



FEDRIGONI·EGISA·TOMÁS HERMANOS·GRÁFICAS SALNÉS·TEMPS SAFEKAT·ONLINEPRINTERS SPAIN·ESSENTRA·CPI BLACK PRINT GRÁFICAS LA PAZ·CREAPRINT·GRÁFICAS DIBE·GRÁFICAS ANDALUSI GRAPHYCEMS·GRÁFICAS SADURNÍ·GALERÍA GRÁFICA·3GRAPHIC CARPISA·GRÁFICAS IM-TRO·SITTIC·GRUPO ZONA·GRÁFICAS MIGER ENTREVISTAS: JOSÉ LUIS GUTIÉRREZ·JESÚS ALARCÓN - NEOBIS JUAN CARLOS LOZANO·PATRICIA Y CRISTINA GARCÍA-MANSO - DIN



EDITORIAL

EL VALOR DE ESCUCHAR

Era abril de 2016 y leía la editorial de Javier de Quadras, mi predecesor, sin saber exactamente cómo sería el camino que me ha llevado hasta hoy. Después de estos 6 años, hoy, me gustaría trasladarles un sencillo "gracias por abrirme las puertas de sus empresas". Ahora podría seguir con un recurso tipo "me he sentido muy apreciado" pero no lo haré, porque lo que realmente valoro es que "me he sentido escuchado". Hoy en día, escuchar se ha convertido en un valor esencial, nos abre las puertas a aprender, a mejorar y nos ayuda a valorar y a tomar decisiones. Por ello, repito, gracias por escucharnos durante estos 6 años. Ha sido un lujo poder escuchar sus sugerencias, felicitaciones, peticiones o quejas.

Desde mi puesto de Director General, y como representante de Heidelberg en España, he trabajado para poder buscar soluciones a sus necesidades. Hemos pasado juntos crisis climáticas, pandemias, cambios de gobiernos, y a veces no hemos tenido capacidad de ofrecerles la solución esperada, pero la sensación que nos queda es que siempre hemos intentado escucharle y hemos tratado de darle una respuesta. Lo he dicho en muchas ocasiones y lo volveré a repetir: nuestro foco es Usted, el cliente.

Como decía Javier de Quadras en su última editorial, "hemos llegado al final de un camino que, a la vez, es el inicio de otro". A partir del 1 de enero, Gunnar Vogt, hasta hace unos meses Responsable de Heidelberg para Sudamérica, iniciará su labor como Director General de Heidelberg Spain. Por mi parte, le deseo un recorrido repleto de éxitos, y, estoy seguro, que sabrá sacarle provecho a nuestro principal capital, el equipo humano de Heidelberg Spain.

Este número será muy especial. Por el gran volumen de instalaciones que recoge, por que hemos llegado al número 90 de esta publicación y porque da una visión optimista del mercado español, que no solo se actualiza y refuerza con nuevas tecnologías y equipos, sino que destaca incluso por su participación a nivel internacional. En el número 90 de Heidelberg Gallery encontrará entrevistas, nuevas tecnologías, instalaciones y casos de éxito. Le invitamos a leerla y esperamos que disfrute de ella.

A partir de aquí, no podemos saber que nos deparará el futuro, pero estamos seguros de que, por nuestra parte, y en este caso hablo en nombre de Gunnar Vogt, seguiremos escuchándolo y trabajaremos intensamente para poder darle respuesta y ofrecerle soluciones óptimas. Gracias por la confianza y hasta pronto.

José Luis Gutiérrez – Director General

CONTENIDO

HEIDELBERG GALLERY 90

04: José Luis Gutiérrez ENTREVISTA

Hablamos en una última entrevista con José Luis Gutiérrez, CEO de Heidelberg Spain. Tras seis años al mando y después de una extensa carrera en el mundo gráfico y empresarial. Gutiérrez se despide.

13: La medida del éxito GRÁFICAS SALNÉS

Con más de 35 años de recorrido, Salnés hace bandera de su ADN gallego. Ubicada en Cambados, Pontevedra, la imprenta está especializada en Packaging Premium, sector en el que se les considera un referente.

26: Hacer fácil el día a día

El objetivo de la imprenta madrileña Carpisa es claro: convertir sus productos en artículos indispensables para las personas en el desarrollo de sus tareas cotidianas, ya sea en el trabajo, la escuela o el hogar.

35: Juan Carlos Lozano ENTREVISTA

Juan Carlos Lozano, actual Director Comercial en Heidelberg Spain, inició su relación con la compañía en 1973. Hoy, en 2021, pasamos un día entero con él para repasar sus casi 50 años de carrera en la empresa.

47: Con carácter global GRÁFICAS ANDALUSI

Gráficas Andalusi destaca por un proyecto que traspasa fronteras y por una estructura industrial muy bien planificada, enfocada a dar respuesta a sus clientes, especialmente del mundo editorial.

61: En constante equilibrio

En los últimos tres años, 3 Graphic ha invertido en cinco equipos que completan un ambicioso plan de futuro. El control y el dominio de todos los procesos aseguran que la calidad del producto final esté a la altura.

75: Impresión sin límite GRUPO ZONA

Aprovechar cada situación y crecer con ella requiere un talento especial. En plena pandemia, Grupo Zona modeló su oferta y se convirtió en líder de venta de mascarillas y especialistas en mamparas de seguridad.

06: Printed on Arena FEDRIGONI

El exclusivo proveedor de papel, cartulinas y cartones italiano Fedrigoni firma de nuevo el papel del último número de Heidelberg Gallery. Descubra los exquisitos papeles offset de la serie Arena.

17: Reinventarse TEMPS IMPRESORES

Temps consiguió superar las primeras olas de la pandemia Covid-19, gracias al nuevo enfoque empresarial. Su giro hacia la producción de packaging los mantuvo a flote.

28: Un libro en dos días

Safekat se ha codeado con la élite editorial desde su fundación a finales de los 80. Actualmente, se especializa en la impresión digital de ediciones de menos de 25 ejemplares, la denominada *Print On Demand*.

37: Excelencia en lo cotidiano CREAPRINT

En 1987 nace Creaprint como respuesta a la demanda local del mercado de la creciente industria juguetera de los 80. En pocos años, se convierten en especialistas en etiquetas plásticas IML.

51: Neutralidad climática GRAPHYCEMS

Para GraphyCems, es tan importante imprimir un libro de forma impecable como tener un impacto medioambiental neutro. Su maestría en este sector les ha dado fama internacional.

65: Empezar de cero GRÁFICAS IM-TRO

Hace dos años, se originó un incendio en una nave colindante a la de IM-TRO que arrasó con la planta de producción de la imprenta. Los propietarios no dudaron ni un segundo para reconstruir su imprenta.

79: Packaging de culto GRÁFICAS MIGER

En Miger se rinde culto a la caja. La profesionalidad transciende de lo protocolario e imprimir va acompañado de una particular liturgia, que convierte a cada producto en objetos únicos, en elementos de culto.

07: Packaging de autor

Tras 55 años, EGISA continúa creando y fabricando estuches plegables de alta gama para las más prestigiosas marcas de la industria de la perfumería, cosmética, vinos, licores y alimentación gourmet.

21: Nueva Polar Autotrim ESSENTRA PACKAGING

Desde sus inicios, la compañía adquirió relevancia en su sector y de forma constante ha sabido incorporar nuevas tecnologías que le han permitido afrontar nuevos retos. Hoy, hablamos de ellos como un proveedor global.

29: La eclosión de un libro CPI BLACK PRINT

Un trabajo impecable, años de experiencia, un parque de maquinaria completo y flexible y una excelente relación con el mundo editorial, ha posicionado a esta imprenta como líder nacional e internacional.

42: Calidad ante todo GRÁFICAS DIBE

Gráficas Dibe es una imprenta que solo tiene un objetivo cuando inician un trabajo: la calidad. La compañía madrileña nos abre sus puertas para hablarnos de su última inversión, una Suprasetter A106.

55: Sadurní y...;Goool! GRÁFICAS SADURNÍ

Sadurní es un caso a estudiar. Con un perfil comercial, la imprenta de Sant Joan Despí no solo no cerró, sino que invirtió en un momento en el que otras imprentas similares estaban cerrando.

69: DIN Impresores ENTREVISTA

Patricia y Cristina G. Manso, al mando de DIN Impresores, nos dan su impresión sobre el sector gráfico y comparten su visión sobre cuestiones que todo impresor y empresario debería tener en cuenta.

11: Profesión y familia TOMÁS HERMANOS

Con una base tecnológica 100% Heidelberg, esta imprenta de corte comercial basa su filosofía en mantener una estrecha colaboración con el cliente, participando activamente en el desarrollo de cada proyecto.

24: Imprenta 360 ONLINEPRINTERS ESPAÑA

Anteriormente conocida como Copysell, se define como una imprenta comercial 360°. La compañía viene avalada por sus más de 35 años de experiencia, su equipo humano y sus equipos de última generación.

33: Una imprenta global GRÁFICAS LA PAZ

Cuando hablamos de mercado gráfico, tenemos tendencia a catalogar al sur como un demandante, más que como un generador de oferta. Pero no es así: la industria gráfica en Andalucía goza de gran salud.

44: Jesús Alarcón ENTREVISTA

Jesús Alarcón, Secretario General de neobis, hace acopio de su sabiduría y da respuesta a 8 preguntas frecuentes de la industria gráfica. El resultado, un *Manual de Supervivencia* para el impresor.

57: Empaquetando fidelidad GALERÍA GRÁFICA

Más de 70 años de experiencia, 60 especialistas, 120 millones de estuches al año, 16 cuerpos de impresión y más de 5.000 metros cuadrados de instalaciones son algunas de las cifras que abalan a Galería Gráfica.

72: Siempre a la vanguardia

Diferentes encargos y proyectos entran cada día en Sittic y cada día salen de sus instalaciones miles de pliegos impecablemente impresos. ¿Cuál es el secreto para poder coordinar todo ese flujo de entradas y salidas?

EN PORTADA: Gráficas Miger

ENTREVISTA

JOSÉ LUIS GUTIÉRREZ UN SEGOVIANO ACCIDENTAL



Por Carlos Alonso EtiquetaNews

Introducción por Ángel P. Vico MarCom & eCommerce Manager

osé Luís Gutiérrez es un segoviano accidental. Nació en Segovia, pero su forma de ver el mundo lo podría situar como nativo de Berlín, Londres o Sao Paolo. Su formación académica, licenciado en Económicas y Censor Jurado de Cuentas, y su dilatada carrera profesional, lo han paseado por muchos países y empresas de Francia, Argentina, Portugal, México y Brasil. Todas estas experiencias le han permitido adoptar de cada territorio todo aquello que le ha parecido interesante, integrándolo en su forma de ser. Y todo este equipaje lo ha dotado de una entidad internacional y de un carácter flexible e imaginativo.

Buscar el recurso adecuado ha sido desde muy pe-

dad con 16 años recién cumplidos y, aunque nada fue sencillo, él lo hizo fácil aplicando siempre el criterio de la positividad. He tenido la suerte de haber compartido con José Luís Gutiérrez estos 6 años y ha sido para mí un honor trabajar a su lado. Solo puedo desearle lo mejor y darle las gracias por haberme dejado crecer y mejorar integrado en su equipo. F

queño su forma de mejorar. No basta con crecer, en su filosofía de vida la mejora continua va intrínseca al crecimiento. De una familia numerosa, José Luis destacó por su capacidad de generar recursos propios. Me fascina la historia de su carrera como monaguillo, unos lo hacen por devoción, pero él lo convirtió en profesión. Consiguió coordinar su agenda y atender de monaguillo en las cinco iglesias del barrio de San Marcos donde nació. De todas ellas, cobraba una peseta como honorarios y su nivel de profesionalidad impedía incursiones o competencia de otros aspirantes. Llegó a la universi-



José Luis Gutiérrez, que deja su puesto tras 6 años como CEO de Heidelberg Spain, posa sonriente mientras pasea por La Granja, Segovia.

El 1 de abril del 2016 Javier de Quadras le pasaba el relevo en la dirección de Heidelberg Spain y hoy es usted quien lo hace con Gunnar Vogt. ¿Cómo definiría en pocas palabras su experiencia de estos 6 intensos años?

Ha sido un camino con muchas conquistas y no pocas decepciones, pero el balance a nivel personal y profesional es muy satisfactorio. Aquí he aprendido y sigo aprendiendo cada día, con cada cliente y con cada una de las personas que forman parte de Heidelberg. Siento que mi trabajo ha tenido sentido.

Durante estos 6 años hemos visto muchos cambios en Heidelberg Spain. ¿Cuál destacaría, o de cuál se siente más orgulloso?

Sin dudar, el cambio de mentalidad de las personas que conformamos la empresa, ahora todos y todas somos conscientes del papel *central* que el cliente tiene en nuestro trabajo y en nuestros objetivos.

Cuando usted tomó las riendas de HSP, comentó en una entrevista que su foco era la satisfacción del cliente. ¿Cómo valora ahora la situación?

Si nos situamos en una escala del 1 al 10, iniciamos nuestro camino con un 3 o un 4. Hoy, por lo que recibo por parte de los clientes, estamos rozando el 7. Hemos trabajado mucho, pero nos queda aún un largo camino.

En el 2016 hablábamos aun de impresión digital, hoy hablamos de digitalización. ¿Hacia dónde vamos? ¿Cómo ve el futuro del sector?

Es un sector apasionante donde conviven diferentes tipologías de empresa, desde grandes multinacionales a pequeñas empresas familiares. Todas ellas tendrán éxito en la medida que sean capaces de generar productos de mucha calidad y alto valor añadido a un precio competitivo. Todas y todos tendremos futuro en la medida que vayamos de la mano del desarrollo tecnológico y estemos muy atentos a las grandes oportunidades que aparecen, por ejemplo, la sustitución del plástico por el cartón o el papel.

Respecto a la coyuntura del mercado, ¿cree que la pandemia ha cambiado el paradigma del concepto crisis? ¿Cree que somos más fuertes ahora o simplemente nos hemos acostumbrado a vivir en un estado de crisis endémica?

La pandemia ha acelerado el proceso de cambio que iniciamos hace años. Es un hecho que para muchas empresas con una débil estructura financiera ha supuesto un duro golpe. Sin embargo, a todos nos ha hecho en-

«He trabajado en muchos mercados y puedo decir que el español es uno de los más avanzados del mundo, pero donde aún persisten muchas empresas que NO han aplicado mejoras»

tender la importancia de dotar a las empresas de herramientas que hagan posible la *flexibilidad* y que estén totalmente orientadas a generar valor en los clientes. Esta crisis ha generado nuevas oportunidades y una nueva forma de entender la vida; sin duda, nos ha fortalecido.

Después de estos 6 años, ¿cómo ve el mercado español? ¿Es hoy más maduro? ¿Está más preparado?

He trabajado en muchos mercados y puedo decir que el español es uno de los más avanzados del mundo, donde aún persisten muchas empresas que NO han aplicado mejoras para conseguir incrementar la productividad y eficiencia tecnológica. Este tipo de empresa ha mantenido la misma estructura, no ha invertido en nuevos equipos y han quedado totalmente desfasadas y anticuadas y, por tanto, se enfrentan a un futuro complicado. En este contexto, en pocos años habrá una reducción del número de empresas y un aumento del volumen de impresión.

Nos gustaría que nos diera alguna pista de cómo ve el futuro y cómo afronta usted el suyo

Soy de naturaleza optimista y creo en la frase "a Dios rogando y con el mazo dando". Cada uno de nosotros vamos construyendo el futuro e influimos en las crisis, en las pandemias o en el cambio climático. Todas y todos influimos en la construcción del futuro y formamos parte de la historia de la humanidad. Personalmente me dedicaré en cuerpo y alma a Heidelberg Spain hasta la fecha de mi salida y posteriormente tengo muchas "ideas" en la cabeza, y aunque no han cristalizado en una decisión todavía, sé que no podré estar parado. F



FEDRIGONI

ARENA EXTRA WHITE SMOOTH

o es la primera vez que imprimimos Heidelberg Gallery sobre papeles de la gama Arena de Fedrigoni. Arena es como esos tejanos que te has puesto mil veces y te siguen quedando bien. Este papel blanco extra suave es un soporte versátil y con un rendimiento óptimo para una impresión offset, aunque el papel soporta perfectamente cualquier tipo de tecnología.

La gama ofrece **Ivory**, un ahuesado brillante, **Natural**, un blanco sin blanqueamiento óptico, **White**, con un tono cálido y **Extra White**, con tendencia más fría. Los acabados son **Smooth**, **Rough** y **Bulk** (liso, rugoso y volumen). De los cuatro tonos y tres tipos de acabados de la colección, nosotros hemos escogido para nuestra publicación la combinación **Extra White Smooth**, para que la transición entre la contemplación y la lectura sea suave y clara.

Una revista como Heidelberg Gallery recoge diferentes imágenes tomadas en condiciones distintas, combinadas con texto de apoyo de tipo divulgativo. Ésta amalgama de elementos requiere un soporte que trate los diferentes ítems con el mismo nivel de jerarquía grá-

fica y resolución en la impresión. Arena se ha convertido en la opción ideal para el diseño e impresión de Heidelberg Gallery.

Por otro lado, y enmarcado en las políticas de sostenibilidad y de nuestra empresa, la nueva gama encaja a la perfección en nuestra filosofía medioambiental. Este papel es reflejo de la determinación de Fedrigoni de reducir aún más el impacto ambiental de su producción, gracias a dos aspectos clave: por un lado, la gama Arena ha conseguido disminuir los residuos de fabricación derivados de la transición de una producción a otra; por otro, el proyecto Arena ha logrado compartir el proceso de producción entre las fábricas de papel italianas ubicadas en Verona, Varone y Pioraco, que forman parte del Grupo Fedrigoni.

Esperamos que disfruten del papel y de su contenido.

INFORMACIÓN DE CONTACTO

www.fedrigoni.es infoespana@fedrigoni.es 91 684 60 88 / 93 668 72 70



n Barcelona, donde se encuentra la sede, EGISA lleva más de 55 años creando y fabricando estuches plegables de alta gama adaptados a las necesidades particulares de las más prestigiosas marcas de la industria de la perfumería, cosmética, vinos, licores y alimentación gourmet.

Creatividad, arte y tradición combinan a la perfección con tecnología de vanguardia e innovación. El compromiso de la marca es la búsqueda permanente de la excelencia, tanto en la calidad de sus productos como en los servicios que ofrecen. EGISA se ha posicionado como uno de los mejores socios para desarrollar proyectos de packaging premium y actualmente disponen de una fuerte presencia a nivel nacional e internacional.

Invitados por Carlos Labori, gerente de la empresa, y Laure Molinié, responsable de Marketing, paseamos por el espléndido showroom de la compañía intentando, casi como en un juego, adivinar todas las capas, procesos y técnicas que recoge cada proyecto en forma de caja o estuche. "No sólo fabricamos cajas, también imprimimos historias. Cada proyecto, cada estuche cuenta una historia y está diseñado con su propio lenguaje, según la marca, el público y por supuesto el producto que contiene. Detrás de cada caja hay un proyecto único, especial, hecho a medida y personalizado. Para nosotros, saber interpretar el briefing de nuestros clientes es la llave del éxito. Por esto, participamos activamente en el proceso creativo, brindando soluciones técnicas, atendiendo a nuestros clientes y asesorándolos durante todo el desarrollo del proyecto", nos comenta Carlos.

En EGISA, podríamos decir que se hace un packaging de autor. Para cada proyecto, la ingeniería es una herramienta fundamental, pero sin duda, el secreto es saber combinar de forma integral las diferentes técnicas involucradas en la fabricación de un estuche, para que el resultado no sea solamente WoW. Un buen packaging ha de cumplir a la perfección su objetivo principal, que no es otro que transmitir al consumidor final la transcendencia del producto y, por supuesto, el espíritu de la marca.

