

ARGENTINA
GRÁFICA
CROMÁTICA

DICIEMBRE 2024 - N°456

4051



Gracias por acompañarnos en un nuevo año





SOLUCIONES ECOLÓGICAS PARA PREPrensa FLEJO

MAGIS ECO 240 MAGIS ECO 300



Soluciones para preprensa flexográfica de banda angosta y media, diseñadas para satisfacer las más altas exigencias de calidad.

ECO3 ofrece un sistema completo de preprensa para flexografía, desde la edición del arte del diseñador y la mejora de la calidad de la imagen, hasta planchas flexográficas de base agua listas para imprimir con la más alta calidad.

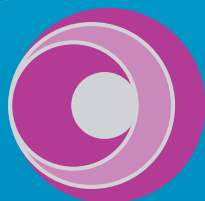
Nuestra amplia gama de soluciones y servicios nos convierte en el socio preferido para la preprensa interna y la fabricación de planchas para flexografía de banda angosta y media.

Con nuestra red global de ventas y servicios, garantizamos soporte local y tiempos de respuesta rápidos para nuestros clientes en todo el mundo.

YOU
PRINT.
WE
CARE.

Servicio y calidad Garantizada.

HEIDELBERG
Speedmaster



4colores.a.
industria gráfica

Santa Elena 948 - C.A.B.A.

Tel. 3221-4472 / 6091-3469

presupuestos@impresa4colores.com

www.4coloresindustriagrafica.com

Nuestros Anunciantes

4 COLORES

CENTERBRIL

DB DISTRIBUIDORA

ECO3

FUNDACIÓN GUTENBERG

HAGRAF

IVC

PEDRO WEINSTOCK Y CIA SA

SIGMA COLOR S.R.L.

STENFAR

SUN CHEMICAL

ARGENTINA GRÁFICA CROMÁTICA SUMARIO

6 Editorial FAIGA

10 Consejo Directivo Diciembre 2024



16 Cena Anual de Camaradería



56 Editorial UGAS

58 Editorial UGAR

60 Regional CNO: Articulación con escuelas

64 Gutenberg Futuro



69 Industria Argentina: Soluciones Gráficas

78 Reporte trimestral del FMI



84 ECO3 celebra 110 años en Argentina

90 La robótica en la gráfica



96 Suzano Stenfar: Coyuntura anual

102 Avances de la tecnología inkjet



110 wallPen: Impresión de murales



116 Lectura en impresos vs pantallas



124 Historia Gráfica de CABA



130 Utilización del prefijo "Bio"

136 Papel Lokta, tradición de Nepal



142 Panorama Gráfico

148 Novedades

Ramón Falcón 1657/59
C1406GNG Buenos Aires
Tel.: (54-11) 4631-5120
e-mail: contacto@faiga.com
http://www.faiga.com

AUTORIDADES DE FAIGA

Presidente

Juan Carlos Sacco

Vicepresidente 1º

Marcelo Recio

Vicepresidente 2º

Santiago Rossetti Messina

Secretario

Anselmo Morvillo

Tesorero

Alejo Rastellino

EDITOR-PROPIETARIO

FAIGA

Director

Julio Sanseverino

Anselmo Morvillo

Consejo Editorial

Mario Sily

Rubén Corrales

Publicidad

Tel.: 4631-5120 y rotativas

Coordinación

Jorge E. Devito - Gerente

Redacción

Cristian Duplaga

Arte y Diseño

Jorge Barros

Rafael Clariana

Impresión Tapa e Interior

4 Colores

Laminado y Laqueado

Centerbril

Papel Tapa:

Couche Suzano Design FSC-2
210 g/m²

Papel Interior:

Couche Suzano Design Matte FSC-2
115 g/m²

Reg. Propiedad Intelectual Nº 039657
ISSN - Nº 0004-105X

Publicación asociada al Instituto
Verificador de Circulaciones (IVC).

Argentina Gráfica Cromática fue
galardonada por la Asociación de la Prensa
Técnica Argentina (APTA) con el premio
Antonio Rizzuto en los años 1973, 1988,
1999, 2005, 2010, 2011, 2012, 2016.

Nuestra Tapa

*"La vida no consiste en
esperar a que pase la
tormenta,
sino en aprender a
bailar en la lluvia"*

*(Vivien Greene,
escritora inglesa)*





Queridos colegas gráficos de todo el país, proveedores, distribuidores y amigos en general, venimos de 4 años de zozobras que, tapados por la emisión monetaria y el llamado “Plan Platita” del 2021 al 2023, hemos sobrevivido con algo de holgura ficticia, obviamente erosionado por la destructiva inflación.

Pero la vida da revancha. Fue así que en un año eleccionario se veía venir un gran cambio en todo el país en favor de otro partido político. Todo apuntaba a Juntos por el Cambio. Pero no fue así por motivo de la mezquindad de ese rejunte de partidos, sumado a la disgregación del kirchnerismo o peronismo. El resultado fue de lo más inusual en la política, que gane alguien que, aunque lo hubiese soñado y le hubiera gustado ser presidente, era un imposible. Sin embargo, como la Argentina es tan impredecible, Dios sacó un



La carrera presidencial de un



conejo de la galera y un panelista de economía (y otros menesteres como imitador, cantante, futbolista y demás) resultó electo Presidente sin partido político, sin recorrer más que los programas de televisión, sin conocer el país.

Esta persona llegó a la Presidencia producto del hartazgo generalizado, concentrando los votos de gran parte de la juventud, los votos de Juntos por el Cambio y hasta de la clase más pobre del kirchnerismo. Así, con su clásica propuesta de un león con una motosierra, que es lo mismo que decir un mono con navaja, el 10 de diciembre de 2023 le pusieron la banda presidencial.

Decidido a basar su Presidencia en un ajuste al que nadie se animó en la historia, y aunque no nos gusten ni los modos, ni las formas, ni su vocabulario hostil y agresivo; al día de hoy, y considerando que apenas ha comenzado recién, logró en solo 11 meses revertir una macroeconomía como casi ninguno de nosotros ha visto desde hace décadas. Bajó la inflación a números, aunque todavía altos a criterio global, extremadamente bajos mensualmente; consolidó el superávit fiscal y comercial; y, por sobre todo, dejó de emitir pesos, comenzando así, poco a poco, a dejar de ser un león con la motosierra para convertirse paulatinamente en un político casi de casta, ya que su entorno así lo refleja.

Visto esto último, seguramente terminará siendo un político más, al igual que todos, pero diferente en el sentido de que, al menos hasta hoy, lo que promete lo cumple. 2024 será un año que quedará en la historia por el “tsunami transformador” marcado por “la motosierra” y el ya icónico “no hay plata”, sin mencionar también los más de 100 funcionarios echados “por las dudas”.

Así y todo, estamos comenzando el año más difícil. El año del “Presidente sin partido” o bien, apelando a términos futbolísticos, “el arquero de Chacarita” que con su improvisación deberá consolidar su gestión. Esto será complejo porque necesita lograr muy rápidamente ocuparse de la microeconomía, de sectores como la construcción, las PyMEs comerciales, las PyMEs industriales (de las cuales advertí en reiteradas ocasiones sobre la importancia de preservarlas) y el campo, ya que son los únicos que pueden reactivar el mercado del trabajo formal, pagar impuestos y, a fin de cuentas, reactivar la economía para volver al círculo virtuoso.

