

HEIDELBERG

#88 2019

06 AGPOGRAF 12 SITTIC 18 GRÀFIQUES MANLLEU
24 ENTREVISTA ÀNGEL P VICO 28 EGISA 30 RUPEN
32 ENTREVISTA NEKICESA 36 CIDEYEG 40 LOGUI
44 ENTREVISTA SERPER 46 IMEDISA 47 DUQUE
48 DIN IMPRESORES 49 ANTALIS 50 NOTICIAS



▼ José Luis Gutiérrez, Director General de Heidelberg Spain, posa ante una Speedmaster XL 106 con LED UV adquirida recientemente por AGPOGRAF.

DESPLIEGUE TODO SU POTENCIAL

En algún momento,

Todos tenemos necesidad de recurrir al pasado. Miramos hacia atrás con cierta nostalgia y nos rodeamos de elementos vintage, que le dan un toque retro a nuestra vida. Nos gusta recordar las antiguas Minerva o nos alegra ver funcionando una compacta GTO. Pero a la hora de tomar decisiones que deben poner el foco en el futuro, tenemos claro que recurriremos a las últimas soluciones del presente. Ante un problema de salud, nunca pensaremos en soluciones médicas de principios del Siglo XX. Aunque éstas nos parezcan fascinantes, nos pondremos en manos de los equipos médicos con más prestigio y dejaremos que nos apliquen las técnicas más avanzadas. Ante el futuro de nuestras empresas, debemos actuar con el mismo criterio. Vanguardia y reputación deberían ser características imprescindibles a la hora de pensar en un *partner* tecnológico que nos acompañe en nuestro camino hacia el futuro.

Heidelberg está haciendo un gran esfuerzo por mantenerse a la vanguardia del mercado: grandes inversiones en I+D, búsqueda constante de nuevos modelos de negocio como el de Suscripción, desarrollos de software cada vez más efectivos, equipos punteros en Packaging, Commercial y Etiquetas, y un sinfín de productos y servicios que acaban de definir a la compañía como un proveedor global solvente.

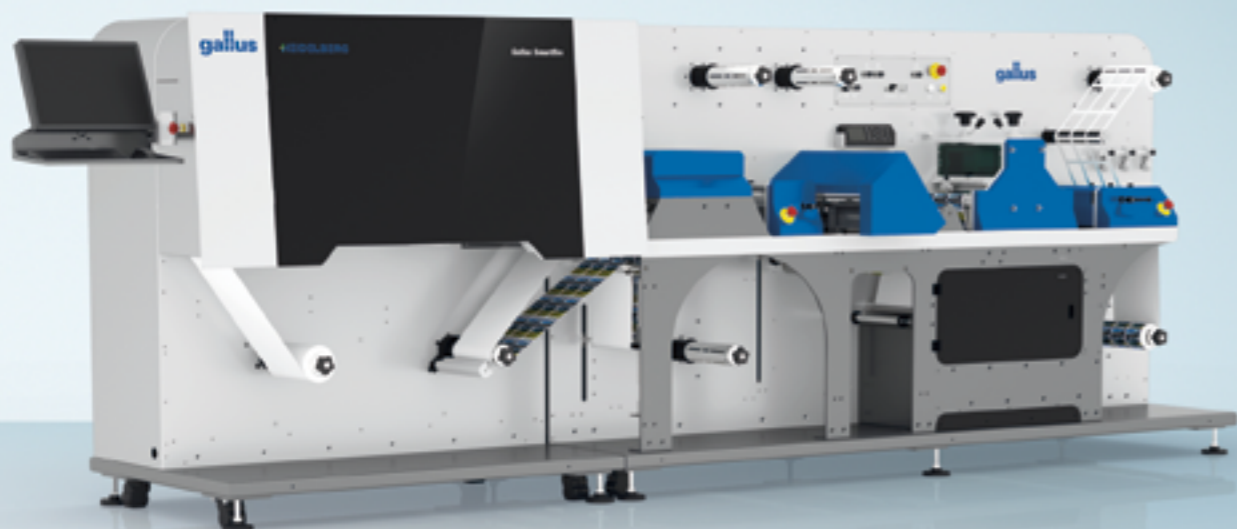
Este año vuelve Graphispag; para nosotros, un punto de encuentro y la oportunidad de poder saludarle y explicarle de primera mano qué podemos ofrecerle para hacer más sencillo su camino hacia el futuro. Y si está leyendo esto es porque tiene en sus manos nuestra publicación y eso nos llena de orgullo. Heidelberg Gallery es un paseo relajado por el mercado y una declaración de intenciones.

Gracias por confiar en nosotros. Esperamos poder saludarlo en Graphispag, mientras disfruta de nuestro espacio en esta nueva edición, para recordar juntos nuestro pasado y configurar juntos nuestro futuro.

Atentamente,



José Luis Gutiérrez
Director General



DESPLIEGA TODO TU POTENCIAL

Con Gallus Smartfire

Del 26 al 29 de marzo, experimenta por ti mismo la nueva generación de impresión digital de etiquetas.

CONTENIDO

06 | Industria gráfica sensible AGPOGRAF

AGPOGRAF ha sabido compaginar tradición y vanguardia de una forma equilibrada y apasionada y ha conseguido que imprimir sea algo más que plasmar imágenes en papel.

28 | Miles de estuches EGISA

EGISA recurre nuevamente a Heidelberg y adquiere una máquina única en el mundo, con una configuración exclusiva y preparada para las mayores exigencias, que supera incluso a la anterior Speedmaster XL 106.

40 | Vuelo XL 106 LOGUI

Logui nos invita a la inauguración de su nueva Speedmaster XL 106 y nos demuestra el control adquirido a lo largo de toda su trayectoria, enfocada en una sola dirección: hacia lo más alto.

48 | La gran apuesta DIN IMPRESORES

DIN apuesta por el modelo de Suscripción y adquiere el nuevo Production Manager de Prinect. Pro-Man es el miembro más reciente de la familia Prinect Manager e incluye el workflow de producción Prinect al completo.

12 | Una gran máquina SITTIC

Trabajar para clientes del sector requiere niveles de exigencia que en muchos casos debe superar los estándares exigidos. Cada negocio exige de un planteamiento específico y concreto.

30 | Suscribirse al futuro RUPEN

Rupen ha sido una de las primeras empresas en España en apostar por el nuevo y revolucionario modelo de negocio «subscription» y lo ha hecho con el workflow de Heidelberg, Production Manager.

44 | Entrevista JORDI GIRÓ - SERPER

Jordi Giró, sobre su experiencia con la eShop: «Es la suma de pequeños detalles lo que nos gusta. El comercial nos acerca a la parte más técnica del producto y Heidelberg Shop nos facilita los pedidos».

49 | Inspirar proyectos ANTALIS

Líder europeo en la distribución de papel, soportes de comunicación visual y soluciones de embalaje, continúa ampliando su portfolio de papeles creativos desarrollados y fabricados por Arjowiggins Creative Papers.

18 | Con mano izquierda GRÀFIQUES MANLLEU

El amor por la cultura fue lo que hizo que Tonet Contijoch, abuelo de Jordi, actual director y propietario de Gràfiques Manlleu, se iniciara en 1919 en el mundo de las artes gráficas.

32 | Entrevista NEKICESA

A lo largo de su historia, la imprenta ha adquirido mucha experiencia en su sector y además de ir perfeccionando las técnicas tradicionales también ha sabido incorporar nuevas tecnologías.

46 | Vocación de servicio IMEDISA

En sus inicios, Imedisa se posiciona en el sector de la distribución de material de oficina y con el fin de completar su cartera de servicios, inicia el camino de la producción impresa.

50 | NOTICIAS

24 | Entrevista ÁNGEL PÉREZ VICO

Rúbrica, la revista del Clúster de la Comunicación Gráfica de Galicia, entrevista al responsable de Marketing y eCommerce de Heidelberg Spain, sobre el futuro del sector gráfico.

36 | En la Diana CIDEYEG

La Diana X 115 es un equipo diseñado para trabajar dentro de flujos de producción profesional y sus características la proponen como el equipo ideal de cara a superar los más exigentes retos.

47 | 30 años de buena impresión IMPRENTA DUQUE

Imprenta Duque nace en Carabanchel, Madrid, a finales de los años 70 y hoy, con la segunda generación integrada en la empresa, dan servicio en Leganés en sus modernas instalaciones de más de 400 m².

51 | CRÉDITOS



LA INDUSTRIA GRÁFICA SENSIBLE AGPOGRAF

En 2014 asistimos a la inauguración de la renovación de la instalaciones y la puesta en marcha de la primera XL 106. Hoy volvemos con la segunda Speedmaster XL 106, dotada de tecnología LED UV, que completa uno de los parques de maquinaria mejor dotados del mercado.



Barcelona, 22@ quarter, diseño, arquitectura de vanguardia, universidades, *tech companies*... y entre toda esta maraña de futuro, nos encontramos frente a las instalaciones de AGPOGRAF. En algún momento, en algún lugar, alguien podría preguntarse ¿qué hace una imprenta en un sitio como ese? y la respuesta sería sencilla. No es casualidad que AGPOGRAF mantenga su sede en pleno corazón del quarter tecnológico de Barcelona, porque AGPOGRAF es una de las compañías que más y mejor invierten en tecnología punta, en lo que se refiere a equipos offset para imprimir.

