalaciones en clientes capaces de depositar juegos de planchas por trabajo y máquina una vez filmadas, reveladas y dobladas.

La nueva generación de Suprasetter de Heidelberg significa consumo mínimo, eficiencia energética, automatismo, protección de medio ambiente, control de costos y sobre todo la garantía de tecnología laser 100 % Heidelberg.

Heidelberg Customer Portal

Hasta ahora, Heidelberg tenía diferentes portales y softwares para satisfacer las diversas necesidades del cliente pero ahora, con Heidelberg Customer Portal, ofrece un único portal que engloba todos los servicios y aplicaciones online de la compañía. Así pues, con un único usuario y contraseña, el cliente accederá a un único portal donde encontrará todo de forma ordenada y de fácil acceso. El portal tiene diferentes aplicaciones y todas vienen agrupadas, dependiendo de las diferentes áreas.

Primero encontramos Analytics, la cual tiene tres aplicaciones enfocadas en analizar y comparar la imprenta de un cliente con las demás del mercado. Esas aplicaciones son: Insights, que permite ver toda la base instalada de máquinas conectadas a Prinect ProductionManger y los diferentes KPI que se crean en función de la producción de los equipos. Aquí el cliente podrá ver a tiempo real lo que está pasando exactamente en su imprenta con todo tipo de detalle. Benchmarking es otra aplicación que permite compa-

rar las máquinas de la imprenta con las demás conectadas. Los datos subidos automáticamente a la nube, pertenecientes a otras imprentas, generan escenarios modelo y, además, nos identifica aquellos puntos de la producción que son mejorables o prevé posibles problemas. Por último, está PAT, que coge todos los datos de las máquinas que se envían a la nube para compararlos con los de las demás máquinas a nivel mundial. Además, esta aplicación avisa de cualquier desviación sustancial que haya en los equipos.

En segundo lugar, está Soporte Técnico, donde se accede directamente a la plataforma de ticketing para poder reportar todas las incidencias técnicas, hacer seguimiento de ellas y ver el histórico. Luego está la aplicación de las compras online con acceso directo a la eShop. Después, Administración, para acceder a los contratos y facturas que el cliente tenga con Heidelberg. Y en último lugar, Producción, para preparar y monitorizar todo el flujo de trabajo.

Engview:

El diseño y fabricación de empaques hechos fácil

¿Está cansado de perder minutos productivos creando estructuras de empaque en el software de diseño? ¡Engview te ayudará!

Engview es un software que permite generar estructuras de empaques farmacéutico, alimentario, de licores, corrugados agro e industriales, de cartón rígido, MICA y más en sólo segundos, con un grado de certeza cercano al 100 %.

¡Y eso no es todo! Olvídense de hacer maquetas de una estructura para probar si la caja cierra, o si el arte se verá bien una vez armado, con las potentes herramientas de visualización realista y rápida sin tiempos de espera para renderizar apariencias.

No podemos dejar de mencionar la potente integración con adobe illustrator para poder cargar los artes y ver en tiempo real dentro de la aplicación los cambios, sin necesidad de pagar software adicionales, ni tener un

¡Mejora tus gráficos con Engview!

Experiencia e innovación con Synergy SB



equipo costoso para realizar renderizados 3D de alta calidad (hasta 16K), permitiéndole prescindir incluso de sesiones de fotos para sus productos, donde debe realizar maquetas físicas y utilizar un kit de fotografía, además de las esperas en la edición de las fotos.



Visualice aspectos realistas de la caja, como las perforaciones, compensaciones y terminaciones, desde folios y barnices hasta relieves y braille.

Brasil

Conferencia "El negocio del libro: las responsabilidades y obligaciones de la imprenta"

El 26 de marzo tuvo lugar en el Auditorio de la ABIGRAF-SP la conferencia "El negocio del libro: las responsabilidades y obligaciones de la imprenta". Impartida por João Scortecci, presidente de ABIGRAF Regional São Paulo, la conferencia buscó responder algunas de las principales preguntas sobre el proceso de producción de libros, además de presentar varias "trampas" que gráficos, editores, autores y otros involucrados en la producción editorial puede encontrarse en la cadena, incluidos aspectos legales, técni-



cos y procesales.

La audiencia estaba compuesta por propietarios de imprentas, líderes de la industria, abogados, autores y editores.

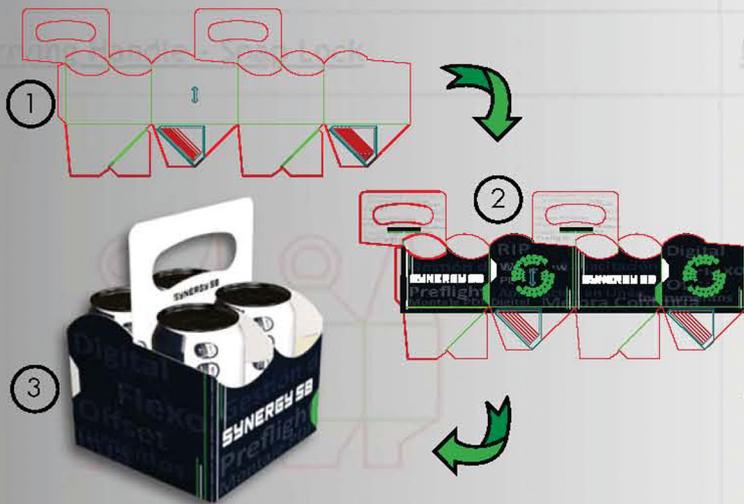
João Scortecci tiene más de 40 años de experiencia como autor, impresor, editor y librero. También es autor, entre otras obras, de la "Guía del profesio-

nal del libro" (de la que fue coautor), que proporciona contenidos imprescindibles para cualquiera que pretenda trabajar en este segmento, ya sea como escritor, impresor o editor.

EngView

Package & Display Designer

Software de modalidad CAD/CAM para diseñar cajas y exhibidores POP/POS. Automatiza el trabajo de diseñadores, matriceros y vendedores. El software EngView se integra con Adobe® Illustrator®.



El software cuenta con una librería con 2000 diseños estándares parametrizados.

- Facilidad de aprendizaje.
- Optimización en el trabajo de preproducción
- Genera troqueles.
- Archivos de producción
- Maquetas digitales.
- Visualización de gráfica y material.

Podrás crear...

Exhibidores



Envases PVC



Packaging en folding cartón.



Apilables



Cajas en cartón rígido



Packaging en Corrugado



Para mayor información visita nuestra pagina web escaneando el código QR o contáctate con nosotros.

 contacto@synergysb.net

 Synergy SB



WPCF insta a esfuerzos globales para reducir la huella ambiental de la industria gráfica

Los miembros del Foro Mundial de Impresión y Comunicación (WPCF) afirmaron su compromiso de reducir la huella de carbono de la industria gráfica. Reconociendo el papel indispensable del sector de la impresión en la promoción de una economía circular y abordando el cambio climático, los miembros del WPCF enfatizaron la creciente importancia de la acción ambiental para las empresas de impresión.

A medida que el público en general se vuelve más consciente del cambio climático, proporcionar información sobre las emisiones de carbono de diferentes sectores se vuelve crucial para una toma de decisiones informada. WPCF subraya la necesidad de un entendimiento común y criterios de evaluación reconocidos internacionalmente para garantizar la transparencia y la coherencia en la notificación de emisiones. Al resaltar la necesidad de principios claros detrás de los cálculos de las emisiones de carbono, WPCF enfatiza la importancia de la transparencia en los programas de presentación de informes.

MEJORES PRÁCTICAS PARA CALCULAR LAS

EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO

El mercado de la impresión se está globalizando progresivamente, mientras que los proveedores y compradores de impresión venden y distribuyen productos a nivel internacional. A pesar de la consolidación, la mayor parte del sector de la impresión está compuesto por PYMEs.

En este sentido, se necesita un modelo de cálculo de la huella de carbono sencillo y aplicable a nivel internacional, tanto para las grandes como para las pequeñas empresas. WPCF desea recomendar las mejores prácticas para calcular las emisiones de gases de efecto invernadero procedentes de las actividades de impresión.

ALCANCE DEL CÁLCULO

El alcance de cálculo definido por WPCF considera el enfoque del ciclo de vida de la producción de material impreso. Esto abarca las emisiones de gases de efecto invernadero durante el ciclo de vida del material impreso, excluyendo las emisiones relacionadas con los activos de capital, la distribución a los clientes y los escenarios de fin de vida útil.

WPCF enfatiza la importancia de considerar los seis gases de efecto invernadero definidos en el Protocolo de Kioto, expresados como equivalentes de carbono.



Estos gases son dióxido de carbono, metano, óxido nítrico, hexafluoruro de azufre y dos grupos de gases (hidrofluorocarbonos y perfluorocarbonos).

Las emisiones directas de la combustión cubren exclusivamente los combustibles fósiles. Mientras tanto, se recomiendan los tres alcances del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero para evaluar la huella de carbono de una imprenta o producto.

Alcance 1: emisiones directas de la energía utilizada en el sitio.

Alcance 2: emisiones indirectas de la producción de la energía consumida.

Alcance 3: Todas las demás emisiones indirectas, como la producción de materiales comprados (sustratos y consumibles), actividades relacionadas con el transporte en vehículos que no son propiedad ni están controlados por la empresa, electricidad relacionada con actividades no cubiertas en el Alcance 2, actividades subcontratadas, eliminación de residuos, etc.

Con una presión cada vez mayor sobre los impresores para que muestren sus credenciales medioambientales, los miembros de WPCF reconocen la necesidad de un enfoque común para calcular la huella de carbono en la industria de la impresión. Una comprensión compartida de los parámetros y los límites de cálculo es esencial para que las empresas comuniquen su impacto ambiental de manera efectiva.

Para combatir el lavado verde y las comparaciones poco confiables, los miembros de WPCF se comprometen a trabajar juntos para detallar más un enfoque común sobre la huella de carbono en la industria de la impresión. Las asociaciones de impresión nacionales e internacionales son recursos clave para ayudar a los impresores a nivel mundial a mejorar su desempeño ambiental.

Manteniéndolo local

Desde hace muchos años está claro que las planchas de impresión sin proceso son el camino a seguir para mejorar la sostenibilidad en el negocio de la impresión. Son cada vez más la opción preferida por las empresas de impresión que desean reducir su huella de carbono, además de ahorrar tiempo y dinero. Kodak presentó recientemente algunos datos convincentes para animar a más clientes europeos a pasarse a planchas sin proceso, concretamente a la plancha Kodak Sonora Xtra. Esta plancha se fabrica en Alemania en la fábrica de Osterode de la empresa. Aquí se fabrican planchas de impresión desde 1962 para clientes de todo el continente europeo.

Las planchas sin procesamiento requieren menos electricidad, productos químicos y agua para procesarse. El riesgo de defectos en las planchas es menor, por lo que las planchas sin procesamiento pueden ofrecer preparaciones más rápidas e incluso una forma de punto más estable. No necesitan un tanque de procesamiento de planchas, por lo que además del ahorro de tiempo y la comodidad, el departamento de preimpresión tiene una cosa menos que mantener, limpiar y pagar. Sonora Xtra de Kodak tampoco requiere solución de engomado y puede alcanzar la densidad deseada en la prensa en muy pocas hojas.

Pero el hecho de que una plancha de impresión, al igual que la impresión, pueda producirse cerca de su punto de uso es una consideración clave en materia de sostenibilidad. El transporte es uno de los principales contribuyentes a las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), y debe incluirse en los cálculos de la huella de carbono del material impreso. Reducir las distancias de transporte en cualquier modelo de fabricación y producción re-



El blog Verdigris
de Laurel Brunner

<http://verdigrisproject.com>

duce el impacto ambiental general. El uso de consumibles producidos localmente para la producción de medios impresos marca una gran diferencia en la huella de carbono de una instalación y la de los bienes

que produce. Si la fábrica funciona con energía verde el cálculo es aún más favorable. Todas estas consideraciones son importantes para los propietarios de marcas interesados en respaldar sus credenciales ambientales, sociales y gubernamentales (ESG).

La fábrica de Kodak en Osterode cuenta con la certificación ISO 14001:2015 (sistemas de gestión ambiental) e ISO 50001:2018 para gestión energética. Las materias primas provienen principalmente de proveedores locales en Alemania y Europa, y estas empresas obviamente cumplen con los estándares europeos medioambientales y de eficiencia energética. Están cerca por lo que se reducen las emisiones del transporte. Los productos químicos y otros materiales se reciclan en la planta de Osterode y las rutas que llevan las planchas a los clientes se planifican meticulosamente para lograr la máxima eficiencia en la entrega.

Trabajar con proveedores que caminan por el camino de la sostenibilidad y hablar con palabras es una elección que las empresas de impresión deben tomar. No solo tiene sentido para el planeta, sino también para el futuro de las industrias gráfica y editorial. Mientras los consumidores puedan elegir la impresión, lo harán, pero solo si esa elección no añade un exceso de emisiones de GEI ni compromete la sostenibilidad para las generaciones futuras.

Epson, en la lista A de CDP por su lucha contra el cambio climático

Epson Corporation ha sido incluida en la lista A de la organización internacional sin ánimo de lucro dedicada a la protección del medio ambiente, Carbon Disclosure Project (CDP), por sus logros en la lucha contra el cambio climático y la seguridad del agua.

CDP es una organización independiente sin ánimo de lucro que gestiona el sistema mundial de divulgación medioambiental. Cada año, anima a las empresas a medir y gestionar sus riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático, la seguridad del agua y la deforestación.



Epson: quinta en el ranking internacional Top 100 Global Innovators 2024

Epson ha sido reconocida como una de las 100 organizaciones más innovadoras a nivel mundial. Por undécima vez, la compañía ha sido incluida en el ranking Top 100 Global Innovators que lleva a cabo anualmente la firma internacional de servicios de información Clarivate. En esta ocasión, la empresa de origen japonés ha obtenido la quinta posición, uno de sus mejores resultados.



El hecho de que Epson haya sido incluida en este listado por undécima vez es un claro reconocimiento al compromiso continuo de la empresa con la innovación y la sostenibilidad, que conforman el núcleo principal de la estrategia y propósito de la empresa.



Folletos y revistas de alta calidad con el confeccionador Duplo DBM-700

El marketing impreso tiene un impacto mayor y más duradero en los consumidores finales que cualquier otro método publicitario. Para conseguir el éxito a largo plazo, las empresas tienen que contemplar que al menos una parte de las campañas de marketing sean impresas. Por este motivo, es muy importante invertir en los equipos adecuados.

La última novedad es el confeccionador de folletos DBM-700 de Duplo International. Se trata de un sistema único capaz de producir grandes volúmenes y que cuenta con un amplio rango de aplicaciones.

¿CÓMO FUNCIONA?

El confeccionador de folletos DBM-700 es totalmente automatizado y su implementación es muy sencilla, por lo que no supone un gran sobre esfuerzo para los operadores. Estos solamente tendrán que hacer clic cuando quieran cambiar ajustes específicos. Permite la personalización según las necesidades gracias a su alto nivel de modularidad. Por ejemplo, se pueden añadir torres de alimentación inteligentes que permitirán procesar varios formatos de impresión. Además, el software que incorpora es más innovador que las versiones anteriores y los ajustes se controlan fácilmente a través de una pantalla directamente conectada a la máquina.

En definitiva, su funcionamiento y uso es muy fácil. En pocos pasos se consigue un folleto totalmente acabado.

PRINCIPALES VENTAJAS

- Profesionalidad - La empresa transmitirá una imagen de mayor credibilidad y fiabilidad a los clientes. Estos percibirán los productos de alta calidad debido a una mayor precisión y consiguiendo acabados premium.
- Eficiencia en el tiempo - Al tratarse de un confeccionador totalmente automático, se evita la pérdida de tiempo y se consigue un acabado final profesional y consistente. De esta manera, los operadores pueden centrarse en otras tareas de mayor importancia.
- Rentable - Es una inversión rentable a largo plazo. El proceso de confección de los folletos requiere de me-



nor tiempo, se eliminan tareas manuales y se producen menos errores. En definitiva, se consigue un mayor número de folletos con menos tiempo, dinero y material.

- Mayor productividad - Gracias a su alto grado de automatización, el confeccionador es capaz de manejar una amplia gama de aplicaciones a una velocidad de hasta 5.200 folletos por hora.
- Fácil de usar - El confeccionador integra unos controles, ajustes e interfaz muy intuitivos y fáciles de usar. El operador puede manejar el equipo solamente pulsando un botón.
- Opciones personalizables - Permite la posibilidad de grapar, plegar y recortar con una gran precisión. Además, ofrece la opción de corte de tres cuchillas y de lomo cuadrado. Es capaz de producir diseños apaisados A4, catálogos, libros de texto, calendarios y mucho más.

CAPACIDADES DEL CONFECCIONADOR DE FOLLETOS

Integrando el confeccionador de revistas Duplo DBM-700 al flujo de trabajo, se potencia la oferta de encuadernación con soluciones innovadoras y de última generación. Algunas características y especificaciones a destacar:

- Grosor máximo del folleto: 6 mm para 30 hojas de 80 g/m o un libro de 120 páginas, y 10 mm para 50 hojas de 80 g/m o un libro de 200 páginas.
- Tamaño de la hoja plana: el tamaño máximo de la hoja plana es 356 mm de ancho x 610 mm de largo, con un mínimo de 105 mm de ancho x 170 mm de largo.
- Capacidad de plegado: de 2 a 30 hojas, o 50 hojas con la DBM 700S.
- Capacidad de grapado: 5 mm para 50 hojas de 80 g/m.

El cliente busca personalizar sus trabajos, destacar, ofrecer productos que llamen la atención y despierten el interés. Esto no puede ser un trabajo manual. Los equipos Duplo simplifican y automatizan los procesos de trabajo, haciendo que la producción de folletos sea más rápida y aumentando la productividad.

TEC-LASER LC-350

Sistema inteligente de troquelado laser



Diseño personalizado y modular

El sistema inteligente de troquelado por láser de alta velocidad Golden Laser adopta un concepto de configuración modular y personalizado a las necesidades de trabajo.