Solamente después de lograr esto se podrá pasar finalmente a asentar un proyecto sostenible y realizar la gran reforma fiscal, tributaria, laboral y financiera. Si esto no ocurre al menos en un 70% durante el 2025 todo lo hecho se diluirá. También es cierto que estamos en un año de elec-

ciones de medio término, donde aún obteniendo una excelente votación La Libertad Avanza seguirá siendo minoría en el Congreso. En este punto, creo que será muy determinante la actitud que tome Milei respecto a si decide bajarse del “pony blanco” y negociar con su único aliado importante, el PRO.

Para finalizar, una vez más digo que la Industria Gráfica es industria de industrias y ahora agrego que el día que no existan gráficas en todo el país será porque ya no hay más país. Tengo mucha fe en que, por la cantidad de máquinas que ya se importaron y las que ingresarán, este año demuestre que muchos de los nuestros, o bien se están reconvirtiendo, o están apostando a más competitividad. Si esto ocurre, en 2026 tendré la tranquilidad y satisfacción de que habré entregado mi legado con una FAIGA fuerte y poderosa políticamente. En lo que respecta a este año que comienza, brindo por la fuerza y la resiliencia de nuestra Industria Gráfica, que una vez más quedó demostrada en la presencia multitudinaria de todos los actores del sector, tanto gráficos como proveedores, en el cierre que hacemos siempre con nuestra Cena Anual de Camaradería.

“outsider”

Juan Carlos Sacco
Presidente





Dear graphic colleagues from all over the country, suppliers, distributors and friends in general, we have just come from four years of hardships which, overwhelmed by the monetary issue and the so called “Plan Platita” from 2021 to 2023, we have survived with some fictitious slack, obviously eaten by the destructive inflation.

But life gives revenge. Thus, in an election year, a great change could be seen coming in the whole country in favor of another political party. Everything pointed to Juntos por el Cambio. But it didn't turn out that way due to the pettiness of this grouping of parties, added to the disintegration of the kirchnerism or peronism. The result was the most unusual in politics, that someone won who, even if he had dreamed of it and would have liked to be president, it was out of the question. However, as Argentina is so unpredictable, God



The presidential race of an “outsider”



pulled a rabbit out of the hat and an economics TV panelist (and other things such as impersonator, singer, soccer player and more) was elected President without a political party, without going through any TV programs, without knowing the country.

This person became President as a result of the generalized weariness, concentrating the votes of a great part of the youth, the votes of Juntos por el Cambio and even of the poorest class from the kirchnerism. Thus, with his classic proposal of a lion with a chainsaw, which is the same as saying a monkey with a razor, on December 10th, 2023, he was given the presidential sash.

Determined to base his Presidency on an adjustment that no one in history has ever dared to make, and even though we may not like the manners, the forms or his hostile and aggressive vocabulary; as of today, and considering that he has just started, he has managed in only 11 months to revert a macroeconomy as almost none of us has seen for decades. He lowered the inflation to numbers, although still high by global standards, extremely low on a monthly basis; he consolidated the fiscal and trade surplus; and, above all, he stopped issuing pesos, thus beginning, little by little, to stop being a lion with a chainsaw to gradually become a politician almost of caste, as his environment reflects.

In view of the latter, he will surely end up being just another politician, like everyone else, but different in the sense that, at least until today, what he promises he delivers. 2024 will be a year that will go down in history for the “transforming tsunami” marked by “the chainsaw” and the already iconic “there is no money”, not to mention the more than 100 officials dismissed “just in case”.

However, we are starting the most difficult year. The year of the “President without a party” or, to use football terms, “the goalkeeper of Chacarita” who, with his improvisation, will have to consolidate his administration. This will be complex because he needs to very quickly take care of the microeconomy, of sectors such as construction, commercial SMEs, industrial SMEs (of which I have repeatedly warned on the importance of preserving them) and the agriculture, since they are the only ones that can move the formal labor market, pay taxes and, in the end, reactivate the economy to return to the virtuous circle.

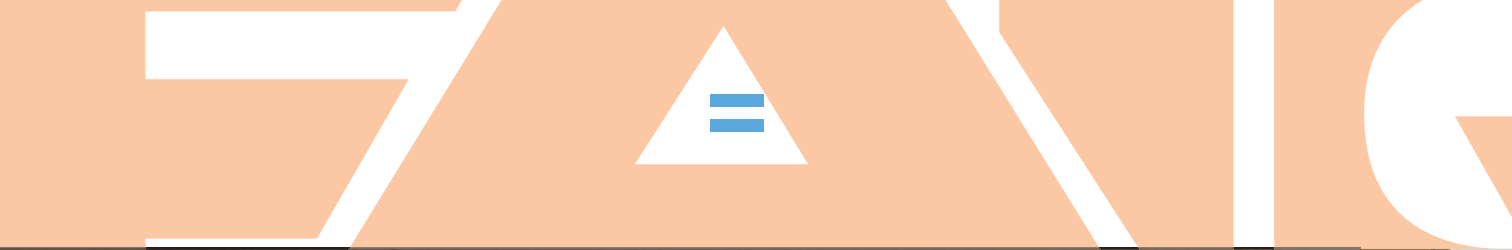
Only after achieving this can we finally move on to establish a sustainable project and carry out the great fiscal, tax, labor and financial reform. If this does not happen at least in a 70% by 2025, everything that has been done will be diluted. It is also true that we are in a mid-term election

year, where even if they perform an excellent election, La Libertad Avanza will still be a minority in Congress. At this point, I believe that Milei’s attitude will be very decisive as to whether he decides to get off the “white pony” and negotiate with his only important ally, the PRO.

To conclude, once again I say that the Graphic Industry is an industry of industries and now I add that the day when there are no graphic companies in the whole country it will be because there is no more country. I have great faith that due to the number of machines that have already been imported and those that will enter the country, this year will show that many of our companies are either reconverting or are betting on more competitiveness. If this happens, in 2026 I will have the peace of mind and satisfaction that I will have handed over my legacy with a strong and politically powerful FAIGA. As for this year that is beginning, I toast to the strength and resilience of our Graphic Industry, which once again was demonstrated by the massive presence of all the actors of the sector, both graphics and suppliers, at the closing of our Annual Comradeship Dinner.



