

HEIDELBERG

#87 2018

04 SINODAL DE AGUILAFUENTE 06 SERPER 10 EDICIONES GRÁFICAS REY 14 OFFSET INFANTA  
18 FORO JÓVENES IMPRESORES 20 IMPRESIONES DESDE BRASIL 22 ENTREVISTA JOSE LUIS  
GUTIÉRREZ 24 VERSAFIRE LAUNCH DAY 26 MACROLIBROS 30 MARAMAT 34 DIN IMPRESORES  
35 IMPRENTA ONLINE 24 36 ROAL 40 CARRASCAL 44 HEIDELBERG GOES DIGITAL 46 NOTICIAS



# **CAMBIOS**

## **Como decía Wayne Dyer,**

Padre de la psicología humanista, “Si cambias el modo en que miras las cosas, las cosas que miras cambian” y esta reflexión nos lleva a la siguiente: dentro de nuestra organización estamos obligados a mirar con otra perspectiva aquellos modelos que por agotamiento u obsolescencia han caducado. Estamos en el camino de cambiar, pero en el cambio no está nuestro objetivo, nuestro foco sigue estando centrado en conseguir que su imprenta obtenga los objetivos marcados, solo entonces habremos conseguido equiparar el cambio a éxito.

Somos un sector importante, la mayoría de mercados dependen de una forma u otra de nuestro trabajo. A estas alturas hemos cambiado nuestro punto de vista sobre el impacto negativo que genera el consumo de papel en el medio ambiente y se ha demostrado su eficacia como soporte en nuestros flujos de comunicación. Pero no podemos dejar de cambiar; la industria gráfica (flexo, offset o digital) se enfrenta al reto anticiparse o adaptarse rápidamente y solo así estaremos en disposición de poder responder a las nuevas tendencias. No existe otro camino, el futuro de nuestra industria está en seguir repensando nuestro negocio, en jubilar modelos gastados y en generar nuevas dinámicas que aporten eficiencia y más eficacia.

Y dispuestos a cambiar nuestra forma de mirar, hemos decidido remasterizar nuestra publicación. Nuestro nuevo Gallery cambiará el tipo de papel, la maquetación y la disposición de los contenidos. Lo que no dejaremos de hacer es intentar acercarnos a las diferentes realidades de un mercado muy heterogéneo. Diferentes modelos de negocio, variados rangos de salida y múltiples formas de entender la impresión. En este número hablaremos de grandes equipos como la XL 145 y de SM 52, de las dinámicas Versafire, que con su quinto tóner le han dado alas a muchas imprentas comerciales y de otras muchas noticias.

Ya hemos entrado en un nuevo año y le recordamos que nosotros seguimos trabajando para mejorar nuestro servicio, para acompañarle en la resolución de sus problemas y para asesorarle en la búsqueda de soluciones. Nuestra plataforma de recepción de incidencias “OpenService” y nuestra tienda online HeidelbergShop.es están a su servicio las 24 horas del día, 7 días a la semana y nuestro equipo humano preparado para ayudarle y acompañarle en la búsqueda de soluciones. Esperamos que disfrute una vez más de nuestra revista.

Atentamente,



**Jose Luis Gutiérrez**

**Director General**

# CONTENIDO

## 04 | Edades del hombre SINODAL DE ÁGUILAFUENTE

El municipio segoviano de Aguilafuente en el marco de Las Edades del Hombre nos mostró el primer libro impreso en España, el Sinodal de Aguilafuente.

## 18 | FJI 4.0 FORO JÓVENES IMPRESORES

Cuando inicias un proyecto nuevo partes de 0, y te preguntas si todas esas ideas conglomeradas se podrán llevar a cabo y, sin duda, eres el primero que piensas en un posible éxito o en la responsabilidad subsidiaria de un fracaso.

## 26 | De negro a blanco MACROLIBROS

El 14 de Noviembre una oscura columna de humo imprimía en el cielo malas noticias para el sector gráfico. Macrolibros. La historia de un superviviente que no se dejó reducir a cenizas.

## 36 | La experiencia puesta al día ROAL

"La clave de nuestro éxito ha sido adaptarnos día a día a las necesidades de nuestros clientes, sin renunciar en ningún momento a la calidad de nuestros productos".

## 06 | Compromiso SERPER

Serper es una imprenta comercial de ámbito familiar que desde su fundación en 1971, no ha dejado de buscar nuevos horizontes en el ámbito de la impresión.

## 20 | Impresiones DESDE BRASIL

El 5 de mayo pasado, 11 directivos de empresas graficas de todo el territorio Español viajaron a Brasil de la mano de Heidelberg Spain, con la intención de conocer de primera mano un concepto de mercado gráfico diferente al nuestro.

## 30 | Oasis de buena impresión MARAMAT

En el año 1954, Antonio Marín Lorenzo fundó la primera imprenta en el municipio de Onil, Alicante y contribuyó con ello al desarrollo de la industria muñequera y juguetera de la comarca de la Foia de Castalla.

## 40 | Imprenta de cercanía CARRASCAL

La forma en que se produjo la última adquisición de Gráficas Carrascal nos indica el carácter y la personalidad de la imprenta; un negocio que no deja las cosas para mañana, donde el Aquí y el Ahora son sinónimos de rapidez y calidad inmediata.

## 10 | Larga distancia EDICIONES GRÁFICAS REY

Ed. Graficas Rey es una de esas empresas en las que la huella de su fundador se ve reflejada en cada rincón, en el entusiasmo de cada operario, en la organización de cada sección.

## 22 | Entrevista JOSE LUIS GUTIÉRREZ

Un segoviano que llegó a Heidelberg Spain como CEO, después de una dilatada carrera en el extranjero. Después del segundo año como director general, las cifras demuestran que su modelo de gestión funciona.

## 34 | Un gran potencial DIN IMPRESORES

Muchas veces frente a pequeñas inversiones tratamos el proyecto como una simple respuesta a corto plazo ante una necesidad puntual en la demanda. ¿Y realmente debería ser así?

## 44 | Heidelberg GOES DIGITAL

Dentro del plan estratégico y la nueva filosofía de servicio de Heidelberg Spain, la mejora de la comunicación y respuesta de nuestra empresa hacia el cliente se ha convertido en una de los objetivos principales.

## 14 | Un modelo LAB OFFSET INFANTA

"La mejor inversión es dar siempre el mismo nivel de calidad, generar confianza, cumplir los plazos, cuidar hasta el último detalle y saber reaccionar ante cualquier imprevisto."

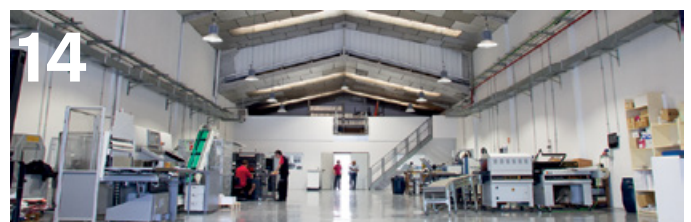
## 24 | Versafire LAUNCH DAY

El pasado día 30 de Mayo en Heidelberg Spain presentamos en primicia ante un aforo de unas 70 personas de todo el territorio nacional, entre clientes y prensa sectorial, la nueva generación de impresión digital Versafire EV.

## 35 | Experiencia digital IMPRESA ONLINE 24

¿Qué pasaría si buscamos en Google las palabras "imprenta online"? a los pocos segundos aparecería una página con una lista de resultados y justo a la altura de nuestra mirada, encontraríamos [Imprentaonline24.es](http://Imprentaonline24.es).

## 46 | NOTICIAS / CRÉDITOS



# EDADES DEL HOMBRE SINODAL DE ÁGUILA FUENTE

**En el municipio segoviano de Aguilafuente y en el marco de Las Edades del Hombre, se nos mostró el primer libro impreso en España, el Sinodal de Aguilafuente. En su iglesia pudimos ver expuesto un facsímil del Sinodal, piezas religiosas de la época, documentos, objetos de imprenta y diferentes elementos que contextualizaban la historia del libro y los inicios de la imprenta en territorio español.**

**S**egovia, 10 abr (EFE).- Segovia se reivindica como cuna de la imprenta en España y de su primera producción, el Sinodal de Aguilafuente, en la exposición que del 12 de mayo al 5 de octubre acogerá el municipio segoviano que da nombre al texto, como complemento de Las Edades del Hombre en la cercana Cuéllar.

Veinticinco piezas componen este proyecto expositivo denominado "El Sinodal de Aguilafuente y la primera imprenta española" en el que destacan algunos de los primeros incunables de España y del mundo, así como la Bula de Borja del siglo XV, el documento de Juan Arias Dávila o el del rey Enrique IV.

Los protagonistas de la muestra son no obstante esa primera imprenta en España, que llegó a Segovia de la mano de su obispo, Juan Arias Dávila, y en la que Juan Parix editó en 1472 el Sinodal de Aguilafuente.

Fue también éste el primer libro impreso en España y uno de los atractivos de la exposición que han presentado hoy el presidente de la Diputación segoviana, Francisco Vázquez; el secretario general de las Edades del Hombre, Gonzalo Jiménez; el alcalde de Aguilafuente, Jesús Ballesteros y el comisario de la exposición, Fermín de los Reyes.

Jiménez ha resaltado "la necesidad de revitalizar la zona y de llegar a poblaciones pequeñas para darlas a conocer" con motivo de la próxima edición de Las Edades, "Reconciliare", que se inaugura el 24 de abril.

Se trata además de un acontecimiento "único" que el primer libro impreso y la primera imprenta sean de un municipio segoviano, un hecho histórico al que, a su juicio, "no se le da la importancia que tiene".

La exposición tendrá como escenario el mismo espacio en el que se celebró el sínodo en el siglo XV, la iglesia de Santa María, bajo el obispado del citado Juan Arias Dávila.

Junto a los incunables, se exhibirán cuadros y tallas cedidos por organismos como la Diputación, el Museo de Segovia o la Biblioteca Histórica "Marqués de Valdecilla", la catedral de Segovia o la Fundación Jon Zabala (Madrid).

Además de la exposición sobre el Sinodal y la primera imprenta española, el municipio ha organizado, según ha detallado su alcalde, Jesús Ballesteros, una muestra sobre los visigodos, con el fin de poner en valor el aula arqueológica de Aguilafuente.