Puede equiparse con varios módulos (en opción) unidad flexo para aplicar barniz de acabado, tratamiento corona, así como diferente sistema en acabado como, bobinador, rollitos o en hoja, soluciones acordes a sus necesidades.

tectuPRINT

Soluciones para la industria gráfica
www.tectuprint.com

DRUPA HALL 13 Stand A50

APLICACIONES ESPECIALES

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Ancho máximo	350mm
Longitud máxima de corte	Ilimitada
Ancho máximo de material	370mm
Diámetro Max.de bobina	750mm
Velocidad Máxima	80m/min
Tolerancia	±0.1mm
Dimensiones	L3700*W2000*H1820mm
Peso	3500KG
Potencia eléctrica	380V - 50/60HZ
Presión de aire	>0.4mpa
Potencia de láser	2 de 300W unidad
Rango de potencia de salida del láser.....	5%-80%
Estabilidad de potencia	±3%
Potencia equipo de Frio	1.2KW-3KW
Potencia sistema de extracción ..	1.2KW-3KW
Diámetro haz Láser	02 mm medición remota de ancho completo
Velocidad del láser	6000mm./s



PP



BOPP



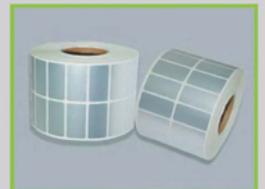
Papel sintético



Papel brillante



Papel mate



Poliéster Plata



Cinta de doble adhesivo



Papel



Cartulina



PET



Film Refectivo



Papel cuché

tectuPRINT

Soluciones para la industria gráfica
www.tectuprint.com



Tecnología de alto rendimiento de Heidelberg

La presión de los costes, la escasez de personal cualificado y la sostenibilidad: las imprentas de todo el mundo necesitan afrontar todos estos problemas y seguir siendo competitivas, en la industria gráfica. Numerosas características innovadoras consiguen que la nueva generación de máquinas de Heidelberg Druckmaschinen AG (HEIDELBERG) reduzcan costes, ayuden a paliar la escasez de cualificaciones y mejoren la sostenibilidad de las imprentas.

Heidelberg dispone de la solución para esto en forma de mayor velocidad y automatización. La nueva generación Peak Performance de la Speedmaster XL 106 puede imprimir hasta 21.000 hojas por hora. Con esta nueva generación, la impresión autónoma ahora también es posible en la producción de packaging, gracias al concepto Push to Stop mejorado. Esto significa que ahora se pueden configurar parámetros de producción complejos de



forma completamente automática, también en packaging e impresión de etiquetas.

El nuevo PowderStar XL (Duo) reduce el consumo de polvo en hasta un 15 por ciento y las emisiones de polvo hasta un 45 por ciento. Es más, hace la función de filtrado. Se facilita la capacidad del personal, porque el uso de grupos

de producción significa que menos personal puede controlar el mismo número de equipos de imprimir de manera eficiente.

Con aislamiento en la entrega, un intercambiador de calor de flujo cruzado y un diseño mejorado del casete del secador, el nuevo secador DryStar Combined Eco utiliza hasta un 30 por ciento menos de energía para secar.

Con el sistema de flujo de trabajo Prinect, Heidelberg lleva la automatización a un nivel completamente nuevo en términos de productividad, ofreciendo una solución para una mayor digitalización.

Cinco fábricas de Canon consumen un 100 % de energía renovable

Canon Inc. ha anunciado que toda la energía utilizada en el año fiscal de 2023 en cinco de sus factorías, pertenecientes a cuatro de sus compañías fabricantes -Canon Suzhou Inc., Canon Vietnam Co., Ltd. (fábricas de Thang Long y de Tien Son), Canon Hi-Tech Thailand Ltd. (fábrica de Ayutthaya), y Canon Prachinburi Thailand Ltd.- fue de tipo renovable. En estas factorías de Canon se producen los principales productos de su negocio de impresión, tales como los equipos multifunción para oficinas, las



impresoras de inyección de tinta para casa y las impresoras de inyección de tinta de gran formato.

Canon está trabajando para que el 100 % del consumo eléctrico en los lugares donde se fabrican sus equipos para impresión proceda de energías renovables. Hasta el momento, la compañía ha instalado paneles solares en algunos de sus centros de fabricación y ha aprovechado la energía renovable generada por dichos paneles en sus actividades de producción.



Chile

Primer Fashion Meet by Epson en Chile

El pasado mes de marzo se llevó a cabo el primer Fashion Meet by Epson en Chile, donde la marca Singolare y los diseñadores emergentes Bryan Bo y Lorenza Bas presentaron sus colecciones confeccionadas mediante procesos de sublimación con la tecnología de Epson. Este evento, que nació en Estados Unidos y que ya se ha realizado en Colombia, El Salvador, Ecuador, Guatemala, Argentina, Perú y México, tiene como objetivo dar a conocer la sublimación como una alternativa en el mundo de la moda.

En la versión chilena del evento participaron cerca de 160 personas, entre ellos influencers, invitados del mundo de la moda, de la fotografía y del arte, además de canales de distribución de la tecnología de Epson y clientes finales de la marca.

El proceso de sublimación comien-



za con la impresión de una imagen en un papel utilizando un equipo Epson. Posteriormente, a través del calor y la presión en planchas o calandras, el diseño se fija en distintos soportes tales como tazas, telas, mouse pads, entre otros. Así, el desafío de los diseñadores fue confeccionar una colección donde la sublimación y la personalización fueran los protagonistas.

Entre los beneficios que tiene esta técnica en comparación a otros métodos usados tradicionalmente en el rubro textil destaca el ahorro hídrico que implica, al no utilizar agua.

Actualmente, Epson está gestando nuevos proyectos para continuar difundiendo la sublimación dentro del mundo de la moda.

Fuente: ASIMPRES

Por qué la Mimaki Tiger600-1800TS está en la cima de la jungla de impresión por sublimación industrial

Por Marc Verbeem

Supervisor de gestión de productos,
Mimaki Europa

Para estar en la cima de la cadena alimentaria, necesita ventajas que le permitan no solo sobrevivir sino también prosperar en su sector. El mercado actual de la sublimación favorece cada vez más los modelos de gran volumen y alta velocidad, que actualmente representan el 75 % del mercado. La impresora de inyección de tinta por transferencia por sublimación a escala industrial de Mimaki, la Tiger600-1800TS, busca superar las expectativas. Diseñada para empresas que buscan mejorar su ventaja competitiva, esta impresora ofrece productividad industrial, calidad de impresión constante y rendimiento rentable.

UN TIGRE INDUSTRIAL

Como impresora de inyección de tinta textil industrial, la Tiger600-1800TS está diseñada para manejar producciones textiles de gran volumen y grandes proyectos con facilidad, sin comprometer el alto estándar de calidad por el que son conocidas las impresoras Mimaki.

Debido a su tamaño y alto rendimiento, esta impresora también sería una opción inteligente, eficiente y rentable para reemplazar una línea de producción con varias impresoras más pequeñas. Puede manejar producción y aplicaciones diversificadas con un proceso flexible, rápido y de alta calidad.

La capacidad de la impresora para manejar papel liviano de hasta 25 g/m² permite a los usuarios ahorrar en costos de papel, reduciendo el costo total de impresión hasta en un 40 %. Además, la unidad de rollo Mini Jumbo permite rollos de material más grandes, de hasta 300 kg, lo que reduce aún más los costos operativos y brinda ventajas por metro cuadrado sobre los rollos estándar.

VELOCIDAD EXCEPCIONAL

El Tiger600-1800TS no comparte nombre con uno de los mamíferos terrestres más rápidos del planeta sin ningún motivo. Gracias a los cabezales de impresión de nueva generación de Mimaki, la Tiger600 ofrece una velocidad incomparable y una impresión productiva, alcanzando hasta 550 m²/h, un notable 143 % de la velocidad del modelo anterior.

Combinado con sus características únicas, la Tiger600-1800TS establece un alto punto de referencia



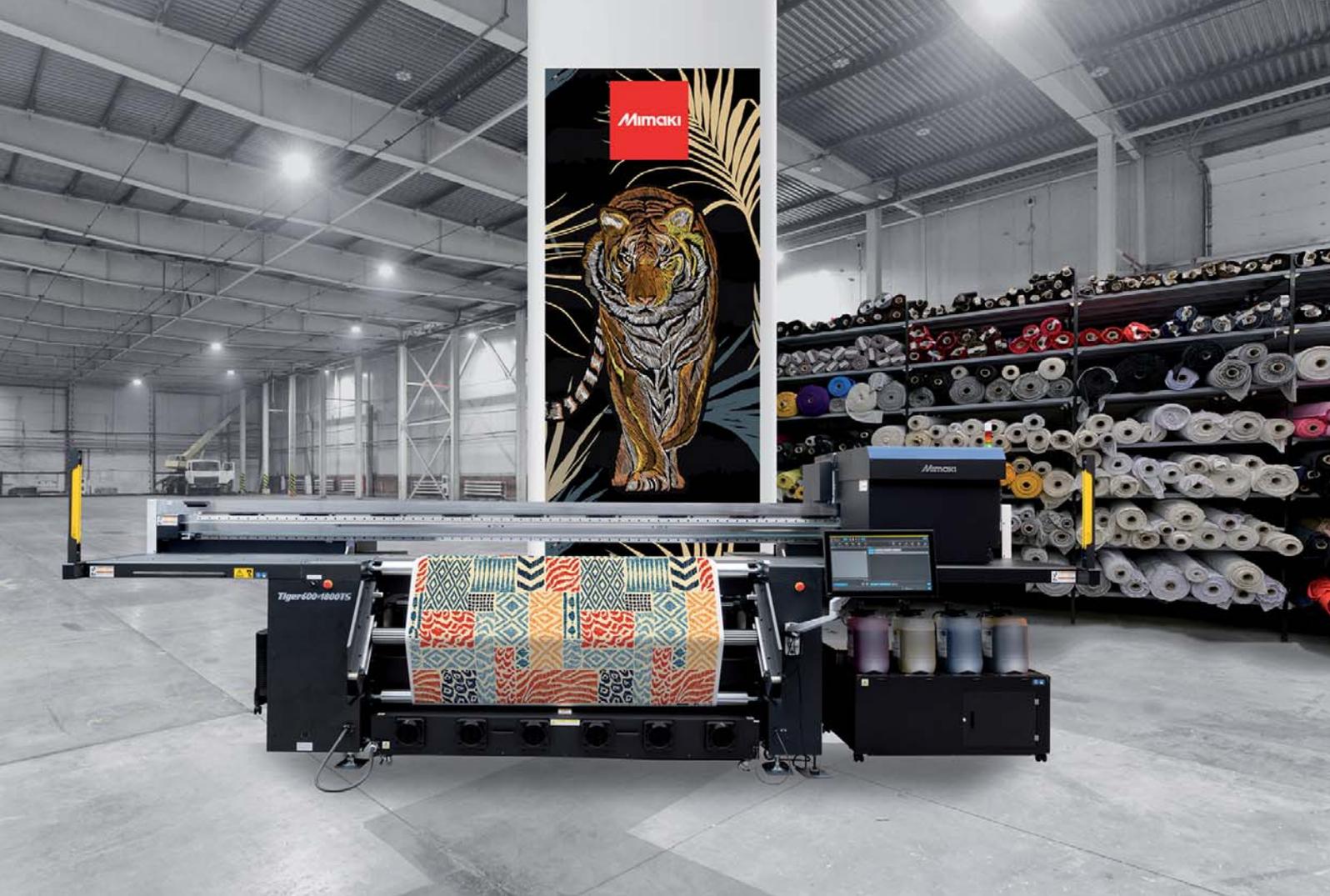
para el futuro de la impresión por sublimación digital.

Gracias a los últimos atributos, la impresión de alta velocidad se puede mantener en todo momento con una mínima intervención necesaria. Un nuevo diseño del sistema de tinta ayuda a reducir el riesgo de que se caigan los inyectores durante la operación, incluyendo componentes como un tanque de almacenamiento interno para reemplazar automáticamente la tinta, circulación regular de tintas, desgasificación directamente encima de los cabezales de impresión para evitar que entre aire y lavado de cajas en ambos lados para evitar la necesidad de barras de color adicionales.

También está equipada con las tecnologías centrales por excelencia de Mimaki, incluido el sistema de recuperación de boquillas (NRS), que permite que la impresión continúe incluso si un cabezal de boquilla está obstruido. Colourama, una empresa que se especializa en moda, decoración del hogar y otros servicios de impresión digital, comenta que solo han necesitado reemplazar un cabezal de impresión para sus cuatro máquinas Tiger en los últimos cuatro años.

TINTE DEL TIGRE

Al igual que el llamativo pelaje naranja y negro de un tigre, la impresora ofrece impresiones nítidas y de alta calidad. Utilizando tinta MLSb510 de alta densidad y amplia gama de colores y ocho cabezales de impresión avanzados a 240 mm por pasada, ofrece resultados vívidos casi sin satélites de tinta, incluso a altas velocidades.



La Tiger destaca en tinte negro al lograr un color negro extremadamente intenso (posiblemente el más intenso del mercado), todo ello en una sola pasada de impresión.

La Tiger600-1800TS también está equipada con la tecnología Mimaki Advanced Pass System (MAPS4), que calcula la mejor manera de inyectar las gotas de tinta en los distintos materiales.

Como Colourama, el usuario de Tiger, imprime principalmente para moda y decoración del hogar, el equipo a menudo tiene la tarea de crear piezas coloridas y muy detalladas. Por este motivo, la empresa decidió invertir en varias impresoras Tiger debido a los vibrantes colores sólidos y los detalles nítidos que pueden producir, incluso a altas velocidades.

CONSCIENTE DEL MEDIO AMBIENTE

La sostenibilidad ha seguido siendo una de las cuestiones clave, si no la clave, en todas las industrias desde hace varios años, y la Tiger600-1800TS se creó con eso en mente.

Compatible con la tinta certificada ECO PASSPORT de Mimaki, las empresas pueden crear impresiones ecológicas, lo que les permite obtener la certificación OEKO-TEX. Las tintas de impresora también cuentan

con la certificación bluesign, una de las certificaciones ecológicas más estrictas del mundo para certificar el más alto nivel de seguridad de los consumidores y trabajadores, y de respeto al medio ambiente.

DISEÑO MEJORADO PARA AHORRAR ESPACIO

Se consideraron tanto el interior como el exterior para garantizar que la impresora esté completamente optimizada para su entorno. Todas las características mencionadas se compactan en una unidad que ahorra espacio, con el papel colocado y sacado en la parte trasera de la máquina. Como no necesita ser accesible desde ambos lados, ocupa un 50 % menos de espacio que el modelo Tiger anterior. La unidad calefactora móvil está situada debajo de la máquina, lo que permite cargar fácilmente el papel. Los mini rollos jumbo de 300 kg reducen la necesidad de recargar continuamente el papel.

Para los impresores que están considerando dar el salto a las tecnologías de impresión textil digital, la Tiger600-1800TS es una incorporación industrial altamente productiva y autosuficiente, con capacidades integradas no solo para mantenerse al día con la demanda fluctuante sino también para prosperar en un entorno acelerado.



Canon presenta las nuevas imagePROGRAF GP de 7 colores

Canon lanza una nueva serie de impresoras de gran formato imagePROGRAF GP de 7 colores, con tintas naranja y gris, que ofrecen una reproducción de colores intensos y suaves. Esta gama está pensada tanto para impresores comerciales externos, como para proveedores de servicios de impresión internos (PSP). Los equipos están especialmente diseñados para la impresión de carteles de alta calidad, premium, y también resultan adecuadas para otras aplicaciones de artes gráficas, como la impresión de fotografías. La nueva serie consta de tres modelos: la imagePROGRAF GP-6600S, de 60 pulgadas / 1.524 mm; la GP-4600S, de 44 pulgadas / 1.118 mm, que reemplaza a la imagePROGRAF PRO-6100S y la PRO-4100S; y la GP-2600S, de 24 pulgadas / 610 mm.



El nuevo juego de tintas LUCIA PRO II de siete colores, utilizado por la nueva serie imagePROGRAF GP, incluye una tinta naranja que reproduce colores más intensos y llamativos, y otra gris, para reproducir con suavidad, por ejemplo, los tonos de piel. Como resultado, la gama de colores reproducible por la nueva serie imagePROGRAF GP cubre con precisión hasta el 96 % del muestrario Pantone Formula Guide Solid Coated, lo que la convierte en el dispositivo ideal para la impresión de colores corporativos.

El juego de tintas LUCIA PRO II también permite a los usuarios producir impresiones más robustas gracias a que las nuevas tintas ofrecen una resistencia mejorada a los arañazos en papeles fotográficos, lo que hace que el manipulado, el montaje y el acabado resulten más sencillos. Además, un pigmento incorporado en la tinta, y muy resistente a la luz, aumenta la solidez del color, de forma que los trabajos artísticos impresos pueden ser conservados hasta 200 años.

Releases

ENFOCUS

24.03



Enfocus anuncia importantes actualizaciones de funciones para PitStop y Griffin

Enfocus anuncia importantes actualizaciones de PitStop y Griffin. Las actualizaciones de marzo de 2024 (PitStop 24.03 y Griffin 24.03) introducen funciones innovadoras diseñadas para agilizar la producción de impresión en formato ancho. Con una especial atención en la edición y la perfecta integración de flujos de trabajo, estas nuevas y potentes actualizaciones mejoran la eficacia, la calidad y la colaboración de los proveedores de servicios de impresión.

Ahora es posible trabajar con PitStop Pro y Griffin al mismo tiempo sin problemas. Para los impresores que utilizan Griffin, es tan sencillo como abrir un archivo unitario, enviarlo a PitStop Pro para añadir líneas de corte y sangrado, realizar el pre-flight (o utilizar cualquier otra función de PitStop) y luego guardarlo para actualizar el archivo en Griffin. Esta solución unificada mejorará la eficacia operativa de los impresores de formato ancho, y les permitirá llevar más rápidamente a la imprenta los archivos optimizados que requieran trazos de corte, sangrado y otras modificaciones.

