

La Prensa

www.alborum.com

Nº 32
FEVEREIRO
2019

Indústria e Comunicação Gráfica

API
apigraf
prémio
inovação



PROMOTOR



apigraf



apigraf

INSCREVA-SE NA **DIGITAL PRINTING** E CONCORRA A UM **IPHONE**

WWW.DIGITALPRINTING.COM.BR



IMAGENS/MEZEMBRANTE, ILLUSTRATIVAS



VISITE A FEIRA DE IMPRESSÃO DIGITAL DO BRASIL

20 A 23 MARÇO 2019

EXPO CENTER NORTE
PAVILHÃO AZUL

RUA JOSÉ BERNARDO PINTO, 333
VILA GUILHERME, SÃO PAULO - SP
CEP: 02055-000

EVENTO
PARALELO

**FESPA
BRASIL
2019**
São Paulo
04 a 06 de Março 2019

REALIZAÇÃO E ORGANIZAÇÃO
aps eventos
corporativos

cp
digitalprinting

Nº 32. Fevereiro 2019

Empresas

- 4 Heidelberg abre seu novo centro de inovação
 - 1000 corpos de impressão do Roland 700 Evolution
- 5 Atribuídos Prémios APIGRAF Excelência Empresarial e APIGRAF Prémio Inovação
- 6 Inovação como foco do congresso Comparting
- 8 OBJETIVO VITAL: obter uma empresa gráfica com Zero Waste
- 9 Fórmula contra erros de ruído na cor

Packaging

- 10 Grupo Lappi adquire gráficos da Calipolense
- 12-13 Entrevista Stefan Kappaun
- 14 Entrevista Allan C. Brown

Impressão digital

PRINT

- 16-17 EFI Connect 2019: inovação e o cliente de combustível da EFI
- 18 Fujifilm anuncia a impressora digital para folhas B2 em cores Jet Press 50S
 - Campanha Alive with Colour da OKI

19 Diretório

Software

- 20 Inteligência artificial, o aliado perfeito em nossas vidas diárias como consumidores
- 21 Tendências tecnológicas para 2019



Rotativas

- 22 Por que o Blockchain é importante para o futuro da publicação de notícias?
 - manroland Goss Group adquire GWS Printing Systems

Feiras

- 24 Graphispag define impressão com mais tecnologia, inovação e conexão com o mundo digital
 - Fespa Global Print Expo 2019 regressa a Munique

Impressão digital

Grande formato

- 25 Sawgrass oferece estratégias de negócios para ter sucesso no mercado de sublimação

Papel

- 26 Antalis, especialista em papéis criativos

26 Pessoas

La Prensa da Indústria e Comunicação Gráfica

Editora

ALBORUM, S.L.
Dr. Esquerdo, 105.
28007 Madrid (Espanha).
Telf.: +34 91 309 65 20

laprensa@alborum.com
laprensa@laprensa.com.pt
www.alborum.com

Diretor

ENRIQUE NIETO DE LAS CUEVAS

Publicidade

FRANCISCO GONZALEZ ECHEVERRIA
fgonzalez@alborum.com

Depósito Legal
M-25550-2012

• *La Prensa* da Indústria e Comunicação Gráfica não é responsável pelas opiniões dos seus colaboradores.
• O conteúdo desta publicação não pode ser reproduzido sem a autorização escrita do editor.

Heidelberg abre seu novo centro de inovação



Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg) abriu seu novo Centro de Inovação (IVC) na sede da Wiesloch-Walldorf em Baden-Württemberg com a qual a empresa intensifica seus esforços para manter sua liderança tecnológica e moldar o processo de transformação digital no setor de impressão.

Uma antiga sala de produção foi transformada para criar o centro de desenvolvimento que tem aproximadamente 1.000 pessoas trabalhando no mais alto nível. A proximidade do IVC às operações de produção também promove um processo de desenvolvimento ágil e multidisciplinar. No local onde anteriormente eram produzidas máquinas de médio formato, o desenvolvimento de inovações para o futuro está agora a acontecer com um investimento de 135 milhões de euros, 5% do total de vendas. Os numerosos projetos de desenvolvimento estão focados na expansão do portfólio de impressão digital industrial e, na área de impressão offset, para desenvolver ainda mais a tecnologia Push to Stop para impressão autônoma, um processo que requer apenas intervenção humana em processos em que o sistema não pode lidar sozinho.

Paralelamente, a Heidelberg trabalha com equipes de desenvolvedores na Smart Print Shop, onde todos os processos de impressão são digitalizados e na expansão de modelos de negócios digitais, como a Heidelberg Subscription, na qual os clientes pagam apenas pelos benefícios que o sistema oferece.

A Heidelberg também projetou seu processo de desenvolvimento para garantir abertura e flexibilidade. Isso significa que clientes, fornecedores, empresas associadas e funcionários podem ser integrados ao processo quando necessário, o que, por sua vez, ajuda a eficiência e a lucratividade, ambos benefícios diretos para o cliente.

O novo IVC é a sede de uma rede europeia de desenvolvimento operada pela Heidelberg, que também inclui instalações em Kiel, Ludwigsburg, Weiden (Alemanha) e St. Gallen (Suíça). A rede como um todo reúne os talentos de quase 1.000 desenvolvedores trabalhando em todos os campos da tecnologia de impressão (incluindo pré-impressão e pós-impressão), sistemas de controle e acionamento, software (incluindo interfaces de operação) e consumíveis (com o objetivo de desenvolver tintas para dispositivos digitais).



Antoine Grandjean (Impritex), Alain Grandjean (Impritex), Denis Bourez (Impritex), Stephan Vandroogenbroeck (Impritex), Ahmed Hassani (Impritex), Carl Vandermeersch (Manroland Benelux), Rafael Peñuela (CEO, Manroland Sheetfed GmbH).

1000 corpos de impressão do Roland 700 Evolution

Continuando com a história de sucesso da Roland 700 Evolution, em 17 de outubro de 2018, a milésima unidade de impressão deixou a linha de montagem da sede da Manroland Sheetfed em Offenbach (Alemanha). Esta unidade era para uma máquina de revestimento duplo de seis cores com uma vasta gama de acessórios, programada para instalação na impressora de embalagem belga Impritex baseada em Wavre.

O Roland 700 Evolution tem sido destacado por suas muitas inovações técnicas, incluindo SPL (carregamento simultâneo de chapas) que permite a limpeza de cobretores e cilindros de impressão durante o processo de troca de chapas, enquanto o novo PPL (Power Plate Loading) oferece uma troca automática placa de revestimento para tornar o processo de mudança ainda mais rápido e fácil de usar.

O uso flexível do equipamento é uma marca registrada do Roland 700 Evolution, evidenciado em unidades de impressão preparadas para tintas convencionais e UV. Juntamente com muitas inovações técnicas, a Manroland Sheetfed também forneceu o pacote pioneiro de parceria de serviço ProServ 360° para todos os proprietários do Roland 700 Evolution. Durante os 24 meses após a instalação, este contrato de manutenção prevê inspeções periódicas, controles remotos e manutenção da máquina, acompanhado de uma análise de desempenho e informações sobre como aproveitar o potencial de melhoria percebido.



Atribuídos Prémios APIGRAF Excelência Empresarial e APIGRAF Prémio Inovação

APIGRAF distinguiu o 24 de janeiro, as melhores e maiores empresas no setor gráfico e transformador do Papel. A cerimónia teve também a atribuição do Prémio Inovação, que distinguiu a empresa que mais se distinguiu na procura de proposta e produtos inovadores e que contribuem para a renovação do setor.

Os Prémios Excelência Empresarial são distribuídos anualmente pela APIGRAF e pretendem distinguir as empresas que mais se destacaram no setor, quer pela sua dimensão, quer pela expressão industrial dos seus negócios. Foram 12 as empresas premiadas, nos escalões de Gold, Silver e Bronze, distribuídas por quatro categorias: Grandes, Médias, Pequenas e Melhor Microempresa Associada (abaixo listadas).

O APIGRAF Prémio Inovação, habitualmente atribuído a uma empresa se distingue pela inovação que coloca na sua atividade. Este ano será atribuído a uma empresa familiar com mais de 80 anos, exemplo de inovação na sua área de atuação com o desenvolvimento de produ-



Prémio Inovação.

tos únicos a nível nacional e mundial, a Bulhosas (Irmãos), S.A. A empresa distingue-se na produção de rótulos de segurança, onde a informação é codificada pela presença ou ausência de ADN único e que têm contribuem para evitar as contrafações. A Bulhosas (Irmãos), S.A. destaca-se ainda pela produção de palhetas de deteção de drogas e explosivos nos aeroportos, utilizados mundialmente, pela sua fiabilidade e simplicidade de utilização.

Para José Manuel Lopes de Castro, Presidente da Apigraf, "Os Prémios Excelência e o Prémio Inovação APIGRAF representam o que de melhor o país tem. O sector Indústrias Gráficas e Trans-



José Manuel Lopes de Castro, Presidente da Apigraf.

formadoras do Papel tem excelentes empresas e esta iniciativa tem como principal objetivo destacar o excelente trabalho por elas desenvolvido a nível nacional. Não podemos nunca esquecer a importância deste setor que fatura mais de 2 mil milhões de Euros e emprega mais de 23 mil pessoas, dando um im-

Prémios Excelência Empresarial 2018

EMPRESAS VENCEDORAS

Grandes Empresas:

Gold - Bloco Gráfico, S.A.
Silver - Saica Pack Portugal, S.A.
Bronze - Renova - Fábrica De Papel Do Almonda, S.A.

Médias Empresas:

Gold - DS Smith Packaging Portugal, S.A.
Silver - Fepal - Fabrico de Embalagens e Paletes, Lda.
Bronze - Cartonagem Cardoso, S.A.

Pequenas Empresas:

Gold - Dimensão Rebelde, Lda.
Silver - Papelmunde - Sociedade de Manufacturas Gráficas, Lda.
Bronze - Lisardo Conde Abelleira, Unipessoal, Lda.

Micro Empresa Associada:

Gold - Tipografia D.João V, Lda.
Silver - Serigrafia Rosa Maria, Lda.
Bronze - Bestgraf Etiquetas, Lda.

portante contributo à economia nacional."

OS Prémios APIGRAF são patrocinados em exclusivo pela The Navigator Company e os Prémios Excelência Empresarial têm como Knowledge Partner a Informa D&B.



Inovação como foco do congresso Compacting

Por nono ano Compacting foi realizada, o evento organizado pela Compact na cidade alemã de Böblingen dedicado à gestão multicanal do documento e teve mais de 400 participantes, quase o mesmo montante do ano anterior, ao qual devemos acrescentar mais meia centena do congresso que foi realizado em Minneapolis.