◀ **Piezas religiosas de la época, documentos, objetos de imprenta y diferentes elementos contextualizaban la historia del libro y los inicios de la imprenta en territorio español.**

**Se trata de un acontecimiento único que el primer libro impreso y la primera imprenta sean de un municipio segoviano, un hecho histórico al que no se le da la importancia que tiene.**





# **COMPROMISO** **SERPER**

**Serper es una imprenta comercial de ámbito familiar que desde su fundación en 1971, no ha dejado de buscar nuevos horizontes en el ámbito de la impresión.**



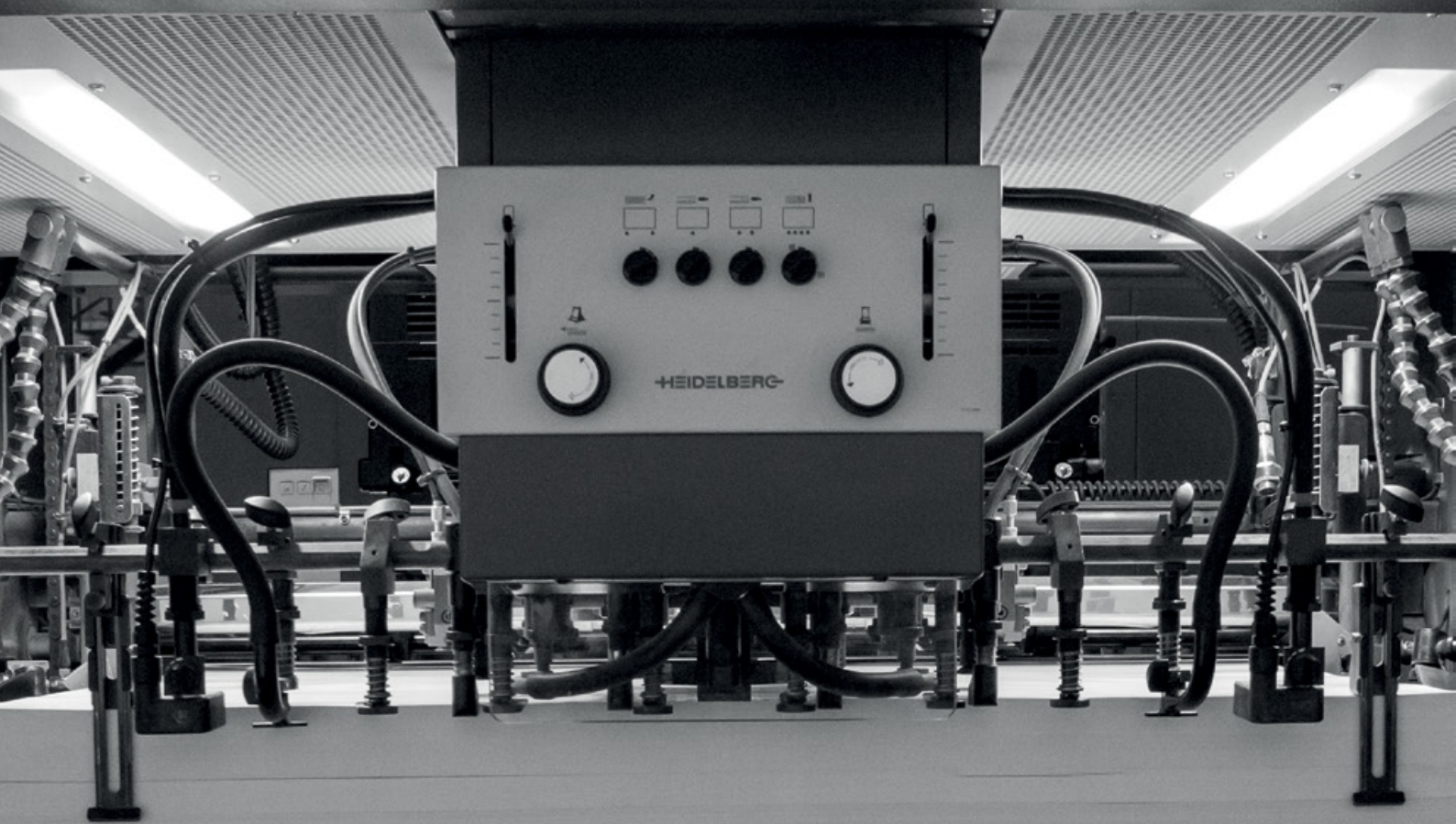
En el mundo de las relaciones empresariales, el compromiso y la fidelidad se han convertido en piezas imprescindibles a la hora de entender los negocios y en ese ámbito, Serper es un especialista, tanto en lo que se refiere al nivel de compromiso, que durante estos años ha demostrado tener con Heidelberg, como en referencia a los vínculos que Serper mantiene con sus clientes.

Su equipo humano ha sido decisivo a la hora de valorar el crecimiento de la compañía. Por otra parte, una política enfocada en la constante renovación de equipos, en la búsqueda de tecnologías de vanguardia – Serper fue la primera empresa en España que instaló un equipo dotado con la tecnología Heidelberg LE-UV – en los controles de calidad, en la capacidad de adaptación que le ofrece la preparación técnica de su plantilla, en el diseño de su planificación y en su completo parque de maquinaria han confeccionado el cóctel perfecto.

Tal como nos comenta José Miguel Serna, Director General de la compañía, “uno de nuestros secretos, es la profesionalidad de nuestra plantilla sumada a una base instalada muy bien planificada y coherente”. Una Speedmaster

**La apuesta de Serper es mantener el ritmo, seguir siendo fieles a sus clientes y cuidar la relación de lealtad y confianza que tiene con sus proveedores.**

▲ Una de las últimas incorporaciones en el taller, una Speedmaster CX 102-5+L





**«Uno de nuestros secretos, es la profesionalidad de nuestra plantilla sumada a una base instalada muy bien planificada y coherente», comenta José Miguel Serna.**

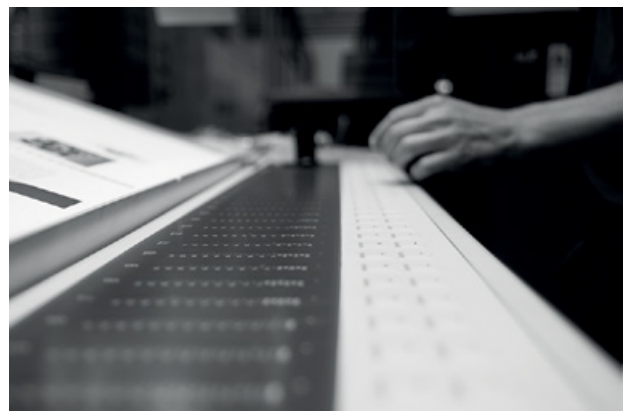


CD 102-5, un equipo digital Versafire CV, una Suprasetter 105 con cargador automático, los equipos Polar en diferentes salidas y las dos últimas incorporaciones, la Speedmaster CX 102-5+L y la plegadora TH 82 configuran un abanico de oportunidades que Serper pone a disposición del cliente.

La capacidad productiva de la compañía, tal como nos comenta M<sup>a</sup> Jesús Serna, co-propietaria de la imprenta, "requiere de un cuidadoso diseño que ha de tener en cuenta diferentes aspectos, como la fiabilidad, el servicio y la capacidad productiva, que debe culminarse con un buen flujo de trabajo. Trabajar con un Prinect como el nuestro, con Pressroom Manager, Digital Print Manager y el Prinect Cockpit, nos permite controlar y centralizar las decisiones en un tipo de producción de flujo combinado (digital/offset) como es nuestro caso. Prinect consigue integrar los diferentes equipos, generando transparencia, accesibilidad para los diferentes departamentos, rapidez en la toma de decisiones y, en resumen, un ahorro para el cliente, ya que en cada momento le estamos ofreciendo la solución más rentable en función del tipo de trabajo y un ahorro en los costes. Sin duda, hemos conseguido rentabilizar nuestros recursos y mantener la confianza de nuestro mercado."

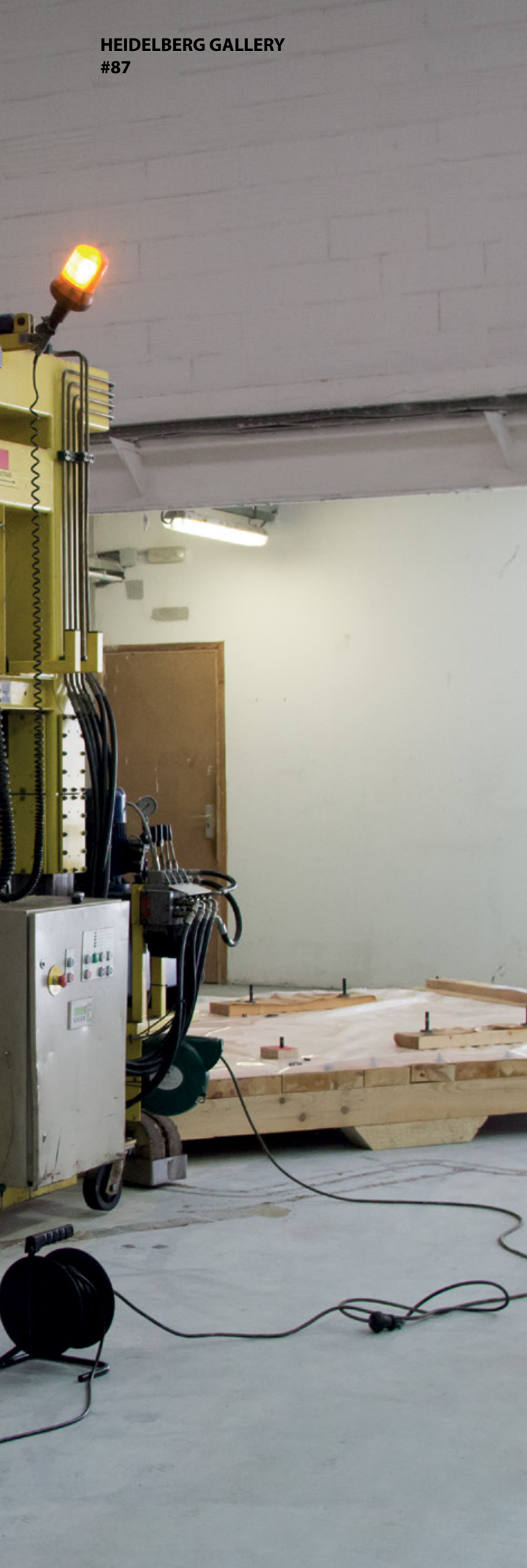
▲ **María Jesús Serna, propietaria y hermana de José Miguel Serna, analiza un pliego recién impreso en la mesa de luz.**

▼ **La capacidad productiva de la compañía requiere de un cuidadoso diseño que ha de tener en cuenta diferentes aspectos, como la fiabilidad, el servicio y la capacidad productiva.**





▼ La nueva Speedmaster CX 102-5 con sus 5 cuerpos será el nuevo caballo de batalla de la imprenta, apoyado por una CD 102-5 que trabajará codo a codo para mantener las exigencias productivas de la compañía.