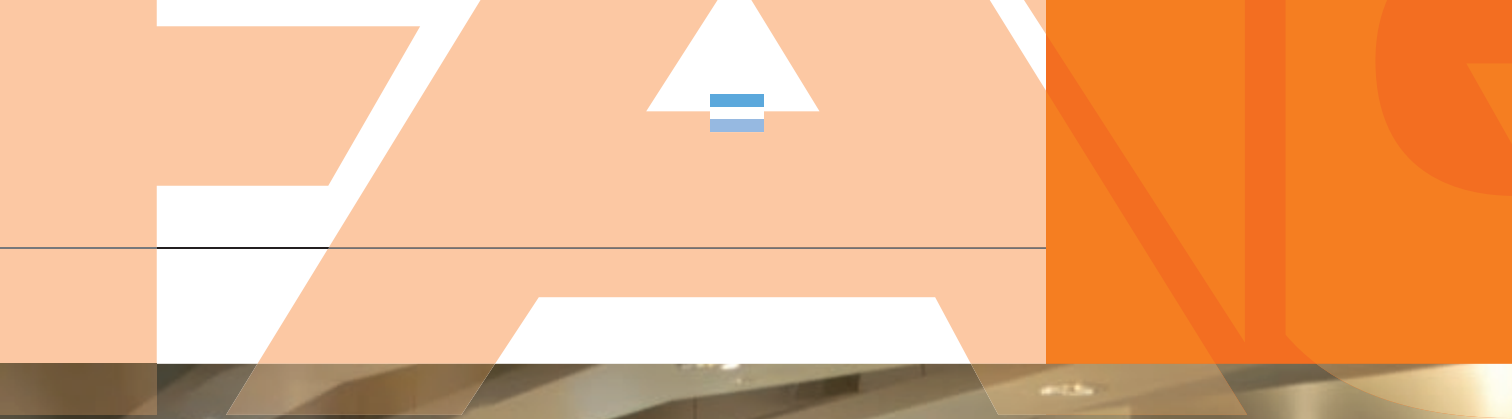
Juan Carlos Sacco
President





Visita de Daniela Ramos a FAIGA

La Subsecretaria de Política Industrial participó de la última reunión de Consejo Directivo de FAIGA del 2024, aportando un panorama de las gestiones realizadas y las pendientes para 2025.



“Pensamos que hay muchas empresas que, con un país más normal, pueden estar en condiciones de también salir al mundo y exportar”,
Daniela Ramos





El miércoles 11 de diciembre tuvo lugar la última reunión de Consejo Directivo de FAIGA, en la cual la Presidencia presentó un informe de gestión de los últimos meses del año, en el que se destacaron la participación en el foro anual de la Consultora Abeceb, las reuniones con funcionarios públicos, el reporte de la Cena Anual, la renovación de la vicepresidencia de Fundación El Libro y la presentación del nuevo Gerente General, Santiago Jove.

Además, el Consejo consideró el Proyecto para la conformación del Fondo de Indemnidad laboral presentado por el Presidente, Juan Carlos Sacco, el cual fue aprobado por unanimidad, tanto por UGAR como por UGAS.

► VISITA DE LA SUBSECRETARIA DE POLÍTICA INDUSTRIAL

El evento central de la jornada lo constituyó la visita de la Subsecretaria de Política Industrial, Daniela Ramos, para presentar ante los consejeros un informe de su gestión pública, así como también las perspectivas del Gobierno para 2025 en materia económica y de desarrollo productivo.

Tras una cálida presentación por parte de Sacco, la Subsecretaria agradeció la oportunidad y expresó la importancia del establecer un diálogo entre el sector público y el privado.

Comenzando su exposición, Ramos destacó el rol social de las empresas privadas en la generación de riqueza para la sociedad. “Son los que saben cómo producir, cómo generar empleo y cómo sacar adelante a sus empresas”, señaló.

En este sentido, apuntando a la generación del empleo, la funcionaria también observó la necesidad “de crear las condiciones para que la gente pueda insertarse en un mercado laboral cada vez más exigente”, debido a la dificultad que tienen las empresas para contratar personal apto para las tareas requeridas. Al respecto, Ramos destacó específicamente la labor del sector gráfico en esta materia, en referencia a Fundación Gutenberg: “Por eso es tan bueno lo que hacen ustedes porque es un buen ejemplo, ¿Quién mejor que la industria para saber qué perfiles de formación y de capacitación hacen falta?”.

Por lo tanto, la Subsecretaria argumentó que el rol del Estado se encuentra en normalizar las condiciones socioeconómicas para el normal desenvolvimiento de las empresas. Repasando la gestión de la Secretaría de Comercio e Industria, destacó la facilitación del pago de la deuda comercial que ascendía a us\$40 millones, la regularización de las importaciones, y la promoción del acceso al crédito a tasas competitivas. En este aspecto, también señaló que uno de los objetivos de gestión, además de promover la generación de empleo, es lograr aumentar el volumen de exportaciones industriales. “Pensamos que hay muchas empresas que, con un país más normal, pueden estar en condiciones de también salir al mundo y exportar”, aseguró.

Seguidamente, Ramos abordó la política estatal de desregulación afirmando que hay “una agenda enorme de simplificaciones” y señaló como ejemplos positivos la agilización del sistema de emisión temporaria y del sistema de repuesto para poder abaratar la importación de insumos. También hizo mención a la reforma laboral implementada indicando que aún hay trabajo pendiente en materia de instrumentación.

Otro aspecto ligado a la labor productiva que puso en consideración fue la carga tributaria. Sin rodeos, la Subsecretaria aseguró no creer “que haya mayor promesa de campaña del presidente que es tratar de bajar los impuestos”. En este punto apuntó como positiva la reducción del impuesto PAIS y reconoció, a su vez, que las cargas tributarias provinciales y municipales son significativas.

Considerando el aspecto general de situación, la funcionaria se mostró optimista de cara al 2025, teniendo en cuenta el potencial de desarrollo que el RIGI aporta, no solo en forma directa para las grandes inversiones, sino también en el desarrollo que implicará de manera indirecta para las PyMEs.

Como conclusión, Ramos consideró que, si bien aún resta mucho trabajo por realizar, la normalización de las condiciones macro y microeconómicas permitirá potenciar a las PyMEs más eficientes, lo cual logrará posicionar a la Argentina en un plano más competitivo a nivel mundial.

“Es importante no minimizar esa parte que tiene que ver con volvernos cada vez más eficientes, porque el mundo cada vez demanda más esa eficiencia



y estamos cada vez más sometidos a la competencia y es importantísimo que ese tema sea internalizado por las empresas”, aseguró e inmediatamente destacó la importancia de las certificaciones y las normas de producción en función de la calidad y la eficiencia.

Habiendo finalizado su exposición formal, se dio espacio a un intercambio de consultas por parte de los presentes. El Presidente de FAIGA solicitó formular la primera pregunta, indagando en la cuestión de que el Gobierno oficial no menciona explícitamente a las PyMEs en sus discursos oficiales. “¿Cuál es el rol de las PyMEs en la planificación del Gobierno?”, preguntó.

Retomando el uso de la palabra, Ramos señaló que las PyMEs fueron las principales beneficiarias de las políticas que ha repasado en su informe de gestión. Y agregó que las PyMEs también se verán beneficiadas por el RIGI en lo referente a la propor-

ción de la condición de compra nacional pauta dentro del régimen. También nombró proyectos de capacitación con el INTI, y de regímenes de bienes de capital.

A continuación, se prosiguió con la formulación de preguntas, donde se abordaron temas como el greenwashing en contra del papel, la promoción de capacitaciones a través de Fundación Gutenberg, la matriz energética y las tasas municipales en las facturas de energía.

