

ON PRESS

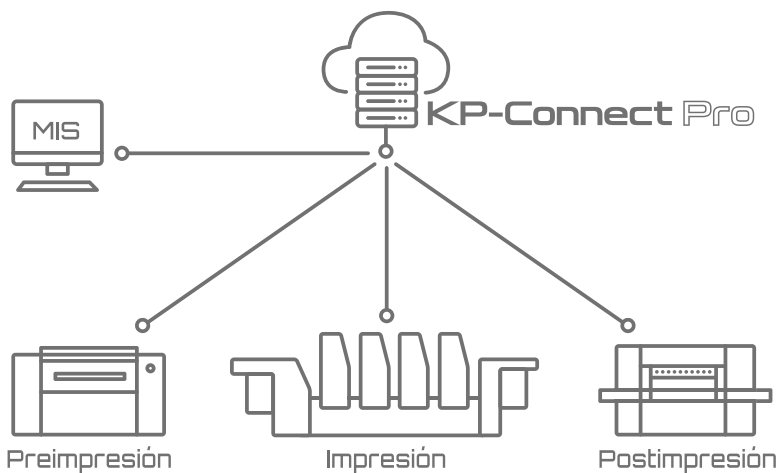
KOMORI | Nº 95
2019

Movilizando el potencial de las TIC El modelo web-to-print



Connected Automation

Enlazar los procesos de producción de impresión y hacerlos visibles, automáticos y eficientes



El concepto que engloba la conexión de equipos de producción automatizada y la optimización de la planta es lo que llamamos "Connected Automation". El progreso de los trabajos y la transferencia de datos entre procesos se centralizan con el objetivo de aumentar la eficiencia y reducir las tareas manuales. KP-Connect Pro, el sistema central, permite la gestión de procesos digitales compilando programación de trabajos e información de progreso para todos los procesos de impresión en tiempo real, y ofrece visualización y vinculación automática con el sistema MIS y las funciones de programación de la producción.

Í N D I C E

Destacado

Web-to-Print

Web-to-print es un modelo de negocio orientado al marketing y las ventas que se basa en software alojado en sitios web. Conquest Graphics de Virginia y Next Day Four Color de Texas han experimentado un rápido crecimiento utilizando este modelo y gestionando múltiples plantas de impresión. Y ambos impresores constatan que las máquinas Komori Lithrone son el equipo idóneo para alcanzar el éxito en este segmento.

4



Perfiles de usuario

Máquinas avanzadas para aplicaciones diversas

Una Impremia IS29 en Alemania, una Lithrone G37 en India, una Lithrone G40 en Colombia, dos Lithrone G40 en EE.UU. y una Lithrone GX4ORP en China. Configuraciones multicolor con sistemas de curado LED y H-UV, y un sinfín de opciones de automatización pensadas para aprovechar las oportunidades de mercado.

14



K-Supply, KGC, Postimpresión

Todo gira en torno a las máquinas de impresión

Inoue General Printing añade tinta K-Supply a su Lithrone GX4ORP H-UV, Bootyman instala una cortadora Apressia CT115 para el acabado de la producción de dos Lithrone G29, consejos para prevenir la tensión en las personas y el papel en los procesos de acabado, y el fabuloso calendario Komori 2019, basado en la exquisita cerámica Kyo-Satsuma.

27



Temas

Nuevo diseño del sitio web de Komori

El sitio web de Komori se ha renovado y rediseñado para albergar una gran cantidad de información, que se ofrece también en forma de descarga de catálogos de productos y la revista *On Press*. Además, ahora es accesible desde teléfonos móviles, para que komori.com esté siempre a un clic de distancia.

31



Ferias y gente Komori

Ferias por doquier y gente Komori

Una feria internacional de impresión en China, la Feria de Otoño en Japón, las Puertas Abiertas de Otoño en Holanda, una feria internacional de artes gráficas en Taiwán y una gira Printology por Sudáfrica. Y además, el responsable que se encarga del desarrollo de sistemas en la planta de Tsukuba.

32



ON PRESS n° **95**

Especificaciones de impresión de este número:
Todas las páginas impresas a cuatricromía con
tinta K-Supply H-UV.

W E P

T O

W E P

W2P

Networked — Smart — Lightning Fast

Internet cambió el mundo desde que entró en nuestras vidas en los años noventa. Según Statista, una empresa internacional especializada en estadística, se calcula que en 2017 unos 1660 millones de personas realizaron compras online, con un total de 2.3 billones de dólares en ventas. La industria gráfica no ha resultado inmune a esta tendencia hacia la digitalización global. Muchos productos impresos, como periódicos, directorios y revistas, están desapareciendo ya que los usuarios acuden a las fuentes en línea. La impresión, no obstante, sigue siendo una pieza clave de las estrategias de marketing para consumidores y empresas, y el volumen de pedidos online de productos impresos aumenta sin parar. Un nuevo estudio de mercado, el Outlook for the Global Web-to-Print Market, llevado a cabo por la Asociación Norteamericana de Tecnologías de Impresión (APTECH), arroja buenas noticias para el mercado web-to-print (W2P). En el año 2018, el mercado W2P global rozaba los 23000 millones de dólares, y se calcula que llegará hasta los 30500 millones en 2023. En el ámbito internacional, Europa Occidental y Norteamérica lideran la actividad web-to-print, pero de aquí a 2023 asistiremos a un rápido crecimiento en África, Asia, Latinoamérica, Oriente Medio y Europa Oriental.

Aunque tanto las empresas como los consumidores recurren al web-to-print, tienen dinámicas y sectores distintos. La actividad B2B crece más rápidamente, especialmente los servicios comerciales en expansión

que permiten que los impresores ofrezcan una gama de productos más amplia de forma más eficiente. La tecnología offset de hojas es el proceso de impresión más comúnmente utilizado para la impresión web-to-print, y supone un 51.2 % de toda la producción impresa. La tecnología W2P ha evolucionado rápidamente, y ha permitido crear productos sofisticados y muy complejos a través de una experiencia de usuario intuitiva para los clientes. Los sistemas ofrecen información en tiempo real sobre la producción y el historial de la cuenta.

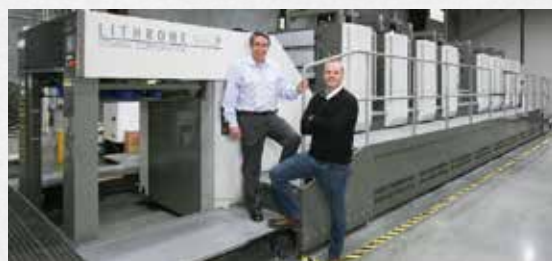
La impresión W2P crece a escala global, puesto que simplifica el proceso de compra y ofrece productos impresos de alta calidad y bien diseñados tanto a particulares como a pequeñas empresas sin conocimientos de diseño. Simplifica los servicios de impresión mayorista, facilitando la colaboración entre agentes y proveedores de impresión. La demanda de servicios de impresión con entrega el mismo día o al día siguiente está creciendo como consecuencia de las experiencias de compra en Amazon y otros proveedores en línea. Los compradores actuales ya no mantienen la relación convencional que se ha venido asociando históricamente con la compra de impresión y packaging. La tecnología de impresión, incluyendo la preimpresión, la impresión y el acabado, ha mejorado y se ha estandarizado hasta el punto de que el comprador puede estar seguro de obtener una calidad uniforme, y eso, a su vez, impulsa nuevas compras de W2P.

Conquest Graphics



“ En la actualidad, los compradores de impresión son consumidores online. Son distintos del comprador de antaño. Realizan muchas tareas distintas; no tienen tiempo para dedicar a un comercial. No buscan ser asesorados ”

Next Day Four Color



“ Dedicamos mucho tiempo a asegurarnos de que nuestro sitio web sea una herramienta valiosa para los clientes, y queremos que, además de ser fácil de usar, se convierta en un recurso administrativo para los clientes ”

Conquest Graphics

La cuarta generación de impresores amplía su territorio

Haciendo historia en Richmond Conquest Graphics



Richmond (Virginia), junto al río James, tiene un largo pasado. Desde John Smith y Pocahontas hasta el incendiario discurso de Patrick Henry “Dadme la libertad o dadme la muerte” que contribuyó a desencadenar la guerra de la independencia, esta localidad está bañada en historia.

Durante casi 100 años, Conquest Graphics ha formado parte de la histórica comunidad empresarial de Richmond, y es una de las imprentas privadas más antiguas del país. Actualmente, tras cuatro generaciones de negocio familiar y bajo el liderazgo del presidente Chris Lewis, la empresa sigue creciendo y evolucionando con las cambiantes demandas del mercado.

Fundada en 1922 por el abuelo de Lewis bajo el nombre de Lewis Printing, la empresa se especializó en la impresión legal, un mercado muy importante en aquella época. Tras pasar a manos de los hijos de Lewis, la empresa se convirtió en una imprenta comercial. Presidente



Fundada en 1737, Conquest Graphics tiene su sede en Richmond. Richmond se convirtió en la capital de la colonia y el dominio de Virginia en 1780, sustituyendo a Williamsburg.

desde 1989, Lewis asumió el mando de la empresa, y cambió el nombre por el de Lewis Creative Technologies con el objetivo de reflejar mejor la naturaleza del negocio. En sus inicios, el nombre de Conquest Graphics correspondía a una línea de negocio completamente distinta dentro de Lewis Creative Technologies que se dedicaba a productos de impresión menos especializados.

A medida que la empresa evolucionaba y crecía, se trasladó a sus actuales instalaciones de 8000 m² en 2006 y, tras añadir un portal de comercio electrónico poco tiempo después, adoptó el nombre Conquest Graphics para toda la organización. La empresa amplió su alcance al oeste de EE.UU. mediante la compra de una empresa en Salt Lake City (Utah), anteriormente conocida como Lorraine Press. “Nos gusta el nombre Conquest Graphics y nos pareció lógico consolidar la marca bajo un solo nombre”, afirma Lewis. Conquest ofrece servicios que incluyen impresión digital y offset, diseño gráfico, mailing y fulfillment, kitting e incluso gestión de datos. Dos de los hijos de Lewis se unieron al negocio: Sam Lewis, responsable del departamento tecnológico, y Josh Lewis, que se encarga de tarifas y presupuestos.

Lewis ha ampliado su negocio aplicando un planteamiento de marketing concentrado y tomando decisiones estratégicas sobre procesos, equipos y servicio al cliente. La cartera de clientes de la empresa se compone principalmente de cuentas B2B medianas y grandes. Siendo uno de los primeros impresores comerciales en reconocer el valor de la presencia online, Conquest



“Lo bonito del e-commerce es que reduce notablemente los errores. El cliente puede ver exactamente lo que obtendrá. Nada se pierde en la traducción, no hay malentendidos. Además de mejorar nuestra eficiencia, también agiliza la entrega al cliente”. — Chris Lewis



posee un sitio web y un programa de redes sociales muy sólido, incluyendo un portal de e-commerce que se inauguró en 2008.