# **LARGA** **DISTANCIA** EDICIONES GRÁFICAS REY

Con más de 40 años de historia y emplazada en el Baix Llobregat, en pleno cinturón de la ciudad de Barcelona, Ediciones Gráficas Rey es una imprenta comercial de amplio espectro. La imprenta entiende su oferta como un catálogo global que permite al cliente encontrar un servicio adaptado a cada necesidad.

Ediciones Gráficas Rey es una de esas empresas en las que la huella de su fundador se ve reflejada en cada rincón, en el entusiasmo de cada operario, en la calidad técnica de los equipos, en la organización de cada sección. Ediciones Gráficas Rey, actualmente está dirigida por Josep Rey Moreno, segunda generación de la saga Rey, pero su fundador sigue visitando la imprenta, sintiendo el movimiento de la empresa, observando los palets repletos de trabajos que esperan su recogida. Durante la instalación de la nueva Speedmaster CD 102-5 pudimos compartir con Josep Rey padre la situación del mercado y algunas particularidades del negocio de Ediciones Gráficas Rey.

La instalación de un nuevo equipo tiene algo de mágico. Toneladas de ingeniería suspendidas en el aire, desplazándose por un espacio diáfano en busca del espacio elegido. El ritmo es lento, los operarios se coordinan midiendo cada movimiento, escogiendo ángulos, acompañando el artilugio amarillo que mantiene el cuerpo en movimiento, temperatura, humedad, nivel, cada parámetro es importante y todo se ha de tener en cuenta, por eso es importante contar con la experiencia de un Servicio Técnico especializado.

La nueva Speedmaster CX 102-5 con sus 5 cuerpos será el nuevo caballo de batalla de la imprenta, apoyado por una CD 102-5 que trabajará codo a codo para mantener

las importantes exigencias productivas de la compañía. En cualquier caso, tal como nos comenta el gerente de Ediciones Gráficas Rey, Josep Rey Moreno, disponer de un proveedor global siempre genera ventajas: un amplio conocimiento de las necesidades del cliente, un servicio centralizado, el alto nivel de complicidad del personal con la imprenta; en definitiva, un único know how. Tal como indica Josep Rey, "los productos y servicios de un proveedor global, han de hablar el mismo idioma, y esa es la sensación que tenemos con Heidelberg. Además, Ediciones Gráficas Rey está homologada en la Cadena de Custodia, por lo que todos los consumibles que utilizamos han de ser respetuosos con el medioambiente, y en este aspecto los productos Saphira nos ofrecen siempre esa garantía".

La Speedmaster CX 102-5 ha sido una inversión muy meditada por parte de la empresa. Con un formato 70 x 100, nos encontramos con un equipo tremendamente versátil, lo que sin duda ha sido uno de los puntos fuertes en la toma de decisión. Con sus 16.500 pliegos a la hora, la Speedmaster CX 102 trabaja con cualquier soporte y el concepto Push to Stop facilita automatismos y controles en todo el rango de producción, cada vez más necesarios de cara a generar producciones rentables y procesos estables. La Speedmaster CX 102 es un equipo con un concepto moderno, equipada con la tecnología más innovadora de la categoría Peak Performance y que combina la fiabilidad de las máquinas de su serie.

► **La familia Rey, un impresor de la factoría y un comercial de Heidelberg posan ante la recién instalada Speedmaster CX 102-5, uno de los equipos más estables de su generación.**

▲ **La nueva Speedmaster CX 102-5 con sus 5 cuerpos será el nuevo caballo de batalla de la imprenta, apoyado por una CD 102-5, que trabajará codo a codo para mantener las importantes exigencias productivas de la compañía.**

▲ **La Speedmaster CX 102 es un equipo con un concepto moderno, equipada con la tecnología más innovadora de la categoría Peak Performance y que combina la fiabilidad de las máquinas de su serie.**

**Ediciones Graficas Rey actualmente está dirigida por Josep Rey Moreno, segunda generación de la saga Rey, pero su fundador sigue visitando la imprenta, sintiendo el movimiento de la empresa.**



HEIDELBERG GALLERY  
#87



**UN**  
**MODELO LAB**  
**OFFSET**  
**INFANTA**



# HEIDELBERG Suprasetter

**C**oincidió la primera vez con Óscar Gonzalez, gerente de Offset Infanta, en el último Graphispag, en el espacio "life", durante su presentación sobre el Control de calidad de la gestión de planchas al producto impreso, y sin haber estado en su empresa entendí que Oscar tenía una concepción del mundo de la impresión a un nivel casi quirúrgico. Su Suprasetter S74 con cargador SCL75 fue el pilar de su exposición. Tal como explicó Oscar durante su intervención, "Una empresa de servicios que basa su fiabilidad en su base de maquinaria, necesita equipos con un índice de incidencias mínimo y un nivel de automatización máximo"

Después de nuestra visita a sus nuevas instalaciones, tenemos aún más la sensación de estar en un laboratorio, lejos del clásico taller de imprenta. La situación de los equipos, la planificación de los circuitos y secciones... cada detalle nos ayuda a entender mejor que en la sala de máquinas nada está colocado por que sí.

Offset Infanta es una empresa de servicios integrales residente en Cornellà, cerca de Barcelona, y tal como reconoce Óscar, "una localización estratégica es importante, como lo es un plan racional y bien planificado de inver-

siones en equipos, pero nuestra punta de lanza es invertir en nuestros clientes y para ello sólo existe un camino: la mejor inversión es dar siempre el mismo nivel de calidad, generar confianza, cumplir los plazos, cuidar hasta el último detalle y saber reaccionar ante cualquier imprevisto... Offset Infanta es una imprenta con un claro espíritu de empresa. Para entender el mundo de la imprenta actualmente hay que amar el sector, pero no podemos liderar un proyecto de empresa gestionándola a pie de máquina. Nuestro equipo de profesionales hace ese trabajo perfectamente; a mí me toca otro papel".

La imprenta tiene una base de maquinaria muy variada y aunque adaptada a las necesidades que genera su demanda, Offset Infanta tiene un gran potencial en cuanto a cambios y adaptabilidad, con un CtP Suprasetter, dos Speedmaster SM 52-2 y SM 52-4, plegadoras Stahlfolder y una guillotina Polar.

La guillotina Polar 115 XT es el modelo perfecto para todo tipo de trabajos de corte. Dispone de pantalla táctil con teclado integrado, visualización gráfica del ciclo de trabajo y parámetros programables para diferentes tareas (presión de prensado, tiempo de pre-prensado y veloci-

dad de la escuadra para todas las dimensiones de corte). Ajuste longitudinal y transversal del registro, corrector de productos y compensación de retrasos. En el pupitre de mando se pueden programar los procesos previos y posteriores, desde la carga, vibrado y corte, hasta la descarga.

En 2009 instalaron una plegadora Stahlfolder Ti 52 Proline. Con el equipamiento del que disponen pueden entregar los trabajos totalmente acabados. Combinan la impresión offset con la impresión digital. "El mercado manda y cada vez damos más servicios de impresión digital", dice Óscar González, "sin embargo consideramos que es muy importante mantener un servicio híbrido offset-digital para disponer de una oferta adecuada a cada cliente y para cada trabajo. La verdad es que actualmente las dos Versafire y nuestra Speedmaster trabajando en equipo, nos permiten ser muy rápidos".

"Es una empresa que por la celeridad con que entrega los pedidos, tendría que trabajar como web-to-print", apunta Jaume Pujol, comercial de Heidelberg. "Esta es una opción que estamos barajando pero se llevará a cabo siempre y cuando el servicio que damos a nuestros clientes sea el mismo que estamos dando ahora", responde Óscar González. El gerente de esta firma es muy reflexivo en el momento de tomar decisiones, por eso siempre asegura

muchos todas las inversiones: "En Offset Infanta somos veinte familias que vivimos de esta empresa, no nos la podemos jugar alegremente, para mí no tiene ningún sentido abarcar mucho y luego no llegar. Si no fuera por la actual coyuntura económica que estamos atravesando, ya habríamos invertido en una máquina de mayor formato, ya que tenemos trabajos suficientes para acceder a un formato mayor".

El sector gráfico evoluciona constantemente por lo que es necesario reciclarse para estar al día con las nuevas tecnologías. El equipo de Offset Infanta está concienciado de que se tiene que seguir avanzando. Cuando la dirección de la empresa plantea la adquisición de un nuevo equipo, son los primeros en estudiar el proyecto y colaborar para que éste llegue a buen puerto. Es un equipo de profesionales joven, bien engranado, que "siente los colores" y está con la empresa para que ésta salga adelante y bien reforzada.

► **La imprenta tiene una base de maquinaria muy variada con un gran potencial en cuanto a cambios y adaptabilidad, con un CtP Suprasetter, dos Speedmaster SM 52-2 y SM 52-4, dos Versafire CP, dos plegadoras Stahlfolder y una guillotina Polar.**





**«Para entender el mundo de la imprenta actualmente hay que amar el sector, pero no podemos liderar un proyecto de empresa gestionándola a pie de máquina. A mí me toca otro papel» comenta Óscar González.**



# FORO JOVENES IMPRESORES

El primer Foro de Jóvenes Impresores 4.0 ya ha dejado atrás esos primeros momentos de pánico escénico, en los que explicas una idea y pretendes que tus interlocutores te sigan y apuesten por ella, esos primeros momentos de preguntas sin respuestas, de escenarios futuros y de ideas locas. El espíritu del proyecto era realmente sencillo, se trataba de reunir a diferentes actores del sector gráfico, sentarse un rato a escuchar a unos cuantos influencers y después opinar libremente sobre un par de temas y, por fin, gracias a todos, patrocinadores, asociaciones gremiales, escuelas, suministradores, profesores, alumnos, maquinistas, diseñadores, empresarios y directivos entre otros, lo hemos hecho posible.

El pasado 19 de Octubre de 2017 conseguimos que casi 200 personas olvidaran sus agendas y asistieran a un evento que tenía como particularidad celebrarse en dos ciudades conectadas y en el mismo momento. El Colegio de Arquitectos en Madrid y la fábrica Moritz en Barcelona fueron las sedes físicas, pero más de 500 personas pudieron asistir a las conferencias conectados en streaming y muchos siguieron activamente el Foro en las redes sociales.