Michael Carl de 2b AHEAD Think, em seu discurso "Diálogo com o desconhecido" na abertura deste encontro, referiu-se à automatização de processos, à entrada omnichannel e à acessibilidade sem restrições, como resultado das demandas de processamento de documentos em empresas eles aumentam constantemente. Em um visão futurista ele foi para o ano de 2025, quando o que hoje é lunático será normal, o humano que viverá 1.000 anos já nasceu, a conversa com máquinas será habitual, essas e outras afirmações declarou em seu discurso.

O processamento de documentos foi tratado no Compacting 2018, diante da grande quantidade de dados e inteligência artificial, os dados estão se tornando o foco de toda transformação digital, de modo que os especialistas já falam sobre o "novo petróleo" nas comunicações com os Clientes.

A digitalização interna da empresa foi o tema escolhido



por Jürgen Hansl em nome da Seguros Generali e Talax e da empresa de serviços de faturamento para clínicas em toda a Alemanha, Unimedi, e explicou o uso nessas entidades do sistema de gerenciamento de produção (Output Management System-OMS -) do DocBridge FileCap para preparar e enviar documentos por correio.

Na mesma linha, Roberto Schmidt, da Generali, falou sobre o futuro da Seguros 4.0. Eles convertem 600 milhões de documentos AFP em PDF/A. 2.800 milhões de páginas em 12 semanas.

O BLOCKCHAIN

O Blockchain, real ou exagerado, Paul Philipon-Dollet perguntou a si mesmo. Uma cadeia de blocos conhecida em inglês como blockchain, é uma estrutura de dados na qual as informações contidas são agrupadas em conjuntos (blocos) aos quais metainformações são adicionadas em relação a outro bloco da cadeia anterior em uma linha de tempo, de modo que graças às técnicas criptográficas, as informações contidas em um bloco só podem ser rejeita-

das ou editadas, modificando todos os blocos subsequentes. Uma técnica é usada em criptomoedas.

E, como em ocasiões anteriores, foi feita uma revisão completa de todos os desenvolvimentos e desenvolvimentos de produtos feitos pela Compacting recentemente. É apresentado foi, entre outros DocBridge Impress, software para gerar documentos multicanal a partir de um único formato de fonte ("Design Once"), que desde o seu lançamento há três anos, a ferramenta está desfrutando de maior demanda tanto na Alemanha e em outros países.

Apresentou um novo aplicativo que monitorará todo o ciclo do documento em tempo real e oferecerá métricas-chaves e consistentes de produção como base para otimização adicional.

Dada a variedade de formatos e canais de saída e a simbiose entre o processamento de transação individual e alto volume, a Compacting está atualmente se concentrando em otimizar o gerenciamento de documentos, conciliando flexibilidade e adaptabilidade com a re-



Harald Grumser, fundador e CEO da Compacting.

dução da complexidade.

A inovação mata a estabilidade ou vice-versa? Esta é a questão que Harald Grumser, fundador e CEO da Compacting, formulou e respondeu em sua conferência de abertura no segundo dia do Congresso. Ele revisou algumas inovações desde o século XVI que deram estabilidade como por exemplo: os trilhos de trem, a constituição americana, o código civil alemão ou a introdução do código ASCII. Ele também mostrou falhas recentes e passadas da mesma natureza.

A inovação requer a tomada de decisões futuras de previsão que não precisam ser cumpridas. A inovação é um termo que é usado quase igualmente entre todas as disciplinas científicas, que pode ser uma nova ideia, um novo dispositivo ou um novo método e é considerado como uma oportunidade ou uma ameaça de acordo com a personalidade, cultura e tempo e sua taxa de aplicação pode variar de incremental a radical.

graphispag

26-29 MARÇO 2019

RECINTO GRAN VIA



Fira Barcelona

www.graphispag.com

#graphispag in f i t You Tube

DEFINA IMPRESSÃO

Através da nossa experiência, na **Graphispag** sabemos que o verdadeiro desafio do sector gráfico e da comunicação, atualmente, é conhecer em profundidade todas as suas exigências, possibilidades e soluções para convertê-las em negócio.

Este é o momento de juntar os players decisivos, quebrar estereótipos e criar valor acrescentado.

Defina os seus desafios. Defina o seu negócio.



asociación
graph, pack & retail

OBJETIVO VITAL:

obter uma empresa gráfica com Zero Waste

Parte 1: tarefas administrativas e de gerenciamento

As tarefas que realizamos nas empresas podem ser categorizadas simplesmente em duas naturezas; aqueles que contribuem com valor para os clientes e aqueles que não contribuem com valor para eles.

Podemos definir um desperdício como tudo para o qual um cliente não está disposto a pagar seu dinheiro, ou seja, as tarefas que NÃO trazem valor.

Infelizmente, nos acostumamos a viver com o lixo como se fosse parte do processo, algo que nosso cliente pode assumir e aceitar. Nada está mais longe da realidade. Pessoalmente, quando visito meus clientes e detecto uma fonte de desperdício, faço a mesma pergunta embaraçosa: ... e o que você tem nesse processo ... você acha que o cliente está disposto a pagar por isso? e quando eles me respondem negativamente, eu os interrogo: ... e por que você mantém isso ou você não tenta minimizá-lo? Muitas vezes eles não sabem o que dizer para mim porque assumiram isso.

De acordo com o Lean, podemos catalogar em oito grupos ou categorias o "desperdício letal" na empresa:

1. Produtos defeituosos
2. Excesso de estoque
3. Processo (recursos desnecessários, baixa produtividade)
4. Você espera
5. Movimentos desnecessários
6. Transporte de materiais



José Antonio Martínez

Consultor de leanprinting e de melhoria dos processos na LTCaM.

7. superprodução
8. Talento Humano

Vejamos alguns exemplos de desperdício comum em tarefas administrativas e de gerenciamento que tenho encontrado nesses anos para os diferentes departamentos de empresas gráficas. No final de cada catálogo, de acordo com os oito tipos mencionados acima:

- Quando a pressão aumenta no trabalho, em vez de pensar em como podemos melhorar a produtividade e ser mais eficientes em nossas tarefas, solicite mais recursos humanos para o departamento (tipo 3, 8)

- Não meça ou analise resultados de qualidade, desperdício ou produtividade, não sabendo se melhoramos ou pioramos nossa eficácia nos processos (tipo 3, 8)

- Realize o planejamento levando em consideração os prazos de entrega, perdendo oportunidades de obter economias em mudanças de trabalho (formatos de agrupamento, espessuras, qualidades de papel, cores especiais, vernizes em linha, etc. (tipo 3, 4)

- Somente faça manutenção quando houver pouco trabalho. Não planeje a manutenção preventiva com as tarefas a serem executadas, não planeje as calibrações da máquina para manter as curvas de estampagem otimizadas (tipo 3, 4, 7)

- Planejamento ineficiente de resíduos em papel e cores diretas, sem levar em consideração todos os processos

e cada componente, sempre sobreproduzidos, para evitar produção a descoberto (tipo 2, 3, 7)

- Do ponto de vista dos sistemas de qualidade ISO 9000, concentre-se na conformidade com os requisitos e não na melhoria contínua, para reduzir os problemas de produção e as reclamações dos clientes (tipo 1, 3, 8)

- Assumir constantes repetições e reprocessamentos de trabalhos e não considerar seriamente qual é a raiz do problema que os gerou e quais ações vamos realizar no nível organizacional para que eles não ocorram novamente (tipo 1, 3, 4)

- Fazer Ordens de Trabalho no papel, de forma artesanal com "formato de testamento", sem padronizar (várias páginas, instruções redundantes e localizadas cada vez em um lugar diferente), com todas as informações para todos os departamentos (tipo 3, 4)

- Ter apenas uma orden física em papel e não poder compartilhá-la quando duas ou mais tarefas produtivas de um trabalho forem executadas ao mesmo tempo, precisando mover-se continuamente pelos outros departamentos para procurá-la, obter informações e executar o trabalho (tipo 1, 3, 4, 5)

- Faça nas correções contínuas manuscritas da Ordem de Serviço (perda de rastreabilidade nas reimpressões), difíceis de entender, a cada vez e a cada pessoa em um local diferente. Ter que procurar a Ordem física em toda a fábrica para fazer a correção (tipo 1, 3, 5)

- Gestão inadequada de orçamentos. Por um lado, cal-

culamos o custo industrial e por outro valorizamos a posteriori de acordo com as taxas do cliente (trabalhamos em dobro), ou valorizamos apenas com taxas sem calcular nosso valor industrial, perdendo a perspectiva de ganhar ou perder dinheiro (tipo 3, 4)

- Não utilizar e-mails com critérios de eficiência, enviando e-mails desnecessários para todos os destinatários (tipo 2, 3, 4, 8)

- Não aproveite ao máximo as ferramentas de escritório, perdendo a eficácia na execução dos processos (tipo 3, 8)

- O ERP não cobre todos os requisitos dos departamentos, fazendo com que as pessoas se tornem suas ilhas de informação desintegradas, redundantes (tipo 3, 7)

- Não ter ferramentas de mobilidade, como tablets, e ter que retornar ao local de trabalho para executar tarefas que poderíamos fazer no momento e local em que ocorrerem (tipo 3, 5, 8)

- Armazenamento contínuo de documentos em papel, com a consequente perda de tempo de viagem e armazenamento e recuperação, quando temos que usá-los (Tipo 2, 3, 4, 5)

Agora, mais do que nunca, é imperativo estar muito atento para localizar e eliminar ou reduzir ao máximo o desperdício de nossos processos administrativos e de gestão. Se não o fizermos, nossos concorrentes farão isso, aumentando sua competitividade (descontando o economias obtidas com o preço dos empregos) e, conseqüentemente, deixando nossa empresa fora do mercado.

Fórmula contra erros de ruído na cor

Vicente Carrasco Martinez, argumenta que os quatro cores utilizadas atualmente no tratamento de fotos digitais não é correto, aparecendo como ruído devido a erros nas fórmulas os pontos em branco que aparecem nas fotos digitais.

Para corrigi-lo, utiliza a heptacromia, ou seja, a fusão das três cores de base com as três cores binárias e a preta.

Então a fórmula do VCM - iniciais de seu nome, sob copyright - é agora impressa com as três cores de base e reforço preto, para ser um processo de quatro cores você tem que mesclar as três cores de base mais preto sem criar erros.

Esse conhecimento de cor e tonalidade nasce de Goethe Johann Wolfgang, que criou o círculo cromático das cores base e binária e também de James Clerk Maxwell, que criou o tricromo.

Com sete cores estão a teoria de Kueppers e é o mesmo problema que o tricromio com reforço negro que se diz processo.