Habiendo finalmente agotado todas las consultas pendientes, el Sr. Presidente retomó la palabra para agradecer enfáticamente a la Subsecretaria de Política Industrial por el tiempo dedicado a la presentación y la respuestas a cada una de las preguntas que se formularon; a lo cual la funcionaria respondió ratificando el compromiso de sostener el diálogo entre los funcionarios públicos y los sectores productivos privados.

Deje que su sostenibilidad fluya.

Transforme sus envases de papel con un nuevo enfoque respetuoso con el medio ambiente.

¿Por qué cada vez son más los impresores que eligen envases monomaterial? Las tres razones principales: son bio-renovables, reciclables y compostables. Por lo tanto, si está listo para crear empaques que sean totalmente personalizables y altamente sostenibles, estamos listos para asociarnos con usted.

Descubra cómo nuestras tintas bio-renovables pueden ayudarle a alcanzar sus objetivos de sostenibilidad en sunchemical.com/paper-transform

SunChemical®

a member of the DIC group





¡CIERRE DE AÑO MULTITUD



El Golden Center abrió sus puertas nuevamente para recibir a toda la comunidad gráfica que se congregó en un número sin precedentes para celebrar el cierre del 2024.

La vida se conforma de momentos. Vivimos constantemente en el presente y al mirar al pasado todo lo que queda de nuestras vidas son aquellos momentos que recordamos. El motivo del recuerdo puede ser positivo, negativo o, incluso, azaroso.

La Cena Anual de Camaradería de la Industria Gráfica busca precisamente eso, ser un recuerdo. Uno bueno, por cierto. En cada una de sus ediciones, hay al menos un elemento digno de rememorar. La música, la emoción, el reencuentro, sabores o simplemente un buen entretenimiento.

Más allá de las experiencias personales, la fiesta del 2024 será recordada por una concurrencia multitudinaria, al límite de la capacidad del salón para albergar a más de un millar de personas.

A partir de las 20 horas los invitados fueron confluyendo a las puer-

INARIO!

tas del Golden Center de Parque Norte. Ese viernes 29 de noviembre, la noche acompañó a la velada con un clima templado, prescindiendo de cualquier servicio de valet parking.

Tras realizar una breve acreditación, los asistentes eran bienvenidos a una recepción consistente de una degustación variada de gastronomía que fusionaba elementos



criollos y asiáticos, acompañados de una variedad de tragos a disposición.

Poco a poco, la planta baja del Salón Tilo se fue ocupando de empresarios gráficos y proveedores del sector que se saludaban con familiaridad y compartían entre risas y refrescos, novedades y anécdotas del día a día.

La entrada a la recepción se encontraba custodiada por los grandes premios de la velada: un cuatriciclo y un automóvil cero kilómetro, ambos otorgados por Leftech y ECO3 respectivamente. El tradicional sorteo de los vehículos representan el punto más alto de la jornada que despierta la expectativa de todos los invitados.

Precisamente, al momento de ingresar al Golden Center, el CEO de Leftech, Martín Fraire, compartió con Argentina Gráfica Cromática su sentimiento sobre el evento de la Industria Gráfica y el por qué del apoyo constante que su empresa brinda año a año, en esta ocasión, fue "un día doblemente importante" porque, por un lado, el Gobierno anterior generó "un desastre en el cual teníamos que vender la mercadería a un tipo de cambio que no podíamos pagar", sumado al Gobierno actual con "un ajuste tremendo y la incertidumbre sobre el futuro".



Pero, por otro lado, para Leftech el festejo es doble porque debieron sobreponerse a un siniestro que dejó fuera de línea su planta de corte. “Afortunadamente, para marzo teníamos en funcionamiento una de las líneas que importamos inmediatamente”, recordó Fraire. Esto les permitió mantener los contratos con clientes. En este sentido, Martín expresó un reconocimiento hacia la comunidad gráfica: “Estamos agradecidos no solamente con la industria, sino con la gente que la hace, es una comunidad hermosa. Muchos clientes nos ofrecieron ayuda. De hecho, hemos estado usando instalaciones de colegas,

que nos ofrecieron lugar para almacenar la mercadería que teníamos en tránsito. Incluso, hasta competidores que operaron en aduana por nosotros. Todos los años digo que nuestra presencia en la fiesta de FAIGA es un agradecimiento, pero en este caso el agradecimiento es gigantesco porque sinceramente gracias a la comunidad gráfica pudimos salir adelante.”

Sin prisa, discurrieron las horas, hasta casi las 22, cuando se abrieron las puertas del salón principal, donde los invitados comenzaron a ocupar sus asientos entre las 101 mesas dispuestas para el evento.



Dentro de esta transición se lo vio a Mariano Muniagurria, Director General de ECO3 Argentina, con sonrisa serena conversando camino a la mesa de su firma. Tomándose un minuto para Argentina Gráfica Cromática, Muniagurria compartió su impresión de que “la fiesta de FAIGA es, una vez más, un evento exitoso que destaca por su amplia convocatoria”, lo cual consideró como reflejo la representatividad de la Federación. En lo personal, Mariano expresó: “Valoro mucho este tipo de encuentros, ya que no solo representan una oportunidad de celebración, sino un momento para reforzar los lazos entre los distintos actores de la industria”.

Consultado por el motivo del apoyo constante de ECO3 a los eventos de FAIGA, el ejecutivo señaló que “se basa en una relación de largo plazo” y en la convicción de que el crecimiento de la empresa “está directamente vinculado con el desarrollo y fortalecimiento de la industria”. En este sentido, Mariano explicó: “Con más de 110 años de presencia ininterrumpida en Argentina, sentimos una profunda responsabilidad de respaldar a las instituciones que velan por los intereses del sector. FAIGA juega un rol clave en este sentido, especialmente en un contexto tan volátil, tanto a nivel local como internacional. Su trabajo constante para promover el crecimiento y la competitividad de la industria es fundamental para enfrentar los desafíos actuales y futuros, y es un honor poder colaborar en este proceso.”

Progresivamente, el tráfico en el salón fue disminuyendo hasta que, finalmente, las luces se ate-

nuaron, los murmullos cesaron y una voz conoció el primer saludo de la noche.

► CENA, BAILE Y FIESTA

El reconocido presentador Jorge Formento, ya una marca consolidada en la Cena Anual de la Industria Gráfica y sus Proveedores, ofreció la bienvenida a toda la comunidad, con su energía y carisma que le caracteriza.

Por supuesto, siendo el anfitrión de la velada, su voz era por lo tanto la de FAIGA; y como tal, correspondía en primer lugar agradecer a las empresas que prestaron su colaboración para que el encuentro tenga su despliegue de gran nivel. Así pues, Formento hizo mención de las empresas ECO3, Leftech, Dímagraf, Stenfar, Celulosa Argentina, Siegwirk, Sun Chemical, Amcor, Hagraf, Papelera del Sur, Vitopel, Coim Group, Ibema, DB Distribuidora Argentina, Enimar, Martín Cava, Café Cabrales, Perez Tra-





ding, Simondi, 4 Colores, Morello y Parley Producciones.

