



HN

~~Mi imprenta,~~
~~mis equipos,~~
~~mis inquietudes.~~

¡Mi negocio!

#SubscriptionModel

Heidelberg News 281 • Revista para clientes • Desde 1930

HEIDELBERG



26

Un crecimiento fabuloso con el sistema de impresión en línea ICS 670: la imprenta de embalajes Al Mawrid en el Golfo Pérsico



34

Entrevistamos a Robert Dembinski, gerente de Lensing Druck, sobre las experiencias de la imprenta con el modelo de suscripción de Heidelberg



42

La máquina del crecimiento: el especialista en envases farmacéuticos Rondo pone en práctica nuevas ideas de negocio con la Primefire 106

Índice

- 04 Noticias breves**
Tendencias y novedades de la industria gráfica
- 06 Arsenal de ideas para el futuro**
El nuevo Centro de Innovaciones de Heidelberg
- 10 La líder mundial cumple 70**
¡Feliz cumpleaños, querida Stahlfolder!
- 12 Buen plan**
Cómo trazar un cambio de estrategia con Business Model Canvas
- 15 Impresos como estampados**
Tactile Coatings, el nuevo paquete para barnizados texturados
- 16 Del nicho a la cima**
La tecnología UV LED, impulsora del éxito
- 19 Cajas plegables bajadas de la nube**
La nueva plataforma de Heidelberg para imprentas de embalajes: boxuni
- 20 Cómo poner en forma las imprentas**
La aplicación Digital Services: prestaciones y beneficios
- 24 Así de simple puede ser lo complejo**
Rendimiento a ritmo de clic: Heidelberg Assistance
- 26 Oasis del éxito**
Al Mawrid Printing de Sharjah
- 32 La productividad se impone al precio**
Las máquinas de imprimir y su verdadero coste
- 34 «Soy partidario declarado del modelo»**
Los beneficios que la imprenta Lensing Druck obtiene con el nuevo modelo de suscripción de Heidelberg
- 40 El turbo para formatos extragrandes**
La nueva CutStar 162 acelera la producción de Saxoprint
- 42 Cómo ir siempre un paso por delante**
Rondo pone en práctica el suministro bajo demanda con la Primefire 106
- 46 Más brillo y mayor resistencia**
Procesos altamente estables de estampado en línea con la FoilStar Cure
- 47 Pequeña pero potente**
La nueva encoladora compacta Diana Go
- 48 ¡Sí, quiero!**
Conjunto gratuito de aplicaciones: el Versafire Wedding Kit
- 50 Concurso-encuesta**
- 51 Imprimiendo en...**
Así se imprime por el mundo. En este número: Polonia
- 51 Pie de imprenta**



Heidelberg
en línea



Suscríbase a nuestro canal de YouTube. Allí puede ponerse al día con vídeos continuamente actualizados sobre las nuevas prestaciones de nuestras máquinas, los desarrollos actuales y las noticias del mundo Heidelberg. Puede, por ejemplo, darse un interesante paseo virtual por nuestra nave de impresión de embalajes en el Print Media Center: heidelberg.com/pmcp



Síguenos en Facebook y forme parte de nuestra comunidad recibiendo a diario informaciones de actualidad, anuncios de actos y eventos y novedades para la transformación digital:

[facebook.com/
heidelbergdruck](https://facebook.com/heidelbergdruck)



Visítenos en LinkedIn y comparta nuestras últimas actualizaciones a través de la red informática de su negocio:

[linkedin.com/
company/heidelberg](https://linkedin.com/company/heidelberg)



Entre y dese una vuelta por nuestra página web. Allí encontrará toda la información sobre nuestras ofertas de maquinaria, consumibles y servicio técnico:

heidelberg.com

Amigas intocables: la productividad y la creatividad

La creciente capacidad de rendimiento de las máquinas y el avance de la digitalización provocarán en los próximos diez años una duplicación de la productividad dentro de la industria gráfica. En vista de que los precios de los materiales no dejan de subir y las tiradas no cesan de bajar, este incremento se antoja imprescindible para un sector que ve cómo los márgenes de beneficio están vinculados cada vez más a la optimización de los procesos. En el presente número contamos cómo las imprentas pueden eliminar los factores que frenan su productividad con el nuevo modelo de suscripción de Heidelberg. También entrevistamos a Robert Dembinski, de Lensing Druck, quien nos habla de las ventajas que reporta este modelo con el que las imprentas reciben de Heidelberg máquinas, consumibles y servicio técnico.

Sin embargo, incrementar la productividad es solamente una de las respuestas que exigen los múltiples y diversos retos que plantea la transformación digital. La otra es la creatividad: numerosas empresas emergentes y compañías establecidas con modelos de negocio innovadores demuestran que no quieren ser un 10 por ciento mejores, sino un 100 por ciento diferentes. Algunas consiguen conquistar con éxito su espacio dentro de un nicho. Otras se proponen revolucionar mercados enteros. Por eso, lo que ahora se impone más que nunca es ser valientes y anticiparse a los acontecimientos. Haga la prueba... con Business Model Canvas. Este lienzo de planificación, que adjuntamos como anexo a este número, le ayudará a desarrollar nuevas ideas de negocio y poner a prueba los principales factores del éxito. En nuestra revista encontrará sugerencias inspiradoras y las correspondientes innovaciones tecnológicas para su implementación.

¡Que disfrute con la lectura!

Escríbanos y díganos su opinión sobre la HN. Recibiremos con gusto sus críticas y elogios.

@ heidelberg.news@heidelberg.com



Mantillas convertidas en bolsos

Cada bolso de Sag+Sal es un ejemplar único, robusto y hecho a mano que da fe de su propia historia. La originalidad de estos elegantes accesorios: se elaboran a partir de mantillas de offset usadas y no están cosidos, sino fijados con tornillos de encuadernación en una sola pieza plegada.

En la mayoría de los casos, las imprentas desechan sencillamente las mantillas una vez usadas. Una pena, si se tiene en cuenta que están hechas de una mezcla hidrófuga y resistente de tejido o y caucho. Lo mismo pensaron en 2009 los técnicos impresores Andjelko Artic y Rupert Jensch cuando fundaron su manufactura de suprarreciclaje en Berlín. Las mantillas proceden mayoritariamente de la impresión UV y llevan a sus espaldas hasta medio millón de pliegos impresos antes de ser seleccionadas por los dos emprendedores, quienes les dan forma con sus propias manos. Las creaciones de Sag+Sal están disponibles en diversos tamaños como bolsos de mano y de bandolera. También pueden solicitarse modelos especiales.

Lavados rápidos que agilizan la impresión

Los dispositivos de lavado de Heidelberg reducen los tiempos de espera improductivos permitiendo pasar enseguida al pedido siguiente. / ¿Sigue usted lavando o está ya imprimiendo? Para las imprentas, la respuesta a esta pregunta se refleja claramente en el debe y el haber, porque los pedidos numerosos y variados conllevan muchos ciclos de lavado... y largas fases de improductividad. Los dispositivos de lavado “inteligentes”, con una alta comodidad de manejo, abrevian estas fases e incrementan el tiempo productivo.

El sistema smart wash reduce sensiblemente los tiempos de lavado, en muchos casos hasta en un 50 por ciento. El principio: ciclos de lavado paralelos en dispositivos independientes capaces de lavar simultáneamente la mantilla y el cilindro de impresión. «La operación de puesta a punto más frecuente es la limpieza de mantillas. Nuestros dispositivos de lavado de la mantilla extraordinariamente rápidos y eficaces ahorran mucho tiempo a las imprentas», señala Arnd Westermann, jefe de producto en Heidelberg.

La limpieza a fondo automática de la Speedmaster XL 106 ofrece ventajas adicionales, sobre todo para los impresores de embalajes. Al trabajar con colores especiales o cuando existe un contraste fuerte entre dos tintas (por ejemplo, al cambiar de azul oscuro a amarillo), se utiliza un producto de limpieza especial que lava los rodillos entintadores de forma aún más intensiva y minimiza así el tiempo de lavado. Otro plus del sistema es que no hace falta detener la máquina para reponer la pasta limpiadora.

La Speedmaster XL 106 consigue la limpieza más veloz con Hycolor Multidrive. «Con Hycolor Multidrive, los grupos de entintado y de mojado trabajan independientemente del accionamiento principal. Esto permite lavar los grupos entintadores mientras se cambian las planchas de impresión y de barnizado, o a la vez que se lavan las mantillas y el cilindro impresor», explica Westermann. Los tiempos de puesta a punto se reducen con ello de 15 a 5 minutos.

Hoy en día, el consumo de productos de lavado ya es muy bajo gracias a los programas inteligentes. Pero el bajo consumo por sí solo no es suficiente, y es por ello que todos los dispositivos de lavado de nueva generación funcionan además con productos biodegradables, que reducen adicionalmente la carga medioambiental.

Para más detalles, consulte nuestra ronda de expertos:

+ heidelberg.com/sp/smart-wash

Unamos fuerzas en favor del clima

Los clientes de Heidelberg pueden compensar los gases de efecto invernadero emitidos durante la fabricación de su máquina de imprimir comprando el certificado Equipment CO₂ neutral de Heidelberg que, además de ser beneficioso para el clima, es una muestra de sentido de la responsabilidad. Desde octubre de 2018, los ingresos percibidos por las emisiones compensadas se emplean para financiar el proyecto de reforestación Soddo de la organización no gubernamental World Vision en Etiopía. Este proyecto cuenta con la certificación Gold Standard y promueve no solamente la biodiversidad y la protección del clima, sino también otros importantes objetivos de desarrollo sostenible de la ONU, como la cogestión local y el desarrollo regional.

En un territorio de 500 hectáreas de extensión situado en la altiplanicie del monte Damota, cerca de la ciudad de Soddo, sus habitantes han plantado ya más de 48000 árboles, además de rehabilitar recursos forestales deteriorados y criar plantones. El certificado, que puede adquirirse por aproximadamente un 0,3 por ciento del importe de compra de una máquina de imprimir, es una inversión que también redunda en beneficio de la imagen de la imprenta. La etiqueta CO₂ neutral va adherida a los protectores de los cuerpos de impresión y las imprentas pueden autopublicitarse con el logotipo Equipment CO₂ neutral.

Nunca es tarde para contribuir a la protección medioambiental. Solicite de manera retroactiva la etiqueta Equipment CO₂ neutral para sus equipos aquí:

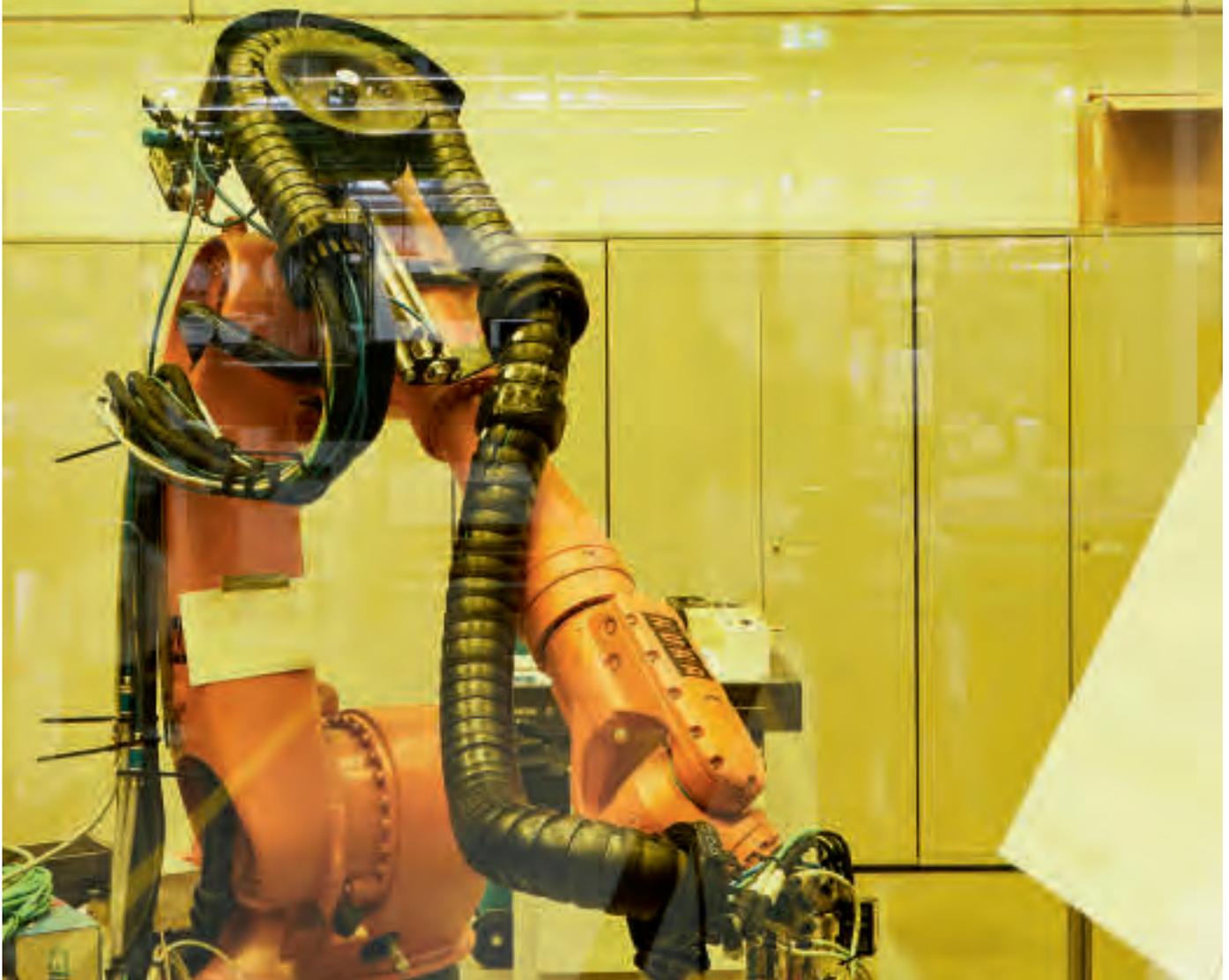
+ heidelberg.com/sp/co2-neutral



En la altiplanicie del monte Damota, los habitantes de Soddo llevan plantados más de 48 000 árboles, además de cuidar los que han sufrido daños.

Arsenal de ideas para el futuro de la industria gráfica

Entre los más de 1000 empleados que trabajan en el nuevo Centro de Innovaciones (IVZ) de Heidelberg, ubicado en Wiesloch, se cuentan cerca de 750 ingenieros y desarrolladores afanados por idear productos que satisfagan los deseos del cliente el día de mañana. Impresiones del centro de investigaciones más moderno de la industria gráfica a nivel mundial.



El jefe de desarrollo Frank Kropp está sentado en su despacho y contempla satisfecho la obra a la que también él ha contribuido a lo largo de los últimos años: el Centro de Innovaciones de Heidelberg (IVZ por sus siglas en alemán). Las paredes de su oficina, todas de cristal, ofrecen una visión panorámica sobre los puestos de trabajo de sus colaboradores. «Ni siquiera me doy cuenta de que estoy en una habitación cerrada», dice Kropp. «Este nuevo entorno laboral impulsa notablemente el espíritu de equipo».