‘El mercado cambia muy rápido’

Muchos impresores comerciales dudaban de entrar en el mercado web-to-print, y Lewis afirma que el único camino posible para Conquest era dar el salto. “Lo que me asustaba era mirar a mi alrededor y ver todas las empresas que cerraban. No es posible mantenerse en pie haciendo las cosas igual que siempre. El mercado cambia muy rápido, y los clientes cambian de distintas maneras”.

La espina dorsal del enfoque de ventas de la empresa es ofrecer la mejor experiencia posible al cliente, identificando los cambios en los patrones de compra de los consumidores. Por ese motivo, la empresa tiene tres canales de ventas: ventas tradicionales, ventas internas y ventas entrantes u online. “Vivimos en la era de los pedidos de Amazon, y los clientes de la industria gráfica son consumidores online. Son muy distintos del comprador de antaño. Realizan muchas tareas distintas; no tienen tiempo para dedicar a un comercial. No buscan ser asesorados. Solo quieren realizar un pedido”, afirma Lewis.

Ventas internas: un canal en expansión

El grupo de ventas internas da servicio a todo el territorio estadounidense y, además de buscar nuevos clientes, se acerca a los ya existentes. “Tenemos software que nos facilita la tarea de realizar llamadas. Controlamos los patrones de compra de los clientes y utilizamos nuestro equipo de comerciales para realizar un seguimiento



de aquellos clientes cuyas frecuencias de compra están cambiando. Es nuestro canal de ventas en mayor crecimiento”, afirma Lewis.

En la web de conquestgraphics.com, los clientes pueden encontrar recursos para compradores, y se presta especial atención a las analíticas web y a convertir las visitas en clientes. “Nuestro equipo de ventas internas evalúa las necesidades de los visitantes de la web. Hemos captado a muchos clientes a través de este sistema”.

Canal de e-commerce personalizado

La parte del negocio dedicada al e-commerce también registra un crecimiento importante. “Lo bonito del e-commerce es que reduce notablemente los errores. El cliente puede ver exactamente lo que obtendrá. Nada se pierde en la traducción, no hay malentendidos. Además de mejorar nuestra eficiencia, también agiliza la entrega al cliente”, afirma Lewis. Los clientes que utilizan el portal de e-commerce disfrutan de otras ventajas. El cliente puede acceder a su cuenta para repetir pedidos, actualizar los materiales de impresión o realizar un seguimiento de los envíos, entre otras muchas opciones. “En esencia, es una herramienta administrativa para nuestros clientes y también dinamiza sus procesos. Buscamos maximizar la eficiencia”.

Solución W2P con voz propia

El eje vertebral del negocio de Conquest es su sistema de gestión empresarial en el que se basa toda su actividad. En lugar de apostar por una solución de software web-to-print ya existente, Conquest desarrolló un software propio para la gestión de todo el negocio. “Iniciamos





Chris Lewis con sus hijos Josh (izquierda) y Sam

nuestra presencia online hace 10 años, y en este tiempo hemos cambiado el software tres veces. Evoluciona constantemente”, afirma.

La parte tecnológica del negocio la gestiona actualmente Sam Lewis, un prodigio en la materia. “Teníamos a cuatro desarrolladores, y en cuestión de un año nos habíamos quedado con Sam y otro programador a tiempo completo. Hemos sido capaces de adaptar nuestro sistema continuamente para adaptarlo a nuestras necesidades”. La empresa tiene una base de datos de unos 150 000 productos distintos, y cada uno sigue un flujo de trabajo específico a lo largo de todo el proceso de producción.

Según Brian Redden, vicepresidente de ventas y marketing, el sistema de TI resulta especialmente importante en empresas con múltiples plantas para lograr mantener la máxima eficiencia. Todos los trabajos se preparan en Richmond, para después distribuirlos al centro adecuado. “El sistema envía automáticamente el trabajo de impresión a la planta o el dispositivo mejor preparado para manejarlo, ya sea por el equipo o la localización geográfica. Los costes de envío tienen una gran relevancia en la gestión de la producción, y nos permiten mantener el nivel de eficiencia decisivo para el éxito”.

La magia del triple enfoque de ventas de Conquest es que la experiencia de compra se puede adaptar a cada cliente particular. “Aunque nuestra eficiencia y nuestros precios más bajos están pensados para trabajos de impresión estándar que se acerquen a nuestro nivel



Brian Redden, vicepresidente de ventas y marketing



óptimo, siempre estamos dispuestos a responder a peticiones muy concretas para los clientes. ¿Necesita un papel concreto o material sintético? Podemos hacerlo. ¿Desea especificar el proceso de impresión? No hay problema”.

Lewis adquirió una Lithrone G40P perfectora a ocho colores con sistema H-UV para su planta de Richmond hace unos años. La planta de Salt Lake utiliza una Lithrone más antigua. “Cuando estábamos tomando la decisión de adquirir una nueva máquina, analizamos distintos fabricantes, y Komori nos pareció la mejor opción. La máquina tiene un comportamiento impecable y Komori siempre está a nuestra disposición cuando se le necesita”, afirma Lewis.

¿Qué le depara el futuro a Conquest Graphics? Según Lewis, lo importante es mantener la vista puesta en el futuro y mantenerse atento a los cambios que sufre el mercado. “Miro a los impresores que tuvieron que cerrar y estoy convencido de que fue debido al miedo al cambio. Nosotros tenemos un plan a cinco años y muchas oportunidades”. A Lewis le interesa la tecnología inkjet, y las oportunidades de nuevas adquisiciones. “No podemos descartar nada. Hay áreas geográficas concretas en las que queremos ampliar capacidad. Creo que hacemos un buen trabajo de marketing, y es probable que en el futuro debamos ampliar las líneas de productos. Queremos asegurarnos de mantener nuestra alta eficiencia y seguir siendo ágiles. Creo que estamos en una buena posición para lograrlo”.

Next Day Four Color

Alta calidad y bajo coste de propiedad

Un impresor de Texas despegaba con la Lithrone G40P



Cuando la gente piensa en Texas, lo primero que pasa por su cabeza son imágenes de cowboys y ganado. Houston, no obstante, desafía todos los estereotipos y, siendo la cuarta área metropolitana más poblada de los Estados Unidos, constituye una de las ciudades con mayor diversidad cultural del país. Sede de más de 20 compañías Fortune 500, incluyendo muchos nombres relevantes del sector energético, Houston también es reconocida por sus instalaciones médicas de primer nivel y el Centro Espacial Johnson, el núcleo de las actividades de vuelos espaciales tripulados de la NASA.

Houston es también el hogar de Next Day Four Color, un impresor mayorista especializado en trabajos cuatro sobre cuatro. El CEO, Todd Frost, es un impresor de segunda generación. Durante su juventud, Frost trabajó en la imprenta familiar, y en 2010, cuando su padre se jubiló, decidió comprar el negocio. Desde entonces, la empresa, con una segunda planta en San Antonio (Texas) ha registrado



Houston ofrece una economía dinámica basada en la energía, la fabricación, la aeronáutica y el transporte. Apodada como la "Ciudad Espacial", es una ciudad global que destaca por su cultura, medicina e investigación.

un crecimiento anual de dos dígitos y se ha convertido en un proveedor de impresión mayorista destacado en Texas, en la región de la Costa del Golfo y el medio oeste.

En tanto que impresor mayorista, entre los clientes de ND4C figuran pequeños impresores, agencias de publicidad, distribuidores de productos promocionales e incluso pequeñas tiendas de rotulación. Todos los clientes tienen sus propias credenciales de acceso para descargar sus plantillas o consultar información sobre pedidos. "El hecho de ser un impresor mayorista de gran volumen nos permite tener cierta flexibilidad. Hemos desarrollado nuestro propio sistema que gestiona todos los procesos comerciales. Podemos juntar trabajos, combinando tiradas cortas en el mismo pliego, lo que nos permite mantener los costes bajos y reforzar nuestra posición en el mercado como proveedor de impresión de alta calidad, bajo coste y plazos cortos. Una gran ventaja es el hecho de que no tenemos cuentas por cobrar, porque todo el negocio se realiza en línea". Next Day ofrece productos al mercado de la reventa que abarcan desde tarjetas de visita y folletos hasta carpetas y colgadores de puertas. Ofrece plantillas amigables para todos sus productos de impresión, agilizando así los procesos de diseño y maquetación de los clientes.

El crecimiento de la empresa ha sido principalmente orgánico, y su sitio web, fácil de usar, atrae a muchos compradores. "Dedicamos mucho tiempo a asegurarnos de que nuestro sitio web sea una herramienta valiosa para los clientes, y queremos que, además de ser fácil de usar, se convierta en un recurso administrativo



Todd Frost con su mujer, Brandy

"Acudimos a otros fabricantes, pero la tecnología de la máquina Komori era exactamente lo que necesitábamos para el negocio. Sabíamos que produciría mucho más que cualquiera otra máquina que nos pudiéramos plantear. Necesitamos ciclos de trabajo rápidos, entregas ágiles y la máxima calidad de impresión".

— Todd Frost, CEO

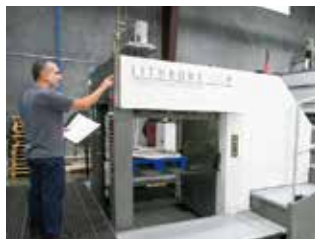


para nuestros clientes en el que puedan realizar un seguimiento de los trabajos y asegurarse de cumplir las expectativas de sus clientes”, afirma Frost. En cuanto a las iniciativas de marketing de ND4C, éstas incluyen e-mail y correo directo, así como la participación en ferias y exposiciones.

La eficiencia es un factor clave para cualquier impresor mayorista, y en 2016 Frost empezó a buscar una nueva máquina offset más automatizada para su planta de Houston. “En nuestros equipos no solo buscamos la calidad, sino también la eficiencia. Queríamos una máquina que tuviese un bajo coste de propiedad y fuese capaz de ofrecer alta calidad de impresión y una elevada eficiencia”, afirma Frost.

‘Justo lo que necesitábamos’

Frost actuó con la debida diligencia y comparó todos los fabricantes, visitó a otros impresores, y durante la drupa 2016 adquirió una Lithrone G40P perfectora a ocho colores equipada con tecnología de curado LED. “Acudimos a otros fabricantes, pero la tecnología de la máquina Komori era exactamente lo que necesitábamos para el negocio. Sabíamos que produciría mucho más que cualquiera otra máquina que nos pudiéramos plantear. Necesitamos ciclos de trabajo rápidos, entregas ágiles y la máxima calidad de impresión. Estamos muy complacidos con nuestra decisión de comprar la máquina Komori”.



El curado LED ha contribuido a disfrutar de un taller más limpio y ha permitido pasar de la impresión al acabado sin esperas, un factor decisivo para cumplir plazos ajustados.