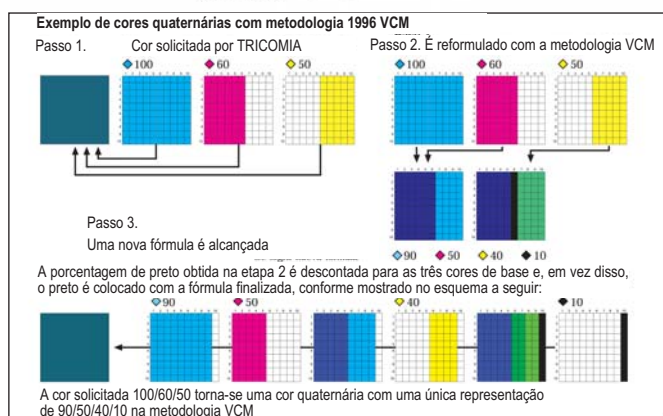
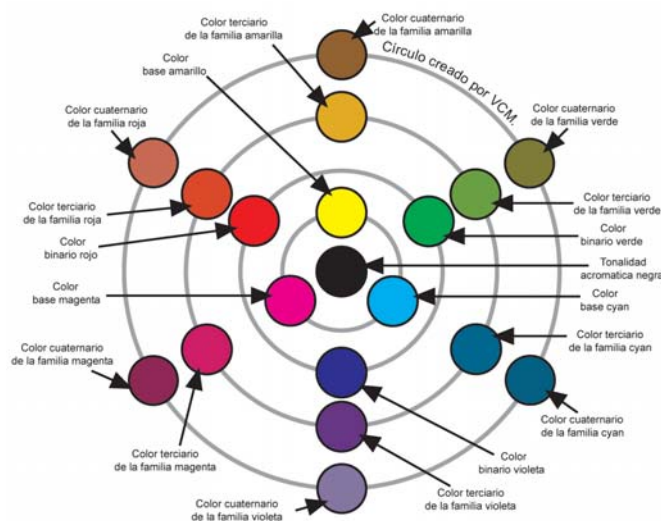
Com a heptacromia, todas as cores e tons se mesclam sem deixar qualquer combinação ou repetição.

Assim, por exemplo, explica ele, se imprimirmos uma foto em quadricromia VCM e a mesma na heptacromia VCM, os pontos pretos são os mesmos nas duas técnicas, mostrando que o sistema VCM não tem ruído.

Responda a uma série de perguntas que esclarecem a situação

Você pode implementar sua metodologia para as atuais?

As novas descobertas dei-



xam as antigas nulas. Como exemplo, temos máquinas de escrever, que ainda estão funcionando, mas os computadores as tornaram obsoletas (desatualizadas).

Sua fórmula pode servir mais soluções e o que você espera com sua fórmula VCM digital?

Sim, pode e serve para proteger a privacidade e a segurança cibernética. Finja que todos são governados com os mesmos critérios para criar cores e cada cor tem sua própria identidade em seu próprio espaço.

Você pode dar um exemplo?

As coordenadas geográficas servem de referência para localizar qualquer ponto na su-

perfície da terra, esse é o objetivo da fórmula digital VCM.

Como sua metodologia VCM pode ser ensinada nas universidades?

Tão fácil como eles usam os programas de cores, Adobe entre outros, que aplicam a metodologia VCM em seus seletores de cores. Eu não imagino que no mundo do automobilismo eles se recusem a fabricar carros elétricos no momento.

O que você acha do sistema aditivo (RGB), você acha que ele também tem erros no momento?

Sim ele tem erros. Eu tenho a mesma metodologia VCM com direitos autorais com a rede de $15 \times 17 = 255$ e seus múltiplos sem repetir ou

deixar qualquer combinação.

Um exemplo disto aparece em uma reportagem na televisão de ursos, o volume no corpo cria sombras, não vistos em volume, mas é visto em um fundo escuro. A fórmula aplicada até agora não forma um gradiente correto, por isso mostra erros em sua composição.

O sistema aditivo está em comunicação com o sistema subtrativo corretamente?

Com as fórmulas no momento não.

Exemplos:

C60 M49 Y48 K53 / R51 G51 B51

C63 M96 Y28 K30 / R51 G51 B51

C63 M96 Y28 K20 / R51 G51 B51

Com diferentes fórmulas CMYK têm a mesma fórmula RGB, isso mostra que eles têm erros.

O sistema aditivo pode ser comunicado corretamente com o sistema subtrativo?

Com a metodologia VCM sim, cada cor ou tonalidade tem sua própria fórmula, seja um sistema de cor subtrativa ou o sistema de cores aditivas, permite a comunicação entre eles

Existe uma diferença no consumo de tinta entre a metodologia VCM e os sistemas atuais?

Sim, há uma diferença no consumo. Com a metodologia VCM, é demonstrado que menos tinta é consumida, o que gera uma economia significativa de custos. Sua formulação confirma o que foi dito.

A metodologia VCM é a única fórmula que consome apenas o que é necessário sem desperdiçar tinta, além de ter o espectro de cores mais amplo do que o restante dos sistemas atuais.

Grupo Lappí adquire gráficos da Calipolense

O Grupo Lappí adquiriu a Calipolense Graphics, fabricante de rótulos de Portugal, com a aquisição de 100% das ações da família Carrasco. A empresa recém-adquirida foi fundada em 1974 e possui duas fábricas de rótulos, ambas em Vila Viçosa (Évora), totalizando 9.000 m² construídas em terreno de 21.600 m². Essa operação consolida o processo estratégico baseado na expansão por meio de aquisições, que foi fortalecido em maio de 2017, quando a Diana Capital Investment Fund aderiu a 46% do capital do Grupo Lappí para financiar seu crescimento.

Com a aquisição da Gráficas Calipolense, o Grupo Lappí espera gerar si-

nergias significativas que aumentem sua competitividade, bem como um notável aumento de sua capacidade produtiva nas diferentes linhas de negócios de seu portfólio. O grupo ultrapassará o faturamento de 30 milhões de euros em 2019, consolidando-se à frente da indústria.

Os rótulos do Grupo Lappí englobam todos os tipos de produtos de consumo, principalmente alimentos e bebidas, destilados, vinhos e cavas, produtos domésticos, cosméticos e higiene pessoal. Com esta aquisição, o grupo empregará mais de 250 pessoas e terá quatro unidades de produção: Sevilha, Barcelona e estas duas unidades fabris na província de Évora (Portugal).



Christoph Gamper, CEO da Durst.

Durst e Koenig & Bauer criam uma joint venture

A Durst, fabricante de tecnologias avançadas de impressão e produção digital, iniciou uma joint venture 50/50 com a fabricante de impressoras Koenig & Bauer para o desenvolvimento conjunto e comercialização de sistemas de impressão digital de uma passagem para a indústria de cartão dobrado.

No futuro, linhas de produção totalmente automatizadas serão desenvolvidas na joint venture e distribuídas em todo o mundo. A transformação digital também ocorre na indústria de embalagens, já que os requisitos em constante mudança não podem mais ser atendidos pelas tecnologias convencionais de produção. Ao contrário da indústria gráfica, uma impressora a jato de tinta sozinha não é suficiente, mas há a necessidade de integrar diferentes sistemas periféricos em uma linha de produção totalmente automática. A nova empresa parceira ficará sediada na Alemanha e também administrará o serviço de tinta e os negócios em estreita colaboração com a rede global de ambas as empresas.

hubergroup lança uma tinta universal para embalagens de comida de papelão

Os regulamentos relativos às tintas de impressão adequadas para embalagens de alimentos são cada vez mais rigorosos e, além disso, geralmente variam de um país para outro. Para ajudá-los a superar esse desafio, a hubergroup redesenhou sua série MGA NATURA e criou uma tinta capaz de cumprir todos os padrões da FDA dos EUA e todas as regulamentações estabelecidas pela União Europeia para embalagens de alimentos em cartão. O resultado disso é uma maior flexibilidade ao produzir embalagens de marcas diferentes e termos de homologação mais curtos. A isto devemos acres-



centar que com esta tinta universal em termos de conformidade, as impressoras e transformadores não precisam mais manter grandes quantidades ou variedades de tintas, nem lavar a impressora toda vez que produzem embalagens para outro país, com a consequente economia de tempo e custos

Portugal Print Packaging & Labeling 2019

Os dias 14 a 16 de fevereiro que se realizou a feira Portugal Print Packaging & Labeling 2019, uma feira exclusiva para profissionais do sector gráfico e transformador do papel, na FIL, em Lisboa.

A primeira edição do Portugal Print teve lugar em Abril de 2012, no Pavilhão 6, da Exponor. Contou com 65 expositores,

nacionais e internacionais e, foi visitada por 5211 visitantes profissionais.

Em 2018, o Portugal Print assume a designação de Portugal Print Packaging & Labeling e ruma para Lisboa, realizando-se na FIL - Feira Internacional de Lisboa.

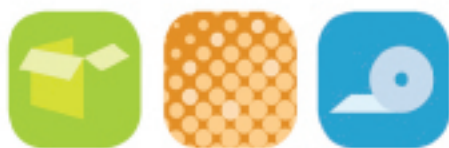
Em 2019, oferece aos visitantes uma

área de implantação superior à de 2018, um maior número de expositores, quer nacionais, quer internacionais (cerca de 25% de expositores estrangeiros e oriundos de 10 países diferentes). Integra também, além dos sectores habitualmente em exposição, empresas e entidades da área de embalagem e rotulagem.

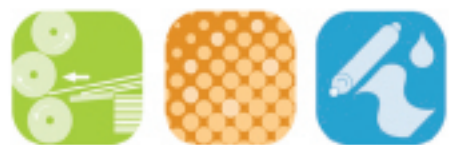


Böttcher
Systems

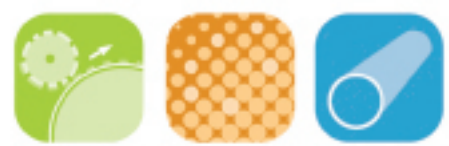
qualidade  serviço
desempenho



Systems ►► Packaging



Systems ►► Sheetfed Offset



Systems ►► Flexography



Systems ►► Web Offset

Rolos  Produtos de lavagem  Aditivos

Produtos auxiliares  Pós-antimaculantes

Tela de lavagem  Cautchus

Anilox cromo e cerâmico



Tel.: 966 898 984
portugal@boettcher-systems.com
www.boettcher-systems.com

Böttcher Ibérica, S.A.
Ctra. Villar Olmo M-204
28810 Villaalbilla (Espanha)



"As tintas Durst WT não são híbridas nem UV, podem ser consideradas totalmente como tintas à base de água, livres de monômeros e óleos minerais"

Stefan Kappaun

Vice-Presidente Executivo de Desenvolvimento de Produtos Químicos da Durst

Nos últimos anos, o departamento de desenvolvimento de tintas da Durst vem trabalhando para lançar um novo conjunto de tintas capaz de oferecer as vantagens combinadas de tintas à base de água e tintas UV. Todos esses esforços resultaram no conjunto de tintas de Aquosas Funcionais, enquadradas em uma estratégia superior, cobrindo toda a Tecnologia da Água. Você poderia expandir as informações sobre as vantagens oferecidas por este novo conjunto de tintas?