PitStop 24.03 introduce funciones que abordan importantes retos en el proceso de producción de impresión, entre los que se incluyen: relleno a trazo, simplificar trazos, gestión mejorada de marcadores, acciones predeterminadas... Estas funciones, junto con numerosas correcciones de errores y listas de acciones adicionales, garantizan que PitStop Pro sea una herramienta efectiva para los profesionales de la preimpresión que buscan maximizar la eficacia y la precisión.

Por su parte, la versión 24.03 de Griffin aporta muchas mejoras clave, entre ellas: derivación a PitStop y exportación de RIP Onyx específica.

La Prensa de la **IMPRESIÓN TEXTIL** **AQUÍ ENCONTRARÁ**



El futuro y el presente de la moda visto a través de las presentaciones y colecciones de primavera-verano y otoño-invierno y de los eventos y las semanas de la moda nacionales e internacionales



www.alborum.com

laprensa@alborum.com

Tlf.: +34 913 096 520

La impresión de gran formato revoluciona el interiorismo



Amado Lara, presidente de Roland DGA.

Imagínese caminar por un vestíbulo aburrido y encontrarse con una pared que cobra vida gracias a un mural impresionante que evoca una sensación de calma y serenidad. O entrar en una sala de conferencias y ser recibido por un gráfico impactante que inspira creatividad y colaboración. Estos son solo algunos ejemplos de cómo la impresión de gran formato está cambiando la manera en que concebimos y experimentamos el interiorismo.



Lo que una vez fue simplemente una técnica de impresión publicitaria, ahora está dejando una marca significativa en la decoración y personalización de espacios físicos. Así, la impresión de gran formato está expandiendo su alcance a otras aplicaciones, como es el caso del diseño de interiores, donde está superando con creces su papel tradicional y se ha convertido en una herramienta fundamental para transformar el interiorismo.

De acuerdo con Amado Lara, presidente de Roland DGA, fabricante de impresoras de gran formato, los profesionales del diseño de interiores están aprovechando al máximo las posibilidades creativas que ofrecen las nuevas tecnologías de impresión. "La impresión digital en gran formato está permitiendo a los diseñadores de interiores crear experiencias visuales cautivadoras, incluso, dar vida a ideas que antes eran imposibles o demasiado costosas", señala el ejecutivo. Hoy, paredes insípidas se transforman en lienzos gigantes, donde obras de arte, gráficos y murales personalizados dan vida a experiencias inolvidables.

IMPRESIÓN DE GRAN FORMATO HACE POSIBLE LA PERSONALIZACIÓN EN EL DISEÑO DE INTERIORES

En el mundo del diseño de interiores, la personalización es la clave para crear espacios que reflejen la individualidad y el estilo de cada cliente. Y gracias a las nuevas tecnologías de impresión de gran formato, esta personalización ha alcanzado nuevas alturas. Ya no estamos limitados a opciones estándar de decoración; ahora podemos transformar por completo nuestros espacios interiores con diseños únicos y personalizados que cautivan los sentidos y despiertan la imaginación.

"Una de las mayores ventajas de la impresión de gran formato en el interiorismo es la capacidad de adaptar cada detalle al gusto y las preferencias de los clientes. Ya sea que estén buscando un toque de color

audaz para una sala de estar o un mural inspirador para un espacio de trabajo, los diseñadores pueden crear soluciones personalizadas que se ajusten perfectamente a las necesidades y deseos de sus clientes", señala Amado Lara, presidente de Roland DGA.

Para Roland DGA, cuya tecnología de impresión digital de gran formato ayuda a diseñar espacios acogedores y que reflejen estilo; estos dispositivos pueden aportar una serie de ventajas en la decoración de interiores, tales como:

- Máxima versatilidad.- Es posible imprimir en una amplia variedad de materiales, desde papel y tela hasta vinilo y vidrio, adaptándose a cualquier estilo o necesidad. Además, se puede crear una serie de productos como wallpapers, gráficos para escaparates y suelos, forros para muebles, cortinas y persianas, alfombras y tapetes, tapicería, cojines, manteles y sábanas, y accesorios y decoraciones personalizadas.

- Alto impacto visual.- Esta es una de las características más destacadas y poderosas de esta tecnología en el diseño de interiores. La impresión de gran formato genera un impacto visual impresionante, capaz de transformar por completo la atmósfera de un espacio. Por ejemplo, al imprimir imágenes y diseños en dimensiones mucho más grandes que las opciones convencionales, estas impresiones tienen la capacidad de dominar una pared entera o, incluso, un espacio completo.

- Amplia personalización.- Los diseños pueden ser completamente personalizados, desde imágenes y fotografías hasta patrones y texturas, creando espacios únicos que reflejan la personalidad del cliente. Puede personalizar vasijas, lámparas, marcos de cuadros, manillares de puertas y mucho más. Incluso, se puede imprimir sobre objetos tridimensionales o usar una impresora y cortadora de contornos integrada para personalizar piezas con envolturas o transferencias.



La impresión de gran formato para personalizar y realzar los espacios, será una tendencia que veremos con fuerza en 2024 y más allá.

□ Calidad excepcional.- Además de su capacidad para personalizar diseños, la impresión de gran formato también ofrece una calidad visual excepcional, muy valorada en el interiorismo. Gracias a los avances en la tecnología de impresión, los colores son vibrantes y los detalles son nítidos, lo que garantiza resultados impresionantes que realmente hacen que los espacios cobren vida.

□ Extensa durabilidad.- Los materiales utilizados en la impresión de gran formato son de alta calidad, diseñados específicamente para resistir el desgaste, la decoloración y otros factores que pueden afectar la calidad y la apariencia de las impresiones a lo largo del tiempo. Además, los materiales utilizados suelen ser fáciles de limpiar y mantener, lo que prolonga su vida útil y su atractivo visual en el interiorismo.

□ Impresiones ecológicas.- La tecnología de impresión digital ha avanzado hacia la eficiencia y la reducción del impacto ambiental. Por ejemplo, las tintas de la impresora de gran formato DIMENSE, de Roland DGA, son a base de agua y con materiales sin PVC, plastificantes ni ftalatos. También cumplen con las normas de seguridad para espacios interiores, como las certificaciones AgBB o A+, lo que garantiza que las impresiones sean seguras y ecológicas.

"Estamos en una nueva era en la que las posibilidades son infinitas y la creatividad es el único límite, de manera que el uso de la impresión de gran formato para personalizar y realzar los espacios, será una tendencia que estaremos viendo con mayor fuerza en 2024 y más allá", finaliza Amado Lara.

En definitiva, la impresión de gran formato ha abierto un mundo de posibilidades para el diseño de interiores. Los profesionales de este sector tienen ahora a su disposición una herramienta poderosa para crear espacios únicos, personalizados y visualmente impactantes. Porque ahora el interiorismo no solo se trata de decorar las paredes, se trata de crear experiencias envolventes que cautiven a quienes entran en el espacio.



Roland DGA comercializa los productos Dimense

Roland DGA Corporation ha iniciado la comercialización y soporte de Dimense, una solución de impresión digital de gran formato con un exclusivo relieve tridimensional. Dimense, desarrollada y fabricada por DG Dimense, estará disponible a través de distribuidores autorizados seleccionados, de Roland DGA, en Norteamérica y Sudamérica.

La solución Dimense consiste en la impresora de inyección de tinta Dimensor S, combinada con un sustrato especial que tiene la propiedad de formar espuma al calentarse, una tinta estructurada para controlar dicha espuma y tinta CMYK a base de agua que es segura para uso en interiores. Tras la impresión, el sustrato se calienta con el calentador integrado en la impresora, lo que hace que las zonas no recubiertas con tinta estructurada formen espuma de hasta 1.5 mm de grosor, creando el diseño texturizado previsto. Esta innovadora solución permite imprimir gráficos bajo demanda con presencia tridimensional.

Dimense también ha desarrollado una línea exclusiva de sustratos sin PVC (policloruro de vinilo), respetuosos tanto con el medio ambiente como con las personas, para su uso con la impresora Dimensor S. Hay disponibles varios acabados de sustratos, como mate, gamuza, plata metálica, oro metálico, nacarado y camaleón, que permiten la producción de una amplia variedad de decoraciones para interiores, como papel tapiz, materiales para puntos de venta y mucho más.

La gama también incluye sustratos textiles ideales para la señalización de interiores, como gráficos con bordes de silicona, lonas, pancartas enrollables y punto de venta. Gracias a su cumplimiento de las normas de seguridad, como las certificaciones AgBB y A+, estos materiales pueden utilizarse con seguridad en una gran variedad de entornos interiores.



TrueVIS AP-640

Mimaki presenta una nueva impresora UV para cartelería y señalización

Mimaki presenta lo último en tecnología UV de impresión y corte, compuesta por la impresora UV plana en formato grande JFX600-2531 y el plotter de corte plano CFX-2531.



El mercado demanda imprimir a mayor tamaño y esta nueva tecnología, la impresora UV plana, JFX600-2531, responde a esa exigencia tras la buena recepción de JFX600-2513 presentada en 2021. Ofrece la misma productividad y resolución de 1200 DPI, el 3,1 m de aumento de la cama abre un sinfín de posibilidades para los impresores. Otra característica que comparte con el modelo anterior es la función de impresión 2.5D, que crea una textura sobre la superficie para un acabado más personalizado.

Para agilizar más el proceso, Mimaki ha creado el "Toggle Print Function" (o "Activar función de impresión") tan solo para JFX600-2531, lo que permite imprimir a la vez en la parte delantera y trasera de la mesa de impresión. Los operadores ahora pueden establecer una de las dos partes como origen de impresión, lo que significa que el trabajo manual, como la sustitución, fijación y limpieza de la superficie, pueden llevarse a cabo mientras la impresora sigue imprimiendo en el otro lado.

Con la expansión de la familia de plotters de corte de Mimaki, el CFX-2531 es una excelente opción de corte que funciona con mayor velocidad y eficacia. Como plotter de corte de gran tamaño, 3,190 mm x 2,540 mm, el CFX-2531 puede trabajar de forma continua o bien alternando la parte delantera y trasera de la mesa.

Tinta de Roland DG obtiene la certificación ECOLOGO

La tinta de resina TA para la impresora Roland DG TrueVIS AP-640 Resin/Látex ha adquirido la certificación ECOLOGO. La AP-640, una de las avanzadas impresoras de inyección de tinta que componen la familia de impresoras TrueVIS de nueva generación, de Roland DG, combina una alta saturación del color, una impresión de alta definición con tintas de resina de secado rápido y una productividad de alta velocidad. También ofrece una versatilidad excepcional.

La AP-640 de 162 cm (64 pulg) es ideal para una gran variedad de aplicaciones, como impresión de papel tapiz, bellas artes, pancartas de tela, rotulación de vehículos, y más. Otra característica clave de la AP-640 es su respeto por el medio ambiente y las personas, lo que hace que esta impresora de resina de última generación sea especialmente adecuada para aplicaciones de interior en supermercados, restaurantes, escuelas, hospitales y otras instalaciones que requieran una alta seguridad.

La certificación ECOLOGO es una norma aprobada por UL, una organización de terceros dedicada a promover la sostenibilidad global, la salud medioambiental y la seguridad, apoyando el crecimiento y el desarrollo de productos, servicios y organizaciones preferibles desde el punto de vista medioambiental.

Mimaki lanza la Kebab HS

Mimaki ha anunciado el lanzamiento de la nueva Kebab HS que permite una impresión perfecta en 360 grados sobre objetos cilíndricos, como botellas y termos. Esta última solución también puede imprimir directamente sobre objetos cónicos, incluidos vasos y tazas.



Kebab HS es la última incorporación a la serie Kebab de sistemas opcionales de Mimaki para la serie UJF de impresoras planas UV. Basándose en las capacidades de la Kebab MkII, la nueva Kebab HS lleva la productividad y el rendimiento al siguiente nivel. Tres veces más rápida que el modelo anterior, la Kebab HS aumenta significativamente la eficiencia de producción y tarda aproximadamente 10 minutos en imprimir por material, lo que resulta ideal para los usuarios que gestionan pedidos de volumen medio con una sola impresora.



Epson presenta la SureColor V1000

Epson ha creado una impresora plana UV A4 de gama de entrada pensada específicamente para cubrir las necesidades de las pequeñas empresas en el sector de la personalización y los artículos promocionales. Compacta y asequible, la SureColor V1000 puede imprimir en casi cualquier superficie rígida, convirtiéndola en el compañero ideal para crear artículos promocionales y personalizados.



Utilizando la tecnología SureColor de Epson, la SC-V1000 puede imprimir directamente sobre una amplia gama de soportes con grosores de hasta 70 mm, incluidos acrílicos, policarbonatos, PVC, aluminio, metal, poliéster, cartón pluma, estireno, madera y piedra. Con un sistema de bolsas de tinta integrado con 6 colores (CMYK más blanco y barniz), la SC-V1000 produce imágenes de gran precisión y detalle, que se pueden personalizar fácilmente.

De tamaño muy compacto (699 mm x 699 mm), la impresora cabe fácilmente en la mayoría de entornos de trabajo y mesas estándar. Además, resulta muy fácil de utilizar y mantener, con un sistema de limpieza automático, que se activa desde una pantalla táctil intuitiva y sencilla que elimina la necesidad de mantenimiento manual. El uso del sistema de bolsas de tinta sustituibles (RIPS) de Epson hace que la tinta sea realmente fácil de reemplazar.

La nueva Kongsberg C68 Exact establece nuevos estándares

Kongsberg Precision Cutting Systems (Kongsberg PCS) ha presentado su última innovación, una máquina digital de dibujo y corte de gran formato de última generación que establece nuevos estándares de precisión.

La C68 Exact, diseñada para satisfacer las exigencias particulares de trazado y corte muy precisos, proporciona un trazado y dibujo de altísima calidad con herramientas de fibra o bolígrafo, sobre papel y otras superficies lisas. Con un patrón especial de perforación por vacío y un tratamiento de superficie lisa, el tablero facilita el dibujo extra preciso y el corte ligero.

Basada en la potente plataforma de mesas de corte Kongsberg C, la Kongsberg C68 Exact también es capaz de cortar con precisión materiales basados en papel, plástico u otros materiales flexibles, presumiendo de una impresionante superficie de 3210 x 6400 mm (126,37 x 252 in). Principalmente diseñada para cumplir con los exigentes estándares y requisitos de la industria aeronáutica, la nueva Kongsberg C68 Exact puede utilizarse en una amplia gama de producción de gran formato, incluyendo films de enmascarado, láminas de poliéster, films de PVC, láminas flexibles y papel de dibujo.

VersaSTUDIO BY-20 gana premio BLI 2024 Pick Award

VersaSTUDIO BY-20 ha sido galardonada con el premio Buyers Lab (BLI) 2024 Pick Award de Keypoint Intelligence. Se trata de la primera impresora DTF de sobremesa que obtiene este prestigioso premio de Keypoint Intelligence.



rencia y polvo (cada uno se vende por separado) que hace que conseguir resultados de nivel profesional sea sencillo, incluso para aquellos con poca o ninguna experiencia en impresión.

La BY-20 es una impresora de sobremesa compacta, fácil de usar y asequible que utiliza el método de transferencia DTF para la producción profesional de prendas de vestir. Es la pieza central de un completo sistema directo-a-película que incluye tintas, película de transfe-

La BY-20 permite a los usuarios realzar prendas y accesorios con gráficos vibrantes, así como texto detallado sin necesidad de escardar. Los gráficos producidos con la BY-20 pueden transferirse a una gran variedad de tejidos claros y oscuros, como algodón, poliéster, algodón-poliéster, mezclilla, nailon y rayón.



Actualizaciones de la serie varioPRINT 6000 TITAN

Canon va a lanzar nuevas actualizaciones de la serie varioPRINT 6000 TITAN con una interfaz de usuario renovada, un tóner más resistente y una nueva opción del módulo Print Guard, lo cual se plasmará en una mayor durabilidad de la impresión en el procesamiento transaccional de los documentos.

Esta serie de equipos de impresión de alto nivel, reconocida por proporcionar fiabilidad, productividad y calidad de impresión, va dirigida a los mercados de alto volumen de producción, siendo capaz de alcanzar 10 millones de impresiones en formato A4 por mes. A fin de poder cubrir las necesidades de diversos entornos de producción monocromo, esta serie está disponible en tres versiones diferentes: Estándar, TPxp y MICR. Estas versiones cubren diferentes segmentos de mercado, incluidos los siguientes: impresión comercial, libros, manuales, impresión interna, transaccional y de seguridad. Los equipos de impresión de nivel Estándar, TPxP y MICR están disponibles en varias versiones de velocidad, con la posibilidad de actualizaciones temporales o permanentes, así como con la posibilidad de elegir la entrada del papel y los módulos de acabado.

Las tres versiones, Estándar, TPxp y MICR, han sido optimizadas para operar en los mercados comercial y de impresión interna y en los mercados transaccionales y

de seguridad, de forma que los usuarios puedan producir en una gran variedad de aplicaciones, incluidos libros, manuales, documentos transaccionales, correo directo y documentos financieros, así como aplicaciones impresas en soportes ligeros, como por ejemplo, folletos farmacéuticos.

Todos los modelos de la serie varioPRINT 6000 TITAN de la gama TPxp (transactional printing with extra performance = impresión transaccional con prestaciones extra) han sido diseñados para la producción de documentos transaccionales y promociones de correo directo. El tóner TPxp, recién desarrollado y más resistente, combinado con la última versión opcional del Print Guard Module (PGM o Módulo de Protección de la Impresión), proporciona una mayor potencia cohesiva para aumentar aún más la durabilidad de los trabajos impresos, algo que resulta crucial para mantener una calidad de impresión óptima en estos entornos de producción.