Sin duda AGPOGRAF, una empresa con más de 50 años de historia, ha sabido compaginar tradición y vanguardia de una forma equilibrada y apasionada y ha conseguido que imprimir sea algo más que plasmar imágenes en papel. Para AGPOGRAF, un producto impreso debe aportar valor y emocionar al usuario, y para ello, la empresa ha creado una nueva filosofía: "la Industria sensible".

Entre sus trabajos, la palabra *Premium*, y entre sus clientes, el concepto *Confianza*, aparecen como constantes en la imprenta. Prestigiosas firmas de moda, entidades públicas, referentes en el mundo de las revistas de viajes y creadores visuales recurren a AGPOGRAF para publicar sus trabajos. Con este espectro de clientes y los niveles de exigencia de la compañía, el equipo ideal no ha sido otro que la nueva XL 106, con 8 cuerpos de impresión y dotada de tecnología LED UV.

Heidelberg Speedmaster XL 106 8 LED UV

Esta máquina, clasificada en el grupo *Peak Performance*, se resume en la siguiente frase: «Pensar económicamente e imprimir ecológicamente». La reducción en los tiempos de puesta en marcha, costes de mantenimiento, tiempos de cambio, son consecuencia del sistema *PUSH TO STOP*, que dota a la máquina de automatismos en todo el proceso de impresión, desde el inicio hasta la salida del pliego, lo que al final se resume en el binomio calidad-ahorro.

◀ Entre sus trabajos, la palabra *Premium*, y entre sus clientes, el concepto *Confianza*, aparecen como constantes en la imprenta.

«AGPOGRAF ha sabido compaginar tradición y vanguardia de una forma equilibrada y apasionante y ha conseguido que imprimir sea algo más que plasmar imágenes en papel»



Secado o Curado - DryStar LED UV

Con el sistema LED UV, AGPOGRAF consigue eliminar migraciones de tinta, independientemente del soporte que esté utilizando, y evitar posibles mermas por roce durante el apilamiento o en los diferentes procesos mecánicos. El resultado final que se consigue es más luminosidad, mejor contraste y una magnífica definición, resultado de la impecable definición del punto, «en especial, cuando se trabaja sobre soportes porosos», comenta durante la visita uno de los maquinistas, mientras comprueba con el cuentahilos, bajo la luz de la mesa de control, el último pliego.

El proceso de curado agiliza el secado de las tintas, rentabiliza su uso (con menos tintas conseguimos la misma cobertura) y eleva la luminosidad, ya que evita el apagado de los colores y, por tanto, permite eliminar los barnices de protección o de contraste.

En el ámbito de los soportes, AGPOGRAF ha visto ampliado el abanico de opciones: PVCs, laminados, etc. De esta manera, consigue ser hoy la única imprenta que ofrece cuatro opciones de impresión, y, en todos los casos, en trama convencional y estocástica.

Medio ambiente y entorno

En infinidad de ocasiones, la opinión pública piensa en nuestra industria como sucia y contaminante. AGPOGRAF tiene sus instalaciones en una zona densamente poblada y en una ciudad con niveles altísimos de exigencias medioambientales. La compañía siempre ha sabido estar a la altura de las exigencias y el respeto por el medio ambiente ha formado parte de sus estrategias y de sus retos. Con la nueva tecnología LED UV, AGPOGRAF consigue pasar de pantalla y apuntarse a un nivel de CO² neutral, a 0 % de emisiones de ozono, a la eliminación del mercurio en los procesos de secado y a un ahorro del 50% en el consumo eléctrico.

Por nuestra parte, solo nos queda felicitar a la empresa y a la dirección por el magnífico trabajo realizado y por considerar la calidad y el respeto por el entorno como parte intrínseca de su estrategia. ▼

▼ **Montserrat González Xicola, gerente de AGPOGRAF, conversa con José Luis Gutiérrez, director general de Heidelberg Spain.**



▲ Una de las impresoras del taller ejecutando un cambio de planchas en otro de los equipos Heidelberg del taller.

A large industrial printing press machine, likely a KBA hybrid 5-color format 162, is shown in a factory setting. The machine is dark grey and features a complex array of rollers and a control panel with a keypad and a red emergency stop button. The background shows the industrial structure of the factory with corrugated metal walls and a high ceiling.

UNA GRAN MÁQUINA UNA GRAN EMPRESA SITTIC

Sittic inicia su aventura en el mundo gráfico en 1990, pero la familia Mora, alma mater de Sittic, ya está presente en el sector desde los 60. En los inicios, la empresa tiene un marcado perfil de imprenta comercial, pero alrededor del 2000 es cuando la compañía hace un giro y se especializa en cartón, tanto para Packaging como para PLV. En el 2007 la imprenta apuesta fuerte y adquiere una KBA híbrida 5 colores formato 162. Esta adquisición no solo representa un cambio en cuanto a formatos y tipos de trabajo, la entrada en “VLF” es un giro radical que los lleva hacia un mercado mucho más especializado y exigente, el B2B. Antonio Mora Martínez, dueño y Gerente, nos comenta: «la adopción de un planteamiento B2B nos ha permitido alcanzar una posición reconocida y estable en el mercado».

El funcionamiento de la imprenta está en este momento en manos de los 24 técnicos que forman la plantilla y los equipos trabajan en tres turnos. Sus instalaciones en Madrid nos explican muchas cosas: una impecable distribución de los equipos, una impresionante Speedmaster XL 162 de Heidelberg presidiendo la sala de máquinas, el imponente departamento de pre-impresión, donde reside el único CTP 162 firmado por Heidelberg instalado en España. Cada detalle, cada profesional, cada espacio tiene sentido en una estructura que carece al 100% de improvisación. Sittic se dedica a la impresión Offset y digital UV, así como al plastificado, contraencolado y troquelado de gran formato y, como hemos comentado, la empresa se ha convertido en una imprenta de imprentas. Entre sus clientes encontramos grupos cartoneros, fabricantes de PLV y Packaging, manipuladores e intermediarios del mercado gráfico.

Sobre la situación del mercado, Antonio Mora nos explica, «Ante un panorama cambiante e incierto, se ha de estar preparado con los mejores medios humanos y los equipos con mejor funcionamiento. La máquina puntera con la que trabajamos nos permite dar soluciones diferentes a nuestros clientes asegurando lo que ya se da por hecho, calidad, plazos de entrega y precios ajustados, y dando un paso más, acabados de impresión únicos y que marcan la diferencia».

Speedmaster XL 162-6-L. Detrás de una gran máquina, hay una gran familia

Una inversión de este calado no es producto de reflexiones de almohada, ni de culto a una marca, ni de lo que nos diga el corazón. Lejos de romanticismos, el equipo de Sittic se enfrentó al cambio de la KBA calibrando las diferentes ofertas del mercado, analizando y valorando meticulosamente demostraciones y pruebas con un claro objetivo: incrementar la capacidad de producción de la planta en un 30%. Al final, la escogida fue la imbatible Speedmaster XL 162, que hoy luce en la sala como un transatlántico amarrado en su puerto. Después de un año

▲ De izquierda a derecha, Manuel Balastegui, Account Manager de Heidelberg, José Luis Cuesta, Jefe de taller, Patricia Mora, Directora comercial, Antonio Mora, Gerente, Andrea Mora, Preimpresión y Juan Pedro López, Director de producción.

▲ Técnicos de Heidelberg ponen a punto la nueva máquina instalada.

► Sittic también cuenta con un Auto Pallet Loader y una nueva Suprasetter 162 única en España.





trabajando a pleno rendimiento, el equipo técnico ha demostrado que la Speedmaster es una gran máquina también pensada para tiradas cortas. La XL 162 está imprimiendo en este momento a unos 10.000 pliegos por hora de media, con más de 30 cambios por día y 15 minutos por cambio, pero si hablamos de logros, nos comentan en producción, en solo 8 horas el equipo ha conseguido hacer hasta 22 cambios. Tal como nos explica Antonio, la Heidelberg destaca sobre el anterior equipo por su fiabilidad, estabilidad y también por la calidad de los trabajos.

Sittic lo tiene claro, nunca le recomendarían a un «colega» invertir en un equipo como este, «la mejor opción es encargarnos los trabajos a nosotros», nos comenta Patricia Mora, responsable de Marketing de la empresa. La dirección y el cuerpo técnico tienen claro que para triunfar es imprescindible disponer del mejor equipo humano combinado con tecnología de vanguardia. La XL 162 les da la opción de aprovechar todas las posibilidades para imprimir con la máxima eficacia, con una productividad superior y de una manera más que sencilla gracias al «Push to Stop».

En su momento, Sittic completó el equipo con una Suprasetter 165, única en España, dotada de sistema de láser, patentado con diodos inteligentes y automatización plena, gracias al auto Cassette Loader y un Auto Pallet Loader. Por otro lado, la estación de control Prinect Press Center XL 2 generó para la empresa un alto nivel de automatización inteligente y una gestión de datos más ágil e intuitiva, creando el ecosistema óptimo para conseguir una producción eficiente, segura y sostenible.