Speedmaster XL 106, apostar por el mejor

Desde hace muchos años, la empresa imprime con tecnología Heidelberg Speedmaster y encarga su corte a equipos firmados por Polar. En 2017, fue cuando instalaron una línea de corte High-Speed Cutter POLAR N 137 PLUS y en 2013, dieron el salto en impresión con la instalación de la primera Speedmaster XL 106. Actualmente, EGISA está trabajando también con una nueva Speedmaster XL106 con 10 cuerpos de impresión, un módulo de Vinfoil para aplicación de estampación en frío





«No sólo fabricamos cajas, también imprimimos historias. Cada proyecto, cada estuche cuenta una historia y está diseñado con su propio lenguaje, según la marca, el público y el producto que contiene. Detrás de cada caja hay un proyecto único, especial, hecho a medida y personalizado»

FOILSTAR DE HEIDELBERG

Foil Star de Heidelberg es un sistema de lámina en frío que se ha convertido en tendencia por su rapidez, rentabilidad, sostenibilidad y valor añadido. Donde otros procesos resultan demasiado lentos o caros, el módulo de laminación en frío FoilStar de Heidelberg crea en línea y en una sola pasada efectos metálicos fascinantes, de forma rápida y rentable. Pero este no es el único motivo por el que los impresores utilizan cada vez más aplicaciones de laminación en frío con FoilStar. Las láminas de estampado en frío ahorran energia, ya que se trata de un proceso sin calor y en una pasada. Además, facilitan el reciclaje, porque sus pigmentos de aluminio se separan más fácilmente del soporte impreso que el recubrimiento de los cartonajes decorados con PET metalizado o stamping.

El módulo FoilStar de Heidelberg genera acabados brillantes y versátiles con láminas en frio. Este sistema de estampado admite finas tramas, sobreimpresiones, barnizado, estampado posterior y el empleo de láminas de efectos y sustratos originales. Coldfoil es un acabado de calidad a un precio atractivo, la aplicación de la lámina es posible llevarla a cabo a velocidad de impresión máxima. Por ejemplo, en una Speedmaster XL 106, conseguimos velocidades de hasta 18.000 pliegos por hora.

Los pliegos impresos realizados pueden seguir procesándose inmediatamente sin necesidad de pasos intermedios. Esto y la rápida conversión acortan enormemente los tiempos de proceso y, por tanto, colaboran en el ahorro de energia, situando este proceso en un facilitador del concepto Ecofriend.

◀ Actualmente, EGISA está trabajando con una nueva Speedmaster XL106 con 10 cuerpos de impresión personalizados y un módulo de Vinfoil para aplicación de estampación en frío. y una combinación de letras que parecen un trabalenguas, pero que, convenientemente ordenadas, generan magia en la impresión. Los secretos mejor guardados son los que no se explican, y esa enigmática configuración es la que ayuda a la compañía a plasmar con éxito en forma de estuche los encargos de sus clientes.

XL 106-8 ??? - El secreto mejor guardado

Uno de los puntos fuertes de la XL 106 es que está dotada de tecnología inteligente Push to Stop y de secadores Drystar LED, convirtiéndola así en la primera máquina de impresión con esta tecnología de Heidelberg instalada a nivel mundial. La configuración de este equipo es producto de la experiencia, de la profesionalidad de un equipo técnico y de una mirada puesta claramente en los objetivos. La máquina está pensada tanto para conseguir imposibles en el futuro, como para mejorar los procesos que ya están funcionando actualmente.

El concepto integral y la capacidad de producir cajas en línea en una sola pasada hacen que este equipo se postule como el actor imprescindible a la hora de pensar en ratios de retorno. Así, se confirman de forma tangible las mejoras del OEE (Overall Equipment Effectiveness) y los incrementos en rendimiento y productividad de la planta. "Necesitamos confiar no solo en una máquina, sino en el equipo humano que hay detrás. Y ese tándem tecnología/equipo humano de Heidelberg funciona con nosotros a la perfección", afirma Carlos. "



▲ En Barcelona, donde se encuentra la sede, EGISA lleva más de 55 años creando y fabricando estuches plegables de alta gama para las más prestigiosas marcas de la industria de la perfumería, cosmética, vinos, licores y alimentación gourmet.



▲ La Speedmaster XL 106 de EGISA cuenta con tecnología Push to Stop y secadores Drystar LED, convirtiéndola así en la primera máquina de impresión con esta tecnología de Heidelberg instalada a nivel mundial.

▼ÚLTIMA HORA

Barcelona, 16 de diciembre de 2021

José Luís Gutiérrez, CEO de HSP a la izquierda, junto a Carlos Labori, Director General de EGISA, después de cerrar la negociación de la última inversión de la compañía. Con esta adquisición EGISA convierte el 100% de sus líneas de impresión en tecnología Heidelberg.



TOMÁS HERMANOS

PROFESIÓN Y FAMILIA

Tomás Hermanos es una empresa madrileña fundada en 1978 por D. Bartolomé Tomás y su esposa Dña. María Rosa García. Hoy, sus tres hijos ofrecen servicios de impresión con una base tecnológica 100% Heidelberg. La imprenta es de corte comercial y basa su filosofía en mantener una estrecha colaboración con el cliente, participando activamente en el desarrollo de cada proyecto que llega a sus manos.

i intentamos resumir este proyecto empresarial en 2 palabras, nos veríamos obligados a utilizar un antagonismo. Tomás Hermanos es una empresa profesional-familiar; profesional porque su estructura está basada en la racionalización de los medios, en la disposición de recursos técnicos de última generación y una plantilla muy profesional pero, por otro lado, la compañía mantiene un ambiente y un trato familiar que hace que la relaciones en este entorno sean fluidas y sencillas. Los miembros de esta imprenta madrileña se sienten orgullosos de su trabajo y ese es el espíritu que captamos durante la visita.

Durante los últimos años, han apostado por la tecnología Heidelberg, incorporando una Speedmaster CD 74-5-LF y una SM52-2. En digital, cuentan con una Versafire EV y en corte, con una POLAR 92. La última incorporación ha sido la Suprasetter A75 DTL, que llegó junto con el Production Manager.

El Production Manager se instaló durante la pandemia, pero gracias a la colaboración y el buen ambiente creado en la distancia por los dos equipos, la instalación se llevó a cabo con éxito. Según Miguel Ángel Tomás, miembro de la dirección, nos explica: "En aquel momento tan complicado, trabajamos codo con codo con Heidelberg Spain y conseguimos terminar la instalación





▲ Jaime de Diego, Digital Product Manager en Heidelberg Spain, conversa con el operador de máquina. En la siguiente página, Miguel Ángel Tomás, Gerente de la compañía y De Diego posan junto a una Versafire EV.

del ProMan con éxito. Posteriormente continuamos con el proceso de implantación del Business Manager vía remoto: nosotros trabajamos desde la imprenta y los técnicos lo hacían a distancia desde otras ciudades. Incluso cuando hubo un parón total por actividad en el país, pudimos conectarnos con los servidores de la imprenta y seguir implementando el Business Manager. Durante este periodo de pausa de producción, Heidelberg puso a nuestra disposición las diferentes herramientas que hicieron posible poder continuar mejorando. Hoy, la imprenta está más preparada para superar cualquier crisis".

Prinect Production Manager, el camino adecuado

"En un mercado cada vez más especializado y exigente, es preciso replantearse temas como mejorar de forma constante la calidad y los procesos. Prinect Production Manager es un instrumento clave para conseguir incrementar productividad, maximizar la flexibilidad y controlar la calidad de nuestros servicios" apunta Miguel Àngel. "Un elemento clave ha sido integrar todos los procesos y los diferentes flujos de producción en un único workflow. De esta forma, conseguimos rentabilizar los tiempos y el control total de la calidad estandarizando y automatizando los diferentes procesos. El resultado es una reducción significativa de la inter-

«El Production Manager se instaló durante la pandemia, pero gracias a la colaboración y el buen ambiente creado en la distancia por Heidelberg y Tomás Hermanos, la instalación se llevó a cabo con éxito»

vención de nuestros operarios, la disminución de desperdicios y por supuesto, la mejora de la calidad. Tenemos que conseguir tener a nuestro cliente satisfecho. Nosotros seguiremos confiando en Heidelberg, porque nuestros clientes siguen confiando en nosotros".





Gráficas Salnés es una empresa dedicada a la producción gráfica que hace bandera de su ADN gallego. Ubicada en Cambados, Pontevedra, la imprenta está especializada en Packaging Premium y hoy, no por sus más de 35 años de experiencia, sino por su capacidad de hacer frente a futuros retos, se ha convertido en una de las imprentas españolas con mayor proyección.





▲ La calidad tiene sus requerimientos y Salnés ha sabido escoger entre el catálogo de opciones que se le ofrecía desde Heidelberg. Finalmente, la Speedmaster CX 102 5-L fue el equipo y la configuración elegidos.

LA CATEGORÍA PEAK PERFORMANCE. SPEEDMASTER CX 102

Rápida, ecológica y brillante: La Speedmaster CX 102 cinco colores con grupo de barnizado y tecnología LE UV ofrece a los clientes la máxima calidad y una impresión más sostenible, además de brindar unos acabados de lo más diversos: desde alto brillo, goteos y barnizados mates hasta efectos brillo-mate combinados en una sola pasada (los pliegos se depositan secos en la salida y pueden pasar al acabado de forma immediata). Esta tecnología abre el campo a nuevas aplicaciones, también a nivel de soportes de impresión. Gracias al LE UV, la impresión aumenta en flexibilidad y en la variedad de los soportes, pudiendo imprimir desde productos de publicidad hasta impresos en láminas de PVC, con materiales absorbentes y no absorbentes, e incluso en papeles sin estucar con unos resultados impensables hasta no hace mucho.

alnés es un especialista en envases premium y su cartera de clientes abarca sectores como el de la perfumería, farmacia, vitivinícola y de conservas, entre otros, con empresas de trascendencia local y también compañías con presencia transnacional. Tal como nos comenta Falcón, la empresa cuenta con clientes en todo el territorio español y Portugal, y entre sus cuentas figuran grandes multinacionales, que dejan en sus manos estuches de perfumes, licores o alimentación gourmet.

Miguel Falcón Noya, Director de Gráficas Salnés, ha dirigido durante años esta compañía y ha sabido establecer en cada momento la estructura más idónea para cada etapa. La compañía se ha enfrentado en los últimos años a un ambicioso plan de inversiones y a un programa de empresa que le permitiese consolidar su trayectoria sin perder su identidad, y para ello decidió buscar un partner que le permitiera hacer frente a sus necesidades. A principios del 2020, Salnés entro a formar parte del Grupo empresarial gallego Figrupo, que engloba diversos sectores y muchas empresas de la comunidad. Gracias a esta apuesta, la imprenta está consiguiendo crecer de forma continua e incluso se plantean nuevas inversiones. "Hoy, nuestra apuesta forma parte de una estrategia madura y nuestro objetivo es disponer de herramientas que nos ayuden a conseguir muchos éxitos en el futuro" afirma Rodrigo Fernández de Castro, director general de Figrupo, que nos acompaña durante la visita.

El trabajo bien hecho tiene premio

Producto de un trabajo bien hecho y de un equipo humano muy bien preparado, Gráficas Salnés ganó, entre otros, el premio Liderpack en la modalidad de Mejor packaging de bebidas, por dos envases realizados en

«La CX 102 5-L, con su formato 70x100, es un equipo pensado para afrontar nuevos retos y, a la vez, nos sitúa en un inmejorable escenario: ahorros de hasta el 50% en puesta a punto, impresión autónoma, rapidez y atención remota»

▶ De izq. a dcha.: José Gómez (Responsable de zona de Heidelberg Spain), Rodrigo Fernández (director general de Figrupo), Miguel Falcón (Gerente de Gráficas Salnés) e Ignacio Baquero (Product Manager de Heidelberg de la línea de Press).

▼ La compañía se ha enfrentado en los últimos años a un ambicioso plan de inversiones. Prueba de ello son sus modernas instalaciones con equipos de última generación.





colaboración con el equipo de diseñadores de la bodega Martín Códax, para sendos vinos de la cooperativa cambadesa, "Mara" y "Marieta".

Los Liderpack son unos premios anuales del sector de las artes gráficas, y la empresa de Cambados cuenta también con un premio en 2018.

La respuesta: Una Speedmaster y 2 MK

La calidad tiene sus requerimientos y Salnés ha sabido escoger entre el catálogo de opciones que se le ofrecía desde Heidelberg. Finalmente, la Speedmaster CX 102 5-L fue el equipo y la configuración elegidos. La imprenta ya contaba con dos equipos de impresión firmados por la marca, por lo que la nueva inversión no supuso un cambio de paradigma, simplemente se ajustó a un proceso de evolución natural.

En la actual sede, la nueva CX comparte espacio con una CD 102 y dos MK Easymatrix 106 que forman parte del nuevo plan de inversión de la compañía.

La CX 102 5-L de Salnés con su formato 70x100 es un equipo pensado para afrontar nuevos retos, pero a la vez, nos sitúa en un inmejorable escenario: ahorros de hasta el 50% en puesta a punto con AutoPlate Pro, impresión autónoma desde el primer hasta el último pliego, rapidez y transparencia en los procesos – incluso en cambios de trabajo complejos, 16.500 pliegos por hora soportando una amplia gama de sustratos, conexión remota, análisis de errores, asistentes inteligentes y muchos más detalles. El objetivo es claro: simplificar el día a día de la imprenta, rentabilizar la producción y abrir nuevas perspectivas de negocio.

Tal como nos comenta Falcón, "La producción de embalajes es un área de rápido crecimiento, pero a la vez, es tremendamente exigente y selectiva. Con los nuevos equipos podemos hacer frente a los desafíos en nuestro trabajo diario. Hemos mejorado nuestros procesos de producción e incrementado notablemente la productividad. Hoy, estamos consiguiendo rentabilidad incluso en tiradas cortas y es difícil pensar en trabajar con un equipo sin los niveles de gestión automatizada con los que contamos hoy".

MK, un tándem perfecto

Frente a la Speedmaster nos encontramos una pareja infatigable, una troqueladora MK Easymatrix 106 CS y un equipo MK Easymatrix 106 FC para estampación en caliente. Alineados y muy especializados, los dos equipos funcionan a toda máquina durante nuestra visita. Con un rendimiento de 7.700 pliegos por hora y unos tiempos de puesta a punto muy reducidos, la troqueladora Easymatrix 106 CS puede manipular materiales

de 90 a 2.000 gr/m² y trabajar con cartón ondulado de hasta 4 mm de grosor. A su lado, la estampadora Easymatrix 106 FC es un equipo Peak-Performance y es la encargada de poner brillo a los estuches, expulsa los recortes y separa las poses en una misma pasada.

Las MK y las Speedmaster están totalmente integradas, gracias al flujo Prinect Production Manager. Este módulo de Prinect cubre todo el flujo de trabajo de producción de Prinect coordinando todos los equipos de sala y generando un alto nivel de cohesión, desde los módulos de preimpresión, pasando por la impresión offset y digital hasta la postimpresión. Lo más destacado de este módulo es que la imprenta, en función de sus requisitos particulares, solo paga por su uso, siempre dispone del software actualizado y puede adaptar la configuración en cualquier momento.

En un sector tan exigente como el de la estuchería para vinos y licores, cosméticos o tabaco, productos todos ellos con alto valor añadido, los acabados pueden representar la diferencia entre ser o no elegidos en el punto de venta. Por ello, la calidad es un requisito. Gráficas Salnés conoce bien su mercado y sabe que solo con los mejores equipos y la más innovadora tecnología es posible hacer frente a las exigencias del Packaging premium.

▼ Un potente tándem, la Troqueladora Easymatrix 106 CS., junto a la estampadora Easymatrix 106 FC.







Temps consiguió superar las primeras olas de la pandemia Covid-19, gracias al nuevo enfoque empresarial. Los pedidos de packaging fueron fundamentales para compensar la caída de pedidos en el ámbito comercial y consiguieron mantener el ritmo, evitando incluso tener que recurrir a los ERTES.

emps es una empresa joven, fundada en el año 2004 por 3 socios. En 2018 la imprenta está bien fundamentada y decide ampliar plantilla. Actualmente, con 7 especialistas trabajando en la planta de Massanassa, la empresa es capaz de dar un importante salto y, a principios del 2020, justo antes del inicio de la crisis del COVID, Temps invierte en equipos MK. Así, amplía su cartera de clientes estratégicos de packaging en la zona de Levante, aunque el espectro de sus clientes tiene proyección en toda la península y también en países del entorno europeo, y mantiene la cartera de comercial. Temps Impresores se ha especializado en la fabricación de todo tipo de estuches y actualmente su facturación para el 2020 se calcula próxima a los 2.000.000 de Euros.

En su nueva planta industrial de Massanassa, el 90% de los equipos instalados son Heidelberg: una nueva Versafire EV-EU en impresión digital; una Suprasetter A74; en plegado, una Stahlfolder CH-66 del 2019; en corte, una completa Guillotina N 115 PLUS con alzadora y vibradora; y en impresión offset, actualmente trabajan con una Speedmaster CD74, que será sustituida en breve por la nueva inversión estrella, una versátil y potente Speedmaster XL 75 de 6 cuerpos de impresión más laca UV. Con este nuevo equipo, la empresa dará cobertura a los nuevos encargos de sus clientes y a las demandas de un mercado tan exigente como el del Packaging. Por último, en post, una Diana y una Promatrix 106 completan el equipo.



[▶] De izda. a dcha., José Luis Gutiérrez, CEO de Heidelberg Spain, Rodrigo Sánchez, fundador de TEMPS y Juan Carlos Lozano, Sales Manager en Heidelberg.



Los últimos equipos instalados de la familia Heidelberg son una Promatrix 106 CSB y una Diana 106, ambas de la marca MK. El equipo técnico de la imprenta está muy satisfecho con el rendimiento de los equipos. "La usabilidad y la fiabilidad de las MK nos ha ayudado a posicionarnos en el mercado a un nivel muy competitivo", comenta Isidoro Sánchez Lozano, gerente de la imprenta.

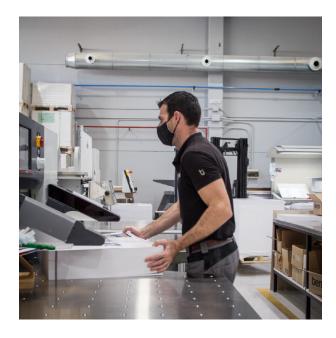
La nueva sala de postimpresión, inaugurada a principio de año, está en pleno funcionamiento durante nuestra visita. Los operarios de máquina nos comentan que se sienten cómodos con los nuevos equipos y que no ha sido complicado hacerlas trabajar integradas en el flujo de trabajo de la compañía.

La empresa mantiene una estrecha relación con sus clientes con el fin de entender sus necesidades y ofrecerles el producto adecuado y la máxima calidad. En la actualidad, Temps ha contratado el Workflow Prinect con Heidelberg. Con Prinect, la imprenta coordinará, autorregulará todos los trabajos y conseguirá una relación más fluida y transparente con sus clientes.

"Somos clientes de Heidelberg de toda la vida. Aunque nuestra relación se acentúa a partir del año 2007, en la actualidad, el 90% de nuestro parque de maquinaria es Heidelberg. Estamos muy satisfechos con la atención recibida. De hecho, nuestra asociación con Heidelberg es continua y así esperamos que lo siga siendo en el futuro", afirma Rodrigo Sánchez, fundador de la empresa.



▲ Los últimos equipos instalados son una MK Promatrix 106 CSB y una Diana 106. En corte, una POLAR N 115 PLUS con alzadora y vibradora completan el equipo ganador en post.





▲ "La usabilidad y la fiabilidad de las MK nos ha ayudado a posicionarnos en el mercado a un nivel muy competitivo", comenta Isidoro Sánchez Lozano, gerente de la compañía.

En referencia a la complicada situación generada por el COVID-19, Rodrigo nos comenta: "Durante la pandemia el servicio técnico de Heidelberg ha buscado soluciones y ha respondido siempre ante cualquier problema surgido en nuestro parque de maquinaria. Estamos muy agradecidos, sobre todo, de las gestiones realizadas por su equipo de comerciales y directivos".