La serie varioPRINT 6000 TITAN ahora funciona con la versión más reciente, la Mark 10, del servidor de impresión Canon PRISMAsync el cual procesa y monitoriza los trabajos, además de controlar las funciones de impresión. La serie varioPRINT 6000 TITAN es eficiente energéticamente y excepcionalmente fiable, además de muy productiva.

Canon amplía su gama de impresoras para oficinas

Canon ha anunciado la ampliación de su gama de impresoras i-SENSYS e i-SENSYS X, mediante la incorporación de seis nuevos modelos A4.

Este nuevo lanzamiento ofrece una fiabilidad mejorada y un mantenimiento más sencillo, gracias a la utilización de tecnología avanzada, que va desde el hardware, el software y las soluciones más innovadoras disponibles en el mercado. Los nuevos equipos i-SENSYS e i-SENSYS X proporcionan ventajas adicionales a las compañías gracias a la incorporación de nuevas características mejoradas



como velocidades de escaneado más rápidas, menor consumo de energía, interfaz de usuario más sencillo o funciones de seguridad mejoradas.

Además, esta gama i-SENSYS X incorpora características dirigidas a optimizar

la gestión de documentos e información, incluida la compatibilidad con la solución de Canon uniFLOW Online. Se trata de una tecnología avanzada de impresión y escaneado seguras que permite a las organizaciones gestionar todo su entorno de impresión en la nube.



Shared Risk



ROLAND



KBA

Inkjet, ¡el gran facilitador!

Nuestras vidas están cambiando y también las impresiones que encargamos y producimos. La inyección de tinta es única no solo por la variedad de aplicaciones de impresión abordadas, sino también por la gama de dispositivos, desde soluciones económicas de nivel básico hasta líneas de producción de alta gama y sin luces. Esto puede eliminar el riesgo de pasar a nuevas aplicaciones de impresión y permite explorar nuevas oportunidades de impresión.

Actualmente hay más de ocho mil millones de personas en este planeta. Podemos viajar e intercambiar datos e información alrededor del mundo. Nuestros hábitos y nuestra comunicación han cambiado. No sorprende que la impresión también esté cambiando. Si bien algunas aplicaciones de impresión tradicionales están desapareciendo, otras son notablemente resistentes, mientras siguen apareciendo nuevas áreas de aplicación.

Las imprentas se están adaptando a esta tendencia y están agregando aplicaciones de impresión adicionales a medida que las marcas buscan nuevas formas de promocionarse, los editores de distribuir contenido y los consumidores de embellecer sus vidas. La demanda puede provenir de todo tipo de grupos de clientes, especialmente para tiradas pequeñas y tiempos de respuesta rápidos. Hoy en día, una presencia en la web facilita la exhibición y promoción de nuevos productos, con algoritmos de recomendación (en el futuro será IA) destinados a aumentar las ventas o presentar productos adicionales.

Queda un desafío: estas nuevas aplicaciones deben producirse primero. A veces, la mejor opción es asociarse con otro proveedor de servicios de impresión. En otros casos, mantener la capacidad de producción internamente tiene más sentido para ser rápido, flexible y retener más procesos de valor agregado. Especialmente los equipos que se pueden utilizar para una variedad de aplicaciones o que ofrecen un punto de inversión bajo pueden resultar útiles para aprovechar nuevas oportunidades.

Como analista de tecnología de impresión, todavía me sorprende encontrar la inyección de tinta en el centro de tantas posibilidades. Inkjet ayudó a democratizar el mercado de equipos de impresión, ya que un proveedor puede elegir y combinar cabezales de inyección de tinta, tintas, secado y soporte de sustratos de una amplia gama de proveedores. Hay más de 20 fabricantes de cabezales de inyección de tinta y un número mucho mayor de fabricantes de tintas de inyección activos en la industria. El



Ralf Schlözer

Analista tecnológico
para la industria
gráfica

transporte del sustrato se puede obtener de muchas empresas, e incluso los equipos de impresión o acabado antiguos se pueden reutilizar. Además, la inyección de tinta tiene ventajas tecnológicas inherentes: es un verdadero proceso sin impacto y puede, al menos teóricamente, imprimir en una amplia gama de sustratos y formas.

En consecuencia, las soluciones difieren mucho y se abordan mercados diversos. La impresión de etiquetas ha experimentado un gran auge en los últimos años, con más de 40 modelos de impresoras de etiquetas de inyección de tinta en oferta. El cartón ondulado ganó terreno a continuación, con cerca de una docena de prensas de una sola pasada en

oferta actualmente. Las soluciones de impresión de cajas plegables y embalajes flexibles han tardado en aparecer, pero varios modelos de prensas de inyección de tinta han entrado recientemente o están a punto de lanzarse en estos mercados. La impresión sobre metal, ya sea latas de bebidas o chapa, también está creciendo. En todos los segmentos, los dispositivos de inyección de tinta de producción en toda regla comienzan a rivalizar con la productividad de las prensas convencionales, aunque en precios también rivalizan con las prensas de alta gama.

Sin embargo, existen alternativas de menor precio que permiten imprimir en etiquetas, latas o bolsas a partir de inversiones bajas de cinco cifras. Las impresoras de gran formato con cabezal de escaneo pueden ser una alternativa rentable para materiales de embalaje planos, y también a partir de importes de inversión bajos similares. Aunque la productividad es baja y a menudo existen limitaciones en materiales y calidad, vale la pena preguntar sobre las oportunidades de mercado que podrían abordarse. Una alternativa para explorar nuevas oportunidades son las prensas de inyección de tinta que permiten expandirse a aplicaciones adicionales como las prensas de inyección de tinta B2 de Fujifilm, Konica Minolta o Komori y las prensas B1 de Landa. Con una amplia gama de sustratos y pesos posibles, los clientes utilizan estas prensas para una variedad de aplicaciones.

A veces, el punto fuerte del chorro de tinta radica en los procesos posteriores a que se haya realizado el embalaje principal o la impresión comercial. Se pueden crear efectos únicos aplicando capas de tinta de inyección transparente para crear superficies táctiles elevadas. Duplo, MGI, Scodix y Steinemann ofrecen soluciones para embellecer láminas. Koenig & Bauer Kammann amplió esto a la impresión de texturas en recipientes esféricos.

Más allá de la impresión comercial y de embalajes, existen muchos mercados adicionales, a menudo fuera del radar de la industria de la impresión comercial. Las impresiones decorativas sobre suelos, paneles, cerámica, vidrio y muchas otras superficies se realizan mediante inyección de tinta. Incluso existen fábricas de papel tapiz que pueden convertir diseños personalizados en rollos de papel tapiz completamente preparados. La decoración del hogar experimentó un auge durante la pandemia y, a medida que se amplían las posibilidades técnicas, se pueden decorar y se decorarán más superficies. Además, en la impresión de textiles y prendas de vestir, la inyección de tinta está disfrutando de una rápida aceptación. Desde señalización textil hasta textiles para interiores, telas para moda o estampados en prendas completas, las oportunidades son múltiples y existen soluciones para todas las áreas de aplicación. Una vez más, los modelos básicos de bajo precio ofrecen una entrada de bajo riesgo para volúmenes pequeños, mientras que las líneas de producción de alta gama están abordando las necesidades de producción industrial.

Sin embargo, no todos los sustratos son planos, pero existen soluciones de inyección de tinta para imprimir sobre objetos tridimensionales. Roland DG y Mutoh presentaron recientemente nuevas impresoras para imprimir en objetos y mercancías más pequeños. La Monster Jet de Azonprinter puede incluso imprimir objetos de hasta un metro de altura. Para superficies aún más grandes, ya se ha propuesto la impresión directa con brazos robóticos. Existen varios proyectos; sin embargo, todavía se encuentra en una fase temprana de comercialización.

Las posibilidades del inkjet no se limitan a la superficie. La impresión 3D abre la puerta a la fabricación aditiva. La inyección de tinta en la impresión 3D puede aprovechar las innovaciones de inyección de tinta desarrolladas para otros mercados y beneficiarse de la escala de uso en cabezales, tintas y electrónica de control. Incluso si un producto final impreso en 3D es significativamente diferente de una hoja de papel impresa, las empresas de impresión pueden tener una ventaja competitiva al sopesar sus conocimientos en manejo de datos, gestión del color, contactos con clientes y logística.

Finalmente, si no puede encontrar la solución adecuada para un requisito de impresión específico disponible en el mercado, los integradores de inyección de tinta pue-



den ayudarlo a personalizar una solución. Empresas como Bergstein, Cadis, Colordyne o Neos ofrecen los servicios de consultoría e ingeniería necesarios para montar una impresora personalizada. Alternativamente, los usuarios pueden configurar su propia solución invirtiendo en una barra de impresión y unidades electrónicas de proveedores como Domino, Fujifilm, HP, Kodak y otros. Memjet acaba de lanzar la barra de impresión Durabolt, llamada "motor de impresión en una caja". Por supuesto, construir su propia impresora integrada es más complicado que simplemente comprar una barra de impresión; sin embargo, hoy en día ya se utilizan miles de soluciones de impresión.

La belleza de la inyección de tinta es la simplicidad del proceso, lo que a menudo da como resultado dispositivos con pocas piezas móviles. En algunos casos, operar un dispositivo es presionar un botón, lo que facilita la configuración y el funcionamiento. Una ventaja que no debe subestimarse en tiempos de escasez de mano de obra. Obviamente, las impresoras de alta gama pueden resultar complejas y exigentes de operar. Sin embargo, con la inyección de tinta, siempre existe la oportunidad de empezar poco a poco y pro-

bar mercados con riesgo e inversión manejables y crecer cuando se desarrolle la demanda.

Finalmente, la tecnología no es un medio en sí misma. Un plan de negocios o al menos una idea de negocio debe anteponerse a cualquier inversión. Sin embargo, recomiendo encarecidamente salir y explorar dónde están apareciendo futuras oportunidades de mercado. La impresión se utiliza en muchos más lugares que las hojas de papel normales. La creatividad fundó la industria de la impresión, así que inspírese con las aplicaciones de impresión producidas en ferias comerciales, jornadas de puertas abiertas, seminarios o eventos de grupos de usuarios.

Es cierto que, dada la infinidad de posibilidades, mantener una visión general es un desafío. drupa 2024 será una gran oportunidad para experimentar una amplia gama de aplicaciones en un solo lugar y obtener información de primera mano de proveedores conocidos y desconocidos. Es hora de salir de la zona de confort y explorar las salas en las que no ha estado antes y visitar el punto de contacto y los eventos drupa next age que se llevan a cabo junto con la exposición.



La RICOH Pro™ C9500 redefine el rendimiento con los DFEs de Fiery

Fierly LLC y Ricoh USA expanden su asociación a largo plazo con el digital front end (DFE) Fiery que impulsa la impresora digital a color RICOH Pro C9500. Fiery es el proveedor exclusivo de DFE para la RICOH Pro C9500, ofreciendo a los clientes un rendimiento de impresión digital inigualable para

umentar la productividad, mejorar la calidad y automatizar los flujos de trabajo para un mayor ahorro de mano de obra.

El Controlador de Color Fiery N-70, basado en la plataforma Fiery NX Premium de alto rendimiento y el software Fiery FS500 Pro, ofrece la máxima potencia de producción para los clientes de RICOH Pro C9500.

Kodak lanza Prinergy Insite Portals versión 10.0

Kodak ha lanzado la versión 10.0 de los portales Kodak Prinergy Insite basados en la web que brindan a los usuarios autorizados acceso las 24 horas, los 7 días de la semana desde cualquier lugar.



Con la versión 10.0, Kodak ha actualizado el portal de preimpresión (IPP) Kodak Prinergy Insite y el flujo de trabajo creativo (ICW) Kodak Prinergy Insite con múltiples mejoras nuevas. Esto incluye una usabilidad mejorada gracias a las listas de grupos de trabajos plegables en IPP para reducir la cantidad de desplazamiento.

El portal de preimpresión Prinergy Insite permite a los impresores y a sus clientes enviar trabajos, realizar un seguimiento del progreso, colaborar en los cambios y probar y aprobar el trabajo. El flujo de trabajo creativo de Prinergy Insite respalda el diseño creativo/creación de contenido, revisiones, aprobaciones y gestión de activos dentro de un proceso estrictamente controlado y basado en tareas.

La autenticación de dos factores recientemente implementada al iniciar sesión protege los datos de los usuarios y la información de identificación personal (PII). OAuth (autorización abierta) para Microsoft Office 365 ahora está integrado en IPP e ICW para mayor seguridad. Y, en general, la mayor seguridad dentro de la infraestructura de IPP e ICW ayuda a prevenir ataques maliciosos.



Screen desarrolla la Truepress JET 560HDX

Screen Graphic Solutions ha finalizado el desarrollo de su nueva prensa de inyección de tinta digital de alimentación por rollo Truepress JET 560HDX. El sistema se unirá a la línea de Screen GA para los mercados de impresión comercial, correo directo e impresión editorial.

El último desarrollo de Screen GA en esta área es la Truepress JET 560HDX, un nuevo sistema único que se espera impulse una mayor innovación en la impresión. La Truepress JET 560HDX puede funcionar en una variedad de modos de impresión, lo que le permite manejar anchos de papel de hasta 560 milímetros a velocidades de hasta 150 metros por minuto, con una resolución máxima de 1200 x 1200 ppp. También es compatible con la tinta Truepress SC2 de SCREEN GA. Este conjunto de tintas de alta densidad óptica recientemente desarrollado permite imprimir directamente sobre papeles estucados offset sin ningún tratamiento previo. Las propiedades especiales del juego de tintas SC2 producen colores de alta intensidad que resaltan y tienen tonos profundos y saturados, así como negros densos y neutros para una impresión más clara incluso de textos y líneas finas.





Nanomáster en
diseño estructural
para la industria del packaging

EDICIÓN
2024

NDE

Plazas
limitadas

10 %
descuento*
(antiguos alumnos)

Abril

Septiembre
2024



p a c k a g i n g

5 meses

Mínimo 5 h
semanales

1.975*
euros

Online
180 h



Información e inscripciones

Javier Labrador: jvalera@tajamar.es
Ignacio Villalba: ivillalba@tajamar.es
Teléfono: + 34 91 757 18 13

tajamar.

Cumbre de Líderes de Medios



En el Congreso Mundial de Medios de Noticias en Copenhague (27 a 29 de mayo de 2024), los principales ejecutivos de los medios de noticias se unirán a la Cumbre de Líderes de Medios para escuchar y discutir cómo las estrategias comerciales están transformando los medios de noticias en todo el mundo. Se abordarán preguntas como:

- ¿Qué modelos de negocio tienen sentido hoy? ¿Y el futuro?
- ¿Cuáles son los dilemas a los que se enfrentarán los directores ejecutivos en 2024 y 2025?
- ¿Cómo diversificar las fuentes de ingresos y construir un negocio sostenible en tiempos de marcos que cambian rápidamente?
- ¿Cuál es el manual del modelo de negocio frente a una disrupción constante ("hola, IA")?
- ¿Por qué debería invertir ahora en medios de comunicación y cómo?

Los paneles de discusión y presentaciones reunirán a algunas de las mentes más innovadoras del mundo de los medios.

Por otro lado, el Congreso Mundial de Medios de Noticias de este año presentará una nueva vertiente: la Cumbre Mundial de Medios Digitales que permitirá profundizar en temas relacionados con los productos digitales y los ingresos. Al combinar la exitosa conferencia Digital Media Europe con el World News Media Congress, se ofrecerá un formato de tres transmisiones que permitirá estar al tanto de todos los temas esenciales para el desarrollo de la organización de medios: estrategia comercial, ingresos digitales y editorial.

Informe de WAN-IFRA sobre la difusión del pensamiento digital

El nuevo informe de WAN-IFRA comparte las lecciones aprendidas por los editores de noticias



europas que adoptaron un enfoque digital y centrado en la audiencia para transformar sus redacciones.

El informe se basa en la ronda 2023 de Table Stakes Europe, un programa de WAN-IFRA en colaboración con Google News Initiative, en el que 24 editores de noticias emprendieron iniciativas específicas de gestión del cambio para abordar los retos clave en sus viajes de transformación digital.

La primera parte del informe explora las estrategias que utilizaron las empresas para avanzar rápidamente en su transformación, ganarse a sus colegas y difundir nuevas formas de trabajar en sus organizaciones.

La segunda parte examina cómo los editores reajustaron su periodismo para satisfacer las necesidades e intereses de públicos específicos, lo que les permitió establecer relaciones más sólidas con sus lectores y captar a grupos de audiencia específicos.

El informe, "Agentes de cambio: cómo apoyarse en las necesidades de las audiencias para impulsar la transformación digital", ya puede descargarse gratuitamente en inglés, francés, alemán y español.

La Cumbre Mundial de Impresores llega a Austria

La cumbre mundial de dos días, organizada por el Foro Mundial de Impresores, está programada para los días 8 y 9 de octubre de 2024 en Viena (Austria), en el Palacio Niederösterreich. La cumbre de dos días, un punto de encuentro anual para la comunidad mundial de la impresión dentro de WAN-IFRA, ofrecerá información valiosa sobre el presente y el futuro de la industria.

El formato único, que combina reuniones de proveedores y sesiones de conferencias, garantiza que los participantes obtengan información esencial y establezcan nuevas conexiones. La cumbre tiene como objetivo abordar todas las consultas relacionadas con la impresión y reunir a impresores, proveedores de materiales y fabricantes de equipos a lo largo de la cadena de valor de la producción de impresión, desde la preimpresión hasta la imprenta y desde el acabado



del producto hasta la entrega.

La industria periodística se ha beneficiado enormemente de la automatización y de la mejora de los equipos de producción en preimpresión, impresión y posimpresión. Los editores buscan activamente soluciones para mejorar su eficiencia y sostenibilidad, tanto financiera como ambientalmente.



GWS
parts

Recambios nuevos y usados para impresores de rotativa

GWS Printing Systems amplía su oferta de compra-venta de rotativas usadas coldset y heatset, proyectos llave-en-mano y traslados de máquinas. Tenemos un amplio inventario de recambios disponibles, incluyendo una buena selección de partes “difíciles-de-encontrar”.