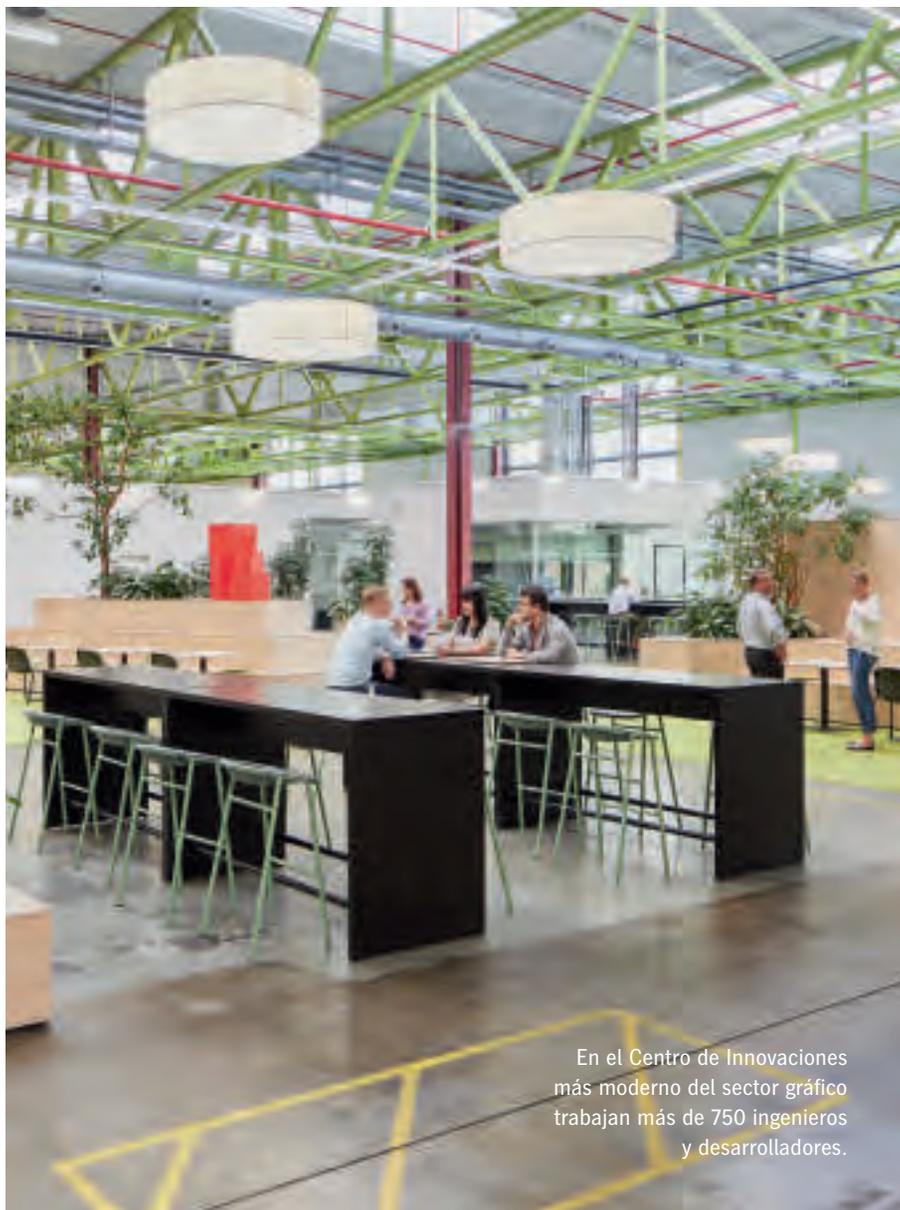
Al agradable clima de trabajo contribuyen también los 13 conjuntos de oficinas que aquí llaman “barrios”: son completamente transparentes y en cada uno de ellos trabajan alrededor de 80 personas. Se distribuyen por todo el antiguo pabellón de montaje, que ahora acoge el Centro de Innovaciones. Los “barrios” cuentan con zonas de asientos para reuniones, áreas de descanso y puestos de trabajo al aire libre. En el IVZ prácticamente no existen despachos individuales. «Los hemos evitado a conciencia para contar con el mínimo posible de jerarquías y promover un ambiente ágil de trabajo de tú a tú».

EL FUTURO DE LA INDUSTRIA GRÁFICA BAJO UN MISMO TECHO

Cerca de 50 millones de euros ha costado el centro de investigaciones de la industria gráfica más moderno del mundo. Antes de comenzar las obras, Kropp y su equipo de trabajo miraron a fondo las condiciones de trabajo imperantes en empresas pioneras del *new work* –por ejemplo, Google– y seleccionaron los elementos que podían servirles.

La fase de planificación y construcción se prolongó durante cerca de tres años. Por fin, a finales del año pasado, los empleados del Centro se trasladaron a la nueva sede, integrada directamente en el antiguo pabellón de montaje de la sede central en Wiesloch-Walldorf. Se requirieron 660 viajes en camión para transportar unas 8 000 cajas de cartón y unos 1500 ordenadores a las nuevas instalaciones. Al nuevo Centro pertenecen cerca de 1000 colaboradores de distintas especialidades que trabajan pensando en el sector gráfico del mañana.

Los modernos espacios de oficinas colectivas fomentan la creatividad y favorecen los procesos ágiles. «Hoy ya no funciona eso de experimentar a solas para resolver un problema porque el sector de la impresión se ha vuelto muy complejo y dinámico», afirma Kropp. El nuevo Centro se propone potenciar el espíritu de innovación para cerrar las lagunas aún existentes en los procesos de automatización, hacer más eficientes para las imprentas



En el Centro de Innovaciones más moderno del sector gráfico trabajan más de 750 ingenieros y desarrolladores.





El intercambio permanente de opiniones, un ambiente concentrado de trabajo y un acervo de conocimientos técnicos sin parangón son los principales ingredientes con los que se cocina el futuro de la industria gráfica en el Centro de Innovaciones, sobre una superficie de más de 30 000 m².



➔ los medios de producción y acelerar la implementación de soluciones especiales. Rainer Hundsdörfer, presidente de la Junta Directiva de Heidelberg, lo formula así: «Con el IVZ, nuestro arsenal de ideas, queremos seguir ampliando en el futuro nuestro liderazgo tecnológico dentro de la industria de los medios impresos, sobre todo en lo que afecta a la digitalización».

Para Frank Kropp esto implica, entre otras cosas, establecer un intercambio de opiniones permanente con los miembros de su equipo de trabajo. Gracias a la proximidad espacial y a la infraestructura abierta, es mucho más fácil tratar los temas pendientes directamente con las personas involucradas que comunicarse por escrito a través de correos electrónicos. Ahora, sus colaboradores frecuentan más su despacho que antes. «Muchas veces una breve conversación es la fórmula más rápida. Con ella también hemos reducido drásticamente las montañas de e-mails que antes se nos acumulaban», resalta Kropp.

INVERSIONES QUE APORTAN UN VALOR AÑADIDO CUANTIFICABLE

Pero la finalidad del Centro de Innovaciones no es sólo optimizar y agilizar los procesos internos de reflexión y desarrollo; su propósito es igualmente intensificar la cooperación con los usuarios. «A menudo nuestros clientes tienen deseos y requerimientos especiales, sobre todo en el segmento de los embalajes. En el IVZ podemos charlar directamente con ellos y, a partir de ahí, desarrollar productos innovadores», asegura Kropp. El mejor ejemplo de ello es Saxoprint. En colaboración con esta imprenta *online* de Dresde, Heidelberg ha desarrollado la CutStar 162, la primera cortadora transversal de bobinas para los grandes formatos. En combinación con una Speedmaster XL 162 de ocho colores con dispositivo inversor y un conjunto para papeles superfinos, también nuevo, la CutStar 162 ha logrado casi duplicar el rendimiento de esta imprenta. «Nuestras innovaciones se guían por los desafíos actuales que afronta el sector y por la ambición de aportar un valor añadido claro y cuantificable a nuestros clientes», concluye Kropp orgulloso. Para ello, las condiciones en el nuevo Centro de Innovaciones son poco menos que ideales.

Déjese guiar por nuestra colaboradora Kerstin Haase a través del Centro de Innovaciones (IVZ):

▶ heidelberg.com/ivz-video

A woman in a purple plaid shirt stands in a large anechoic chamber. The walls, floor, and ceiling are covered with numerous grey, pyramid-shaped electromagnetic wave absorbers. In the background, a wooden table holds various electronic components and cables. The lighting is dim, highlighting the texture of the absorbers.

El Centro de Innovaciones en cifras
1 020 puestos de trabajo //
26 000 m² de superficie para oficinas //
14 000 m² de superficie para
43 laboratorios y centro de ensayos //
11,5 m altura del pabellón //
7105 m² de ventanas

Eventos enfocados al futuro digital

En el Centro de Innovaciones, Heidelberger Druckmaschinen AG coopera con la Asociación Alemana de Fabricantes de Máquinas e Instalaciones Industriales (VDMA) y con la Cámara de Industria y Comercio (IHK) organizando talleres, congresos y conferencias.

Si desea conocer más detalles, escriba un e-mail a:

📧 bernhard.buck@heidelberg.com

De paso por el laboratorio

El Centro dispone de 43 laboratorios para realizar ensayos con nuevos productos: laboratorios químicos para el desarrollo de tintas, laboratorios de óptica y de sala limpia y talleres de mecánica y electrónica. «Aquí ensayamos todos los componentes bajo condiciones de producción reales», explica Frank Kropp, director de Desarrollo en Heidelberg. Los componentes electrónicos, por ejemplo, se someten a pruebas en diferentes cámaras de ensayo climatizadas. En ellas las máquinas tienen que demostrar su resistencia bajo temperaturas desde árticas hasta tropicales.

En el laboratorio de electrónica –uno de un total de 43– se analizan las emisiones eléctricas, magnéticas y electromagnéticas que producen los diferentes componentes de las máquinas de imprimir de Heidelberg.

La líder mundial cumple 70 años

Cuando el fabricante de maquinaria suabo Kurt Stahl construyó su primera plegadora hace 70 años, sentó las bases de una singular historia de éxito. Las plegadoras Stahl rápidamente conquistaron el mercado y hoy en día continúan su dominio.

Marcado manual de hojas, máximo de dos bolsas de plegado y dos dobleces en cruz... desde el punto de vista tecnológico, median años luz entre el primer modelo y las plegadoras actuales que, aplicando el principio *push to stop* de Heidelberg, producen varios cuadernillos a la vez a una velocidad de hasta 16000 pliegos por hora sin intervención alguna del operador. Y son precisamente las continuas mejoras espectaculares en el rendimiento las que han definido el éxito de las plegadoras Stahlfolder. Ejemplo de ello es el modelo Stahl Variabel, que fue un gran éxito de ventas en los años sesenta del siglo pasado gracias a su anchura de trabajo variable.

A lo largo de los años ha ido aumentando la automatización y, con ella, la productividad y la facilidad de manejo. Entre los hitos de esta transformación cabe mencionar la cuchilla de plegado electrónica, que fue introducida con la serie KC, así como la configuración previa mediante PC presentada en la drupa de 1986. En la drupa de 1995 Stahl introduce la serie de plegadoras TD/KD, las primeras en ser controladas digitalmente mediante bus CAN. En 2004 Heidelberg lanza al mercado la generación Stahlfolder TH/KH con la plataforma de mando común MCT, que vuelve a imponer nuevos estándares y ofrece amplias perspectivas de automatización.

Con la serie Stahlfolder KH 82 llega al mercado la primera plegadora combinada totalmente automática con velocidades de paso de hasta 230 m/min. Las 400 unidades instaladas en todo el mundo han hecho de ella la plegadora combinada automática más exitosa

de la historia. El salto de productividad más espectacular corresponde a las variantes Stahlfolder TH 82-P y KH 82-P, las cuales trabajan con el principio patentado del plegado en escalerilla y aumentan la productividad en más de un 50 por ciento sin incrementar la velocidad de paso. Dicho de otra manera, las máquinas alcanzan un rendimiento de hasta 16000 pliegos por hora con cuadernillos de formato DIN A4 a velocidades de paso de solo 160 m/min, sin merma alguna en la calidad de plegado.

Con motivo del 70 aniversario, Heidelberg ofrece actualmente una edición limitada de su plegadora combinada automática más popular, la Stahlfolder KH 82, con una rebaja de más de 25000 euros sobre el precio de catálogo.

Para más información sobre nuestras ofertas de aniversario, pulse aquí:

 heidelberg.com/stahlfolder/70anos

El descuento se calcula en base al precio de venta neto y depende de la disponibilidad de la oferta en cada país y es válido solamente en los países participantes y para la máquina citada. Los descuentos pueden variar de un país a otro. Esta página no constituye una oferta contractual y se publica meramente a título informativo. Para recibir información vinculante, póngase en contacto con la representación de Heidelberg en su país. La oferta es válida por tiempo limitado y el número de unidades disponibles es igualmente limitado.



Hitos históricos



1949 / Kurt Stahl y Adolf I. Döpfert fundan la empresa Stahl & Co. Maschinenfabrik Ludwigsburg.

1954 / Las primeras plegadoras presentadas en la drupa funcionan con marcado manual. El modelo más sofisticado tiene dos bolsas de plegado y dos cuchillas para el plegado en cruz.

1960 / Primer éxito de ventas, la Stahl Variabel, con anchuras de trabajo de 58, 72, 86 y 100 cm.

1982 / La Flex-O-Mat alcanza una velocidad máxima de plegado de 150 m/min.

1984 / Presentación de la plegadora combinada KC Compact, primer modelo con cuchilla de plegado electrónica.

1988 / La plegadora de bolsas Top Cat alcanza una velocidad de paso de 200 m/min.

2000 / Heidelberger Druckmaschinen AG adquiere la empresa Stahl. En la drupa las plegadoras son presentadas por primera vez con la marca Stahlfolder.

2004 / Lanzamiento de la serie Stahlfolder TH/KH, de la que hasta el día de hoy se han entregado casi 3500 máquinas.

2008 / Presentación en la drupa de la Stahlfolder KH 82 con plegado en cruz completamente automatizado.

2012 / Presentación en la drupa de la salida PFX con la función de “marcado de pliegos en escalerilla”.

2016 / Presentación en la drupa de la nueva generación Stahlfolder TH/KH 82-P con soluciones patentadas para el “plegado en escalerilla”.

2018 / Producción *push to stop* sin intervención manual del operador (Stahlfolder TH/KH 82-P).

**Key partners****Key activities****Value propositions**

Buen plan

Quien quiera introducirse en nuevas áreas de negocio sin fracasar en el intento necesita una estrategia firme y coherente. El Business Model Canvas u “hoja de proyecto de negocio” ayuda a convertir las primeras ideas en un esquema comercial sostenible.

A veces basta una pequeña rectificación en un modelo de negocio ya existente o una inversión inteligente para captar nuevos clientes y estimular las ventas. Pero, ¿qué nueva idea o inversión es verdaderamente buena?, ¿de qué factores de éxito depende? y ¿requiere materiales adicionales que se manifiestan al hacer un análisis más detenido?

El Business Model Canvas da respuestas a estas y otras muchas preguntas (ver el encarte en la presente edición de la HN). El método de planificación es obra de Alexander Osterwalder –empresario suizo, profesor universitario y autor– y está pensado para describir modelos de negocio. Lo que funciona en otras industrias puede ayudar también a las imprentas a analizar y aclarar paso a paso todas las cuestiones difíciles que conlleva un cambio de rumbo o un nuevo posicionamiento de la empresa. Permite reconocer de un vistazo si se han tenido en cuenta todos los puntos importantes y si, al final, el plan es factible.

RECONOCER Y APROVECHAR EL POTENCIAL EXISTENTE

En las artes gráficas siempre hay potencial para incrementar el negocio. Especialmente si las imprentas no se limitan a aplicar sus excelentes conocimientos de procesos en el mero trabajo de impresión, sino que

van más allá y, por ejemplo, ofrecen como servicio sus competencias en materia de producción gráfica. Las oportunidades están ahora al alcance de la mano porque las agencias se están replegando cada vez más a su actividad principal, el contenido creativo, dejando atrás un terreno baldío que las imprentas podrían reconquistar con poco esfuerzo y comercializar de forma rentable.

Hay muchas ideas como esta y con ayuda del Business Model Canvas podrían surgir de ellas modelos de negocio sostenibles. La base es una especie de hoja de proyecto *canvas* dividida en nueve campos. Cada campo corresponde a un factor de éxito que hay que tener en cuenta: desde las actividades clave y la propuesta de valor hasta los costes y posiblemente los socios necesarios. Para cada factor es preciso contestar diversas preguntas. Por ejemplo, ¿sería razonable establecer una cooperación con Heidelberg basada en el modelo de suscripción? ¿Qué ventajas tendría? ¿Qué inconvenientes? Al completar paso a paso la matriz, nos acercamos gradualmente a la implementación de una idea.

REFLEXIONAR UNA Y OTRA VEZ

La mejor forma de rellenar los campos es trabajar en equipo, usando notas autoadhesivas que se pueden mover, sustituir e interrelacionar. El resultado, una vez

**Cost structures**



Customer relationships



Customer segments

SE INCLUYE
PÓSTER EN LA
REVISTA

completados todos los campos, es una imagen coherente que se puede ir perfilando en sucesivas rondas de reflexión. Es normal hacer 10 o 12 rondas hasta dar al plan un contorno definido y hasta que empiece a vislumbrarse un modelo apto para el mercado.