Traspasando fronteras

A mediados de 2021, 8 empresas de todo el mundo fueron seleccionadas por Heidelberg para explicar en primera persona a través de un vídeo testimonio una experiencia de éxito que representara un modelo a seguir. De las 8 empresas a nivel mundial, Temps fue uno de los escogidos. El testimonio completo está disponible en la Mediateca Heidelberg.



La empresa Essentra Packaging adquiere para su planta de Griñón en Madrid una nueva polar autotrim. Tanto la planta de Griñón como la situada en Alalpardo eran parte de la antigua Nekicesa, que desde septiembre del año pasado forman parte del grupo multinacional Essentra Packaging, proveedor líder global de packaging secundario con una presencia global en 10 países por todo el mundo.

a planta situada al sur de Madrid tiene como cliente principal al exigente mercado farmacéutico (aproximadamente, el 80% de la facturación de las plantas de España provienen del sector). La empresa destaca como uno de los actores líder en packaging secundario especializado y en servicios de valor añadido para dicha industria, así como para la cosmética, como la serialización y la impresión digital, entre otros.

Tal como nos comenta Javier Sanz, Production Manager: "para Essentra Packaging es imprescindible confiar en tecnologías de vanguardia que aseguren los altos niveles de exigencia que impone la empresa y el mercado. Por eso, trabajamos con Heidelberg como socio tecnológico. Trabajar con este tipo de sectores nos obliga a ser exigentes con nuestros procesos y mejorar cada día. Además, la compañía ofrece servicios especiales como la impresión digital, 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 proveedores estratégicos y fiables y que trabajen bajo las más estrictas normas de calidad, a la vez que ofrezcan una gran flexibilidad a la hora de gestionar nuevos proyectos de packaging".

Polar Autotrim, un equipo 100% customizable

Como parte de un minucioso plan de inversiones y después de la incorporación de la eficiente Speedmaster CX 102-L, Essentra Packaging invierte para su planta de Griñón en tecnología avalada por Heidelberg. En este caso se trata de una completa línea de corte Polar. El equipo escogido fue una Polar 115 Autotrim.





▲ El nuevo sistema de corte está diseñado para la producción altamente automatizada de etiquetas de corte cuadrado.

▲ José Gómez, Responsable de zona de Heidelberg Spain, y Javier Bernal, Jefe de almacén, posan junto a la recién instalada POLAR Autotrim 115. La guillotina automática POLAR Autotrim 115 es un equipo diseñado para la producción altamente automatizada de etiquetas de corte cuadrado. La Polar Autotrim es un equipo configurable con opciones de mejora del rendimiento adaptadas a los requisitos y necesidades del cliente. La base de esta guillotina es una POLAR N de alta velocidad, a la que se le han añadido funciones adicionales como la eliminación automática de residuos de corte o la estación de alineación móvil.

El equipo quita automáticamente las etiquetas cortadas utilizando para ello la mesa frontal y las desplaza hacia el lado derecho pudiendo invertir la pila si fuera necesario. Por otro lado, la guillotina automática POLAR Autotrim no deja de ser un equipo de corte tradicional de alta velocidad con el que también se pueden realizar trabajos de corte convencional.

Essentra Packaging confirma con esta inversión su carácter de líder y su capacidad de hacer frente a los retos futuros.

«Para Essentra
Packaging es imprescindible confiar en
tecnologías de vanguardia que aseguren
los altos niveles de exigencia que impone la
empresa y el mercado.
Por eso, trabajamos
con Heidelberg como
socio tecnológico»

▼ La base de esta guillotina es una POLAR N de alta velocidad, a la que se le han añadido funciones adicionales como la Eliminación automática de residuos de corte o la estación de alineación móvil.





n cuidado asesoramiento personal, un departamento de maquetación y diseño para impresión offset y digital, una oferta de soluciones para la decoración e instalación final y 6 centros-boutique repartidos por las principales zonas de Madrid hacen de esta empresa un modelo de negocio poco usual. Francisco Camacho, responsable de producción de la planta, nos explica, "nos encargamos de todo, desde el diseño y la maquetación hasta todo el proceso de producción que realizamos con medios propios. Es básico para Onlineprinters España tener un control 360º sobre la calidad de nuestro producto, así como de los acabados y manipulados, finalizando con la logística".

Onlineprinerts España es una compañía que valora la estabilidad en la relación con sus proveedores, y por eso trabaja con Heidelberg como su suministrador global. Ante la necesidad de trasladar desde sus instalaciones en Alemania a Leganés una XL 105-8, la dirección de la empresa también contó con los servicios de desmontaje, montaje e instrucción de Heidelberg Spain. Actualmente, y producto del nuevo parque de maquinaria, la imprenta ha querido cerrar el círculo y ha firmado un nuevo contrato Full Press. Con este nuevo servicio, la compañía se asegura un servicio estable y de calidad a un precio cerrado. Mantenimiento, horas, recambios, desplazamientos, remote y helpdesk se aglutinan en una cuota fija ayudando a la empresa a establecer costes fijos y, sin duda, ganar en rentabilidad.

POLAR, sin duda

La guillotina POLAR N 115 PLUS es un verdadero todoterreno y esa fue una de las características que decantó la decisión de inversión de la imprenta de Leganés. En una empresa como esta, con una amplísima oferta de servicios y soluciones gráficas, un equipo flexible se convierte en una pieza fundamental para los diferentes procesos de producción. Esta guillotina es adecuada para todos los trabajos de corte estándar y se convierte en una máquina incansable con los trabajos repetitivos, gracias a su nivel de programación. El equipo dispone de un interfaz de usuario configurable y cambio de cuchillas OptiKnife, lo que la hace amigable en su uso y muy productiva.

A pie de máquina, el operario se mueve con facilidad, manipulando la pantalla táctil de forma ágil e intuitiva y las pilas dispuestas sobre la mesa se desplazan como si no tocasen con la superficie. Tal como nos comenta Francisco Camacho, "el equipo corta a diario y, por tanto, la experiencia del día a día es la que confirma la relación de confianza entre operario y máquina. Para nosotros, POLAR significa seguridad, calidad y nos costaría mucho convencer a nuestros especialistas en corte de cambiar de marca".

«La guillotina POLAR N 115 PLUS es un verdadero todoterreno y esa fue una de las características que decantó la decisión de inversión. En una empresa como esta, un equipo flexible se convierte en una pieza fundamental para los diferentes procesos de producción»

▼ (Pág. anterior) De izda. a dcha., José Gómez, Responsable de zona en Heidelberg Spain y Francisco Camacho, Responsable de producción de la planta.

▼ Dos operarios a pie de máquina. La XL 105-8 es uno de los equipos estrella más recientes con los que cuenta la empresa.





CARPISA

HACER FÁCIL EL DÍA A DÍA



Carpetería Industrial, SA, situada en el cinturón de Madrid, se especializa en la fabricación y distribución de material para oficina, papelería y logística. En su nave de Humanes, Carpisa dispone de equipos dedicados a la producción de archivos, agendas, material escolar, dietarios, libros de contabilidad y una amplia gama de accesorios de oficina.

a actividad es frenética y reconocemos en los pallets productos que utilizamos habitualmente en nuestro día a día. Desde sus inicios en el 88, se han destacado como referente del sector, dotando a su catálogo de productos fabricados con los más altos estándares y utilizando las mejores tecnologías disponibles.

Tal como nos comenta Jose Luís Véguez, gerente de la empresa, "estamos comprometidos con la calidad, la innovación y el respeto al medio ambiente minimizando los impactos medioambientales más significativos, y así como con el desarrollo personal y profesional de nuestros empleados".

High-Speed Cutter POLAR N 155 PLUS

En los últimos meses la empresa se planteó la necesidad de una nueva inversión en la línea de corte y definitivamente, ajustándose a su filosofía de empresa, aposto por una Guillotina Polar 155 Plus. La N 155 Plus es un modelo integral programable con pantalla táctil de 18,5" pensada y fabricada para todos los cortes estándar. Frente al equipo, el concepto de trabajo está basado en la automatización. Para ello, el equipo está dotado de un extenso flujo de trabajo.

Cuando le preguntamos a José Luís por los beneficios que aporta la guillotina a la empresa, la respuesta no genera dudas: cambios muy rápidos y mayor vida útil de la cuchilla gracias a POLAR OptiKnife, un gran salto cualitativo respecto a la productividad, un gran nivel de fiabilidad, nuevas funciones como el Compucut, mayor precisión de corte gracias al sistema de posicionamiento POLAR DPS, eliminación automática de recortes, pantalla táctil y un tema muy importante de cara a sus operarios: un uso altamente intuitivo.





▼ (Pág. anterior) El guillotinista coloca una pila en la mesa de corte de la nueva POLAR N 155 PLUS. Esta guillotina está pensada para la producción diaria, programable y con un alto nivel de automatización.

▲ Una imagen que podría parecer arbitraria, como son varios pallets almacenados, nos habla del trabajo continuo e integral que se desarrolla en Carpisa.

POLAR N 155, ¿DE QUÉ MODELOS Y OPCIONES DISPONE?

- PLUS: modelo universal programable con pantalla de 18,5" y manejo por pantalla táctil.
 Ejecuta las operaciones de guillotinado más habituales en el día a día de una imprenta.
- PRO HD: modelo superior programable con pantalla táctil de 21,5" y representación de imagen real. Funciones como la programación de los parámetros específicos de un trabajo, la corrección de los efectos y distorsiones del papel, y diversas opciones más, la hacen apta para realizar cortes exigentes.
- AT HD: modelo superior programable con eliminación automática de los desperdicios, pantalla táctil de 21,5" y representación gráfica real para realizar guillotinados exigentes.

SAFEKAT

O COMO IMPRIMIR UN LIBRO EN DOS DÍAS

Safekat es una empresa de Villaverde, Madrid, fundada en 1988 por tres socios entusiastas del mundo gráfico. El primer objetivo fue modernizar los procesos de impresión y el reto: imprimir un libro en dos días.

a empresa ha crecido y ha madurado desde su fundación. En la actualidad, trabaja con grandes editoriales del sector editorial: Planeta, Espasa, Dykinson (entre otras), y ha producido libros de texto para Edelvives, SM, Anaya, como tantas otras pequeñas y medianas editoriales, que siguen confiando en su proceso e integración con el cliente para facilitar la fabricación de sus libros. De su taller en Villaverde ha salido desde el diccionario de la RAE, hasta una edición del María Moliner. En 1998 se dedican a la impresión digital y actualmente son maestros en las tiradas cortas.

La especialidad de Safekat actualmente es la impresión digital de ediciones de menos de 25 ejemplares, lo que conocemos como Print On Demand. Hasta hace muy poco, entendíamos como tirada mínima 500 ejemplares, sin embargo, actualmente el mercado español ve nacer diariamente unos 5.000 títulos de los cuales el 25 % son ediciones de un solo ejemplar. "Nuestro negocio son las reposiciones. Trabajamos con más de 500 editoriales, algunas de países como Holanda, Suecia o Reino Unido. Les sale más barato imprimir aquí y pagar el porte que hacerlo en estos países a través de centros de compras", nos comenta Marcelo López, mientras paseamos entre pallets repletos de ejemplares que simplemente esperan salir hacia sus destinos.

El corte, un proceso importante

Safekat ha apostado claramente por Polar cuando piensan en corte. Dos Polar 78 cumplen su cometido en esta planta de Villaverde. Las dos High-Speed Cutter POLAR N 78 PLUS son equipos ideales para enfrentarse al medio formato. La 78 Plus es el modelo más completo de la gama con una pantalla a color de 18,5" y operatividad con pantalla táctil, con capacidad para es-

tandarizar procesos repetitivos con Compucat. De esta forma ahorraremos tiempos de preparación y conseguiremos rentabilizar los procesos. Polar es una marca líder en el mercado de guillotinas y con la 78N Plus ofrece un equipo seguro, con cambios de cuchilla sencillos y rápidos, manejo de pantalla muy intuitivo, fiable y muy segura, fabricada con los mejores materiales y tecnologías del mercado y con un precio en mercado de Reventa inmejorable. m r



▲ Jaime De Diego, Digital Product Manager y Javier Moriel, Jefe de impresión en Safekat.



CPI BLACK PRINT

LA ECLOSIÓN DE UN LIBRO

En Sant Andreu de la Barca, Barcelona, paseando por las instalaciones de CPI Black Print, acompañados por Jean-François Pontroué, director comercial, tuvimos la sensación de que participábamos de un gran acontecimiento social: el nacimiento de un libro.

o cierto es que hace falta que un creador o una escritora, iluminados por la inspiración, fecunden una trama, una historia o un ensayo. Pero ¿cómo hacemos posible que miles de personas puedan disfrutar de ese trabajo? Para este papel necesitaremos un actor imprescindible, alguien que imprima páginas repletas de palabras y las agrupe ordenadamente en forma de libro. Paseando entre los equipos de CPI Black Print asistes en directo a uno de los acontecimientos más importantes en nuestra sociedad, el nacimiento de millones de libros. CPI Black Print nos concede el privilegio de disfrutar de esas obras.

CPI Black Print es una imprenta especializada en la edición en monocromo con casi 50 millones de ejemplares por año impresos. Un trabajo impecable, muchos años de experiencia, un parque de maquinaria instalada completo y flexible y una excelente relación con el mundo editorial ha posicionado a esta imprenta como uno de los líderes en el mercado nacional con presencia en España y otros mercados como el francés o el norteamericano.

La compañía no solo imprime libros de bolsillo, también participa del gran formato, con tapas duras o en rústica y en formato *Trade*, que corresponde a las novedades en el mundo editorial. El grupo francés CPI es el primer impresor monocromo de Europa y cuenta con 16 plantas en varios países que imprimen más de 500 millones de libros al año.

Tal como nos comenta Xavier Valls, director general de la compañía: "Un equipo humano bien preparado, el compromiso con el cliente, la flexibilidad y capacidad productiva y el liderazgo tecnológico nos ha colocado en una buena posición en nuestro mercado."

Invertir para crecer en tiempos de crisis

El último año ha sido duro para algún sector, tal como nos comenta Jean-François, pero superados los primeros meses de pandemia, el mundo editorial ha tenido un papel importante en el confinamiento y, por tanto, ha sido un sector beneficiado en esta crisis. Frente a los nuevos retos, la empresa cuenta con Heidelberg en su día a día utilizando consumibles Solco para sus rotativas y, en relación a las últimas inversiones, una Polar N 115 Plus y una XL 106 son los nuevos miembros tecnológicos de la familia CPI Black Print. Precisamente, la entrada de la compañía en la edición de formato Trade, la ha hecho decantarse por la máquina más competitiva del mercado. El anterior equipo, una CD102 ha dejado paso a la nueva Speedmaster XL 106-6+L que, con sus 18.000 pliegos por hora, hará frente a la impresión de portadas y trabajos en color, producto de las nuevas demandas.

«El último año ha sido duro para algún sector, pero superados los primeros meses de pandemia, el mundo editorial ha tenido un papel importante en el confinamiento y, por tanto, ha sido un sector beneficiado en esta crisis»





▼ (Pág. Anterior) Jean-François Pontroué, Director Comercial de CPI Black Print, y José Navas, Account Manager de Heidelberg, frente a la recién instalada Speedmaster XL106.

▲ la Speedmaster preparada para un cambio de planchas.

■ Dos maquinistas trabajan respectivamente en el pupitre y a pie de máquina. La compañía se ha enfrentado en los últimos años a un ambicioso plan de inversiones. Prueba de ello son sus modernas instalaciones con equipos de última generación. En la línea de corte, CPI Black Print ha apostado por la versátil guillotina Polar N115 Plus, dotada del software Compucut. La 115 Plus es un equipo universal, programable con display en color de 18,5" y manejo muy intuitivo a través de una pantalla táctil, equipado también con programación gráfica automática para un desarrollo del trabajo sencillo. Su nivel en requisitos de seguridad, la calidad contrastada, su automatismo y la flexibilidad la destacó como una inversión segura y el recurso perfecto para convertirse en el corte idóneo para la planta de Sant Andreu de la Barca.

Speedmaster XL 106, no solo packaging

La XL106 ha sido instalada en tiempo récord, gracias a la colaboración de la red de técnicos especialistas de Heidelberg, y el equipo ya está funcionando a pleno rendimiento, resultado de una buena instrucción.

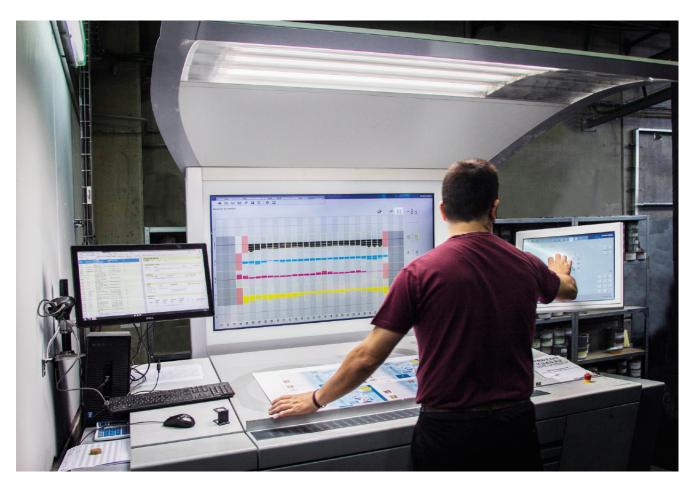
Cuando hablamos de XL106, nos trasladamos automáticamente al mundo Packaging, pero no más lejos de la realidad. Sus 18.000 pliegos por hora y su rápida gestión en los cambios de trabajo la han convertido en una inversión adecuada también para el mundo de la edición. Las características del equipo y la experiencia de otras empresas del grupo con esta máquina decantaron

la decisión de CPI Black Print por la instalación de la XL 106 en las instalaciones de Sant Andreu de la Barca.

La nueva Speedmaster XL106, dotada de 6 cuerpos más torre de laca, imprimirá portadas y edición en color especialmente para afrontar los trabajos en el exigente formato Trade. Conceptos como la facilidad en la puesta a punto, Push-to-Stop, el elevado OEE y su bajo impacto medioambiental, tanto en lo que hace referencia a su bajo consumo energético como en la reducción a la hora de generar residuos, han sido claves a la hora de decidirse por este equipo.

Una compañía preocupada por su entorno

Tal como nos comenta Xavier Valls, el negocio no lo es todo, una empresa no puede abrir sus puertas dando la espalda a su entorno y su realidad social, por ello, CPI Black Print aplica criterios de estrategia de empresa a su trabajo en aspectos como los sociales, de sostenibilidad y de respeto por el medio ambiente. La empresa trabaja intensamente en diferentes líneas. Disponen del certificado PEFC (La Certificación Forestal Paneuropea), sistema voluntario para la promoción y certificación de la gestión forestal sostenible. Están también certificados en ISO 9001 en todas las áreas de su negocio,



incluyendo: calidad, instalaciones, personal, capacitación, servicios, equipo y proveedores. Actualmente, están en plena certificación del ISO 14.001, normativa que regula y estandariza la cadena de suministro, operaciones y flujos de residuos en termino de responsabilidad medioambiental.

Durante la visita, Xavier Valls hace hincapié sobre la importancia de los programas de responsabilidad social corporativa. CPI Black Print está trabajando en programas sociales con iniciativas tales como la colaboración con centros de formación de industria gráfica, programas de acceso al mercado de trabajo y cofinanciando líneas de investigación con el Hospital Sant Joan de Déu en programas de cáncer infantil.

Una empresa ha de mirar al futuro y no hay futuro si las empresas líderes no ejercen sobre la sociedad su papel referencia. No basta con generar puestos de trabajo o influir positivamente en la economía, "para nosotros apunta Jean-François – es imprescindible participar positivamente en construir un futuro mejor". F

«Conceptos como la facilidad en la puesta a punto, Push to Stop, el elevado OEE y su bajo impacto medioambiental tanto en consumo energético como en la reducción de residuos, han sido clave a la hora de decidirse por la **Speedmaster XL 106»**

SPEEDMASTER XL 106, LA MÁQUINA DEFINITIVA

La Speedmaster más inteligente de todos los tiempos le ofrece soluciones innovadoras creadas especialmente para cubrir las necesidades de la impresión comercial clásica y aplicaciones complejas en la impresión de embalaies. Esta máquina es ideal tanto para frecuentes cambios de trabajo como para tiradas de mayor volumen. Su calidad constante y su velocidades de producción de 18.000 pliegos por hora en impresión de cara o en régimen de inversión la hacen apta para cualquier tipo de trabajo.