Heidelberg, Torras Papel, Inapa, Antalis, Adobe, OMC y DIN impresores actuaron como patrocinadores y propiciaron la materialización del sueño; también fue importante la participación de Ricoh, Kodak, Huber, Roepa, Xerox, Ebay Solutions, Graphispag y Cprint como colaboradores. Gracias al trabajo de difusión de la prensa sectorial, imprescindible la ayuda de Alabrent, La prensa, Interempresas, industria Gráfica, Neobis, Pressgraf, Gremi, AP Digitales y News Packaging. Pero no nos cansaremos de repetirlo, la implicación de Escuelas del Sector y el apoyo de las asociaciones ha sido imprescindible para conseguir culminar un proyecto que se estructuraba básicamente en la participación plural. Neobis, Gremi, Tajamar, Salesianos, Escola del Treball, IES Puerta Bonita, Cluster da Comunicación Gráfica y ASPACK, participaron no solo con asistentes sino que aportaron experiencia, ideas y fueron los encargados de coordinar las diferentes mesas de debate que se organizaron al final de la sesión.

Las jornadas fueron intensas y tuvimos ponentes de lujo como Gaëtan de Sainte Marie, Vicepresidente CJD Internacional y Presidente de PME Centrale en Francia que abrió las jornadas, escuchamos la amena intervención de Carlos Casado, CIP Business Development Manager de RICOH Commercial and Industrial Printing, contamos con la brillante intervención de Montserrat Peidro Senior Vicepresident Digital Heidelberg Global y con las interesantísimas ponencias de Elsa Fanelli, Digital Content and Social Media Manager en ANTALIS WE y Enric Pardo, CEO de EXAPRINT ESPAÑA. Como colofón Javier González Pareja, Presidente de Bosch Iberia cerró la primera parte del evento explicándonos la importancia del mundo gráfico en un caso de éxito.

Posteriormente los asistentes se agruparon en pequeños grupos y participaron en mesas redondas coordinadas y dinamizadas por profesores de las diferentes escuelas sectoriales que colaboraron con nosotros. No podemos decir cuál de las secciones del evento estuvo por encima de las demás, no podemos negar que las ponencias generaron parte del debate, pero sí hemos aprendido algo del modelo. Hemos entendido que la participación de los asistentes es imprescindible y seguro será uno de los elementos que copiaremos para el siguiente Foro.

► **El Colegio de Arquitectos en Madrid y la fábrica Moritz en Barcelona fueron las sedes físicas, pero más de 500 personas pudieron asistir a las conferencias conectados en streaming y muchos siguieron activamente el Foro en las redes sociales.**



**Las jornadas fueron intensas y participaron ponentes de lujo.**



# IMPRESIONES DESDE BRASIL

El 5 de mayo pasado, 11 directivos de empresas gráficas de todo el territorio Español viajaron a Brasil de la mano de Heidelberg Spain, con la intención de conocer de primera mano un concepto de mercado gráfico diferente al nuestro. Ernesto Pascual de Gráficas Agulló, Emilio Pérez de Tudela de Elygrafics, Juan Pedro López Carmona en nombre de Sittic, Jose Luís Carmona de Roal, Patricia García Manso de DIN impresores, José Antonio Roldán de Artes Gáficas Palermo, Andoni Larrañaga en representación de Igamo, Yolanda Gómez de Gráficas Gómez Boj, Vicente Crespo de Fernando Gil, José Rey Moreno de Ediciones Gráficas Rey y José Pereira de Imprenta Envalira formaban el grupo junto algunos miembros de Heidelberg Spain.

La idea era visitar diferentes modelos de empresas, entender las singularidades, teniendo en cuenta el contexto político-económico (tasas aduaneras muy altas, una gran crisis), tamaño del territorio y del mercado (17 veces España en superficie y 210 millones de personas), condiciones sociales particulares (salario mínimo entorno a los 250 euros /mes), situación del mercado del papel (prácticamente en manos de una sola empresa y con importantes fluctuaciones de precio), etc. Durante 10 días visitamos, Recife, Olinda, João Pessoa, São Paulo y Brasilia. El programa fue intenso y las jornadas largas, pero los anfitriones supieron en todo momento demostrarnos que nos encontrábamos delante de muy buenos profesionales, visitábamos grandes compañías y éramos recibidos por muy buena gente.

La experiencia ha sido un éxito, las comparaciones son odiosas, pero ha sido tremendamente interesante poder comparar. Hemos estado a pie de muchas máquinas, hemos visto cadenas de producción, diferentes modelos de negocio, nos han abierto las puertas de sus imprentas y hemos hecho muchas preguntas, pero lo que más valoramos es que hemos puesto en común reflexiones y hemos aprendido compartiendo. La oportunidad de pasar unos días lejos de nuestro ecosistema habitual con otros profesionales del sector nos ha permitido, aprender, conocer a otros actores del sector gráfico mundial y por supuesto estrechar lazos.

Iniciamos la ruta en MXM Gráfica e Editora en Olinda, un gran recibimiento y una imprenta muy bien organizada.

Facform Gráfica en Recife es la imprenta más premiada de Brasil y una de las más premiadas del Mundo, entre los premios cuentan con 3 Sapphi. La visita a Facform, de la mano de Francisco de Asis, su director fue una inmersión en el mundo gráfico más creativo, dudo que existan showrooms de ese nivel en ningún lugar del mundo. Se respiraba creatividad y entusiasmo.

En Gráfica Santa Marta nos recibió Matheus Ribeiro, gerente y Ana Arrais hizo las funciones de maestra de ceremonias. La empresa dispone de tres plantas de producción con más de 600 trabajadores, nosotros visitamos la planta de Joao Pessoa, la imprenta cuenta con equipos de última generación y son líderes en el mercado nacional. La imprenta trabaja básicamente para el sector editorial. Gráfica JB es un modelo de empresa que basa su estructura en un equipo humano muy motivado. La imprenta fundada en 1983 está en el centro de Joao Pessoa y cuenta en estos momentos con 4000 metros cuadrados de instalaciones. Los planes de futuro marcan una clara dinámica de expansión, basada en una amplia y bien diseñada red de ventas por todo el país.

En São Paulo, iniciamos las visitas con el recibimiento de Ludwig Allgoewer, CEO de Heidelberg do Brazil y todo su equipo. Posteriormente visitamos la planta de Antilhas en Santana de Parnaíba. Antilhas es un grupo dirigido por Bruno Baptista y que está especializado en la fabricación de bolsas para retailing. La empresa trabaja con equipos de última generación distribuidos por Heidelberg, y planifica la producción en función de un férreo control de los diferentes parámetros de productividad. La empresa dispone de algunos procesos de impresión propios, patentados y desarrollados por la compañía. Posteriormente nos dirigimos a Nywgraf. Nos recibieron los hermanos Frare Piffer segunda generación y nos acompañaron por las diferentes plantas de producción. La tecnología Heidelberg, está presente en las Speedmaster, los equipos digitales y los CTPs. Y aunque la empresa mantiene un concepto familiar, su objetivo está en seguir creciendo en el futuro sin marcarse límites. Las características del país, los grandes niveles de stock de papel exigidos y la importante crisis, da más valor a la buena salud de empresas como Nywgraf. La última visita del día, fue WBL Gráfica & Editora una empresa con solo 16 años de vida y desde el corazón de Ferroz de Vasconcelos un municipio cercano a

Sao Paulo, se han convertido en lider en el sector de Web to Print. 6000 metros cuadrados, más de 400 trabajadores en 3 turnos, 24 horas y siete días de la semana sitúan a esta imprenta con índices de crecimiento que rondan el 30% anual. Wellington Luiz, Director de la compañía nos acompañó durante la visita. La línea de guillotinas Polar, no dejó de trabajar en ningún momento.

Dos de las compañías más grandes de Brasil, fueron las visitas del último día. Leograf con sedes en Sao Paulo, Brasilia, Rio y Porto Alegre es una imprenta Comercial con unas instalaciones que impactan tanto en tamaño como en equipos instalados. Fábio Gabriel Director y Paulo Estrella responsable de Marketing fueron los encargados de presentarnos la compañía. Recorrimos Pancrom con André Yuri Murrins Director ejecutivo y tercera generación en activo. Pancrom es una empresa de largo recorrido, tremendamente bien organizada y con un parque instalado difícil de ver junto en la misma planta. Durante la visita pudimos ver el proceso de instalación de la nueva VLF así como las diferentes secciones de la empresa.

Impresiones desde Brasil ha sido una iniciativa única, pensada por Jose Luís Gutierrez CEO de Heidelberg Spain más como un lugar de encuentro que como un viaje. "Impresiones desde Brasil" ha dejado muy buenas sensaciones y así lo muestran los comentarios de algunos de los compañeros de viaje.

**Patricia de DIN:** Este viaje (...) ha hecho que abra mi mente a nuevos modelos de negocio y peculiaridades en la producción. Ha acercado Heidelberg a las empresas de una forma más humana (...) y sobretodo ha creado recuerdos que son insustituibles

**Yolanda de HSP:** Ha sido un placer vivir esta experiencia junto a grandes profesionales y mejores personas. He aprendido mucho en cada visita a las gráficas, y destaco la hospitalidad con la que nos han recibido en cada una de ellas.

**Emilio de Elygrafics:** Viaje impresionante, con muy buenas experiencias y (...) un grupo humano excelente.

**José Luís de Roal:** Un honor conocerlos, si la industria gráfica está a la altura de la calidad humana de sus directivos, seguro tendremos futuro.

**José Antonio de Palermo:** Agradecer al equipo de Heidelberg el estupendo trato y la magnífica organización.

**Josep de Ediciones Gráficas Rey:** Ha sido una experiencia enriquecedora, divertida y única en el mundo de los negocios.

**Juan Pedro de Sittic:** Gracias a Heidelberg por este viaje y a todos por lo que hemos compartido.

**Andoni de Igamo:** Hemos podido conocer la enriquecedora variedad de imprentas de Brasil y una gran oportunidad para hacer networking...

**Vicente de Fernando Gil:** Una experiencia inolvidable que me ha permitido (...) descubrir industrias con métodos de trabajo diferentes y compartir con compañeros del sector de una gran experiencia y calidad humana.

**Yolanda de Gomez Boj:** Un viaje inolvidable, muchas gracias al equipo de Heidelberg Spain, un placer.

## La idea era visitar diferentes modelos de empresas, entender las singularidades, teniendo en cuenta el contexto político-económico.



# ENTREVISTA JOSE LUÍS GUTIÉRREZ

**Entrevistamos a José Luís Gutiérrez, un segoviano que llegó a Heidelberg Spain como CEO, después de una dilatada carrera en el extranjero, en Brasil y Francia entre otros países. Después del segundo año como director general de Heidelberg Spain, las cifras demuestran que su modelo de gestión funciona. Desde hace unos meses dentro de un nuevo plan territorial, Heidelberg lo ha elegido para capitanear el Clúster del sud-oeste de Europa, compuesto por Francia, Benelux y España.**

Entrevista realizada por  
**Aleix Ravetllat - News Packaging**

**¿Cuáles considera que han sido las claves para conseguir duplicar la facturación de Heidelberg Spain dos años consecutivos?**

Hemos hecho un gran trabajo en temas de comunicación, pero sea cual sea el objetivo, detrás de cada idea, siempre ha de haber mucho trabajo. Sin duda también ha influido la aplicación de la nueva filosofía de Heidelberg "focalizar en el cliente".