Trabajar para clientes del sector requiere niveles de exigencia que en muchos casos debe superar los estándares exigidos. Cada negocio exige de un planteamiento específico y concreto, y los escenarios económicos actuales, así como la inestabilidad de los mercados, plantean la necesidad de disponer de herramientas flexibles y seguras. Sittic y Heidelberg, reúnen las condiciones y definen un buen equipo frente a un proyecto ambicioso. ▽

CON MANO IZQUIERDA GRÀFIQUES MANLLEU

Si miramos con mucho detalle etiquetas de cervezas, refrescos o café soluble, es muy posible que encontremos un símbolo en forma de mano izquierda. Existe una semiótica del lenguaje de las manos, las usamos muchas veces para expresar estados de ánimo, reacciones o incluso para simbolizar alfabetos. Las manos hablan, y esta Mano Izquierda nos quiere decir muchas cosas.

Este icono que distingue las etiquetas que salen de Gràfiques Manlleu nos explica los orígenes, nos descubre una forma de trabajo (con mano izquierda) y nos ayuda a entender que detrás de una etiqueta impresa encontraremos un equipo de personas que hacen el trabajo bien hecho, cuidando cada detalle con el mimo de una mano que acaricia.

El amor por la cultura fue el detonante que hizo que Tonet Contijoch, abuelo del actual Director General, se iniciara en 1919 en el mundo de las artes gráficas. El fundador de Gràfiques Manlleu se refería a la imprenta como «las bellas artes de Gutenberg».

En 1919, Manlleu, Barcelona, era una pequeña población de unos 6.000 habitantes y en sus inicios la imprenta fue un pequeño taller tipográfico al servicio de la industria municipal, formada básicamente por el negocio textil. Años después y tras el prematuro fallecimiento de Tonet Contijoch, Joan, su hijo, asumió el mando de la compañía.

Con la visión estratégica de la segunda generación llegaron las primeras inversiones en maquinaria offset multicolor. La mejora en tecnología incrementó sustancialmente la calidad y eficiencia de la empresa y este nuevo escenario amplió la cartera de clientes y multiplicó la oferta de trabajos. Fue a mediados de los 90 cuando la compañía empezó a tener los primeros contactos con el sector alimentario y, desde entonces hasta hoy, Gràfiques Manlleu se ha especializado en el sector del etiquetaje de papel encolable para innumerables sectores, entre los que se encuentran sectores como *Beer, soft drinks, water, dailly mill, preserved, confectionery*, entre otros, con cuentas tan relevantes como Nestlé, Coca-Cola, Mahou San Miguel, Suntory y Pascual. En Febrero de 2017, Joan Contijoch, ideólogo del actual espíritu de la empresa, murió de forma repentina e inesperada y Jordi Contijoch, dentro de un contexto de profunda tristeza, asumió el 100% de la Dirección y la propiedad de la compañía.

En un mercado altamente competitivo y extremadamente exigente, hoy Gràfiques Manlleu es una empresa en crecimiento y con un plan de viaje muy bien establecido. Con presencia en todo el territorio nacional, norte de África y Europa, sus exportaciones ya superan el 15% de sus ventas directas y el porcentaje asciende al 40%, si contamos las exportaciones indirectas. Jordi Contijoch, tercera generación y actual Director General y propietario de la compañía, mira el futuro de su empresa con un claro objetivo: seguir creciendo. Nuevas inversiones en tecnología, ampliar sus instalaciones productivas y seguir adaptando la plantilla para cubrir las nuevas necesidades de la empresa ha de permitir a Gràfiques Manlleu seguir la misma dinámica para crear una buena base que fundamente su nivel de desarrollo.

Una Speedmaster XL 106 no se escoge a dedo

En la sala de impresión, la nueva Speedmaster XL 106 comparte actualmente espacio de trabajo con 3 Roland 700. Cambiar no es sencillo y Manlleu valoró de una forma minuciosa esta nueva inversión. Jordi nos confiesa, «la visita al PMC en Wiesloch fue importante a la hora de decidir y comprobar la verdadera *performance* del equipo». Las instalaciones de Gràfiques Manlleu no dejan indiferente. Te mueves entre pallets repletos de etiquetas que forman parte de nuestro ideario popular, las máquinas no dejan de tragar y escupir pliegos y sobre el papel encontramos infinidad de filigranas que conforman trabajos excelentes.

Apenas hace un mes que la XL está en producción y es difícil valorar hoy las diferentes propiedades del equipo, pero tal como nos comenta Barón, jefe de producción, la máquina apunta maneras: rapidez en tirada, con una importante bajada en la merma productiva, fantástica en los cambios y muy fiable a altas velocidades. «Actualmente, estamos ya produciendo a 10.000 copias por hora, pero, para nosotros, las 18.000 son un requisito que cumplir», comenta Jordi. La imprenta trabaja con soportes entre 60 y 90 gramos y ese escenario, sumado al rendimiento actual del equipo, les hace pensar que pronto estarán en la frontera de las 18.000 copias.

En la sala de post encontramos 3 trenes de corte de Polar, el último en entrar ha sido un Polar Autocut 25. Hace tiempo que la empresa confía en Polar como *partner* tecnológico en corte y este nuevo equipo ya no ha generado expectación, porque la fiabilidad de la marca es un factor obvio para Manlleu. Esta línea de corte POLAR Autocut 25 está especialmente diseñada para las líneas de producción de etiquetas y ha conseguido los máximos niveles de eficiencia y producción del mercado.

► La visita al PMC en Wiesloch fue decisiva en la compra de la nueva Speedmaster XL 106.

► Esta línea de corte POLAR Autocut 25 está especialmente diseñada para las líneas de producción de etiquetas y ha conseguido los máximos niveles de eficiencia y producción del mercado.

▼ Jordi Contijoch Sala, Director General y propietario de la compañía, y José Barón Baena - Director de Calidad e infraestructuras/Purchasing (pág. 22)

▼ Un operario trabajando en una Polar 115. (pág. 22)





Futuro a mano

Analizando la situación de la empresa y las perspectivas de futuro, Jordi nos comenta: «Observamos un crecimiento orgánico de un 5-10% anual. La estrategia pasa por invertir en tecnología enfocada a la mejora constante de los procesos. Esto supone una apuesta decidida para aumentar la productividad, lo cual también te permite disponer de más flexibilidad, para atender a una demanda cada vez más cambiante y con menos horizonte de previsión. En este sentido seguimos apostando por un estándar de calidad de producto elevado, controles de calidad exhaustivos y una capacidad de servicio personalizada para cada cliente, junto con un asesoramiento constante en el desarrollo o lanzamiento de nuevos productos». ▼



ENTREVISTA ANGEL PÉREZ VICO

**Responsable de Marketing y
eCommerce de Heidelberg**

Entrevista realizada por

RÚBRICA

Revista del Clúster de la Comunicación Gráfica de Galicia

Heidelberg acaba de celebrar el décimo aniversario de su marca Saphira, ¿qué balance hace de esta década de implantación de estos productos en el mercado? Saphira fue la respuesta de Heidelberg a una petición del mercado. La tecnología Heidelberg se sustenta en 3 pilares, recambios originales, servicio experimentado y una amplia cartera de consumibles testeados. Las llamadas 3S – *Services, Spare Parts and Suppliers*. Hace 10 años éramos capaces de ofrecer las 2 primeras. Hoy, después de este periodo, disponemos de una de los catálogos de productos y servicios más completos y fiables que ofrece cualquier suministrador en nuestro mercado.

¿Hacia dónde avanza el mercado tecnológico de la impresión? Ya nadie habla de impresión digital, actualmente hablamos de digitalización de la industria gráfica. Sistemas híbridos y flujos de trabajo combinados, esa sería la tendencia. El mercado ya ha entendido que la lucha por ajustar precios a costa de bajar márgenes y ofrecer un producto impreso de baja calidad, no tiene futuro. Los nuevos equipos y soluciones gráficas están pensados para conseguir diferenciación, el factor personalización es y será cada vez más importante. Las imprentas han de ser capaces de producir material impreso de alta calidad *on-demand*, de forma sostenible, con costes ajustados y minimizando los problemas y las mermas.

¿Qué importancia le da Heidelberg al respeto por el medio ambiente? ¿En qué medida incorporan políticas de sostenibilidad en su producción? Nuestros equipos y consumibles se fabrican con criterios siempre respetuosos con el medio ambiente. Eliminando maculaduras, ajustando a mínimos las emisiones y pensando en el reciclaje de nuestros consumibles. Por ejemplo, en el caso de la Versafire, los cartuchos de tóner están diseñados para conseguir que el 99 por ciento de sus componentes sea reciclables. En el caso de consumibles, la gama Saphira Eco permite cumplir los requisitos de los programas de certificación medioambiental regionales e internacionales, por ejemplo, el Nordic Swan, el EcoLabel europeo o el Umweltzeichen austriaco.