La nueva máquina se instaló a principios de 2017 en la planta de Houston. La experiencia con la impresión LED en la planta de San Antonio llevó a Frost a tomar la decisión de apostar nuevamente por el curado LED en la nueva máquina. “El curado LED se ha simplificado con los años, de modo que no nos preocupaba la curva de aprendizaje. Teníamos conocimientos de química, cauchos y tintas”.

A la pregunta de qué impacto ha tenido el curado LED en el negocio, Frost responde: “Ha tenido un efecto muy positivo sobre la eficiencia de nuestra actividad diaria”. La empresa ha dejado de utilizar polvo antirrepinte, logrando un taller más limpio. “Hemos pasado del típico ambiente de un taller offset a un entorno más limpio, característico de una imprenta digital”.

Impacto sobre los plazos de entrega

En cuanto a las ventajas, Frost afirma que el sistema LED ha reducido los tiempos de puesta a punto y producción de ND4C, permitiéndoles ser más competitivos tanto en tiradas cortas como largas. “Los plazos de entrega han cambiado mucho. Con el sistema LED, la hoja sale de la máquina y está lista para encuadernar, mientras que con otros sistemas de curado UV habría que esperar un tiempo. Aunque solo hablemos de 30 minutos, ese tiempo puede resultar decisivo para cumplir una entrega”.

Frost sostiene que la automatización de



es superior al de muchos talleres de impresión comercial. Creemos que es un buen factor diferencial para nuestra empresa y hace que los clientes vuelvan a nosotros”.

Otra novedad en ND4C es la contratación de su nuevo COO, Kent Carney. Carney tiene una larga trayectoria en la industria gráfica, ya que trabajaba en el negocio familiar antes incluso de poder conducir. Durante su carrera, ha trabajado para algunos de los impresores comerciales más importantes, así como para grandes impresores mayoristas. “Buscaba la oportunidad de trabajar en una empresa en la que mi experiencia pudiese contribuir al crecimiento y la expansión del negocio. Next Day Four Color es la empresa que buscaba”, afirma Carney. Frost apostilla: “La trayectoria de Kent encaja a la perfección en nuestra organización. Su experiencia será muy valiosa para nuestro desarrollo”.

¿Cuál será el futuro de Next Day Four Color? “Seguiremos ampliando el negocio, sin lugar a duda”, afirma Carney. Falta ver si eso ocurrirá a través de productos adicionales, capacidades de producción o adquisiciones. Según Frost: “Nuestro posicionamiento actual es muy bueno. Tenemos un gran equipo de personas, el mejor equipamiento y grandes clientes. Estaremos encantados de ver lo que nos depara el futuro”.

la máquina Komori también ha agilizado la producción. “El 80 % del tiempo imprimimos dejando que la máquina haga su trabajo, y alcanzamos el color deseado en apenas 50-100 hojas. Supone un gran ahorro en consumibles y papel. Incluso podemos llegar a producir tiradas cortas de 250 hojas de forma más eficiente en offset que con la impresión digital”.

Calidad comparable a la de impresores comerciales de alto nivel

Según Frost, antiguamente se consideraba que los impresores mayoristas producían trabajos de menor calidad. En la actualidad, sin embargo, las cosas han cambiado. “Con la tecnología de los nuevos modelos de máquinas, tanto digital como offset, nuestro trabajo



Todd Frost, que representa la segunda generación de una familia de impresores, ha conseguido que la empresa registre un crecimiento de dos cifras.



Por la izquierda: Kent Carney, director de operaciones, y Todd Frost, CEO

La primera Impremia IS29 **impulsa** a un impresor alemán

Wirtz Druck está radicada en Datteln, una ciudad al norte de la región metropolitana del Rin-Ruhr en el estado alemán de Renania del Norte-Westfalia. El negocio familiar, fundado en 1889 por Vinzenz Wirtz, actualmente está bajo el mando de los hermanos de la cuarta generación Jürgen y Vinzenz Schmidt, quienes en los noventa transformaron el taller de impresión tradicional en una innovadora imprenta de publicidad directa. La marca registrada MailingLiebe® es una de las más prestigiosas dentro del segmento de marketing directo alemán.



Por la izquierda: Vinzenz Schmidt, director ejecutivo; Yutaka Iwata, director representante de Komori Machinery; Jürgen Schmidt, director ejecutivo; Ken Sagawa, presidente de Komori Europe



Courtesy druckwards.de

Wirtz Druck resultó ganadora en tres categorías de los premios 2017 Druck & Medien Awards

El primer equipo digital Komori de Alemania, una Impremia IS29, un sistema de impresión digital de inyección de tinta UV con alimentación a hojas de 29 pulgadas, se instaló en Wirtz Druck en Datteln, Renania del Norte-Westfalia, en julio de 2018. En 2017 Wirtz Druck ganó los premios Druck & Medien Awards en tres categorías, incluyendo el prestigioso galardón Mejor Impresor de Publicidad Directa del Año.

‘Todo se reduce a la innovación y la creatividad’

La publicidad directa es una herramienta de marketing que permite enviar por correo folletos individualizados con ofertas a medida de productos y servicios. Según un estudio de mercado de 2016, “el valor de la publicidad directa en Europa será de 4.657 mil millones de euros”. Esto representa un gran volumen de negocio, pero el mismo informe también advertía que “la publicidad directa ha reducido su cuota de mercado en el gasto total de publicidad en Europa desde principios de la década de los 2000, mientras que los medios digitales (internet, email, redes sociales, etc.) han crecido exponencialmente”. Es más: “No cabe duda de que los volúmenes de la publicidad directa se están reduciendo; pero a medida que se cierra una puerta, se abre otra con innovaciones tecnológicas, como la impresión inkjet continua a todo color”. Las virtudes de este mercado se definían como “versatilidad y la capacidad de conectar todos los sentidos, así como el uso de la tecnología reciente y valor añadido”.

Los gerentes de Wirtz Druck perfectamente podrían haber redactado el informe. Jürgen Schmidt explica: “Somos un verdadero impresor de publicidad directa, y siempre buscamos formas de mejorar la calidad y los procesos para seguir adelante. Uno de los motivos que nos llevó a elegir la Impremia IS29 es que nos proporciona la capacidad de imprimir en ambas caras al mismo

tiempo, algo que no habíamos visto en ninguna otra parte. Otro factor importante en nuestra decisión es la amplia gama cromática que ofrece el sistema. La variedad de colores y su vitalidad es algo que seducirá a la mayoría de nuestros clientes. En última instancia, todo se reduce a la innovación y la creatividad”.

MailingLiebe® – creado para generar respuestas

Wirtz Druck ofrece muchas soluciones creativas para la publicidad directa. Desde el clásico self mailer hasta tarjetas pop-up de diseños elaborados, estuches, cajas, envases y artículos sorpresa como cubos de papel que saltan al abrir un estuche, así como numerosas soluciones a medida, como productos con efectos táctiles. La marca registrada MailingLiebe® es la marca del impresor para todos estos productos de alta calidad, que se describen como ‘creados para generar respuestas’ y la ‘herramienta adecuada para conquistar el corazón del público’. La amplia variedad de productos y soluciones individualizadas son el fundamento del éxito de la empresa.

Las cifras hablan por sí mismas. El negocio de publicidad directa inició su andadura en los noventa a un nivel muy bajo, pero actualmente supone casi el 97 % de todos los pedidos de impresión. Wirtz Druck produce más de 50 millones de mailings por año, con una facturación total de 7 millones de euros. Muchos empleados están implicados en el éxito de la empresa, con 62 personas trabajando en los departamentos de producción, administración y ventas, y otras 70 personas dedicadas a fulfillment, empaquetado y envío, procesos manuales prácticamente en su totalidad.

Wirtz Druck tiene una oferta integral para una amplia cartera de clientes que pertenecen a todos los sectores, desde pequeñas empresas hasta grandes multinacionales de renombre. El impresor ha recibido elogios por muchos productos espectaculares. En palabras de Vinzenz Schmidt: “Hemos ganado muchos premios, pero el que más nos enorgullece es la distinción como Mejor Impresor de Publicidad Directa del Año. La publicidad directa es nuestro negocio principal, y lograr un reconocimiento por nuestro trabajo resulta especialmente satisfactorio. También es importante destacar que es un premio para toda la empresa. Es el resultado de un trabajo en equipo”.





Tecnología clave para el mercado de la publicidad directa

La primera Komori Impremia IS29 instalada en Alemania marca otro hito en la historia de este innovador sistema de impresión digital UV a hojas de 29 pulgadas. La Impremia IS29 es la respuesta perfecta a las necesidades del mercado de la publicidad directa. Ofrece un tamaño de hoja máximo de 585 x 750 mm, y la impresión digital a un tamaño de 29 pulgadas amplía enormemente la gama de trabajos posibles. La máquina incorpora un mecanismo de retirada, por lo que admite impresión a una cara, pero también imposiciones a dos caras de hasta 8 páginas. Además, la Impremia IS29 incorpora un método de impresión directa a través de la inyección de tinta UV. Permite imprimir con alto contraste incluso en soportes que resultan difíciles para las máquinas offset.

Los sistemas de impresión digital como la Impremia IS29 también ofrecen capacidades únicas, como la impresión de datos variables y versiones. Otra función con gran potencial es la impresión RGB de gama completa. Los sistemas Komori integran aplicaciones compatibles con las guías de colores DIC y Pantone. La gran capacidad de adaptación de la impresión y la amplia gama cromática aportan una gran ventaja a Wirtz Druck. Jürgen Schmidt sostiene: "Buscábamos un sistema digital para dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes actuales. A la vista de la reducción