Seguidamente, continuando el protocolo, se sucedieron las menciones de los funcionarios públicos que acompañaron la celebración del sector: El Subsecretario de Comercio Exterior de la Nación, Esteban Marzorati; la Subsecretaria de Política Industrial de la Nación, Daniela Ramos; el Director Nacional de Asociaciones Sindicales, Claudio Aquino; la Directora Nacional de Relaciones y Regulaciones del Trabajo, Mara Mentoro; el Director de Análisis Laboral del Sector Público, Ariel Borghi; la Directora de Negociación Colectiva, Gladys Iemma; la Jefa del Departamento de Relaciones Laborales, Silvia Suarez; y la Secretaria de Conciliación del Departamento de Relaciones Laborales, María Concepción Arribeltz.

Sin mayores demoras, habiendo concluido las formalidades, Formento dio paso a las palabras del Presidente de la institución, Juan Carlos Sacco, quien ocupó el centro del escenario y, fiel a su estilo en este contexto, pronunció unas breves palabras invitando a todos los presentes a disfrutar de una noche sin igual. "Sin importar la crisis, tenemos derecho a celebrar", justificó. Haciendo una rápida referencia al sector que representa, el Presidente señaló que "el año pasado fue durísimo, este año fue durísimo", pero a pesar de todo "los gráficos vamos a ser los primeros en invertir como lo estamos haciendo ahora". Para demostrar la fuerza del sector industrial, sentenció: "Nosotros no dependemos de ningún subsidio del Estado, no le pedimos nada a nadie."























































Así, pues, los comensales pudieron disfrutar de un menú consistente en una entrada de carpaccio de peras, jamón de parma y bocconcinos, seguido de un plato principal de ojo de bife con pisto de gírgolas y manteca de arándanos.

Las tandas de baile estuvieron animadas por dos conjuntos en vivo. El primero de ellos, Baby Doll, abrió la noche con música para todos los gustos con covers de clásicos, tanto nacionales como internacionales, como

“You’re the One that I want”, de Grease; “Crazy Little Thing Called Love”, de Queen; “Por lo que yo te quiero”, de Rodrigo; y “La Reina de la Bailanta”, de Cacho Castaña; hasta éxitos recientes como “Adiós” de María Becerra; y “La Morocha” de Luck Ra.

Pero esto fue apenas la entrada en calor, ya que luego del plato principal, hicieron su aparición en el escenario el reconocido grupo de cumbia, Los Charros. Con emoción evidente, los invitados de la









Cena se apresuraron a colmar una vez más la pista de baile al ritmo de clásicos como “Amores como el nuestro”, “Como una Flor” y “La Pollera Colorada”. Con su mejor repertorio, la banda oriunda de Chaco mantuvo en pie a todo el salón por más de una hora.

A continuación, se concedió un intermedio para recuperar calorías a través de la mesa dulce instalada en la planta baja, para el deleite de repostería fina con postres clásicos como Tiramisu,

Chese Cake de maracuyá o Lemon Pie, entre muchas otras delicias.

Habiendo concedido tiempo suficiente para el receso, finalmente llegó la hora del evento de la noche que cada año mantiene a todos en vilo. El sorteo de los premios grandes, la expectativa de culminar la noche con broche de oro. Pero esta es una fortuna reservada para aquellos pocos a quienes el azar caprichosamente decide señalar.





Por un efímero momento percibido como eterno, todas las miradas se concentraron en el mismo punto, donde Jorge Formento giraba con maliciosa parsimonia el bolillero que sentenciara la suerte de los presentes. Secundado estaba por la escribana Luciana Botte; Mariano Muniagurria, de ECO3; Martín Fraire, de Leftech; y el propio Juan Carlos Sacco.

La primera bolilla cayó, la que marcaría el ganador del cuatriciclo. genera una sensación dual, porque como todo premio entraña la exultación que rompe la tensión de la incertidumbre, pero al mismo tiempo su no obtención perdura la expectativa de aún obtener otra gratificación. En esta ocasión el primer afortunado de la noche fue Juan Manuel Esquivel, de la empresa Grupo Galleries. Los reflectores apuntaron su camino hasta el escenario, donde se abrazó con los ejecutivos nombrados y posó con júbilo para las fotos de ocasión tras recibir una llave simbólica por parte del CEO de Leftech.

Disipada momentáneamente la adrenalina del primer nombramiento, la ansiedad volvió a ganar terreno en las expresiones del público, atento a los movimientos del presentador que, en apenas unos instantes, anunciaría al invitado ganador del gran premio de la noche. Un silencio súbito inundó el salón mientras la segunda bolilla caía en el pie de la estructura. Formento lo recogió rápidamente y procedió a leer, cifra por cifra, el número final. Tras unos segundos de escrutinio, Zoe Blanco, de la empresa Tink, se acercó incrédula al escenario, donde tras efectivamente confirmar su número de tarjeta su expresión mutó, visiblemente conmovida. Recibiendo un efusivo abrazo de cada uno de quienes la rodeaban, Mariano Muniagurria materializó esa emoción otorgándole las llaves del vehículo que acababa de adjudicarse. Zoe posó mostrando su sonrisa más espontánea y, agradeciendo a los presentes, retornó a su mesa para festejar con los suyos.

Transcurrido el apogeo de la noche, el Presidente de FAIGA invitó al frente a sus colegas de la Comisión Directiva de la entidad, cada uno con una copa de espumante en la mano, para expresar los deseos de fin de año.









Invitando a los presentes a alzar sus respectivas copas, Sacco concluyó la noche con las siguientes palabras: “Queridos amigos, una vez más hemos llegado a la final. Un año más, la familia gráfica se va feliz. Lo veo en sus rostros, lo hemos visto en la pista de baile. Pero no quiero dejar pasar este momento sin agradecer a todo el personal de FAIGA, y a todos estos genios que me acompañan porque sin ellos no

podría hacer esta locura. Acá está todo el país, el interior, la provincia y la capital. Todos tirando del carro por esta industria PyME que tanto amamos. Le agradecemos a todos los que se quedaron hasta el final y a los que no se pudieron quedar también. No dudamos que el 2025 vamos a volver a estar acá en el mes de noviembre, con el compromiso de volver a divertirnos y pasarla bien. Señores, ¡Feliz 2025!”.

papelera
del sur 
GENERACIÓN CIRCULAR

HAGRAF 



**PEREZ TRADING
COMPANY**



SunChemical[®]
a member of the DIC group 
Color & Comfort



FAIGA

*agradece el apoyo de las siguientes
empresas para la realización de la
Cena Anual de Camaradería 2024:*





EDITORIAL



POR MARCELO RECIO
PRESIDENTE UGAS

CONDICIONES Y

CONDICIONAMIENTOS



En esta ocasión me toca enviar este nuevo editorial coincidiendo con el inicio de un nuevo año, por lo que es inevitable hacer un repaso de lo transcurrido en 2024, a la vez de atisbar las perspectivas para el 2025.