Heidelberg es uno de los cinco proveedores mundiales más importantes del sector del coating, ¿esto significa que ya ha tocado techo o que continuará superándose para estar en las primeras posiciones? Somos un proveedor joven en este sector del mercado y desde nuestra aparición no hemos dejado de crecer y de aportar nuevas soluciones. El campo de los acabados tendrá cada vez más relevancia, tanto a la hora de configurar los equipos como de manufacturar nuestros consumibles. Heidelberg trabaja intensamente en este campo.

“Ya nadie habla de impresión digital, actualmente hablamos de digitalización de la industria gráfica. Sistemas híbridos y flujos de trabajo combinados, esa sería la tendencia”

Recientemente, acaban de lanzar HDU, Heidelberg Digital Unit, ¿En qué medida lo digital será el eje de este sector en el futuro? HDU es producto de la especialización. Cuando la estrategia cambia de eje, la empresa debe cambiar sus herramientas. Heidelberg Digital Unit es una célula independiente que trabaja focalizada en dar respuesta al cliente. Escuchar, entender y entregar, es nuestra nueva forma de acceder al mercado. HDU se creó con esta voluntad y trabaja en esta línea.

¿Qué posibilidades creativas ofrecen los nuevos escenarios tecnológicos de impresión? Entre creativos e industria gráfica siempre ha habido barreras. Los creativos piensan a

veces sin tener en cuenta las limitaciones que impone la industria gráfica y ésta a su vez invierte en algunas ocasiones sin escuchar las necesidades del mercado creativo. Creativos e industria gráfica han de vivir conectados y los suministradores hemos de ser capaces de relacionar y entender toda la cadena de valor para ofrecer nuevas herramientas que den alas a nuestros creativos y nuevas capacidades productivas a la industria gráfica.

“Galicia siempre ha sido cuna de creadores y se ha definido como territorio creativo singular. Dentro de este marco, el Clúster Gallego ha sabido encontrar respuestas que se ajustan al nivel requerido”

Hace ahora poco más de un año, Heidelberg se renovó, ¿qué destacaría de este cambio?

Heidelberg ha mantenido siempre una dinámica de cambio y la voluntad expresa de adaptarse a futuros escenarios y posibles necesidades. Independientemente de la inversión en I+D, Heidelberg también ha apostado por un cambio radical de estructura. La organización por Clústers simplifica la composición regional, racionaliza los costes y centraliza servicios, consiguiendo de esta forma una mejor distribución de los recursos. En cualquier caso, el gran cambio de Heidelberg es la nueva relación con el cliente, que lo sitúa como *partner*, y el nuevo concepto «Heidelberg goes digital», que enmarca una nueva dinámica de conectividad y *know-how* compartido.

¿Hacia dónde se dirige la estrategia de marketing de Heidelberg en España?

Heidelberg es una Multinacional con estrategias de mercado desarrolladas desde la central, definidas a nivel global y con un potente Branding que funciona como paraguas homogeneizador. Desde los territorios, nuestro trabajo es intentar adaptar esos conceptos globales a las singularidades territoriales. En Heidelberg Spain, Comunicación y Marketing siempre han ido de la mano. Este año, nuestro esfuerzo se centrará en dar a conocer nuestra tienda online HeidelbergShop.es, en hacer llegar al mercado las diferentes novedades, en apoyar la marca Gallus, que inicia una nueva etapa de la mano de Heidelberg Spain y, por supuesto, en escuchar, entender y dialogar con el mercado para poder ofrecer respuestas.

¿Cómo valora la labor de nuestro Clúster, que apostó por poner en marcha Rúbrica y organiza cada año los Premios Paraugas?

Galicia siempre ha sido cuna de creadores y se ha definido como territorio creativo singular. Dentro de este marco, el Clúster Gallego ha sabido encontrar respuestas que se ajustan al nivel requerido. Desde el principio, nosotros apostamos por Rubrica, como plataforma de opinión, canal de noticias y escaparate gráfico de calidad. Los premios que da un sector para el mismo sector tienen un valor especial. Recibir un premio siempre es valorable, pero si el reconocimiento viene desde tus propios compañeros de profesión, parece que le estamos elevando de categoría. Por nuestra parte solo nos queda felicitarnos por el trabajo que estáis haciendo y os animamos a seguir desarrollándolo con el mismo nivel de calidad y originalidad que lo habéis hecho hasta ahora. ▽

Links de interés
www.clustercomunicacion.gal
www.ateliergrafic.com

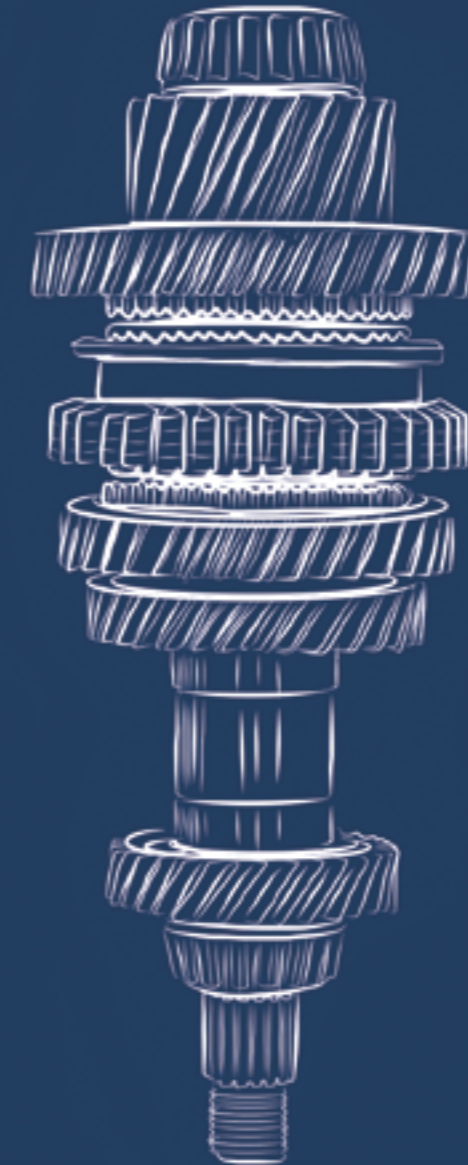
 **akf bank**
españa

Financiamos productividad

Tif. +34 91 6572296

info@akf-espana.es

www.akf-espana.es



 **akf bank**
industriefinanz

Wir finanzieren Produktivität

Tel. +49 202 25727 3301

industriefinanz@akf.de

www.akf.de

10 años: Su socio para el progreso

LA HISTORIA DE MILES DE ESTUCHES EGISA

Los estuches que encontramos en las estanterías de una perfumería o en cualquier sección Gourmet no son simples contenedores, son entidades con vida propia y están dotados de la capacidad de comunicar y transmitir valores. Nosotros, como copartícipes en la experiencia de compra entablamos una conversación y esa dinámica bilateral es la que hace posible que nuestro cerebro por fin decida y escoja uno sobre las demás. Nuestra decisión depende en un 70% de ese diálogo en el punto de venta y por tanto, la competencia entre los diferentes envoltorios es titánica. En el proceso de compra, el mejor packaging, el que mejor define su contenido y la marca que representa, es el que a través de sus características es capaz de enviar más mensajes y sensaciones. El truco no sólo reside en estar bien hecho, el mérito radica en comunicar mejor.

EGISA se dedica a envolver de magia productos desde hace más de 50 años, y si paseamos por su showroom, nos damos cuenta que los mejores confían su Packaging a esta compañía. La empresa se dedica a innovar, crear y desarrollar proyectos de marketing Premium únicos y exclusivos y desde su sede en Barcelona da cobertura a países de todo el mundo.

El secreto mejor guardado

Para crear lo mejor, necesitas el mejor equipo humano y el mejor apoyo tecnológico. Por ello, EGISA ha recurrido nuevamente a Heidelberg. La nueva máquina de la compañía, única en el mundo, supera incluso a la anterior

XL 106 de la empresa. Sería fácil contar cuerpos de impresión o definir la configuración, pero los detalles de esta índole son como la receta secreta de un gran chef, se ha de mantener determinado nivel de secreto para dar al resultado un cierto misterio.

Lo que podemos decir es que el equipo está dotado de tecnología «Push to Stop» y que es la primera imprenta de Packaging del mundo que dispondrá de secadores Drystar LED, tecnología Heidelberg. La nueva Speedmaster es un equipo muy bien configurado, pensado para poder dar respuestas únicas a requerimientos especiales. En el mundo del Packaging, la diferencia viene marcada por la profesionalidad y la capacidad de ofrecer recursos, y la nueva XL 106 de EGISA está diseñada para ser una bomba. Dentro de la misma inversión, EGISA ha apostado también por completar la *performance* de Heidelberg con un módulo de transferencia de película metálica en frío de Vinfoil (Cold Foil) en la misma línea de producción e incluye en su flujo de producción una guillotina de alta velocidad Polar 137 y una Easymatrix 106C de MK, un equipo que permitirá dar un servicio completo, con troquelado y estampado como proceso integral. ▽

► La configuración de la nueva máquina de EGISA es única en el mundo.