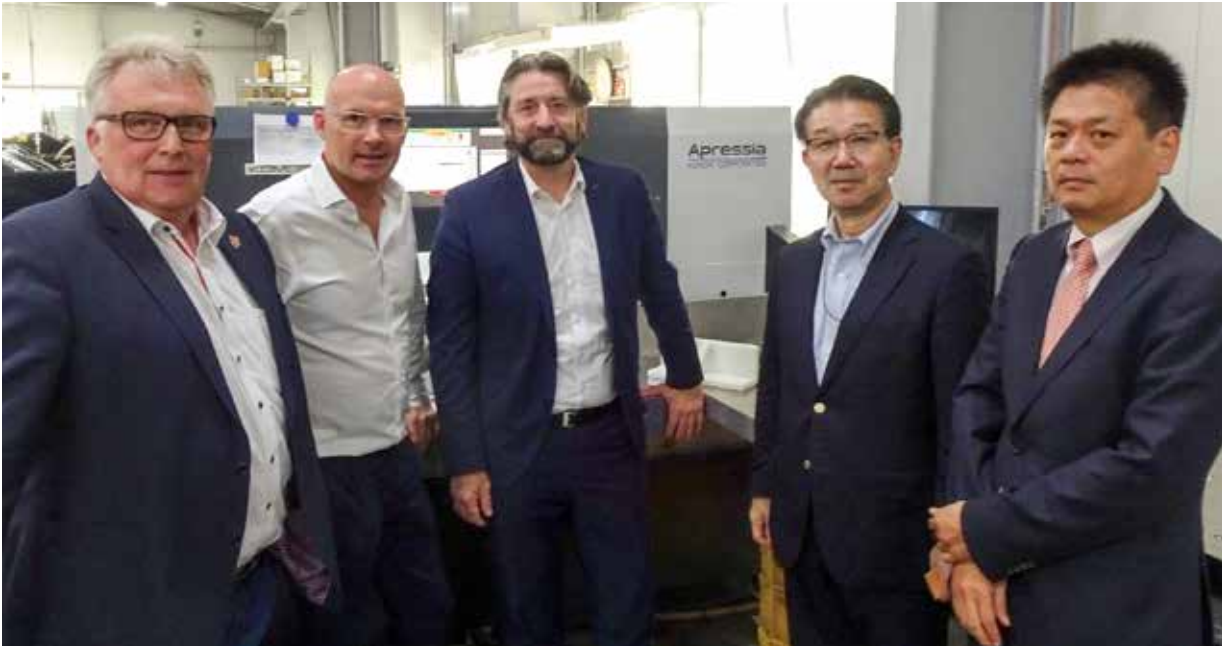


de los volúmenes de impresión y el aumento de la demanda de una gama más amplia de colores, la tecnología digital es la mejor apuesta. Lo que nos ayudó a elegir el sistema digital Komori fue, ante todo, su capacidad para imprimir hojas a dos caras de manera instantánea. ¡Supone un gran ahorro de tiempo! Otros factores decisivos fue la amplitud de la gama de colores y la capacidad de imprimir sobre soportes distintos, sin olvidarnos de la calidad, la velocidad y el precio. Pero no solo nos convenció el producto en sí mismo, sino también la actitud abierta de Komori y sus grandes conocimientos sobre impresión. El distribuidor de Komori, Hubertus Wesseler, supo escuchar nuestras necesidades y disipó nuestras dudas sobre la máquina".



Efectivamente, el distribuidor de Komori Hubertus Wesseler desempeñó un papel importante en el proceso de selección y compra. Según Dirk Teuber: "Estamos muy complacidos de que Wirtz Druck haya optado por el sistema digital Impremia IS29. Les permite llenar el hueco entre la impresión offset y digital con trabajos personalizados y necesidades variables. Pudimos demostrar a Wirtz Druck las capacidades de la máquina, por ejemplo, asistiendo a demostraciones en el Centro Gráfico Komori-Europa adaptadas a sus necesidades. De este modo, Komori logró identificar las necesidades de la empresa y transmitió a Wirtz la confianza necesaria para elegir una Impremia IS29".

La primera Impremia IS29 que se instala en Alemania también ha sido un gran éxito para el Departamento de Ventas de Komori Europe. Robert Holscher, director de ventas de Equipos Digitales y de Acabado de Komori Europa, concluye: "La Impremia IS29 es el nuevo estándar en impresión digital y ofrece grandes posibilidades a los impresores. Más colores y más brillantes



Por la izquierda: Jürgen Schmidt, director ejecutivo; Vinzenz Schmidt, director ejecutivo; Dirk Teuber, Hubertus Wesseler; Yutaka Iwata, director representante de Komori Machinery; Ken Sagawa, presidente de Komori Europe

sobre papel convencional, una mayor gama de espesores y secado instantáneo. Estas ventajas de nuestro sistema garantizan que los usuarios puedan satisfacer las necesidades de sus clientes. Y eso es exactamente lo que Wirtz Druck ha estado haciendo desde que instaló la nueva máquina”.

Una Apressia CT115 como guinda al pastel

Apenas dos meses después de instalar la Impremia IS29, Wirtz Druck decidió sustituir una antigua cortadora Polar por una nueva Komori Apressia CT115, una cortadora hidráulica programable. La empresa buscaba lograr una mayor eficiencia en el departamento de postimpresión, y la antigua cortadora parecía ser el eslabón débil. La Apressia CT115 instalada

en septiembre combina facilidad de uso, flexibilidad y seguridad, así como una productividad excepcional y una excelente relación calidad-precio. La cortadora está equipada con un panel táctil de 19 pulgadas que facilita su manejo, y las boquillas de aire dispuestas en la mesa mejoran el manejo de hojas para el corte. Los gerentes de Wirtz están gratamente sorprendidos de la gran precisión de corte y la alta velocidad del movimiento del tope posterior, que contribuye a la alta eficiencia del equipo. Primero, una Impremia IS29; después, la Apressia CT115 como guinda al pastel: la alianza entre Wirtz Druck y Komori parece muy prometedora.

El vídeo de la entrevista a Wirtz Druck está disponible en el portal especial de Komori. Utilice el código o la URL que encontrará a continuación.

http://www.komori-event.com/movie/feature/index_en.html



Weepac **escala** su modelo de negocio con una Lithrone G37 UV

Naimesh Naik, fundador y director ejecutivo de Weepac, es ambicioso en la vida y en los negocios. Weepac se encuentra en Surat (Gujarat), a 300 km de Bombay, la capital financiera y comercial de India. La actitud incansable de Naik fue lo que le impulsó a ampliar su negocio sobre la base de la confianza en Komori.



Naimesh Naik, fundador y director ejecutivo

Naik lleva 15 años en activo, comprando y utilizando máquinas de segunda mano y, en ocasiones, pasando dificultades. En sus inicios, la empresa era muy pequeña, pero su deseo de crecer siempre estuvo presente. Empezó suministrando impresos a pequeñas empresas comerciales. Más adelante, se aventuró en la producción de cajas para el mercado textil, una de las mayores industrias de Surat.

Naik explica que, en la actualidad, Weepac ha ampliado su cartera de productos para incluir trabajos de tiradas cortas, y productos destinados a sectores de alto valor, como la cosmética, los perfumes y el sector textil. Weepac seguirá invirtiendo en nichos de mercado para mejorar sus resultados y contribuir a su sostenibilidad a medio y largo plazo. La competencia principal de la empresa es el diseño

y la impresión de envases PET y de cartoncillo, especialmente cajas de alto valor.

Amor a primera vista

Desde que instaló la Komori Lithrone G37 UV a seis colores con barnizado, Naik ha observado un notable aumento de la actividad y también ha visto cómo se disparaban los niveles de satisfacción del cliente. Describe su decisión de invertir en una nueva máquina y multiplicar el negocio: "Estaba abierto a todos los proveedores, y también visité otros fabricantes japoneses y europeos, pero en cuanto vi la Lithrone G37 en las



primeras pruebas en la planta de Komori, quedé fascinado”.

Naik afirma que su experiencia con Komori ha sido fantástica, y la asistencia recibida impecable. “El factor de bienestar – kando – realmente superó mis expectativas. El equipo de Komori trabajó como un equipo de profesionales bien compenetrados desde el principio de la instalación. La puesta en marcha fue tan fluida que Weepac logró alcanzar la plena producción en menos de tres semanas con esta máquina totalmente automatizada. Actualmente, puedo ver gracias a KHS-AI que nuestra tirada promedio está entre las 8000 y 10 000 hojas. Aunque también imprimimos tiradas más cortas y más largas, en función de las peticiones de los clientes”.

Triple crecimiento del negocio UV

“Dado que nuestro negocio se basa en la exportación, los clientes internacionales valoran el salto cualitativo y el aumento de volumen que hemos logrado. Esperamos que nuestro negocio de impresión UV se triplique si no hay ninguna alteración externa que nos afecte”, afirma.

“Los clientes nos dicen que han observado un gran cambio en la calidad de los trabajos de Weepac, y eso nos alienta a plantearnos nuevos retos aprovechando las tecnologías de Komori. Trabajar con la Komori Lithrone G37 con unidad de barnizado es una experiencia fantástica. Algunas de las tecnologías eran nuevas para nosotros, como el PDC-SX y el sistema de registro automático. Pero, en última instancia, las cifras hablan por sí mismas. Además, estamos gratamente sorprendidos de la reducción de residuos, especialmente en la impresión con colores especiales y tintas Pantone”.

Rajesh Sangani también tiene una opinión muy positiva sobre la nueva Lithrone, y afirma: “Para nosotros, comprar una máquina Komori ha supuesto una sabia decisión, y tenemos plena confianza en la tecnología Komori”.



A la pregunta sobre el motivo de su éxito, ambos responden con una sonrisa. Según Naik, “En Weepac nos apasiona lo que hacemos, y nuestra obsesión es lograr satisfacer a los clientes. Ponemos toda nuestra mente y nuestro corazón en lo que hacemos”.

“Somos un equipo de directivos, diseñadores y artesanos de los envases que trabajamos incansablemente para asegurarnos de entregar productos que cumplan estándares internacionales, sin importar la envergadura del proyecto. Por ese motivo, invertimos constantemente en nuevas tecnologías de impresión, buscamos los mejores productos del sector, evaluamos la calidad y variedad de papeles y cajas, y actualizamos nuestro conocimiento a través de la formación necesaria para poder ofrecer las mejores soluciones”, añade Naik.

“Damos fe del know-how técnico de Komori así como de sus productos impecables, como la Lithrone G37, ideales para el segmento del packaging. Es algo que llevábamos tiempo esperando de este fabricante. Nos complace extremadamente que Komori haya sabido escuchar nuestras necesidades y se haya adaptado a ellas”, concluye Naik.

El vídeo de Weepac está disponible en el portal especial de Komori. Utilice el código o la URL a continuación.

http://www.komori-event.com/movie/feature/index_en.html



Por la izquierda: Rajesh Sangani, socio, y Naimesh Naik, fundador y director ejecutivo

Alianza Gráfica innova en **envases** con su Lithrone G40

“Todo empezó en 1976 cuando mi padre Juan de Jesus Bermudez, un trabajador incansable y visionario, tomó la decisión de emprender un negocio en la industria gráfica, que con el tiempo, dedicación y tenacidad se convirtió en una bonita empresa llamada Gráficas Jaiber”, nos cuenta Juan Luis Bermudez, actual gerente general de Alianza Gráfica.



Por la izquierda: Patricia Bermudez, gerente comercial, y Juan Luis Bermudez, gerente general

Juan Luis y sus hermanos contribuyeron al crecimiento de esta empresa que comenzó con equipos tipográficos y fue migrando hasta sus actuales equipos de última tecnología, siempre enfocados en la industria de los envases. En 2001, por la necesidad de abastecer a un cliente importante, Gráficas Jaiber se traslada de Bogotá a Valle del Cauca, donde nace Alianza Gráfica (Aligraf). Se tomó la decisión de hacer una empresa moderna, sostenible, con un crecimiento integral, cuyo motor principal es la fuerza de un gran equipo

que cada día se prepara para atender los retos de un mercado globalizado, dinámico y exigente.

En 2011, junto con otras cinco empresas de la zona, logran materializar la oportunidad que les ofreció el gobierno de pertenecer al régimen de Zona Franca. Actualmente el impresor está calificado como usuario industrial y ofrece servicios de zona franca

con 180 colaboradores en unas instalaciones de 10 000 m².