- Optimización continua de los procesos con inteligencia artificial.
- Nueva Heidelberg User Experience en la Speedmaster.
- Sistema integral Speedmaster Operating System con intuitivo concepto de
- O minutos adicionales en tiempo de preparación gracias a la funcionalidad
- Preset automática en cambios de formato o de soportes de impresión
- Cambio de planchas con AutoPlate XL 3 en menos de un minuto.
- Sistema de extracción de maculatura no es necesaria una posterior inspección de calidad.
- Mejora del OEE (Overall Equipment Effectiveness) y rendimiento independiente del operario con automatización inteligente
- Impresión autónoma desde el primer hasta el último pliego en orden.
- Logística de planchas optimizada y automatizada con Plate to Gallery y Plate to Unit.

ADECUADA PARA LOS SIGUIENTES SEGMENTOS

Impresión comercial Impresión de embalajes Impresión de etiquetas

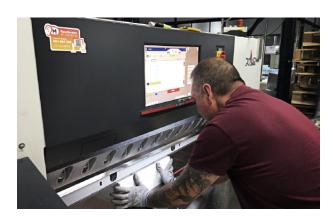
* Disponible en múltiples configuraciones

FLUJO DE TRABAJO

Tanto para impresión comerciales, de embalajes o de etiquetas, Prinect Business es la solución para la Smart Print Shop. Prinect no solo le ayuda a integrar a sus clientes desde el principio. Gracias a la estrecha interacción con su sala de impresión, Prinect Business crea también las condiciones para realizar una producción inteligente. Como resultado: aumento de su eficacia, así como la satisfacción y fidelidad de sus clientes.

AUMENTO DE LA RENTABILIDAD DE PRODUCCIÓN OPTIMIZANDO LA OEE

El OEE (Overall Equipment Effectiveness, Eficacia Global de su Equipo) es un importante indicador que permite evaluar cuán efectiva es una instalación de producción en la práctica. Este indicador es el producto de los siguientes factores: disponibilidad, rendimiento y calidad. Más allá de todas las clases de formato, el OEE medio actual es aproximadamente del 20 %, un resultado que puede subir hasta el 27% con la Speedmaster XL 106 de nueva generación.





▲ En la línea de corte, CPI Black Print apuesta por la guillotina Polar N115 Plus con software Compucut, un equipo universal, programable con display en color de 18,5" y manejo muy intuitivo a través de una pantalla táctil.

GRÁFICAS LA PAZ

UNA IMPRENTA GLOBAL

Cuando hablamos de Jaén, inevitablemente pensamos en economía agraria. Y cuando hablamos de mercado gráfico, tenemos una tendencia natural a catalogar al sur como un demandante, más que como un generador de oferta. Pero no es así, la industria gráfica en Andalucía goza de buena salud y funciona bajo un carácter propio.

or ello, para mantener un nivel de calidad óptimo en la zona, Heidelberg cuenta con la colaboración de SG3, el distribuidor gráfico con más solvencia en la región. En Jaén, encontramos a Gráficas la Paz, con un currículum de 1.200 títulos diferentes de libros publicados durante el 2020. La firma no solo es un referente en artes gráficas y fabricación de libros en el sur de España; desde los talleres de Torredonjimeno se sirven libros para clientes procedentes de todo el territorio español, principalmente editoriales, aunque también para organismos públicos, empresas y un variado abanico de clientes.

Daniel Sánchez, director comercial de SG3, comenta: "La Paz es una compañía especializada en la impresión, que trabaja en diferentes idiomas y en formatos que van

desde catálogos de gran lujo hasta tiradas de miles de ejemplares, libros empaquetados en un envase de cartón o trabajos especiales troquelados." La Paz lo ha tenido claro para poder hacer frente a los cada vez más exigentes retos del mercado, han implantado durante los últimos meses un ambicioso plan de inversión pensando en el futuro. Con la ampliación de espacios y la incorporación de nuevos equipos, la empresa no solo quiere consolidarse su nicho de mercado, sino que su voluntad es seguir creciendo. Por ello, han confiado en Heidelberg y SG3 a la hora de invertir en nuevos equipos.

El gerente de Gráficas la Paz, José Madero, nos explica que 2020 fue un año complicado para la mayoría de sectores, pero el sector editorial se comportó mucho mejor que otros del mundo gráfico. "Somos una empresa especializada en libros, que ha demostrado ser el único producto cultural que se ha mantenido en formato físico y que incluso ha salido reforzado de la pandemia, porque los españoles han podido dedicar más tiempo a la lectura. Una tendencia que se va a mantener en 2021 y que nos va a hacer trabajar intensamente para ayudar a resolver las nuevas necesidades del sector editorial", afirma. De esta forma, Gráficas la Paz va a redoblar en este año su apuesta por fabricar libros sostenibles, de calidad y producidos de forma muy rápida.

En las nuevas instalaciones totalmente actualizadas de Torredonjimeno, Jaén, encontramos la última inversión, la flamante Speedmaster CX102 4-L trabajando a pleno rendimiento. La imprenta ya estaba dando respuesta a su demanda offset con una base de maquinaria firmada al 100% por Heidelberg. Por ello, cuando llegó el momento de dar el salto, en La Paz no tuvieron muchas dudas y volvieron a apostar por la marca alemana.

José Madero nos comenta: "Nos decidimos por la Speedmaster porque es una máquina de carácter global, flexible y muy rápida. Sus 16.500 pliegos por hora y su rapidez en los cambios nos permite afrontar cualquier tipo de pedido. Ahora somos capaces de afrontar cualquier reto sin apenas limitaciones de soporte, sea papel de impresión delgado o cartón con gramaje". La CX 102 destaca por ser un equipo muy rápido en los cambios, con una ratio del 50 % menos de tiempo en la puesta a punto, con impresión autónoma desde el pri-

mer hasta el último pliego en orden y cambios de trabajo totalmente automáticos, transparente incluso en cambios de trabajo complejos, gracias a la innovadora guía del operario Intellistart 3 y dotada de asistentes inteligentes que ayudan a una mejor gestión de los recursos.

Enmarcado en un ambicioso programa vinculado al medio ambiente y la sostenibilidad, la imprenta dispone de certificados en ISO 14001, FSC y PEFC. Frente a la nueva inversión, se tuvieron en consideración las diferentes características que hacen de la CX un equipo óptimo para reducir al máximo los residuos y conseguir importantes ahorros energéticos durante los procesos de producción. Gráficas la Paz recicló durante el 2020 un total de 120 toneladas de papel y cartón, lo que supone la reutilización de la totalidad de los desechos y del material sobrante de los procesos de producción de la empresa. Tal como afirma José Madero "La apuesta por la sostenibilidad no es una simple frase promocional. Para nosotros, forma parte ya de nuestra cultura empresarial. Hemos invertido en acciones de ahorro energético y podemos afirmar con orgullo que ni un kilo de papel o cartón acaba en el vertedero". F

▼ En las nuevas instalaciones totalmente actualizadas de Torredonjimeno, Jaén, encontramos la flamante Speedmaster CX102 4-L trabajando a pleno rendimiento.



ENTREVISTA

UNA JORNADA CON JUAN CARLOS LOZANO

Por Angel P. Vico MarCom & eCommerce Manager



▲ Juan Carlos Lozano en 1973, el día que entró a trabajar en Hartmann.

973 fue un año especial. En 1973 nació "la Europa de los 9", Elvis Presley llevó a cabo el primer concierto de la historia transmitido vía satélite, el ciclista Luis Ocaña ganó el Tour de Francia, la URSS lanzó la Soyuz 13 y Estados Unidos puso en órbita la nave espacial Pioneer 11; también, Martin Cooper, de la compañía Motorola, realizó la primera llamada móvil a Joel S. Engel, de la compañía Bell Labs, y un joven Juan Carlos Lozano entraba a trabajar en Hartmann, distribuidor de Heidelberg en aquel momento.

Juan Carlos ha crecido en la empresa pasando por diferente departamentos y niveles de formación. Desde 2002, cuando fue nombrado delegado de la zona de Levante, ha cubierto diferentes puestos de responsabilidad en la compañía, hasta llegar a ser Director Comercial de Heidelberg Spain para todo el territorio. La apuesta de Juan Carlos siempre ha sido "ser fiel a la marca", y lejos del paradigma de las 40 horas semanales, para Juan Carlos, una jornada laboral es algo más que el tiempo que un empleado utiliza para llevar a cabo las tareas para las que ha sido contratado.

7:30 · Paterna

Nos encontramos en Paterna, en las oficinas de Heidelberg Spain para el Levante. Un café acompaña una liviana conversación sobre el plan de la jornada, los móviles sobre la mesa ya son una declaración de principios y el tiempo lo marca el propio café.

8:12 · Paterna

Ya llevamos un rato en la oficina, levanto la cabeza y veo a través de las mamparas como gestiona el correo acumulado en la bandeja de entrada. Hay energía, pero no hay nerviosismo, ni espacios muertos. Como él comenta, "lamentarse no sirve de nada, actuar es el único camino, y si no hay solución, mejor pasar al siguiente tema". Me indica con un gesto el reloj y me sugiere salir a las 9.

9:15 · En algún kilómetro de la V30

Han quedado temas sobre su mesa, pero la puntualidad nos ha puesto en la carretera. Solo hemos de recorrer 10 kilómetros para la primera parada y las entradas de mensajes y las llamadas se van encadenando. "Los temas se deben resolver en el momento". A medida que nos acercamos al destino, asisto a un catálogo de soluciones imaginativas, "vender tecnología de vanguardia no es fácil, pero para ser líderes no basta con eso, el cliente espera que estés a su lado y necesita respuestas", comenta.

9:22 · Un polígono industrial, Valencia

Primera empresa de nuestro recorrido y llegamos a la sala de producción, un operario se acerca para saludarnos de forma efusiva. Mientras esperamos al gerente, comentan cuestiones más allá del día a día. Juan Carlos reparte consejos que son recibidos con interés. La experiencia es un grado y Juan Carlos conoce el ecosistema y su evolución. En el despacho, hablando con gerencia se discuten temas de futuro y se repasan asuntos pendientes, algunos de los cuales encuentran solución con alguna llamada ocurrente.

11:21 · En algún kilómetro de la A7

Entra una llamada de un comercial. Nos llega una duda sobre la disponibilidad de un producto, el mensaje es claro: "estoy encallado", y un par de llamadas después todo vuelve a fluir. Asistimos a la valoración de un equipo de Remarked en directo, sin ni siquiera soltar el volante y unas cuantas consultas variadas, entretienen la conversación.

12:37 · Un polígono industrial de Ibi, Alicante

El mundo gráfico es fascinante, porque sus empresarios son fascinantes. Después de acceder a la nave de la siguiente visita, nos piden los datos, enseñamos nuestro pasaporte de vacunación, pasamos por una ducha de vapor y, por fin, después de cumplir un estricto protocolo, accedemos a la empresa y nos recibe dirección. Sin duda hay complicidad, se nota en el encaje de ma-

nos y el trato que nos dan durante la visita. Las últimas instalaciones, dada su complejidad tecnológica, no han sido sencillas, pero en ningún caso se muestra crispación. Los temas, aun siendo sensibles, se discuten con rigor, seriedad y amabilidad. La despedida es cálida y la sensación es que la visita ha sido corta. Saliendo, Juan Carlos comenta, "nuestro trabajo es escuchar, acompañar y asesorar al cliente para conseguir que sus plantas sean más productivas y rentables. Hoy estamos lejos de aquel modelo de visitas por sorpresa. Cada entrevista con un cliente debe ir enfocada a ayudarlo y debe tener objetivos previamente establecidos".

14:15 · Un restaurante de carretera, Murcia

Paramos en un restaurante en la misma carretera y comentamos algunos temas. Sobre las ferias me explica, "Recuerdo la DRUPA 2012 como un evento imprescindible, casi diría que omnipotente. Era inimaginable en aquella época que una cita así se pudiese anular y hoy, muchos ya hablan de si se volverá a hacer en un futuro, ante este escenario debemos ser flexibles.". Me recomienda un postre y entre chistes volvemos a la carretera.

16:28 · Algún kilómetro de la autovía del Mediterráneo, Murcia

El teléfono no para de sonar, pero lo importante es que todas las llamadas tienen respuesta y tienen la voluntad de encontrar una solución. Un cliente llama por la subida de precio de las planchas, y la respuesta no es en ningún caso un "sí o sí". Casi siempre hay una solución.

16:36 · Un polígono industrial, Murcia

Cuando un cliente te habla con admiración acerca de nuestros productos, indica que por nuestra parte hemos puesto todos los recursos para que esa experiencia como usuario de Heidelberg sea global y muy positiva. Tal como afirma Juan Carlos, "el éxito solo tiene 4 secretos, el trabajo bien hecho, la perseverancia, una relación profesional y cuidar hasta el más mínimo detalles". Saludamos a los maquinistas frente a la mesa de control de una Speedmaster XL106, todos los conocen.

20:45 · Una habitación de un Hotel en Granada

Una habitación de hotel es un espacio ideal para la reflexión y valoro a Juan Carlos como un profesional 100% comprometido con la empresa. 49 años han construido un profundo know-how sobre los productos que vendemos y la calidad de trato con los clientes es realmente muy especial, el espíritu de su trabajo radica en tratar de ayudarles y en buscar soluciones.

21:02 · Un bar de tapas de Granada

Hemos llegado al final de la jornada compartiendo una copa con unas tapas en la noche granadina. La conversación ahora es más de barra de bar y el teléfono



▲ Juan Carlos nos muestra algunas de las maravillas que hacen de su tierra natal, Valencia, un lugar tan hermoso. En la imagen, el Director Comercial de Heidelberg Spain en la Ciudad de las Artes.

ya no sale del bolsillo. Recojo uno de los comentarios: "He trabajado con clientes de toda España, pero he de reivindicar el papel estratégico que ha tenido el levante español en el mundo gráfico. El primer libro publicado en España fue impreso en Valencia en 1474, y se trata de "Trobes en lahors de la Verge Maria". Pero no hemos de olvidar que ese potencial va ligado a un programa general de inversiones y actualización tecnología de vanguardia. No podemos vivir del pasado, siempre hemos de estar un paso adelante.

22:34 · Un hotel en el centro de Granada

Nos despedimos en el ascensor del hotel, Juan Carlos ya llevaba el móvil en la mano, tecleando algún mensaje urgente.

Han sido muchos años, primero en Hartmann y actualmente en Heidelberg. Heidelberg ha representado una parte muy importante en su vida, por eso es fácil definirlo como un hombre Heidelberg. Durante estos años, la dedicación, lejos de impórtale las horas de trabajo, ha sido total, pero todo tiene un final y el descanso de este luchador está cerca. Este próximo año, Juan Carlos iniciará un nuevo camino y pasará a la situación de jubilado. Le deseamos lo mejor en esta nueva etapa.

Esta situación, los lugares y los personajes que en ella aparecen son producto de la ficción excepto en el caso de Juan Carlos Lozano.

▼



ivimos rodeados de objetos y productos que nos acompañan en nuestro día a día, muchas veces sin darles importancia y sin pensar en su origen o en los procesos que han pasado antes de llegar a nuestras manos. No le damos valor a lo cotidiano, y no lo hacemos, precisamente, porque lo cotidiano es usual y casi siempre es igual. Una etiqueta, y más concretamente una etiqueta IML, no debería variar en su textura o en su color, ni por condiciones, ni por el paso del tiempo; y es precisamente la uniformidad la que dota a objetos y productos de la condición de cotidiano.

Queremos insistir en que no deberíamos olvidar que detrás de cada etiqueta existen procesos de fabricación sofisticados, tecnología de vanguardia e industrias especializadas. Desayunamos con alimentos etiquetados con vivos colores que nos alegran la mañana, tomamos refrescos que son la chispa de la vida y utilizamos objetos que nos hacen la vida más sencilla en la oficina o en el hogar; todos llegan a nuestras manos, convenientemente etiquetados. Y ahora nos preguntaremos, ¿quién está detrás de la fabricación de etiquetas IML?

Creaprint, una historia de éxito

En 1987, en Ibi, Alicante, nace Creaprint como respuesta a la demanda local del mercado de la creciente industria juguetera de los 80. Creaprint, una empresa familiar, se convierte en pocos años en un especialista en etiquetas plásticas. Su voluntad por conseguir la excelencia le lleva a poner en marcha un plan de investigación y desarrollo en robótica, que lo convierte en un referente en etiquetado IML*. La competencia de los fabricantes asiáticos impacta muy negativamente en la industria juguetera española, pero la imprenta, siempre abierta a nuevos retos, decide expandir sus mercados. Actualmente, la empresa exporta el 35% de su producción a los 5 continentes y trabaja para sectores tan diversos como alimentación, hogar, juguetes, agricultura, jardín, automoción, dispositivos electrónicos o cosmética, entre otros. Hoy, Creaprint se destaca como el primer fabricante de IML en España y mantiene una plaza de mérito dentro del Top-Ten mundial.

«Desde su creación en 1987, la empresa de Ibi ha estado trabajando con Heidelberg como socio tecnológico. Hoy, Creaprint se destaca como el primer fabricante de IML en España y mantiene una plaza de mérito dentro del Top-Ten mundial»

(Pág. anterior) De izda. a dcha. Vanessa Guillem, CEO, Juan Carlos Lozano, Sales Manager y Vicente Guillem, Presidente de la compañía.

► Cinco trabajadores posan junto a la nueva Speednaster XL 106 generación 2020. Con la nueva Heidelberg UX, los operarios y la máquina trabajan codo con codo.





^{*}Las etiquetas IML (in mould label) son etiquetas impresas que se fusionan en molde de plástico que tiene la forma del objeto mediante un sistema robotizado. El resultado del proceso es una pieza de plástico decorada con una altísima calidad sin necesidad de reprocesos posteriores.



Creaprint y el medio ambiente

El etiquetado IML es una de las mejores opciones a la hora de integrar la etiqueta de un producto. No necesitamos procesos posteriores, agiliza la fabricación y consigue una decoración global del contenedor en un mismo proceso. Las etiquetas IML se caracterizan por su capacidad de resistencia y durabilidad, ya que toleran los cambios de temperatura, además de tener un bajo impacto medioambiental. Tal como nos explica Vicente Guillem, gerente de la imprenta, "en nuestro caso, la tecnología IML se convierte en un etiquetado muy ecológico. En Creaprint nos tomamos muy en serio el cambio climático, por eso luchamos para minimizar, y si es posible, anular nuestra huella ambiental. Buscamos ser respetuosos al máximo con el entorno. Nuestras políticas ambientales están encaminadas a la sostenibilidad, nuestras inversiones en tecnología están pensadas para optimizar procesos y reducir emisiones, los materiales de nuestras etiquetas son 100% reciclables, tienen su origen en materiales reciclados, y actualmente estamos desarrollando alternativas compostables y biodegradables".

◀ Las etiquetas IML se caracterizan por su capacidad de resistencia y durabilidad, ya que toleran los cambios de temperatura y las humedades, además de tener un bajo impacto medioambiental.



En relación a la nueva inversión, el equipo va etiquetado con el símbolo CO2 Neutral. Creaprint ha querido adherirse a este programa, con el fin de compensar la huella de carbono, participando en el proyecto de reforestación «Sodo» que lleva a cabo la organización no gubernamental World Vision en Etiopía, cerca del Monte Damota. Con la compra de un certificado «equipment CO2 neutral» la imprenta ayuda a comunidades de esta región africana a restablecer la fertilidad del suelo, impedir la erosión del mismo, sanear fuentes de agua potable y aumentar la biodiversidad.