Conviene hacer una puntualización: el Business Model Canvas no sustituye al plan de negocio que exigen los bancos en caso de solicitar financiación. ¿Por qué hacer entonces doble trabajo si al final hay que escribir el clásico plan de negocio? Muy sencillo: porque el trabajo invertido en el Business Model Canvas es la preparación ideal para un eventual plan de negocio. Porque lo que se ve al final en la hoja de proyecto es el resultado de un proceso iterativo de continuas reflexiones, revisiones y adiciones. Las conclusiones se pueden utilizar para formular un plan de negocio. Así se superan los primeros obstáculos en el camino hacia el modelo reformado.



«Haber pasado a la impresión UV LED nos permite producir con éxito aplicaciones especiales que ninguna imprenta *online* ofrece».

Peter Wiesendanger

Gerente de Wiesendanger medien GmbH,
Murnau, Alemania

«El éxito de nuestro modelo se basa en la autenticidad y en nuestra amplia diversificación. Hemos adquirido fama como proveedores en nuestro nicho de mercado. Por un lado, nuestros clientes aprecian los servicios de publicidad directa con la producción de *mailings*. Por otro, nos hemos especializado en la impresión de plásticos.

Para aumentar la flexibilidad y el rendimiento en este ámbito, en 2017 decidimos invertir en una Speedmaster SX 52 de cinco colores con cuerpo de barnizado que puede operar alternativamente con tintas UV o UV LED. Gracias a ello, somos mucho más flexibles a la hora de imprimir sobre plásticos. Ahora podemos realizar aplicaciones especiales, como almohadillas de ratón, alfombrillas o cajas de regalo de alta calidad. Pero, sobre todo, hemos logrado nuestro plan de posicionarnos con éxito en un nuevo nicho de mercado. Como los productos requieren una intensa labor de asesoramiento, la fidelización de nuestros clientes es elevada. Además, existen muy pocas imprentas que ofrezcan una cartera de productos similar, de manera que la inversión en la máquina era al mismo tiempo una inversión en nuestro futuro».

Si quiere recibir más información, escriba a:

@ sebastian.schwarz@heidelberg.com



Customer relationships



«Somos una pequeña imprenta especializada en la confección de sobres, pero en tema costes trabajamos hoy con la misma eficiencia que una gran empresa».

Markus Bieler

Bieler Kuvert Druck AG, Wollerau, Suiza

«Estamos especializados en la impresión de sobres, pero ofrecemos también papelería corporativa. Hace dos años decidimos ampliar el negocio y buscamos una máquina que cumpliera las máximas exigencias de calidad y que al mismo tiempo elevara nuestra productividad. Con la Speedmaster SX 52 de cuatro colores y tecnología UV LED, adquirida en 2017, encontramos exactamente la máquina que buscábamos.

Desde entonces trabajamos con la eficiencia de costes que exige la edición de sobres y con unos resultados de impresión excepcionales. En este sentido nos beneficiamos de la excelente calidad del grupo entintador-humectador y de la elevada precisión de registro, que nos permite imprimir sin problemas objetos sin márgenes por las dos caras. Incluso al imprimir pequeños elementos gráficos, figuras o textos con escasa aceptación de tinta obtenemos resultados de calidad alta y constante. En la actualidad imprimimos unos 50 millones de sobres al año».



Customer segments



«En nuestro negocio, ofrecer máxima calidad y plazos de entrega breves son factores cruciales. Y nuestra empresa es prácticamente insuperable en ese sentido».

Eric Brechbühl

Gessler.Zwahlen imprimeries, Saint-Blaise, Suiza

«Muchos de nuestros clientes provienen de la industria relojera. Cumplir máximas exigencias de calidad en la impresión y plazos de entrega cortos está a la orden del día. Dado que nuestros clientes solicitan soportes de impresión cada vez más variados, desde finales de 2017 trabajamos con una Speedmaster SX 52 de cuatro colores y equipo UV con secado LED, única en Suiza occidental, que nos ha aportado grandes ventajas competitivas.

Por ejemplo, podemos imprimir casi cualquier material con una calidad inmejorable. Contamos para ello con los consumibles Saphira, perfectamente adaptados a nuestra máquina y certificados para ella. Además, cuidamos el medio ambiente porque el procedimiento UV LED ahorra energía y no produce ozono. La mayor ventaja, sin embargo, es poder pasar el producto impreso inmediatamente a la sección de acabado sin tiempos de espera. De este modo somos prácticamente imbatibles en cuanto a plazos de entrega».

HN

Mi imprenta,
mis equipos,
mis inquietudes.
¡Mi negocio!

#SubscriptionModel
Heidelberg News 281 • Revista para clientes • Desde 1930

HEIDELBERG

Impresos como estampados

Tactile Coatings: nuevo paquete integral de barnizado para acabados texturizados / Lo que hasta hace poco era dominio exclusivo de la serigrafía se logra hoy con la impresión offset: el barnizado texturizado con efectos hápticos. El paquete integral Tactile Coatings pone en manos de la imprenta offset un procedimiento “listo para usar” que le permite destacar frente a la competencia. Tactile Coatings está disponible únicamente como paquete completo compuesto por un rodillo reticulado desarrollado por Heidelberg, barnices especiales Saphira y el *know-how* necesario para iniciar la producción sin tener que realizar costosas pruebas por cuenta propia. Un experto de Heidelberg asesora a la imprenta *in situ* y explica cómo integrar la tecnología de forma estable en sus procesos.

El acabado puede aplicarse en línea en una máquina con dos cuerpos barnizadores, o bien en dos pasadas utilizando un sistema de rodillo reticulado convencional preparado para la impresión UV. Tactile Coatings es especialmente interesante para las imprentas que quieren enriquecer su oferta de forma sencilla añadiendo una variante llamativa que les permita simular estampaciones sofisticadas y crear texturas superficiales en línea sobre cajas plegables, folletos o portadas de revistas. Un excelente ejemplo de ello es el título de este número de *Heidelberg News*. Experimente usted mismo la sensación háptica que produce el barniz texturizado en las nubes de la portada.

¿Quiere conocer más detalles sobre esta aplicación y cómo implementarla en su sala de impresión? Escríbanos, con gusto le contestaremos:

📧 application-support@heidelberg.com

Si quiere saber más sobre háptica, visite:

➕ heidelberg.com/sp/touch



Del nicho a la cima

La tecnología UV LED, que hizo su debut en la impresión comercial a cuatro colores, conquista cada vez más segmentos de mercado y ofrece a las imprentas un gran potencial de diferenciación. Un número creciente de aplicaciones aprovecha las propiedades especiales de la impresión LED para generar ventajas competitivas y aumentar de forma sensible la productividad.

Las repletas agendas de los especialistas en aplicaciones y las variadísimas solicitudes de ensayos de impresión hacen que la máquina de demostraciones en el Heidelberg Print Media Center de Wiesloch-Walldorf esté casi siempre en marcha. «Las imprentas pueden comprobar con facilidad si la tecnología LED se adapta a sus necesidades, si ofrece ventajas para su modelo de negocio y si promete incrementar la competitividad. Para los impresores de etiquetas y embalajes, los tiempos de espera cortos y la reducción de emisiones de calor respecto a las lámparas UV presentan ventajas a la hora de procesar materiales sensibles como PE o PP», explica Martin Zibold, jefe de producto en la división Sheetfed de Heidelberg.

MEJORES RESULTADOS DE IMPRESIÓN, MENORES TIEMPOS DE PASADA

Las piezas maestras de la tecnología Heidelberg son el sistema de secado DryStar LED, de diseño propio, y el desarrollo y la homologación de consumibles apropiados. Esta combinación de elemen-

tos UV LED crea nuevas posibilidades para asegurar e incrementar la calidad y la productividad.

DryStar LED es el único sistema UV LED disponible en el mercado que ha sido completamente integrado en la interfaz de usuario de Prinect Press Center. El alto grado de automatización resultante se traduce en tiempos de puesta a punto prácticamente idénticos a los de la impresión convencional, con la ventaja añadida de que los pliegos salen secos y pueden pasar inmediatamente al acabado. «Como consecuencia, es más fácil planificar la producción, los tiempos de entrega son más cortos, se requiere menos espacio para el almacenamiento intermedio y hay menos capital inmovilizado en productos semiacabados. En resumidas cuentas, todo marcha más rápido», declara Martin Zibold. Por si esto fuera poco, UV LED aporta grandes ventajas en el procesamiento de materiales no estucados, cada vez más populares, porque las tintas se endurecen



Tintas LED: ¿Quo vadis?

En lo que concierne a las tintas LED, el mercado europeo, en especial, se encuentra en transición debido a las directivas de la European Printing Inks Association (EUIPIA). Las sustancias sospechosas de ser nocivas tienen que sustituirse. La fuerte demanda de ingredientes alternativos es un claro reflejo de esta tendencia. Además, muchos de los componentes requeridos se elaboran en China, por lo que los fabricantes de tintas tienen que pagar más por ellos, y el respeto creciente por el medio ambiente en los procesos de producción los encarece aún más.

A pesar de esta evolución del mercado, la impresión LED mantiene sus ventajas frente a la producción convencional. Como proveedor de soluciones integrales, Heidelberg registra todos los cambios de formulación, los analiza en sus propias instalaciones y proporciona productos de calidad invariable en su gama de productos Saphira.

 heidelberg.com/sp/uv

 antes de ser absorbidas por el soporte. Esto se traduce en colores más brillantes y un alto contraste en las imágenes.

MAYOR DIVERSIDAD DE APLICACIONES

Las ventajas de UV LED convencen: «Nuestros clientes ya tienen más de 1000 cuerpos de impresión instalados», afirma Zibold. Y es interesante señalar que entre los usuarios hay cada vez más fabricantes de etiquetas y envases de lujo. Actualmente ya hay unos 50 cuerpos equipados con el sistema Heidelberg UV LED en imprentas dedicadas a la producción de etiquetas *in mould*. Y las ventajas de esta tecnología para la impresión en materiales no absorbentes están siendo descubiertas también por los impresores de cajas plegables. «Ofrecemos soluciones para cualquier producto, por complejo que sea: desde la impresión en papel biblia para la industria farmacéutica hasta el estampado en frío de etiquetas y embalajes. El cliente se beneficia de nuestra amplia experiencia, acumulada durante más de diez años de trabajo con aplicaciones LED. Hoy en día, el blanco cubriente, los colores Pantone, la impresión en oro y plata y las tintas de baja migración ya están disponibles a un precio asequible», declara Zibold.

CRECIMIENTO CONTINUO

Los fabricantes de tintas y Heidelberg trabajan constantemente para mejorar tintas y barnices a fin de optimizar las aplicaciones, aumentar la rentabilidad, reducir los precios y seguir mejorando las condiciones de reciclaje, desentintado y sostenibilidad. Heidelberg, además, enfoca su atención a la eficiencia, los costes de inversión y los campos de aplicación del sistema DryStar LED, con el fin de seguir afianzando su principio del "pliego seco". Zibold, por su parte, está convencido de que «en los próximos años, la tecnología LED y sus correspondientes técnicas de aplicación seguirán desarrollándose de forma dinámica y continuarán creciendo significativamente».

Solicite ya nuestro libro gratuito con numerosas muestras de impresión de las tecnologías UV LE y UV LED:

 heidelberg.com/sp/sample-book-uv

Vídeo con Peter Wiesendanger,
Wiesendanger Druck

 [heidelberg.com/en/
testimonial-wiesendanger](http://heidelberg.com/en/testimonial-wiesendanger)



Cajas plegables bajadas de la nube

La plataforma boxuni de Heidelberg abre nuevas posibilidades para impresores de embalajes, diseñadores y compradores de materiales impresos.

Portal de diseño, tienda virtual y cadena de producción digital integrada para la impresión de cajas plegables: son estos los principales componentes de boxuni, la primera plataforma *web-to-pack* del mundo que opera en la nube y con la que Heidelberg ha dado el pistoletazo de salida para un nuevo modelo de negocio en el sector del *packaging*.

Compradores, diseñadores e impresores de embalajes encuentran en boxuni un sistema intuitivo con todo lo que necesitan para configurar, comprar e imprimir cajas plegables personalizadas. A los diseñadores, boxuni les ofrece unas 12000 cajas plegables terminadas y una caja de herramientas virtual para adaptarlas a su gusto y convertirlas en archivos listos para imprimir. «Pero boxuni es igualmente interesante para compradores de embalajes», afirma Jürgen Grimm, director de Software Solutions en Heidelberg. «En boxuni encuentran un sistema de compras sencillo en el que pueden elegir cajas plegables, modificar su tamaño con unos pocos clics, configurarlas

con plantillas de diseño y encargarlas en el material deseado, incluso en microtiradas».

De la confección se ocupa hasta el momento el fabricante chino Xianjunlong, que imprime los diseños y encargos procedentes de la nube con una impresora digital Primefire 106. Porque boxuni se halla aún en la fase beta. Solo en la fase siguiente podrán otras imprentas de China y del extranjero incorporar sus productos y servicios a la plataforma virtual. Y no faltan incentivos para hacerlo, pues además de brindar a los impresores de *packaging* nuevas perspectivas de negocio basadas en la impresión de cajas plegables, les proporciona procesos estandarizados y altamente automatizados para producir de forma rentable y con menos maculatura.

«boxuni dota a las imprentas de la agilidad, rapidez y eficiencia que requieren hoy para adaptarse velozmente a las tendencias del mercado y satisfacer las necesidades más urgentes de sus clientes», concluye Jürgen Grimm.

Cómo poner en forma las imprentas

Digital Services apoya a las imprentas en sus esfuerzos por optimizar el rendimiento y la disponibilidad. El uso inteligente de los datos detecta potenciales de mejora e incrementa sistemáticamente el éxito empresarial mediante la implementación de medidas apropiadas.

Las imprentas nunca antes habían tenido tal cantidad de datos a su disposición, y jamás había sido tan importante aprovecharlos para aumentar la propia competitividad con procesos eficientes destinados a maximizar su capacidad de producción. Esto es, precisamente, lo que obtienen con el paquete Digital Services de Heidelberg, que convierte *big data* en *smart data* y ayuda a los abonados a optimizar la gestión de su imprenta. Con estos servicios ya no tienen que recoger datos ni procesarlos por su cuenta. Heidelberg se ocupa de ello y, además, pone en sus manos herramientas como Business Analytics, que permiten aprovechar el potencial de mejora... sin ningún tipo de conocimientos informáticos. Los abonados pueden acceder a Digital Services en línea durante las veinticuatro horas del día a través de la plataforma Heidelberg Assistant.

Performance Services de Heidelberg proporciona a las imprentas una visión global y siempre actualizada de los llamados “indicadores clave de desempeño” (KPI por sus siglas en inglés), tales como la productividad neta, los tiempos de puesta a punto y la maculatura. «Los KPI aportan transparencia a la producción y al negocio. El cliente reconoce su situación actual y ve dónde puede mejorar», afirma Marc Spreen, jefe de producto en la división Digital Services de Heidelberg.

Si, por ejemplo, los tiempos de puesta a punto de una máquina son muy largos –sea por la forma de proceder del operador,

el orden en que se ejecutan los pedidos o cualquier otro inconveniente–, Prinect Smart BI detecta el problema y propone posibles soluciones. Dependiendo de los resultados del diagnóstico, el cliente puede mejorar el manejo de sus equipos mediante Digital Training o solicitar asesoría a Heidelberg –ya sea en línea, por vía telefónica o *in situ*– para identificar y superar posibles cuellos de botella en la producción. El segundo foco que Digital Services enfatiza es la disponibilidad. Si los KPI indican que los periodos improductivos de la máquina son demasiado largos, los módulos Predictive Monitoring y Technical Availability ayudarán a reducir el número de paradas imprevistas.

Digital Services es objeto de esfuerzos constantes destinados a ampliar y perfeccionar sus prestaciones. Las mejoras proyectadas incluyen la adición del complemento Digital Training para incorporar las etapas de preimpresión y de acabado. El módulo Prinect Smart BI, por su parte, complementa los KPI ofreciendo al cliente las correspondientes recomendaciones de mejora. Y próximamente Predictive Monitoring combinará la supervisión en tiempo real de los equipos con diagnósticos detallados que permitan pronosticar con mayor anticipación y más a fondo los fallos potenciales. «No solo queremos que nuestros clientes progresen. Queremos, además, ofrecerles un apoyo cada vez mejor», resume Ibrahim Celik, jefe de producto en la división Performance Services de Heidelberg.