SUSCRIBIRSE AL FUTURO INTELIGENTE RUPEN

Por Jaime De Diego



Gráficas Rupen es un imprenta con una gran profesionalidad, aunque hablando con alguno de los 18 miembros de la plantilla, tienes la sensación de que en Rupen se trabaja como en familia. Muchos de ellos llevan 20 años trabajando juntos y esa cohesión repercute directamente en la cohesión de equipo y en la calidad de sus servicios gráficos. Rufino Liso del Río, Director Comercial, nos explica: «llevamos imprimiendo vida y color a todo tipo de proyectos desde 1988, y cada nuevo trabajo y cada nueva inversión son un reto que afrontamos con ilusión y rigor».

La empresa emplazada en Alcobendas (Madrid), dispone de 1.000 metros cuadrados y entre sus clientes encontramos laboratorios, entidades públicas, profesionales independientes, grandes empresas y agencias de publicidad repartidos por toda España y Europa. Rupen es una imprenta de amplio espectro, su portfolio es extenso: libros, folletos, catálogos, cartelería, displays y expositores. La empresa trabaja con todo tipo de técnicas.

30 años de tradición y tecnología en las artes gráficas

Con una Heidelberg de aspas y con los más modernos softwares, la empresa ha sido capaz de combinar a la perfección tradición, experiencia y tecnología. «Llevamos casi 30 años imprimiendo y dando vida a proyectos y diseños con un modelo de trabajo basado estrictamente en la calidad, la seriedad y la responsabilidad», afirma Rufino durante la visita. Rufino Liso y Francisco Gasco, ambos directores de la compañía, se iniciaron como aprendices en los 70 y en 1988 decidieron, junto a otros socios, iniciar esta aventura.

Production Manager de Prinect. Subscription Model

Rupen ha sido una de las primeras empresas en España en apostar por el nuevo y revolucionario modelo de negocio «Subscription» y lo ha hecho con el workflow de Heidelberg, Production Manager. El modelo de suscripción permite disfrutar del uso del Software con un pago mensual, sin tener que hacer una importante inversión inicial. Con este proyecto, Rupen abre la puerta al catálogo completo del software Pro-Man pensado para la impresión industrializada. Heidelberg proporciona el flujo de trabajo, la experiencia y el servicio que la empresa necesita y garantiza un proceso de impresión óptimo y estable con la máxima disponibilidad.

Pagando una cuota mensual fija, el impresor puede planificar de forma óptima las necesidades de caja, mejora su rentabilidad al aligerar sus inmovilizados y libera tiempo que puede dedicar al cliente y a la empresa.



▲ Manuel Balastegui, Account Manager de Heidelberg Spain, junto a Rufino Liso del Río, Director Comercial de Rupen.

Pro-Man, adaptado a la producción del cliente

Production Manager pertenece a la familia de Prinect e incluye el flujo de trabajo de producción más completo del mercado, desde los módulos para preimpresión e impresión digital y offset hasta el acabado. Con el Prinect Production Manager, la imprenta puede configurar su flujo de trabajo exactamente en función de las necesidades del cliente y pagando únicamente por su uso, independientemente de cuán grande o pequeño sea el sistema. Si los requisitos del cliente cambian, la configuración puede adaptarse en todo momento. Podrán aumentarse licencias, usuarios o procesos de trabajo (motores de trabajo) con total seguridad y libertad.

El paquete también integra actualizaciones automáticas. De este modo, la imprenta dispone siempre de la fiabilidad de producción que aporta la última versión.

La nueva apuesta de Rupen convierte a Heidelberg en su socio tecnológico y corresponde a un cambio de modelo en el mundo de software/digital. Heidelberg se sitúa a la vanguardia de los nuevos modelos económicos de suscripción junto a sus clientes y Rupen demuestra una vez más su voluntad de crecer. La defensa de los modelos de suscripción en cualquier sector de la sociedad se basan en dos pilares fundamentales: la adaptación a las necesidades (productividad) de los clientes y la sostenibilidad de estos modelos. El nuevo concepto para Rupen y Heidelberg está basado en el crecimiento mutuo. ▽

ENTREVISTA NEKICESA

Visitamos Nekicesa en Griñón, Madrid. Actualmente la empresa está dirigida por Javier González, Presidente de Nekicesa y Kerman Elordi, Director General. La imprenta es resultado de la fusión en 2008 de Nekar e Icesa, empresas que tienen su origen en 1965 y que nacen con la voluntad de ofrecer soluciones innovadoras de Packaging secundario principalmente a los sectores farmacéutico, cosmético y de alimentación.

A lo largo de su historia, Nekicesa ha adquirido mucha experiencia en su sector. Además de ir perfeccionando las técnicas tradicionales, también ha sabido incorporar nuevas tecnologías y añadir servicios relevantes para afrontar los nuevos retos, siendo capaz de anticiparse a las nuevas oportunidades del mercado. Entrevistamos a Kerman Elordi, Director General.

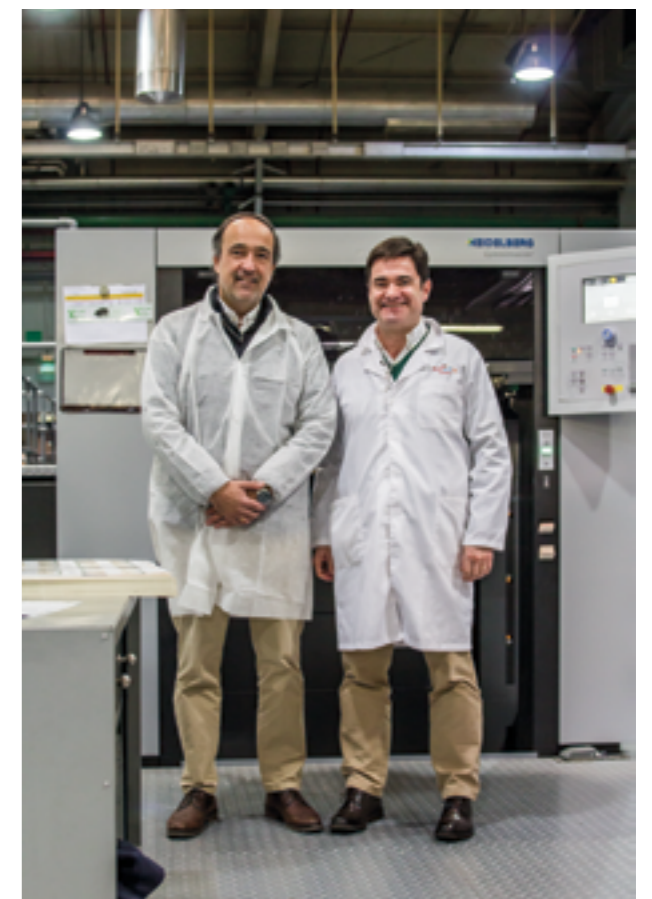
Explíquenos un poco sobre Nekicesa: Nekicesa es una empresa que basa su calidad en un tándem equilibrado formado por un equipo técnico muy preparado y una tecnología de vanguardia. La producción está en manos de 162 profesionales distribuidos entre nuestras dos plantas, nuestro departamento de calidad cuenta con 11 profesionales y en oficinas-servicios centrales tenemos a 25 personas. Referente a nuestra base instalada, en Griñón tenemos unos 30 cuerpos de impresión, básicamente de máquinas Heidelberg y estructurados con diferentes configuraciones y en Alparido, la otra planta, otros tantos.

¿Cuál es su principal negocio? Producimos principalmente estuches de cartón para la industria farmacéutica, cosmética y alimentaria, tres sectores extremadamente exigentes. El 80% de nuestra facturación corresponde al sector farmacéutico. Trabajar con este tipo de sectores nos obliga a ser exigentes con nuestros procesos y mejorar cada día. Producimos Packaging secundario y trabajamos en todos los servicios para llevar a cabo esta producción de forma completa. En este proceso se incluyen las áreas de pre-impresión, impresión, troquelado, pegado y calidad. Además, ofrecemos servicios especiales como pre-serIALIZACIÓN, aplicación de etiquetas de seguridad, impresión de bollinos, medidas anti falsificación, inclusión de elemento de valor añadido como la estampación en caliente, poliéster, plastificados, barnices especiales o marcado braille entre otros. Los laboratorios farmacéuticos y OTC buscan un proveedor estratégico fiable y que trabaje bajo las más estrictas normas de calidad, a la vez que ofrezca una gran flexibilidad a la hora de gestionar proyectos de Packaging.

Háblenos de tendencias y estrategias en su mercado: Creo que existe una tendencia general a que los lotes sean cada vez más pequeños y los pedidos más frecuentes, el packaging tiende a la personalización y los envases están evolucionando cada vez hacia lo más «verde». Un concepto que toma impulso es el «Smart Packaging». Y aparece por la necesidad que están

«El 80% de nuestra facturación corresponde al sector farmacéutico. Trabajar con este tipo de sectores nos obliga a ser exigentes con nuestros procesos y mejorar cada día»

▼ Ángel Grutzmann, Product Manager de Heidelberg Spain y Kerman Elordi, Director General de Nekicesa.



generando conceptos como la trazabilidad en la cadena de suministro, la necesidad de cubrir necesidades de colectivos concretos como invidentes u otras enfermedades crónicas, o simplemente, por razones promocionales. La tendencia es introducir elementos gráficos o funcionales en el envase (códigos serializados, imágenes para realidad aumentada, etc) que enlacen con sistemas informáticos o con la red. Estos serán una ventaja competitiva para las marcas que sepan aprovecharlo. Desde Nekicesa, estamos siendo activos a la hora de ofrecer a nuestros clientes propuestas concretas para mejorar los envases, de forma que cumplan con los requisitos que exige el consumidor y a la vez consigan ser diferentes. Además, gracias a nuestro proceso de renovación de maquinaria estamos reduciendo nuestro impacto medioambiental y favoreciendo la flexibilidad de producción en función de las necesidades de nuestros clientes.