Innovadores en la industria de los envases

Aligraf está enfocado en el sector de los envases. Ofrece soluciones para la industria farmacéutica, de alimentos, cosmética, educación y en general, cuenta con una amplia oferta de productos (cajas plegables, etiquetas, insertos, material POP y carátulas) y servicios complementarios.

Son pioneros en la elaboración de envases plegables con tecnología de impresión digital, y ofrecen una respuesta rápida y personalizada en una gran variedad de sustratos. Para colmar las necesidades de sus clientes, además de una máquina offset Komori UV/H-UV, la empresa aplica un flujo de trabajo digital y emplea numerosos equipos de preimpresión, e impresión y acabado.

Juan Luis Bermudez explica su apuesta por la Lithrone G40 con unidad de barnizado

“Hemos visto que en el mercado colombiano y mundial cada vez son más los equipos de impresión Komori instalados. Durante muchos años hicimos seguimiento a los productos Komori, tal vez desde la feria drupa 2008. Entonces nos dimos cuenta de que Komori se preocupa por encontrar soluciones innovadoras, y descubrimos que fueron pioneros en sistemas de barnizado en línea, cambios de plancha automáticos y en la actualidad tecnologías como el H-UV, que nos permite crear cajas plegables con un alto valor añadido”.

“También elegimos Komori porque encontramos en su distribuidor Print Press respuestas rápidas y soporte en venta y posventa. Pero lo más importante es que Komori es un aliado en quien podemos apoyarnos técnica y comercialmente para consolidar nuestra posición en el mercado”.



“En la compra evaluamos fabricantes alemanes, pero encontramos diferencias que hicieron inclinar nuestra decisión hacia Komori, especialmente porque H-UV nos soluciona los tiempos de secado en materiales no absorbentes, y es un sistema ecológico por su ahorro de energía. Nuestro compromiso con los clientes es operar de forma respetuosa con el medio ambiente”.

“En nuestra decisión influyó mucho el soporte técnico local del distribuidor y la asistencia desde la fábrica, algo que comprobamos con una visita a sus instalaciones en Yamagata, y Tsukuba, además de las pruebas de impresión en el KGC”.

Soluciones a los problemas del pasado

“El mercado cada vez demanda tiempos de producción más ágiles, y con los equipos que teníamos antes de Komori no podíamos atender esta necesidad del mercado y nuestros clientes no estaban dispuestos a esperar”.

“Valoramos especialmente los cambios que hemos logrado con la Lithrone G40, como la reducción del desperdicio, los mejores tiempos de respuesta, el aumento de la eficiencia en planta y la reducción de los costes de producción. El coste de la tinta H-UV se equilibra con el aumento de la eficiencia y la calidad”.

“La instalación es muy reciente y aún estamos en la curva de aprendizaje. Aun así, los resultados han sido buenos y esperamos que en poco tiempo estemos en un nivel superior. Sin embargo, es evidente que se han agilizado los procesos, se ha reducido el desperdicio, y la puesta a punto es más rápida. Controlamos los trabajos a través de las herramientas de la máquina”.

“Nuestra estrategia es tener un aliado en el mercado de la impresión de calidad y hemos apostado por Komori. La Lithrone no será el único equipo que adquiramos. Komori se ha convertido en un aliado estratégico, un factor que tendremos en cuenta en la renovación tecnológica de los equipos actuales”.



La segunda generación de Solo Printing se queda con Komori

Cuando los primos Robert y Jorge Hernandez asumieron la dirección del negocio familiar Solo Printing Company en Miami (Florida), se mantuvieron firmes a uno de los principios fundacionales de la empresa: la actualización tecnológica es un factor decisivo para poder ofrecer la mejor calidad a los clientes a precios competitivos. “Es algo que siempre hemos respetado desde nuestros fundadores”, afirma Robert, actual vicepresidente de ventas. Por su parte, Jorge es el vicepresidente de operaciones.



Por la izquierda: Jorge Hernandez, vicepresidente de operaciones, y Robert Hernandez, vicepresidente de ventas

“Nuestro objetivo es seguir haciendo lo que se nos da bien, y a partir de ahí emprender nuevos caminos”, prosigue Robert. “Cuando iniciamos un nuevo proyecto o actualizamos algún aspecto de la empresa, nos aseguramos de invertir en los equipos más avanzados, que nos permitan ser eficientes y competitivos y producir el mejor producto posible”.

La empresa fue fundada por los hermanos Manny y George Hernandez Sr. en 1985. En sus inicios era un taller de impresión a hojas, aunque más tarde introdujeron la impresión rotativa. Actualmente cuenta con unos 150 empleados, y ha sido reconocida como una de las mayores empresas de la industria gráfica dirigida por una minoría. Con los años, ambos fundadores, y ahora su relevo generacional, han ampliado las capacidades, mejorado la eficiencia y aumentado la cartera de clientes. Siguen muy atentos a las tecnologías emergentes del mercado, y no pierden de vista las necesidades actuales y potenciales de sus clientes. Además de imprimir, la empresa ofrece también servicios de encuadernación, envío y fulfillment, así como troquelado especializado. Sus clientes abarcan desde pymes hasta empresas Fortune 500 y Fortune 1000.

Mejora continua

Desde el punto de vista de la capacidad de impresión, los principales ases en la manga de Solo Printing son cuatro máquinas Komori: dos equipos a hojas y dos rotativas. Los dos modelos a hojas más antiguos serán sustituidos a principios de 2019 por dos máquinas nuevas, una máquina de retirada Lithrone G40P a 10 colores y una Lithrone G40 a seis colores. Ambas están equipadas con LED, curado UV y curado IR. La suma de todos los equipos permite

a Solo Printing ofrecer una impresionante gama de servicios a sus clientes.

Según Jorge, las nuevas máquinas son más rápidas y ofrecen más opciones de automatización que mejoran la eficiencia, la precisión de color y la uniformidad, además de agilizar la puesta a punto y reducir el desperdicio. Solo Printing también ha adquirido KP-Connect, la solución de productividad en la nube de Komori que controla las operaciones de la máquina, es capaz de detectar problemas potenciales antes de que se produzcan y recomendar medidas preventivas. “Es una herramienta proactiva para ayudarnos a mantener la máquina en perfectas condiciones y poder aprovechar el máximo tiempo productivo posible”, afirma.

Las decisiones de Solo Printing sobre qué y cuándo comprar responden a consideraciones internas y externas. “Solemos analizar las áreas de ineficiencia en los distintos departamentos y pensamos cómo podríamos mejorarlas”, afirma Robert. “En ocasiones, nuestros clientes más grandes realizan peticiones teniendo en cuenta posibilidades de futuro, y en ese caso analizamos la tecnología desde ese punto de vista”.



Por ejemplo, Solo Printing está poniendo especial énfasis en sus servicios de mailing y fulfillment además del troquelado especializado, que se sumó a su oferta hace apenas dos años tras la compra de nuevos equipos. “Con la nueva máquina de retirada de Komori, esperamos poder llegar a la mayor parte de mercados de tiradas cortas y medias”, señala Robert. “Son productos diferentes en los que anteriormente no éramos muy competitivos debido a nuestros equipos e infraestructura. Las nuevas máquinas, gracias a su velocidad, agilidad en la puesta a punto y opciones de retirada, nos permitirán entrar en ese mercado”.



Los primos también tienen una opinión positiva sobre el soporte técnico de Komori. “Llevamos mucho tiempo colaborando con Komori”, señala Robert. “Siempre que los necesitamos, están a nuestra disposición. Son un equipo experto, desde sus comerciales hasta sus mecánicos, y ofrecen un gran apoyo desde el punto de vista tecnológico”.

Novedades

Tanto Robert como Jorge llevan trabajando en Solo Printing casi 20 años, y su previsión es continuar expandiendo el negocio y seguir realizando nuevas inversiones. En palabras de Robert, “El año que viene, queremos añadir tecnología adicional. Actualmente estamos muy centrados en ampliar el área digital”.

Solo Printing también dedica tiempo a encontrar y desarrollar nuevos talentos para sostener el negocio en el futuro, en un momento en el que encontrar nuevos empleados supone todo un reto en el sector. Mientras buscan nuevo personal, los dos primos siguen ofreciendo oportunidades de formación y promoción a sus empleados actuales.

En cuanto al futuro, Robert afirma: “Procuro no realizar predicciones. Cuando las dos nuevas máquinas Komori estén funcionando, empezaremos a analizar otras áreas. Para nosotros, el hecho de añadir dos máquinas nuevas en un año es un paso importante. No es algo que ocurra todos los días y estamos expectantes”.



Yinbenshu se renueva para mejorar su **eficiencia**

El tema más candente de los últimos años en China ha sido la idea de ofrecer productos de alta calidad a través de internet. Shanghai Kaixinyin, actualmente Yinbenshu ('print-a-book'), fue una de las primeras empresas del sector gráfico en poner en marcha un modelo de negocio que combina impresión e internet.



'Imprimir los mejores catálogos utilizando las mejores máquinas, papeles y tintas' fue la primera resolución de Shanghai Kaixinyin como empresa de nueva creación. No obstante, mantenerse fiel a su resolución no resultó fácil ante la oportunidad de obtener grandes beneficios económicos y ganancias rápidas. Las ideas de que los materiales son caros, pero no se pueden recortar, y que los procesos de producción son complejos, pero no es posible reducir la plantilla están muy interiorizadas en la misión Shanghai Kaixinyin y su cambio de nombre por 'Yinbenshu' (print-a-book). Tras apostar por las avanzadas máquinas de Komori, poner al mando a un

potente equipo directivo y seguir la regla de oro de la competencia que afirma que la eficiencia es un factor decisivo, Yinbenshu se ha convertido en un nuevo actor prominente en un entorno de costes altos y beneficios bajos.

Plan de gestión

Tras analizar las necesidades de los usuarios en la región de Shanghái, Yinbenshu sigue centrándose en la impresión de catálogos y mejorando el

posicionamiento de sus propios productos. La empresa ha elegido a agencias de publicidad y empresas de diseño, que se caracterizan por su amplia experiencia y requisitos de color muy exigentes, como sus clientes objetivo. "Queremos partir de los catálogos para imprimir otros productos comerciales de la más alta calidad", señala el presidente de Yinbenshu, Guo Liwei.

Reseñas de los clientes

Vender impresión comercial convencional en la red puede parecer sencillo, pero el sistema de lean manufacturing que la empresa aplica entre bambalinas es vital. En primer lugar, Yinbenshu adoptó el esquema de pedidos online en internet, y todos los pedidos y servicios se realizan online. De este modo se aumenta la eficiencia ya que se recortan los costes de comunicación, se acortan los plazos de recogida y el ratio de morosidad se reduce prácticamente a cero. El impresor sabe que en un trabajo B2B, resulta esencial mantener una ventaja competitiva desde el punto de vista de la eficiencia y el servicio.