As tintas baseadas na Durst Water Technology são parte da estratégia de longo prazo da Durst de fornecer soluções de impressão digital sustentáveis, como alternativa aos métodos de impressão convencionais, para a indústria de embalagens. As tintas da Durst Water Technology foram inteiramente desenvolvidas pela Durst e são produzidas em nossas próprias instalações de fabricação. Este conjunto de tintas foi desenvolvido e otimizado para atender aos requisitos específicos da indústria de papelão. Oferece impressões sem odor, com alto brilho, alta resistência à abrasão e é compatível com todos os processos de acabamento relevantes na indús-

tria de embalagens.

Além disso, as tintas Durst WT podem ser usadas nas nossas máquinas de passagem única (Delta SPC 130) e nos sistemas multipassos (Delta WT 250 HS) em papelão revestido, sem a necessidade de aplicar primer prévio ou subsequente proteção. Também é possível trabalhar diretamente em materiais sem revestimento ou após aplicar um primer que aumente o desempenho cromático nesse tipo de suporte.

Finalmente, também os processos de reciclagem foram levados em conta durante o desenvolvimento das tintas Durst WT. Conforme certificado pelo laboratório independente que realizou os testes, as impressões feitas com as tintas Durst WT não têm impacto negativo nas possibilidades de reciclagem dos produtos.

Atualmente, muitas pessoas estão perguntando sobre a composição das tintas funcionais Durst Aqueous Functional. O mercado exige mais informações a esse respeito. Alguns até afirmam que eles devem conter foto-iniciadores específicos para tintas UV. As tintas Durst WT são realmente um híbrido entre formulações à base de água

e formulações UV? Quais componentes você herdou de cada um desses mundos?

Tintas Durst WT não são híbridas nem UV que podem conter, por exemplo, monômeros capazes de migração. Na verdade, eles podem ser totalmente considerados como tintas à base de água, livres de monômeros e óleos minerais. Além de pigmentos orgânicos e uma grande proporção de água, essas tintas incorporam uma tecnologia especial de resina que lhes confere características excepcionais de desempenho. Esta resina, que já é polimérica em si, inclui grupos funcionais, que reticulam mais intensamente durante a fase de selagem UV do processo de acabamento combinado (secagem-IR / UV-selagem), resultando em um alto nível de brilho e resistência à abrasão da camada de tinta. Devido a isso, uma quantidade mínima de um foto-iniciador, cujo uso é aprovado na Swiss-Ordinance, deve ser incluída na tinta. No entanto, está provado que a sua presença não é de todo crítica, de acordo com os estudos de migração realizados pelo SQTS (Swiss Quality Testing Service).

Devido à tecnologia de resina incorporada, seu teor de água, a ausência de monô-

meros e suas características gerais de desempenho, as tintas Durst WT podem ser consideradas como tintas à base de água e são diferentes de qualquer tinta híbrida ou UV.

Durante a última apresentação para a equipe de vendas, você anunciou o lançamento de dois tipos de tintas Aquosas Funcionais. O primeiro, orientado para todas as gráficas que desejam produzir aplicações PLV respeitadas com o meio ambiente e embalagem sem contato com alimentos, enquanto a segunda versão dessas tintas foi desenvolvida especificamente para permitir seu uso mesmo em embalagens primárias para a indústria alimentícia. Do ponto de vista químico, quais são as principais diferenças entre os dois conjuntos de tintas?

A impressão em materiais para embalagens de alimentos secundários já era possível com as tintas originais Durst WT. Agora, como você disse, também será possível imprimir embalagens primárias para alimentos graças às novas tintas alimentícias Durst WT.

Os conjuntos de tintas para embalagens de alimentos primários ou secundários são baseados na mesma formulação.

A diferença está no método de fabricação. Dado que o quadro jurídico define a produção de GMP (Boas Práticas de Fabricação, por sua sigla em inglês) como um pré-requisito essencial para qualquer aplicação destinado a embalagem primária de alimentos, Durst teve que atualizar as rotinas de produção para poder fabricar este tipo de tinta. Uma vez que nossos processos de produção tenham sido adaptados, estamos agora em condições de oferecer, graças às tintas Durst WT Food Inks, tintas de acordo com as regulamentações da Swiss-Port, que são fabricadas de acordo com as normas

GMP, cumprir as diretrizes da EuPIA e foram formuladas em de acordo com a lista atual da Nestlé.

Finalmente, por que esse novo conjunto de tintas é realmente uma revolução na impressão a jato de tinta? Qual a sua opinião sobre a evolução da impressão e embalagem de grande formato nos próximos anos?

A Durst Water Technology pode ser considerada o próximo grande marco na decoração de materiais à base de papelão, tanto para aplicações em publicidade quanto em embalagens. É o primeiro sistema digital que

combina versatilidade de suportes sem cheiro e impressões de alto brilho, que também oferecem excelente resistência à abrasão, sem a necessidade de primers anteriores ou posterior proteção. Ele atende totalmente aos requisitos da indústria de cartão e pode ser usado em sistemas de jato de tinta industriais de alta velocidade com o Delta SPC 130 ou o Delta WT 250 HS. Milhões de metros quadrados de papelão já foram impressos com a Durst Water Technology e recebemos um feedback imbatível da indústria.

No entanto, a Durst Water Technology não substituirá

totalmente a impressão UV, mas ambas as tecnologias coexistirão no futuro. Em particular, a versatilidade proporcionada pela adesão de tintas UV em materiais plásticos é uma grande vantagem para, por exemplo, o fabrico de etiquetas ou impressão em materiais poliméricos ou com revestimento de polímero. Devido a isso, paralelamente ao desenvolvimento da tecnologia WT, a Durst continuará a oferecer soluções UV, como a Delta 2500 para o segmento de embalagens, a Tau RSC para fabricantes de etiquetas e as séries Rho e P5 para o industrial de grande formato.

Xeikon Café Europe anuncia seu programa para 2019

A conferência Xeikon Café Europe, prevista para os dias 26 e 28 de março em Antuérpia, está sendo postulada para ser o evento do ano nos setores de rotulagem e embalagem. Durante três dias, os participantes podem aproveitar um programa de conferência matinal e uma série de seminários à tarde. Os visitantes também poderão conhecer os principais fabricantes da área de exposição, onde cada dia eles demonstrarão aplicações criativas de rotulagem e embalagem.

As conferências refletem as últimas tendências, desafios e soluções no atual setor de embalagens, a partir das perspectivas do consumidor,

da marca e da impressora. Além disso, a evolução das embalagens será tratada do ponto de vista das marcas, e a maneira pela qual a produção digital pode ajudar os fabricantes a chamar mais a atenção do consumidor nas prateleiras com suas embalagens. Por fim, falaremos sobre as impressoras e quais opções elas terão para antecipar as novas

exigências das marcas em termos de embalagem, adotando as estratégias e tecnologias apropriadas.

As sessões de treinamento da tarde serão realizadas durante os três dias. É um fórum educacional sobre aplicações inovadoras que não se limita a uma única tecnologia. A "Academia" abordará as oportunidades de negócios tanto do ponto de vista empresarial quanto tecnológico.

Como sempre, o Café Xeikon abrigará uma área

dedicada à exibição de aplicativos que mostrarão fluxos de trabalho completos de produção digital e permitirão que os visitantes levantem dúvidas aos especialistas em tecnologia. Você pode ver aplicações exclusivas, como copos de papel, bolsas, rótulos internos para alimentos, rótulos duráveis de várias páginas, rótulos para saúde e beleza com vários designs e cores correspondentes, caixas para produtos farmacêuticos, entre muitos outros.



"Há uma necessidade de melhorar a flexibilidade e a eficiência da operação das impressoras atuais"

La Prensa

14

packaging

Allan C.
Brown



Vice-presidente e gerente geral de soluções de fluxo de trabalho unificado da Kodak

Quais tendências de mercado e tecnologia você considera mais importantes neste momento? Que impacto terão em soluções de software de fluxo de trabalho e soluções complementares?

É claro que estamos em um ponto crítico no mercado de impressão. Embora o mercado geral de impressão seja altamente desenvolvido, há segmentos (como embalagens) que desfrutaram de crescimento sustentado, e tecnologias emergentes, como a impressão digital, favorecem um crescimento mais lucrativo. A nuvem tem cada vez mais destaque, com um ritmo de adoção cada vez mais rápido. Quando falo com clientes, vejo que cada vez mais provedores de serviços de impressão estão se inclinando para essas áreas de crescimento para al-

cançar um melhor sucesso a longo prazo. Muitas vezes, isso envolve a complementação de suas máquinas offset com sistemas de impressão digital e incorporação de aplicativos e incorporação de aplicativos de embalagem. Além disso, muitos clientes começaram a migrar sua infraestrutura para a nuvem (ou aumentam seriamente).

A boa notícia é que essas perspectivas de crescimento são reais. Ao mesmo tempo, há uma necessidade de melhorar a flexibilidade e a eficiência da operação das impressoras atuais. Os termos são curtos e as margens estão sob pressão. O preço do papel e da tinta está aumentando drasticamente e tanto a infraestrutura de TI quanto a mão-de-obra são caras, o que afeta a maneira como as impressoras inves-

tem. Para permanecerem lucrativos, os PSPs devem continuar buscando soluções que otimizem seu fluxo de trabalho e produtividade e, ao mesmo tempo, gerenciem seus custos gerais. A solução para essa questão pode ser as tecnologias mais recentes, como nuvem ou análise de dados.

A maioria dos aplicativos de uma empresa de impressão gera grandes quantidades de dados: CTP, dispositivos de impressão digital, software, servidores ... Os últimos avanços na análise de dados e IA organizam esses dados para oferecer informações práticas e até mesmo recomendações. Chegou a era da fabricação inteligente e as empresas que adotam essas tecnologias terão uma importante vantagem competitiva.

Em vista dessas tendências, a que as gráficas deveriam prestar atenção especial se falamos sobre soluções de software e fluxo de trabalho?

Para garantir que eles permaneçam competitivos à medida que o futuro evolui, os provedores de serviços de impressão devem integrar flexibilidade em seu modelo de negócios. Por exemplo, a flexibilidade de adicionar ou modificar recursos sem incorrer no custo de um novo software de fluxo de trabalho (licenciamento e treinamento) permite que as impressoras se adaptem rapidamente a novas oportunidades de negócios. Além disso, eles precisam de soluções que estão constantemente evoluindo para lidar com a natureza mutável do mercado.

Heidelberg intensifica suas atividades no mercado de embalagens



A Heidelberg está buscando melhorar ainda mais sua posição no mercado dentro do crescente segmento de impressão de embalagens, o que levou a empresa alemã a propor uma nova aliança com a Masterwork Group, com o qual a Heidelberg compartilha uma longa relação e trajetória de vendas. A Heidelberg e a Masterwork operam em conjunto

no campo da pós-impressão há vários anos, transformando produtos impressos em caixas dobráveis para o mercado de embalagens. Essa colaboração levou as duas empresas a uma colaboração de vendas de sucesso e duradoura.