El año que terminó fue, sin dudas, distinto a todos los de las últimas dos décadas, incluyendo el período de gobierno macrista. No pretendo hacer un análisis exhaustivo de todas las políticas y los resultados de esta administración, porque tan solo con ver la propuesta original de la Ley Bases uno entiende que la magnitud de estos cambios es tan amplia que excede hasta lo que es pertinente para este espacio. Pero para ser concisos, me atrevo a resumir lo positivo y lo negativo de este Gobierno con dos palabras: inflación y consumo, respectivamente.

Controlar la inflación fue el imperativo máximo de la sociedad a la hora de poner su voto en Milei. Los últimos valores mensuales de la medición de la inflación fueron sorprendentes. Esto resultó crucial para ordenar la macroeconomía y recuperar parcialmente la confianza en la moneda, lo cual se vio reflejado en la relativa estabilidad de las cotizaciones del dólar.

Como contrapunto, el efecto colateral de la política de control inflacionaria se sintió en los niveles de actividad económica. Según el último informe del INDEC publicado en septiembre pasado, el índice de producción industrial manufacturero específico para el sector de edición e impresiones fue -10,1% respecto al mismo mes del año anterior; mientras que el acumulado anual de 2024 arrastra una caída del -15,8% en relación al 2023.

Viendo un poco el panorama industrial general podemos comparar con los demás sectores:

Sector	Variación respecto mismo mes del 2023	Acumulado anual comparado a 2023
Alimentos y bebidas	+7,0%	-3,5%
Productos de tabaco	-2,6%	-9,9%
Textiles, prendas de vestir, cuero y calzado	-7,7%	-12,7%
Automotores y otros equipos de transporte	-7,4%	-15,1%
Otros equipos, aparatos e instrumentos	-12,6%	-26,7%

El valor del sector de alimentos y bebidas nos puede aportar una expectativa de que el consumo del mercado interno repunte. Entendiendo que se trata de un sector de consumo masivo, podemos esperar que la recuperación del mismo traccione al resto, entre los cuales indudablemente se encuentra la gráfica.

Como complemento, otro factor clave será la continuidad de la política cambiaria. El Gobierno tiene que disponer de los medios necesarios para quitar el cepo. Mientras siga vigente, la industria nacional continuará operando con un grillete y las inversiones que tanto anhelamos permanecerán con incertidumbre. En este sentido, la eliminación del impuesto PAIS quizás pueda ser una muestra de buena voluntad. A esto podemos sumar que el Gobierno tuvo un golpe de suerte con una variable no prevista con los resultados más que positivos del blanqueo de capitales. A mediados de 2024, Luis Caputo dijo que la salida del cepo se realizará cuando “las condiciones estén dadas”. La pregunta entonces sería, ¿Qué condiciones faltan según su criterio?

En medio de todo esto, no podemos dejar de mirar puertas adentro a nuestras propias empresas.

La política de Estado apunta a una desregulación del comercio exterior para favorecer la competencia con los productos importados. Entonces es absolutamente necesario que evaluemos nuestra propia competitividad en términos de escala global. Sin ir más lejos, 2024 fue un año de drupa, en la que se analizaron temas como la integración de la IA para aportar mayor valor al producto gráfico o las posibilidades de personalización y de control de calidad minuto a minuto con los últimos avances tecnológicos. Creo que todo esto genera un escenario propicio para evaluar el futuro de cada sector de la industria gráfica en términos de oferta de servicios, eficiencia y, en algunos casos, de reconversión. Como Presidente de UGAS, alentaré este tipo de debates dentro de cada Departamento e invito a cada uno de mis colegas gráficos a formar parte de esta conversación sobre nuestro propio destino.

Por lo pronto, solo me queda cerrar estas líneas enviando a todos un saludo por el nuevo año que comienza, con el deseo de que todo lo transcurrido hasta aquí nos depare un escenario en el que podamos volver a crecer.



EDITORIAL



POR OSVALDO SAPIENZA

LA TIERRA PROMETIDA



Cuarenta años deambularon los judíos en el desierto. Era mejor eso que continuar bajo la esclavitud de los egipcios, aunque no faltaban quienes dudaban incluso de eso.

¿Cuántos años más nos llevará a nosotros los argentinos encontrar nuestra Tierra Prometida? Siempre repetimos que lo tenemos todo para ser una potencia mundial, tierra, recursos y capacidad humana. Y sin embargo, a lo largo de los años parece que siempre volvemos al mismo desierto.

Todo el 2024 podría quizás reducirse a esa palabra porque la recesión económica se siente como una marcha en el páramo. Pero si miramos para atrás, podemos ver de qué escapamos. Solo tomando datos del Indec, la inflación anual (enero a diciembre) en 2018 fue del 47,6%, en 2019 fue 53,8%, 2020 arrojó un 36,1%, en 2021 tuvimos 50,9%, en 2022 subió al 94,8%, y finalmente en 2023 padecimos un 211,4%. Sin dudas, una escalada tétrica.

Y bien muchos nos preguntamos ahora, ¿Vale la pena este esfuerzo? ¿Vale la pena el cierre de 16 mil PyMEs para la contención de la inflación? ¿Vale la pena que a solo la mitad del año la industria manufacturera haya bajado su actividad en un 17,4% interanual y que el PBI se redujera un 1,7%?

Sinceramente, no creo que la respuesta se pueda reducir a un sí o no. Porque, sin perder de vista que la inflación acumulada de 2024 cerró en un 117,8%, el mensual de noviembre fue un sorpresivo 2,4% y en diciembre 2,7%,

que sostiene la tendencia general a la baja de los últimos meses. No nos confundamos, en cualquier país “normal”, solo este valor como inflación anual sería motivo de críticas, pero a lo que nosotros veníamos mal acostumbrados, es sin dudas un resultado que amerita consideración.

Ahora el Presidente de la Nación anunció el fin de la recesión. Entiendo que esto, más que un dato económico, es un anuncio político. No es mi intención entrar en un debate detallado sobre si debemos o no usar la palabra

UGAR tiene nuevamente en sus manos un rol importante como mediador ante las autoridades provinciales para trabajar de forma específica en cada región

“fin”, pero desde el lugar en que estoy parado sí parecen avistarse algunos indicios de recuperación. Por experiencia, los empresarios somos un poco cautos antes de saltar a conclusiones y todavía hace falta ver un sostenimiento en esta recuperación para poder sentenciar que llegamos al fin de algo. Por supuesto, mi deseo es que así sea.

Por otra parte, apreciando lo positivo de este contexto, es que la estabilización de la macroeconomía, sumado a una mayor facilidad de acceso al mercado de cambio de divisas, nos permiten a las PyMEs contar con un mejor

plazo de compra, lo que posibilita una mejor financiación del capital y, por ende, poder tener cierta planificación para los próximos meses.