La diferencia entre Yinbenshu y otros impresores convencionales es que cambia la construcción de relaciones y la captación de pedidos a través de visitas físicas al cliente por la promoción de la marca a través del boca a boca mediante reseñas de clientes, capturando su confianza con la calidad. Gracias a que ofrece los precios más bajos, la máxima calidad y envíos muy rápidos, Yinbenshu genera una imagen de marca profesional y de alto nivel, lo que expande los efectos de las reseñas.

Alianza con Komori, un factor clave para la eficiencia

"Un artesano debe afilar primero sus herramientas si quiere hacer bien su trabajo", afirma un antiguo proverbio chino. Las 'herramientas' de Yinbenshu son las máquinas de



impresión Komori. La relación del impresor con Komori se remonta a 2014. Yinbenshu acababa de iniciar su actividad y seleccionó a Komori como su fabricante preferente después de analizar a fondo el mercado. El impresor invirtió en tres máquinas Komori Lithrone A37.

Los equipos no decepcionaron. Yinbenshu quedó impresionada por su construcción compacta, su alto rendimiento, su calidad de impresión estable y su alta eficiencia productiva. Una vez en marcha, las Lithrone A37 prácticamente no pararon de imprimir en ningún momento; aumentaron la calidad de impresión y la eficiencia alcanzó nuevas cotas. Una sola máquina podía manejar fácilmente 128 trabajos al día, y la eficiencia en el área de las planchas especiales no tenía parangón.

Zhang Lei, operario jefe de una de las Lithrone A37, comenta: "Anteriormente, no habíamos pensado nunca cuántos trabajos podría terminar una máquina por hora. Pero la máquina Komori es tan fácil de usar y el cambio de planchas es tan ágil que puede terminar 128 trabajos al día, superando con creces nuestras expectativas". A las Lithrone A37 se les sumaron en poco tiempo dos Lithrone G37 y una Lithrone 20 a cinco colores, que desempeñaron un papel decisivo en la expansión del volumen de trabajo de Yinbenshu, garantizando una ventaja competitiva al impresor.

"La eficiencia y la calidad son decisivas a la hora de imprimir pedidos de internet. Es imposible competir sin eficiencia", afirma Guo. "Por eso realizamos una gran inversión en el buque insignia de Komori, la Lithrone GX40RP a dos caras anverso/reverso a ocho colores".

La Lithrone GX40RP es, sin duda, la máquina definitiva para la impresión a dos caras, ya que ofrece una productividad excepcional, calidad de impresión, estabilidad, eficiencia, bajo coste y un bajo impacto medioambiental. El marcador rediseñado permite la impresión estable a la velocidad nominal máxima de 16 500 p.l.h. y se puede aplicar en muchos segmentos, desde la impresión comercial sobre papel fino hasta la impresión de envases sobre cartoncillo.





Por la izquierda: Liuzheng, director general de AFA; Toshiyuki Tsugawa, director ejecutivo de Komori; Guo Liwei, presidente de Yinbenshu; Satoshi Mochida, presidente de Komori; Shi Bangchi, presidente de Shanghai Bangda Color Packing Printing; Jin Guohong, director del centro de servicio del área industrial del distrito de Baoshan y secretario general de la cámara de comercio del distrito de Baoshan; Li Yufeng, miembro del consejo de administración de Yinbenshu; Shi Yi, miembro del consejo de administración de Yinbenshu

“Los equipos no decepcionaron. Yinbenshu quedó impresionada por su construcción compacta, su alto rendimiento, su calidad de impresión estable y su alta eficiencia productiva. Una vez en marcha, las Lithrone A37 prácticamente no pararon de imprimir en ningún momento”.

— Chairman Guo Liwei

“Al principio, la Lithrone GX40RP ni siquiera entraba en nuestros planes de inversión. Pero, cuando la vimos en el Centro de Tecnología Gráfica de Komori en Japón, quedamos tan impresionados que realizamos un pago de inmediato para adquirirla”, señala Guo. “Cuando se imprime a dos caras con la Lithrone GX40RP, el coste del papel se puede reducir porque no requiere un margen posterior y el tamaño de la hoja se minimiza gracias al margen simple de pinzas sin volteo de la hoja. También ofrece la ventaja del secado instantáneo gracias al sistema de curado sin polvo antimaculante”.

“La misión de Yinbenshu es ofrecer a los clientes los mejores servicios de impresión, y nuestra responsabilidad social es contribuir a proteger el medio ambiente. Queremos que nuestro lugar de trabajo sea un entorno bonito y brillante. Queremos vivir bajo un cielo limpio y despejado, con nubes blancas”, afirma.

El fundador de Yinbenshu se adelanta al futuro

Yinbenshu está construyendo la primera planta de impresión limpia de China, y se convertirá en el primer usuario Komori de la región de Shanghai como parte de una colaboración estratégica a largo plazo con Komori. En apoyo al crecimiento empresarial de Yinbenshu, Komori ofrecerá un servicio integral. Muchas de las nuevas tecnologías Komori se implementarán en la planta de Yinbenshu. Además, la construcción de la planta se adecúa por completo a los estándares de la Industria 4.0. Su sistema dedicado de tratamiento de agua reciclará todo el agua de pulverizado y agua residual de la planta.

Los días 28 y 29 de noviembre de 2018, se celebró una jornada de puertas abiertas de la planta para mostrar la GX40RP a ocho colores, un evento que contó con la presencia del presidente de Komori, Satoshi Mochida.

Guo y todos los que conforman Yinbenshu creen firmemente que las nubes se volverán más blancas y los cielos más claros gracias a los esfuerzos de Yinbenshu y Komori.



K-Supply

Tinta K-Supply H-UV

Puro **kando** con la tinta K-Supply y una Lithrone GX40RP

Inoue General Printing instaló una Lithrone GX40RP y decidió usarla con tinta K-Supply H-UV. La combinación dio frutos en muchos sentidos: calidad estable y mayor facilidad de uso. Ahora el impresor está convencido de que el fabricante está en posición de realizar mejoras tanto en la máquina como en la tinta.



Kayoko Inoue, presidenta (izquierda) con el personal

explica: “Habíamos probado tintas de distintos fabricantes, y con la tinta K-Supply tuvimos la impresión de que las condiciones relativas a agua y aceite eran las correctas, y que la respuesta en el ajuste de color era muy buena. Además, era muy fácil de usar. Vimos que Komori, siendo fabricante de máquinas, no solo nos ofrecía una tinta, sino que aspiraba a lograr mejoras tanto en la máquina como en la tinta”.

“Trabajamos con el convencimiento de que queremos ser una gran empresa, y así nos lo decimos a nosotros mismos, a nuestros clientes y a la comunidad. Acabamos de empezar, y el objetivo aún está lejos, pero no escatimaremos esfuerzos para lograrlo”, confirma Inoue. “Ahora queremos aprovechar la ventaja que nos brinda el curado instantáneo H-UV, informar a los clientes sobre la velocidad de impresión, y demostrársela. Diseñadores y editores pueden ver cómo se imprimen sus propias obras, sentir el kando y marcharse con una sonrisa”.



“Al principio nos preocupaba usar tinta que no hubiera sido fabricada por una empresa especializada en tintas, pero Komori resolvió todas nuestras dudas y ahora usamos la tinta K-Supply con total confianza”

— Testimonio del taller

Situada en la ciudad japonesa de Utsunomiya y con dos plantas de impresión y un centro de encuadernación, Inoue General Printing ha contribuido a la región desde su creación en 1996. La empresa se centra en ofrecer alta calidad con un sistema de producción integrado que abarca desde la planificación, la edición y el diseño hasta la impresión y la encuadernación, y dedica sus esfuerzos a responder a las demandas de los clientes a través de un programa activo de inversión en nuevas instalaciones. Consciente del excepcional rendimiento de la tecnología H-UV, Inoue instaló su primera máquina H-UV en el año 2013. Más tarde, en noviembre de 2017, instaló una máquina Lithrone GX40RP a ocho colores. La presidenta Kayoko Inoue y el responsable adjunto de impresión Koichi Yokota han hablado con *On Press* sobre los objetivos y resultados tras instalar la máquina.

“Estas medidas consiguieron responder a muchas demandas de nuestros

clientes”, afirma la presidenta Inoue. “Nuestra iniciativa H-UV empezó en 2013 con la instalación de una máquina Lithrone A37 H-UV a cuatro colores”.

“En busca de originalidad, previmos que la impresión de alta calidad y los trabajos sobre soportes especiales registrarían un importante auge, y eso nos llevó a instalar una máquina H-UV. Resolvió muchos problemas como el efecto dry-down de bajada de tonos, el repinte, las rayas y marcas que habíamos estado sufriendo. Los clientes que acudían a presenciar la impresión sus trabajos afirmaban “Es rápido. Y bonito”, sintiendo el kando al tocar los pliegos impresos. Cuando nos planteamos qué podíamos hacer para que el proceso fuese aún más rápido y la calidad más alta, decidimos instalar la Lithrone GX40RP a dos caras anverso/reverso a ocho colores.

Introducción de la tinta K-Supply

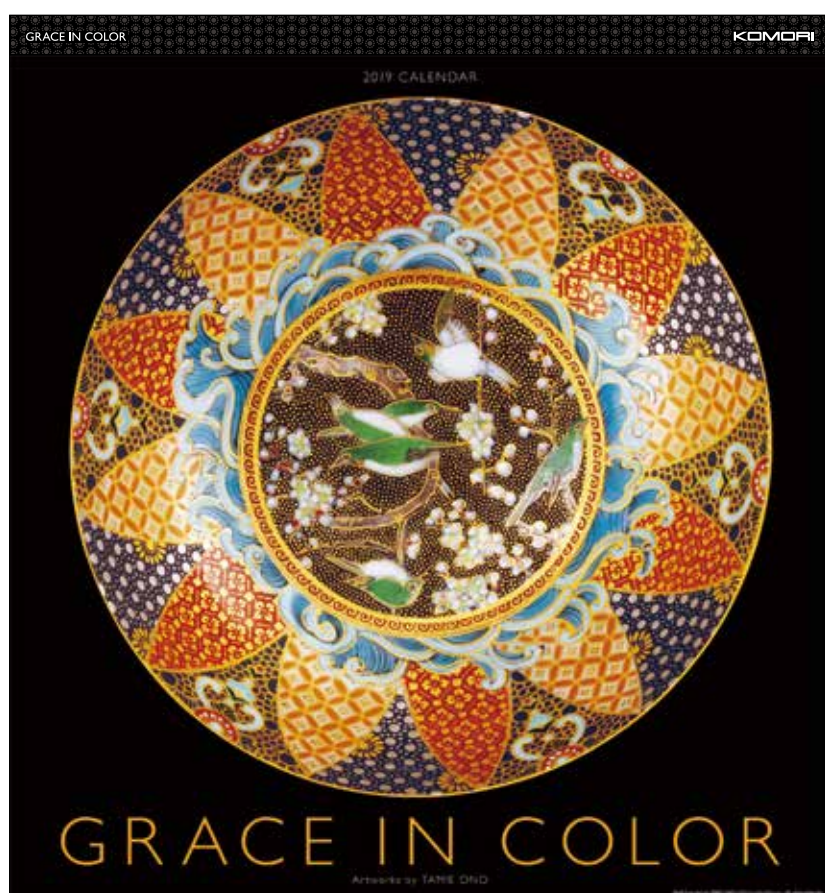
Al mismo tiempo, la empresa adoptó la tinta K-Supply H-UV. Yokota lo



Calendario Komori 2019

La cerámica Kyo-Satsuma revive

Partiendo del tema Grace in Color del año pasado, el calendario Komori 2019 se centra en el exquisito arte tradicional japonés de la cerámica Kyo-Satsuma-Hana-Satsuma como motivo.