A Masterwork é especializada em equipamentos de pós-impressão para a indústria de cartão dobrável e, em 2014,

adquiriu as tecnologias de embalagem para pós-impressão da Heidelberg. A possibilidade de ligar as máquinas de pós-impressão da Masterwork à nuvem da Heidelberg é uma grande vantagem que ajuda a realizar análises mais aprofundadas e obter valores mais concretos dos dados de produção para aumentar a produtividade dos clientes.

A Comexi,
posição
estratégica
nos mercados
português e
espanhol

COMEXI, soluções especializadas para a indústria de impressão e embalagem, em fevereiro de 2018, consolidando sua posição estratégica nos mercados espanhol e português, a empresa dobrou suas metas de vendas em cada um dos últimos quatro anos

DELEGACIÓN MADRID
C/ Electrodo, 68 - 1^o - n^o15
Pol. Ind. Santa Ana
28522 Rivas Vaciamadrid

DELEGACIÓN SEVILLA
C/ Vereda de los Solares, 1 - local
41300 SAN JOSÉ DE LA RINCONADA
SEVILLA

DELEGACIÓN VALENCIA
C/ Narcís Monturiol 18-1^o-16
46980 PATERNA - VALENCIA



Rua da Liberdade, n^o9 - Loja D r/c Esq.
Adémia de Cima
COIMBRA - PORTUGAL
Telf. 939 947 455
3025-006

- **Planchas flexográficas**
 - Resina líquida
 - Sólido digital
 - Alta calidad
- **Camisas grabadas en elastómero**
- **Camisas y cilindros para continuo**
- **Diseño gráfico**
- **Cartón ondulado**
- **Embalaje flexible**
- **Etiquetas y estuchados**
- **Pruebas de contrato**
- **Suministros para flexografía**
- **Adhesivos técnicos**
- **Anilox cerámicos**



Tecnología:
ESKO

Ctra. Valladolid, Km.3 • Apdo. 224 • 24227 Valdelafuente-León
Tfno. 987 25 86 11 • info@flexsan.com • www.flexsan.com

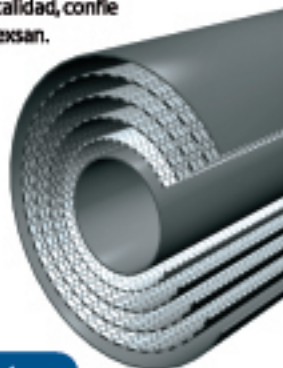
Coaxyl BS/EM/TR

Nip Systems

Camisas de larga duración para mejorar la productividad

Flexsan ofrece tecnología en camisas para ayudarle en la producción de todas sus necesidades de impresión.

Cuando quiera limitar el remosqueo, e imprimir a alta velocidad con camisas robustas de alta calidad, confíe en la compañía que dice "Yes We Can", Flexsan.



Características importantes

- **Filtrado de vibración**
- **Fácil montaje**
- **Estructura extremadamente estable y ligera**
- **Todos los productos están disponibles con propiedades anti-estáticas**

Rodillos Anilox Cerámicos Grabado Láser



Nuestros **RODILLOS ANILOX CERAMICOS** de alta calidad son grabados mediante la más avanzada tecnología láser y recubiertos con una capa de plasma de cerámica, ofreciendo al impresor flexográfico una serie de ventajas muy apreciadas:

- Aporte de tinta constante y controlado.
- Vida útil muy prolongada.
- Compatibles con tintas base de agua, solvente y uv.
- Reducción del consumo de tinta.
- Alta resistencia a la corrosión (2100 - 1300 Vickers)
- Excelente calidad de impresión.
- Densidades de color excelentes.
- Utilización de ceras, siliconas, barnices...etc.
- Barniz uv.
- Anilox trihelicoidales para aplicaciones especiales.
- Anilox especiales para grandes aportes de tintas/barnices...etc.

CALIDAD Y CONTROL

Nuestros Rodillos Cerámicos son sometidos a un riguroso control de calidad, que se refleja en la ficha de control que acompaña a cada cilindro cerámico:

- Exactitud de grabado a lo largo de todo el cilindro.
- Control de concentricidad.
- Control de profundidad de las alveolas.
- Control volumen de tinta cm^3/m^2 .
- Ángulos de trama.
- Lineaturas.



EFI Connect 2019: inovação e o cliente de combustível da EFI

EFI Connect 2019 comemorou suas duas décadas de existência, apresentando como nas ocasiões anteriores novidades e tendências para clientes, parceiros, analistas e jornalistas. A apresentação foi dirigida por Frank Tueckmantel e a apresentação inicial foi feita por Bill Muir, o novo CEO da EFI, que indicou suas responsabilidades como CEO da empresa, incluindo a inovação tomando o controle para dirigir o motor EFI 4.0 (um reconhecimento à Industry 4.0) garantindo que o aumento aritmético da tecnologia acompanhe um aumento de negócios logarítmico, com o cliente sendo o combustível da EFI.

Como é tradicional, o CEO da EFI teve um bate-papo informal com Joe Popolo, CEO da The Freeman Company, que teve como tópico as principais notas do uso da tecnologia EFI. "Estou ansioso para compartilhar minhas experiências com o grupo dinâmico de profissionais de impressão e marketing que participam do EFI Connect", disse Popolo. "Será uma oportunidade para discutir a maneira pela qual as atraentes experiências de marca são projetadas e o importante papel que as imagens cativantes desempenham ao capturar a atenção de seu público-alvo.



Bill Muir.



Frank Tueckmantel.



Olivier Gariépy e Michel Savoie.

E também como já é tradicional, deixando a técnica explícita das máquinas, teve a apresentação do Cirque du Soleil, onde Olivier Gariépy e Michel Savoie falaram sobre a fabricação de figurinos e adereços utilizados nas performances do Cirque du Soleil.

E em uma área relacionada a têxteis, Ariel Swedroe, uma jovem designer de moda, apresentou seu trabalho

com um desfile de moda feito com a tecnologia EFI, que era um indicador do poder do design digital e da execução.

As histórias de Freeman e Cirque du Soleil forneceram uma ampla variedade de ideias para produtos e serviços, bem como uma ideia de como as organizações globais enxergam as oportunidades oferecidas pelas tecnologias da EFI.

Desde o uso do DesignPro para design criativo e Optitex até a execução através de uma variedade de formatos e materiais de impressão, as visitas guiadas que esses palestrantes forneceram foram os destaques do evento.

SESSÕES PARA A IMPRENSA

Em coletivas de imprensa, o vice-presidente da EFI e gerente geral de impressão industrial, José Luis Ramón Moreno, falou sobre as atuais oportunidades digitais que incluem não apenas as soluções tradicionais de formato amplo, mas também as atuais impressão em cerâmicas e produtos de construção. O dispositivo Nozomi foi aprimorado com os modos eco e POP, e agora todos os modos podem ser usados com tinta branca. O novo alimentador de topo da Nozomi e o recuperador melhorado expandem ainda mais as opções de produto.

Adele Genoni, vice-presidente e gerente geral da EFI Reggiani, disse que o digital é o futuro da impressão têxtil. Fast fashion, calçados personalizados, a crescente personalização de itens de luxo e a demanda de consumidores em decoração de casa estão pavimentando o caminho. A empresa está oferecendo seu novo dispositivo Bolt para produção têxtil em um único passe para o mercado. No entanto, nem todos os anúncios têxteis vieram da EFI Reggiani. John Henze, vice-presidente de vendas e marketing da EFI Fiery, disse durante uma conferência de imprensa que o Fiery DesignPro e o Fiery Image Viewer também trazem produtividade para a história da produção têxtil.

Nick Benkovich, vice-presidente de software de produtividade, disse que dentro dos pacotes de software de produtividade, a migração para interfaces web HTML5 permite que os clientes façam cotações mais rápidas e ganhem mais trabalho, enquanto reduzem os custos de criação



Joe Popolo y Bill Muir.

de estimativas. Melhorias contínuas no PrintFlow e no AutoCount, bem como a evolução do MarketDirect ProcessShipper, fornecem uma diferenciação substancial para clientes que buscam justificar atualizações.

Ken Hanulec, vice-presidente de marketing da Inkjet Solutions, compartilhou a visão da EFI: inspirar o mundo com imagens espetaculares em qualquer material. Para ajudar a acomodar essa visão, a EFI continua expandindo seu portfólio de produtos de grande formato. A em-

presa anunciou recentemente a adição de LEDs de "cura a frio" para reduzir o consumo de energia e expandir as opções de substrato ao mesmo tempo. Enquanto isso, o VUTEk FabriVU 340i para sinalização flexível com fixação online é uma oferta interessante para PSPs que suportam instalações de sinalização. O mercado de sinalização flexível está crescendo porque pode ser até 50% mais barato de ser enviado e é frequentemente instalado por apenas uma pessoa.

Com aproximadamente

200 sessões de conferência em quatro dias, o Connect oferece aos clientes da EFI a oportunidade de obter informações vitais no gerenciamento inteligente de negócios. Os participantes de todo o mundo aprendem as melhores maneiras de usar o portfólio EFI de produção e jato de tinta industrial, fluxo de trabalho integrado MIS / ERP e de Fiery. Os clientes também se beneficiam de poder fornecer comentários pessoais ao pessoal executivo e de desenvolvimento técnico da EFI.



Fujifilm anuncia a impressora digital para folhas B2 em cores Jet Press 50S

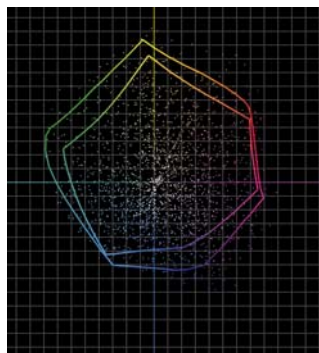
A Fujifilm apresenta a terceira geração de sua impressora jato de tinta no formato B2, a Jet Press 750S que oferece uma produtividade superior de 3600 folhas B2 por hora e inúmeras alterações que melhoram ainda mais suas características, como disponibilidade, versatilidade, capacidade cromática e qualidade.

A Jet Press 750S foi projetada para oferecer grande competitividade na produção de séries de até 5000 unidades (dependendo da cobertura de tinta). Este novo modelo combina perfeitamente tecnologias de eficácia comprovada e novos avanços. A impressora, fabricada a partir de uma estrutura de máquina offset, oferece um registro magnífico entre folhas e entre faces, um tempo de atividade comparável ao do offset e as mais recentes cabeças de impressão jato de tinta Samba para imprimir com alta qualidade.

A Jet Press 750S incorpora duas novas funções. A pri-

meira é uma nova técnica de autolimpeza, chamada "limpeza de transbordamento", que limpa a cabeça entre um trabalho e outro ou quando a cabeça está em movimento. O segundo é um novo sistema de retração ativa da cabeça (AHR por sua sigla em inglês) que levanta as barras de impressão do tambor quando alguma deformação é detectada no papel (<3 mm), o que reduz a probabilidade de que ele se torne preso.