¿Qué nos depara el 2025? Bueno, hay una opinión de experto para cada ideología, lo cual significa que nadie tiene una verdadera certeza. En este tipo de situaciones, creo que lo mejor es estar preparado para el peor escenario posible. En nuestro caso, esto sería la continuidad de la recesión por tiempo indefinido. Si tal es el caso, entonces la UGAR tiene nuevamente en sus manos un rol importante como mediador ante las autoridades provinciales para trabajar de forma específica en cada región las herramientas que permitan reactivar el consumo del mercado interno y así tratar de recuperar algo de la demanda de nuestro sector, que como sabemos también es proveedor de otras industrias. Quiero subrayar que la mención de autoridades provinciales, ya que el Gobierno Nacional ha sido claro en que su aporte al sector privado será no entorpecer la actividad productiva. Mientras la macroeconomía se mantenga estable, me parece un planteo razonable. Por eso vuelvo a destacar la importancia de buscar soluciones desde lo local, situación para la cual UGAR tiene la estructura necesaria para gestionar.

Ese será nuestro foco en este nuevo año que comienza. El desafío no es menor, las expectativas son inciertas; pero eso jamás será motivo para renunciar a nuestra misión: propiciar el desarrollo de la industria gráfica a lo largo de todo el territorio nacional.

UGAR CENTRO NOROESTE



Un Vínculo de Innovación y Desarrollo en la Industria Gráfica

Durante el año 2024, se ha concretado una nueva edición de la actividad de articulación entre UGAR CNO, las empresas socias Ananda Pack SRL, Lencioni SRL y Soluciones Gráficas SRL, y las universidades locales en el marco de una colaboración que fortalece el vínculo entre la academia y la industria gráfica.

Esto marca la continuidad de un proyecto de articulación ya consolidado con varios años de experiencia, en el que participan estudiantes y docentes de la Universidad Provincial de Córdoba Lino Spilimbergo, la Escuela Normal Superior Justo José de Urquiza de la Ciudad de Río Cuarto, y La Metro,

escuela de Diseño y Comunicación Audiovisual. El alcance de esta actividad es considerable, ya que involucra a más de 100 estudiantes de estas instituciones educativas.

La participación en esta experiencia marca un hito en el desarrollo de la carrera de Diseño Gráfico en la región, uniendo el talento académico con las demandas de las empresas del sector. Esto se debe a que la mencionada articulación de la actividad no solo beneficia a las empresas, sino que también enriquece la experiencia educativa de los estudiantes y docentes de las universidades participantes. A través de charlas, visitas a las instalaciones y ponencias prácticas, los estudiantes tienen la oportunidad de acercarse a los procesos industriales de la producción gráfica y entender cómo sus proyectos académicos se pueden integrar.

Esto significa que para los estudiantes de Diseño Gráfico, esta actividad se traduce en un valioso espacio de aprendizaje práctico, donde pueden comprender de manera más profunda los desafíos que enfrenta la industria gráfica y cómo las soluciones creativas pueden aportar al desarrollo de nuevos productos y servicios. Las universidades participantes también se benefician ampliamente de este intercambio, ya que propicia la actualización de los contenidos curriculares y la mejora continua de los métodos de enseñanza. Los docentes, por su parte, son testigos del impacto de la colaboración entre los sectores académico e industrial, lo que les permite adaptar sus enfoques.

En este sentido, cabe destacar el enfoque multidisciplinario que se desarrolla. Los estudiantes no solo visitan las empresas reconociendo en la práctica los procesos que conllevan plasmar sus trabajos en el diseño de piezas gráficas, sino que también participan en charlas de colorimetrías, análisis de tendencias del mercado, desarrollo de soluciones innovadoras y estudios de sostenibilidad en el diseño gráfico. Este enfoque integral permite que los estudiantes adquieran una perspectiva más amplia y comprensiva sobre las implicancias de su profesión.

El principal objetivo de la actividad es generar un espacio de interacción entre las universidades y las empresas del sector gráfico, promoviendo la transferencia de conocimientos y experiencias. Este proyecto tiene como fin colaborar en la mejora de la formación profesional de los estudiantes. Además, se busca afianzar los lazos entre los distintos actores



del sector gráfico, lo que contribuye a la creación de redes profesionales y facilitar la inserción de los futuros profesionales al ámbito laboral.

Otro de los objetivos clave es promover el uso de tecnologías avanzadas y procesos innovadores dentro de la producción gráfica. En este sentido, las empresas socias de UGAR no solo comparten su experiencia, sino que también ofrecen a los estudiantes un acceso directo a las herramientas y maquinarias de última generación utilizadas en la industria, un factor que constituye una ventaja competitiva significativa para los futuros profesionales.

Finalmente, la figura de la coordinadora y promotora de este proyecto, Carola Bustos, fue esencial para la concreción de la actividad. Su esfuerzo y constancia, año tras año, han sido determinantes para que este cruce entre las instituciones educativas y las empresas del sector gráfico se consolide como una plataforma educativa de gran valor. Gracias a su dedicación y vi-



sión, este tipo de colaboraciones continúan siendo una oportunidad invaluable, tanto para los estudiantes como para la industria.

▪ **RELATO DE LA EXPERIENCIA - BELÉN VOGET***

Con las y los estudiantes de 2° año, división "A", turno mañana, del espacio curricular de Producción Gráfica de la Universidad Provincial de Córdoba, realizamos nuestra primera visita del año a la empresa Soluciones Gráficas SRL. Luego, junto a estudiantes de 2° año del espacio curricular Tecnología de La Metro, visitamos la empresa Ananda Pack SRL

La recepción de todas las empresas miembros de la UGAR que visitamos hasta ahora ha sido siempre de lo mejor. Incluso en 2020, cuando estábamos en el período de aislamiento obligatorio, pudimos realizar una visita virtual. En esa ocasión, Germán Prieto, presidente de la Regional por esos años y gerente de Ingraf SRL, conversó largamente con las y los estudiantes.

Tanto el equipo de Soluciones Gráficas SRL como el equipo de Anan-

da Pack SRL volvieron a darnos la bienvenida con los brazos abiertos. La cálida recepción permitió aliviar algunos temores y ansiedades de las y los estudiantes frente a lo desconocido.

En la Visita a Soluciones Gráficas SRL, el presidente de la empresa, Gastón Ferrero, nos acompañó junto a miembros de los equipos de Ventas, Prerensa y Recursos Humanos. En el caso de Ananda Pack SRL, su Gerente General, Pablo Drudi, nos dio una charla sobre la certificación FCS y la importancia de certificar la gestión sostenible y la cadena de custodia. Además, nos brindó todo su amplio conocimiento en packaging, su ingeniería de planta y equipos Venta y de Diseño, que nos orientaron en los procesos productivos de la empresa.

Fuimos avanzando por todos los puestos de trabajo, máquina a máquina, deteniéndonos en cada una de las etapas. Allí, cada representante tomaba la palabra y compartía todo su saber con las y los chicos. Los maquinistas se entusiasmaban con su relato y cuentan los procesos en los que están involucrados. Se



percibía, sobre todo, la pasión con la que realizan su trabajo.

Cuando se lo permitían, las y los estudiantes se iban escabullendo entre las máquinas, se subían a las Heidelberg como si fueran vagones de locomotoras, sus caras se llenaban de sonrisas y los ojos se les hacían cada vez más grandes. Pero esta vez, la gran protagonista de la visita fue la troqueladora. Los visitantes no paraban de sacar fotos y hacer videítos, buscan quedarse con algo de los contenedores de restos de papeles, y esperaban ansiosos poder llevarse alguna muestra de recuerdo. Se ponen contentos y me venían a mostrar lo conseguido, como si fueran niños de cinco años orgullosos con sus tesoros.