Para el calendario de este año, se seleccionaron imágenes que se adaptasen al título Grace in Color. Kyo-Satsuma se refiere a la cerámica originaria de Kioto que evolucionó a lo largo de varias décadas, desde principios de la era Meiji hasta la era Taisho. Basada en el tradicional arte japonés del Satsuma, consistía en cerámica con una elegancia aún mayor del estilo de Kioto y con llamativos colores, y resultó ser muy popular en la época, especialmente en Europa y América. Pero la tradición vivió su ocaso debido a la pérdida de la cultura cerámica como resultado de la rápida industrialización de Japón. En la actualidad, la cerámica Kyo-Satsuma tiene un gran valor debido a su rareza. Tamie Ono, una artista que ha desarrollado técnicas de producción de cerámica para revivir este elegante y tradicional arte en la época actual, crea obras de porcelana Hana-Satsuma que han seguido ampliando el estilo Kyo-Satsuma. Los intrincados patrones llenos de color de sus obras están exquisitamente dibujados, hasta el punto de que resulta difícil creer que han sido trazados por una mano humana.

2018 © cu-nyo por TAMIE ONO / OFFICE SQUARE LLC. Todos los derechos reservados.

Producción del calendario

Feb–Jun: Planificación



Acotación de propuestas basadas en el tema y las especificaciones. Presentación a la dirección y posterior toma de una decisión.

Ago–Sep: Revisión de diseño



Producción de dos pruebas de impresión para evaluar diseño, color, barnizado brillo y efecto dripoff. Comprobación minuciosa de cada hoja.

Oct: Impresión



Impresión final en máquinas Komori de altas especificaciones, como la Lithrone GX40 H-UV L (LED) a seis colores del KGC.

Nov: Acabado



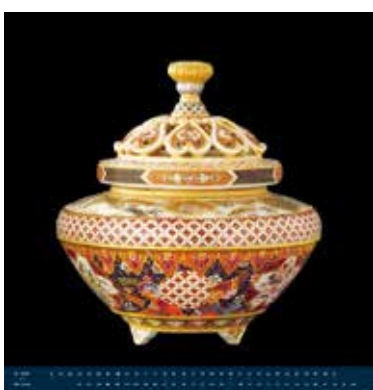
Las siete hojas impresas mediante offset se cortan, montan y encuadernan con encuadernación serigrafiada. El calendario está completo.



Ene-Feb



Mar-Abr



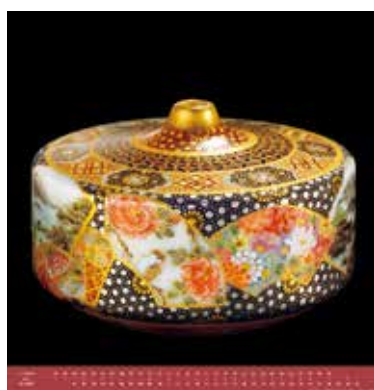
May-Jun



Jul-Ago



Sep-Oct



Nov-Dic

El tamaño real de la cerámica es pequeño, apenas alcanza los 10 cm. Para expresar estas piezas de manera dinámica y atrevida, se ha recurrido a la impresión offset combinada con tecnología fotográfica de alta resolución, tecnología de preimpresión para acentuar el brillo de los colores, y decoración con barniz. Estas técnicas confieren a las imágenes gran intensidad y calidad. Para la encuadernación (banda negra en la parte superior) impresa sobre papel negro mate se ha utilizado serigrafía, el negocio central de Seria Corporation, una empresa del grupo Komori. El título y el logotipo de Komori se han impreso con una capa gruesa de tinta blanca, y para el patrón de puntos se ha utilizado tinta UV negra de alto brillo.

Tamie Ono

Tamie Ono es creadora y profesora de cerámica Kyo-Satsuma/ Hana-Satsuma en escuelas de arte de Kioto. En 2011 apareció en el programa de televisión The Mark of Beauty de la cadena japonesa NHK. En 2014 recibió el Premio del Alcalde de Kioto en la 56.ª edición de la Feria de Cerámica de Color de Kioto. En cu-nyo, su estudio, Ono crea preciosas obras de Kyo-Satsuma y Hana-Satsuma. "Todavía sigo aprendiendo, y mis estilos y mi calidad evolucionan año tras año. Sigo buscando mi destino final", afirma.

Para más detalles sobre las técnicas de impresión, consulte el portal dedicado al calendario Komori 2019. Rellene nuestra encuesta y reciba un calendario Komori 2019. Para más detalles sobre la encuesta, consulte la página 35.



<http://www.komori-event.com/cal/2019>

Aspectos destacados

Serigrafía



El patrón de puntos Kyo-Satsuma se ha aplicado a la encuadernación con tinta negra serigráfica. El título y el logotipo de Komori se imprimen con tinta blanca.

Fondo



Se ha incorporado barniz brillante y efecto drip-off en el fondo de las hojas de marzo-abril, julio-agosto y noviembre-diciembre.

Barnizado plateado



Un barniz plateado produce un efecto de papel metalizado.

Equipo de producción en el KGC



A pesar de los retos en cada fase del proyecto, el equipo Komori consigue crear un calendario espectacular.

Postimpresión/Cortadora/Apressia CT115

Apressia CT115 lo **cambia todo** para Bootyman

El mayor volumen de etiquetas de cola húmeda que producen las dos nuevas Lithrone G29 a seis de colores de Bootyman Printers creó la necesidad de utilizar la tecnología más avanzada, que se materializó en la cortadora Apressia CT115.



necesidad de actualizar la productividad del guillotinado y condujeron a la instalación de la Komori Apressia CT115. Según el director ejecutivo, Andy Binks: “Actualmente producimos 360 millones de etiquetas al año, y todas conllevan un proceso de guillotinado. Con nuestra anterior máquina de corte, las paradas necesarias para programación, mantenimiento y sustitución rutinaria de cuchillas amenazaban con crear un cuello de botella a medida que el volumen de trabajo aumentaba”.

“Realizamos pruebas en el Centro Gráfico Komori de Utrecht, donde nuestros operarios pudieron manejar la máquina con total libertad. Quedaron gratamente sorprendidos con sus funciones de productividad continua y mecanismos de mantenimiento rápido, como el sistema de sustitución de tiras de corte click in–click out, la automatización de los cambios de cuchillas y los controles de ajuste de fácil acceso”.

“El guillotinado, por su naturaleza, es un trabajo intensivo, por lo que otros aspectos amigables para los operarios, como la presión de mordaza programable y el ajuste electrónico del tope posterior también fueron recibidos con gran entusiasmo. La generosa pantalla táctil digital, los sistemas de preprogramación y memoria también nos parecieron muy útiles, ya que cortamos muchos tamaños distintos y manejamos trabajos repetitivos y complejos”.

“Con la Apressia instalada y funcionando como mínimo 16 horas diarias, cinco días a la semana, hemos podido comprobar la gran contribución que la tecnología de corte de Komori realiza a nuestra productividad”, concluye.

Bootyman Printers fue fundada por William Bootyman hace 104 años, en la ciudad portuaria de Kingston upon Hull (Reino Unido), como un impresor dedicado a la producción de papelería, folletos de pequeño formato y documentos para los numerosos negocios minoristas y comerciales de la ciudad y al área de East Yorkshire.

En la actualidad, la empresa tiene un volumen de negocio cercano a los 4

millones de euros, y Bootyman se ha convertido en uno de los principales proveedores británicos de etiquetas de cola húmeda y flexografía, así como de envases de cartón plegable, para la mayoría de grandes marcas del país.

El mayor volumen de trabajos que llegaba hasta el departamento de acabado durante el año pasado, especialmente las hojas de etiquetas de cola húmeda, hicieron patente la

NOTA SOBRE ACABADO

**DINAMIZACIÓN DE PROCESOS:
IGUALADO, CORTE Y
CARGA DE PALÉS**

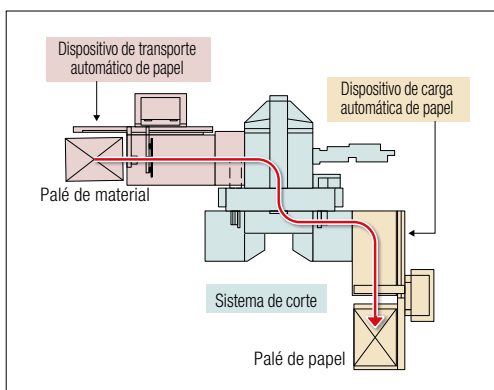
Conseguir que los procesos sean más eficientes e inteligentes es una preocupación constante en cualquier taller de impresión, por lo que nos fijaremos en el proceso de corte. Concretamente, centrémonos en los efectos que tiene un trabajo muy exigente con las personas y el papel.

Cada vez son más las empresas asumen por sí mismas el trabajo de cortar el material antes de la impresión. Para ello, el proceso de corte debe ser colocado con un importante punto base para cargar el papel en la máquina de impresión. Esto se debe a que el primer palé después del corte se ajusta en la máquina tal cual. Si el proceso no se realiza de manera satisfactoria, puede provocar una parada de la máquina.

El flujo de trabajo habitual es colocar primero el papel blanco en el área de materiales según la programación de la impresión, y cargarlo en el igualador frente a la cortadora. La persona responsable debe inclinarse para cargar sucesivamente el material en el igualador. La carga de palés después de la operación de corte es la misma.

Si el trabajo se prolonga por mucho tiempo, la carga corporal del operario se vuelve preocupante. Además, con respecto a la producción, cuando se carga papel manualmente en el igualador o el palé, demasiado roce puede provocar electricidad estática, que resulta muy perjudicial para la impresión. Si la pila está cargada con estática cuando entra en la máquina de impresión, la eficiencia de producción disminuirá.

En Komori creemos que el proceso de corte consiste en la cadena de igualación, corte y carga de palés. Distintos sistemas, semiautomáticos o totalmente automáticos, están disponibles para facilitar la creación de un flujo de trabajo que respete a las personas y al papel.



Ejemplo de sistema de corte automático

El sitio web de Komori se actualiza

El sitio web de Komori se ha actualizado con un nuevo diseño y se ha llenado de nueva información y materiales para descarga.