■ Dónde encontrarnos:

página web: www.gws.nl

e-mail: jordi.segura@gws.nl

teléfono: +34 629 583 032

www.graphicwebparts.nl

parts@gws.nl

+31 (0)88 497 77 77



GWS Parts is a **manroland** | **GOSS** company

¿Estamos perdiendo nuestra capacidad de leer profundamente?

Por Two Sides

Según una nueva investigación, la respuesta es sí. La preocupación por la pérdida de esta habilidad esencial es mayor para los niños que están en transición de "aprender a leer" a "leer para aprender", generalmente alrededor de los nueve o diez años.

En un artículo reciente en el periódico *The Guardian*, el periodista estadounidense John R MacArthur hace referencia a la última encuesta realizada por el Departamento de Educación de Estados Unidos, que "encontró que las habilidades de comprensión de textos de los niños de 13 años habían disminuido un promedio de cuatro puntos desde que el curso escolar 2019-2020 se vio afectado por la Covid, y lo más alarmante es que la caída media fue de siete puntos respecto a la cifra de 2012. Los resultados de los estudiantes con peor desempeño cayeron por debajo del nivel de habilidad de lectura registrado en 1971, cuando se realizó el primer estudio nacional".

Señala que a la Covid-19 y los confinamientos durante la pandemia, cuando el aprendizaje se obligó en línea, se les atribuye en gran medida el declive, pero con "curiosamente poca discusión" sobre la "pantalla iluminada que muestra letras pixeladas en lugar de un texto impreso o fotocopiado" que la mayoría los niños utilizan para leer mucho antes de 2020.

EL PROBLEMA DE LEER TEXTO DIGITAL

En comparación con la lectura de un texto impreso, la lectura de textos digitales plantea numerosos desafíos, uno de los cuales es la naturaleza de los dispositivos digitales que utilizamos y el fácil acceso que ofrecen a múltiples distracciones. Pero también es la forma en que leemos los textos digitales, que tiende a incluir desplazamiento y escaneo, independientemente de si se trata de un mensaje de texto de un amigo, un artículo en línea o un importante recurso de aprendizaje proporcionado por un profesor.

Como exploramos en un artículo anterior, cada vez hay más investigaciones que investigan el impacto de la lectura de textos digitales en comparación con los impresos, y descubren que el papel y la impresión siempre ganan.

En su artículo, MacArthur destaca el último estudio que expone las consecuencias negativas de leer textos digitales en lugar de impresos.

En el estudio realizado por un equipo de neurocientíficos, dirigido por la Dra. Karen Froud, del Teachers College de la Universidad de Columbia en Estados Unidos, participaron 59 niños, de edades comprendidas entre 10 y 12 años, a quienes se les pidió que leyeran textos originales en papel y en pantalla. Descubrieron que los participantes leían más profundamente cuando leían un texto en papel en comparación con la lectura en una pantalla, donde "se observó una lectura superficial".

¿QUÉ ES LA LECTURA PROFUNDA?

Antes de la llegada de los textos digitales, la mayor parte de la lectura habría sido lectura profunda en mayor o menor grado. La lectura profunda no se trata solo de aprender lo que dice el texto, sino también de comprender lo que significa. Requiere concentración, lo que significa que no hay distracciones, algo que en nuestro mundo cada vez más digitalizado es difícil de conseguir.

Leer profundamente es un desafío para la mayoría de las personas hoy en día, incluso aquellos de nosotros que crecimos antes de la llegada de todo lo digital. Pero para los niños que aprenden en la escuela, donde el texto digital se ha convertido cada vez más en la norma en los últimos años, plantea una seria preocupación.

En su artículo de 2009 "La importancia de la lectura profunda", la académica, maestra y defensora de los niños y la alfabetización en todo el mundo, Maryanne Wolf, y la autora de "Aprender a leer en un mundo digital", Mirit Barzillai, destacaron los desafíos que enfrenta la lectura profunda.

"Por lectura profunda nos referimos al conjunto de procesos sofisticados que impulsan la comprensión y que incluyen razonamiento inferencial y deductivo, habilidades analógicas, análisis crítico, reflexión y percepción. El lector experto necesita milisegundos para ejecutar estos procesos; el cerebro joven necesita años para desarrollarlos. Ambas dimensiones fundamentales del tiempo están potencialmente en peligro por el énfasis generalizado de la cultura digital en la inmediatez, la carga de información y un conjunto cognitivo impulsado por los medios que abraza la velocidad y puede desacelerar la deliberación tanto en nuestra lectura como en nuestro pensamiento".

Si nos basamos en las evaluaciones de lectura de los niños de Estados Unidos y Suecia, las preocupaciones de Wolf y Barzillai ahora se están haciendo realidad. Sin embargo, hay medidas que se pueden tomar (y se están tomando) para contrarrestar los efectos perjudiciales del mundo digital en la lectura.



REINTRODUCIR TEXTOS EN PAPEL EN LAS ESCUELAS

En Suecia, siguiendo un "enfoque educativo hiperdigitalizado", las escuelas del país están tomando medidas para reintroducir un enfoque en libros impresos, tiempo de lectura en silencio y práctica de la escritura a mano.

La medida se produce a raíz de una disminución en las tasas de comprensión de los niños similar a la experimentada en los EE. UU. Una evaluación internacional reveló una caída en los niveles de lectura de los estudiantes suecos de cuarto grado (de alrededor de nueve años) de un promedio de 555 en 2016 a 544 en 2021.

LA IMPORTANCIA DE LOS LIBROS IMPRESOS EN CASA

Si bien es posible que los padres no siempre puedan controlar o influir abiertamente en el uso de los recursos digitales en una escuela en lugar del papel, sí pueden ejercer influencia en casa. Wolf destaca la importancia del papel de los padres a la hora de fomentar la lectura de libros impresos en el hogar, para que formen parte de la vida diaria de los niños tanto como los digitales, ayudando a desarrollar lo que Wolf llama habilidades "biliterales".

EL 65 % DE LOS CONSUMIDORES PREFIEREN LA IMPRESIÓN

Si tienen la opción, la mayoría de los consumidores prefieren leer en forma impresa. Una encuesta de 2023 realizada por Two Sides reveló que el 65 % de los consumidores europeos prefieren leer libros impresos y el 52% cree que los niños aprenden más leyendo en materiales impresos en comparación con los digitales (solo el 16 % no está de acuerdo). Otro 45 % estuvo de acuerdo en que comprenden mejor la historia cuando leen noticias impresas que en línea.

CONCLUSIÓN: LA IMPRESIÓN ES MEJOR PARA APRENDER

El creciente conjunto de investigaciones que analizan las diferencias entre la lectura de textos impresos y digitales está generando una imagen cada vez más clara de que lo impreso es mejor cuando se trata de aprender.

En su artículo en *The Guardian*, MacArthur cita a Froud y su equipo quienes, "aunque reacios a hacer recomendaciones estrictas para el protocolo y el plan de estudios del aula, afirman: 'Creemos que los resultados de estos estudios justifican sumar nuestras voces... al sugerir que todavía no deberíamos desechar los libros impresos, ya que pudimos observar en nuestra muestra de participantes una ventaja en la profundidad del procesamiento al leer de forma impresa'".

Marketing impreso y métricas de atención

Por: **Two Sides**

Captar la atención de los clientes y mantenerla es el Santo Grial del marketing. Ahora las métricas de atención muestran que la impresión es una de las de mejor desempeño.

A medida que aumenta la gran cantidad de mensajes comerciales que vemos todos los días, los especialistas en marketing deben buscar más que nunca la calidad en medio de la cantidad. Para lograr un verdadero avance se requiere un compromiso enfocado por parte del consumidor, razón por la cual las métricas de atención son el área más candente del marketing en este momento.

Las métricas de atención han ganado popularidad en todo el mundo en los últimos años. En noviembre de 2022, la revista de la industria publicitaria *The Drum* calificó las métricas de atención como "la nueva necesidad del marketing", mientras que una encuesta realizada por Interactive Advertising Bureau en EE. UU. publicada el mismo mes encontró que más de un tercio de los compradores de publicidad estadounidenses dijeron que se centrarían más en Métricas de atención en 2023.

¿TENEMOS SU ATENCIÓN?

Para las métricas de atención, la calidad de la atención es clave. El año pasado, la organización de investigación RAM (Research and Analysis of Media) agregó los resultados de más de 5.000 anuncios de más de 800.000 respuestas en el Reino Unido e Irlanda. No solo se probó el recuerdo, sino también el recuerdo de "alta atención", del tipo en el que los consumidores no solo recuerdan los anuncios sino también los detalles clave.

El primer conjunto de resultados del estudio provino del sector de alimentos y bebidas. Se descubrió que los consumidores que prestan mucha atención tienen un sorprendente 60 % más de probabilidades de actuar que el promedio. Le siguió el sector bancario y financiero, donde se descubrió que el aumento fue de un impresionante 49 %. Todo un apoyo poderoso a la idea de que la publicidad eficaz depende no solo de la atención, sino también de la participación sostenida.

EL CORREO DIRECTO ATRAE A LA GENERACIÓN Z

Cuando se trata de captar la atención de los consumidores y, lo que es más importante, retenerla, la evidencia reciente ha demostrado que la impresión tiene buenos resultados en varios frentes.

A medida que el mundo se recuperaba de la pandemia en 2021, se arrojó luz sobre la eficacia duradera del correo directo. Una encuesta del World Advertising Research Center (WARC) encontró que la capacidad de este canal para captar la atención tanto sensorial como mental de los lectores resultó en una tasa de participación del 95

%. También descubrió que, contrariamente a la noción popular de que la impresión atrae más eficazmente a los grupos demográficos de mayor edad, la Generación Z era la que tenía más probabilidades de interactuar con el correo directo.

Más recientemente, WARC unió fuerzas con Marketreach de Royal Mail y la agencia BlueYonder para realizar otra encuesta que reveló que las personas están muy concentradas cuando miran un correo. Casi dos tercios (63 %) de los encuestados afirmaron que atraía toda su atención.

Estos hallazgos se complementaron con un estudio de JICMAIL, que encontró que el artículo de correo directo promedio genera 108 segundos de atención en 28 días, y el correo comercial alcanza unos impresionantes 150 segundos.

LLAMANDO LA ATENCIÓN. Y MANTENERLOS GIRADOS

Otra área en la que la capacidad de los medios impresos para captar la atención ha tenido un éxito notable es en los anuncios impresos reactivos, muchos de los cuales han tomado a la ligera los acontecimientos actuales de una manera que otros canales tendrían dificultades para lograrlo.

"Los especialistas en marketing conservan un lugar especial en sus corazones para un anuncio ingenioso colocado contextualmente en papel de periódico", dijo John McCarthy de *The Drum* en su edición de marzo de 2023. "Las capas de confianza que ofrece el medio y el esfuerzo implícito en hacer llegar las comunicaciones a la página indican a los lectores un mensaje valioso".

McCarthy se refería a la promoción del minorista Asda de una nueva política de hortalizas, donde se asociaron con Havas y Spark Foundry para publicar un anuncio con el memorable título "Romaine Calm" en respuesta a la cobertura generalizada de la escasez de hortalizas.

Igualmente impactantes fueron anuncios como el atrevido anuncio de Butterkist colocado junto a la cobertura periodística del juicio por difamación de 'Wagatha Christie'. El anuncio hacía referencia a la noción amigable con los memes de que las personas se sientan con palomitas de maíz para ver y disfrutar el juicio, como si estuvieran frente a una película del sábado por la noche.

Luego, en abril de 2022, la marca de entrega de comestibles Gorillas colocó su anuncio 'Westminster Loves Popping Off' junto a la cobertura impresa de 'Partygate' en abril de 2022, que presentaba la imagen de una figura al estilo Boris de fiesta con un corcho de champán por cabeza. Es una yuxtaposición que funciona muy bien en forma impresa.

Todo lo cual apunta al hecho de que cuando realmente necesita captar su mercado objetivo, la impresión debe ser el primer puerto de escala.

SE LLAMA GREEN WASHING



¡SALVA LOS ÁRBOLES!
SEQUE SUS MANOS AQUÍ.



NO IMPRIMA Y
SALVE EL PLANETA.



LA FACTURA DIGITAL
ES MÁS SUSTENTABLE.



El *greenwashing* es la práctica de promover un producto o servicio utilizando argumentos ambientales falsos o incluso enmascarando acciones que dañan el medio ambiente.

1. ¡Podés secarte las manos con toallas de papel!

Es un error decir que el consumo de toallas de papel es responsable por la deforestación. Por el contrario, además de cultivar árboles, las industrias de la celulosa y del papel contribuyen a la preservación de los bosques nativos.



2. ¡Elige tu correspondencia impresa!

No hay ningún estudio concluyente de que las opciones electrónicas sean mejores con el medio ambiente que las impresas. El desecho electrónico, es uno de los de más rápido crecimiento en el mundo*, mientras que el papel es uno de los materiales más reciclados. Las comunicaciones electrónicas son responsables por dejar una gran huella de carbono.



3. ¡Los bosques cultivados siguen un plan de gestión sustentable!

No es cierto que las plantaciones de eucalipto secan el suelo, si son manejadas adecuadamente, como es la práctica de los productores de celulosa.



4. ¡El papel y los envases de papel se encuentran entre los materiales más reciclados del mundo!

El reciclaje de papel garantiza el sustento de los recolectores y recicladores, personas estas que son fundamentales para mejorar el medio ambiente.



LA VERDAD

5. Las industrias del papel tratan y devuelven la mayor parte del agua utilizada en el proceso de fabricación.

La industria de la celulosa retiene una pequeña fracción del agua utilizada en sus productos. La mayoría se reutiliza en los propios procesos. El resto, después de realizados los tratamientos obligatorios, vuelve al medio ambiente.



Fuentes: 1. IBÁ, 2020. | 2. Agenda 20/20, Technology Alliance, 2010. | 3. Embrapa, 2019. | 4. ANAP, 2020. | 5. Ibá, 2018.

El *greenwashing* es información engañosa y debe ser combatida. Comunícate con Two Sides si algún mensaje sobre los impactos ambientales del papel, cartón corrugado y cartón parece incorrecto: al@twosides.info

Two Sides es una organización global sin fines de lucro, creada en 2008 por miembros de las industrias de celulosa, papel, envases, embalajes y comunicación impresa. Two Sides, la iniciativa más importante en el sector, promueve la producción y el uso responsable de la impresión, del papel, del cartón y aclara sobre las falsas ideas difundidas relativas a los impactos ambientales que el uso de estos recursos ocasionaría. El papel y el cartón provienen de bosques cultivados y manejados sosteniblemente, de fuentes vegetales alternativas y del mismo reciclado de estos recursos. Al ser biodegradables forman parte de un ciclo 100% sostenible.

Papel y cartón:
una gran historia
ambiental
para contar



al.twosides.info al.lovepaper.org

Noticias de sostenibilidad:

3 razones para estar alegre

Por: **Two Sides**

Puede que el medio ambiente no esté en las mejores condiciones en este momento, pero hay algunas historias positivas sobre el papel y los envases a base de papel.

En este momento, no faltan malas noticias sobre el medio ambiente: 2023 ha sido declarado el año más caluroso jamás registrado en el mundo; las emisiones globales de carbono provenientes de combustibles fósiles han alcanzado niveles récord; y más de un millón de especies de plantas y animales están en riesgo de extinción.

Pero en medio del pesimismo de principios de 2024, hay algunos puntos brillantes en el horizonte, especialmente cuando se trata de papel y envases a base de papel. Estos son solo algunos:

REGLAMENTO DE DEFORESTACIÓN DE LA UE

Hay una serie de grandes cambios en las políticas ambientales y nuevas regulaciones que entrarán en vigor en 2024, incluida la Responsabilidad Ampliada del Productor (EPR) en el Reino Unido y el Reglamento de Envases y Residuos de Envases (PPWR) de la UE. Mientras que EPR tiene como objetivo hacer que los envases sean más reciclables, PPWR impulsa un mayor uso de envases reutilizables.

Mientras tanto, la regulación de la deforestación de la UE tiene como objetivo detener la importación de materias primas y productos relacionados con la deforestación. El reglamento, que entró en vigor en junio de 2023, establece que los importadores de productos básicos como soja, carne vacuna, aceite de palma, madera, cacao, café y caucho "deben poder demostrar que los productos no provienen de tierras recientemente deforestadas o han contribuido a degradación de los bosques".

Según un informe de WWF de 2021, la UE fue el segundo mayor importador de productos relacionados con la deforestación después de China, y fue responsable del 16 % de la deforestación relacionada con el comercio internacional, por lo que los activistas han aclamado la regulación como innovadora.

MÁS ENVASES DE PLÁSTICO REEMPLAZADOS POR PAPEL

Cada semana parece haber más y más historias sobre marcas de alimentos y bebidas que cambian sus envases de plástico a papel, todo ello acompañado de la cantidad de toneladas de plástico que se eliminarán del

flujo de residuos. Las últimas marcas en cambiar a envases de papel son Quaker Oats (200 toneladas), Sainsbury's Mushrooms (775 toneladas) y patatas fritas Walkers Baked (180 toneladas).

El impulso hacia envases totalmente

reciclables llega hasta gigantes mundiales como Pringles, con la marca de snacks anunciando un tubo 90 % de papel que se puede desechar en los contenedores de reciclaje domésticos. Disponibles en las tiendas Tesco, se espera que se vendan más de 48 millones de tubos solo durante el próximo año.



¿EL FIN DEL LAVADO VERDE?

Hay un mayor enfoque en el lavado verde en todo el mundo, y los consumidores y legisladores son cada vez más conscientes de que las empresas y organizaciones utilizan afirmaciones ambientales espurias para justificar el traslado de sus clientes en línea para marketing, comunicaciones y declaraciones.

Two Sides lleva varios años combatiendo el auge del greenwashing, acercándose y desafiando a las empresas cada vez que ve ejemplos de greenwashing. Hasta ahora (1 de enero de 2024), la organización se ha comprometido con 2.526 organizaciones que han hecho declaraciones engañosas sobre sus prácticas ambientales, y 1.126 eliminaron esas declaraciones luego de la intervención de Two Sides.