Durante estos dos años hemos aplicado cambios estructurales, como la reorganización del Servicio Técnico. En este ámbito no solo hemos invertido en recursos humanos y en cambios organizativos. También hemos invertido en una nueva plataforma de ticketing que debería funcionar como facilitador de la comunicación. Los clientes a través de una plataforma online pueden registrar sus incidencias y hacer un seguimiento de sus tickets de servicio abiertos.

**¿Qué cambios considera importantes en cuanto al modelo que encontró cuando llegó a la empresa?**

Los cambios más importantes son cambios de carácter organizativo. Estudiar los perfiles profesionales de la plantilla y redistribuir los cargos en función de sus talentos y capacidades. Hemos intentado entender los talentos dormidos y activarlos, cambiando a miembros de nuestra plantilla a nuevos puestos de trabajo, más acorde con su perfil profesional. De esta manera conseguimos mayor productividad, nuevas ideas y una forma de trabajar mucho más positiva.

Hemos contratado e integrado en la familia Heidelberg Spain a nuevos miembros en diferentes departamentos, nuestra plantilla ha crecido en estos dos últimos años buscando un mejor servicio de cara al cliente. Servicio Técnico y el equipo de ventas han sido algunas de las secciones que cuentan con nuevas caras.

**Tal como nos comenta, actualmente el Servicio Técnico y la fuerza de ventas funcionan bajo un nuevo concepto centralizado y enfocado en el cliente. ¿Se trata de un modelo propio o es el que Heidelberg ha implantado a nivel general?**

Es el nuevo enfoque de Heidelberg, la nueva filosofía de trabajo, el cliente está en el vértice de la pirámide y todo nuestro foco está puesto en conseguir su éxito. Sin el éxito de nuestros clientes nunca podremos alcanzar el nuestro. Hemos colocado al cliente en el centro de todas nuestras actividades. Heidelberg ya establecido tres pilares que constituyen su estrategia. La transformación digital, el liderazgo tecnológico y la excelencia operacional.

En referencia a la digitalización, el lema "Heidelberg goes Digital" nos indica nuestro camino, si pretendemos ser líder de la industria necesitaremos una formación que nos ayude a adaptarnos a los nuevos modelos de mercado. Nuevas plataformas digitales, estaciones de trabajo online, conectividad... aparecen nuevos escenarios y nos estamos preparando para afrontar nuevos retos en este ámbito.

## «Hemos intentado entender los talentos dormidos y activarlos»

**¿Cómo ve ahora, después de haber estado trabajando sobre el terreno, el mercado nacional? ¿Cree que es extrapolable al resto de países? ¿Lo ve un mercado maduro, con capacidad de competir fuera de nuestras fronteras?**

España es un mercado con un gran potencial. En este momento es uno de los países de su entorno con más capacidad de crecimiento. Por un lado nuestros costes de producción son ajustados y nuestro potencial de producción es cada vez más competitivo.

Los precios finales han generado niveles de exportación envidiables y el mercado cada vez tiene más claro que para crecer en este sentido ha de modernizar sus parques de una forma constante y bien planificada. Para ello nosotros tenemos la voluntad de convertirnos en el partner tecnológico de confianza y llegar a ser el proveedor global que nuestros clientes necesitan.



**Durante estos dos años, hemos podido valorar que le gusta estar cerca de la realidad de sus clientes, visitar las imprentas, etc. ¿Por qué?**

Nuestra forma de entender el negocio es estar cerca del mercado. La única forma de conocer y entender las necesidades del mercado es estar lo más cerca posible de los clientes. Gestionar un negocio como el nuestro es contactar de forma activa con la industria y si es posible recibir el feedback del mercado de primera mano.

**¿Nos puede explicar en qué consiste el nuevo modelo territorial de Heidelberg en el mercado español?**

Heidelberg tenía una distribución geográfica por regiones y en este momento, desde el pasado 1 de abril Heidelberg ha creado una figura llamada Cluster. Los 8 Clusters existentes son agrupaciones de territorios con una dirección integrada, en nuestro caso pertenecemos al Cluster Sud-Oeste.

La voluntad de Heidelberg es armonizar criterios, homogenizar la imagen y llegar al cliente con un mismo mensaje. La optimización de recursos y el esfuerzo constante para digitalizar las diferentes estructuras de la compañía son las principales líneas de trabajo de la empresa en este momento.

**¿Cómo ve el futuro del mercado?**

Me remito a lo que he comentado en preguntas anteriores, España es un mercado con un gran potencial y hemos de saber aprovecharlo, no perdamos la oportunidad.



# VERSAFIRE LAUNCH DAY

**E**l pasado día 30 de Mayo en Heidelberg Spain presentamos en primicia ante un aforo de unas 70 personas de todo el territorio nacional, entre clientes y prensa sectorial, la nueva generación de impresión digital Versafire EV. Muchos asistentes ya disponían de equipos de gamas anteriores y para otros fue su primera experiencia digital, pero todos coincidieron en que el nuevo equipo era muy versátil y generaba un amplio abanico de recursos. Juntamente a nuestro nuevo equipo también presentamos nuestra gama de software in-

tegrado en el workflow de Heidelberg Prinect. Usando este DFE la Versafire EV puede fácilmente integrarse en el flujo de trabajo existente al mismo tiempo que procesa rápidamente datos variables para la impresión.

Durante la Jornada, Patricia García-Manso de gráficas DIN nos explicó su experiencia con equipos Versafire y José Rey de Ediciones Gráficas Rey, nos presentó sus reflexiones del porque trabajar dentro de un Workflow como Prinect.

Dentro de la dinámica de los talleres, los asistentes pudieron interactuar, hacer preguntas y comprobar resultados a nivel práctico, por ello también invitamos a Rai Llopart, especialista de Antalis, que apoyó a nuestros instructores hablando de diferentes soportes y dando consejos sobre posibles aplicaciones. Se jugó con luces UV para ver los resultados del tóner especial "rojo invisible" y se demostraron las nuevas virtudes de la Versafire, la nueva calibración automática en línea y el registro en línea que proporcionan y mejoran la estabilidad, la precisión y la calidad final, su velocidad de impresión mejorada que ha pasado de 85 o 95 páginas A4 por minuto, el nuevo rango de gramajes de hasta 360 gr y la posibi-



## Dentro de la dinámica de los talleres, los asistentes pudieron interactuar, hacer preguntas y comprobar resultados a nivel práctico.



idad de imprimir banners de hasta 700 mm (dúplex) y hasta 1.260 mm (símplex).

Por otro lado José Huertas, Instructor de Heidelberg Spain, nos explicó a través de un caso práctico, cómo funciona un Workflow y por qué es tan importante incluir los diferentes puestos de producción en un mismo flujo, en este caso Prinect. El Frontend (DFE), desarrollado por Heidelberg es único en la industria gráfica y permite una integración inteligente en los procesos de impresión digital y offset.

Una jornada puede condensar muchas actividades. El pasado 30 de mayo se presentaron experiencias de clientes, sugerencias de la mano de Antalis sobre el inacabable mundo del papel, se impartieron demostraciones de Prinect y exposiciones detalladas de los cambios y novedades de la nueva Versafire EV, gracias a Yvonne Müller, instructora alemana, y Luis Rodrigo, técnico de la casa. Destacamos el interesante networking que se generó entre los asistentes; se pudieron consultar dudas de primera mano con especialistas de Heidelberg Wiesloch y Heidelberg Spain y el desayuno, *lunch* y el café adornaron los momentos de descanso. ¿Animados para la siguiente?

► Durante la Jornada, Patricia García-Manso de gráficas DIN nos explicó su experiencia con equipos Versafire y José Rey de Ediciones Gráficas Rey, nos presentó sus reflexiones del porque trabajar dentro de un Workflow como Prinect.



# **DE NEGRO A BLANCO** **MACROLIBROS**

**Tal como lo define Carlos Panizo, Director de la compañía, Macrolibros hoy se puede resumir en una historia bonita con un final feliz, pero aquel 14 de Noviembre una oscura columna de humo imprimía en el cielo malas noticias para el sector gráfico. En el polígono de Argales, en las afueras de Valladolid, 148 familias veían como sus puestos de trabajo se vestían de negro. El 14 de Noviembre de 2016, parte de las naves de Macrolibros quedaron devastadas por las llamas en un incendio que convirtió equipos, stocks e ilusiones en material de desguace y dejó muchos proyectos sin fecha de cierre. Techos hundidos, palets con cenizas en vez de libros, chatarra chamuscada dispuesta como barcos después de una batalla. Sobre aquel escenario nadie hubiese imaginado que en pocos meses Macrolibros iniciaría de nuevo la producción.**



**L**ibros de texto, pliegos con páginas de 'Teo va al circo', ediciones de las princesas Disney, libros de repaso de lengua o matemáticas... resulta impactante la mezcla de idiomas, formatos y estilos. Finalmente delante de unas estanterías abarrotadas, nos damos cuenta de la variedad y la cantidad de trabajos que ven la luz, gracias al trabajo de Macrolibros.

La sala de impresión fue la que más sufrió el efecto del fuego, 37 trabajadores fueron los que más tuvieron que esperar para volver a sus puestos, pero el compromiso de los propietarios fue apostar por la continuidad, en un momento en que hubiera sido fácil cerrar y pasar página. La dirección, junto a una plantilla unida por el compromiso firme de reflotar Macrolibros, lo hizo posible.

Macrolibros, propiedad del fondo Sherpa Capital, parte de Dédalo Grupo Gráfico e integrada en Prisa, se mantiene hoy líder en un sector muy polarizado, con una plantilla de 138 personas y unas instalaciones muy actualizadas. La compañía vallisoletana nació en 1973, siempre vinculada al mundo editorial. Con el paso de los años, se ha convertido en referencia internacional en la producción de todo tipo de libros. "Nuestra actividad principal sigue siendo la producción de libros de color pero tanto la gama de productos que podemos hacer como el nivel de servicio se ha ampliado de forma considerable. En el caso de los libros de texto las tiradas medias se han reducido con los cambios legislativos y la demanda de calidad ha aumentado", comentaba Carlos Panizo, director de Macrolibros, durante nuestra visita a las instalaciones.