Creaprint y Heidelberg: tecnología y especialización

Desde su creación en 1987, la empresa de Ibi ha estado trabajando con Heidelberg como socio tecnológico. La dinámica de crecimiento de la compañía ha generado la necesidad de confiar en partners que pudiesen responder siempre con equipos, conocimientos y tecnologías de vanguardia a las necesidades del momento, y esta estrecha colaboración ha sido un factor importante del éxito.

Las etiquetas atienden a diferentes funciones como marketing, composición o seguridad y deben cumplir exigencias en función del segmento de mercado. La durabilidad de una etiqueta y el campo de aplicación del producto determinan el proceso de fabricación y la elección del material, pero cuando hablamos de imprimir IML al más alto nivel, sin duda hablamos de la Speedmaster XL 106. Desde que en 2013 se instaló la primer XL106-7, éste ha sido el buque insignia escogido por Creaprint.

Speedmaster XL 106. Language IML con CO2 Neutral

Heidelberg siempre ha tenido muy en cuenta las necesidades de sus clientes. Fruto de este continuo diálogo, y frente a tendencias y demandas del mercado, surgen las innovaciones tecnológicas de la compañía. Uno de los equipos más innovadores es la XL 106 DD que la empresa instaló en 2016. Esta troqueladora rotativa revolucionó el troquelado en la producción IML y con ella la empresa pudo alcanzar los 8.000 pliegos/hora.

Finalmente, en 2021, la compañía ha invertido en la última Speedmaster, una XL 106 generación 2020. Con la nueva Heidelberg UX, los operarios de Creaprint y la máquina trabajan codo con codo. El nuevo sistema de asistencia inteligente Intellistart 3 les ayuda constantemente en sus cambios de trabajos. El asistente



▶ La nueva inversión de Creaprint, una Speednaster XL 106 generación 2020, va etiquetado con el símbolo CO2 Neutral.



«Actualmente, Creaprint exporta el 35% de su producción a los 5 continentes y trabaja para sectores tan diversos como alimentación, hogar, juguetes, agricultura, jardín, automoción, dispositivos electrónicos o cosmética, entre otros»

de navegación con leds Intelliline muestra en tiempo real y a simple vista el estado de todos los cuerpos de impresión, barnizado y secado. Con el sistema de procesos estandarizados, la imprenta consigue evitar errores y ha incrementado la eficiencia y los resultados en comparación con el anterior equipo.

La máquina está equipada con el paquete IML Performance y dispone de una configuración especial customizada, según las necesidades de la imprenta. Con estos equipamientos especiales, la idea de Creaprint es aumentar aún más el volumen neto de producción y ganar en seguridad a la hora de trabajar con las ultraligeras láminas de plástico de 50 µm de grosor, dada la alta complejidad que supone trabajar con estos materiales. "El paquete Performance garantiza una producción estable, sin arrugas y a una alta velocidad de hasta 15.000 pliegos/hora. Así, podemos producir con una mayor rapidez y seguridad", afirma Vicente Guillem.

Su idea es seguir creciendo, de forma ordenada, siempre respaldados por equipos con tecnología de vanguardia y acompañados de socios tecnológicos de confianza. El futuro está basado en compartir éxitos y en superar juntos los momentos de crisis.

GRÁFICAS DIBE

CALIDAD ANTE TODO

Gráficas Dibe es una imprenta que solo tiene un objetivo cuando inician un trabajo: la calidad. La compañía madrileña nos abre sus puertas para hablarnos de su última inversión, una Suprasetter A106.

al como afirma Marta, "la calidad en la impresión es nuestra seña de identidad, lo que ha marcado nuestro camino y nuestra historia. Hemos llegado hasta aquí después de 38 años, resultado del respeto por nuestro oficio y el trabajo bien hecho".

La imprenta trabaja para un nutrido grupo de clientes, para los que imprime una amplia gama de productos gráficos de tipo comercial, como libros, revistas, displays, cartelería, folletos, packaging o papelería. Para ello, sus recursos técnicos van desde la impresión digital hasta el offset. En offset, la empresa cuenta con equipos Heidelberg de 5, 4 y 2 cuerpos en formatos que van desde el 52 al 102. Para postimpresión, una guillotina Polar 115 EM y las plegadoras Stahl P 52 cierran el círculo.

Enmarcado dentro de un plan de negocio basado en el control de la calidad, Dibe da un paso más en relación a integrar procesos de producción dentro de la imprenta. A principio del 2021, la imprenta adquirió un nuevo CTP: Suprasetter A106.

Suprasetter A106, buscando la perfección

Cuando una imprenta etiqueta su producto con la palabra calidad, ha de estar segura de que el equipo humano y el soporte tecnológico trabajan a su favor. Con la nueva inversión, la empresa adquiere tecnología láser desarrollada exclusivamente por Heidelberg y se asegura una calidad de grabación excelente. El concepto modular del CTP permite incorporar, si es necesario, nuevas unidades de láser de forma rápida y sencilla. Si hemos de buscar una palabra que defina la máquina, esta es *fiabilidad* en la producción. La Suprasetter proporciona una profundidad de foco constantemente elevada, ya que compensa automáticamente cualquier desnivel de las planchas.

La Suprasetter es sencilla de manejar, flexible en cuanto a equipamiento y muy cómoda a la hora de trabajar. Para manipular las planchas con absoluta comodidad, las Suprasetter A106 disponen del Smart Plate y la temperatura de todos los componentes relevantes para la exposición se mantiene constante, consiguiendo con ello trabajar siempre en las mismas condiciones. Tal como indica Marta, "la nueva incorporación nos asegura mantener nuestra filosofía". ▶

▶ A principios de 2021, Dibe instalaba la Suprasetter A106, una apuesta segura en cuanto a fiabilidad y calidad constante.





▲ Gráficas Dibe celebra ya sus 38 años. "La calidad en la impresión es nuestra seña de identidad, lo que ha marcado nuestro camino y nuestra historia", comenta Marta.

«Cuando una imprenta etiqueta su producto con la palabra calidad, ha de estar segura de que el equipo humano y el soporte tecnológico trabajan a su favor. Con la nueva inversión, Gráficas Dibe adquiere tecnología láser desarrollada exclusivamente por Heidelberg y se asegura una calidad de grabación excelente»



MANUAL DE SUPERVIVENCIA PARA EL IMPRESOR

JESÚS ALARCÓN

RESPUESTAS A 8 FAQS DEL MUNDO GRÁFICO



Jesús Alarcón Secretario General de neobis

¿El nuevo paradigma implica un nuevo paradigma para encontrar soluciones?

La crisis mundial de 2008 comienza a dejar al descubierto que los antiguos paradigmas ya no daban respuestas satisfactorias a la sociedad. Cuando una sociedad se cuestiona la idoneidad de sus referencias es señal inequívoca de que ya no sirven y, en consecuencia, esa sociedad entra en crisis de sentido. Todo ello, está dejando al descubierto una crisis global de orden social, político, económico, medioambiental, cultural y personal.

Algunos nuevos paradigmas, como los que afectan a las consideraciones lógicas, solo se pueden comprender si hacemos una reflexión consciente acerca de ello. Es decir, con los nuevos sistemas de creencias y en esta época de la posverdad, en la que algunos están sustituyendo el conocimiento por la emocionalidad, lo que es lógico no es lo mismo que lo que era lógico con los anteriores paradigmas. Mención especial merece todo aquello que afecta a la ética. El hecho de haber en-

salzado durante décadas lo material por encima de lo espiritual está siendo determinante a la hora de definir los valores sociales y los planteamientos éticos. De hecho, se atisba una revolución sin precedentes tanto en la forma de concebir las empresas, como en el modelo de competencia y en las condiciones en que se van a desarrollar las relaciones laborales. En este sentido, las escuelas de negocio habrán de revisar su discurso para adecuarlo al humanismo empresarial y los empresarios, por su parte, habrán de tratar de entender que la humanización de las relaciones laborales ha llegado para quedarse.

Son muchos los paradigmas que están comprometidos y, en el mundo de los sistemas dinámicos, y nuestra sociedad lo es, la resistencia al cambio es frecuente. En consecuencia, hemos de advertir, a los que quieran oponerse a los objetivos del sistema, de que la opción de volver a los antiguos paradigmas no existe. Afrontemos todos estos cambios con apertura de mente.

Mi modelo de negocio funciona, ¿Puedo seguir en la zona de confort para siempre?

Veamos, no todo es zona de confort. Los seres humanos no hemos nacido para la pasividad, al contrario, mantenemos actividades en todos los ámbitos de nuestra vida. Las actividades a las que dedicamos tiempo, persiguen siempre satisfacer necesidades materiales y/o necesidades emocionales. Pues bien, cuando la actividad que desarrollamos no logra satisfacer las necesidades que tenemos planteadas, tenemos solo tres opciones: Cambiar de actividad, renunciar a la necesidad o quedarnos a sufrir en nuestra zona de confort y seguir empujando la vida para que pase deprisa, carentes de ilusión y sumidos en la frustración.

De su pregunta se desprende que su modelo de negocio funciona porque sigue siendo negocio. Pues eso, si cubre sus necesidades no tiene razones para cambiar y eso no lo debemos entender como zona de confort. Las zonas de confort no son ni confortables ni deseables, y usted parece que sí goza de estabilidad.

Ahora bien, eso de "para siempre" es un poco aventurado. Cuando observe alguna señal de que algo le está frenando sin que haya reacción por su parte, entonces habrá entrado de lleno en la zona de confort. No olvide los límites del éxito, nunca es para siempre.

Soy impresor, ¿He de cambiar de sector o he de cambiar de forma de ver el sector?

Sobre si ha de cambiar de sector, le remito a la pregunta anterior. Con esa respuesta usted sabrá decidir si debe o no debe cambiar.

Respecto de ver el sector de otra manera, le aconsejaría que lo viera como un medio, pero no como un fin. A lo que probablemente sí debería darle una pensada es a la forma de verse a sí mismo.

Permítame que le diga algo que, aun siendo obvio, frecuentemente se nos olvida: usted no es impresor. Usted es un ser humano que está en el sector de la impresión y que, aunque cambie de actividad, seguirá siendo el mismo ser humano con una dedicación diferente. A veces, nos identificamos tanto con nuestra actividad que llegamos a pensar que fuera de ella no hay nada y obviamos dónde está nuestro valor esencial. Es muy frecuente escuchar frases como: "la empresa es mi vida" o "es que llevo toda la vida en el sector y no sé hacer otra cosa". En estos casos, se puede llegar a pensar que, si uno se queda sin empresa, se queda sin vida. O como en el segundo caso, el mensaje interno que nos estamos trasmitiendo nos afecta directamente a la autoestima, a la identidad propia y, en consecuencia, a la motivación.

«A veces, nos identificamos tanto con nuestra actividad que llegamos a pensar que fuera de ella no hay nada y obviamos dónde está nuestro valor esencial»

Tengo unos objetivos claramente establecidos ¿por qué he de cambiar de camino?

No hay nadie más que usted que deba decidir a este respecto. La libertad interior de elegir es un privilegio que no nos puede arrebatar nadie. Eso sí, también nos nomina como responsables únicos de cada una de nuestras decisiones. Es muy frecuente confundir objetivo y resultado y, hay muchas diferencias entre ambos. Le anticipo la que yo considero más importante: Establecer un objetivo depende íntegramente de usted. Sin embargo, conseguir un resultado depende de muchas variables que usted no controla, incluso depende de los comportamientos ajenos.

Cuando uno vive enfocado a un objetivo experimenta ilusión ganas de lograrlo, aprendizaje de la experiencia, en definitiva, crecimiento personal mientras disfruta del camino. Pero, por su parte, poner el foco en el resultado genera angustia, incertidumbre, temor y frustración si las cosas se tuercen. Y volviendo al principio, en legítimo uso de nuestra libertad interior de elegir, orientados al objetivo nos hacemos responsables de nuestra vida.

¿Seguro que todo cambia? ¿Mi máquina de aspas sigue dando guerra?

Volvemos a lo anterior, si su máquina satisface sus necesidades, adelante con ella. Eso sí, le aseguro que el cambio es permanente. Bastaría con que saliera de su micromundo en busca de una atalaya donde tuviera una visión de foco ampliado para que pudiese observar que todo cambia. Incluso su máquina de aspas. Su máquina es solo un elemento más que debe interactuar con el resto del sistema. En la medida en que los demás elementos cambian, las posibilidades de su máquina también varían. Pero, le insisto, si ama lo que hace, y ama a su máquina no renuncie a su actividad, ni a su actividad.

«Esta nueva era requiere una transformación más profunda: se trata de una transformación personal que no se puede aprender en las escuelas de negocio»

¿Las asociaciones empresariales deben hacer el papel de Coach o han de asesorar?

Las empresas desarrollan su actividad bajo las premisas de un marco normativo que deben tener permanentemente en cuenta. En este sentido, facilitar asesoramiento es casi obligado. Pero en esta época se habla mucho de transformación y, más concretamente, de transformación digital, la cual parece ensalzarse como la solución a todos los cambios que tenemos planteados. Lo primero que debemos saber es que digitalizarse no es transformarse, es solo utilizar herramientas digitales. Y esas herramientas, en un mundo automatizado y conectado, donde todo se comparte y todo se analiza, no se pueden gestionar con las mismas creencias que gestionábamos el mundo analógico.

Esta nueva era requiere una transformación más profunda: se trata de una transformación personal que no se puede aprender en las escuelas de negocio y que, forzosamente, ha de partir de dos premisas: la primera, la voluntariedad de cada individuo y, la segunda, que el coach, mentor, guía, o como le queramos denominar, tiene que haber experimentado previamente esa transformación personal. En neobis, contamos con personas de ese perfil y estamos simultaneando periódicamente hasta cinco procesos transformadores individuales. A esta actividad que no es asesoramiento ni información, y que va más allá de la mera formación, la denominamos "acompañamiento".

Ciñéndome a la pregunta, probablemente se trata de uno de los mejores servicios que podemos prestar a los empresarios en este momento, porque vienen años en que habrá que renunciar a determinadas creencias, eliminar algunos apegos y humanizar la actividad empresarial. Todos estos cambios van a generar emociones y

habrá que dotar de las herramientas adecuadas a los empresarios para que sepan gestionarlas. Y también creo que la labor de una asociación va más allá del día en que la empresa deja de estar activa. El empresario que tiene que abandonar el sector tiene que poder encontrar, si así lo desea, ese acompañamiento posterior en la asociación a la que ha pertenecido toda la vida. Así actuamos en neobis porque creemos en un mundo de relaciones humanizadas.

Soy impresor comercial, ¿He de sentirme inferior frente a un impresor de Packaging?

Vaya por delante que ningún ser humano debería sentirse inferior ni superior a ningún otro. No es difícil de entenderlo. Ni por razones de actividad ni por razones estadísticas procede sentirse así. Últimamente se ensalzan las actividades de packaging y etiquetas. Se ponen como ejemplo de sectores en expansión, como si esos sectores fueran la solución para todos aquellos que quieren emprender nuevas aventuras. Debemos tener en cuenta que en el sector del packaging y de las etiquetas no hay sitio para todos los que abandonan otros sectores. En general, las empresas de cualquier sector que están vinculadas a productos de primera necesidad tienen una mayor actividad, pero al final la realidad es tozuda: los mercados son finitos y más tarde o más temprano, se agota su crecimiento. Cada vez son más los sectores que se acercan al oligopolio, aunque en la impresión comercial, a pesar de los signos de madurez, queda recorrido. Para tranquilidad de nuestro lector, el sector de impresión comercial sigue acumulando poco menos de los dos tercios de la facturación, del número de empresas y del número de trabajadores. Pero tampoco es mi intención darle argumentos para que se sienta superior.

Industria gráfica 4.0 ¿la industria gráfica española ha estado alguna vez en el 3.0?

Si no me equivoco, esta pregunta parece que deja entrever que el sector tiene una actitud pasiva ante los hitos tecnológicos. El marketing, como el papel, lo soporta todo. Es posible que pasemos a la industria 5.0 sin haber descubierto aún el alcance de la 4.0. En una ocasión escuché al director de un departamento industrial de una importante universidad, decir a los empresarios, que podría intentar definir lo que es la Industria 4.0 pero que todavía no había conseguido descubrir cómo se ganaba dinero con ella. Los empresarios del sector han utilizado siempre la tecnología que en cada momento han introducido los proveedores. Y, además, no podía ser de otra manera porque la capacidad de invertir en I+D de las empresas está a años luz de cualquier otra opción. En definitiva, creo que no han sido los empresarios los que han decidido los momentos tecnológicos del sector.



ndalucía, con capital en Sevilla, es la comunidad más extensa y poblada de España. Pero si nos trasladamos al ámbito de las artes gráficas, observamos que el tejido industrial está disperso y muy enfocado, en algunos casos, a sectores económicos locales. En este contexto territorial y con sede en Granada, encontramos una empresa referente en calidad y con un servicio extremadamente competitivo en el panorama gráfico andaluz. En su nueva aventura, la compañía está entrando con fuerza en todo el territorio español.

Gráficas Andalusi destaca por un proyecto que traspasa fronteras y por una estructura industrial muy bien planificada. Tal como se pronunció Enrique López, presidente de ASEIGRAF, "tenemos el deber como empresarios de realizar el replanteamiento general de nuestras industrias, buscar nuevos productos y servicios, buscar alianzas dentro y fuera de nuestro sector para adaptarnos a las nuevas circunstancias y a ese futuro cercano que vaticina tantos cambios en la industria gráfica". Dicho esto, es innegable el hecho de que Gráficas Andalusi ha seguido la premisa al pie de la letra.

Gráficas Andalusi es la marca comercial con la que se presenta Etiquetas Alhambra. En el 2000, la empresa dejó la estructura familiar para pasar a un formato más corporativo y, con el nuevo modelo de negocio, la imprenta adquirió un perfil más profesional, convirtiéndose así en una compañía de servicios gráficos globales enfocada a dar respuesta a sus clientes, especialmente del mundo editorial. Gráficas Andalusi es una empresa con amplia experiencia en el sector de la impresión gráfica offset, que ofrece servicios de impresión comercial a todo tipo de profesionales, comercios, PYMES y multinacionales. Acompaña en sus procesos creativos a agencias de diseño y comunicación, tanto en la comunidad como fuera de sus fronteras.

El secreto del crecimiento de la empresa en los últimos años, tal como nos explica Antonio Lozano, responsable de producción, "es controlar al detalle todo el proceso productivo de impresión, encuadernación y acabado, sin tener que subcontratar trabajo a otros proveedores. Hacemos los ajustes necesarios para que cada pedido se imprima con la máxima calidad. Nuestra filosofía de trabajo se sustenta en tres conceptos básicos que deben ir siempre unidos: calidad y servicio integral, siempre al mejor precio".

Con los nuevos equipos, Gráficas Andalusi ha dado un paso más en su capacidad productiva y se ha podido especializar en publicaciones de edición periódica. "Nuestro nivel de especialización en este rango de oferta nos permite a su vez dar la mejor calidad. Con la capacidad de cambios que tiene la nueva Speedmaster, somos capaces de entregar los trabajos con unos plazos de entrega imbatibles, tanto en nuestra comunidad como en el resto del territorio nacional. Muchas veces nuestros clientes no lo creen hasta que no lo ven", afirma Jorge Lozano, director general de la compañía.