¿Cómo encaja la nueva inversión en su estrategia de empresa?

La compra de la Speedmaster CX 102-L forma parte de un plan de mejora constante en la productividad. Desde su instalación en septiembre de 2018, el equipo ha demostrado una gran agilidad en los cambios de trabajo y ese factor, teniendo en cuenta la tendencia creciente hacia tiradas más cortas y más frecuentes del mercado, genera una gran ventaja. Actualmente ya estamos trabajando con un ratio de disponibilidad de alrededor del 90%, con un promedio de 20 cambios al día. Consideramos que aún no le hemos sacado todo el rendimiento al equipo, pero en el tiempo que llevamos con la máquina hemos conseguido 111.000 pliegos en 16 trabajos durante los 3 turnos. Independientemente de la fiabilidad del equipo, para nosotros era muy importante contar con proveedores que además de tener buenos productos y una gran experiencia, también fueran ágiles en la respuesta y fueran cercanos. La respuesta del servicio técnico de Heidelberg ha sido bastante satisfactoria y nuestra valoración es positiva.

¿Qué características valora más de su nuevo equipo?

Creo que fiabilidad es un buen concepto para definir a la Heidelberg Speedmaster CX 102. Nuestro equipo trabaja en un formato 70 x 100 y, como he comentado antes, se ajusta fácilmente a los requisitos que nos plantean nuestros clientes. La flexibilidad y su sencillo manejo están facilitando el trabajo de nuestros maquinistas, que pueden cambiar los trabajos de forma totalmente automática, desde el último hasta el primer pliego en orden y hasta el arranque de la producción. Hemos reducido los tiempos de puesta a punto, los consumos y, por tanto, hemos incrementado nuestra rentabilidad. La máquina responde a las expectativas que nos llevaron a decidir su compra. Es una aportación importante a la mejora de productividad y nos aporta la agilidad necesaria para responder a una demanda cada vez más exigente. ▽



EN LA DIANA CIDEYEG

Cideyeg es una empresa con una larga tradición y actualmente es un referente en el mundo del Packaging. Cideyeg ha llegado a nuestros días cosechando éxitos gracias a las dos generaciones que han dirigido la compañía. Hace poco recibimos la triste noticia del fallecimiento de Salvador Vilanova i Pàmies, fundador de la empresa, y aprovechamos esta oportunidad para rendirle un cálido homenaje. Gracias a excelentes profesionales como él, el panorama gráfico en el sector del Packaging ha alcanzado el nivel actual.

Cideyeg es una empresa con un flujo de producción totalmente controlado por la compañía, sin procesos externalizados, donde la calidad global viene marcada por José Lopez, Director de Producción, las políticas de calidad de la empresa y en parte por los niveles de exigencia de sus clientes. Hace pocos meses, la imprenta instaló su nueva inversión, una plegadora-encoladora «peak performance». Cómo en otras ocasiones, se estudiaron las opciones que ofrecía el mercado, se compararon precios y características y objetivamente la Dirección se decidió por el equipo que reunía las mejores condiciones. La máquina escogida fue una MK Diana X 115.

La Diana X 115 es un equipo diseñado para trabajar dentro de flujos de producción profesional y sus características la proponen como el equipo ideal de cara a superar los más exigentes retos y los trabajos más complejos. Una de las características que llamó la atención a Cideyeg en

el momento de valorar la opción, fue la escalabilidad del equipo, comenta Montse Vilanova, Directora General de la empresa. La Diana dispone de tecnología de «servoaccionamiento»; la palabra es larga, pero el significado es sencillo: fácil integración de nuevos módulos o elementos. Su construcción modular la hace además sencilla en su uso y reduce sustancialmente los tiempos de puesta a punto.

La Diana X 115 es una encoladora de cajas plegables flexibles pensada claramente para el sector del Packaging. Su velocidad de producción de hasta 650 metros por minuto y un elevado grado de automatización la hacen un equipo con una productividad muy elevada y una factura impecable. Cideyeg configuró su equipo según sus necesidades y la compañía sabe que en cualquier momento pueden afrontar una ampliación o mejora, en función de nuevas necesidades.

Por otro lado, en el marco de una política de actualización continua, Cideyeg vuelve a confiar en la tecnología Heidelberg y ya han puesto en marcha una nueva inversión en su parque de impresión, una Speedmaster XL 75-6+L. Seguro que pronto nos podrán explicar nuevos logros en su parque productivo.

Tal como nos comenta Pepo Figueras, tercera generación en activo en Cideyeg, «los nuevos retos siempre suponen nuevas oportunidades». ▽

► Cideyeg configuró la nueva Diana X 115 según sus necesidades y la compañía sabe que en cualquier momento pueden afrontar una ampliación o mejora en función de nuevas necesidades.





«La Diana X 115 es una encoladora de cajas plegables flexibles pensada claramente para el sector del Packaging. Su velocidad de producción de hasta 650 metros por minuto y un elevado grado de automatización la hacen un equipo con una productividad muy elevada y una factura impecable»





EMBARCAMOS EN EL VUELO XL 106 LOGUI

Por Ángel Pérez

Recibo muchos programas de eventos. A veces llegan sobres con ofertas de productos, otras veces llegan revistas, muestras de papel... y en alguna ocasión, la mesa de trabajo se convierte en un almacén de sobres amontonados. El pasado enero fue uno de esos meses correosos en los que gestionar el papel recibido pasó a un segundo plano. De aquel desorden, un sobre sobresalía de entre el resto, algo que me llamó la atención y con decisión tiré de él tratando de evitar que el resto de material no cayera sobre mí.

Abí un sobre con el lema «Te embarcas», y en aquel momento empecé a descubrir lo que una imprenta como esta podía llegar a ofrecer a sus clientes. Un catálogo de trabajos exquisitamente orquestado acompañado de una invitación que recordaba a una tarjeta de embarque, una presentación que explica muy bien donde quiere situarse Logui. Varios días y 278 kilómetros después, tomé el pasaje y me embarqué en el verdadero motivo por el que Logui nos abrió sus puertas: La inauguración de su nueva Speedmaster XL 106.

En enero de 1964, Gabriel López y María Guillamón fundaron Imprenta Logui con una Minerva manual «Drimp» 22x32 cm de Heidelberg. En 1988, Gabi y Juan Carlos, la segunda generación, se integraron en la compañía y la empresa dio el salto de la tipografía al offset. En 1997 adquirieron la primera 4 colores y en abril de 2018 apostaron por una Speedmaster XL 106 formato 75x105 dotada de tecnología de impresión de tintas de secado instantáneo y efectos de barniz.

Conocer a la familia López-Guillamón ha sido un placer, pero también he podido constatar que Logui es una empresa dirigida y gestionada por grandes profesionales. Bajo la filosofía «los valores heredados: trabajo, auto exigencia, inversión constante en las últimas tecnologías y compromiso por las cosas bien hechas», la imprenta no solo ha sabido mantenerse en momentos difíciles, sino que ha conseguido reforzar su posición en el mercado.

Rigor en todo el proceso, Una forma de trabajar

Logui es una empresa que trabaja el proceso gráfico desde un punto de vista global, desde la fotografía a la encuadernación. Un gran equipo profesional, la aplicación de criterios de calidad en todo el proceso e inversiones estratégicas hacen posible que al final de cada proyecto la empresa entregue un trabajo 100% ajustado en color, calidad y en los tiempos acordados.

Con el sistema de medición de color «Prinect Inpress Control» las pruebas de color siempre son certificadas y con la nueva Speedmaster XL106, Logui se embarca en la modalidad y filosofía de trabajo «Push to Stop», con rapidísimas puestas a punto y cambios de planchas muy ágiles, con una salida de 75x105 cm y una velocidad de 18.000 pliegos la hora. Un vuelo así solo tiene un resultado, plazos de entrega controlados, regulación automática del entintado, registro de color en la tira de control de impresión con la máquina en marcha, grandes trabajos o tiradas reducidas según demanda.

Producir, no a cualquier coste

En la inauguración, pudimos comprobar como todo estaba pensado y cuidado al detalle, filosofía que Logui traslada al resto de procesos de la empresa. La imprenta trata de minimizar la generación de residuos y, para ello, trabaja con papel certificado FSC, que garantiza que sus productos provienen de bosques gestionados de manera sostenible y utiliza equipos que minimizan la emisión de CO² y el consumo de energía. Su CTP Heidelberg térmico no necesita productos químicos y la nueva XL 106 es un equipo diseñado y creado para minimizar cualquier posible impacto sobre el medio ambiente, consumo, mermas, emisiones, etc.