Por outro lado, o aumento da velocidade desta máquina de ponta foi possível ao renovar dois de seus componentes importantes. Primeiro, a impressora incorpora a nova geração de cabeças Samba. Para atingir uma velocidade de até 3600 folhas por hora, foi necessário aumentar o número de gotas de tinta por segundo que são depositadas no papel. Assim, a frequência de injeção da nova geração de cabeças de impressão Samba passou de 25 kHz para 33 kHz, o que acelera a colocação das gotas e neutrali-



za os efeitos de possíveis turbulências. Além disso, tem a vantagem adicional de que as variações na colocação de gotas são reduzidas, o que resulta em qualidade.

A segunda tecnologia que melhora a eficiência e a velocidade da máquina é um novo sistema de secagem no qual a folha impressa passa para uma correia transportadora aquecida por rolos e na qual o vácuo é aplicado durante a secagem para mantê-la estável do ponto de vista dimensional. Assim, as impressões são secas pela aplicação de calor através da fita e ar quente por cima. Além de operar em velocidades mais altas, o novo sistema pode

controlar e ajustar melhor as temperaturas, permitindo que uma maior variedade de mídias seja usada.

A Jet Press 750S inclui tecnologia de imprimação de coagulação rápida, que permite que a máquina seja usada para imprimir em papel padrão offset, revestido e não revestido e possui a gama de cores estendida, chamada "MaxGamut", que, dependendo do meio usado, permite a reprodução para 90% das cores Pantone de 1872. Para melhorar ainda mais a reprodução de cores diretas e Pantone, a Fujifilm adicionou um módulo ao seu aplicativo XMF ColorPath chamado "XMF ColorPath Brand Color Optimizer" que permite ao usuário criar perfis de toda a biblioteca Pantone para qualquer tipo de mídia.

Finalmente, além do sistema de digitalização online (ILS), o Jet Press 750S vem com o sistema opcional de digitalização ImageConfidence, que garante ainda mais os resultados.

Campanha Alive with Colour da OKI

Durante o primeiro trimestre deste ano a OKI Europe Ltd põe em marcha a campanha "Alive with Colour" destinada a clientes finais que oferece impressão mono grátis durante um ano para para isto o cliente deve adquirir toner preto e o papel de banner OKI no prazo de 30 dias após a data de com-

pra que consta na fatura do equipamento. O reembolso dos valores do toner preto e do papel de banner deve ser solicitado mediante o preenchimento e envio de um formulário on-line. O toner e o papel de banner gratuitos têm uma duração estimada de um ano, com base em volumes de impressão men-

sais típicos. Oferta válida em modelos de equipamentos cor selecionados, adquiridos entre 7 de janeiro de 2019 e 31 de março de 2019, sujeito à disponibilidade de stock. Termos e condições aplicáveis.

e uma embalagem de papel de banner numa seleção de multifunções

(MFPs) e impressoras a cores LED de alto desempenho.

A campanha abrange as impressoras a cores A4 C612n/dn e C712n/dn da OKI, as impressoras a cores A3 compactas da série C800 e a fiável série de multifunções de alta capacidade MC800.

Marque presença nesta secção: Tlf.: (+34) 91 309 65 20.

FORNECEDORES

Companhia	Web site	FEDRIGONI Portugal	www.fedrigoni.es	LUSOROL	www.lusorol.pt
ANASISCOR.	www.anasiscor.pt	FORMATO LP	www.lpereira.pt	MAGCOP	www.magcop-porto.pt
ANTALIS PORTUGAL	www.antalisp.pt	FUJIFILM Portugal	www.fujifilm.pt	MANROLAND IBERICA S.	www.manroland.pt
AUTO GRAFICA	www.auto-grafica.pt	GRAFODINÂMICA	www.grafodinamica.pt	MARTIN WESTLAND	www.martinwestland.com
AZEVEDO & ALBUQUERQUE	www.azevedoalbuquerque.com	GRAFOPEL	www.grafopel.pt	NUNO PEREIRA	www.toners-e-tinteiros.com
BÖTTCHER	www.boettcher-systems.com	IBEROPRENSA	www.iberoprensa.net	OKI SYSTEMS IBERICA	www.oki.pt
CANON PORTUGAL	www.canon.pt	IMPRESSIVE WORLD	www.impressive-world.pt	PAPEL DO PRADO	www.papeldoprado.com
CARLOS GOMES	www.carlosrgomes.com	INDUQUÍMICA	www.induquimica.pt	PORTUCEL SOPORCEL	www.portucelsoporcel.com
DIGIAL HIRES	www.dhires.com	ISOGRAPH	www.isographsl.com	RHPRO	www.rhpro.pt
ELOI FERREIRA	www.eloferreira.pt	KONICA MINOLTA	www.konicaminolta.pt	RICOH PORTUGAL	www.ricoh.pt
EMETRÊS	www.emetres.pt	KYOPRINT	www.kyoprint.pt	TORRAPAPEL	www.torrapapel.com
FAMAG	www.famag.pt	LACOR	www.lacor.com	XEROX PORTUGAL	www.xerox.com



ISOGRAPH, S.L.
IMPORT - EXPORT

Tlef: (34) 937 350 341
Telemóvel: (34) 687 990 280
Fax: (34) 937 374 171

Plaza de la Cultura nº 1 Local 12
08225 Terrassa - Barcelona

e-mail: leandro@isographsl.com
web: www.isographsl.com

COMPRA e VENDA

MÁQUINAS GRÁFICAS USADAS

Adast, Solna, Hamada,
Heidelberg, Roland, Polar...

SERIEDADE
PAGAMENTO À VISTA

FALAMOS PORTUGUÊS

LIGUE GRÁTIS PELO SKYPE
isograph_leandro

EXPERTOS EM IMPORTAÇÃO
E EXPORTAÇÃO



MELHORES ROLOS = MELHOR IMPRESSÃO

Rolos "ready to run".
Líderes em qualidade de molha:
Weroaqua, Werodamp,
Werodahl, LotoTec®.

Revestimentos para todo o tipo
de impressão:
Werograph, Weromix, WeroUV.
Fabrico e equilibragem de eixos.

Consumíveis de primeiras marcas:



jorge@martinwestland.com • Telefone: +351 916 478 524



ICD 30 anos
1986 2016

www.icdsa.es



30 anos preparando máquinas
de artes gráficas com os mais altos
padrões de qualidade e acabamento.
30 anos de exportação para mais de 100 países
em todo o mundo.
30 anos nos garantem como a empresa
para confiar em investimento
em máquinas semi-novas.

Nós continuamos melhorando.



SIEK INK PLUS
JUST ← IN ← TIME

SHARED RISK®
0034 902 101 273

PRECISAM-SE COLABORADORES

* AQUI NUNCA CHOVE,
TRABALHA-SE MELHOR A SECO.
* AS RODAS NÃO DEIXAM MARCAS NA PISTA.
* NÓS É QUE DEFINIMOS O PONTO.
* MÁXIMA VELOCIDADE, MENOR CONSUMO.
* ADESÃO PERFEITA (A SECO OU MOLHADO).
* REALCE O BRILHO, VALE A PENA.
* EM MARCHA, OS PÓS ESTÃO INTERDITOS.
* RESISTÊNCIA MÁXIMA AO PRIMEIRO CONTACTO.



Quatro edições diferentes para atender o mundo gráfico
falando em Espanhol e em Português

www.alborum.com

La Prensa La Prensa La Prensa La Prensa
Espanha Portugal América Latina Brasil

Editadas por
Alborum

Inteligência artificial, o aliado perfeito em nossas vidas diárias como consumidores

A inteligência artificial não é uma tendência ou um adiantamento para explodir, é parte de nossa vida diária: a cada vez que você dá um comando para Siri ou Alexa, quando você ouve a lista de descobertas semanais Spotify ou receber por e-mail uma oferta comprar um produto enquanto você queria. AI e caminha entre nós e está revolucionando a maneira que compramos e nos relacionamos.

Ele também tornou-se a ferramenta preferida para marcas para chegar até nós pela sua capacidade de fundir a velocidade e a precisão das máquinas com a criatividade humana e atenção pessoal. "O termo IA no mundo do marketing refere-se a tecnologia que é capaz de tomar decisões e executar ações de forma independente para maximizar as chances de sucesso", explica Rafa Romero, diretor de marketing Selligent Nuvem Ibérica, uma empresa especializada em automação de marketing.

Sabemos que as marcas AI tem inúmeras vantagens, desde microssegmentação o público-alvo para a gestão em tempo real de pedidos de clientes, passando, é claro, com a criação de conteúdo relevante. Mas como consumidores, o que pode ajudar a inteligência artificial?

- Regula a pressão marketing. motores de inteligência artificial gerenciar os caminhos de design e recomen-



dações de produtos, ou seja, poderia passar a receber mais de 10 e-mails por semana a partir de uma única marca para receber apenas 1 ou 2 com o conteúdo que realmente nos interessa. Os comerciantes são responsáveis por manter a pressão comercialização abaixo dos níveis de assédio.

- Os embarques no momento certo e o dispositivo certo. Se você chegou longe com chamadas de telemarketing na hora da sesta, é hora de acabar com os e-mails que vibram o seu telefone quando você ainda não ter lavado o rosto. motores de IA é capaz de escolher o melhor momento da entrega e o dispositivo de escolha para cada cliente da sua lista.

- Usar dados limpa e confiável. A versatilidade do AI é proporcional à quantidade

de de dados que ele gerencia. Muitos consumidores colocar informações incorretas de propósito para que a marca não nos incomoda mais do que queremos, mas isso é prejudicial para a nossa vantagem se estamos realmente interessados em seus produtos. Para remediar esta situação, os comerciantes estão conectando seus motores AI para plataformas de dados de clientes que são responsáveis pela verificação e integrar dados entre departamentos e pontos de contacto. Isso é para que no futuro não nos pedem informações pessoais ou têm de responder a questionários sobre nossos gostos tediosas, mas isso é necessário para fornecer dados fiáveis.

- Economiza tempo e esforço para fazer sua compra. O uso de AI em marke-

ting digital para prever o nosso comportamento, ciclos de busca, etc. Ou seja, se por meses cada vez que você entrou em um website é olhar para sapatos e botas, a marca pode personalizar sua home page mostrando única categoria que lhe interessa acumulada através da aprendizagem sobre seus gostos. Se a qualquer momento você mudar de idéia, o menu drop-down estará disponível.

Em suma, a AI vai melhorar muito a experiência do usuário, que no final é uma das principais razões que nos leva de volta a um site ou comprar um determinado produto novo. "Em outras palavras, a inteligência artificial em marketing é a única maneira de atingir o nível de hiperpersonalización que os consumidores exigem", diz Rafa Romero, Selligent de Marketing Cloud.