El nuevo portal ofrece una gran variedad de información, desde detalles sobre productos como máquinas offset, sistemas de impresión digital y KP-Connect hasta notas de prensa. Además de la revista *On Press*, también están disponibles para su descarga los catálogos de productos. Asimismo, el nuevo diseño está adaptado para móviles, por lo que resulta muy fácil visualizar la web desde un smartphone y acceder a ella cuando sea necesario desde fuera de la oficina. Descubra todas las nuevas funcionalidades en www.komori.com.



<https://www.komori.com>

INNOVATE TO CREATE EN LAS FERIAS

Komori ha estado presente en numerosas y muy diversas ferias. Desde China y Japón hasta Holanda, Taiwán y Sudáfrica, el tema Innovate to Create de la feria IGAS 2018 ha logrado titulares destacados en muchos salones de impresión. Por su parte, las soluciones Komori más recientes —el software inteligente KP-Connect y la producción ininterrumpida impulsada por Autopilot con un solo operario— han logrado llenar salas de presentaciones.

Seguimiento de la IGAS 2018

ALL IN PRINT CHINA 2018

Shanghái, China



La feria de impresión y envases All in Print China 2018 se celebró del 24 al 28 de octubre en el recinto Shanghai New International Expo Centre. Más de 100 000 visitantes de 22 países acudieron a la cita.

Fiel al tema principal Innovate to Create como proveedor de soluciones de impresión de primer nivel, Komori no defraudó en la feria AIP. Tecnologías y soluciones como las tecnologías de impresión offset y Connected Automation, que convierte las plantas en fábricas inteligentes y que fueron presentadas recientemente en la feria IGAS 2018, así como soluciones de impresión

digital, lean manufacturing y conceptos de sostenibilidad que dejan atrás el conocimiento convencional fueron presentados al público y recibieron los elogios de los visitantes.

Usando una presentación de una simulación online con el software inteligente KP-Connect, Komori planteó su visión para el futuro de la impresión: tecnologías inteligentes, digitalización y TI. La presentación incluyó diseños prácticos de fábricas inteligentes y soluciones detalladas para planes de construcción de fábricas inteligentes que captaron la atención de una gran parte del público.

Trabajando para ofrecer productos y soluciones que se adapten realmente a las necesidades de los impresores superando tradiciones anticuadas, impulsando la digitalización y las tecnologías inteligentes, y centrándose en palabras clave como sostenibilidad, eficiencia energética o inteligencia, Komori creará nuevo valor por y para sus clientes.

Centro de Tecnología Gráfica Komori

FERIA DE OTOÑO

Tsukuba, Japón



La Feria de Otoño 2018 se celebró el 12 de octubre de 2018 en el Centro de Tecnología Gráfica Komori en la planta de Tsukuba. El evento se organizó alrededor de tres seminarios: el primero, control de procesos y automatización con KP-Connect Pro; el segundo, la primera línea de sistemas de impresión digital de Komori; y el tercero, sistemas de acabado que facilitan la automatización y al ahorro de personal. Para las demostraciones

se utilizó una Lithrone GX40RP H-UV L (LED) a ocho colores, que imprimió tres trabajos cuyos datos de fueron enviados automáticamente por KP-Connect Pro y con producción ininterrumpida impulsada por Autopilot con un solo operario. El control de calidad fue gestionado por PQA-S V5, y Parallel Makeready se ocupó simultáneamente del sistema A-APC, el lavado de cauchos y los ajustes de la tinta. El tiempo total para la impresión de los tres

trabajos fue de 9 minutos y 21 segundos. A continuación, el sistema de impresión digital inkjet a hojas Impremia IS29 se combinó con el sistema de corte y hendidado digital Highcon Euclid para la realización de dos trabajos: el primero demostró la alta precisión en la concordancia de colores de K-ColorSimulator 2, y el segundo demostró el potencial del sistema para lograr una gama cromática ampliada con salida variable RGB y acabado láser.

Start Smart, Finish Better.

PUERTAS ABIERTAS DE OTOÑO

Utrecht, Países Bajos



Komori International Europe dio la bienvenida a más de 400 visitantes de toda Europa y el extranjero a la nueva edición de las Puertas Abiertas de Otoño, que se celebraron los días 7 y 8 de noviembre de 2018. Bajo el lema "Start Smart, Finish Better", los visitantes descubrieron el concepto de la Industria 4.0 y la adaptación de Komori de esta tendencia actual de automatización e intercambio de datos.

En un showroom completamente conectado, Komori presentó sus nuevas máquinas offset, sistemas de impresión digital y equipos de acabado en una serie de demostraciones en directo. Ken Sagawa, presidente de Komori International Europe, señaló: "La industria gráfica está cambiando de un pensamiento centrado en 'cómo crear' al 'qué crear', y queremos apoyar a los clientes para asegurar su

éxito en este entorno tan dinámico". El evento se celebró en el Centro Gráfico Komori-Europa (KGC-E), la Smart Factory definitiva, y consistió en demostraciones en directo para que los asistentes trajeran sus propios trabajos, presentaciones y un seminario a cargo de Willem Peter de Ridder. Varios asistentes llevaron sus propios trabajos para producirlos en directo durante el evento.

Innovate to Create llega a Taiwán

TIGAX 2018

Taipei, Taiwán



se caracterizan por su estabilidad y el aumento de las ganancias. Consciente de estas tendencias, Komori presentó muestras de impresión offset, impresión digital y acabado gofrado para ayudar a los impresores a generar ideas para su negocio. Los visitantes del stand de Komori se interesaron por la producción de las muestras especiales y por saber si podían imprimir ese tipo de aplicaciones con sus máquinas actuales. En definitiva, Komori logró transmitir el mensaje de que la empresa ofrece una gama completa de productos y tecnologías, así como el know-how necesario para producir productos altamente sofisticados.

TIGAX 2018, la feria internacional de artes gráficas de Taipei, se celebró del 20 al 23 de septiembre de 2018 en el Taipei World Trade Center. Este año, en la TIGAX, Komori adoptó el tema principal 'Innovate to Create'. Komori aspira a crear nuevo valor para sus clientes a través de tecnologías de vanguardia que marquen el camino en

el futuro de la impresión. Los mensajes destacados durante la feria pusieron de manifiesto el desarrollo y crecimiento de la impresión desde el punto de vista del cliente.

Si bien los volúmenes de la impresión comercial y editorial siguen reduciéndose, los segmentos de los envases y la impresión de valor añadido



Novedades en Sudáfrica

PRINTOLOGY 2018 ROADSHOW

Johannesburgo, Durban y Ciudad del Cabo, Sudáfrica



Printology 2018 Roadshow en Sudáfrica tuvo una gran acogida en las tres ciudades a las que llegó. La gira incluyó tres eventos en tres ciudades en tres días consecutivos, del 23 al 25 de octubre de 2018.

El tema 'Innovate to Create' inspiró a los más de 100 visitantes durante las 4 horas de seminarios. Los asistentes conocieron las tendencias de futuro de la impresión de la mano de voces expertas del sector, y se trataron cuestiones como las prácticas de negocio sostenibles en un mundo de

incertidumbre económica.

El director de ventas de distribución de Komori International Europe, Tony Carter, habló sobre las ventajas de los procesos de curado y secado con baja energía, y las subsiguientes ganancias en forma de menores volúmenes de tinta, reducción del consumo eléctrico, menos mantenimiento y mayor rendimiento. Carter terminó con un tour de realidad virtual por el Centro Gráfico Komori-Europa.



Gente Komori

Hacia la drupa 2020

Motoyasu Suzuki
Director del Departamento de
Desarrollo de Sistemas, planta
de Tsukuba



Gestiono el departamento que desarrolla los sistemas de control, interfaces de usuario y sistemas de gestión de datos para máquinas de impresión. Pueden ser desde sistemas de control de calidad como las soluciones PDC Series y PQA-S Series, hasta sistemas de mejora de la productividad, como KHS-AI y KP-Connect, la innovación más reciente de la empresa. Queremos desarrollar sistemas que aporten un gran valor a los usuarios, y para lograrlo es vital el trabajo en equipo con los demás integrantes de mi departamento. Para mí es muy importante dirigir un equipo fuerte que nos permita alcanzar este objetivo. Actualmente, estamos preparando los desarrollos de la feria drupa 2020, y puedo prometer que los sistemas Komori en la drupa 2020 asombrarán a toda la industria gráfica.

Lo que más me gusta de mi trabajo es dar forma a mis pensamientos y ver cómo se

transforman en un producto Komori. Lo que más me emociona es ver a un cliente utilizando un sistema Komori que hemos desarrollado y que le permite triunfar en su negocio. Recibir este tipo de noticias me resulta muy estimulante.

No obstante, para ser sincero, mi sueño es liderar el desarrollo tecnológico de Komori en su conjunto, más allá del desarrollo de sistemas. Tras entrar en la empresa, fui asignado al departamento de diseño de rotativas offset, como encargado de las operaciones de análisis. Sin embargo, no aspiraba a realizar trabajos de diseño, e inicialmente me sentía poco satisfecho con mi tarea. Pero cuando empecé a trabajar de verdad, entendí el verdadero atractivo del diseño, y ahora estoy convencido de que fue una gran suerte que se me asignase ese trabajo. Esa experiencia me preparó para el trabajo que realizo en la actualidad. Innovar, desarrollar y crear nuevos

sistemas es un trabajo intenso y muy gratificante, y no lo cambiaría por nada.

Mi vida privada no es nada especial. Me gusta salir a tomar algo con mis compañeros. Ayuda a aliviar tensiones y comunicarse con libertad. También me gusta la música, sobre todo el funk. Tengo una playlist de grandes hits del funk, y me gusta soltarme con el ritmo.



Suzuki con sus compañeros

Nota del editor

La informática y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han revolucionado el proceso de impresión en las últimas décadas, y actualmente se presentan nuevas innovaciones y desarrollos digitales, un día sí y otro también. Web-to-Print, el tema central de este número de la revista, se orienta al ámbito en expansión del e-commerce de la impresión. Komori presenta soluciones que ofrecen visualización, automatización y ahorro de personal conectando procesos de producción alrededor del concepto de la automatización conectada.

Portal especial

Visite nuestro portal especial

Visite nuestro portal especial para conocer la edición más reciente de *On Press* en PDF, información sobre eventos y videos de usuarios Komori.



http://www.komori-event.com/movie/feature/index_en.html

Encuesta

Queremos conocer su opinión

On Press ha elaborado una encuesta para ayudarnos a ofrecer contenido más útil para los lectores. Entre todas las personas que respondan, se elegirán al azar 20 premiados que recibirán un Calendario Komori 2019. Fecha límite: 31 de marzo de 2019

Los ganadores serán notificados por correo.



<https://form.k3r.jp/komori/op95q>



KOMORI
KOMORI CORPORATION
<http://www.komori.com>



K-Supply
H-UV INK