PERFORMANCE SERVICES

Gracias a los KPI –que muestran, por ejemplo, la efectividad total de los equipos (OEE por sus siglas en inglés) o la productividad neta de todas las máquinas– el cliente puede ver en cada momento el rendimiento de su imprenta, lo que le permite identificar oportunamente cualquier problema y tomar las medidas necesarias para corregirlo, ya sea por su cuenta o con ayuda de Heidelberg. En el marco del servicio de asesoría en línea (*online advisement*), un experto examina los datos conjuntamente con el cliente y recomienda acciones concretas, bien por teléfono o por correo electrónico, para lograr que la imprenta alcance sus objetivos; por ejemplo, reducir los gastos u optimizar la producción. Cada mes se comprueban los avances y se adaptan las medidas. En las misiones de evaluación en la imprenta (*on-site evaluation*), el asesor examina los procesos de producción, comprueba el nivel de conocimientos de los operadores y determina la productividad global durante un turno de trabajo. El cliente recibe a continuación un plan de acción y lo aplica por sí mismo o en colaboración con Heidelberg Business Consulting en el marco de un proyecto de implementación. →

```

<!DOCTYPE html>
<html lang="de_DE">
<head>
<meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=11"/>
<meta charset="utf-8"/>
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
<meta name="google-site-verification" content="02x_Ho3cHZpoeE04DomPiuUikah2LR57Vm3AwP6kmM" />
<title>Linoprint CM. Wirtschaftlichkeit und Qualität für Schwarz/ Weiß-Druckaufträge. | Heidelberger Druckmaschinen AG</title>
<script>
var isIE11 = !(navigator.userAgent.match(/Trident/) && !navigator.userAgent.match(/MSIE/));

</script>
<!--[if IE 8]>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/html5shiv.js"></script>
</endif-->
<!--[if lt IE 10]>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/placeholders.js"></script>
</endif-->
<!--[if lt IE 9]>
<script src="https://www.google.com/svn/trunk/html5.js"></script>
</endif-->
<link rel="shortcut icon" href="../../media/technical_files/img/icons/favicon_neu.png"/>
<link rel="stylesheet" href="../../media/technical_files/css/vendor/normalize.css"/>
<link rel="stylesheet" href="../../media/technical_files/css/vendor/magnific.css"/>
<link rel="stylesheet" href="../../media/technical_files/css/vendor/socialshareprivacy.css"/>
<link rel="stylesheet" href="../../media/technical_files/css/vendor/rwd-table.css"/>
<link rel="stylesheet" href="../../media/technical_files/css/fonts.css"/>
<link rel="stylesheet" href="../../media/technical_files/css/desktop/desktop.css"/>
<!--[if IE 9]>
<link rel="stylesheet" href="../../media/technical_files/css/desktop/desktop.css"/>
</endif-->
<!--[if IE 8]>
<link rel="stylesheet" href="../../media/technical_files/css/desktop/desktop.css"/>
</endif-->
<link rel="stylesheet" media="screen and (max-width: 1520px) and (max-width: 1200px)" href="../../media/technical_files/css/desktop/desktop.css"/>
<link rel="stylesheet" media="screen and (max-width: 1025px)" href="../../media/technical_files/css/desktop/desktop.css"/>
<link rel="stylesheet" media="screen and (max-width: 640px)" href="../../media/technical_files/css/phone/style_phone.css"/>
<link rel="stylesheet" media="print" href="../../media/technical_files/css/print/print.css"/>
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="../../media/technical_files/css/lightbox/featherlight.css" />
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="../../media/technical_files/css/desktop/jquery-ui.css" />
</script>
</endif-->
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/jquery/jquery.js"></script>
</script>
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/jquery-ui/jquery-ui.js"></script>
</script>
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/jquery/jquery.event.move.js"></script>
</script>
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/jquery/jquery.event.move.js"></script>
</script>
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/jquery/jquery.event.swipe.js"></script>
</script>
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/jquery/jquery.mobile.custom.js"></script>
</script>
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/jquery/jquery.unserialize.js"></script>
</script>
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/magnific.js"></script>
</script>
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/form_lightbox.js"></script>
</script>
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/socialshareprivacy.js"></script>
</script>
<!-- social EN -->
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/social-1.js"></script>
</script>
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/jquery/jquery.mobile.ticker.js"></script>
</script>
<script>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/spin.js"></script>
</script>
<!--[if IE 8]>
<script src="../../media/technical_files/js/vendor_js/rwd-table.js"></script>
</endif-->
<script src="../../media/technical_files/js/home.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/lightbox.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/menus.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/tabs.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/accordion.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/top.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/message-box.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/new.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/table-collapse.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/locales.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/events.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/jquerymatchHeight.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/jqueryvalidate.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/jqueryplaceholder.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/handlebars-v1.3.0.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/mobile-detect.js"></script>
</script>
var md = new MobileDetect(window.navigator.userAgent);
</script>
<script src="../../media/technical_files/js/mobile.js"></script>
<script src="../../media/technical_files/js/modernizr.js"></script>
<script>$(document).ready(function() {
retinaCheck();
});
</script>
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){if([GoogleAnalyticsObject]=r;i[r]=i[r]||function(){(i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date())a=s.createElement(o),m=a.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)})(window,document,"script","//www.google-analytics.com/analytics.js","ga");
ga('create','UA-49899280-1','Heidelberger.com');

```




PREDICTIVE MONITORING

La vigilancia preventiva incrementa la disponibilidad de las máquinas y reduce los costes. A diferencia de la monitorización convencional, que solo permite reaccionar cuando ya se ha producido un error, Predictive Monitoring detecta posibles irregularidades antes de que se produzca una perturbación o, peor aún, una parada imprevista. Esto permite tomar las medidas apropiadas de antemano, asegurando así una operación ininterrumpida. Los expertos del servicio de asistencia técnica vigilan para ello las máquinas de los clientes, incluidos los equipos periféricos y colorimétricos conectados, las veinticuatro horas del día.

Sensores dispuestos en las máquinas envían cada año alrededor de 500 millones de informaciones a una plataforma de análisis de macrodatos. Si un valor no está dentro de las tolerancias, se notifica automáticamente a un experto del servicio de asistencia técnica, quien analiza la información disponible y, en caso necesario, aplica medidas correctivas. El experto decide si es posible resolver el problema a distancia, si se puede subsanar en la próxima fecha de mantenimiento programada o si es necesario intervenir inmediatamente en la empresa del cliente.



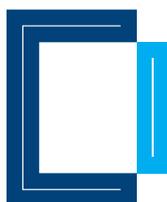
PRINECT SMART BI

Prinect Smart BI proporciona a las imprentas información valiosa sobre todos los procesos empresariales –desde el contacto inicial con el cliente hasta la facturación– a fin de que puedan tomar decisiones acertadas y asegurarse así el éxito comercial.

El módulo recoge y procesa datos relacionados con el negocio y la producción, derivando indicadores de gran valor informativo. Los diagramas resultantes permiten

a directivos, comerciales y responsables de producción ver al instante las tendencias esenciales en su ámbito de actividad, como las cifras de venta y de productividad o las tasas de ocupación. Si ocurre algo fuera de lo normal, por ejemplo, un aumento de la maculatura, basta hacer clic para desglosar el problema por máquina, turno, operador o pedido y, una vez identificadas las causas, iniciar las acciones necesarias para solucionarlo.

Prinect Smart BI ayuda también a reconocer y aprovechar oportunamente distintas posibilidades de negocio. Permite, por ejemplo, combinar y analizar fácilmente datos de clientes, precios, márgenes de ganancia y productos a fin de determinar qué artículos, sectores y usuarios potenciales prometen más ganancias y qué clientes estarían dispuestos a pagar más por qué productos.



DIGITAL TRAINING

Digital Training permite acceder al *know-how* de Heidelberg en línea. Los conocimientos especializados sobre aplicaciones y el manejo de equipos gráficos pueden consultarse en todo momento y desde cualquier lugar para incrementar la productividad y la calidad de los productos, en todos los mercados y centros de producción.

Los usuarios experimentados pueden hacer consultas concretas para llevar a cabo tareas específicas; por ejemplo, trabajos de ajuste y mantenimiento no rutinarios en la máquina. En este caso, un vídeo les explica de forma clara y comprensible cómo han de proceder. Los trabajadores recién formados o procedentes de otros ámbitos de actividad, por su parte, pueden utilizar los módulos de aprendizaje prácticos para completar la formación presencial impartida por Heidelberg. Las unidades multimedia les permiten ampliar o profundizar de forma sistemática sus

conocimientos en temas centrales de la industria gráfica, como son los materiales de impresión y los consumibles, la máquina y los procedimientos.



TECHNICAL AVAILABILITY

Este servicio ayuda a las imprentas a aumentar la disponibilidad de sus máquinas. Como complemento de Predictive Monitoring, proporciona mensualmente indicadores clave de desempeño que pueden consultarse en Heidelberg Assistant y que muestran cuánto tiempo ha estado operativa la máquina y si se han producido bajas imprevistas. A través de la asesoría en línea (*online advisement*), los clientes pueden consultar a un experto que, partiendo de los datos técnicos, recomendará acciones destinadas a incrementar la disponibilidad. Es posible, asimismo, contratar una cuota de disponibilidad. En este caso, Heidelberg garantiza un determinado nivel y se encarga de introducir las medidas necesarias para alcanzar o superar el objetivo acordado.

Si quiere saber más, escriba a:

@ ibrahim.celik@heidelberg.com
 @ marc.spreen@heidelberg.com

Así de simple puede ser lo complejo

Pasar horas recopilando datos sobre el rendimiento, documentar a mano el estado de mantenimiento, archivar facturas sueltas y contratos impresos... todo esto es cosa del pasado. Porque Heidelberg Assistant lo hace todo. Con un simple clic.

Más de 1400 usuarios en más de 800 imprentas han empezado a utilizar Heidelberg Assistant desde su debut hace unos 18 meses. Y con toda la razón, porque el portal digital para clientes simplifica y agiliza el flujo de trabajo en todo lo que concierne a la dirección, la administración, la producción y las compras. A través del portal en línea, responsables de gestión y empleados tienen acceso directo a cuantos datos y servicios precisen para que los trabajos se desarrollen de forma eficiente. Y todo ello durante las veinticuatro horas del día, desde su ordenador personal, teléfono inteligente o tableta.

Ejemplo de ello es el departamento de contabilidad, cuyos empleados pueden acceder instantáneamente a todos los contratos firmados con Heidelberg y a todos los servicios utilizados, incluidas las facturas. Y mientras el departamento de compras encuentra enseguida las piezas y consumibles que necesita en el eShop de Heidelberg Assistant, el departamento de producción incrementa la disponibilidad y el rendimiento de los equipos accediendo rápidamente al *know-how* de los expertos, los mensajes actuales de asistencia técnica, los materiales de formación y los recordatorios de mantenimiento preventivo.

Heidelberg Assistant es, además, un valioso asesor estratégico para los directivos, a quienes proporciona datos de referencia constantemente actualizados para la gestión. El programa responde de forma rápida y sencilla a preguntas como: ¿cuándo vendrá qué

especialista concreto del servicio de asistencia técnica? o ¿cuál es la tasa de ocupación de mis equipos? Todos los procesos se pueden consultar en tiempo real, sin lapsos, para todos los departamentos, turnos de trabajo y sedes. Esto aporta transparencia y facilita la comunicación, tanto a nivel interno como entre la imprenta y Heidelberg.

Finalmente, cabe destacar que Heidelberg Assistant es gratuito en su versión básica y es objeto de desarrollo continuo. Además, ofrece suscripciones complementarias y flexibles a servicios premium: por ejemplo, a análisis exhaustivos de los datos disponibles o a la gestión de consumibles por Heidelberg.

Aquí puede registrarse directamente para Heidelberg Assistant:

 heidelberg.com/sp/registry-hda

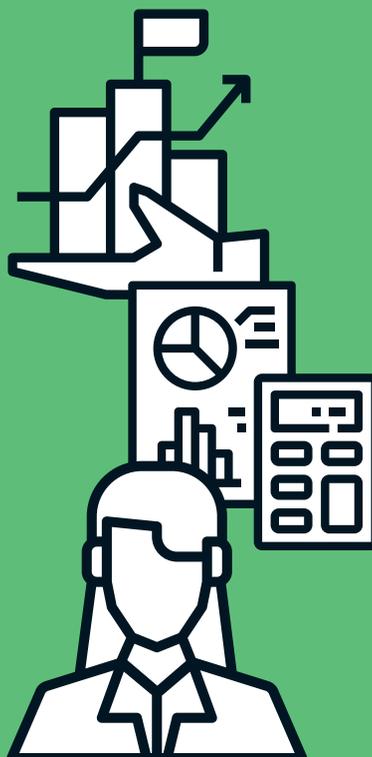
Más información sobre Heidelberg Assistant la encontrará aquí:

 heidelberg.com/sp/hda



Reconocimiento y aprovechamiento de potenciales

«Ya sospechábamos que nuestra productividad neta tenía margen de mejora. Pero no sabíamos exactamente dónde estaban los problemas. Heidelberg Assistant finalmente nos ha sacado de dudas señalándonos claramente los puntos neurálgicos. Para cada máquina instalada en la sala de impresión, me presenta los parámetros de rendimiento que necesito en diagramas claramente estructurados. Por ejemplo, el tiempo que llevan la puesta a punto y los trabajos auxiliares, la velocidad de pasada, el volumen de maquilatura y el número de pliegos impresos, ya sea sobre una línea de tiempo o en comparación con otras máquinas, incluso si están distribuidas en varias sedes. Ahora vemos enseguida en qué máquinas tardan demasiado los tiempos de puesta en servicio, podemos tomar medidas concretas y ver hasta qué punto han surtido efecto».



Mayor productividad

«Con los mensajes de asistencia técnica digitales hemos podido incrementar aún más la disponibilidad de las máquinas. Si detectamos síntomas de una anomalía, podemos enviar una descripción precisa a Heidelberg sin necesidad de profundizar en detalles técnicos. En estos casos, tomamos una foto o grabamos un vídeo del componente afectado con el smartphone y adjuntamos los archivos correspondientes a nuestra consulta, que llega directamente al equipo de expertos de Heidelberg. Mientras los especialistas procesan el caso, Heidelberg Assistant nos mantiene al tanto y podemos incluso interactuar con ellos siguiendo el hilo de mensajes. Si tiene que venir un técnico a la imprenta, Heidelberg incorpora la cita acordada directamente a nuestro calendario de mantenimiento. Así no se pierde ninguna cita y es posible planificar perfectamente los trabajos en la máquina».