Con este «vuelo», Logui demostró el control adquirido a lo largo de toda su trayectoria y que, indudablemente, están embarcados y dispuestos a ir en una sola dirección, hacia lo más alto. ▼

▲ Gabriel López, fundador y patriarca de Logui, junto a Carlos Pons, Product Manager de Heidelberg Spain, y José Luis Gutiérrez, Director General.

► Los asistentes al evento pudieron ver de primera mano la última adquisición de la imprenta.

► Juan García, maquinista, pone a punto la nueva Speedmaster XL 106.



«En la inauguración, pudimos comprobar como todo estaba pensado y cuidado al detalle, filosofía que Logui traslada al resto de procesos de la empresa»



ENTREVISTA SERPER

▲ Jordi Giró, Director Técnico de Serper y Yolanda Nieto, backoffice de la eShop.

Por eCommerce Team

Serper es una imprenta de corte comercial situada en pleno cinturón industrial de Barcelona, en Cornellà de Llobregat. Sus nuevas instalaciones, su completa base de maquinaria, entre los que destacamos las últimas incorporaciones, una Speedmaster CX 102-5+L y una plegadora TH82, y su equipo humano, la convierten en una empresa ejemplar. Entrevistamos a Jordi Giró, Director de la oficina técnica, sobre su experiencia con la eShop de Heidelberg, de la que Serper es cliente habitual.

¿Desde cuándo es usuario de la e-Shop? Hace mucho que somos usuarios de la eShop. Nosotros ya éramos clientes de consumibles, nos ofrecieron probar la plataforma y la integramos en nuestro flujo de pedidos. Lo cierto es que ha mejorado mucho desde las primeras versiones.

¿Su empresa es compradora habitual en plataformas de venta online o solo utiliza la nuestra? Sí, ese fue un aspecto importante. Las papeleras hace tiempo que están haciendo un gran trabajo para *e-culturar* a sus clientes y la verdad es que cuando nos ofrecieron la opción de comprar en la eShop tampoco nos pareció algo extremadamente lejano o extraño.

¿Le ha sido fácil adaptarse a comprar en nuestra e-Shop? La página es sencilla e intuitiva. No es Amazon (sonríe Jordi) pero cumple perfectamente su función. Para nosotros el tiempo es un valor y todos sabemos que llamar requiere tiempo y que te atiendan al otro lado, a veces requiere más. Nosotros la utilizamos porque nos genera seguridad a la hora de controlar y comprobar los pedidos y nos ahorra mucho tiempo.

¿Qué aspectos positivos destacaría de nuestra e-Shop? La e-Shop de Heidelberg está bien. Es muy útil poder tener una lista de productos habituales en forma de favoritos o poder consultar tu historial de compras. Muchas veces también nos sirve para consultar aspectos técnicos de los productos o como simple catálogo. Un aspecto muy importante es que al otro lado siempre tienes a un equipo dispuesto a solventar problemas y a ayudarte. Es la suma de pequeños detalles lo que nos gusta. El comercial nos acerca a la parte más técnica del producto y Heidelberg eShop nos facilita los pedidos.

Si lo tuviera que recomendar, ¿cuál sería su consejo? Ahora nos costaría volver al sistema, digamos, más analógico. ¿Mi consejo? Que lo prueben; los descuentos y las diferentes herramientas de la e-Shop están bien, pero sobre todo, ganas tiempo y seguridad. Eso para nosotros es lo que más valor tiene. ▽

Todo Heidelberg a Todas horas

Encargue hoy, reciba mañana. En la Heidelberg eShop encontrará rápida y directamente lo que busca.



Todo de una misma fuente:

La eShop es su aliado único para todo lo que necesita, incluso si requiere ayuda rápida por teléfono, correo electrónico o preguntas frecuentes.

Ofertas especiales:

Aproveche las ofertas, las acciones publicitarias online y también los programas de puntos de descuento. Con nuestro programa de puntos *Saphira Coin*, Por cada 100 euros de compra recibirá 2 Saphira Coin que podrá canjear en futuras compras de Consumibles, Recambios o Servicio Técnico.

Encuentre rápidamente el producto:

Navegue fácilmente para hallar el producto que busca con la ayuda de cómodos filtros. Si quiere pedir un producto otra vez, basta con utilizar directamente la lista de la compra.

Contenidos útiles:

Manténgase siempre informado. En la eShop puede descargar toda la información necesaria relacionada con la seguridad y las hojas técnicas de los productos. También tiene la posibilidad de navegar por las propiedades filtrables y las descripciones específicas de los productos.

heidelbergshop.es



► Alejandro Rodríguez Barba, Director Gerente de IMEDISA y Ángel Grutzmann, Product Manager de Heidelberg Spain.

VOCACIÓN DE SERVICIO IMEDISA

Imedisa nace en el año 1994 en Madrid, con una clara vocación de dar servicio al cliente. En sus inicios, Imedisa se posiciona en el sector de la distribución de material de oficina y con el fin de completar su cartera de servicios, inicia el camino de la producción impresa. «Desde el principio hemos querido adelantarnos a las necesidades de nuestros clientes y rápidamente nos dimos cuenta de la necesidad de un único proveedor de servicios de impresión» nos comenta Alejandro Rodríguez Barba, Director Gerente de IMEDISA Artes Gráficas, SL.

La empresa, con una plantilla de 38 profesionales, aplica una política de inversiones realista y bien planificada apostando por el producto terminado. Por ello, disponen de equipos de impresión offset entre los que destacan varias Speedmaster, 3 de ellas SM102, equipos digitales en varios formatos y eficaces y variados sistemas de post-impresión.

Todo para dar al cliente el mejor producto en el menor tiempo y con unos costes adaptados a la calidad final.

Imedisa no es un simple impresor; al disponer de un amplísimo abanico de posibilidades a nivel de producción, la empresa ofrece asesoramiento e impresión, desde offset UV a impresión digital, cubriendo aspectos como el diseño, servicios de *mailing* y post-press. Por ello, entre su cartera de clientes podemos encontrar organismos de todo tipo, agencias de publicidad, profesionales, editoriales o pymes de distintos sectores.

Polar N115 Plus, la última adquisición de Imedisa

Con la nueva Polar, la empresa puede aumentar significativamente la producción. Polar ya formaba parte de la historia de la compañía desde hace 20 años. Cuando se les pregunta sobre si han comparado las calidad-precio de Polar con otras guillotinas del mercado, la respuesta es sencilla, «en corte, siempre Polar. Sinceramente, no conocemos otra marcas», afirma Alejandro Rodríguez.

La polar N115 es una guillotina rápida, dotada de sistema de cambio de cuchilla OptiKnife, de manejo simple, fuerte y resistente, estable en cuanto a su *performance* y con un valor de reventa inmejorable. Actualmente los niveles de programación de estos equipos permiten acortar tiempos de puesta a punto y aumentar la productividad. ▽



► Las dos generaciones Duque, junto a la nueva Suprasetter 52 de Heidelberg.

38 AÑOS DE BUENA IMPRESIÓN DUQUE

Imprenta Duque nace en Carabanchel, Madrid, a finales de los años 70 y hoy, con la segunda generación integrada en la empresa, dan servicio en Leganés en sus modernas instalaciones de más de 400 m². Duque es una empresa de corte familiar que siempre ha destacado por la fidelidad de sus clientes, producto del afán de la empresa por dar un servicio personalizado al máximo.

En la capacidad de adaptación está el secreto de seguir con vida y aunque parezca obvio, no es fácil cambiar y menos saber dar el salto. Duque fue durante los 80 una de las primeras empresas de España dedicada a la impresión de formularios para encuestas. 6 de las 8 empresas referencia del sector confiaban en Duque. Un trabajo minucioso, muy especializado, con plazos de entrega apretados y muy estacional, que la imprenta dominaba al milímetro. Los tiempos han cambiado y nadie hace hoy encuestas por escrito. Para otra empresa, un cambio así hubiera supuesto el cierre, sin embargo,

Duque ha sabido buscar nuevos registros y otras franjas de mercado en las que son capaces de competir con éxito.

Impresión offset, impresión digital de calidad en cualquier formato, rotulación, diseño, plastificado, cartelería, merchandising, postimpresión o dato variable son algunos de los servicios que la empresa pone a disposición de sus clientes. Una de las fortalezas es su flexibilidad, adaptarse a las necesidades del cliente ofreciendo servicios gráficos a un nivel global, desde las tarjetas de visita hasta vinilar un vehículo.

Imprenta Duque dispone de varios cuerpos de impresión Offset de Heidelberg y equipos digitales, desde el formato pliego hasta grandes formatos. Con la última adquisición, una Suprasetter 52 de Heidelberg, la imprenta ha conseguido reducir aun más sus plazos de entrega, minimizando costes y consiguiendo un absoluto control de calidad. Las Suprasetter, para pequeños formatos, requieren de poco espacio. Con su sistema de carga superior, son el sistema CtP más pequeño que existe en su categoría. Sin duda, tal como nos comenta Francisco Duque, gerente de la empresa: «La Suprasetter dispone de la tecnología que necesitábamos para mejorar nuestro flujo de producción y además constatamos que ofrece unas prestaciones excelentes». ▽

APOSTANDO POR LA SUSCRIPCIÓN DIN

DIN Impresores es un referente en impresión Digital y es fácil resumir su espíritu de servicio cuando revisamos el lema de su empresa: «Porque nos encanta nuestro trabajo, porque es un honor formar parte del tuyo».