Tendências tecnológicas para 2019

Novas tecnologias raramente funcionam de forma independente, sem influenciar o ambiente em que se encontram. É por isso que é extremamente importante entender o que virá no futuro. Aqui estão algumas das tendências tecnológicas que veremos em 2019.

AVALIE O PASSADO

Segundo diz Miakel Bisgaard-Bohr, vice-presidente da International Teradata Desenvolvimento de Negócios, "as empresas no próximo ano terá que olhar para trás e rever o seu passado para alcançar o sucesso no futuro." Isso significa que dar maior valor à "antigos" e situações como fraude, riscos ou gerenciamento de custos, uma vez que esses casos têm contribuído para a criação de valor no espaço analítico. O foco será nos pilares originais da organização e não em casos recentes. Os gargalos tradicionais das empresas, que já foram um desafio no passado, agora podem ser facilmente superados.

Katarina Hansson, diretora internacional de varejo a Teradata, disse: "A meta para o próximo ano vai resolver os

problemas básicos antes de tentar obter o valor fora dele novamente." Comente o mesmo David Socha, que depois de participar do evento Forrester Predictions em Cingapura, comentou que uma das principais questões para 2019 será trazer o pragmatismo à transformação digital e às tecnologias emergentes.

UMA BOA INSTALAÇÃO IMPEDE O VAZAMENTO DE DADOS

Para as empresas on-line no próximo ano será marcado por "encanamento de dados", que inclui a aquisição, gestão e integração de dados. Esta prática será considerada um fator chave para alcançar o sucesso. O encanamento de dados também detecta a presença dos chamados "dados escuros". Este termo refere-se a dados ou informações que ainda não foram explorados na análise de negócios. É importante chegar a todos os dados, pois ele pode alertar as empresas para identificar grandes oportunidades e potenciais riscos de segurança que de outra forma passariam despercebidos.

Acesso a todos os dados, como resultado de "encana-

mento de dados" permite que os melhores resultados de análise preditiva e Inteligência Artificial (AI) são obtidos. A análise preditiva ajuda as organizações a gerar novas respostas aos clientes e novas oportunidades de vendas. Fornecimento de tecnologia de análise preditiva pode ser usado em diferentes setores como finanças, saúde, automóvel, aeroespacial, varejo, hospitalidade e indústrias farmacêuticas, entre outros. A continuação da análise preditiva é encontrada na IA, já que ela também pode fazer suposições, testar e aprender de forma autônoma.

DADOS DE PONTA

Outra das tendências presentes no próximo ano refere-se à maior proximidade da Inteligência Artificial (IA) às fontes de coleta de dados, como sensores. Isto é possível pela computação de ponta será fundamental para a implementação da Internet das Coisas (Internet das coisas), cidades inteligentes e online e computação física.

2019 testemunhará um aumento nas ferramentas de software e dados disponíveis na nuvem, beneficiando pe-

quenas e médias empresas e start-ups. línguas analíticas abertas como código R, um projeto GNU - projeto colaborativo de software livre com o objectivo de criar um sistema operacional livre associado com estatísticas e gráficos, tem experimentado um grande aumento na adoção graças ao código aberto.

Todas essas tendências nos levam a concluir que a complexidade do ambiente e as muitas tecnologias e sistemas que fazem uso dos dados, tornar a administração apropriada é necessária. Especificamente, aqueles que gerenciam os dados devem entender onde implementar esses sistemas e tecnologias. Por esta razão, surgiu a figura do Diretor de dados e, portanto, profissionais de recursos humanos começaram a buscar profissionais entre os líderes em gerenciamento de dados, que pode atender a essas exigências. De acordo com David Socha, é importante "entender que, se quisermos ter sucesso no mundo da Internet das coisas e análise de coisas, temos que contratar pessoas que entendem esses ativos."

manroland Goss Group adquire GWS Printing Systems

A Goss Web Systems Group (MGWS) e a GWS Printing Systems (GWS) da Holanda anunciaram a assinatura de um Acordo de Compra de Ações através do qual a MGWS adquire o especialista holandês em im-

pressoras offset de segunda mão.

A transação foi concluída em dezembro passado. Os atuais proprietários, Eric van Kessel e Walter Donkers, continuarão como gerentes de negócios. Com a aquisição de

GWS e DOVAK, MGWS está dando um importante passo no desenvolvimento de sua estratégia para ser o mais avançado fornecedor de soluções para a indústria de impressão offset rotativa.

A MGWS e a GWS já cola-

boraram estreitamente no domínio dos equipamentos em segunda mão,

serviço de imprensa heat-set e dentro da plataforma de e-commerce MARKET-X lançada pela MGWS no ano passado.

Por que o Blockchain é importante para o futuro da publicação de notícias?

Blockchains são muitas vezes referidos como a solução para problemas em quase todos os setores. Há algo atraente nessa tecnologia que parece fácil de configurar, não requer um controlador central ou líder, e que pode armazenar qualquer coisa permanentemente. Mas funcionaria para a mídia? Este novo relatório da WAN-

IFRA foi publicado com o apoio da sua Aliança Global para a Inovação em Mídia, destaques das principais áreas em que blockchain se destaca no comunicado de imprensa e para onde se dirige.

Parece haver um acordo generalizado de que a blockchain é adequada para a proteção da propriedade intelectual. A chave é a capacidade da tecnologia de registrar e, sem dúvida, mostrar a origem e o momento da publicação e de qualquer publicação de qualquer tipo de conteúdo. No comunicado de imprensa, a Associated Press está

trabalhando para desenvolver um meio de rastrear todas as transações e permitir que a AP aplique seus direitos de licença. Novas empresas como a Katalysis estão usando blockchain para ajudar os editores a garantir que eles sejam compensados pela publicação de seu conteúdo. Ambos os casos são apresentados no relatório.

Da mesma forma, a responsabilidade e transparência da publicação através de blockchain são consideradas ferramentas poderosas na campanha para restaurar a confiança entre os leitores, especial-

mente no contexto dessa questão.

Considera-se também que o Blockchain tem o potencial de ajudar os editores a materializar seu plano para implementar soluções de micropagamento. De fato, a "tokenização", a troca de valores (quase) livre de atrito permitida pelo blockchain, significa que os consumidores, em teoria, obtêm crédito contribuindo com qualquer coisa desde comentários construtivos até a verificação de dados e visualização de conteúdo. de anúncios.

Muitas plataformas de publicação baseadas em

blockchain destinam-se a permitir que criadores de conteúdo e freelancers individuais se beneficiem de seus esforços criativos. Essa desintermediação é um desenvolvimento que os editores estabelecidos podem querer manter em seus olhos.

O QUE ACONTECE COM A PUBLICIDADE?

A segunda parte do relatório descreve algumas das implicações do blockchain nos negócios de publicidade, especialmente classificados e programáticos. Levada à sua conclusão lógica, a ênfase do blockchain na responsabilidade significa mais do que ligar indelevelmente o nome da pessoa a um fragmento de conteúdo online; Pode significar a identidade dessa pessoa além de qualquer dúvida. As implicações são de grande alcance.

Blockchain pode ser usado para restaurar a confiança na relação muitas vezes difícil entre anunciantes, editores e usuários.





Líder em rotativas offset usadas

- Venda e instalação rotativas offset
- Transferências
- Atualizações, serviço e reparos
- Agentes Procemex para gráficas (câmeras de controle de quebras de papel durante a produção)



GWS PRINTING SYSTEMS
Espanha e Latín América
Aragó 181 4º 2ª
08011 BARCELONA
Tlf.: +34 93 4531423
Móvil: +34 629 583032
email: jordi.segura@gws.nl
www.gws.nl

Graphispag define impressão com mais tecnologia, inovação e conexão com o mundo digital

De 26 a 29 de março, o Graphispag irá incorporar novos espaços e atividades para tornar a mais recente impressão, design e comunicação visual conhecida de uma forma interativa e experiencial. A mostra gráfica da Fira de Barcelona reforça seu programa de treinamento e demonstrações para que prescritores e compradores de todos os tipos de produtos impressos descubram as possibilidades criativas e o valor agregado que a indústria gráfica oferece hoje, bem como sua complementaridade e conexão com outras formas de comunicação digital.

Organizado pela Fira de Barcelona em colaboração com a Graphispag Association, o Graphispag 2019 planeja reunir 200 expositores diretos e ocupar 9.000 m² no Pavilhão 2 do centro de exposições Gran Via. O salão espera a representação de mais de 380 marcas.

Na área de exposição comercial, as empresas participantes apresentarão inovações em equipamentos, tecnologia, suportes, con-

sumíveis e acabamentos e exibirão amostras de produtos impressos que podem ser fabricados com ela. Haverá também empresas de serviços gráficos, sinalização e sinalização, software, design, impressão 3D e impressão funcional.

NOVAS ATIVIDADES

Nesta edição, Graphispag lança diferentes áreas de atividades destinadas a promover o networking, a troca de conhecimento e surpreender os visitantes com aplicações gráficas e tecnologias inovadoras que afetam a comunicação visual.

Uma das novidades é o espaço Graphispag Experience, que é imprescindível porque vai acolher o visitante, e no qual poderá ver, tocar e interagir com diferentes técnicas que evocam o passado, situam o presente e promovem o futuro da comunicação visual.

Ele também abrirá uma área dedicada à personalização, na qual os visitantes podem ver como criar objetos únicos a partir da impressão digital. Além disso, um es-

paço é aberto na wrapping ou vinil de veículos e decoração de interiores.

Outra das atrações desta edição será a área do Graphispag Process, onde estarão em operação os equipamentos e maquinários necessários para o início de duas linhas de produção: uma para impressão de embalagens e outra para impressão de grande formato.

Por seu turno, a impressão avançada encontrará seu lugar na Graphispag PrintInnovation, uma área coordenada pela 3Neo Platform na qual haverá demonstrações de impressão funcional, eletrônica impressa, bioprinting e impressão 3D.

CONFERÊNCIAS E WORKSHOPS

Dentro do programa Graphispag Talks, cerca de 50 conferências e mesas redondas serão realizadas com a participação de especialistas e empresas que fornecem tanto máquinas e suportes, serviços gráficos ou usuários de produtos impressos. Vamos falar sobre tecnologia e novos desenvolvimentos, embalagens, cores e tintas,

sustentabilidade, grande formato, modelos de negócios e oportunidades de crescimento.

Graphispag 2019 sediará Grada & CongrèsGràfic, um novo evento organizado em conjunto com o Colégio de Designers Gráficos da Catalunha, que inclui palestras, workshops e uma área de exposição sobre as disciplinas que têm sua forma de expressão na imagem. Contará com a participação de especialistas em design, infografia, ilustração, concept art, packaging, sketching urbano ou tipografia, entre outras especialidades. Haverá workshops específicos ligados ao poder comunicativo da imagem de interesse para os profissionais que utilizam comunicação gráfica e visual em sua atividade.

Por seu turno, Graphispag Village será o espaço para networking voltado para diferentes profissionais da cadeia gráfica e permitirá encontrar parceiros, colaboradores ou, simplesmente, ampliar a rede de contatos no campo da comunicação gráfica e visual.