Gestión optimizada de compras

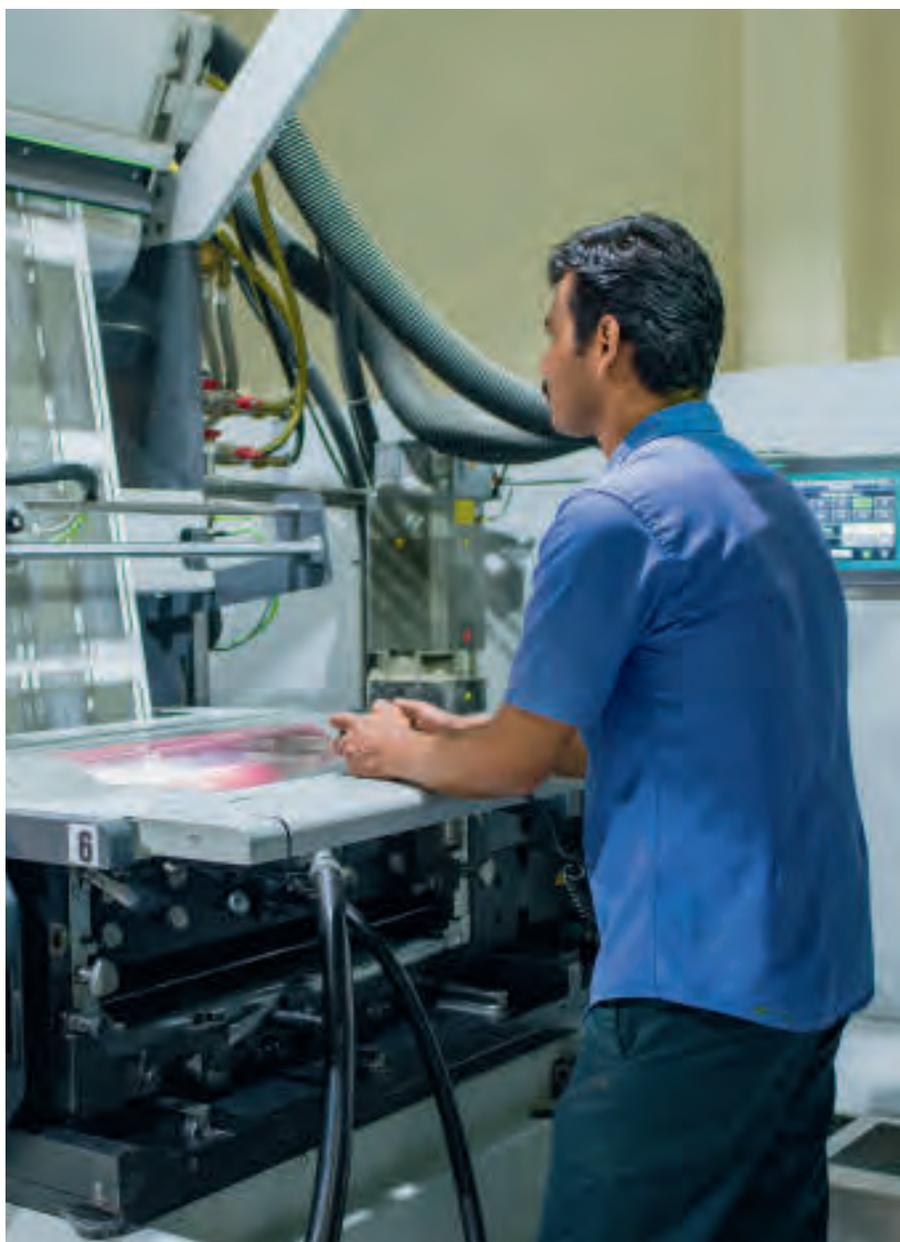
«Es excelente: Heidelberg Assistant me presenta una lista perfectamente estructurada de todas nuestras máquinas, me permite saltar del equipo seleccionado directamente a la tienda eShop y reconoce todas las máquinas instaladas a partir de mis datos de usuario. Si hago clic en una máquina, inmediatamente aparecen los respectivos consumibles y repuestos. Entonces elijo lo que necesito... y listo. Funciona muy rápido y no requiere papel. Pero lo mejor de todo es que el pedido entero se procesa de forma totalmente transparente. Los departamentos de contabilidad y de control encuentran fácilmente todas las operaciones, desde la recepción del pedido hasta la factura».

Heidelberg Assistant está disponible en los siguientes países:

Actualmente, en Alemania, Suiza, Estados Unidos, Canadá, Japón, Polonia, Austria, Australia, Nueva Zelanda, Eslovaquia y República Checa. Durante el ejercicio en curso se ha previsto su introducción en Francia, Reino Unido, Suecia, Dinamarca y varios países de Asia.

Oasis del éxito

La historia de Al Mawrid comienza con una clara visión de futuro. Mediante la especialización en el sector del *packaging*, la imprenta sentó hace 20 años sus bases de crecimiento en los Emiratos Árabes Unidos. Y sigue expandiéndose a un ritmo vertiginoso.



A más de 4800 kilómetros de distancia en línea recta de Heidelberg, se halla la millonaria ciudad de Sharjah en los Emiratos Árabes Unidos. En medio de rascacielos y hoteles recién erigidos, a pocos minutos de la playa, se encuentra un recinto industrial de 17000 metros cuadrados. Se trata de la imprenta Al Mawrid, cuya especialidad son lujosos estuches y sofisticadas cajas plegables para productos cosméticos, tabacos y comestibles. Pero no siempre ha sido así.

VIAJE A LO DESCONOCIDO

Fundada en 1976 por el grupo Thomsun para atender sus necesidades internas, Al Mawrid inicialmente producía etiquetas y cubiertas para casetes de audio y vídeo. T. K. Babukutty, gerente de la imprenta desde 1985, recuerda: «En los primeros 20 años

imprimíamos sobre todo artículos de papelería y pequeños materiales promocionales con máquinas de uno o dos colores». En aquel entonces el negocio todavía no estaba enfocado en segmentos específicos.

Veinte años después, respondiendo a la pujante demanda de la industria del tabaco, los negocios dieron un giro. La decisión de Al Mawrid de especializarse en el sector del *packaging* marcó el comienzo de una larga historia de crecimiento y prosperidad. Fue entonces cuando la imprenta apostó por primera vez por las máquinas de Heidelberg, entre ellas una Speedmaster CD 102 de cinco colores. Según Babukutty, la extraordinaria calidad de los equipos, el excelente servicio de asistencia técnica y la disponibilidad de recambios



«Con el sistema de impresión en línea ICS 670 podemos garantizar una excelente protección contra las falsificaciones basada en la impresión de hologramas y otros elementos de seguridad».

K. V. Thomas

Director general del grupo Thomsun

→ constituyen una decisiva ventaja competitiva. Y es por ello que, hasta el día de hoy, Al Mawrid únicamente admite máquinas de imprimir de Heidelberg en sus líneas de producción.

ORIENTACIÓN EXCLUSIVA AL SECTOR DEL PACKAGING

La especialización en la impresión de envases y embalajes muy pronto empezó a dar fruto. Tanto fue así que en 2005 Al Mawrid construyó una segunda nave con grandes superficies de producción y almacenamiento. La incesante demanda de los clientes llevó a la compra de nuevas máquinas: una Speedmaster CD 74-4 LX, CD 102-LYX, SM 102-8-P y una SM 52-4. «También ampliamos considerablemente los departamentos de preimpresión y de acabado y mejoramos con ello nuestra posición como impresores de embalajes», cuenta Babukutty.

A comienzos del siglo XXI, respondiendo al auge de la industria tabacalera, la imprenta dio otro paso audaz: en 2012 invirtió cerca de 4,5 millones de euros en una ICS 670, cuyos equipos incluyen un desbobinador, dos cuerpos de huecogrado y un módulo de estampación en frío. La configuración de Al Mawrid, altamente automatizada, cuenta además con siete módulos flexográficos de alta definición y una troqueladora plana en línea FCL 670. «Esta configuración nos abrió las puertas al

segmento del premium *packaging* con sus altas tasas de crecimiento, permitiéndonos atender a los clientes de forma extraordinariamente flexible y eficiente y ofrecerles una gran diversidad de aplicaciones especiales», explica el gerente.

Un ejemplo de ello es la confección de cajas especiales termorresistentes, que Al Mawrid fabrica para la industria alimentaria y que son aptas tanto para el horno como para el congelador. Otra ventaja la atribuye Babukutty a la estructura modular de la Heidelberg ICS 670. «La plataforma Easy Value Add nos permite intercambiar módulos y reequipar sin ningún problema las máquinas ya instaladas. La flexibilidad resultante es enorme y nos posibilita responder en tiempo mínimo a las nuevas corrientes de mercado y a la demanda de nuestros clientes».

K. V. Thomas, director general del grupo Thomsun, también está plenamente satisfecho con la inversión. «Trabajamos para clientes internacionales que exigen que los fabricantes en todo el mundo apliquen idénticos estándares de calidad», explica. «Con los equipos de Heidelberg podemos competir fácilmente con los mejores del ramo, además de ofrecer a nuestros clientes una excelente protección contra las falsificaciones basada en la impresión de hologramas y otros elementos



Sobre una superficie de 17000 m², Al Mawrid produce estuches lujosos para productos cosméticos, tabacos y comestibles de renombradas marcas. K. V. Thomas (arriba a la dcha.), director general del Grupo Thomsun, contribuye de manera decisiva al auge de la imprenta.





Fundador y estratega: K. V. Thomas

Sin él, es probable que Al Mawrid no existiera: K. V. Thomas comenzó su carrera profesional en una renombrada editorial de los Emiratos Árabes Unidos (EAU). En su primer trabajo tuvo su contacto inicial con la tecnología de la impresión y reconoció el enorme potencial que albergaba el sector.

En 1977 K. V. Thomas y su socio, V.T. John, lanzaron al mercado casetes de música bajo la marca Thomsun. Desde su sede central en Dubái, el grupo Thomsun muy pronto se expandió a Oriente Próximo, a Europa y a EE.UU. Pero K. V. Thomas jamás perdió de vista el sector gráfico. En 1978 renunció a su cargo para asumir el mando del departamento de impresión del grupo, decisión que marcó el comienzo de Al Mawrid. Para suplir la demanda creciente en el segmento de la impresión comercial de los Emiratos, Thomas ese mismo año fundó la imprenta, la cual se ha convertido desde entonces en una las empresas gráficas más importantes del país.

Los buenos empresarios destacan por su capacidad de combinar a la perfección todos los recursos disponibles... como lo ha hecho Thomas. El floreciente negocio de los casetes hizo que aumentaran las exigencias en la impresión de cubiertas y etiquetas y contribuyó al crecimiento continuo de Al Mawrid, que Thomas condujo consecuentemente rumbo al éxito. A comienzos del nuevo siglo, la rápida expansión del sector manufacturero llevó a Al Mawrid a extender sus actividades a la industria del embalaje. Ahora, gracias a inversiones constantes y a una plantilla de empleados altamente cualificados, Al Mawrid es una de las imprentas líderes del sector embalajes y un asociado preferente de todas las grandes empresas de la región. En estrecha colaboración con distintos departamentos del grupo Thomsun, Al Mawrid ofrece un amplio abanico de servicios a empresas de todo el mundo, los cuales abarcan desde el desarrollo de marcas y el diseño hasta el marketing. Con más de 700 empleados, Al Mawrid es actualmente el mayor grupo de diseño y producción de Oriente Próximo.



Al Mawrid y Heidelberg: rumbo al éxito

Máxima eficiencia en la confección de cajas plegables: para llevar a la práctica su proyecto de especialización, la imprenta Al Mawrid apuesta por varias líneas ICS 670 de Heidelberg Web Carton Converting (HWCC). Como fabricante de máquinas de imprimir para cajas plegables, HWCC ha creado importantes puentes de acceso a un nicho de mercado en los Emiratos Árabes Unidos.

Ubicada en Weiden, Alemania, HWCC es la división de Heidelberger Druckmaschinen AG especializada en sistemas de bobina. Las soluciones integrales de HWCC para la producción en línea completan la oferta de Heidelberg como empresa líder en el mundo del *packaging*. Con la red de ventas y asistencia técnica más amplia del sector y el mayor número de equipos instalados en el mercado, HWCC dispone de vasta experiencia y amplios conocimientos en aplicaciones que la facultan para ayudar a los impresores de envases y embalajes a afrontar nuevos desafíos y superar con creces las expectativas de sus clientes.

Bajo la supervisión del gerente T. K. Babukutty (arriba a la izda.) y del jefe de producción J. S. Ninan (abajo a la dcha.), más de 360 empleados procesan alrededor de 100 pedidos al día. Para ello, desde 2016 tienen en servicio varias Speedmaster XL 106, diferentes máquinas de MK Masterworks y dos sistemas de impresión en línea ICS 670 de Heidelberg.





«El mercado se ha transformado notablemente. La simple impresión de embalajes es cosa del pasado».

T. K. Babukutty

Gerente de Al Mawrid Printing

➔ de seguridad», afirma, y añade: «Además, ya hace tiempo que la inversión se ha amortizado porque permite pasar de un pedido al siguiente sin paradas y nos garantiza una velocidad de producción alta e invariable».

A día de hoy la imprenta cuenta con más de 150 clientes en los Emiratos Árabes Unidos y en los países colindantes, incluidas muchas empresas de renombre. En respuesta a la demanda creciente, en 2018 Al Mawrid hizo una nueva inversión de dimensiones históricas: adquirió un segundo equipo de impresión en línea ICS 670 de Heidelberg, dos Speedmaster XL 106 y tres encoladoras de cajas de MK Masterworks. Al igual que el sistema integral ya instalado, la nueva ICS 670 combina la flexografía con el huecograbado y dispone de varios módulos de acabado en línea. Con ello, además de incrementar la flexibilidad de producción, la imprenta ha reducido significativamente sus tiempos de pasada.

LA PLANTILLA NO CESA DE CRECER

Cada día los más de 360 empleados procesan alrededor de 100 pedidos en las distintas etapas de producción, que van desde la planificación hasta el embalaje pasando por la preimpresión, la impresión, el acabado y el control de calidad.

Una vez contratados, los empleados de Al Mawrid suelen permanecer en la empresa. La fluctuación de personal puede considerarse insignificante, pues solo ronda el dos por ciento. El propio Babukutty, un padre de familia con dos hijos, también mantiene un vínculo muy fuerte con Al Mawrid. En 1985, cuando llegó de India para tomar las riendas de la imprenta, esta solo contaba con 15 empleados. Desde entonces, aplicando sus principios de calidad,

servicio y trabajo en equipo, ha creado un entorno atractivo e innovador para todos los trabajadores.

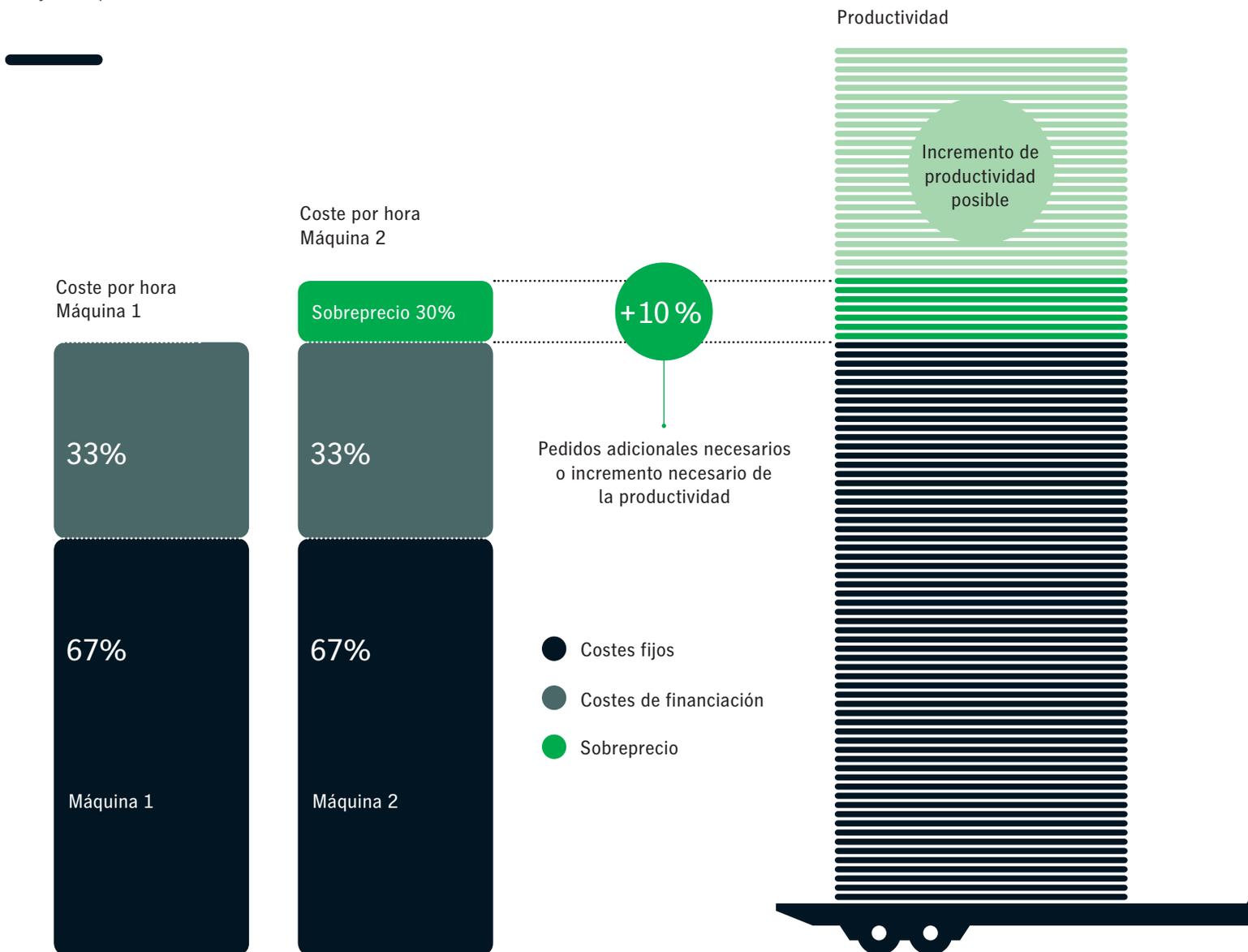
UN MERCADO EN EVOLUCIÓN

El sector está en auge y los impresores de embalajes del mundo entero registran tasas de crecimiento anuales superiores al cinco por ciento. A nivel global, al mercado del *packaging* y de las etiquetas le corresponde aproximadamente la tercera parte de las ventas totales, con cifras de alrededor de 250 000 mil millones de dólares en 2017. Los productos personalizados y los acabados de alta gama marcan la pauta.