Hace tiempo que DIN apostó por lo equipos Versafire para dar respuesta a la demanda de los clientes que necesitan tiradas pequeñas o medianas, formatos especiales o dato variable. Actualmente disponen de un departamento 100% dedicado a la impresión digital y en los últimos meses, la tercera máquina de esta gama ha entrado en sus instalaciones. Con ella, la empresa se reafirma en que se pueden conseguir trabajos únicos a precios muy competitivos, especialmente para pequeñas tiradas, y los convierte en la 1ª empresa en España de uso de quinto color, y la 2ª en Europa. Los diferentes tóner (5 colores), barniz, coberturas, multitud de soportes (de 60 a 350 gramos), papel autocopiativo, cartulinas gráficas o papeles verjurados, refrigeración líquida para evitar posibles arqueos y posibilidad de impresión en pequeño y gran formato, «todo ello genera un catálogo de opciones impresionante», afirma Patricia García-Manso, que comparte con su hermana Cristina la dirección de la empresa.

Además de la última incorporación a su parque de maquinaria, la empresa ha apostado por el nuevo modelo de Suscripción y ha adquirido el nuevo Production Manager de Prinect. Pro-Man es el nuevo miembro de la familia Prinect Manager e Incluye el workflow de producción Prinect al completo. Dentro de la oferta disponible encontramos módulos para preimpresión, impresión digital, offset y también PostPress. Con este workflow, DIN podrá definir su flujo de trabajo en función de sus necesidades y no tendrá que adaptar sus procesos de producción según requerimiento de un software. Elegir y pagar solo por lo que utilizas sería una buena forma de definir «Subscription».

DIN se actualiza pensando en el futuro y en las nuevas inversiones, por ello la actualización de su workflow era un proyecto imprescindible. Pro-Man incluye todos los módulos de Prinect, por ejemplo, en producción, la automatización y el tratamiento de PDF, pruebas en pantalla o imposición, o todos los sistemas de tramado. En planificación, encontraríamos módulos de análisis y gestión del color, para pre-ajustar el entintado o para los trabajos de captura de datos operativos en la producción. El paquete incluye acceso al Portal Prinect de conexión con el cliente; de esta manera la empresa siempre se asegura el máximo nivel de rendimiento. ▸

ARRANCANDO CON FUERZA PARA INSPIRAR ANTALIS

Porque la elección del papel es el primer acto creativo en sus proyectos, con los últimos lanzamientos del 2018, Antalis eleva aún más las posibilidades creativas de diseñadores e impresores, ofreciendo una amplia variedad de gramajes, texturas, colores y acabados.

Tres nuevos y sofisticados grises en la gama de *Conqueror: Feather, Pencil y Cartridge*, con acabado Liso y Verjurado y sobres a juego, que ofrecen múltiples opciones para satisfacer las demandas de sus clientes, garantizando un resultado de impresión impecable. A la altura de las más altas exigencias.

Una sorprendente y cuidada selección de 48 nuevos colores en la gama *Keaykolour*, para todos los estilos creativos. Desde colores intensos como *Indian Yellow, Pumpkin y Coral* hasta tonalidades pastel de tendencia como *Pastel Green, Pastel Pink o Matcha Tea*.

Una nueva paleta de color llena de vida, en papel y cartulina, con alta rigidez y volumen, para adaptarse a cualquier técnica de impresión.

Además, le invitamos a conocer nuestro *Keaykolour Coral*, un color que, sin duda, marcará tendencia. Animado y vital, el color del 2019.

La gama *Curious Metallics* también sorprende con nuevas tonalidades metálicas, frescas y sutiles como *Aloe y Aquamarine*, y colores intensos y eléctricos como *Peacock y Electric Blue*.

Una nueva paleta de 30 colores para aportar efectos de impresión únicos a sus proyectos, siempre ofreciendo el mejor rendimiento y calidad de impresión.

Y como principal novedad, todo un ejemplo de innovación en la ciencia del papel. ¡Así se presenta *Curious Alchemy!* Un nuevo concepto de papel con una apariencia metálica única y envejecida. Nuevas texturas que huyen de la uniformidad y buscan contrastes arquitectónicos de tendencia.

Descubra sus cinco tonalidades inspiradas en los elementos de la Tabla Periódica: *Silver (Ag), Titanium (Ti), Gold (Au), Copper (Cu) y Platinum (Pt)*, en gramajes 120g y 300g y sobres a juego. La creatividad es infinita y por eso Antalis continúa innovando para ofrecerle el más amplio y exquisito portfolio de papeles creativos, con los mejores estándares de calidad, a la altura de los proyectos más exigentes. ▸

NOTICIAS

- 01 ▶ LA FAMILIA CRECE
HEIDELBERG
- 02 ▶ ASPACK
ADN PACKAGING
- 03 ▶ PROYECTO
PRIMEFIRE
- 04 ▶ CALENDARIO
HSP 2019



01 ▶ A partir del 1 de enero, la familia de Heidelberg Spain se ha visto incrementada con nuevos colaboradores y productos y ha reforzado su Servicio Técnico con nuevos especialistas. Gallus inicia en HSP su nueva etapa en España con Josep López como Product Manager y nuestro catálogo se ha visto enriquecido con nuevos productos y equipos para el mercado de etiquetas. Para la zona Centro y Galicia, incorporamos a José Gómez, gran conocedor del sector y del mercado que se responsabilizará de los clientes que antes visitaba Ángel Grutzmann. Por su parte, Ángel Grutzmann toma la responsabilidad como Product Manager de Sheetfed, Postpress Commercial y Maquinaria Usada. A propósito del departamento comercial en la zona centro y Galicia, nuestros clientes seguirán recibiendo las visitas de nuestros colaboradores Manuel Balastegui y ahora José Gómez. ▼

02 ▶ Participamos en el congreso de ASPACK una vez más como Socios Colaboradores Premium. La valoración ha sido muy positiva, hemos podido compartir nuestros conocimientos y nuestras ideas con los responsables de las más importantes firmas del sector. Tras la ponencia de Jordi Giralt, Responsable de la Primefire en Heidelberg, un gran número de asistentes se interesó por la novedad. Antes de verano un grupo de imprentas referentes en el sector del packaging viajarán a Wiesloch para conocer de primera mano la Primefire 106. ▼

04 ▶ El calendario de Heidelberg Spain de este año 2019 ha sido realizado por los alumnos de las escuelas Puerta Bonita de Madrid y l'Escola Antoni Algueró de Barcelona. Una puesta a prueba de las generaciones venideras y un ejemplo más de cómo los más jóvenes son los que tienen las llaves del futuro. ▼

03 ▶ La Primefire 106 es una máquina de referencia en Heidelberg. Con una tecnología de inkjet desarrollada con Fuji y estructura de salida XL 106, este equipo está pensado para la industria del packaging más exigente y apunta a ser un icono en el mercado gráfico futuro. Para Graphispag 2019, nos hubiera gustado tener la máquina en nuestro stand y, de alguna manera, lo hemos conseguido. Con Antalis, Troqueles Rubio, empresa puntera en el mundo del troquel desde 1978, y con Anfigraf, una imprenta 100% Heidelberg, nos pusimos a trabajar e iniciamos el «Proyecto Primefire».

El proyecto ha tenido como resultado un modelo a escala, impreso en cartón y pre troquelado, que usted podrá recoger en nuestro stand durante los días que dure la feria. Queremos instalar muchas Primefire 106, ¡y queremos empezar por las estanterías de su despacho! ▼

Redacción
Ángel Pérez, Alba Pérez

Dirección artística y maquetación
Alba Pérez

Fotografía*
Ángel Pérez, Alba Pérez


* Imágenes cedidas: Pág. 46 - IMEDISA / Pág. 50 - Ilustración de Marina Núñez



Sus ideas llegan más lejos con la impresión digital



d2b
DIGITAL TO BUSINESS



www.antalis.es

La impresión digital está revolucionando el mundo de la impresión.

Es por ello que Antalis ha lanzado la iniciativa d2b "Digital to Business" para ayudarle a aprovechar el desarrollo de este sector y capturar nuevas oportunidades de negocio que le permitan incrementar su beneficio y rentabilidad.

Para aprovechar estas nuevas oportunidades, Antalis comparte sus conocimientos, experiencias y mejores prácticas, con impresores digitales, agencias de comunicación, anunciantes, diseñadores, editores, fabricantes de papel y de maquinaria digital, que son los principales actores de este mercado.

Para descubrir la diversidad de la gama digital de Antalis, estucados, no estucados, creativos y especialidades, específicamente diseñadas para imprentas digitales, para utilizar nuestro selector de papel digital d2b y para unirse a nuestros eventos con clientes d2b.

¡Simplemente pregunte a Antalis!

antalis

EM

Just ask Antalis