#### **Heidelberg Speedmaster XL 162-8P, "la máquina perfecta se instala en Macrolibros"**

Después del incendio, en marzo y abril de 2016 se incorporaron los dos primeros equipos y las siguientes dos máquinas llegaron en mayo y agosto del mismo año. Finalmente en diciembre entró la Heidelberg Speedmaster XL 162-8P que atrató en la Macrolibros como colofón de un proyecto acompañado de muchos esfuerzos.

Este equipo está preparado principalmente para el trabajo comercial de alta calidad y aunque sorprenda, reacciona bien tanto en grandes tiradas como en tiradas cortas. La combinación de tecnologías innovadoras, la optimización de los tiempos de puesta en marcha y la mínimamaculaturahacen que la Speedmaster XL 162 sea un equipo ideal para una imprenta como Macrolibros con una amplia gama de trabajos.

La máquina está equipada con el Prinect Press Center; el sistema de guía del operador de fácil manejo Intellistart; un sistema integrado en Wallscreen; Prinect Inpress Control, sistema en línea del control del color y registro, y el

**El compromiso de los propietarios fue apostar por la continuidad en un momento en que hubiera sido fácil cerrar y pasar página. La dirección, junto a una plantilla unida por el compromiso firme de reflotar Macrolibros, lo hizo posible.**



conocido sistema inversor de tres cilindros con tecnología Perfect Jacket de Heidelberg.

En referencia al sistema de entrega de pliegos, el dispositivo de la XL 162 asegura una gran calidad y genera una reducción del coste relacionado especialmente con la gestión de materiales y tiempos. Los índices de ahorro de residuos son importantes para una empresa inmersa en políticas responsables con el medio ambiente. En los últimos meses, han conseguido la certificación PEFC que se suma a las ya obtenidas en los años 2008 y 2009 de cadena de custodia FSC y gestión de la calidad ISO 9001:2008, respectivamente. Estas certificaciones ponen en evidencia los estrictos controles implementados por Macrolibros.

Uno de los puntos fuertes de la máquina es el sistema de volteo, la hoja es transportada a la salida por dos sistemas de agarre en la parte delantera y los bordes traseros. Al llegar a la salida, va más lenta y se entrega con otro sistema de sujeción. Con este sistema ahorramos plancha guía y frenos del pliego en la salida de máquina, con lo que aumentamos la calidad de impresión al eliminar la posibilidad de restos de tinta. Si pensamos en una producción de 30 millones de hojas por año, podríamos ahorrar hasta 200.000 euros anuales en costes de materiales y a este ahorro deberíamos sumar ahorros en tiempos de puesta a punto, en cambios, tira y retira y la reducción de residuos. En un mercado como el de la edición, la competencia es importante y trabajando con gramajes de 80 o 90 y en tiradas pequeñas, los cambios rápidos se convierten en un factor casi prioritario.

### **Mercado y Futuro**

Macrolibros conoce bien su mercado y trabaja en todas sus líneas. El mercado de la edición tiene tres vertientes, la educativa, que recoge el 40% de la producción, el de la Edición general que aglutina el 40% y la promoción, que representa el 20% restante. El de la educación es el más estable y es en el que se concentran la mayoría de productos impresos que van a la exportación. En referencia a subsectores, el libro infantil es un nicho en crecimiento y hace pensar que es un mercado con posibilidades.

Macrolibros es una empresa que actualmente tiene su objetivo marcado en normalizar sus niveles de producción y en seguir conquistando mercados extranjeros. En el momento del incendio su volumen de negocio rondaba los 12 millones y medio, y aún con carencias de producción, la empresa consiguió cerrar el 2016 con unos envidiables 9.7 millones. Para ello aplicaron criterios de emergencia y durante 2 meses trabajaron a 4 turnos.



# OASIS DE BUENA IMPRESIÓN MARAMAT

▼ Jesús y Paco Martín Amat, hijos del fundador Antonio Marín, continúan el negocio familiar, Jesús como responsables del área comercial y de producción y Paco como administrador.

**E**n el año 1954, Antonio Martín Lorenzo fundó la primera imprenta en el municipio de Onil, Alicante y contribuyó con ello al desarrollo de la industria muñequera y juguetera de la comarca de la Foia de Castalla. Posteriormente en 1996, Paco y Jesús Martín Amat, sus hijos, siguen el negocio fundado por su padre, Maramat, Jesús, como responsables del área comercial y de producción y Paco como administrador.

Actualmente, la empresa, superada la grave crisis del sector del juguete y gracias a saber diversificar la oferta a diferentes nichos de mercado, ha conseguido una gran estabilidad y un incremento progresivo del volumen de negocio, lo que le ha permitido pensar en nuevas inversiones de cara a fundamentar y ampliar su situación en el mercado.

La empresa trabaja básicamente en formato 52 y con la nueva Heidelberg Speedmaster SX 52-4 la imprenta se posiciona como referente en su sector y formato. Los adhesivos en todos sus soportes, la impresión y el manipulado de instrucciones y los manuales de funcionamiento son algunas de sus especialidades para las que ofrece un servicio fundamentado en una máxima calidad, tiempos de entrega muy rápidos y precios siempre ajustados. Su abanico de clientes es muy variado, desde multinacionales líderes en sus sectores hasta pequeñas y medianas empresas locales.





Maramat madura sus inversiones y antes de tomar una decisión de cierto nivel de envergadura, compara y valora las diferentes opciones, incluido el mercado de ocasión. En cualquier caso, la empresa siempre ha confiado en Heidelberg a la hora de invertir aunque en esta ocasión la Speedmaster reemplazará a un equipo de la competencia. La facilidad en los cambios, las tecnologías aplicadas al equipo y la estabilidad de producción con velocidades de hasta 15.000 pliegos por hora, sin fallos, cumplen la premisa “non stop” y por tanto los operarios de máquina podrán centrarse en conseguir más calidad en cada trabajo.

Con una plantilla de 11 trabajadores en dos turnos, la empresa ha basado su éxito en la confianza de sus clientes y proveedores. La solidez de sus proveedores y la fidelidad de sus clientes fundamentada en el buen servicio han permitido a Maramat llegar a donde han llegado.

► Gracias a la nueva SM 52 han llegado a tirar 11 trabajos de mil pliegos cada uno en un solo turno. El nuevo equipo ofrece a la imprenta la posibilidad de ofertar una calidad constante en tiempos de producción muy cortos.

**Con una plantilla de 11 trabajadores en dos turnos, la empresa ha basado su éxito en la confianza de sus clientes y proveedores.**





## 2 Speedmasters 52

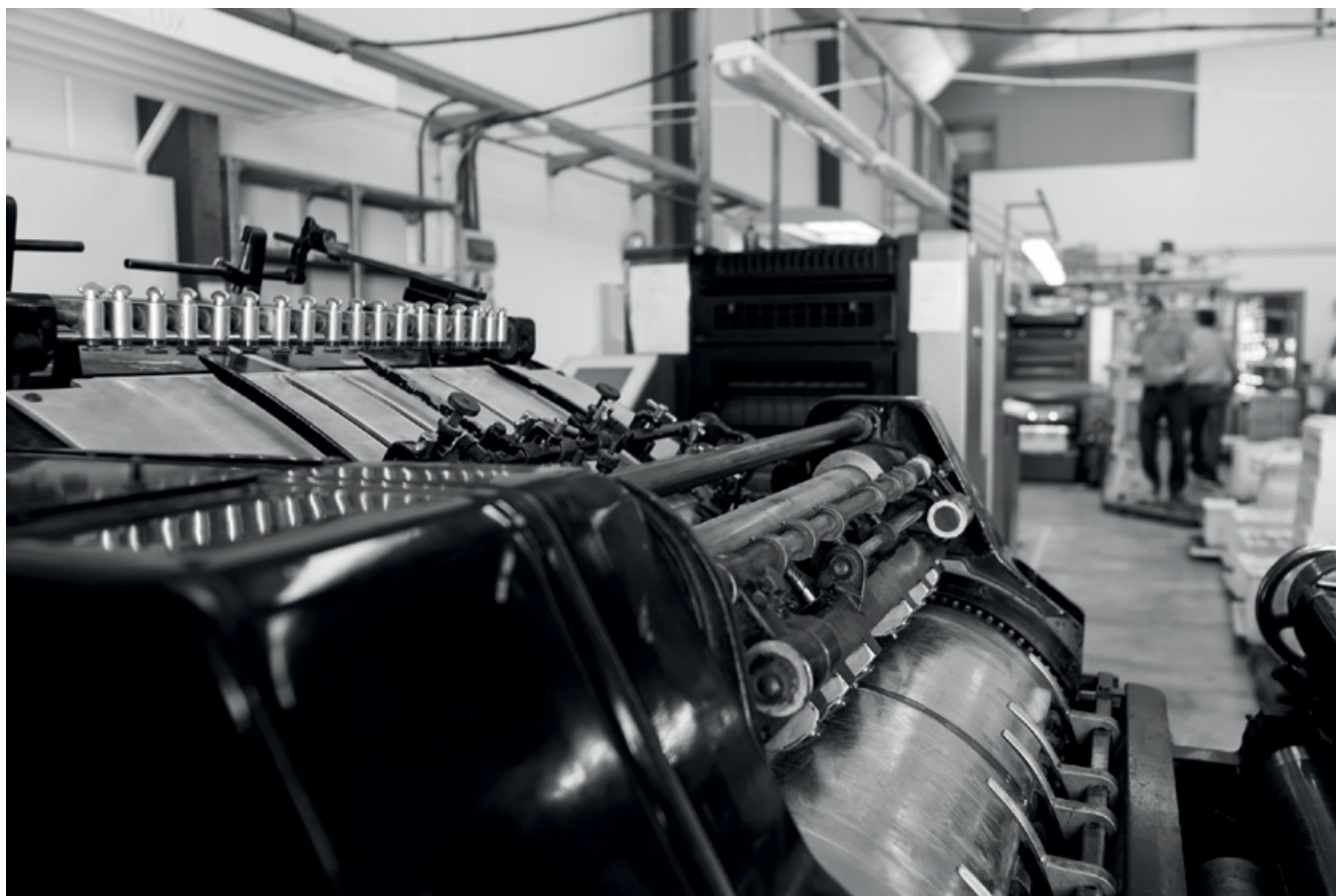
En el segmento en el que trabaja Maramat el *perfecting* de la nueva SM 52 lo hace muy competitivo y el sistema de control del Prinect Easy Control le ofrece a la imprenta la posibilidad de ofertar una calidad constante en tiempos de producción muy cortos gracias al bajísimo nivel de paradas.