Los últimos éxitos de la campaña incluyen a BT, Freemans y la empresa suiza de servicios financieros SIX, que emitieron mensajes engañosos sobre la reducción de las emisiones de carbono relacionadas con la recepción de facturas en línea. Tras el compromiso de Two Sides con SIX, el blog de marketing engañoso ha sido eliminado.

Impactos de Two Sides y Love Paper en 2023

Por: Two Sides Brasil

En la lucha contra el greenwashing, que ataca injustamente la producción y el uso del papel, y a través de diversas campañas informativas, Two Sides cerró el año 2023 con resultados significativos, alcanzando 63 millones de impactos. Estos impactos se distribuyeron entre niños, jóvenes y adultos; consumidores y profesionales; abarcando tanto Brasil como América Hispana. Nuestro trabajo ha ayudado a personas y organizaciones a comprender mejor las implicaciones ambientales de sus elecciones en comunicación, embalaje e higiene, desmitificando la idea de que el papel es perjudicial para el medio ambiente.

Anti-Greenwashing.- Two Sides logró retirar de circulación 180 mensajes que intentaban persuadir a los consumidores a dejar de usar papel basándose en argumentos ambientales falsos. Este número incluye desde pequeñas organizaciones hasta grandes corporaciones, como una de las principales operadoras de telefonía móvil. Solo considerando esta última, 67 millones de consumidores dejaron de ser impactados por mensajes negativos contra el papel. A pesar de esta lucha constante, Two Sides, de manera coherente, no apoya ningún tipo de desperdicio. Nuestro mensaje es que todos los recursos deben ser utilizados con conciencia y responsabilidad.

Love Paper en los quioscos.- En colaboración con la Asociación Nacional de Editores de Revistas (Aner), la Asociación Nacional de Periódicos (ANJ) y Panini, 5.000 quioscos en Brasil recibieron carteles destacando las ventajas ambientales de la comunicación impresa.

Campaña "Circula un Libro".- Two Sides se unió al proyecto de la asociación Industria Brasileña de Árboles (Ibá), junto con otras organizaciones, para incentivar la lectura y promover el placer proporcionado por los libros impresos.

Campaña con la Turma da Mônica.- La última campaña de Love Paper Brasil, protagonizada por la Turma da Mônica, ha tenido una excelente recepción, llegando a estados donde Two Sides no estaba tan presente, como Alagoas, Pará y Amazonas. Publicada en periódicos y revistas de gran circulación, la campaña ha generado un amplio impacto en boletines informativos, blogs y redes sociales.

Expansión en América Hispana.- La campaña Love Paper está ganando relevancia en América Hispana, en países como Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica,



México, Paraguay, Perú y Uruguay.

Impacto creciente en medios digitales.- Con inversiones en marketing digital y la generación constante de nuevo contenido, registramos más de 16 millones de visualizaciones en medios digitales.

Nuevos infográficos y fact sheets.- Se crearon cuatro nuevos infográficos y cuatro nuevos fact sheets, abordando temas como cambio climático e incendios forestales, entre otros.

Investigación Trend Tracker 2023.- Realizado a nivel global y dirigido por empresas de renombre, el estudio refleja la percepción de los consumidores y sus hábitos en relación con la sostenibilidad, los medios de comunicación, el embalaje y los productos de papel. Se encuestó a más de 10.000 personas en 16 países, incluyendo cuatro en América Latina.

Presencia en eventos.- Two Sides llevó mensajes positivos sobre la sostenibilidad de los materiales celulósicos a profesionales de diferentes sectores en importantes eventos organizados por socios a lo largo de 2023, como Fespa Brasil, Bett Brasil, Seminario Internacional Gráfico (organizado por Firjan) y Conectando Saberes (Suzano). Con estas acciones, alcanzamos a más de 10.200 personas.

Eventos organizados por Two Sides.- Realizamos, junto con diversos colaboradores, nuevas ediciones de tres seminarios ya tradicionales: "Embalagem de Papel, a Escolha Natural", "Power of Print" y "Desfazendo Mitos sobre o Meio Ambiente e a Educação". En conjunto, estos eventos atrajeron a más de 6.400 espectadores.

Charlas y webinars.- También realizamos docenas de presentaciones en línea y en vivo, abordando temas como "Mitos y Datos sobre el Papel y el Medio Ambiente", "Embalagem de Papel, a Escolha Natural", "Livro de Papel - Bom para Aprender e Bom para o Planeta", "Seja Criativo, Use Papel" y "Pesquisa mundial Trend Tracker - Percepção do Consumidor sobre o Papel". Con estas charlas, llegamos a más de 8.200 espectadores.



Los costos ambientales ocultos de lo digital

Por Equipo Two Sides

Desde el creciente problema de la basura electrónica hasta el aumento de la huella de carbono de los centros de datos, analizamos el impacto que la transformación digital está teniendo en el planeta.

Una pregunta: ¿cuántos teléfonos y dispositivos antiguos y sin uso tienes en casa? Según una investigación de la Royal Society of Chemistry, el 45 % de los hogares en el Reino Unido tienen entre dos y cinco dispositivos electrónicos sin uso en cajones y cajas, y la mayoría de las personas no tiene planes de reciclarlos.

Lo que muchas personas no se dan cuenta es que, aunque estos dispositivos pueden no tener mucho valor monetario para el propietario, tienen un valor enorme para el medio ambiente, ya que contienen una gran cantidad de metales preciosos que deben extraerse para la fabricación de nuevos dispositivos, y esta minería tiene un gran impacto en el medio ambiente y en lo social.

"DARK DATA"

La gran cantidad de basura electrónica es solo un aspecto de los desafíos ambientales asociados con los medios digitales. Otro problema fundamental es el aumento exponencial de los "dark data", archivos de imágenes, audios y documentos almacenados en centros de datos en todo el mundo, que nunca se volverán a ver ni a utilizar.

Con el almacenamiento de datos fácilmente disponible, gratuito o de bajo costo, muchas empresas e individuos simplemente no se preocupan por eliminar información que ya no es útil y que sigue almacenada en la "nube". Según el informe State of Dark Data de TRUE Global Research, el 55 % de los datos típicos de una organización almacenados en la nube son obsoletos.

El problema radica en la cantidad de energía necesaria para mantener toda esta información. Según un informe de The Shift Project, la huella de carbono de nuestros dispositivos electrónicos, de Internet y de los sistemas que los respaldan representa casi el 4 % de las emisiones globales de gases de efecto invernadero, una cantidad similar a la producida por el sector de la aviación, con la previsión de que estas emisiones puedan duplicarse para 2025.

Y ciertamente no hay disminución en la cantidad de datos generados. En 2025, el mundo podría estar generando 181 zettabytes (181 billones de gigabytes). Es difícil imaginar estos números, así que considere el tamaño de un edificio utilizado para almacenar grandes cantidades de datos. Ubicado en Langfang (China), el Range International Information Group es el centro de datos más grande del mundo, distribuido en más de 580.000 metros cuadrados.

EL NUEVO PLÁSTICO

Ya sea responsable de la huella digital de una empresa completa o solo de la suya, hay varias cosas que puede hacer. Como organización, el primer paso es comprender cuántos y qué datos procesa y almacena la empresa. Luego, piense en cómo su empresa utiliza el conocimiento y considere cómo puede guardar información importante sin que los empleados tengan que buscarla constantemente.

A nivel personal, tómese un tiempo para revisar todas las imágenes y videos almacenados en iCloud o Google Images y elimine los que ya no necesita. Luego, reúna todos los teléfonos y dispositivos antiguos de la casa y llévalos al centro de reciclaje local, asegurándose de hacer una copia de seguridad de toda la información, imágenes o videos almacenados que sean realmente importantes antes de restablecer la configuración de fábrica.

Más de 1 millón de árboles plantados todos los días ...



para fabricación de papel!

¿Sabía usted?

El papel se puede reciclar de 5 a 7 veces antes de que las fibras de celulosa se degraden.

Por eso es necesario añadir nuevas fibras, de árboles cultivados de forma sostenible.



En América Latina y Brasil, el papel, el cartón y las cartulinas se elaboran a partir de árboles cultivados a partir de materiales reciclados o residuos como el bagazo de la caña de azúcar. Por lo tanto, su producción y uso **no causan deforestación.**



¡Use el papel de manera responsable y deséchelo correctamente para que pueda reutilizarse y convertirse en nuevos productos!



El 70% de los embalajes de cartón corrugado están hechos con materiales reciclados.



Javier Fuentes Christie

Gerente general de ReSimple



ReSimple, organización socia de CENEM, anunció recientemente la llegada de Javier Fuentes Christie a su gerencia general, posición desde la que liderará los nuevos desafíos y oportunidades que la Ley REP trae en su segundo año de implementación.

Javier es ingeniero civil industrial de la Universidad Adolfo Ibáñez, con 19 años de experiencia en cadena de suministro aplicada y consultiva en el mercado de Consumo Masivo, Consultoría Logística y Energía. Viene de Empresas Gasco donde desarrolló una carrera profesional de 8 años alcanzando el cargo de gerente de Operaciones.

En esta posición generó alto valor a través del diseño y ejecución de proyectos de eficiencia energética que permitieron a la compañía avanzar en su estrategia de sustentabilidad. En esta etapa, participó activamente en la implementación de la primera flota de camiones 100 % a GLP del segmento granel y de paneles fotovoltaicos en plantas de envasado del país.

Rodrigo Lacerda

Vicepresidente ejecutivo de Fedrigoni Self-Adhesives



Fedrigoni, uno de los líderes mundiales en la producción de papeles especiales, materiales autoadhesivos de alta calidad y soluciones RFID y conectadas, ha realizado cambios en su equipo directivo: Rodrigo Lacerda, hasta ahora Senior VP Global Head of Construction and Consumer Business

en Bostik, es el nuevo vicepresidente ejecutivo de Fedrigoni Self-Adhesives desde mediados de abril. Se trata del relevo de Fulvio Capussotti, quien, tras casi cinco años al frente de la división, asumirá ahora el cargo de vicepresidente ejecutivo de RFID, Innovación y Sostenibilidad.

Lacerda en Bostik ha llevado a su unidad de negocio a superar los 1.300 millones de facturación, con una presencia global de 40 plantas en diferentes continentes. Anteriormente, acumuló más de 18 años de experiencia en el Grupo Pares, actor de referencia mundial en el sector de la construcción, como vicepresidente Senior para América y EMEA y miembro del consejo de administración.

Rodrigo Longarte

CEO de Smurfit Kappa Argentina & Chile



Desde el pasado mes de enero Rodrigo Longarte asumió la posición de CEO de Smurfit Kappa Argentina & Chile. El profesional es Licenciado en Comercio Internacional egresado de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) y cuenta con

más de 20 años de experiencia profesional en la industria de los empaques, generando estrategias comerciales y negocios exitosos en diversos segmentos de mercado en la región.

El ejecutivo se unió a Smurfit Kappa Argentina en el año 2003 como responsable de Mercadeo. Desde ese entonces ocupó distintas posiciones en la división de Corrugado, donde lideró la gestión de ventas con clientes locales y multinacionales.

Peter Redmond

Director servicio postventa de ABG



A B Graphic International (ABG), fabricante de equipos de acabado de la impresión, ha anunciado el nombramiento de Peter Redmond como director de servicio postventa global. Redmond, un ingeniero colegiado con más de dos décadas de experiencia centrada en el

cliente la industria de la impresión, estará basado en las instalaciones de ABG en Bridlington, East Yorkshire, y reportará directamente al CEO Richard Knight.

En su nuevo cargo, Redmond tiene como objetivo establecer a la empresa a nivel internacional como un proveedor líder de servicios, mejorando los servicios postventa para impulsar la eficiencia del equipo de los clientes. Su enfoque, que destaca el respeto mutuo, la dedicación y la orientación al cliente, se alinea estrechamente con los valores de ABG.

México

México se destaca como centro de nearshoring en la industria del embalaje en 2023

En 2023, México consolidó su posición como principal socio comercial de Estados Unidos, superando incluso a China. Este fenómeno está impulsado por una conjunción de factores cruciales, como la implementación del NAFTA, el conflicto comercial entre China y Estados Unidos durante la administración Trump, los continuos aranceles y tensiones bajo la administración de Joe Biden, y los impactos logísticos y temporales resultantes de la pandemia mundial.

Otros elementos, como la proximidad geográfica a Estados Unidos, mano de obra calificada y una infraestructura logística robusta, desempeñan roles fundamentales en este escenario.

□ Cerca de Estados Unidos: México es el vecino del sur de Estados Unidos, lo que significa que las empresas que producen empaques en México pueden enviar sus productos a Estados Unidos de manera rápida y eficiente. Esto es importante para empresas que necesitan cumplir plazos de entrega cortos o que quieren reducir sus costes de transporte.

□ Mano de obra calificada: México cuenta con una mano de obra calificada y con experiencia en la producción de empaques. Esto significa que las empresas que se mudan a México pueden encontrar trabajadores calificados que puedan ayudar a producir envases de alta calidad.

□ Infraestructura logística robusta: México cuenta con una infraestructura logística sólida, que incluye puertos, aeropuertos y carreteras. Esto facilita el envío de paquetes a los mercados globales.

Varios sectores en México destacan un potencial sus-



tancial para el nearshoring, que van desde la industria automotriz y de autopartes hasta la informática, las comunicaciones, los equipos de medición, los artículos para el hogar y los alimentos. El nearshoring es la práctica de transferir procesos comerciales o de producción a países geográficamente cercanos, en comparación con ubicaciones más distantes, con el objetivo de obtener beneficios como la proximidad geográfica, zonas horarias similares y culturas empresariales relacionadas.

IMPACTO DIRECTO EN LA DEMANDA DE ENVASES

La demanda de envases, tanto primarios como secundarios, se ve directamente impactada por el crecimiento conjunto de estos sectores. En los últimos años, la tasa de crecimiento promedio ha sorprendido, alcanzando 9,17 %, tres veces superior al crecimiento esperado de 3 % del PIB mexicano. Esto presenta un desafío notable para los productores de envases, que necesitan optimizar y ampliar las operaciones con la misma fuerza laboral.

ESTRATEGIAS PARA EL CRECIENTE DESAFÍO

Es en este escenario desafiante donde las soluciones ePS (eProductivity Software) emergen como una respuesta estratégica. Diseñadas para mejorar la industria del embalaje, abarcando etiquetas, cajas, embalajes flexibles y cartones plegables, estas soluciones ofrecen rotaciones rápidas, detección temprana de cuellos de botella y mayor productividad. En un mercado en rápida expansión, como el de la industria del embalaje en México, las soluciones ePS brindan una ventaja competitiva vital para satisfacer de manera efectiva la creciente demanda.



Xavier Pascual

"Cualquier solución para hacer más sostenible el packaging está en Hispack"

Director de Hispack 2024

Del 7 al 10 de mayo se celebra en Fira de Barcelona Hispack, la gran feria española de packaging, proceso y logística, que este año crece en dimensión y participación de empresas. El director de Hispack, Xavier Pascual, nos avanza cómo será la feria de este año.

¿Qué se puede encontrar en la oferta comercial de Hispack?

Hispack es un salón industrial. Un 60 % de su potente oferta corresponde a maquinaria de proceso y envasado en funcionamiento, líneas de embotellado, sistemas de codificación y etiquetado, así como soluciones de automatización, robótica y logística personalizables para diferentes sectores. También hay una amplísima participación (que supone el 40 % de los expositores de la feria), de empresas con soluciones para embalajes secundarios y terciarios de productos industriales que hacen más eficiente la cadena de suministro, así como materiales, innovaciones, envases primarios, estuchería, sistemas de cierre, dosificación o elementos de PLV para diferentes sectores como alimentación, bebidas, cosmética y perfumería, farmacia, automoción, construcción, química, droguería, la distribución, el retail o el comercio on-line. Cualquier solución relacionada con el packaging está en Hispack, y más, en un momento en que marcas y fabricantes buscan mejorar la sostenibilidad con el fin de reducir el impacto ambiental de los envases y embalajes de sus productos.

¿Cuál es el perfil del visitante de Hispack?

La transversalidad del packaging, como disciplina que toca diferentes áreas en una misma empresa, se refleja en la diversidad de perfiles profesionales que nos visitan. Además de cargos directivos, acuden profesionales de los departamentos de compras, I+D, calidad, sostenibilidad, marketing, logística y operaciones. Un porcentaje elevado son técnicos de las áreas de fábrica y producción. También vienen diseñadores, publicistas, impresores, representantes de la gran distribución, retailers... En cuanto a los sectores de procedencia están todos representados. Destaca especialmente el de alimentación y bebidas, que es el principal consumidor de packaging. Pero también es muy importante, por ejemplo, la asistencia de empresas y marcas de cosmética y

perfumería, farmacia, química, automoción y electrónica de consumo, entre otros.

¿Cuál diría que es el valor diferencial de Hispack?

Su liderazgo y completa cobertura del mercado del packaging, con una oferta comercial de calidad y presencia de marcas líderes. También, su amplio poder de convocatoria de visitantes nacionales e internacionales. Por todo ello, Hispack es un punto de encuentro clave para el sector español del envase y embalaje donde se generan fructíferas oportunidades de negocio, numerosos contactos comerciales y de colaboración, y un valioso intercambio de información que facilita el conocimiento y comprensión del momento que vive el packaging, muy marcado por los cambios normativos, la sostenibilidad y la digitalización.

La sostenibilidad es el principal vector de innovación en la industria del packaging. ¿Cómo está siendo la demanda de soluciones por parte de los sectores usuarios?

El auge de la demanda de soluciones de packaging sostenible se está incrementando exponencialmente en todos los sectores. Los últimos cambios normativos que impactan en el packaging hacen que las empresas tengan que adaptar más rápidamente sus envases y embalajes a los nuevos requerimientos enmarcados en el paradigma de la economía circular.