Inversiones estratégicas

Andalusi siempre ha mantenido un plan de inversiones en dinámica constante. En 2017, incluyeron una Polar 115 E para los procesos de corte, dotada de elevador y de jogger RA-4 que automatiza la descarga y agiliza los procesos de ajuste de la pila, generando mayor disponibilidad operativa de la guillotina. En 2021, actualizaron el CTP, integrando en el flujo de la compañía un nuevo Suprasetter CTP 106. Pero la inversión estrella de la compañía es la flamante Speedmaster XL 106, que con su imponente perfil preside la sala de máquinas y dota a la empresa de un potencial difícil de superar. La XL, tal como nos comentan Antonio y Jorge, "permite el cambio sincronizado de las planchas de cada uno de

▶ La inversión estrella de la compañía es su nueva Speedmaster XL 106, que con su imponente perfil preside la sala de máquinas y dota a la empresa de un potencial difícil de superar.



los cuerpos que forman la configuración del equipo; a esto le hemos de sumar el lavado automático de los cauchos. El resultado, en una jornada laboral de 15 horas, es de casi 800 planchas cambiadas, con un coeficiente de cambio de 6,5 minutos para cada cambio. Ese nivel de eficiencia nos permite imprimir unos 100 trabajos de 350 unidades cada uno. Nuestra XL 106 está actualmente en manos de un solo maquinista que, gracias al push-to-stop, la tecnología Led, tintas UVI y los automatismos de cambio y lavado, consigue resultados sorprendentes. Lo hemos dicho antes, muchos clientes, cuando visitan la planta, quedan impresionados del rendimiento y la capacidad de nuestra Speedmaster, no se lo creen hasta que no lo comprueban".

Es un hecho que la elección no fue fruto de la casualidad. La empresa se decidió por este equipo después de un estudio minuciosos de ofertas y teniendo en cuenta las particularidades de la imprenta. La XL 106 destaca





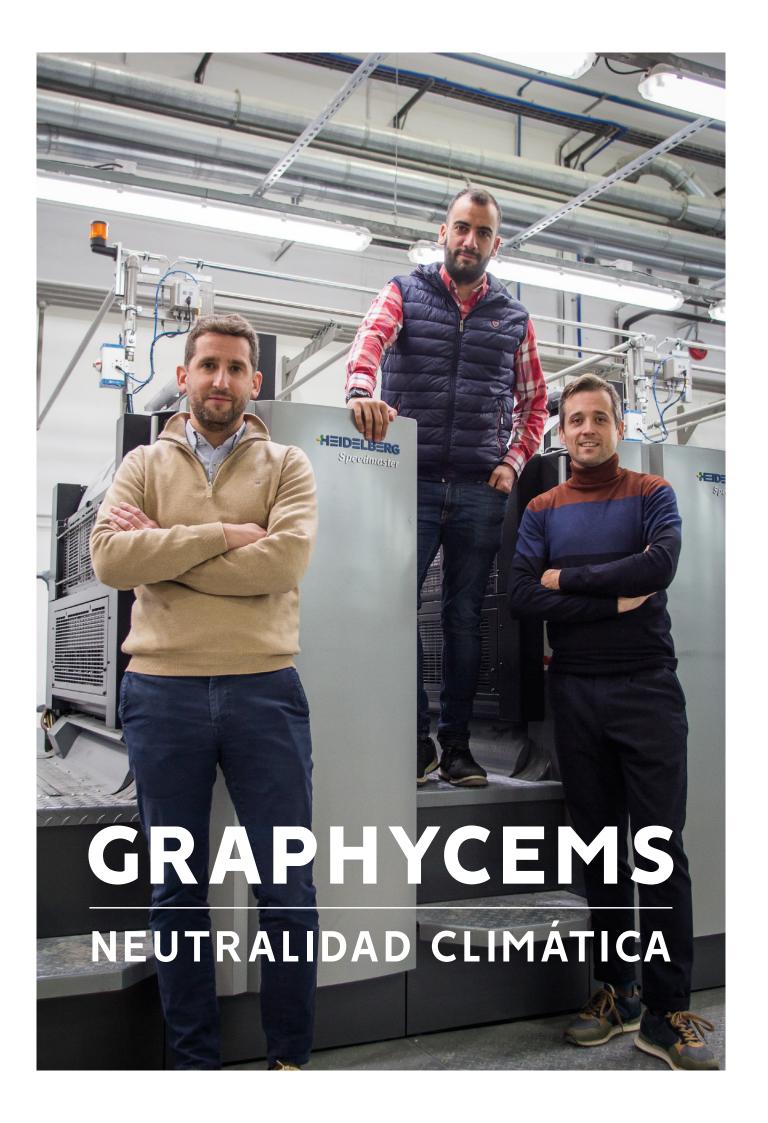
▲ De izda. a decha., Juan Carlos Lozano, Sales Manager en HSP, Antonio Lozano, Gerente de Andalusi y Jorge Lozano, Director de producción, en la mesa.

«Con la capacidad de cambios que tiene la nueva Speedmaster, somos capaces de entregar los trabajos con unos plazos de entrega imbatibles, tanto en nuestra comunidad como a nivel nacional. Muchas veces, nuestros clientes no lo creen hasta que no lo ven»

por ser la máquina más inteligente de la gama. Integrada en el Workflow Prinect Production Manager, el equipo está diseñado para gestionar de forma ideal múltiples cambios de trabajo.

La Speedmaster de Gráficas Andalusi fundamenta sus capacidades en la inteligencia artificial y su innovador concepto de *User Experience*. Dispone de un sistema integral intuitivo y de manejo táctil que ayuda a conseguir tiempos de preparación muy cortos en los cambios de formato o de soportes de impresión. El tiempo es oro; por eso, la XL 106 dispone de AutoPlate XL 3, que ajusta los cambios a tiempos mínimos, y de un sistema de extracción de maculatura, por lo que ya no es necesaria una posterior inspección de calidad. En resumen, las características del equipo y sus opciones tecnológicas de vanguardia la hacen una herramienta estratégica para mejorar el OEE (Overall Equipment Effectiveness), la productividad general de la compañía y la eficiencia del personal.

El futuro de las artes gráficas a nivel global está en manos de las empresas que hayan sido capaces de invertir adecuadamente y de forma constante. Siguiendo la dinámica innovadora de un líder, la imprenta también ha invertido en el primer tren de grapa E-140 de Muller. Es fácil adivinar cuál será el futuro de Gráficas Andalusi.



uando una empresa subtitula su nombre comercial con un compromiso social, ha definido una parte importante de su espíritu, pero en muchos casos, la realidad dista de las intenciones. GraphyCems es una empresa navarra, con más de 30 años de experiencia en impresión de libros, que impone su espíritu como principio inamovible. Para GraphyCems, es tan importante imprimir un libro de forma impecable como tener un impacto medioambiental neutro.

La imprenta está formada por un equipo de unos 50 profesionales en constante actualización, perfectamente adaptados a las nuevas tecnologías y a los cambios del mercado. A la empresa le gusta remarcar que están comprometidos con el cliente y con sus proyectos, y que se sienten responsables del futuro de la sociedad. En GraphyCems nunca se busca el camino más corto; frente a un nuevo reto, simplemente se toma el camino ideal para conseguir la máxima calidad y eficiencia.

Actualmente, la imprenta tiene una importante proyección internacional que los distingue en el sector. Tal como nos comenta Ander Errea, Director Financiero de la compañía, "somos referentes en Europa. Los libros que salen de nuestra planta, además de España, son encargos de editoriales europeas y nuestra cuota de exportación es mayor del 80%. Hoy estamos también presentes en Reino Unido, Francia, Holanda, Alemania, Irlanda y Suecia."

Una Speedmaster SX 102-8, en tiempos de pandemia La imprenta instaló la SX 102-8-P en 2020 en plena pandemia, junto con sus otras Heidelberg Speedmaster de 1, 2, 4 y 8 colores en formato 72×102. La participación activa de la compañía y su simbiosis con los técnicos de Heidelberg, que siempre encontraron recursos y soluciones en aquellas complicadas circunstancias, fue imprescindible para hacer realidad el ambicioso proyecto de GraphyCems.

«Somos referentes en Europa. Los libros que salen de nuestra planta, además de España, son encargos de editoriales europeas y nuestra cuota de exportación es mayor del 80%. Hoy estamos también presentes en Reino Unido, Francia, Holanda, Alemania, Irlanda y Suecia»





^{▼ (}Pág. anterior) Ander Errea, CEO, Andrés Sancho, Responsable de Producción y Rubén Cordovín, Sales Manager.

[►] GraphyCems tiene una gran presencia en Europa. Los libros producidos en su planta pueden encontrarse en el Reino Unido, Francia, Holanda, Alemania, Irlanda y Suecia.

En un mercado tan exigente como el editorial, la SX 102 tiene un papel muy importante dentro del completo flujo de trabajo de la compañía. La Speedmaster SX 102 es un equipo óptimo para el mundo editorial y GraphyCems la destaca como la inversión ideal para fundamentar su capacidad productiva de cara al futuro. Si diseccionamos el equipo e intentamos encontrar la característica que la hacen única, destacaríamos que se trata de una máquina con inversor que combina una fiabilidad acreditada a nivel internacional, con un concepto de manejo intuitivo y sencillo. Ander nos comenta, "aquí, en la planta de Villatuerta, trabajamos con gramajes ligeros en los que el registro debe cuadrar de forma impecable."

¿Qué significa ser Climate Neutral?

La empresa trabaja asesorada por Climate Partner para conseguir una impresión climáticamente neutra. El proceso conlleva desde el cálculo y la compensación de las emisiones de carbono hasta el etiquetado que lo certifique. La impresión climáticamente neutra significa que las emisiones de carbono generadas por su proyecto son compensadas. Los productos de impresión





son finalmente neutros, primero calculando las emisiones carbono relevantes de la imprenta, generadas por cada proyecto individual. Una vez se dispone del resultado del cálculo, la empresa participa en proyectos reconocidos internacionalmente, como un proyecto hidroeléctrico en Indonesia o un proyecto de conservación forestal en Kenya. Finalmente, el producto adquiere un número de identificación que avala el cálculo y el destino del retorno. Los proyectos de compensación de carbono son auditados y certificados de acuerdo con los estándares internacionales. La certificación TÜV Austria garantiza una tranquilidad adicional para el proceso que utiliza Climate Partner para compensar las emisiones de carbono.

GraphyCems es una empresa comprometida con sus clientes, con la calidad de sus productos y con la sociedad. No podemos pensar en un tridente más equilibrado y con más proyección de futuro.

▼ La imprenta instaló la SX 102-8-P en 2020, en plena pandemia, que se añadió a sus otras Speedmaster de 1, 2, 4 y 8 colores en formato 72×102.

«La Speedmaster SX 102 es un equipo óptimo para el exigente mundo editorial y GraphyCems la destaca como la inversión ideal para fundamentar su capacidad productiva de cara al futuro»



GRÁFICAS, SADURNI

SADURNÍ Y... ¡GOOOL!

n los años 70, Martín Domingo, fundador de la compañía, le compró a Salvador Sadurní, mítico portero del Barça, una partida de máquinas de imprimir con la intención de iniciar una carrera como impresor independiente. Parece extraño, jun portero internacional sumado a equipos para impresión tipográfica! Pero lo importante de la historia es que Martín Domingo abrió en Hospitalet su primera imprenta y le puso el nombre de San Sadurní, no en referencia a su localización sino al guardameta que le vendió los equipos. Hoy, 50 años después, su hijo Javier Domingo Mor dirige desde su nueva localización, en Sant Joan Despí, una moderna imprenta que tiene como principal característica su amplio espectro de formatos y su capacidad de dar respuesta a muy diferentes tipos de demandas.

El sueño de Martín Domingo es actualmente una realidad, la imprenta dispone de un moderno y automatizado parque de máquinas que cubre todos los formatos y recorre toda la cadena de valor gráfica. La imprenta cuenta con una nueva línea de corte que corresponde a la última inversión, y cubre los tres formatos básicos: 52, 74 y 102, todos ellos firmados por Heidelberg. Como nos comenta Javier, la calidad que obtiene con los equipos de Heidelberg es notablemente superior en comparación a las otras marcas del mercado, además, el servicio y el flujo de suministros completa una oferta que cualquier imprenta debería valorar. Complementando la impresión, Stahlfolder Ti452 se encarga del plegado y una Suprasetter 105 es el CTP que completa la plantilla de un equipo ganador.

A primera vista, la empresa pertenece a un estándar comercial, pero si profundizamos en su perfil de clientes, vemos como la amplitud de espectro en su cartera





de pedidos ha hecho que esta imprenta haya invertido, cuando otras compañías similares han tenido que cerrar. Javier Domingo nos comenta durante la entrevista que algunos de sus clientes cerraron temporalmente sus puertas durante los primeros meses de la pandemia, especialmente aquellos relacionados con la hostelería y la restauración; sin embrago, la base de clientes que le encargaban trabajos para Packaging, especialmente de alimentación, incrementaron sus pedidos casi al mismo ritmo que los otros sectores los congelaban o reducían.

El concepto de gestión empresarial de Sadurní está enfocado en conseguir la satisfacción de sus clientes y, para ello, han actualizado al máximo sus procesos internos integrándolos al Workflow Prinect de Heidelberg. Tal como nos comenta Javier, el secreto es trabajar de forma integrada, a través de una gestión global, con stocks muy ajustados, con pedidos escalables a la carta, cumpliendo estrictamente los plazos de entrega, sirviendo just-in-time y trabajando con partners de confianza como Heidelberg.

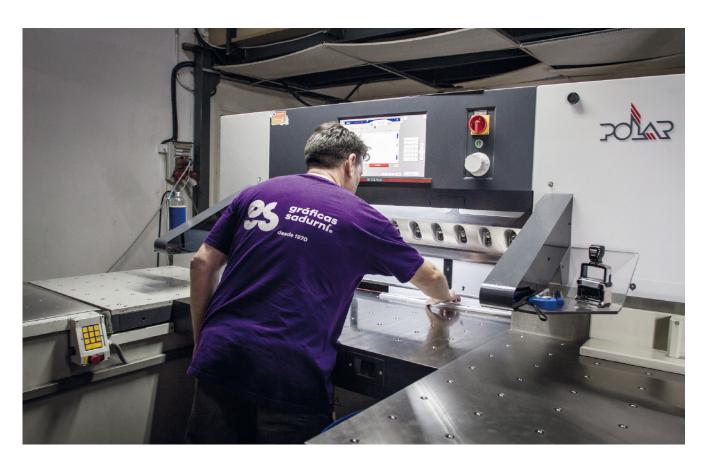
Para cubrir un flujo con constantes y variados trabajos, Sadurní ha instalado una Polar N115 Plus, el equipo de corte más vendido de su portfolio en formato 75x105. Las rápidas de Polar se caracterizan por su nivel de calidad, su sencillo cambio de cuchilla OptiKnife, la simplicidad de su manejo y por un tema que mira el futuro, un valor de reventa insuperable. Las 115 de Polar son programables con lo que acortan los tiempos de puesta a punto y aumentan la productividad. Tal como nos confirma el maquinista, el tándem "rapidez - precisión" resume la respuesta de este equipo.

Desde preimpresión, en la parte alta de la compañía, contemplamos una visión general de la sala de impresión y entendemos que el éxito no es un accidente. Solo con una estructura sólida, equipos de primera, una buena estrategia, mucho trabajo y compromiso, se puede crecer cuando otros no han podido hacerlo. ightleftarrow

▼ El guillotinista opera con la recién instalada Polar N115 Plus, el equipo de corte más vendido de su portfolio en formato 75x105. «El concepto de gestión empresarial de Gráficas Sadurní está enfocado en conseguir la satisfacción de sus clientes y, para ello, han actualizado al máximo sus procesos internos integrándolos al Prinect Workflow»

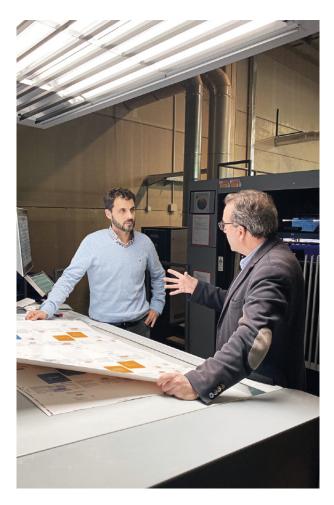
▼ (Pág. Anterior) De izda. a dcha., José Navas, Account Manager en Heidelberg, y Javier Domingo, Gerente de Gráficas Sadurní.

(Pág. Anterior) Un operario revisa una impresión en la mesa de luz, adornada con efectos personales. Un detalle que nos explica mucho sobre el equipo humano de Sadurní.





Más de 70 años de experiencia, 60 especialistas, 120 millones de estuches al año, 16 cuerpos de impresión y más de 5.000 metros cuadrados de instalaciones son algunas de las cifras que abalan a Galería Gráfica, una imprenta del grupo Hinojosa situada en Torrent, Valencia.



oy, hablar de packaging nos sitúa a veces en dinámicas de tendencia, de moda, o de nuevas opciones de negocio, pero para Galería Gráfica, el packaging se define como un nuevo paradigma, una nueva forma de entender el sector. En 1951, José Luís Veguer Medina inició el negocio con un pequeño taller y muy pronto se especializó en el embalaje, fabricando envases para la industria del chocolate y cooperativas de fruta de la zona. La filosofía siempre ha sido la misma, trabajar centrados en ofrecer la solución adecuada para cada necesidad del cliente. Hoy, en las nuevas instalaciones de Torrent y dotados de equipos tecnológicamente de vanguardia, Galería Gráfica, con su tercera generación al mando, destaca como referente en el mundo del packaging.

Un importante valor de la marca *Galería Gráfica* es la fidelidad. Sus clientes son de ámbito internacional y de sectores muy variados, pero lo más destacable es que muchos de ellos llevan 30 años confiando en la compañía. En Galería Gráfica ayudan a desarrollar el embalaje perfecto para cada producto y cuenta. La imprenta ofrece un servicio 360°, que se inicia en el *briefing* con el cliente, pasa por el desarrollo de la maqueta y ficticio impreso, después la producción, y acaba con la logística de entrega del producto. Muchas empresas ofrecen servicios de impresión, pero en el caso de Galería Gráfica, asisten y acompañan a sus clientes durante todo el proceso.

La sensación que tenemos dirigiéndonos a la sala de máquinas, mientras atravesamos las naves que almacenan los diferentes materiales en distintas fases del proceso, es la de ser un gigante que camina por calles de una gran ciudad entre grandes edificios. La mayor parte de los pallets apilan proyectos que van dirigidos a sectores como perfumería, cosmética, alimentación gourmet, vinos y espirituosos. Su proyección internacional se ve reforzada por su presencia en Blue Box Partners, la alianza europea integrada por cuatro compañías de origen familiar líderes en sus respectivos países en el sector del packaging, que cuenta en total con cerca de 10.200 empleados y una facturación de 2.800 millones de euros en 2019.

^{√ (}Pág. anterior) La tecnología ColdFoil ofrece ventajas sustanciales a la empresa, tanto a nivel de soluciones gráficas como a nivel de ahorro y bajo impacto medioambiental.

[◀] José Luis Veguer, Director de Producción y Juan Carlos Lozano, Sales Manager en Heidelberg Spain.

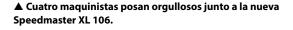
Respecto a su porfolio, simplemente echando una ojeada, nos damos cuenta de que la oferta de acabados es infinita y recoge tecnologías como el Stamping, brillo UVI, peliculado en mate o brillante, Soft Touch, golpe seco, contracolado, una amplia gama de barnices, trabajos con papel Kraft y muchas más soluciones gráficas que hacen de esta imprenta un compañero de viaje en el mundo del packaging difícil de sustituir.

Speedmaster XL 106, un equipo a la altura

106 ha sido desde hace tiempo el formato escogido por la empresa, pero fue durante 2020 cuando la Heidelberg Speedmaster XL 106-8, dotada de módulo de ColdFoil de la firma Vinfoil y con una particular configuración, entró como buque insignia de la planta de producción de Torrent, compitiendo en este momento con otros equipos de otras marcas. Las inversiones con más de seis ceros requieren un importante trabajo previo, comparativas, largas negociaciones y reflexiones de madrugada; pero hoy, la empresa se siente satisfecha con el nuevo activo. El macroequipo luce imponente y la empresa ya puede afirmar que destaca por su productividad sin competencia y con unos niveles de eficiencia y OEE envidiables.