Aunque las mayores cuotas de mercado aún se circunscriben a EE.UU., China y la UE, las cifras de crecimiento de los países emergentes se sitúan muy por encima de la media. Al Mawrid enfoca sus esfuerzos en productos específicos, como los expositores de cartón que se usan para presentar mercancías en el punto de venta. «El mercado se ha transformado notablemente. La simple impresión de embalajes es cosa del pasado», afirma Babukutty. «Lo que cuenta ahora es la calidad premium, los productos innovadores y los deseos particulares del cliente. Ahora nuestra competitividad depende totalmente de las tecnologías de vanguardia». Consciente de ello, la imprenta ha instalado recientemente Heidelberg Prinect Production Workflow para gestionar y automatizar sus procesos de preimpresión. Y su orientación creciente hacia la digitalización, la optimización de los flujos y la productividad permiten emitir un pronóstico: Al Mawrid proseguirá su viaje hacia el futuro... con las mejores perspectivas de éxito.

La productividad se impone al precio

La adquisición de una nueva máquina de imprimir afecta a la empresa en su totalidad, por lo que no conviene tomar esta decisión sin haber examinado cuidadosamente las alternativas. Los costes de compra, sobre todo, exigen un análisis escrupuloso. Porque la competitividad depende de la productividad, y esta se rentabiliza mucho antes de lo que la mayoría piensa.



La gráfica compara el coste por hora de dos máquinas. El sobrepeso del 30 por ciento de la máquina 2 solo incrementa en un 10 por ciento el coste por hora. Dicho de otra manera, la imprenta no tiene que aumentar la producción en un 30 por ciento, sino solamente en un 10 por ciento para compensar el sobrepeso del 30 por ciento. Si logra incrementar en un 30 por ciento la producción, los costes de impresión disminuyen en un 15 por ciento (costes del 110 por ciento comparados con un volumen de producción del 130 por ciento).

Quienes intentan incrementar sus ganancias reduciendo su inversión en bienes de equipo pueden perder dinero. «En las negociaciones de precios suelen preguntarme hasta qué punto el coste superior de la Speedmaster afecta a la rentabilidad. Muchos argumentan que, si el precio es un 10 por ciento más alto, la productividad también debe ser un 10 por ciento superior, pero se equivocan», afirma André Strunk, jefe de producto en la división Sheetfed de Heidelberg, y añade: «Los costes de financiación son solamente una fracción de los costes fijos. El factor decisivo es la productividad, que es la que hace que una máquina se amortice con rapidez. Y en estos casos rige una fórmula general según la cual un incremento del 10 por ciento en la productividad basta para amortizar una inversión un 30 por ciento superior».

La productividad no es un pico temporal de rentabilidad ni un récord mundial que se obtenga en una hora, sino el rendimiento efectivo a lo largo de un mes, un año o durante toda la vida útil de un equipo. Los factores importantes de esta ecuación incluyen la velocidad de impresión y el grado de automatización, pero también, en

medida creciente, la ergonomía de manejo y la gestión óptima de los pedidos. En este contexto, las máquinas Speedmaster de Heidelberg llevan la delantera, como demuestran, por ejemplo, los casi 90 millones de pliegos impresos en solo un año con una Speedmaster XL 106 o el impresionante volumen de 350 millones de pliegos producidos en poco menos de 6 años por una Speedmaster SX 102 en Japón.

Otro indicador de la productividad efectiva son las máquinas de segunda mano. «Si comparamos el estado de los totalizadores de las máquinas usadas en venta en distintos portales de Internet, veremos que, en promedio, las Speedmaster de Heidelberg ostentan un mayor volumen de producción» dice Rainer Wolf, director de Gestión de Productos en la división Sheetfed.

Un estudio de más de 400 máquinas de segunda mano realizado por Smithers Pira lo confirma: el número de pliegos impresos en las Speedmaster de Heidelberg es significativamente mayor. En el formato 70×100, las máquinas de otros fabricantes alcanzan solamente el 73,5 por ciento del rendimiento de Heidelberg. «Dicho de otra manera, el rendimiento de las Speedmaster es un 36 por ciento superior. Y en el formato 50×70, la diferencia es aún mayor. En este segmento, las máquinas de Heidelberg han producido aproximadamente el doble de pliegos por año», señala Wolf.

El estudio de Smithers Pira analiza adicionalmente los efectos de la productividad sobre los costes por unidad. Los resultados de este análisis son igualmente inequívocos. Los costes de impresión de la Speedmaster XL 106 –cuyos costes de inversión superaron en un 27 por ciento los de otras máquinas– fueron más del 11 por ciento menores que los de otros fabricantes. «Este resultado también es positivo y demuestra que, al final, la productividad se impone al precio», resume Wolf.

Cabe señalar, además, que esta mejora de la productividad no solamente beneficia a las grandes empresas. Por el contrario, las imprentas pequeñas también deben incrementar su rendimiento para subsistir en el mercado. Las máquinas potentes absorben picos de producción y minimizan los costes que generan las horas extras, los turnos adicionales y los complementos por trabajo en fin de semana. En muchos casos, una sola máquina nueva es capaz de sustituir incluso a varias antiguas.

PUSH TO STOP MARCA LA DIFERENCIA

Todo lo anterior es posible gracias al sistema de mando inteligente de la máquina, que asiste al operador cuando encuentra dificultades que entorpecen la producción. Pero la optimización comienza ya mucho antes, en la etapa de preimpresión y en el Sistema de Información para la Gestión (MIS), porque los procesos integrados en redes informáticas son más fáciles de automatizar y de optimizar que los analógicos.

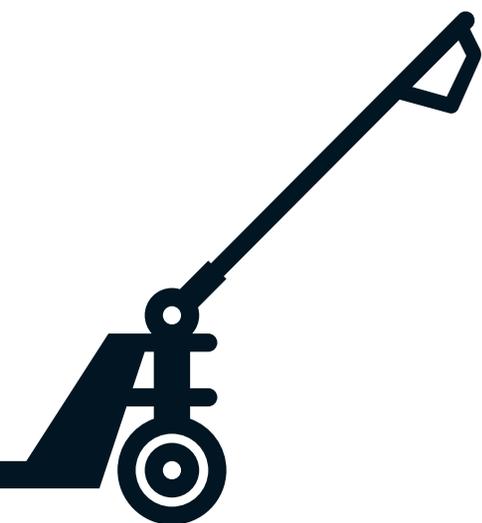
Con su sistema *push to stop*, Heidelberg ha introducido un cambio de paradigma en el offset de pliegos industrial y ha formulado un objetivo muy claro: Si hasta ahora había sido el operador el encargado de planificar, iniciar y ejecutar activamente los procesos, los futuros responsables serán la máquina y el software inteligente Prinect. Actualmente ya existen secuencias de pedidos y procesos de puesta a punto “navegados” y totalmente automatizados para los cambios de pedido complejos. Numerosos sistemas de asistencia liberan al operador y aseguran que el máximo rendimiento no sea la excepción, sino la regla en el quehacer diario. «Como líder del mercado de offset de pliegos, Heidelberg es sinónimo de calidad y de productividad. La tecnología punta y el software inteligente aportan claras ventajas. Y estas se traducen muy pronto en dinero contante y sonante, a la vez que incrementan la competitividad de nuestros clientes», resume Andre Strunk.

Aquí puede leer lo que opinan nuestros clientes sobre la productividad:

+ heidelberg.com/en/productivity

¿Le interesa también el Libro Blanco? Aquí puede descargar gratuitamente el estudio y el Libro Blanco de Smithers Pira:

+ heidelberg.com/en/whitepaper-smitherspira



«Soy partidario declarado del modelo»

Lensing Druck es una de las pioneras en el modelo de suscripción. Robert Dembinski, gerente de la imprenta, comenta en la entrevista que fue una decisión muy acertada suscribirse. Explica, además, los efectos secundarios positivos que tiene el modelo y por qué puede suponer una baza importante para las imprentas.

Señor Dembinski, ¿cómo quiere que sea percibida su empresa en el mercado?

Robert Dembinski: Como la imprenta más moderna e innovadora de Renania del Norte-Westfalia. Quizás suene un poco pretencioso, pero así es como queremos que nos vean los demás y eso es a lo que aspiramos. Por eso concedemos especial importancia a trabajar con los equipos más modernos que existen en el mercado.

¿Por eso ha decidido incorporar el modelo de suscripción?

Nuestra gran ventaja es que nuestra sociedad matriz es una editorial. No obstante, el modelo de suscripción era interesante para nosotros porque siempre nos hemos preguntado cómo podemos seguir optimizando nuestro negocio de impresión. Y el paquete completo de Heidelberg encajaba a la perfección.

¿Cómo lo conocieron?

A finales de 2017 nos planteamos adquirir una nueva máquina y solicitamos diversas ofertas. Heidelberg nos presentó el modelo, que en ese momento aún no había salido al mercado. Desde el principio nos pareció coherente, así que nos convertimos en la primera imprenta offset en Alemania en firmar el contrato de suscripción.

¿Qué tiene el modelo para que le resulte tan atractivo?

En nuestro caso representa una metodología perfecta para aumentar el rendimiento. Estoy convencido de que con la simple compra de una máquina no hubiéramos obtenido un incremento tan elevado, sobre todo en tan poco tiempo.

¿Por qué no?

Además de la nueva Speedmaster XL 106, un factor clave para aumentar el rendimiento fue el modelo de asesoramiento Performance Plus que incluía el contrato. Este modelo nos ha reportado enormes ventajas, porque





Robert Dembinski quiere disponer en todo momento de equipos de última generación. Por esta razón, el gerente de Lensing Druck es un partidario declarado del modelo de suscripción de Heidelberg.



Control de calidad en la Speedmaster XL 106. En combinación con Performance Plus, Lensing Druck ha logrado reducir los tiempos de puesta a punto de su nueva máquina en cerca de un 40 por ciento.

«Para nosotros, el modelo de suscripción es interesante porque nos preguntamos continuamente cómo seguir optimizando nuestro negocio de impresión».

Robert Dembinski
Gerente de Lensing Druck

➔ la nueva Speedmaster XL 106 requiere una forma de trabajar muy distinta para poder sacarle todo el partido a su capacidad de funcionamiento automático. Para poder hacerlo, los expertos de Heidelberg han analizado todos los procesos y han examinado cada detalle con lupa. Por ejemplo, los trayectos que recorren los impresores, cómo llega el papel a la máquina, o cómo lo hacen las planchas. Heidelberg ha trazado estos trayectos y los ha armonizado minuciosamente entre sí, como una auténtica coreografía, teniendo en cuenta incluso la eliminación de residuos. Eso era exactamente lo que queríamos: incrementar al máximo la productividad y estar a la altura de los mejores.

¿Cómo sabe quiénes son los mejores?

Lo sabe Heidelberg y ellos han compartido ese conocimiento con nosotros. Cada mes nos reunimos en una videoconferencia y nos proporcionan todas las cifras que necesitamos. Así vemos, por ejemplo, qué tiempos de puesta a punto tenemos en comparación con otras imprentas que trabajan con las mismas máquinas. Y podemos ver de inmediato en qué puntos del proceso tenemos que mejorar.

¿Dónde han podido mejorar sustancialmente los procesos?

En algunos casos han sido pequeñas sugerencias, pero muy eficaces. A nosotros nunca se nos habrían ocurrido. Por ejemplo, doblar el borde de las planchas ya en la preimpresión y llevarlas a la máquina para que el impresor no tenga que ir a buscarlas cada vez. O instalar una zona de provisión de papel delante de la máquina para que los impresores pierdan menos tiempo en ir y venir.

Ciertamente merece la pena examinar cada operación del proceso de puesta a punto para optimizarla. Aunque una sola optimización no aporte más que un ahorro de 10 segundos, teniendo en cuenta que hacemos unos 15 000 cambios de planchas al año, si sumamos, ganamos varias horas.

Gracias a las diversas medidas de optimización, hemos conseguido reducir los tiempos de puesta a punto en un 40 por ciento aproximadamente. Por cierto, Performance Plus también ha repercutido positivamente en el rendimiento de las otras máquinas. ➔

Lensing Druck: servicio completo de alta velocidad

Lensing Druck es una empresa de Lensing Media, la segunda editorial de medios de comunicación más grande de la cuenca del Ruhr, que imprime diarios alemanes de tan larga tradición como Ruhr Nachrichten. Fue fundada en 1870 por Heinrich Lensing. Un hijo de este, el editor de periódicos y exdiputado del Parlamento alemán Lambert Lensing, participó en la redacción de la Ley Fundamental de la República Federal de Alemania de 1949.

En los años setenta y ochenta del siglo pasado, la editorial adquirió otros periódicos regionales, participó en emisoras de radio y entró como proveedora privada de servicios en el negocio de la entrega de correo. Desde su fundación, Lensing Druck ha sido siempre parte integrante del grupo editorial, que lleva gestionándose como empresa familiar desde hace más de un siglo.

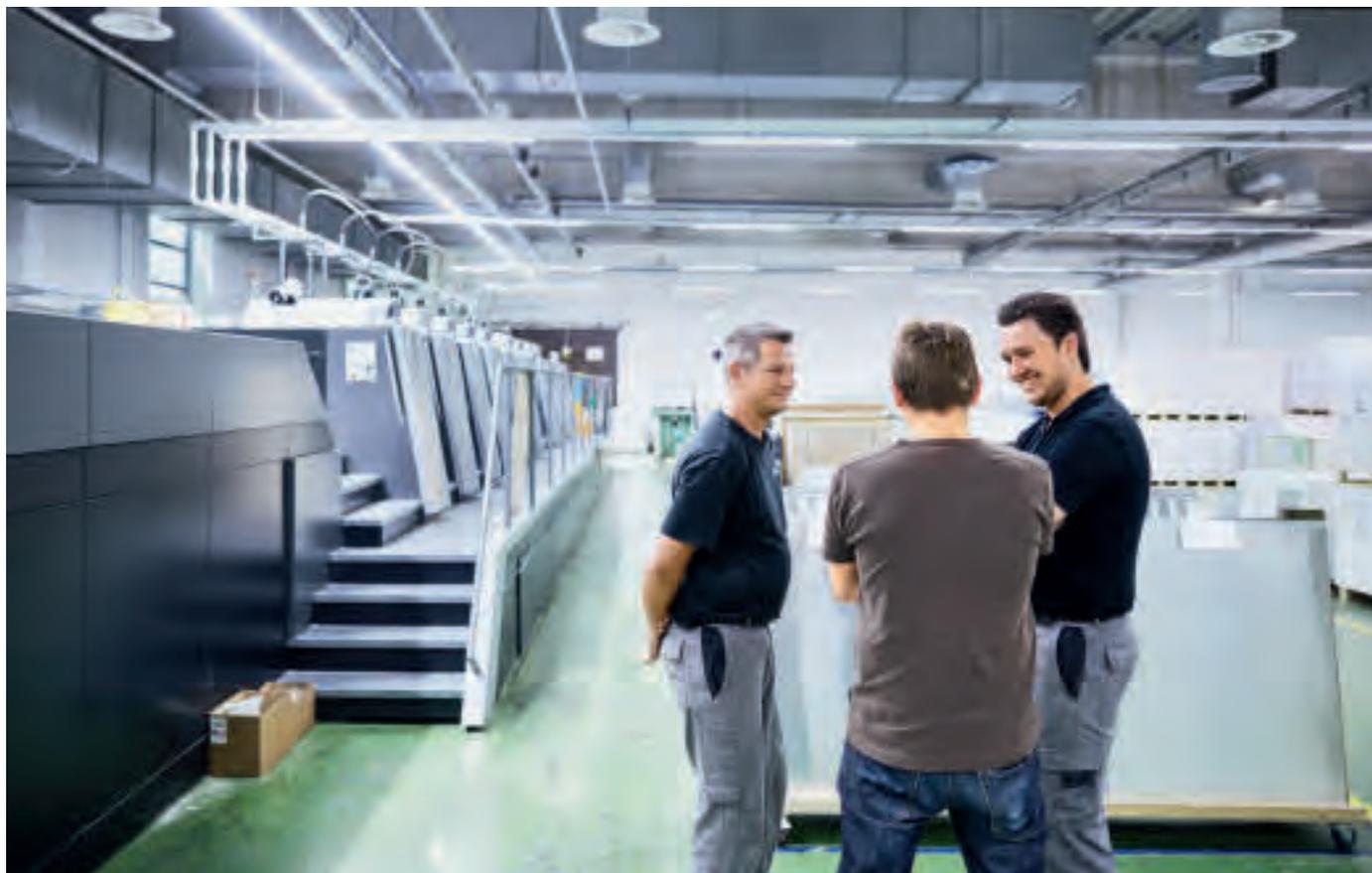
Un hito en la trayectoria de Lensing Druck fue la adquisición de la imprenta Hitzegrad en 2015. Desde entonces la empresa reunió la impresión offset de pliegos y digital en una nueva sede en Dortmund-Kley.