Paco nos comenta durante la visita que gracias el nuevo equipo han llegado a tirar 11 trabajos de mil pliegos cada uno en un solo turno. Los cambios de plancha no llevan más de 8 minutos y las medias de producción de las Speedmaster están alrededor de los 10.000 pliegos hora con un nivel de cambios que oscila entre los 10 y 12 al día. Estos indicadores y trabajar con una gama de equipos, servicios y consumibles ofertados por una empresa con la que llevan muchos años trabajando y que, como nos indica su Director, siempre ha estado a la altura de las circunstancias, han permitido a la empresa incrementar la producción, sin dejar de faltar al compromiso de la empresa, atención máxima al cliente, calidad y el estricto cumplimiento de las fechas de entrega.

**Los cambios de plancha no llevan más de 8 minutos y las medias de producción de las Speedmaster están alrededor de los 10.000 pliegos hora.**

► El taller de Maramat es el ejemplo de un cambio generacional hecho con éxito, donde tradición y modernidad comparten espacio en un ambiente familiar y de gran profesionalidad. En estas dos fotografías, la nueva SM 52 y una Heidelberg cilíndricoplana nos recuerdan lo nuevo, lo viejo y lo heredado. Un paso del tiempo que los hijos del fundador han sabido aprovechar al máximo.





**En el año 1954, Antonio Martín Lorenzo fundó la primera imprenta en el municipio de Onil, Alicante y contribuyó con ello al desarrollo de la industria muñequera y juguetera de la comarca de la Foia de Castalla.**





# **UN GRAN POTENCIAL CON 'VALOR AÑADIDO' DIN IMPRESORES**

**M**uchas veces frente a pequeñas inversiones tratamos el proyecto como una simple respuesta a corto plazo ante una necesidad puntual en la demanda. ¿Y realmente debería ser así? No, y más si se trata de equipos con un gran potencial e innumerables opciones.

El tiempo y la falta de recursos, a veces enmascaran nuevos escenarios, oportunidades y nichos de mercado sin explorar, que podrían no solo influir directamente sobre una mejor amortización del equipo sino también podrían representar una nueva fuente de ingresos en forma de nuevas oportunidades o simplemente de más servicios para nuestra base de clientes. DIN es un paradigma en ese sentido, visionarios. La imprenta ya invirtió en 2013 en una Linoprint C751 y desde entonces, no han dejado de investigar y tratar de sacarle todo el pro-

vecho posible a sus equipos digitales. Actualmente DIN cuenta con dos equipos digitales trabajando integrados en el flujo de trabajo Prinect DFE. La primera Versafire CV se instaló en 2016 y ahora cuentan con una nueva Versafire CV versión EU.

En las últimas Jornadas digitales celebradas el pasado mayo en Cornellà, Patricia G. Manso, CEO de Din, presentó algunos trabajos de su catálogo de servicios en el ámbito digital. El público quedó sorprendido de las posibilidades de un equipo como la CV. "Lo importante es entender...", tal como afirmó Patricia en su intervención, "...que un equipo no genera valor por los recursos que tiene, sino por el partido que seamos capaces de sacarle. En cualquier caso, es una realidad que la Versafire tiene un grandísimo potencial en relación a su precio y es una lástima dejarlo escapar"



# EXPERIENCIA DIGITAL IMPRESA ONLINE24

Imprensaonline24.es es una joven imprenta fundada en el 2010 en Sevilla, alejada del concepto imprenta clásica offset y enfocada claramente el mercado web-to-print. Recientemente, la compañía ha adquirido un Heidelberg Versafire CP130 y con este nuevo equipo, tal como nos comenta Fran Egea, CEO de Imprenta Online 24, la imprenta tiene la intención de fundamentar su capacidad operativa. La nueva Versafire sustituirá a un equipo de la competencia. La rapidez en los diferentes procesos y una impresión muy estable fueron características claves a la hora de decantarse por invertir en una Versafire.

Imprensaonline24 es una empresa comprometida con la calidad y el diseño; en diferentes ocasiones han patrocina-

nado y organizado diferentes concursos de diseño gráfico y aunque tal como indica Fran "aún nos queda camino para mejorar en el nivel de cultura digital, cada vez son más los usuarios que envían archivos mejor configurados, y nos piden pruebas de impresión. La exigencia en cuanto a calidad final, es muy alta. Nosotros revisamos todos los archivos sin cargo adicional y nuestro compromiso es la entrega del trabajo final en 24 horas a toda España". La imprenta cuenta para ello con unas instalaciones de 500 metros cuadrados, una plantilla con 10 profesionales muy bien formados y cuerpos de impresión digital y offset que hacen posible una oferta muy variada: Impresión de folletos, tarjetas de visita, revistas, catálogos, dípticos y hasta vinilos y lonas.

La Versafire CP produce dentro de un amplio rango de cantidades sin por ello penalizar los costes. Los tiempos y la flexibilidad del equipo, por ejemplo en cuanto a soportes, permite a la empresa tener una solución óptima para aquellas tiradas en las que los equipos Offset no son competitivos. Uno de los puntos fuertes de la CP es sin duda sus niveles de estabilidad en grandes producciones, con una estabilidad en los registros y el color especialmente elevada. En este ámbito, el espectrofotómetro ha supuesto una herramienta muy útil a la hora de controlar y ajustar los niveles de color durante el proceso.

# **LA EXPERIENCIA PUESTA AL DÍA ROAL**

**Visité Roal a principios de año en relación a la instalación de su última adquisición, una Versafire CV con 5º color y barniz. Durante la visita tuve la suerte de contar con la compañía de Sol Carmona, Directora Gerente de la empresa e hija del fundador, Antonio Carmona Castellón, que allá por 1953 fundó en la calle Vital Aza, cerca de Alcalá, la imprenta Roal. Hoy Roal es una imprenta de referencia con una plantilla de 37 trabajadores que desde sus inicios ha apostado por mantener la confianza de sus clientes, muchos de ellos grandes marcas nacionales, cumplir rigurosamente los plazos pactados, mantener el compromiso y cuidar al detalle cada encargo.**



No existe mejor forma de definir el espíritu de la imprenta que recurrir a palabras de Antonio Carmona Castellón, hoy Consejero delegado de Roal: “La clave de nuestro éxito ha sido adaptarnos día a día a las necesidades de nuestros clientes, sin renunciar en ningún momento a la calidad de nuestros productos... Tradición familiar, con un constante cambio generacional que ha ayudado a la actualización continua de tecnologías, maquinaria y formación de nuestro equipo humano”.

Es agradable pasear por las diferentes dependencias de la imprenta. Tal como nos comenta Sol, “la empresa siempre ha confiado en Heidelberg”, lo que salta a la vista durante nuestro recorrido; los equipos confirmaban su origen. Los pasillos repletos de papel y ninguna máquina parada, no nos dejaban ninguna duda de la actividad constante de la imprenta.

Roal tiene en este momento capacidad de dar soluciones de impresión globales. La preimpresión, diseño, maquetación y producción están respaldados por un equipo de técnicos cualificados con años de experiencia en todos los procesos gráficos. La imprenta cuenta en su haber con un recién estrenada máquina digital Versafire CV, un CTP, iniciador del proceso de producción de todas las Speedmaster, una CD 102-5, formato 72 x 102, una SM 102-5, formato 72 x 102 y otros equipos offset de la marca. En post la imprenta también tiene cubierta toda la gama de opciones, dominando así el proceso de producción desde el principio hasta el fin.

**«La clave de nuestro éxito (...), tradición familiar, con un constante cambio generacional que ha ayudado a la actualización continua de tecnologías, maquinaria y formación de nuestro equipo humano»**





Roal fue una de las empresas que por su compromiso y lealtad con Heidelberg consiguió una plaza en nuestra expedición a Brasil, el pasado mayo y gracias a ello pude compartir el viaje con el alma de “Nuevos Negocios”, José Luís Carmona Sancho.

Fueron muchas las tardes de largas conversaciones de barra de bar y pasillo de autocar y muchas las reflexiones. Si nos damos una vuelta por el perfil profesional de Jose Luís en LinkedIn, solo confirmaremos su gran calidad como profesional a través de comentarios de clientes y partners de negocios, pero compartir unos cuantos días con un compañero de viaje ayuda a perder distancia profesional y me ha dado la opción de poder valorar la calidad humana de la persona.

Jose Luís me comentaba que el compromiso de la compañía tenía como base realizar trabajos de alta calidad, con la máxima agilidad y siempre en los plazos de entrega pactados, y para ello no era suficiente con una maquinaria de última generación. También necesitaban de su socio tecnológico el mismo nivel de compromiso, rapidez y agilidad con la que ellos trataban a sus clientes. El win-win es un objetivo que Jose Luis y el resto de la compañía tratan en todo momento de llevar a cabo. La empresa funciona como una máquina que tiene por objetivo dar el mejor servicio al cliente y por tanto desde el primer momento el cliente debe tener la sensación que su trabajo será mimado hasta el último detalle y con el mejor precio posible.



► **Fotografías, estampitas y toda suerte de imanes adornan una Polar 115. Un detalle que podría pasar desapercibido, pero que nos cuenta mucho sobre el equipo humano que trabaja aquí.**

◀ **Jose Luis Cardona, responsable de nuevos negocios, durante su visita en Brasil.**

◀ **Sol Carmona, actual directora general e hija del fundador Antonio Carmona, posa junto a dos de los trabajadores de la imprenta. (pág. 38)**



# IMPRESA DE CERCANÍA CARRASCAL



**La forma en que se produjo la última adquisición de Gráficas Carrascal, una High-Speed Cutter POLAR N 78 PLUS nos indica el carácter y la personalidad de la imprenta; un negocio que no deja las cosas para mañana, donde el Aquí y Ahora son sinónimo de rapidez y calidad inmediata.**

▲ Situada en Leganés, Carrascal lleva más de 30 años realizando todo tipo de servicios en artes gráficas.



SALIDA



**A**lejandro de Pablo Tordesillas lo tuvo claro el día que su Polar se averió. No quería esperar, no quería a un técnico. Quería un nuevo equipo, y lo quería ya. Tras una breve conversación en la que nuestro comercial vivió en su propia carne la premura con la que Alejandro vive el día a día, sustituyó su antigua POLAR por el modelo N78 PLUS.

Graficas Carrascal es una imprenta madrileña, situada en Leganés, que realiza todo tipo de servicios en artes gráficas: creatividad y diseño gráfico, pre-impresión y fotomecánica, impresión de folletos, revistas, catálogos y diferentes materiales para empresas. A Alejandro, le gusta definir su imprenta como de cercanía, como una asesoría; la empresa ofrece servicios destinados a empresas locales siempre con la máxima calidad en cada pedido y con una relación calidad-precio inmejorable para un nivel de clientes muy fiel.