El gran desafío en el día a día de la planta de producción de Galería Gráfica es trabajar en línea con los exigentes y variados trabajos que pasan por los diferentes cuerpos de la XL 106. El paquete de alto rendimiento de Heidelberg garantiza poder imprimir incluso con sustratos y acabados altamente exigentes a la máxima velocidad. La nueva Speedmaster asegura una alta fiabilidad del proceso y un desplazamiento de la hoja extremadamente estable, que combina excelentemente con la tecnología Cold foil que Vinfoil aportó a la máquina. Poder laminar en línea ofrece ventajas sustanciales a la empresa, tanto en referencia a las soluciones gráficas como a los ahorros y el bajo impacto medioambiental.

Los materiales que forman parte de los estuches son caros. Por ello, las mermas pueden penalizar severamente los costes de producción y, por tanto, los márgenes. Para conseguir un proceso de fabricación de calidad y mínima pérdida de materiales en el proceso de plegado



▲ Diana Veguer, CEO de Galería Gráfica, un maquinista y Juan Carlos Lozano, Sales Manager.





«106 ha sido desde hace tiempo el formato escogido por Galería Gráfica, pero fue durante 2020 cuando la Speedmaster XL 106-8, dotada con el módulo de ColdFoil de la firma Vinfoil y con configuración especial, entró como buque insignia de la planta»

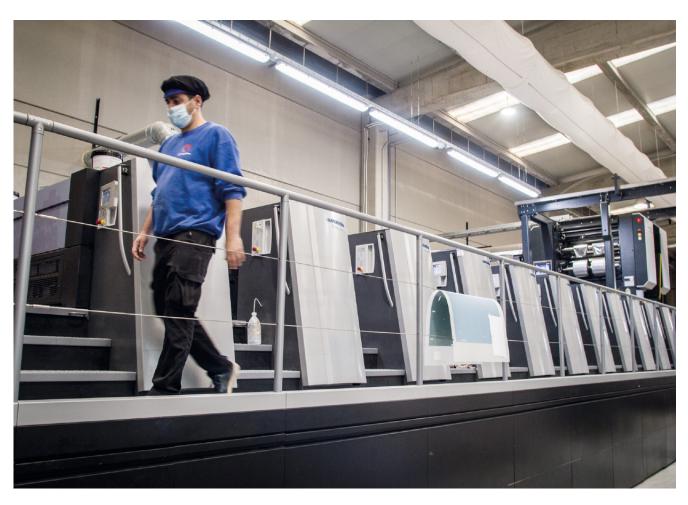
y encolado, Galería Gráfica le buscó el compañero ideal a la XL. Se pueden implementar planes de producción muy ambiciosos sin que surjan sorpresas desagradables y asegurando calidad, precios y condiciones muy competitivos, si se escogen los compañeros idóneos. Por ello, una Diana Easy 115 de MK es la encargada de ofrecer una alta calidad de plegado/encolado, tiempos de preparación cortos y una facilidad de uso constante, con un rendimiento de hasta 200.000 cajas por hora.

Tiradas muy largas o cortas, rapidez en los cambios, mínima maculatura y su gran velocidad de producción se complementan con los sistemas de regulación y medición en línea Prinect Inpress Control, haciendo de este equipo un ganador en franja de mercado. "Podríamos hablar de récord de pliegos impresos, de múltiples acabados en línea en un mismo estuche, de mínimos ratios de maculatura, pero nada de esto no tendría sentido si la tecnología Heidelberg no sustentase con sus resultados la confianza de nuestros clientes", afirma Diana Veguer, directora general de la compañía. F



▲ De izda. a dcha., Pedro García, Responsable de zona de Heidelberg Spain, José Luís Veguer, Director de producción de Galería Gráfica y Juan Carlos Lozano, Sales Manager.

▼ La nueva Speedmaster asegura una alta fiabilidad del proceso y un desplazamiento de la hoja extremadamente estable, que combina excelentemente con la tecnología ColdFoil.





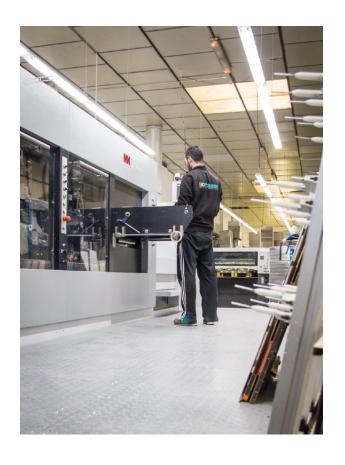
Se necesitan tres puntos de apoyo para sostenerse en equilibrio. Tres simboliza el movimiento continuo, la perfección de lo acabado y enumera las fases de la creación artística: idea, resultado y obra. Tres es el prefijo de una imprenta que resume en tres ideas su misión: ayudar al cliente, promocionar y potenciar sus ideas y materializar sus proyectos. Una imprenta que piensa en los servicios de impresión como en un todo, integrando el diseño gráfico, impresión y una completa sección de post en sus instalaciones de Ontinyent, Valencia.

a compañía ha crecido de forma importante en los últimos años, especialmente gracias a un excelente ambiente de trabajo, las modernas instalaciones y el altísimo nivel tecnológico del que disponen. Tal como comentan Rafa Borreda, gerente de la compañía, "buscamos la perfección con la mejor maquinaria del mercado. Para nosotros, Heidelberg es sinónimo de calidad dentro del sector de impresión".

Todo está relacionado con la venta del producto final. ¿Acaso los efectos de impresión y los acabados, junto con una buena fotografía y un diseño excelente, no ayudan a vender el producto? Cuando mencionamos 3Graphic, hablamos de impresión de gama alta, que se extiende no solo a revistas, folletos... sino también al mundo del packaging, cada vez más sofisticado y personalizado. Las nuevas tecnologías de impresión y postimpresión incorporadas en los últimos años permiten a la empresa eliminar límites en el diseño, automatizar procesos y reducir el tiempo de elaboración; y todo para satisfacer al cliente y finalmente al consumidor de a pie.

Inversiones estratégicas: Promatrix, Suprasetter, Speedmaster, Versafire y Diana Easy

En los últimos tres años, la empresa ha invertido en cinco equipos que completan un ambicioso plan de futuro. El control de los recursos propios y el dominio de todos los procesos de producción aseguran a la imprenta que la calidad del producto final siempre esté a la altura de las pretensiones previas de cada proyecto.



▲ Para 3Graphic, la adquisición de la MK ha sido clave en el proyecto de modernización y adaptación para acceder a nuevos mercados y ser más competitivos.

En la sala de producción nos encontramos con una CD 102 muy bien configurada, un equipo que no para de trabajar durante nuestro paseo por la planta de Ontinyent. La Speedmaster CD 102 de 3Graphic es una maquina pensada para imprimir trabajos con un alto nivel de valor añadido. Con su sistema centralizado para la planificación, operación y control de las funciones de la máquina, su nivel de ajustes automáticos, regulación automática de tinta con control de temperatura, lavado automático de mantillas, rodillos y cilindros de impresión, Autoplate, unidad de barniz con sistema de doble rodillo y secadores IR, ente otros, convierte a este versátil equipo de impresión en un vehículo apto para cualquier terreno o situación. La tecnología Speedmaster CD 102, no solo ha sido atractiva por su buena relación calidad-precio. La empresa valoró desde un principio su gran potencial de producción, su capacidad de customización a la hora de configurarla y lo que todo eso representaría de cara al crecimiento planificado en el futuro.

El CTP escogido por la compañía es un Suprasetter E en formato 105. Con este equipo, la imprenta asegura la calidad y una disponibilidad de planchas estable y segura. En la misma sala luce el último fichaje, una Versafire EV que para la empresa representa un recurso imprescindible para acceder al sector de los trabajos de alta calidad con múltiples opciones de acabados y especialmente adecuado para tiradas cortas. Con estos equipos interconectados con el Workflow Production Manager de Prinect, 3Graphic consigue un control de la rentabilidad de la planta que le permite ordenar los recursos de forma eficiente y dar un salto cualitativo en relación a la calidad.

Cubiertas las necesidades en press, con un doble flujo combinado digital-offset, 3Graphic apuesta nuevamente por equipos avalados por Heidelberg e invierte en la plegadora-encoladora MK Diana Easy 115 y en una Troqueladora MK Promatrix 105 con blanking. Tal como nos comenta Rafa, "la relación de confianza con Heidelberg nos ayuda a acertar a la hora de estudiar una nueva inversión. Para nosotros, cada equipo es una pieza que ha de encajar en nuestro equilibrado ecosistema. Tanto el asesoramiento comercial, la profesionalidad del servicio técnico de Heidelberg, como la capacitación de sus instructores, ha sido decisivo cada vez que hemos iniciado el proceso de estudio para una nueva inversión. El mercado del packaging nos obliga a enfrentarnos a retos dispares. La adquisición de este equipo ha sido clave en







nuestro proyecto de modernización y adaptación para acceder a nuevos mercados y ser más competitivos. Estamos muy contentos con Masterwork."

La Diana Easy 115 destaca por la rapidez y comodidad de sus procesos de puesta a punto, una estructura que facilita las operaciones al maquinista y unos estándares de calidad máximos. La máquina puede procesar diferente rango de materiales y gramajes y ese punto ha sido imprescindible para una empresa abierta a proyectos dispares. En otro ámbito del acabado, la Promatrix instalada en la planta de Ontinyent es la primera troqueladora plana de Masterwork con blanking en España. Este equipo para troquelado profesional con blanking tiene una función clave, es una herramienta ideal de cara a reducir costes de producción y ahorrar tiempos, evitando acciones manuales y generando un alto nivel de OEE. Para 3Graphic, la Promatrix, junto con el resto de las inversiones, los consolida como productores industriales de packaging de alto rendimiento.

▼ En encuadernación y acabados, 3Graphic apuesta por una plegadora-encoladora MK Diana Easy 115 y en una Troqueladora MK Promatrix 105 con blanking. «En los últimos tres años, 3Graphics ha invertido en cinco equipos que completan un ambicioso plan de futuro. El control de los recursos y el dominio de los procesos de producción aseguran que la calidad del producto final siempre esté a la altura en cada proyecto»



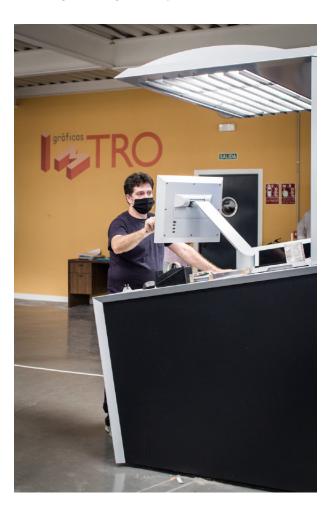


Gráficas IM-TRO es una imprenta de más de 40 años que ha ido evolucionando, incluso en un momento tan crítico como el que estamos viviendo actualmente. Justamente, hace dos años, se originó un incendio en una nave colindante a la de IM-TRO que arrasó con la planta de producción de la imprenta. Rafael y Miguel Gascón, propietarios de la empresa, no esperaron ni un momento para reconstruir el proyecto y poner en marcha de nuevo la imprenta.

afael y Miguel Gascón, propietarios de la empresa, no esperaron ni un momento para reconstruir el proyecto y poner en marcha de nuevo la imprenta. En poco tiempo, IM-TRO volvía a la vida, consiguiendo tener todos los equipos instalados y en marcha en menos de un año e incluso en plena pandemia.

"Empezar de cero nunca es fácil y menos en la situación que nos ha sobrevenido con el COVID-19. Durante el periodo de estado de alarma se instaló en la nueva nave una CX 102-5-L, una CD 102-5-L, una SM 52-5 usada y una plegadora de cajas Diana Easy 115; siempre manteniendo las medidas de seguridad tanto para nuestros empleados como para los de Heidelberg Spain. Este proyecto ha supuesto un gran esfuerzo para todos y no hubiera sido posible sin una colaboración vital por ambas partes. Al final, el esfuerzo y el trabajo bien hecho ha significado conseguir con gran éxito una imprenta lista para producir en plena pandemia", nos comentan los hermanos Gascón.

Desde Heidelberg Spain pusimos la imaginación y todos los recursos inimaginables para que el transporte, la instalación y la posterior instrucción fueran posibles. Fue toda una odisea el desplazarse y hospedarse en Madrid en pleno estado de alarma, pero la amabilidad y hospitalidad que recibimos desde el primer día de Gráficas IM-TRO hizo más llevadero y agradable el trabajo. "Estoy muy agradecido por el trato recibido y las facilidades que hemos tenido en todo momento por parte del cliente, siempre humilde y amable, tanto por parte ▼ La instalación se llevó a cabo siguiendo todas las medidas de seguridad para proteger a todos los empleados y personal de Heidelberg. En la imagen, el maquinista en la mesa de control.





▲ Rafael y Miguel Gascón, propietarios, acompañados de Jaime De Diego, Digital Product Manager en Heidelberg, posan junto a la flamante Easymatrix 106 CS.

▼ Durante el periodo de estado de alarma, IM-TRO y Heidelberg consiguieron instalar una CX 102-5-L, una CD 102-5-L, una SM 52-5 de segunda mano y una plegadora de cajas Diana Easy 115.

de gerencia como de los técnicos" comenta uno de los miembros de nuestro Servicio Técnico. Hoy impresiona entrar en las instalaciones de IM-TRO. Acompañados de Rafael y Miguel pasemos por un espacio bañado por la luz natural entre equipos armónicamente ordenados. Una CD 102-5+L trabaja paralela a la CX 102-5+L, el formato 52 es para la luchadora SM 52-4 H y el post se lo reparten entre una Stahlfolder Ti52, una Polar 115 y dos MK, una Easymatrix 106 CS y una DIANA Easy 115. Todo ellos armonizado bajo el paraguas de workflow de Prinect. Mientras paseas entre el run-run de los cuerpos y el rasgado sonido de los pliegos en la entrega piensas, si fuese maquinista, me gustaría trabajar aquí.

IM-TRO es una empresa solvente que ha apostado por Heidelberg como partner tanto a la hora de invertir en equipos como a la hora de las compras del día a día. La cooperación global hace que juntos podamos conseguir niveles de rentabilidad y productividad que de otra forma sería imposible.



«Fue toda una odisea el desplazarse y hospedarse en Madrid en pleno estado de alarma, pero la amabilidad y hospitalidad que recibimos desde el primer día por parte de Gráficas IM-TRO hizo más llevadero y agradable el trabajo»



- ▲ El maquinista, durante un cambio de planchas.
- ▼ En el nutrida zona de postimpresión encontramos una plegadora Stahlfolder Ti52, una Polar 115 y dos troqueladoras MK, una Easymatrix 106 CS y una DIANA Easy 115.



IMPRESIONES DE DIN IMPRESORES

PATRICIA Y CRISTINA GARCÍA-MANSO

IDEAS EN HECHOS



Cristina y Patricia García-Manso Responsables de DIN Impresores

DIN es una conocida imprenta madrileña de trascendencia nacional, con un modelo de negocio que no podríamos clasificar con un estándar. DIN es una empresa camaleónica que sabe sacarle todo el jugo a cada oportunidad que aparece y que apuestan por mantener su parque tecnológico constantemente actualizado y preparado para poder dar respuesta a cualquier reto, por complicado que parezca.



n los últimos 2 años la imprenta ha seguido invirtiendo y reforzado su capacidad productiva incluso en tiempos de pandemia. Una Suprasetter A106 precede a la estrella de la sala de máquinas, una CX102-5-L y a la nueva Versafire EV Version EU reforzara el excelente trabajo que hace la empresa en el ámbito de la impresión digital. DIN apuesta también por el Workflow de Prinect Production Manager entendiendo que en la integración reside el secreto de conseguir la máxima rentabilidad. Por último, DIN ha invertido en un nuevo equipo, una MK Easymatrix 106 CS y una Diana Go 85 con alineador y fondo automático que darán respuesta a nuevos proyectos.

¿Qué os sugiere la palabra Competencia?

Nuestro padre nos enseñó que la competencia no ha de ser el foco principal de tus preocupaciones. La calidad final del producto, la satisfacción del cliente, la formación constante de tu equipo y estar preparado para poder enfrentarte a las nuevas oportunidades o a eventuales problemas han de ser los elementos que ocupen nuestro día a día. Como él decía, las soluciones están en nuestras manos.

¿... Y digital?

Esa ya es una fase superada para nosotras. Lo importante en nuestra empresa es que hemos sido capaces de aprovechar las opciones que nos da la impresión digital, sin olvidar la capacidad del offset. Un flujo combinado y controlado por un buen Workflow como Prinect nos abre más puertas para especializarnos.

En nuestro caso, y actualmente, nuestros esfuerzos están centrados en la digitalización. Un buen nivel de digitalización sistemática en los procesos nos ayuda a obtener resultados cuantificables, nos permite trabajar sobre índices y ratios de producción y al final conseguimos más rentabilidad, satisfacción de nuestros clientes y empleados mucho más eficientes.

«Nuestro padre nos enseñó que la competencia no ha de ser el foco principal de tus preocupaciones» «Hoy nadie debería trabajar lejos de conceptos como este indicador (OEE). En producción muchas veces solo se piensa en lo que suma y no en lo que resta. Es muy importante lo que ganas, pero es básico minimizar lo que pierdes»

¿Qué nos podéis decir del concepto Sostenibilidad?

Para nosotras la sostenibilidad no es solo un objetivo o un concepto de moda: para DIN, sostenibilidad significa responsabilidad y compromiso. Papeles basados en algas, consumibles ecofriendly o equipos que minimizan la emisión de CO2 son elementos escogidos cuidadosamente para poder mantener nuestro compromiso de mínimo impacto medioambiental. En DIN seguimos avanzando para colaborar en conseguir un mundo mejor.

¿Significa algo OEE?

(Después de una leve sonrisa), hoy nadie debería trabajar lejos de conceptos como este indicador. En producción muchas veces solo se piensa en lo que suma y no en lo que resta. La OEE nos permite valorar la eficiencia de nuestra planta y nos pone sobre el papel factores como la disponibilidad, rendimiento, calidad o maculatura. Gracias al concepto Push to Stop mejoramos nuestra OEE, reducimos tiempos de cambio, perdidas de material y tiempos muertos. Es muy importante lo que ganas, pero es básico minimizar los que pierdes.

◀ Las hermanas Cristina y Patricia García-Manso, al mando de DIN Impresores, y Jaime De Diego, Digital Product Manager en Heidelberg Spain, junto a su CX 102 + 5 + L.





SIEMPRE A LA VANGUARDIA

Una empresa como Sittic funciona como una puerta giratoria en continuo movimiento. Diferentes encargos y proyectos entran cada día y cada día salen de sus instalaciones miles de pliegos impecablemente impresos. ¿Cuál es el secreto para poder coordinar todo ese flujo de entradas y salidas?

a voluntad de estar siempre a la cabeza obliga a empresas como Sittic a trabajar día a día, bajo el halo de la vanguardia. Si además le sumas que tus clientes finales son imprentas, subes un nuevo escalón de exigencia y conviertes tus procesos de fabricación en flujos que tienen como etapa final conseguir la perfección. En este escenario trabaja Sittic: entorno B2B, formato VLF y máximo nivel de exigencia por parte de sus clientes. Antonio Mora Martínez, dueño y gerente, nos comenta: "nuestro mercado nos exige siempre el máximo y eso nos obliga a mantener estándares muy altos".

Las instalaciones de Madrid nos explican muchas cosas: la impecable distribución de los equipos, la icónica Speedmaster XL 162 de Heidelberg funcionando rítmicamente o el lab de preimpresión, En Sittic, 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. Como ya 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.

Production Manager: el cerebro del grupo

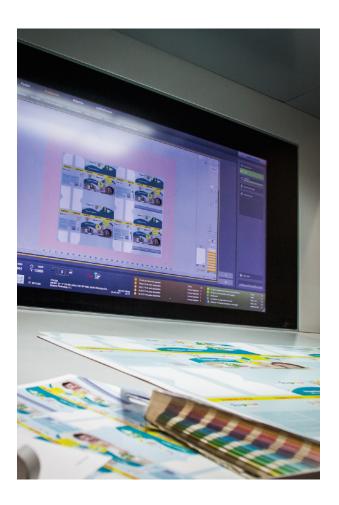
La XL 162 está imprimiendo en este momento a unos 10.000 pliegos por hora de media, con más de 30 cambios por día y 15 minutos por cambio y, como dato estrella, la imprenta ha llegado en solo 8 horas a poner en marcha hasta 22 cambios. En un entorno como este, es necesario ser 100% eficiente, y para ello, Sittic se decidió a implantar un software como Prinect. Con Prinect Production Manager la compañía consigue homogeneizar los diferentes procesos, ordenarlos y gestionarlos de forma eficiente.