Cierto es que hay diferentes ritmos de adaptación en función del tamaño de las empresas. Sin embargo, la industria del packaging lleva años innovando para conseguir importantes logros en el ámbito de la sostenibilidad que hoy son una realidad. Por ejemplo, en el tema de nuevas materias primas, uso de materiales (reducción, reciclado, reutilización), en ecodiseño, en procesos de fabricación y distribución más eficientes, en la gestión de residuos, en el análisis de todo el ciclo de vida del producto para implantar la solución de packaging más sostenible.

Y todo ello se verá en Hispack.

Hispack 2024



Fira Barcelona

PACKAGING, PROCESS
& LOGISTICS

7-10 MAY 2024
GRAN VIA VENUE - BARCELONA

www.hispack.com

#hispack    

MAKING A BETTER IMPACT



Packaging
Machinery
& Process



Brand
Packaging



Industrial
Packaging



Labelling
& Bottling



Logistics,
Automation
& Robotics



¿Qué piensan realmente los consumidores sobre los envases?

La última drupa presencial tuvo lugar hace siete años, y la industria del embalaje y el mundo han cambiado drásticamente desde entonces. Una pandemia, una crisis económica mundial, una guerra en Europa y los efectos cada vez más evidentes del calentamiento global han cambiado el panorama de la industria hasta dejarlo irreconocible. En este contexto, ¿cómo han cambiado y evolucionado las actitudes de los consumidores hacia los envases? Hablo con dos expertos de la industria para obtener más información. El reciente informe de Mintel, *Perspectiva global sobre la sostenibilidad: un estudio del consumidor 2023*, analiza en profundidad los valores y actitudes cambiantes de los consumidores hacia la sostenibilidad.



Elisabeth Skoda

Editora general de
Packaging Europe



CUIDADO CON LA BRECHA VALOR-ACCIÓN

Cuando se les encuesta, las personas tienden a decir lo que creen que al entrevistador le gustaría escuchar, en lugar de lo que realmente piensan. Esta brecha también fue muy evidente cuando se preguntó a los consumidores sobre sus hábitos de reciclaje de envases, explica Richard Cope.

"En nuestras encuestas, el 88 % de las personas dijeron, por ejemplo, que no dañarían el medio ambiente, mientras que cuando se les preguntó si reciclaron en el último año, esa cifra se redujo a aproximadamente el 55 %. El santo grial tanto para las marcas como para las empresas y los gobiernos es cerrar esta brecha".

El informe de Mintel analiza cuáles son los puntos de contacto emocionales de las personas y cómo utilizar técnicas de marketing e información para lograr que las personas se sumen.

"La conclusión desde la perspectiva del embalaje es que proporcionar información clara y contextual sobre cómo reciclar o tomar medidas es clave. Desde el punto de vista del marketing, es importante recordar marcar todas las casillas para que un producto sea de alta calidad, conveniente y cumpla su función principal. Los consumidores valoran la sostenibilidad, pero es importante que las marcas comprendan bien los conceptos básicos y se destaquen en ellos antes de vender la sostenibilidad".

VINCULANDO EL PRODUCTO Y EL CONSUMIDOR

El etiquetado correcto puede ayudar a guiar a los consumidores en la dirección correcta a la hora de desechar correctamente el embalaje, pero la señora Malhanova también cree que es importante centrarse en garantizar que el embalaje se cree de acuerdo con las directrices de diseño ecológico y que la infraestructura sea optimizada para recolectar, clasificar y reciclar diferentes tipos de envases de manera efectiva.

CENTRARSE EN LA FUNCIONALIDAD DEL EMBALAJE

Cuando se le preguntó sobre las principales prioridades que tienen los consumidores en cuanto a los envases, el autor del informe, Richard Cope, señala que si bien la sostenibilidad es importante, otros factores, como la eficacia del envase, tienen mayor prioridad. "En nuestras encuestas, los consumidores calificaron como más importante la familiaridad con la marca y la calidad percibida del producto. El primer tema de embalaje que surgió fue la protección del producto en el tercer lugar, y los embalajes reciclables y de origen sostenible ocuparon el cuarto lugar". Ha observado un endurecimiento de las líneas en los últimos tres años mientras investigaba para el informe. "La proporción de personas que citan la eficacia del embalaje como lo más importante está aumentando más que la proporción de personas que piden embalajes sostenibles o reciclables. La atención se centra principalmente en que el embalaje cumpla su función fundamental: proteger el producto en su interior".

Nataliya Malhanova, directora de Innovación y Marketing del Grupo de Materiales de Comunicación EMENA en Avery Dennison, subraya el hecho de que el producto y el embalaje deben, ante todo, cumplir su función principal. "Solo después viene la comodidad y la facilidad de uso, como ocurre con la tendencia del diseño de envases inclusivos. La sostenibilidad y el impacto que un producto y un embalaje tienen en el medio ambiente es la última pieza del rompecabezas. En un escenario ideal, deleitamos a los consumidores con envases seguros, atractivos, funcionales, fáciles de usar y sostenibles".

"Una etiqueta es un elemento pequeño pero importante del embalaje. Es un gran canal de comunicación para llegar a los consumidores para explicarles diferentes aspectos del diseño sostenible y fomentar el buen comportamiento en lugar de confundirlos o hacerlos sentir culpables. Por ejemplo, ¿por qué no traducir la afirmación de "neutralidad climática" en información más significativa para los consumidores, o en lugar del mensaje "contiene plástico" guiar a los consumidores sobre la mejor manera de reciclar un paquete? ¡Empoderemos a los consumidores para que trabajen junto con nosotros en un futuro sostenible!



Los envases y, en particular, las etiquetas son el punto de conexión entre las marcas y los consumidores, proporcionando información sobre el producto y transmitiendo atractivo en el lineal. Las etiquetas inteligentes que utilizan tecnología RFID o un código QR impreso también pueden impulsar la interacción del consumidor con una marca e incluso pueden proporcionar trazabilidad y transparencia sobre la huella de carbono de un producto.

"En Avery Dennison, actualmente estamos realizando pruebas piloto para utilizar una etiqueta inteligente como comunicación de un punto de prueba de la huella de carbono de un producto específico. Utilizamos una etiqueta inteligente y nuestra plataforma conectada, Atma.io, para monitorear el recorrido de un producto desde el origen hasta el consumidor. Por ejemplo, a partir de la etiqueta de una botella de vino, el consumidor no sólo puede conocer el vino sino también el impacto que esa botella tiene en el medio ambiente", añade.

UNA MIRADA DIFERENCIADA AL PACKAGING

Una función clave del embalaje es atraer la atención en el lineal. Hoy en día, mostrar una imagen sostenible es igualmente importante para muchas marcas. Se ha producido un cambio notable hacia el papel, especialmente en los ámbitos de la belleza, la tecnología y la alimentación.

"Una de las razones de esto es el cumplimiento y que las empresas se mantengan a la vanguardia en materia de regulación del plástico", explica Richard Cope. "Pero existe una opinión generalizada entre los consumidores de que el papel es natural y no tiene ningún impacto en el medio ambiente".

En este contexto, es importante confiar en hechos y cifras al analizar el embalaje, y las ACV pueden desempeñar un papel importante en este sentido. Los envases de plástico a veces pueden obtener mejores resultados si se analizan las cifras, pero aún así tienen mala reputación entre los consumidores. Dar una imagen más clara requerirá esfuerzos de comunicación, explica Nataliya Malhanova.

"Llevamos muchos años utilizando plásticos sin pres-

tar mucha atención a cómo desecharlos. Como resultado de esto, la cantidad de plásticos en el medio ambiente es enorme y los consumidores son conscientes de ello. Es un tema muy emotivo".

Sin embargo, no seguir los hechos y las cifras puede tener efectos adversos en la sostenibilidad general, cuando las marcas se guían por la percepción del consumidor

y no por cuál es objetivamente el envase más sostenible.

"Necesitamos marcas audaces y valientes que elijan envases o diseñen envases basándose en el ecodiseño y no en la percepción del consumidor. Se pueden satisfacer las percepciones de los consumidores eligiendo papel, pero si no tiene sentido según los principios del diseño ecológico, esto hace más daño que bien. Se pueden utilizar datos y cifras para mostrar a los consumidores dónde tiene sentido utilizar plástico y dónde es mejor cambiar a materiales de embalaje alternativos o soluciones de recambio o retornables. Cambiar las percepciones de los consumidores será difícil, pero debemos ser audaces y hacerlo donde sea correcto".

LIDIANDO CON LA COMPLEJIDAD

El informe de Mintel muestra una imagen clara al mostrar que la mayoría de los consumidores aún no comprenden las complejidades de los envases, cómo deshacerse de ellos y cómo pueden reciclarse.

"La gente no necesariamente entiende que un paquete marcado como biodegradable o compostable no necesariamente se degradará en el jardín, o que no todos los plásticos del océano se pueden convertir en envases de calidad alimentaria o de belleza. Sin embargo, hemos observado que la mayoría entiende que los envoltorios de plástico pueden prolongar la vida útil y que los plásticos de colores pueden ser más difíciles de reciclar. Una pequeña mayoría entiende que sólo porque algo contenga contenido reciclado, puede reciclarse nuevamente. Solo una minoría se da cuenta de que los envases de cartón para líquidos y los envases flexibles podrían no ser reciclables localmente. Queda mucho trabajo por hacer, sobre todo porque no hubo mucho progreso cuando hicimos las mismas preguntas sobre el embalaje dos años seguidos", concluye Richard Cope.

Está claro que el tema de la percepción del consumidor en torno al embalaje es complejo y tiene múltiples capas. drupa 2024, y en particular el embalaje con punto de contacto, explorará en profundidad el tema del embalaje como punto de contacto para los consumidores. La serie de eventos mostrará conceptos de diseño de envases innovadores y llamativos y se centrará en los últimos desarrollos en diseño y producción de envases, y pretende ser una plataforma abierta para todos los expertos en envases comprometidos en el desarrollo de soluciones de embalaje orientadas al futuro.

ePS presenta soluciones de software en Label Summit Latin America

e Productivity Software (ePS), especialista global en tecnología de software específica para las industrias de empaques e impresión, estuvo presente en el evento Label Summit Latin America, que por primera vez se llevó a cabo en Bogotá (Colombia).

ePS Packaging, unidad operativa de eProductivity Software, presentó cómo los clientes pueden aprovechar sus tecnologías para impulsar las ganancias y mantener una ventaja competitiva, independientemente del sector de empaques en el que operen. ePS Packaging está a la vanguardia de la innovación industrial, con ecosistemas resilientes de extremo a extremo cultivados durante más de treinta años de compromiso inquebrantable con la excelencia y enfoque en las necesidades únicas y la trayectoria futura de la industria de envases.

Sus soluciones innovadoras están diseñadas para los sectores de etiquetas, empaques flexibles y de cartón plegable. Estas incluyen las robustas soluciones de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) Radius y Metrics, que



atienden a las diversas necesidades de nuestra industria y a organizaciones de diferentes tamaños y complejidades, desde convertidores locales hasta corporaciones multinacionales. Las plataformas ERP integrales de ePS Packaging ofrecen una variedad de herramientas de gestión, que abarcan desde estimaciones y cotizaciones hasta la planificación de la producción, programación, materiales y gestión de residuos. Con soporte para entornos multiempresa, multiplanta, multimoneda y multilingües, se destacan como las soluciones ERP más completas para el mercado de empaques.

ePS Packaging también presentó soluciones específicas de la industria centradas en el empoderamiento de la Industria 4.0, compatibles con cualquier solución ERP. Estas aplicaciones incluyen iQuote, una solución avanzada para estimaciones, cotizaciones y planificación, el software de

programación dinámica basado en navegador de ePS, PrintFlow4D (PF4D) y Auto-Count 4D (AC4D), para la recopilación de datos en el piso de la fábrica.

GMG Color participó en Label Summit Latinoamérica 2024

GMG Americas ("GMG"), desarrollador de tecnología de pruebas y gestión del color, asistió a Label Summit Latin America 2024, que se llevó a cabo en el Centro de Convenciones Agora, Bogotá (Colombia), del 12 al 13 de marzo de 2024. Label Summit Latin America es el evento líder de la industria de etiquetas y embalajes de la región, que atrae a impresores y convertidores de todo el mundo.

En el stand D19, GMG presentó su último software adaptado al mercado de etiquetas, representado por el vicepresidente de Ventas, Paulo Monteiro, el director de Ventas para LATAM, Pablo Appezzato, y el ge-



rente de Ventas Región Andina, David Ramírez.

En Label Summit Latin America 2024, GMG mostró las últimas actualizaciones de su plataforma GMG OpenColor. La solución utiliza un cálculo espectral patentado para permitir simulaciones de color precisas y efectos de sobreimpresión de colores directos, creando perfiles de prueba y separación precisos. La empresa también presentó su paquete GMG ColorServer, una fusión de tecnologías de software diseñadas para impulsar el ahorro de tinta y tiempo a través de una automatización mejorada de la gestión del color.

Siegwerk logra la puntuación CDP B por su desempeño medioambiental

Siegwerk, uno de los principales proveedores mundiales de tintas de impresión y recubrimientos para aplicaciones de embalaje y etiquetas, recibió una puntuación CDP B por sus acciones y contribuciones para minimizar el impacto en el cambio climático. Este es un logro notable para Siegwerk, ya que fue el primer año que la compañía participó voluntariamente en la divulgación de su estrategia e iniciativas relacionadas con el clima a través de CDP, una de las platafor-



mas de puntuación y divulgación climática y ambiental más elogiadas y reconocidas internacionalmente. La escala de puntuación del CDP va de la A a la D, donde las empresas con una puntuación A se encuentran entre las más transparentes en lo que respecta a la divulgación y el desempeño de sus acciones climáticas. La puntuación CDP B de Siegwerk refleja su compromiso con la sostenibilidad y la acción climática, así como sus esfuerzos por aumentar la transparencia de la industria.

Siegwerk publica el Informe de Sostenibilidad 2023



Siegwerk, uno de los principales proveedores mundiales de tintas de impresión y recubrimientos para aplicaciones de embalaje y etiquetas, ha presentado su Informe de sostenibilidad 2023, que muestra la dedicación de la empresa para transformar Siegwerk en un negocio verdaderamente

sostenible.

En el Informe de Sostenibilidad 2023, Siegwerk proporciona una descripción general completa de su estrategia comercial sostenible "HorizonNOW", que incluye detalles sobre sus objetivos de sostenibilidad para 2025 y el progreso para los años 2020 a 2022. A través de métricas cuantitativas, Siegwerk presenta de forma transparente sus logros, desafíos e iniciativas en todas las áreas de enfoque, incluidos los hitos cualitativos para 2023.



Siegwerk, Greiner y Kronos unen fuerzas

Siegwerk, Greiner Packaging y Kronos han unido fuerzas en una iniciativa que invita a la reflexión y que pone de relieve las capacidades de las instalaciones de reciclaje más modernas en la conversión de vasos de PP y PS con impresión directa. A pesar de que algunas directrices de diseño para el reciclaje los consideran no reciclables, las tres empresas pudieron destinar y convertir eficazmente los contenedores rígidos en reciclados blancos de alta calidad, sin necesidad de alterar la formulación de la tinta o el diseño de impresión. Esto se logró mediante el uso de lavado cáustico en caliente, un proceso estándar para el reciclaje de botellas de PET que también adoptan cada vez más los recicladores que trabajan con flujos rígidos de poliolefina (PO) y PS.

Inkcups presenta el sistema de pretratamiento MagiCoat Mini

El sistema de pretratamiento MagiCoat Mini está equipado con características para satisfacer las necesidades de aquellos con demandas de producción más bajas que buscan pretratar vidrio y otros recipientes para bebidas para una adhesión óptima.

MagiCoat Mini alberga cuatro estaciones giratorias independientes, una estación de flameado, un control de temperatura digital y un cabezal de flameado, trabajando en conjunto con MagiCoat Solutions partes A, B y C para promover la adhesión en recipientes cilíndricos de paredes rectas y cónicas hechos de vidrio y otros materiales.



La revolución de los envases de papel: un cambio hacia la sostenibilidad y la innovación

La industria del embalaje está preparada para un cambio transformador en la próxima década, particularmente en el área de los embalajes a base de papel. Este cambio está impulsado por un creciente movimiento contra los envases de plástico y el reconocimiento de su impacto ambiental. Los gobiernos y las marcas están presionando activamente para lograr cambios a través de legislación y soluciones de embalaje innovadoras. Este artículo analizará brevemente el papel de liderazgo que están desempeñando las marcas y las empresas de tecnología innovadora en la promoción de la sostenibilidad mediante la adopción de alternativas de embalaje de papel.



Por: Elena Knight

Directora de marketing y contenidos de FuturePrint.

LAS MARCAS TOMAN LA INICIATIVA

Las principales marcas buscan de forma proactiva alternativas sostenibles y encabezan el cambio hacia los envases de papel. Absolut Vodka, por ejemplo, anunció recientemente una prueba de una botella de papel para su producto estrella de vodka como parte de su dedicación a un futuro más sostenible. La directora global de Future Packaging de Absolut, Elin Furelid, citó las altas tasas de reciclaje y la atractiva naturaleza táctil del papel como factores clave detrás de su decisión. Según TheSpiritsBusiness.com, en línea con los objetivos de Absolut, la marca anuncia con orgullo su trayectoria para convertirse en un producto neutro en carbono para 2030. Sorprendentemente, la destilería de Absolut emite un asombroso 98 % menos de emisiones en comparación con el promedio de la industria, consolidando su posición como líder en prácticas sustentables.

Otro ejemplo es Diageo, un destacado fabricante de bebidas, que se ha asociado con Pilot Lite para establecer Pulpex, una empresa de botellas de papel con sede en el Reino Unido que se esfuerza continuamente por redefinir los límites de los envases sostenibles. Pulpex crea botellas de papel personalizadas adecuadas para diversos productos líquidos, y Diageo planea envasar whisky Johnnie Walker en botellas Pulpex. Según Diageo, estos contenedores cuidadosamente diseñados contribuyen activamente al compromiso de Diageo con el Objetivo 12 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, centrándose en fomentar el "consumo y producción responsables". Marcas de re-

nombre como PepsiCo, Unilever y Castrol también han unido fuerzas con Pulpex para desarrollar soluciones de botellas de papel para sus productos icónicos. Este producto permite a las marcas reimaginar los diseños de envases sin comprometer la versatilidad y la calidad.