Con más de 3 décadas de historia, Alejandro conoce bien su negocio y sabe aprovechar las oportunidades que le ofrece su nicho de mercado. Y como dicen, la experiencia es un grado, y ese grado es el que te ayuda a tener una visión clara a la hora de plantear una inver-

**A Alejandro, le gusta definir su imprenta como de cercanía, como una asesoría; la empresa ofrece servicios destinados a empresas locales siempre con la máxima calidad en cada pedido.**

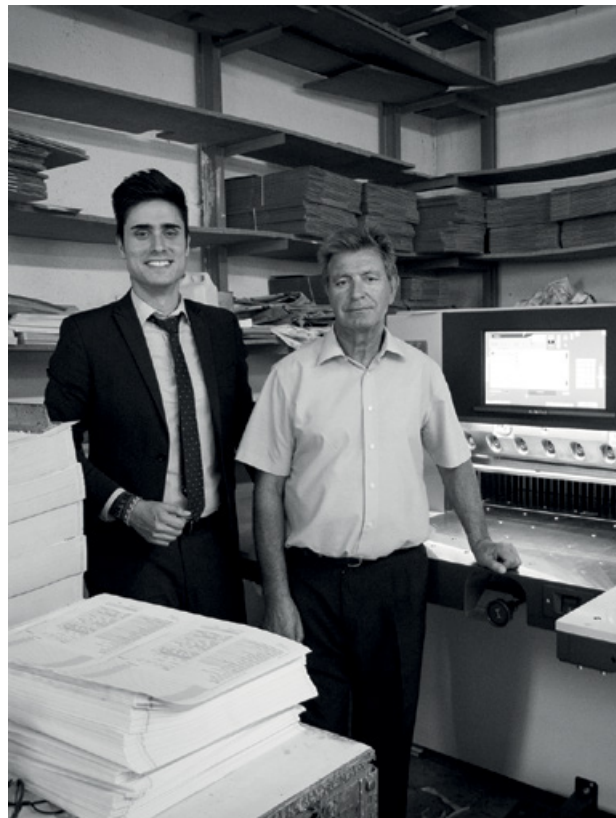


sión. Ésta es es sin duda una guillotina potente, fiable y tremendamente eficiente. Polar ha estado casada con Carrascal desde los inicios y la fidelidad a la marca viene sin duda marcada por una historia productiva, carente de problemas.

Este modelo es un equipo sencillo de manejo, dotado de cambio de cuchilla OptiKnife con rapidísimas puestas a punto, lo que la hace muy productiva y rentable y 100% precisa. El modelo Plus se maneja desde una pantalla táctil en color de 18,5", muy intuitiva y trabaja con un alto grado de automatización y seguridad. Muchas veces hablamos del gran valor de reventa de estos equipos, pero su robusta construcción los hace compañeros eternos de muchas imprentas.

► Alejandro de Pablo Tordesillas.

▼ Uno de los operarios estrena la recién instalada POLAR N78 PLUS en el taller.



# HEIDELBERG GOES DIGITAL

**Dentro del plan estratégico y la nueva filosofía de servicio de Heidelberg Spain, la mejora de la comunicación y respuesta de nuestra empresa hacia el cliente se ha convertido en una de los objetivos principales. Nuestros nuevos objetivos no son simplemente facilitar la comunicación dinamizando los diferentes departamentos, sino dotar a nuestros clientes y a nuestra propia empresa de herramientas que nos ayuden y simplifiquen ciertos procedimientos.**

## **Servicios, un nuevo concepto enfocado al Cliente**

En los últimos meses hemos ampliado nuestra plantilla con 6 nuevos profesionales y ahora estamos inmersos en una segunda fase con un doble objetivo, por un lado mejorar sustancialmente la comunicación con nuestros clientes, cuando éstos necesiten nuestros Servicios, y por otro racionalizar las intervenciones técnicas en toda España, planteando el territorio como un todo con el fin de gestionar de forma más efectiva y eficientemente todos los recursos disponibles.

Para atender este doble objetivo, también hemos puesto en marcha OpenService, una plataforma online de ticketing que apoya la labor de nuestro Help Desk operativo. Ahora disponemos de la acción permanente de tres especialistas, que dan asistencia externa a nuestros clientes y soporte interno a nuestros técnicos. Esto sin duda se traducirá en un ahorro importante para el cliente ya que agilizará determinadas intervenciones y evita-

rá visitas innecesarias, a la vez que ofrecerá la opción a nuestros clientes de enviarnos sus incidencias técnicas a cualquier hora, cualquier día de la semana (24/7). La generación de un número de ticketing facilitará el seguimiento de la incidencia y la facilidad de uso, seguro genera un sustancial ahorro de tiempo evitando comunicaciones telefónicas y posibles errores en la comunicación.

También hemos unificado todos los teléfonos en un único número, el 664 664 500 con el fin de agilizar y centralizar las llamadas entrantes. Nuestro horario es de 8:00 a 18:00 de lunes a jueves (viernes, hasta las 17:00).

En Heidelberg Spain tenemos un objetivo, conseguir la excelencia en el trato con el cliente, por ello, queremos escucharle, reflexionar sobre sus peticiones y buscar respuestas.

<https://heidelbergsupport.zendesk.com/>



▲ Equipo humano: Yolanda, Marta y Fede son el corazón tras la pantalla de la e-shop y OpenService, la nueva plataforma online de ticketing del servicio técnico.

### **Consumibles y Recambios, la forma más sencilla de hacer sus pedidos**

Somos pioneros en el sector y, a día de hoy, los únicos que le ofrecemos este servicio. Si no lo ha hecho ya, descubra la simplicidad y la eficiencia de nuestra eShop, póngase en contacto con nosotros, le daremos acceso a nuestra tienda online, dispondrá de un amplio catálogo de productos y podrá disfrutar de descuentos, ofertas exclusivas y sorteos mensuales.

Heidelbergshop.es es la manera más sencilla y rápida de hacer sus compras. Acceda a nuestra plataforma de compras y podrá tener su lista de favoritos, sus últimas compras, ahorrará tiempo y dinero, podrá conectarse las 24 horas a día, 7 días a la semana desde cualquier lugar y además por cada 100 euros de compra acumulará 1 euro en Saphira Coins que podrá gastar en sus compras posteriores.

Las acciones relacionadas con compras online actualmente corresponden al 20% de toda la actividad en las redes; pero es un hecho que ante determinadas plataformas se generan dudas en referencia a la calidad y la reputación de la compañía que hay detrás. Usted conoce Heidelberg. Nuestra marca es nuestra garantía y nuestro equipo humano sigue trabajando para Usted. En nuestra eShop dispondrá de sus precios y mensualmente recibirá información del estado de su cuenta de Saphira Coin, nuestro programa de fidelización. HeidelbergShop.es está diseñada para que Usted pueda gestionar sus pedidos al momento y en el lugar que usted decida. Nuestro centro logístico recibirá y gestionará sus pedidos y el backoffice trabajará para solventar las posibles incidencias y atender a sus peticiones.

# NOTICIAS





**01 ▶ Con la nueva Speedmaster XL106-6+L de telón de fondo, Labelgrafic celebra 25 años de éxitos.**

**04 ▶ ASPACK celebró el Foro de la Cadena de Valor del Envase de Cartón en Barcelona y participamos como socios Premium.**

**07 ▶ Nuestro comercial Carlos Pons entrega a Paper Plegat un Iphone X. Paper plegat ha sido uno de los premiados tras realizar sus compras a través de la e-shop.**

**02 ▶ Heidelberg Spain patrocina la primera edición de los Premios AP. En la imagen: Publicación ganadora.**

**05 ▶ Fernando Gil recibe de Heidelberg una placa en reconocimiento a su lealtad como cliente.**

**08 ▶ Cideyeg se convierte en la primera imprenta española en ser portada de la Revista Heidelberg News.**

**03 ▶ Anfigraf completa sus equipos con una potente troqueladora MK Easymatrix 106C.**

**06 ▶ Cómo cada año hemos participado en la Gala Gráfica del Gremi, un evento que ya ha cumplido los 67 años de edad.**

**09 ▶ AKF partner financiero de HSP patrocina un nuevo equipo Apple para el espacio Showroom de Cornellà.**

**Redacción**  
Alba Pérez, Ángel Pérez

**Dirección artística y maquetación**  
Alba Pérez

**Fotografía\***  
Ángel Pérez, Alba Pérez

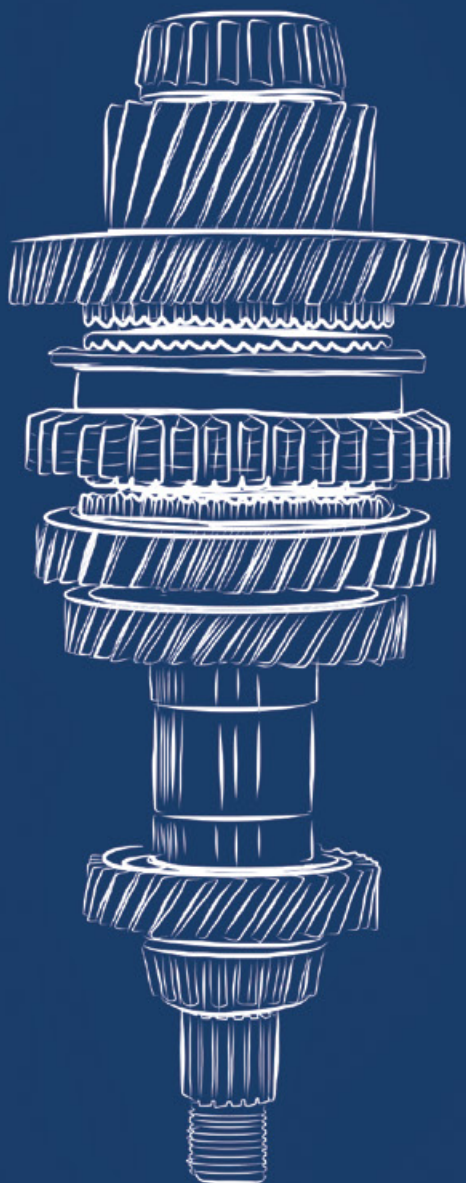
\*Imágenes cedidas por: Pág. 06 - Serper / Pág. 09 - Serper (imagen inferior derecha) / Pág. 35 - Imprenta Online24 / Pág. 46 - 01. Labelgrafic, 02. AP Digital, 04. Asociación Aspack, 05. Fernando Gil, 06. El Gremi



**akf bank**  
españa

Financiamos productividad

Tlf. +34 91 6572296  
info@akf-espana.es  
www.akf-espana.es



**akf bank**  
industriefinanz

Wir finanzieren Produktivität

Tel. +49 202 25727 3301  
industriefinanz@akf.de  
www.akf.de

**10**

**años:** Su socio para el progreso