Hoy en día, Lensing Druck cuenta con una plantilla de 120 empleados y ocupa una superficie de 6 000 m². La joya de la corona es una máquina de Heidelberg, una Speedmaster XL 106 de nueve colores con cuerpo de barnizado. Lensing imprime una media de 65 a 70 millones de pliegos al año. De los 4500 pedidos que procesa anualmente, solo una parte proviene de la propia editorial.

Los clientes de Lensing pertenecen al ámbito cultural, asociativo y editorial, así como a la industria y al sector público, para los cuales imprime folletos, catálogos de arte, revistas y libros.

Lensing Druck se posiciona como proveedor de servicios integrales para los medios de comunicación ofreciendo, junto con la impresión clásica, preparación y embalaje de pedidos, servicios de logística y publicidad directa. En el futuro la imprenta quiere aprovechar mejor sus potenciales. Para ello se ha propuesto, por un lado, intensificar los efectos de la venta cruzada y cooperar más estrechamente con el área de ventas de la editorial y, por otro, optimizar la productividad de sus máquinas. Un factor importante de esta ecuación es el modelo de suscripción de Heidelberg.





Productividad al límite. Para que la imprenta pudiese exprimir al máximo las prestaciones automatizadas de la Speedmaster XL 106, los expertos de Heidelberg analizaron todos los procesos y optimizaron, además, los trayectos que deben recorrer los impresores.



¿Cómo es eso?

Nuestros impresores no solamente trabajan en la Speedmaster, sino también en otras máquinas. Como es natural, la nueva forma de trabajar que hemos aprendido con la Speedmaster la hemos aplicado también a otros equipos. Así hemos conseguido aumentar en un 15-20 por ciento el rendimiento de nuestra máquina de otro fabricante, que ya tiene 10 años.

¿Cuál sería su conclusión sobre el modelo de suscripción?

Siempre hemos dicho que queríamos ser líderes en innovación y extraer el máximo rendimiento de nuestras máquinas. Eso es precisamente lo que hemos logrado con el modelo de suscripción: no solo disponemos de la Heidelberg más avanzada, sino que además extraemos de ella la máxima productividad. Entonces, da igual si la máquina es nuestra o no. Lo que importa es que trabaje de forma rentable. Y lo hace. Por eso soy un partidario incondicional del modelo de suscripción.

Además, el acuerdo completo nos ha ayudado decisivamente a reducir la complejidad de nuestros procesos y a que el esfuerzo invertido sea mucho menor. Por ejemplo, hemos simplificado radicalmente el proceso de pedido, ya que Heidelberg pone a disposición todo lo que necesitamos para imprimir y se ocupa incluso de todo el tema logístico. Por tanto, el modelo nos sale rentable en muchos aspectos.

Imagínese que es el director de una imprenta pequeña. ¿Apostaría también por este modelo?

Habría que analizar la situación en detalle. Creo que para las empresas pequeñas el modelo solo es apropiado hasta cierto punto, porque tendrían capacidades adicionales que deberían colocar, y quizás no tengan posibilidades para ello. Lo importante para mí es que es las imprentas, sea cual sea su tamaño, no se apoyen solo en sus propios conocimientos, sino que estén abiertas a los conocimientos de empresas externas como Heidelberg. Hasta los impresores más experimentados pueden aprender algo. No hay nada en el proceso de impresión que no sea mejorable.

¿Qué mejoras están introduciendo ahora para seguir aumentando la productividad?

A nivel técnico ya hemos alcanzado una buena posición. Pero aún hay aspectos que deberíamos mejorar; por ejemplo, en la maculatura inicial o en la velocidad máxima durante la tirada. Si consultamos la gráfica comparativa de Heidelberg, podemos ver dónde hay aún potencial de mejora. En ella figuran los parámetros clave de otras 100 máquinas y más. Y no sería un buen gerente si no aspirara a situarnos donde están los mejores.

Así funciona Heidelberg Subscription: vídeo informativo

 [heidelberg.com/en/video-subscription](https://www.heidelberg.com/en/video-subscription)



El turbo para formatos extragrandes

Nuevas opciones de equipamiento como la CutStar 162 y un paquete altamente eficiente para la impresión de soportes finos incrementan casi en un 100 por ciento la productividad de las máquinas de Heidelberg para grandes formatos. Ejemplo de ello es Saxoprint, una imprenta en línea que desde hace poco utiliza una Speedmaster XL 162 especialmente equipada.

Clientes de toda Europa encargan material impreso a Saxoprint. Cada pedido es distinto y así lo reflejan los diversos soportes empleados. La imprenta alemana radicada en Dresde es sinónimo de buenos precios, alta calidad y entrega rápida. Con procesos industrializados y equipos de última generación, ejecuta alrededor de 5000 pedidos diarios. Los pedidos que llegan a través de Internet se agrupan en formas de impresión compartidas y se imprimen en seis bóldos de formato extragrande de Heidelberg. La adquisición más reciente de Saxoprint ha sido una Speedmaster XL 162 de ocho colores con dispositivo de inversión, que además ostenta varias primicias mundiales.

La nueva máquina de Saxoprint es la primera que dispone de una CutStar 162. Esta cortadora transversal, capaz de cargar bobinas de hasta 3,2 toneladas, combina por primera vez en el segmento de los formatos extragrandes los precios moderados de la impresión en bobina con la flexibilidad del offset de pliegos. Y eso no es todo: además del ahorro que supone comprar papel en bobina, Saxoprint elimina un paso completo de la producción. Porque, debido a la gran precisión de corte de la CutStar 162, con tolerancias de menos de 0,3 milímetros, los pliegos cortados pasan inmediatamente a la etapa siguiente. ¿Y qué es de la vibradora? Ya no hace falta, gracias a la precisión de entrega de las pinzas dobles, que además reducen las anchas franjas en blanco para elementos de guía y frenado de pliegos. La ventaja: la superficie imprimible aumenta, permitiendo agrupar un mayor número de pedidos en una forma compartida e incrementando así la productividad.

Otra novedad es el paquete ampliado para soportes finos, que aporta una mayor estabilidad a la impresión de materiales difíciles. Este transporta el papel de forma invariable por la máquina, incluso a altas velocidades, permitiendo aumentar hasta en 1500 pliegos por hora la producción de los soportes más variados sin perder tiempo optimizando ajustes. Otro plus de velocidad se deriva del sistema de cambio de planchas optimizado, que expulsa las planchas usadas e introduce las nuevas de forma completamente automática. Ahorro de tiempo: aproximadamente 40 segundos. El lavado también es más flexible ahora y puede realizarse antes o después de cambiar las planchas o en los periodos intermedios, según los requisitos del cliente. Con tiempos de puesta de punto abreviados, un menor número de interrupciones y una mayor velocidad de producción, el rendimiento de la Speedmaster XL 162 recién instalada en Saxoprint es casi dos veces superior al de las máquinas con equipamiento estándar.

Es interesante anotar que existen nuevas opciones también para la Speedmaster XL 162 con equipamiento UV. Esta puede dotarse ahora de tecnología LED y dispone de una interfaz de bus CAN que permite ejecutar todas las funciones importantes directamente desde el pupitre de mando central.

Vea cómo trabaja Saxoprint con su Speedmaster XL 162 y CutStar:

▶ [heidelberg.com/
testimonial-saxoprint](http://heidelberg.com/testimonial-saxoprint)

Flexibilidad en mayúsculas. Con la cortadora transversal de bobinas CutStar para la Speedmaster XL 162, el gerente de Saxoprint Klaus Sauer puede elegir entre impresión de pliegos o de bobinas para el formato 7B.



Cómo ir siempre un paso por delante

En lugar de dejarse sorprender por las tendencias de un mercado cambiante y tener que correr para satisfacer las nuevas exigencias, Rondo AG prefiere situarse a la vanguardia. Con ayuda de una Heidelberg Primefire 106, la especialista suiza en embalajes farmacéuticos ha creado un entorno de producción de cajas plegables flexible y ajustado que le permite aprovechar las posibilidades de crecimiento más variadas ofreciendo servicios con potencial de futuro, como la producción bajo demanda y la impresión de datos variables.

El sector farmacéutico, al igual que otros, se transforma a un ritmo cada vez más acelerado. Debido a la personalización creciente de la medicina, el tamaño de los envases varía y se imprime un número cada vez mayor de versiones en distintos idiomas para distintos países. Resultado: el número de pedidos crece y las tiradas disminuyen. Además, desde hace algunos años, las empresas farmacéuticas fijan plazos de entrega mucho más cortos para sus medicamentos, lo que exige a los impresores de embalajes un máximo nivel de flexibilidad. «Nos informan cada vez más tarde sobre el volumen de pedidos, y el número de variantes crece constantemente», declara Joachim Hoeltz, CEO de Rondo AG.

PRODUCCIÓN BAJO DEMANDA PARA TIRADAS CORTAS

Para hacer frente a las nuevas exigencias y abreviar el tiempo de respuesta de la producción, el grupo Rondo con sede en Allschwil, cerca de Basilea, ha automatizado sus procesos y ha conectado su flujo de

trabajo al sistema de planificación de recursos empresariales de sus clientes. Desde 2017 ofrece, además, un servicio de producción bajo demanda para tiradas cortas. Para un grupo farmacéutico multinacional, por ejemplo, ejecuta cada semana alrededor de 250 pedidos con tiradas de entre 100 y 3000 pliegos aplicando el principio *just in time*. En solo cinco días, contados a partir de la fecha de la solicitud, Rondo procesa el encargo completo, incluida la creación y la planificación del pedido de impresión, su asignación a las distintas líneas de producción, la impresión, el troquelado, el encolado, el control de calidad y la entrega de cajas plegables al cliente. Imprime con la clásica técnica offset, en máquinas Heidelberg de la serie Speedmaster XL 105 con dispositivo de inversión y cuerpo de barnizado.

Aunque estas cifras parezcan impresionantes, hay que tener en cuenta que lo que hoy se define como *just in time* mañana puede ser ya demasiado lento. Consciente de ello, desde el año pasado Heidelberg ha

venido optimizando su sistema de impresión digital industrial Primefire 106 con miras a acelerar aún más la producción. Las tendencias actuales reafirman su decisión pues, según Hoeltz, solamente el año pasado el tamaño de las tiradas en la producción bajo pedido disminuyó en un 20 por ciento, a un promedio de 2800 pliegos. Y todo indica que esta tendencia continuará. En el futuro Rondo prevé un mayor número de tiradas de 10 o 20 ejemplares, con plazos de entrega aún más cortos. Y con tiradas de este tamaño incluso la producción offset más ajustada roza sus límites. «Gracias a la Primefire podremos producir más pedidos *just in time* y consolidar nuestra posición en el mercado de cara al futuro», afirma Hoeltz convencido. La Primefire, además, ofrece opciones muy variadas de personalización y serialización.

MÁXIMA CALIDAD DE IMPRESIÓN INCLUSO EN LAS TINTAS DIRECTAS

Hace ya varios años que Rondo viene explorando intensivamente las posibilidades de la impresión digital.



➔ Pero las exigencias extremadamente altas de la industria farmacéutica en seguridad de productos, protección contra falsificaciones y áreas relacionadas han presentado obstáculos. «Hemos hecho pruebas exhaustivas con un gran número de impresoras digitales, pero la única que nos convence plenamente es la Primefire 106. En lo que concierne a la calidad de impresión, incluso supera nuestras expectativas. La fidelidad y la estabilidad de los colores son excelentes, como lo es también la exactitud de registro. La imagen impresa es equiparable a la del offset», declara Giovanni De Luca, director de operaciones para Suiza en Rondo.

A los colores especiales les corresponde un papel crítico en el sector farmacéutico, donde prima la necesidad de prevenir la falsificación y evitar que el usuario confunda los productos. Con su gama de 7 colores nativos, la Primefire 106 reproduce aproximadamente el 90 por ciento del espacio Pantone y garantiza la fidelidad cromática en distintos materiales y tiradas. «Podemos generar una imagen que puede ser reproducida fielmente en un entorno de producción de "cero errores"», afirma De Luca. La aplicación directa de los colores no solo evita desde un principio las fluctuaciones cromáticas procedentes de elementos variables como las mantillas y las planchas de imprimir, sino que además elimina los tiempos de puesta a punto asociados con el cambio de pedido.

«Gracias a la Primefire, tenemos ahora la combinación idónea para la producción de productos impresos. El formato B1 es igual al de la Speedmaster XL 105. Así podemos elegir la máquina que mejor se adapta a cada pedido», destaca Hoeltz. Las tiradas de menos de 1200 ejemplares y los pedidos con plazos de entrega muy cortos los imprime Rondo ahora con la Primefire y las tiradas mayores con la Speedmaster. Los procesos automatizados y digitalizados de la Primefire reducen los tiempos de puesta a punto casi a cero, dejando únicamente los periodos de preparación e inactividad que generan el cambio de planchas de barnizado y la calibración, que Rondo realiza cada 2000 pliegos para mantener sus rigurosos estándares de calidad.

CODIFICACIÓN DINÁMICA E INSPECCIÓN DE PLIEGOS EN LÍNEA

Actualmente Rondo colabora con Heidelberg con el objetivo de optimizar la Primefire para el sector farmacéutico. «Nuestro mercado es excepcional debido a los numerosos

reglamentos que hay que observar», explica De Luca. Su objetivo: situarse a la vanguardia con ayuda de Heidelberg y la Primefire.

Los ensayos piloto sirven para identificar posibilidades de serialización adicionales, como el uso de códigos dinámicos y la inspección de pliegos en línea. El tratamiento de datos para la generación de códigos, que a menudo se crean específicamente para cada caja plegable a partir de informaciones como las fechas de envase y caducidad o el número de lote, tiene lugar a través del *front end* digital de la Primefire. Y en lo que concierne a la inspección de pliegos en línea para la producción "cero errores", una cámara compara el pliego impreso con el PDF de la etapa de preimpresión y documenta simultáneamente los resultados de la inspección.

En Rondo todos están satisfechos. «La Primefire 106 nos proporciona un entorno de producción perfecto para la confección segura y rentable de tiradas hasta de un solo ejemplar», afirma Hoeltz. Este es el requisito para seguir creciendo en el segmento de la producción bajo demanda. Además, la Primefire ofrece a la imprenta la posibilidad de incorporar características de seguridad especiales, como la certificación en línea para China (conocida comúnmente como *China code*), y para ofrecer nuevos servicios en torno a la serialización y la codificación. En resumidas cuentas, el grupo Rondo está perfectamente preparado para el futuro... y va, como siempre, un paso por delante.

Aquí puede ver en acción la Primefire 106 de Rondo:

▶ heidelberg.com/en/testimonial-rondo



Más brillo y mayor resistencia

El nuevo módulo de estampado en frío FoilStar Cure abre las puertas a la producción de etiquetas UV en una sola pasada, con una alta estabilidad de proceso.

Los acabados en línea con lámina metalizada aplicada en frío están de moda. Y no es de extrañar, pues sus fascinantes efectos se obtienen en condiciones de producción más rápidas, flexibles y económicas que las del estampado en caliente. Además, las láminas de estampado en frío facilitan el reciclaje, porque sus pigmentos de aluminio se separan más fácilmente del soporte impreso que el recubrimiento de los cartones decorados con PET metalizado.