En general, estos ejemplos muestran que las principales marcas de alimentos y bebidas están adoptando los envases de papel a gran escala. Mars anunció su prueba de barras Mars envueltas en papel, alejándose de los envoltorios de plástico tradicionales. Nestlé, por otra parte, ha desarrollado una línea de envoltura de flujo de alta velocidad para envasar Kit-Kats en papel. Las marcas están impulsando la innovación en el desarrollo de soluciones de embalaje de papel.

Están invirtiendo en investigación y desarrollo para crear materiales de embalaje que sean a la vez sostenibles y funcionales. A través de la colaboración con fabricantes de envases, están superando los límites de lo que es posible con los envases de papel, explorando tecnologías y técnicas avanzadas para mejorar su durabilidad, resistencia a la humedad y otras características deseables.

Archipelago Technology, un actor influyente en el recubrimiento de envases, ha respondido a la creciente demanda de soluciones de envasado sostenibles introduciendo una innovación revolucionaria. Su máquina de recubrimiento sin contacto utiliza la tecnología Powerdrop, un sistema de impresión de inyección de tinta a gran escala que inyecta líquidos viscosos en forma de gotas con precisión y consistencia. Powerdrop puede lanzar recubrimientos pegajosos similares a pegamentos con los que otras tecnologías, como el aerosol, tienen problemas. Es importante destacar que cada gota va justo a donde debe ir y a ningún otro lugar. Powerdrop permite a los fabricantes de embalajes recubrir contenedores de papel rígidos para hacerlos impermeables y al mismo tiempo mantener limpio el núcleo interno del papel para que pueda reciclarse. Debido a que Powerdrop utiliza fluidos de recubrimiento altamente concentrados y prácticamente no tiene exceso de pulverización, se obtienen importantes ahorros en el uso de energía y en la eliminación del exceso de pulverización, lo que le proporciona bajos costos de funcionamiento y bajas emisiones de gases de efecto invernadero.



Powerdrop puede ayudar a ahorrar miles de toneladas de CO2 en una sola línea de producción, al mismo tiempo que aborda el desafío de larga data de mantener la integridad estructural de los contenedores de papel cuando se exponen a líquidos, presentando un sustituto viable y ecológico para platos, tazones, tazas y botellas y recipientes de plástico de un solo uso.

Con un inmenso potencial en este mercado, podemos esperar una rápida afluencia de nuevas innovaciones destinadas a satisfacer la demanda de alternativas de embalaje de papel sostenibles, algunas de las cuales esperamos poder ver exhibidas en drupa 2024.

El cambio de envases de plástico y vidrio a envases de papel presenta numerosas ventajas para diversas partes interesadas. Los consumidores se beneficiarán del cambio a los envases de papel de varias maneras. En primer lugar, los envases de papel se alinean con la creciente demanda de productos y envases ecológicos. Al elegir marcas que prioricen la sostenibilidad, los consumidores pueden tomar decisiones ambientalmente responsables y contribuir a un futuro más verde. Además, los envases de papel suelen tener un atractivo táctil y estético que mejora la experiencia general del producto. Puede proporcionar una sensación premium, natural y rústica que resuena entre los consumidores que buscan una imagen más auténtica y orgánica. Además, los envases de papel son livianos y fáciles de manejar, lo que hace que sea conveniente para los consumidores transportarlos y eliminarlos de manera responsable.

Los minoristas pueden aprovechar la popularidad de los envases de papel para mejorar su imagen ecológica y atraer a compradores conscientes del medio ambiente. Al ofrecer productos en envases de papel, los minoristas pueden diferenciarse de sus competidores y atraer a un segmento de mercado cada vez mayor de consumidores conscientes. Esto puede generar un mayor tráfico, mayores ventas y una mayor lealtad de los clientes. Además, los minoristas pueden colaborar con marcas que prioricen la sostenibilidad y refuercen su compromiso con la responsabilidad ambiental, fortaleciendo aún más su imagen de marca y su posicionamiento en el mercado.

Dentro de la cadena de suministro, la adopción de envases de papel crea oportunidades de innovación y crecimiento en todas partes. Los fabricantes de envases, proveedores de papel y otras partes interesadas pueden colaborar para desarrollar nuevas tecnologías y

soluciones que satisfagan la demanda de envases sostenibles. Este cambio estimula el desarrollo de una economía circular, donde los materiales se reciclan, reduciendo los residuos y minimizando el impacto ambiental.

Las marcas que adoptan los envases de papel pueden mejorar su imagen y reputación posicionándose como ambientalmente responsables y con visión de futuro. La sostenibilidad es una preocupación creciente para los consumidores, y las marcas que priorizan las prácticas sostenibles a menudo disfrutan de una mayor lealtad de los clientes y una percepción positiva de la marca. Al adoptar envases de papel, las marcas demuestran su compromiso con la reducción de los residuos plásticos y sus esfuerzos por contribuir a un futuro más verde. Esto puede resultar en un mejor valor de marca, confianza del cliente y una ventaja competitiva en el mercado.

Los gobiernos de todo el mundo están implementando regulaciones más estrictas sobre los envases de plástico, creando un panorama regulatorio que incentiva la adopción de alternativas sostenibles. Al adoptar de forma proactiva los envases a base de papel, las marcas pueden garantizar el cumplimiento de la legislación en evolución y reducir el riesgo de multas o sanciones. Este enfoque proactivo puede mejorar la reputación de la marca y demostrar un compromiso con la responsabilidad social y ambiental.

La industria del embalaje se encuentra al borde de una gran transformación, y los embalajes de papel emergen como una alternativa líder al plástico y al vidrio. Marcas destacadas de los sectores de alimentos y bebidas están a la vanguardia de este cambio, reconociendo la importancia de la sostenibilidad y aprovechando la oportunidad para satisfacer las demandas de los consumidores. Al adoptar los envases de papel, estas empresas no sólo contribuyen a un medio ambiente más limpio, sino que también se benefician de una mayor lealtad de los consumidores, una mejor imagen de marca y el cumplimiento de las regulaciones en evolución. A medida que se desarrollen los próximos 10 años, la revolución de los envases de papel promete un crecimiento significativo, innovación y un futuro más sostenible para la industria en su conjunto. Los esfuerzos de colaboración de marcas, minoristas y formuladores de políticas son clave para impulsar esta revolución y, en última instancia, allanar el camino hacia un mundo más verde y sostenible.



Koenig&Bauer Durst presenta su nueva tinta blanca de base agua

Koenig and Bauer Durst anunció el próximo lanzamiento de su nueva tinta blanca de base agua durante su último Open House, que tuvo lugar los días 18 y 19 de marzo, en el Centro de Investigación de Durst, en Lienz (Austria).

La consultora KeypointIntelligence compartió con los asistentes los resultados de su investigación más reciente sobre el mercado. De ella se desprenden varias conclusiones importantes. Entre ellas, la urgencia por ahondar en los procesos de digitalización en la industria, especialmente en la fase de postproducción, y en el crecimiento exponencial del uso de material kraft debido a las ventajas que presenta, minimizando los costes de las aplicaciones resultantes y ofreciendo potencialmente un proceso de fabricación más limpio y un mayor grado de reciclabilidad. Todos estos aspectos son también preocupaciones compartidas por las marcas y el consumidor final.

Precisamente es en este contexto en el que se enmar-



ca el desarrollo de la nueva tinta blanca de base agua para la solución Delta SPC 130. Su incorporación al porfolio de tintas amplía aún más las posibilidades de diseño de la Delta SPC 130, al permitir la reproducción de colores vibrantes y de textos blancos sobre material Kraft, en línea con su propuesta de valor: ofrecer soluciones sostenibles que contribuyan a minimizar el desperdicio de materiales y el consumo de recursos, incluyendo una tecnología de tinta que cumpla con los estándares más exigentes del mercado en términos de seguridad, sostenibilidad y confiabilidad, al tiempo que proporciona a los productores y convertidores, y a las propias marcas, la posibilidad de reproducir todo tipo de diseños, incluso aquellos que representen un desafío en términos de impacto visual y uso de materiales más sostenibles como el kraft, tratando de reflejar un look & feel "más verde" y coherente con la apuesta por procesos y materiales que minimizan la huella de carbono.

El Grupo Durst amplía su gama P5 con la serie PACK

El Grupo Durst ofrece la P5 350 HS PACK, una solución altamente automatizada para la impresión digital de cartón ondulado y expositores. La P5 350 HS PACK combina la conocida versatilidad de un sistema de impresión híbrido P5 con la capacidad de imprimir sobre una amplia gama de materiales utilizados en los mercados del PLV y del retail.

La serie P5 PACK está equipada con todas las funciones que permiten un procesamiento eficaz del cartón ondulado. Un innovador sistema de guía de material y rodillos de presión tiene como objetivo un procesado sin problemas. Los soportes automatizados para bordes ondulados evitan las colisiones entre los cabezales de impresión y los materiales. La anchura y la altura se ajustan automáticamente con sólo seleccionar el canal del material en el software, lo que reduce significativamente el tiempo de preparación.

Además, un potente sistema de vacío aumenta la potencia de succión en la cinta de impresión hasta en



un 40 % en comparación con los sistemas convencionales. Esto significa que incluso los cartones ondulados pesados y curvados pueden aplanarse e imprimirse limpiamente.

La serie P5 PACK incluye la función Multitrack 6 controlada por sensores. Gestionada por 6 colas de impresión independientes, permite imprimir hasta 6 cartones ondulados en paralelo mediante alimentación manual.

Para aprovechar al máximo el potencial del entorno de impresión, la serie P5 Pack, al igual que todos los sistemas de impresión P5, puede equiparse con los softwares propios Durst Analytics y Durst WorkFlow (rip/gestión de color). Además, como parte de la serie P5 PACK, Durst presenta un nuevo juego de tintas especialmente adaptado a los requisitos de la impresión de expositores y envases. La tinta LUVERA LED se caracteriza por una alta resistencia a la abrasión y por una casi inexistente emisión de olor.

Flexo&Labels EXPO • 2024

EL MAYOR EVENTO
LATINOAMERICANO DE
FLEXOGRAFÍA, ETIQUETAS Y
ETIQUETAS AUTOADHESIVAS
TIENEN
¡FECHA CONFIRMADA!

**25 A 28
JUNIO**

Pabellón 5
Distrito Anhembi
Sao Paulo
Brasil

Reserve su stand!

+55 11 99743-8629

comercial@flexoelabels.com

www.flexoelabels.com



Síguenos

flexoelabels   



Pasos clave para una implementación exitosa de ERP y MES

Expertos de ePS han desarrollado consejos sencillos que ayudan a maximizar el potencial de las soluciones ERP y MES.



La implementación efectiva de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) y Sistemas de Ejecución de Manufactura (MES) es crucial para transformar y optimizar operaciones, ganar ventaja competitiva y brindar un mejor servicio a los clientes en la actual estrategia empresarial moderna. Sin embargo, la simple adopción de estas soluciones no garantiza automáticamente el éxito o los resultados deseados. Para lograrlo, es fundamental que las empresas establezcan objetivos claros, definan Indicadores Clave de Desempeño (KPIs) e involucren a sus equipos.

Consejos para una implementación exitosa:

□ **Indicadores Clave de Desempeño (KPIs).**- Define objetivos de mejora y KPIs relevantes para tu negocio. Agrúpalos en una estructura comprensible, como aumentar ingresos, reducir el Costo de Productos Vendidos (CPV), disminuir el OPEX y mitigar riesgos.

□ **Monitoreo del Progreso.**- Establece un punto de partida claro para supervisar el progreso post-implementación. KPIs bien elaborados proporcionan una cadencia para evaluar si se están alcanzando los objetivos y permiten ajustes en tiempo real.

□ **Simplificación de Procesos.**- Antes de la implementación, optimiza los procesos existentes identificando cuellos de botella e ineficiencias. Utiliza mapas de flujo de valor para crear procesos futuros ágiles, promoviendo una mejora continua en colaboración con los equipos.

□ **Personalización para tu Negocio.**- Adapta las soluciones ERP y MES para satisfacer las necesidades específicas de tu empresa. Esto implica ajustar flujos de trabajo e informes para reflejar las operaciones y requisitos únicos de tu equipo.

□ **Capacitación del Personal.**- Invertir en capacitación continua es esencial para habilitar al equipo en el uso efectivo de las soluciones. Asegúrate de que todos los miembros se sientan cómodos con el software, maximizando así el valor obtenido.

Asegurar el máximo rendimiento de las inversiones en ERP y MES requiere una estrategia que optimice procesos, fomente la participación del equipo y capacite la transformación del negocio. La personalización de soluciones, la capacitación del equipo y el monitoreo continuo del progreso son pasos cruciales para alcanzar este objetivo.



Ranpak anuncia la tapa múltiple Cut'it! EVO

Ranpak, proveedor mundial en soluciones de empaque basadas en papel ambientalmente sostenibles para el comercio electrónico y las cadenas de suministro industriales, anunció el desarrollo de Cut'it! EVO Multi-Lid, una solución que permite aplicar hasta cuatro tapas distintas a través de una máquina Cut'it! EVO, mejorando drásticamente la experiencia del cliente y gestionando los requisitos de tapas de múltiples marcas a través de una única línea de envasado.



Grafotronic y Leonhard KURZ anuncian una asociación global

Leonhard KURZ y Grafotronic han anunciado una asociación global para avanzar en las tecnologías de embellecimiento de etiquetas. Esta alianza se basa en una serie de colaboraciones exitosas, que demuestran los beneficios de combinar su experiencia para elevar los estándares de la industria de las etiquetas.

Ambas empresas están comprometidas con el avance del sector de las etiquetas a través de la innovación tecnológica y el networking. Al fusionar las capacidades de fabricación de Grafotronic en equipos de etiquetas modulares con los avances de KURZ en tecnología de embellecimiento digital, esta asociación tiene como objetivo mejorar las soluciones de mejora de etiquetas.



Nueva tecnología flexográfica de ABG

A B Graphic International (ABG) ha anunciado el lanzamiento de su nuevo sistema flexográfico. Diseñada para complementar las capacidades flexográficas actuales de ABG, brindando a los clientes la opción de actualizar para mejorar el rendimiento y la eficiencia, la tecnología de próxima generación está destinada a redefinir los estándares en la industria de impresión de etiquetas, combinando una velocidad sin precedentes con una calidad superior y facilidad de uso.

El nuevo flexosystem está disponible para opciones rotativas completas y semirrotativas, y cada una de ellas presenta importantes mejoras en la velocidad. El sistema rotativo completo, que forma parte de la nueva línea Converter de ABG, ahora funciona a una velocidad de 220 m/min, lo que lo hace ideal para proyectos de gran volumen. La opción semirrotativa, presente en la máquina de acabado insignia de ABG, la Digicon Serie 3, está diseñada para clientes digitales y ofrece un cabezal flexográfico a 90 metros por minuto.

Versión 9.5 de Packz de Hybrid Software

Hybrid Software ha lanzado la versión 9.5 de sus editores de packaging y etiquetas Packz y Stepz.



La versión 9.5 es una importante actualización que incluye varias tecnologías nuevas para aumentar la productividad de los operarios en la impresión digital, flexográfica y offset de etiquetas y packaging.

La nueva tecnología de gestión del color ColorSpace es accesible tanto desde Packz como desde Stepz, proporcionando consistencia de color entre diferentes métodos de impresión como la flexografía y la impresión digital, así como entre los diferentes dispositivos de impresión digital. Su interfaz fácil de usar simplifica el proceso de conversión del color de alta calidad y la optimización de la impresión CMYK, RGB, multicolor y de gama ampliada. Esta sofisticada tecnología utiliza datos espectrales, admite definiciones de colores planos CxF/X-4 y crea perfiles DeviceLink sobre la marcha con una gran precisión de color en todos los métodos de impresión, lo que permite trasladar fácilmente el packaging de la impresión flexográfica u offset a la producción de impresión digital.

Keypoint Intelligence revela el futuro de los envases de cartón plegables

Keypoint Intelligence publicó recientemente un informe sobre el estado de la industria del cartón plegable. Parte de una serie de cinco informes, los informes sobre el estado de la industria de Keypoint Intelligence sirven como una exploración integral de la adopción digital dentro del sector de etiquetas y embalajes, con el objetivo de analizar y comprender la dinámica en juego.

Estos informes realizan un examen detallado y cuidadoso de las prácticas digitales en toda la industria, separando metódicamente las estrategias efectivas de aquellas que no son suficientes. Al hacerlo, presentan una comprensión clara y matizada de qué tácticas están dando resultados positivos y cuáles necesitan una reevaluación crítica. Este análisis meticuloso se extiende al ámbito de la adopción digital dentro del mercado del cartón plegable, iluminando las tenden-

cias y dinámicas actuales. No solo saca a la luz los patrones y prácticas predominantes, sino que también ofrece conocimientos prácticos. Estos conocimientos sirven como guía, definen los puntos de referencia de lo que se considera éxito en este espacio e identifican los posibles obstáculos y desafíos que las empresas podrían enfrentar dentro de la industria del cartón plegable. A través de esta exploración en profundidad, las partes interesadas cuentan con el conocimiento para navegar en el mercado de manera más efectiva y tomar decisiones informadas que son fundamentales para el crecimiento y la innovación futuros.

El informe sobre el estado de la industria: cajas plegables se puede adquirir individualmente o como parte de una suscripción a otras investigaciones proporcionadas por el servicio de asesoramiento sobre etiquetas y embalajes digitales de Keypoint Intelligence.

Suscríbete A LA EDICIÓN IMPRESA



SUSCRIPCIÓN
ANUAL

6 EJEMPLARES
RECIBE LA REVISTA
EN TU BUZÓN