Fespa Global Print Expo 2019 regressa a Munique

A FESPA acaba de lançar sua campanha para os visitantes da FESPA 2019 Global Print Expo e do evento compartilhado da European Sign Expo 2019, que acontecerá de 14 a 17 de maio de 2019 no recinto da Messe Munich (Alemanha). O slogan da campanha de ambos os eventos refere-se à "Explosão de Possibili-

dades" que celebra a grande quantidade de oportunidades comerciais e criativas nos mercados de sinalização, impressão têxtil, serigrafia e o grande formato digital. A edição de 2019 da FESPA Global Print Expo contará com 6 pavilhões e a presença de mais de 700 expositores que mostrarão as mais recentes tecnolo-

gias e aplicações.

A European Sign Expo 2019 oferece às empresas e marcas de sinalização uma exposição dedicada à sinalização não impressa, ao mesmo tempo que proporciona aos PSPs a oportunidade de explorar oportunidades em comunicações visuais além da impressão.

Além disso, os visitantes

terão à sua disposição uma ampla oferta educacional que reflete o compromisso da FESPA de investir em treinamento e promover boas práticas, que inclui as propostas habituais mais populares em eventos anteriores e novas iniciativas levantadas pelas tendências do mercado e opiniões dos visitantes. .

Sawgrass oferece estratégias de negócios para ter sucesso no mercado de sublimação

Sawgrass sabe que um planejamento meticuloso, com uma estratégia definida e cumprindo o plano definido, são fatores essenciais para a criação de um negócio de sublimação bem-sucedido. No entanto, deixar-se levar pela emoção da criatividade e pelo uso de tecnologias de decoração de ponta pode, às vezes, nos tornar descentrados.

É por isso que Jimmy Lamb, chefe de treinamento do Sawgrass, descreve quatro etapas importantes que cada impressora por sublimação deve seguir para alcançar o sucesso.

CRIE UM PLANO DE NEGÓCIOS

Ter um plano de negócios é essencial para a empresa operar continuamente no longo prazo. O plano de negócios é um documento que inclui estudos de mercado, planejamento financeiro, objetivos finais e intermediários, além de planos secundários para gerenciar mudanças e determinar expectativas. Em resumo, é um roteiro para converter um negócio incipiente em uma empresa próspera.

Aproveite o tempo para estudar seus mercados, modelos de negócios bem-sucedidos, preços e custos operacionais, bem como casos de outras empresas. Em seguida, crie um plano com objetivos, comparativos, variáveis quantificáveis e cronogramas. Então você terá um método para avançar nos primeiros anos e uma ferramenta para controlar o negócio.

CRIE UM PLANO DE MARKETING

Uma parte do plano de negócios deve ser dedicada ao marketing. Nesta seção, você deve indicar em termos gerais como pretende chegar aos mercados. Então, a cada ano, você deve desenvolver um plano de marketing projetado para atender aos objetivos estabelecidos no plano de negócios para o ano em questão. O plano de marketing deve mudar a cada ano, como os objetivos e os mercados fazem, por isso é importante definir estratégias anuais.

Determine os mercados e produtos específicos que você promoverá em cada segmento. Descubra quais canais de comunicação os clientes em potencial de seus mercados preferem e aplique essas informações aos planos para oferecer-lhes valor agregado. Analise as necessidades e desejos dos clientes no mercado em questão com mente aberta, e tome decisões com base no que funcionou no passado, novos dados obtidos e sua própria experiência.

DEFINIR PREÇOS PARA OBTER BENEFÍCIOS

Para garantir que você leve em consideração todos os custos incorridos, aplique a seguinte fórmula: divida todos os custos operacionais por um período de tempo específico pelo número de unidades produzidas durante esse período. Os custos operacionais são todos os custos esperados: aluguel, eletricidade, seguro, telefone, site,

Concentre-se em amostras que você pode ensinar a diferentes clientes e esteja preparado para modificar ou atualizar as amostras à medida que você desenvolve o nicho de mercado. Embora você tenha que investir uma quantia considerável de dinheiro e tempo nos jogos de amostra, é um passo fundamental para atingir as vendas.

e-mail, propaganda, material de marketing, taxas de associação profissional, depreciação de ativos fixos (impressora, prensa térmica, computador), custos de contabilidade, etc. Deve também incluir as despesas em tinta, substratos, papel, software, material gráfico ... sem esquecer o seu salário.

Depois que todas as despesas são contabilizadas, você pode começar a pensar nos preços. A regra de ouro para a maioria dos varejistas é multiplicar o custo por dois ou três. No caso da sublimação, isso pode representar um grande benefício, já que o custo de impressão de objetos por sublimação é muito baixo em relação à alta qualidade do resultado, de modo que um preço alto pode ser estabelecido. Veja as taxas de concorrência de produtos semelhantes e converse com

os clientes. Pode acontecer que o preço certo seja muito mais alto do que eu pensava no começo.

PREPARE UM CONJUNTO DE AMOSTRAS

Independentemente do seu nicho de mercado, um elemento-chave nas vendas é ter um conjunto de amostras de qualidade que lhe permite mostrar exemplos reais do que você está oferecendo. Além disso, as amostras devem incluir diferentes peças únicas relacionadas entre si que incentivam pedidos maiores. Lembre-se: seus clientes não sabem o que você pode oferecer até que você os mostre para eles. Mesmo se você for solicitado a ver apenas uma amostra, lembre-se de trazer outros produtos que podem abrir seus olhos e incentivá-los a comprar mais.

Concentre-se em amostras que você pode ensinar a diferentes clientes e esteja preparado para modificar ou atualizar as amostras à medida que você desenvolve o nicho de mercado. Embora você tenha que investir uma quantia considerável de dinheiro e tempo nos jogos de amostra, é um passo fundamental para atingir as vendas.

Além de ter amostras reais, é útil ter um catálogo de imagens de pedidos que você já fez. Agrupe os trabalhos e tire fotos deles, e prepare uma apresentação para ensinar rapidamente em um tablet ou laptop. Um conjunto de amostras de suportes disponíveis também é muito útil.

Antalis, especialista em papéis criativos

Antalis, líder europeia em distribuição de papel, suportes de comunicação visual e soluções de embalagem, continua a aumentar o portfólio de papéis criativos desenvolvidos e fabricados por Arjowiggins Creative Papers.

Com este último lançamento, a Antalis aumenta ainda mais as possibilidades criativas dos designers e impressores, oferecendo uma ampla variedade de gramagens, texturas, cores e acabamentos.

Três novos e sofisticados tons cinza na gama de Conqueror: Feather, Pencil e Cartridge, com acabamento Liso e Vergé e os correspondentes envelopes.

Uma seleção de 48 novas cores na gama Keaycolour, para todos os estilos criativos. Desde cores intensas como Indian Yellow, Pumpkin e Coral até tons mais suaves como Pastel Green, Pastel Pink ou Matcha Tea. Uma nova gama cheia de vida!

A gama Curious Metallics com as novas tonalidades metalizadas, frescas e subtis como Aloe e Aquamarine, e com as cores intensas e elétricas como Peacock e Electric Blue.

E como principal novidade Curious Alchemy. Um novo conceito de papel com um aspeto metalizado único, envelhecido, arquitetónico...



FSC lança campanha internacional para abraçar árvores sem tocá-las

Para proteger as florestas, não é necessário abraçar as árvores uma a uma. Com a aquisição de produtos certificados pelo FSC, o consumidor promove um modelo ambientalmente responsável, socialmente benéfico e economicamente viável de manejo florestal que garante a conservação e a melhoria dos pulmões verdes do planeta.

Com essa ideia nasceu a #TreeHuggerTuesday, uma campanha promovida em redes sociais pelo FSC International para conscientizar os cidadãos sobre a importância das florestas e como a escolha de produtos que possuem certificação FSC pode melhorar as condições de vida de plantas, animais e pessoas.

O objetivo é que a hashtag #TreeHuggerTuesday se torne viral através das mídias sociais.

Fernando Núñez

Diretor de Impressão de Grandes Formatos da HP Iberia



A HP anunciou a nomeação de Fernando Núñez como diretor de negócios de Impressão de Grandes Formatos (DesignJet, PageWide XL e Latex) na região da Ibéria. Nessa posição, o gerente passa a ser responsável pelo desenvolvimento de todo o negócio na Espanha e em Portugal, além de continuar a implementar planos de crescimento nessa área, com foco em manter os mais altos níveis de satisfação na experiência do cliente.

Nos últimos sete anos, Fernando ocupou o cargo de diretor de vendas na área de impressão de contas corporativas e empresariais em Espanha e Portugal, liderando as vendas de todos os projetos estratégicos de Serviços de Impressão Gerenciada (MPS) da empresa e tornando a HP uma dos principais concorrentes do modelo de negócio contratual da região.

Fernando de Yarza

Vice-Presidente da WAN-IFRA



Durante a Assembléa Geral de Membros realizada em Amsterdã em 13 de dezembro, a WAN-IFRA, Associação Mundial de Jornais e Editores de Notícias, nomeou Fernando de Yarza, presidente do Grupo Henneo na Espanha, como seu novo vice-presidente.

Yarza junto com Michael Golden (EUA), Lisa MacLeod (Tiso Blackstar, África do Sul), Paul Verwilt (Mediahuis, Bélgica) e David Callaway (The Street, EUA) formarão a nova presidência da WAN-IFRA até as próximas eleições do comitê planejadas para Junho de 2019.

Anteriormente conhecido como o Grupo Heraldo, Henneo é o sétimo maior grupo de comunicação em Espanha por volume de negócios, o grupo líder em Aragão e o editor do Heraldo de Aragón fundado em 1895.



Assinatura a
La Prensa Edição Portugal
impressa em papel

Preencher o siguiente formulario para subscrever Revista La Prensa (edição Portugal)

Pagamento Transferência
 Outro (Especifique como enviando un e-mail para laprensa@alborum.com)

Nome _____

Morada _____

Código Postal _____

Empresa _____

E-mail _____

**Cinco
números
20 euros**

Envie estos datos a La Prensa. Dr Esquerdo 105. 28007 Madrid(Espanha). o al email laprensa@alborum.com

digital hires

"Sus socios en producción de color"

inca
incadigital.com
Sales & Service Partner

PrintFactory™

NSK
CAD/CAM Technology

COLORJET

Desenho industrial

Solução econômica

NO
VI
DA
DE



LARGURA:
3,2m.

ECO-
SOLVENTE

ROLL
TO
ROLL

ATÉ
1440
DPI

ATÉ
109
m²/h

COLORJET
POLO HQ

Demostramos nas
nossas instalações

Visite-nos nas redes sociais: facebook.com/digitalhires • twitter.com/digitalhiserv
ou nu nosso site: www.dhires.com Dados de contato: +34 91 440 05 62 • dhires@dhires.com