Pero aunque el consumo de láminas metalizadas va en aumento a nivel mundial, éstas no han logrado implantarse en la impresión de pliegos para el etiquetado *in mould* y *blow mould*. El motivo: la insuficiente estabilidad del proceso y los consiguientes disgustos para imprentas y clientes. Ahora, el módulo desmontable FoilStar Cure de Heidelberg resuelve este problema utilizando tintas y adhesivos UV LED diseñados

especialmente para el estampado en frío, en combinación con secadores Dry Star LED UV. En el módulo Foilstar –que puede añadirse a cualquier máquina ya instalada con la configuración adecuada– Heidelberg ha optimizado la conducción de la banda metalizada con el fin de prolongar su permanencia en el cilindro de impresión. El resultado: mayor adhesión y brillo de los pigmentos y una gran estabilidad de proceso que abre nuevas posibilidades de aplicación, especialmente para los impresores de etiquetas *in mould*.

En nuestra ronda de expertos encontrará más información sobre el estampado en frío, la nueva tendencia de la impresión de embalajes:

➕ heidelberg.com/sp/experttalk-cold-foil

FoilStar Cure



Pequeña pero potente

Perfecta para iniciarse en el negocio de los embalajes: la nueva encoladora de cajas plegables compacta Diana Go.

Flexible, pequeña, productiva: la encoladora de cajas plegables Diana Go 85 de MK Masterwork, disponible únicamente a través de Heidelberg, es la opción óptima para impresores comerciales que quieran iniciarse en el mercado del *packaging* y para especialistas en embalajes que deseen ampliar su capacidad de producción. Porque, pese a su longitud total de tan solo 9,8 metros –ideal para superficies pequeñas–, la plegadora de diseño corto está repleta de prestaciones procedentes de la acreditada tecnología Diana.

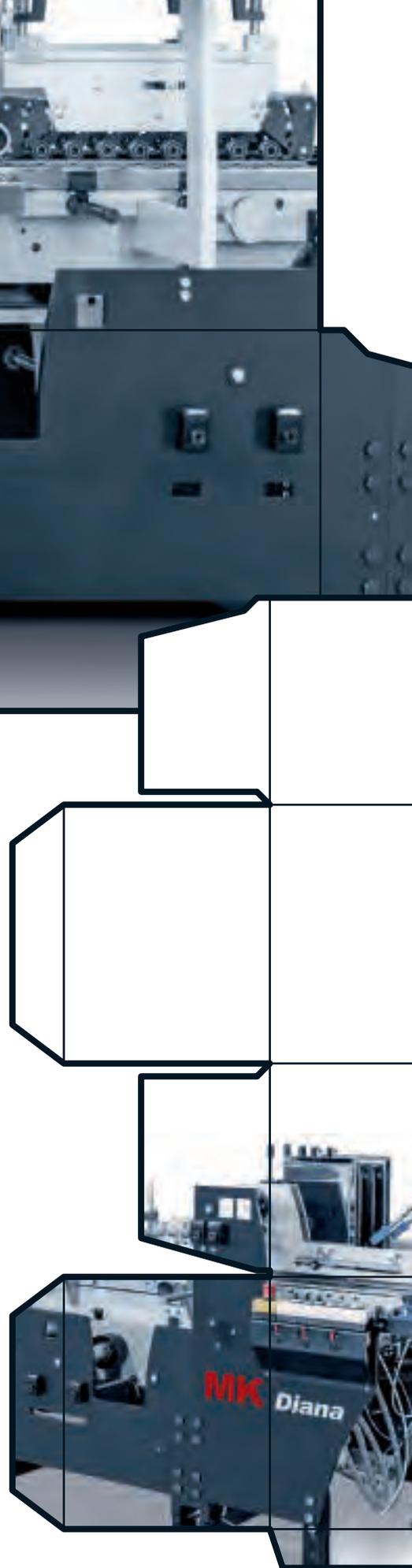
La Diana Go confecciona, entre otros productos, cajas con encolado longitudinal, estuches de fondo plegable y sobres para cartas o CD a una velocidad de 250 m/min (opcionalmente 300 m/min). Todo ello con cartonajes de entre 75 y 850 mm de anchura y soportes de entre 200 y 600 g/m². Dependiendo de las necesidades, la Diana Go

puede complementarse con sistemas de encolado adicional, inspección y expulsión de productos defectuosos. La Diana Go combina principios de funcionamiento sencillos e intuitivos con menús claramente estructurados y un manejo a través de pantalla táctil. Además, destaca por sus cortos tiempos de puesta a punto: un cambio de correa, por ejemplo, tarda menos de 60 segundos.

Las especificaciones técnicas y todas las prestaciones de la Diana Go pueden consultarse bajo:

 heidelberg.com/sp/diana-go

Diana Go





A beautiful new wedding favor
 combination to look, feel, taste and
 hold dear forever.

KATHARINA MÜLLER
 HAINSWEG 11
 69189 WIESLOCH
 DEUTSCHLAND



"He alone knows the secret of making
 to others and getting rich within."
 - Clemens von Brentano

Thank you for making our day much
 more special with your thoughtful gift,
 warm thoughts and share of in love.

We are so fortunate and look forward to
 sharing many more memories with you!

Many thanks
 Sophia & Richard



EMILIE STEIGER
 DRABATWEG 9
 8000 LUZERN



→→ SOPHIE
 WEDDING DAY
 MICHAEL ←←



→→ KRISTIN
 BROWN ←←

WITH
 LOVE



→→ TEAM
 BRIDE ←←

¡Sí, quiero!

Desde invitaciones hasta tarjetas de agradecimiento: el Versafire Wedding Kit de Heidelberg es toda una fuente de inspiración e ilustra con siete aplicaciones ejemplares las múltiples posibilidades de impresión que atesora la Versafire para lograr una boda perfecta.

El día en que uno se casa es inolvidable y uno de los más bellos de la vida. Millones de parejas invierten en esta fecha tan especial mucho tiempo, dinero y nervios para lograr vivir “un día redondo y un momento perfecto”. Para ello, los futuros esposos apuestan por productos impresos de alta calidad que narren una historia muy individual, con preparativos que van desde la redacción de invitaciones y la selección del menú hasta la distribución de asientos y el envío de tarjetas de agradecimiento. «Con motivo de un festejo tan importante, las imprentas pueden ofrecer a sus clientes un acompañamiento exhaustivo. Por ejemplo, con tarjetas de invitación de corte moderno o tarjetitas de mesa personalizadas», afirma Laura Sturm, gestora de contenidos en Heidelberg. «Con nuestro Versafire Wedding Kit aportamos sugerencias de lo que podría ser una gama integral de productos impresos para una boda».

«Mediante una serie de productos acabados, el kit ilustra las múltiples posibilidades de la Versafire y pretende ser una fuente de inspiración y una herramienta útil para las imprentas en el diálogo con sus clientes», prosigue Sturm. «Uno de estos productos es la caja de color cobrizo Thank You, que ya viene troquelada y es de fácil ensamblaje. Los recién casados pueden introducir en ella un bombón –o cualquier otro obsequio– y enviársela a sus invitados en señal de gratitud».

El Wedding Kit muestra también la impresión sobre distintos soportes, como el papel transparente o el papel natural texturizado. La tarjeta de agradecimiento, por ejemplo, sirve de prototipo de la tecnología *white first* de la Versafire EV. Utilizando el blanco como quinto color antes de los colores básicos CMYK, se cubren zonas parciales del soporte, mientras que en otras se resalta el efecto metálico del papel. «La Versafire permite, además, personalizar sin esfuerzo todos los productos y ennoblecerlos, por ejemplo, con un barniz», añade Marc Schmitz, jefe de producto en la división Versafire. «El Wedding Kit demuestra que, con él, las imprentas pueden cumplir los deseos más exigentes de sus clientes y contribuir así a lograr que, en una fecha tan señalada, el día salga redondo».

El Wedding Kit abarca siete aplicaciones que giran en torno al tema de la boda y puede pedirse de manera gratuita.

Para más información sobre las impresoras digitales Versafire, visite:

 heidelberg.com/versafire

¡SÍ, QUIERO!

Encargue de manera gratuita el Versafire Wedding Kit en heidelberg.com/es/weddingkit

Opinar y ganar

Más rápido, más estilizado y por fin con conector USB: participe en nuestro concurso-encuesta y gane un iPad Pro 11" de última generación de Apple.

¿Cómo? Muy sencillo:

Visite nuestra página web heidelberg.com/hn/sorteo y comuníquenos los temas sobre los que le gustaría que informáramos en uno de los próximos números de *Heidelberg News*.

Como premio principal puede ganar un iPad Pro, la nueva tableta prémium de Apple con una capacidad de 256 GB, reconocimiento facial (Face ID) y control mediante gestos. Además, sorteamos tres elegantes carteras de oficina del diseñador berlinés Sag+Sal elaboradas a partir de mantillas de offset usadas.

¡Participar merece la pena! Rellene nuestro pequeño formulario *online* y escríbanos qué valoración hace de la *Heidelberg News* y cuáles son los temas que más le interesan. Haga clic aquí heidelberg.com/hn/sorteo o escanee el siguiente código QR.

¡Le deseamos mucha suerte!

 heidelberg.com/hn/sorteo



¡Gane un
iPad Pro 11" por
un valor superior
a 900 euros!



Condiciones de participación: Tienen derecho a participar en el concurso-encuesta las personas mayores de edad. No pueden participar en el concurso-encuesta los empleados de HDM AG, los empleados de empresas asociadas a HDM AG en Alemania y en el extranjero, ni sus representantes legales o familiares. Participarán en el concurso-encuesta las personas que hayan cumplimentado debidamente el formulario de participación. La participación es independiente de la adquisición de un producto o de la contratación de un servicio de Heidelberg Druckmaschinen AG. Queda excluido el abono en efectivo del valor de los premios. El derecho a los premios no puede ser cedido a terceros. HDM AG se reserva el derecho a suspender o a finalizar el concurso-encuesta en cualquier momento sin previo aviso y sin causa expresa. Queda excluida la vía judicial. Las condiciones de participación completas las puede consultar aquí: heidelberg.com/HNcom/petition

Imprimiendo en... Polonia

¿Cómo se imprime por el mundo? En nuestra serie de artículos visitamos distintos países y describimos la situación del sector gráfico en general y de los impresores en particular. El primer país que visitamos es Polonia.

Polonia en cifras

Habitantes: 38 millones
Moneda: Złoty
Crecimiento económico: 5,1% (2018)
Poder adquisitivo de los consumidores:
aprox. 83 000 millones de euros
Imprentas: aprox. 8 800
Volumen de ventas del sector gráfico:
aprox. 4 000 millones de euros
Tasa de desempleo: 3,8%

Éste es el coste de la vida en Polonia

Viaje en autobús: 75 céntimos
Alquiler: aprox. 430 euros
(2 habitaciones, núcleo urbano)
1 kg de patatas: 44 céntimos
Cerveza local (0,5 l): 70 céntimos
Entrada de cine: 5,84 euros

Donde mucho se vende, mucho se imprime. Si alguien se ocupara de preguntarles, las empresas gráficas de Polonia, especialmente las de los grandes centros económicos como Varsovia y Cracovia, darían testimonio de ello. Y su balance sería muy positivo, pues en los últimos años la economía polaca ha vivido una ola de crecimiento tras otra. En 2018, por ejemplo, el Producto Interno Bruto del país registró un crecimiento récord del 5,1 por ciento.

El sector gráfico polaco se beneficia en gran medida de un excepcional dinamismo económico: tanto es así que en los últimos diez años casi ha duplicado su volumen de ventas. Y si bien es cierto que la impresión comercial y de periódicos ha disminuido, según previsiones de la Cámara de Embalajes y Envases de Polonia (PIOIRO), a finales del periodo 2016-2030 la demanda de envoltorios de papel habrá aumentado un 31 por ciento.

En 2017 Polonia importó máquinas offset por un valor de 63,7 millones de euros, mucho más que los 43 millones de euros el año anterior. De todos los equipos de impresión, más de la mitad provienen de Alemania. Un total de 8 800 empresas opera actualmente en la industria gráfica, la mayoría de ellas son microempresas con menos de nueve empleados.

Los impresores cursan una formación de tres años. La mitad del aprendizaje tiene lugar en la escuela, la otra mitad en la imprenta. Al terminar el aprendizaje, ganan un promedio de 900 euros al mes, lo cual es equiparable a los ingresos en sectores similares. Además, los precios en Polonia son moderados. El alquiler de un piso de tres habitaciones cerca del centro de la ciudad ronda los 430 euros al mes, el abono mensual del transporte público alrededor de 21 euros y una comida de tres platos en un restaurante de categoría media poco menos de 12 euros.

Pie de imprenta

© Heidelberg Druckmaschinen AG No 281, 2019; Internet: www.heidelberg-news.com; e-mail: heidelberg.news@heidelberg.com **Edita:** Heidelberg Druckmaschinen AG, Gutenbergring, 69168 Wiesloch, Alemania, www.heidelberg.com **Directora de proyecto:** Sabine Langthaler, tel.: +49-(0)-6222-82-67 963, e-mail: sabine.langthaler@heidelberg.com **Diseño y producción:** Signum communication GmbH, Lange Rötterstraße 11, 68167 Mannheim, Alemania, tel.: +49-(0)-621-33974-0, fax: +49-(0)-621-33974-20, www.signum-web.de **Jefe de redacción:** Volker Zeese, E-mail: zeese@signum-web.de **Jefe de proyecto:** Roger Münzenmayer, e-mail: muenzenmayer@signum-web.de **Director creativo y artístico:** Oliver Weidmann **Maquetación:** Torsten Walker **Traductores de la edición en castellano:** Daniel Valencia y José Romera, Heidelberg, e-mail: hn@cmky-translations.com **Autores de este número:** Georg Haiber (12-14, 32-33, 34-39), Gabi Jörg (4, 5, 40-41, 46), Heike Link (10-11, 16-18, 20-23, 24-25, 42-45), Nina Probst (4, 6-9, 15, 19, 26-31, 47, 48-49, 51), Volker Zeese (3, 50) **Fotógrafos de este número:** Apple (50), Heidelberg Druckmaschinen AG (2, 5, 10-11, 13-14, 16-19, 42-45, 46-47, 48-49), Daniel Lukac (6-9, 35-39), Maksym Porietchkin: 2, 26-31, Sag+Sal (50), Saxoprint (40-41), Axel Wascher (4) **Impresión:** Impreso en la República Federal de Alemania, Print Media Center, Wiesloch-Walldorf **Equipos de producción:** Suprasetter (planchas), Speedmaster (impresión), Stahlfolder (acabado), Saphira (consumibles), Heidelberg Gothic, Heidelberg Antiqua (tipos de letra), LumiSilk, 250g/m² de Stora Enso (cubierta), LumiSilk, 130g/m² de Stora Enso (páginas interiores) **Tirada:** 39 530 ejemplares **Área de difusión:** 100 países **Idiomas:** alemán, español, francés, inglés **Foto de portada:** Oliver Weidmann, Signum El contenido de los artículos no refleja necesariamente la opinión del editor. Reservados todos los derechos. Prohibida la reimpresión o difusión por medios electrónicos sin el consentimiento del editor.

Responsabilidad sobre el contenido

Esta revista se ha preparado con el máximo cuidado. No se asume ninguna responsabilidad ni se ofrece garantía alguna sobre la veracidad, integridad y exactitud de sus datos. No se garantiza que las cifras y valores indicados (sobre el funcionamiento y rendimiento de la máquina, por ejemplo) puedan ser alcanzados por el cliente. Dichos datos se basan en condiciones ideales de funcionamiento y en un uso profesional de la máquina. Alcanzarlos depende de un gran número de factores y circunstancias que escapan al control de Heidelberg (ajustes de la máquina, condiciones técnicas y ambientales, suministros y consumibles utilizados, materias primas, materiales auxiliares, cuidado y mantenimiento de la máquina, experiencia del operario, etc.). Por lo tanto, no constituyen una característica de la máquina ni suponen garantía alguna. Esta revista tiene carácter meramente informativo (no vinculante) y no constituye ninguna oferta contractual.



La marca de la gestión
forestal responsable
FSC® C008807



www.heidelberg.com/co2 · ID1000661/100000

00.992.4294/01 es



Usted lee, Nosotros plantamos árboles.

Ha tomado una decisión verdaderamente sostenible al leer un periódico, una revista, un folleto o un libro impreso en papel de Stora Enso. El papel está fabricado con materia prima natural, renovable y reciclable – madera. La madera que utilizamos proviene de bosques gestionados de forma sostenible, asegurando su continuo crecimiento.

Eche un vistazo a nuestra selección de papel sostenible en www.storaenso.com/paper



storaenso