Production Manager es un módulo de Prinect que tiene funcionalidades de portal y tiene como objetivos optimizar procesos, ayudar a la planificación y preajuste de los trabajos eliminando al mínimo las intervenciones manuales, automatizar la producción y analizar datos a través de los informes. ProMan de Prinect es una herramienta imprescindible para un ecosistema como el de Sittic.

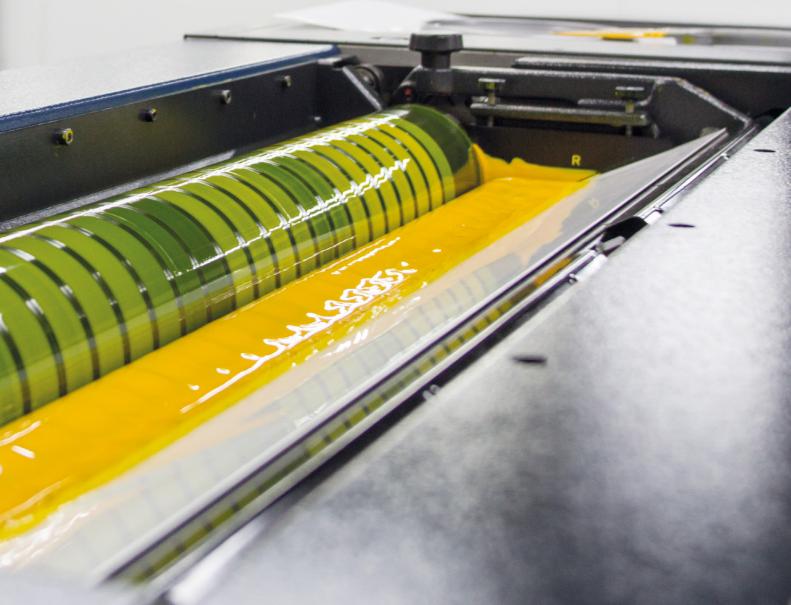
En este entorno, y como no podía ser de otra manera, Sittic ha sido la primera imprenta en España que ha conectado con éxito Production Manager, el Inspection Control y el PDF Verification. El Prinect escogido, con Inspection Control 2, está dotado de un conjunto de cámaras, servidor y software. En principio, el software Inspection Control viene con dos opciones, el Preset Inspect - que correspondería a la instalación básica sin necesidad de servidor y que permite la comparación de un pliego validado como correcto con el resto de la producción - y el PDF Verification, opción por la que se decidió Sittic y que corresponde al top gama. Esta opción se estructura sobre la anterior y permite desde preimpresión comparar el pliego validado "OK" en preimpresión con el que sale de máquina. En este caso, el equipo requiere de un servidor Dell T140.

Por otro lado, el software funciona sobre un ProMan Basic más el Wallscreen y el Insertstart. El Proman Full instalado en Sittic, compuesto por servidor y workflow, es único en España y, por tanto, Sittic es la única imprenta que disfruta en este momento de un paquete completo y totalmente integrado. Tal como nos comenta Juan Pedro López, responsable de producción de la planta de Torrejón de Ardoz, Madrid, "se puede trabajar sin el flujo de Heidelberg, pero el nivel de integración nos permite ser más rápidos, eficientes y ofrecer siempre un producto con la máxima calidad y con la mínima merma". F

► Con Prinect Production Manager, Sittic ha conseguido homogeneizar los diferentes procesos, ordenarlos y gestionarlos de forma eficiente. «La imprenta ha llegado en solo 8 horas a poner en marcha hasta 22
cambios. En un entorno
como este, es necesario
ser 100% eficiente, y
para ello, Sittic se decidió a implantar Prinect
Product Manager.
Actualmente, es la única imprenta en España
que disfruta de un paquete completo y totalmente integrado»







ntonio comenta, "Son los más baratos. Necesitaba una imprenta de gran volumen para catálogos. Después de contactar con todas las imprentas de Castellón, encontré ésta, y debo decir que me hicieron el mejor presupuesto. Buena calidad de impresión y buen gramaje del papel".

Vanesa afirma, "Oooohhh, al fin encuentro una imprenta de calidad. Súper contenta. Precio y servicio de 10".

A.J., bajo las 5 estrellas, comenta, "Tras muchos trabajos encargados, ¡ya son años los que sigo haciéndoles encargos...¡Y que dure!"

¿Qué tienen en común Antonio, Vanesa y un tal A.J.? Que todos ellos y ellas dejaron su comentario en una famosa plataforma de opiniones. Y todos y todas hablaban de la misma imprenta, Grupo Zona.

Grupo Zona, más que una imprenta, es una empresa de servicios globales. A nuestra llegada al polígono industrial en Castellón, nos damos cuenta al momento que su logotipo salpica de color la mayoría de las fachadas y carteles de las naves de alrededor. La empresa está de-

dicada a la industria gráfica, con una central de producción de más de 6.000 m², y una cartera de soluciones donde podemos encontrar gran variedad de productos del sector gráfico, que van desde el gran formato, libros, revistas, displays, merchandising y muchos más servicios gráficos. Aunque lo más sorprendente no es lo que hacen, sino lo que son capaces de hacer.

En plena pandemia consiguieron modelar su oferta en función de las necesidades y se convirtieron en líderes de venta de mascarillas y especialistas en mamparas de seguridad; y todo ello en un tiempo récord. Grupo Zona trabaja dentro de una estructura empresarial avanzada y con una oferta única que los pone a la cabeza respecto al resto de sus competidores, convirtiéndose así en el centro de comentarios positivos. "No importa lo ambicioso del proyecto, desde Grupo Zona podemos ofrecer la mejor solución al mejor precio. Nuestra calidad y gran capacidad productiva nos posiciona como uno de los máximos exponentes del mercado gráfico nacional", nos comenta José Doménech, Director General de la compañía.

En Offset: XL106 y en Digital: Versafire

Cuando el equipo de Grupo Zona inició el proyecto Speedmaster, la imprenta trabajaba con equipos de la competencia. La necesidad surgió de la voluntad de entrar en sectores tremendamente exigentes, como el de la cerámica. Junto a la XL 106-5+L, José afirma "si eres capaz de imprimir catálogos para este tipo de empresas de éxito, puedes imprimir cualquier cosa". El equipo destaca en la sala de impresión y no nos sorprende el comentario del maquinista: "Con la máquina hemos conseguido un 50% más de productividad con menos tiempo de puesta a punto, más estabilidad del entintado y más comodidad en el manejo".

"Hacemos trabajar la XL 106 de forma constante, muchas veces a su máxima velocidad de producción de 18.000 pliegos por hora. Actualmente, estamos en el camino de volver a los 3 turnos, 7 días a la semana. Nos decidimos por la Speedmaster XL 106 5 colores con cuerpo de laca por la estabilidad de su entintado, por la velocidad de impresión máxima y constante, por los ahorros de tiempo de puesta a punto y de maculatura y también por la facilidad de manejo. Nuestros trabajos son tremendamente variados y este equipo nos hace el día más fácil. En algunos casos, hemos hecho

◀ José Doménech, Director General de Grupo Zona, y Juan Carlos Lozano, Sales Manager de Heidelberg Spain. «Lo más sorprendente de Grupo Zona no es lo que hacen, sino lo que son capaces de hacer. En plena pandemia consiguieron modelar su oferta en función de las necesidades y se convirtieron en líderes de venta de mascarillas y especialistas en mamparas de seguridad»



▲ El maquinista afirma que con la XL 106 han conseguido un 50% más de productividad con menos tiempo de puesta a punto, más estabilidad del entintado y más comodidad en el manejo de la máquina.

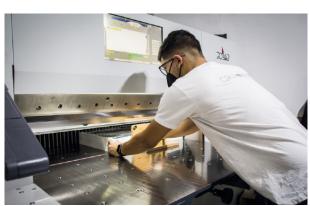
▼ El equipo de la compañía, subido a la Speedmaster XL 106 + 5 colores con cuerpo de laca.



«La necesidad de inversión surgió de la voluntad de entrar en sectores tan exigentes como el de la cerámica. José Doménech, Gerente, comenta: si eres capaz de imprimir catálogos para este tipo de empresas, puedes imprimir cualquier cosa»

Ink BIO Speed Back

The BI



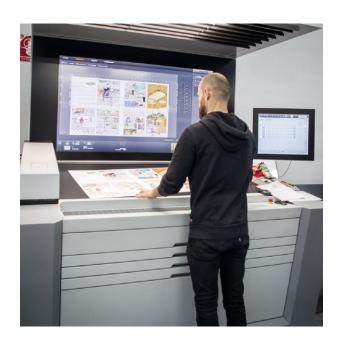
▲ Un pote de tinta Saphira Eco, en primer plano. Abajo, el guillotinista ajusta una pila en la mesa de corte de una POLAR.

▶ El maquinista revisa un trabajo en la mesa de control.

tiradas de 200 unidades con rentabilidad, aunque sinceramente, para este tipo de trabajos preferimos trabajar con la Versafire".

Como equipo complementario, Grupo Zona invirtió también en un equipo digital Versafire EV versión EU. La tecnología es distinta, de la misma forma que los trabajos que encaminan a esta tecnología son diferentes. Por eso, es importante para la compañía contar con equipos complementarios que funcionen de forma paralela en el mismo flujo de trabajo. La Versafire EV se caracteriza por una gran variedad de aplicaciones y por tener la posibilidad de utilizar siete colores especiales. La máquina ofrece una alta calidad y una producción fiable de trabajos estándar en CMYK, además de un sinfín de posibilidades creativas y acabados sorprendentes con sus siete tóners especiales: blanco, barniz, amarillo neón, rosa neón, rojo invisible, oro y plata.

Hoy, Grupo Zona está aún lejos de encontrar su límite, porque la empresa sigue pensando en crecer. En el mundo de la imprenta estamos acostumbrados a ver iniciativas tecnológicas, acabados de fantasía o soluciones gráficas imposibles, pero lo que nos propone José Doménech en su despacho nos genera curiosidad y admiración. Grupo Zona lidera un servicio de franquicias, dirigido a empresas y profesionales de las artes gráficas que necesiten mejorar. La empresa ofrece todo un paquete de opciones y soluciones gráficas, actualización de la imagen corporativa, asesoramiento, soporte a la producción, liberando a los franquiciados de hacer nuevas inversiones y, sobre todo, pone a disposición el know-how de la empresa.





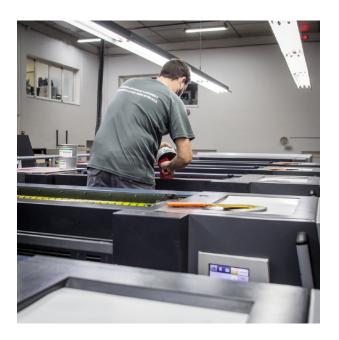
Qué elementos son imprescindibles para poder hablar de *culto*? Para hablar de culto necesitaremos un espacio, por lo menos un icono y también un líder espiritual. Ahora se genera una nueva duda, ¿por qué hablamos de culto, si estamos hablando de cajas? Podríamos responder con una socorrida frase como *la respuesta está en tu interior*, pero lo cierto es que la respuesta está en Miger, una empresa de Alicante que ha convertido sus productos en elementos icónicos.

El espacio de trabajo genera por si solo un áurea filosófica y sus responsables, Francisco Ferrándiz y Mally Moreno, se convierten delante del cliente en guías y, de alguna forma, confesores de secretos inconfesables. El espacio nos recuerda a un templo; las paredes lucen un intenso naranja, símbolo de creatividad, entusiasmo, éxito, equilibrio y carácter local y, cuando nuestra mirada se dirige al techo, se pierde en un Cool Grey 11C imposible de imprimir (si no es con un Pantone). Este color por si solo ya significa una declaración de intenciones. En Miger se rinde culto a la caja, la profesionalidad transciende de lo protocolario e imprimir va acompañado de una particular liturgia, que convierte a cada producto en objetos únicos, en elementos de culto. En el showroom, cada caja mantiene identidad propia, hace alarde de su capacidad atrayente y dispone de un espacio, como corresponde a la imaginería en el packaging.

Gráficas Miger nace en Alicante en 1983 con el objetivo de cubrir la demanda que generaba la industria del calzado en la zona. La empresa se especializó en packaging para fabricantes de zapatos, pero con el paso de los años, fueron capaces de diversificar su oferta, mejorando de forma constante su tecnología y ofreciendo soluciones gráficas a diversos sectores e industrias, como alimentación, productos de limpieza y droguería, cosmética, belleza e higiene personal, hidrosanitarios, productos médicos y farmacéuticos, tintas y productos químicos, entre otros. "Cada crisis ha generado una nueva oportunidad que nos ha permitido ampliar nuestra cartera, entrando en nuevos mercados" afirma Francisco.

Para la imprenta alicantina, el objetivo está lejos de buscar clientes que busquen precio, lo esencial es trabajar con cuentas que busquen la excelencia, y para ello se dejen asesorar. El equipo de Miger trata de sol-

- ▶ (Pág. anterior) Francisco Ferrándiz, Director General de Miger al frente de su equipo técnico.
- ▶ De izqda. a dcha., Francisco Ferrándiz, CEO de Miger junto a Juan Carlos Lozano, Sales Manager y Raul Blanco KAM de HSP.
- ▶ (Pág. siguiente) Nada en Miger es aleatorio. Las camisetas de los operarios son toda una declaración de intenciones.





«Heidelberg y la Speedmaster nos han servido para entrar en una nueva dimensión, la de los clientes premium. La XL 106 y su tecnología hace posible que pequeñas empresas como la nuestra puedan trabajar con grandes clientes» ventar dudas y busca soluciones a través de la interpretación y la intuición que da la experiencia. Máxima calidad, estricta personalización y siempre el precio justo.

"Miger se ha convertido en un líder en el sector y sus clientes son fieles seguidores de su filosofía de trabajo y del espíritu de la compañía", tal como nos comenta Mally, co-ideóloga de la forma de trabajar de la compañía. Nada en Miger es aleatorio o resultado de un simple ejercicio estético; una puerta de cortina en el almacén, las frases que lucen en el tráiler aparcado en la puerta de la compañía, los colores corporativos, las sentencias en las camisetas de los operarios. Nada en Miger se escapa al cuidado diseño, no de un espacio, sino de una forma de trabajar, enfocada en llegar al espíritu de cada caja.

La compañía basa su potencial en un equipo tecnológico de última generación y en un plan de formación continuada a su plantilla. La transformación digital supone un cambio en los métodos de trabajo y en los procesos de negocio. En Miger, tienen claro que la formación continua es imprescindible para el crecimiento empresarial. Hoy en día, la transformación digital, la veloci-



dad de los procesos, la digitalización de los entornos y la automatización de los equipos les obliga a disponer de personal que esté más enfocado a conseguir altos niveles de productividad y rentabilidad que dedicado a trabajos mecánicos y manuales, que no añaden valor al proceso. La Speedmaster XL 106-5 más laca generación 2020 de Miger es un equipo inteligente que ofrece soluciones innovadoras, especialmente adaptadas a las necesidades de una empresa de packaging, sin importar la complejidad de los proyectos que llegan a la empresa. Esta máquina permite a la imprenta reinventarse de forma constante en función de los retos de futuro.

Francisco, durante la entrevista, nos dice," Heidelberg y la Speedmaster nos han servido para entrar en una nueva dimensión, la de los clientes premium. La XL 106 y su tecnología hace posible que pequeñas empresas como la nuestra puedan trabajar con grandes clientes. Nosotros usamos el siguiente símil, la Speedmaster ha sido como pasar de ser un médico a ser un científico. En el mundo científico los detalles cuentan y el control de las pequeñas circunstancias hoy, pueden ser la solución de grandes problemas en el futuro. Sin duda, el camino que marca Heidelberg es el que queremos seguir nosotros".

Industria 4.0, falacia o realidad

Parece que actualmente es tendencia hablar de la Industria 4.0 (o Print Shop 4.0), pero no todos los que hacen bandera cumplen las condiciones. Muchas empresas siguen ancladas en modelos de negocio obsoletos y dejan pasar las nuevas oportunidades de negocio por una falta absoluta de potencial tecnológico y una plantilla sin formación y desactualizada.

Industria 4.0 no es enviar emails o tener una página web. Print Shop 4. 0 es filosofía Push to Stop, es saber cómo aumentar la eficiencia de la producción de impresión (OEE), es el sistema de asistencia Intellistart 3, es la implementación de aquella inteligencia artificial que nos ofrecen una experiencia de usuario única (UX). La Speedmaster de Miger se ha hecho imprescindible en la planta de producción de la imprenta. Tal como nos explica Francisco Ferrándiz, CEO de la compañía, "La XL 106 y Heidelberg aportan la magia para que la empresa funcione bien".

► La Speedmaster XL 106-5 más laca generación 2020 de Miger es un equipo inteligente que ofrece soluciones innovadoras, especialmente adaptadas a las necesidades de una empresa de packaging.

► (Pág. siguiente) Junto a la XL, Miger instaló la Suprasetter 105 con tecnología láser. «Miger ha sabido convertir oportunidades en negocio y ha entendido que solo las empresas que se adaptan a los tiempos aplicando las más vanguardistas técnicas tienen la posibilidad de perdurar en el tiempo»







XL 106: 0 defectos

"En un mercado como el nuestro, la gestión automática de la calidad se convierte en un instrumento imprescindible. Ninguno de nuestros clientes perdona los errores, especialmente en sectores como la moda, con el que trabajamos bastante. La imagen de marca se ha convertido en un activo muy valioso para las empresas y asegurar "O defectos" en la producción de packaging es para nosotros norma. Por ello, contar con equipos y sistemas inteligentes que dispongan de automatismos para evitar los defectos antes de que estos se produzcan, representa una gran ventaja para respetar nuestra filosofía O defectos", nos comenta Luis, Responsable de operaciones. La Speedmaster XL 106 dispone de sistemas capaces de detectar errores, separar pliegos de maculatura y poses individuales, ya sea en línea en la propia máquina de impresión o mediante una inspección separada. El objetivo es siempre el mismo: obtener estuches y cajas perfectos, además de que cumplan todos los requerimientos legales y condiciones exigidas por los clientes.

Para la empresa ha sido también muy importante contar con el Workflow Production Manager de Prinect como ecualizador de los diferentes equipos de la empresa, como controlador del paquete de procesos de la imprenta y como vínculo de unión entre el departamento de Prepress y la sala de impresión. Junto a la XL, Miger instaló la Suprasetter 105 con tecnología láser, que en estos momentos está generando toda la producción de planchas para la imprenta.

Miger es una compañía que ha sabido convertir oportunidades en negocio y que ha entendido que solo los proyectos y empresas que se adaptan a los tiempos aplicando las más vanguardistas técnicas tienen la posibilidad de perdurar en el tiempo. "Estamos 100% comprometidos con nuestros clientes y con nuestra plantilla, por ello, es importante no bajar nunca la guardia y mantenerse al día en cualquiera de los ámbitos que pueda estar relacionado con la empresa", afirma Francisco. "

Redacción

Ángel P. Vico, Sara Pérez

Dirección artística y maquetación

Alba P. Guijarro

Fotografía

Ángel P. Vico, Alba P. Guijarro (edición)

#90 - DICIEMBRE 2021 | Depósito Legal: B-283327 - ISSN 1575-8095 © Copyright Heidelberg Spain S.L.U. Todos los derechos reservados

^{*} Pág. 10, fotografías cedidas por EGISA



Roots. From Paper to Paper

Una colección de papeles sostenibles de alta calidad, elaborados con un alto porcentaje de material reciclado y alternativas naturales a la celulosa.



Descubre Materia viva en www.materiaviva.fedrigoni.com