Terminado el recorrido, luego de las explicaciones exhaustivas de los diferentes equipos, las empresas nos despidieron con un presente para cada uno de los visitantes.

Hace catorce años que trabajo en la docencia de nivel superior, en la carrera de Diseño gráfico. Cuando comencé, durante una pasantía en 1997, visité una imprenta, y vi de



primera mano lo complejo que es este camino entre lo que los diseñadores hacemos y lo que los gráficos nos reproducen. Dependemos de ellos, son los que materializan nuestros trabajos. Creo fervientemente que el contacto entre ambos campos debe ser cada vez más estrecho, sin dificultades en el camino. Nosotros, los que diseñamos, tardamos lo mismo en hacer bien nuestro trabajo que en hacerlo mal, y hay muchos diseñadores que aún hoy no son conscientes de esto. A veces, a algunos les es difícil cumplir con los instructivos de las gráficas porque les parecen escritos en otro idioma. Por eso, creo que es necesario redoblar la apuesta. Coordino y muevo cielo y tierra para posibilitar estos cruces que nutren, enriquecen, fortalecen, y crean vínculos entre las disciplinas, los futuros diseñadores y las empresas.

Quiero agradecer a la UGAR y a sus miembros por seguir recibiéndonos a mí y a mis estudiantes. Porque seguimos creyendo que entre todas y todos podemos construir un desarrollo laboral más adecuado y más fácil. Si lo logramos, sin ninguna duda, todas y todos resultaremos beneficiados.

**Belen Voget es diseñadora gráfica y docente.*



DESIGNANDO

*jóvenes, educación y
semillero gráfico*

FUTURO:

Por Daniela
Labarthé*



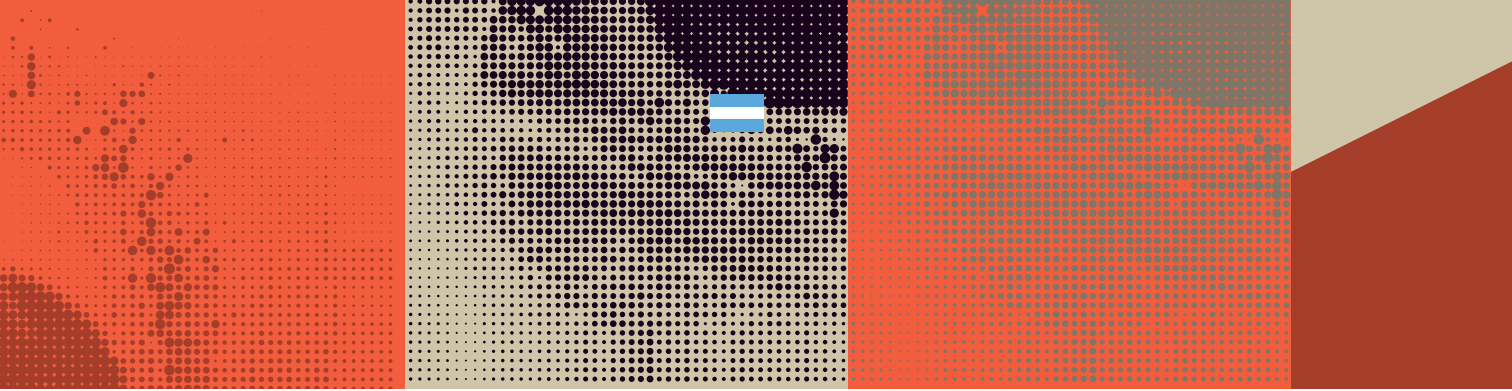
El cierre del año de Gutenberg Futuro es un momento de reflexión, balance y, sobre todo, un renovado compromiso hacia lo que vendrá. Este programa, diseñado y desarrollado por la Fundación Gutenberg, busca integrar educación e industria para potenciar las capacidades de jóvenes estudiantes en el ámbito gráfico y del diseño. Nos permitió reafirmar nuestro propósito: promover la ampliación de oportunidades en las trayectorias educativas de los y las jóvenes, brindándoles herramientas técnicas y habilidades blandas esenciales para su desarrollo profesional. Apostamos a la vinculación entre educación y trabajo como un terreno fértil para la formación y la transición hacia diferentes ámbitos con lógicas particulares.

Trabajar con jóvenes es una responsabilidad y un privilegio. En ellos encontramos no solo la energía y las

ideas para el mañana, sino también la oportunidad de formar un semillero de futuros profesionales para la industria gráfica, el diseño y la comunicación. Brindarles una educación de calidad, con herramientas técnicas actualizadas y habilidades blandas esenciales como el trabajo en equipo, la comunicación y la adaptabilidad, es clave para garantizar que estén preparados para enfrentar los desafíos del mundo laboral.

Nuestra misión sigue siendo favorecer alianzas estratégicas y tender puentes entre el mundo académico y el sector socio productivo, especialmente en la industria gráfica y del diseño. Estas alianzas no solo fortalecen los saberes técnicos, sino que también potencian el desarrollo integral de los estudiantes, combinando conocimientos prácticos con competencias interpersonales necesarias en un entorno dinámico y en constante evolución.







A lo largo de este año, nuestro trabajo estuvo guiado por objetivos claros: visibilizar la industria gráfica como un actor clave en el mapa productivo y cultural, reafirmar el rol del diseño gráfico y digital en la sociedad y la economía, formar profesionales capacitados ampliando tanto sus saberes técnicos como sus habilidades interpersonales, y vincular escuelas, territorios y empresas, generando espacios de aprendizaje aplicados y relevantes.

En este marco, tuvimos el privilegio de conocer a más de 500 estudiantes cuyas historias y proyectos de vida nos inspiraron a seguir mejorando y planteando propuestas superadoras para el próximo año.

A través de nuestras iniciativas, llevamos adelante más de treinta cursos, tanto presenciales como virtuales, abarcando temáticas clave como: costos y presupuestos, preimpresión tanto offset como flexo, impresión flexográfica en varias versiones y cohortes, diferentes tipos de terminado, paquete Adobe (Photoshop, Illustrator, etc.), redes sociales, entre otras temáticas. También trabajamos con más de diez escuelas técnicas del AMBA, con orientación en Diseño y Producción Gráfica y en Diseño y Comunicación Publicitaria y afines, como por





ejemplo la Maestro Quinquela, la ET Maipú, Raggio, Fader, entre otras, e invertimos cerca de 19 millones de pesos en formación y recursos.

Además, organizamos visitas técnicas a empresas, fomentando un intercambio constante entre la educación y la industria. A esto se sumaron jornadas de formación, prácticas profesionalizantes y actividades ACAP, experiencias que no solo acercaron a los estudiantes al mundo laboral, sino que también fortalecieron los vínculos entre ambos sectores, reafirmando nuestro compromiso con una formación integral y de calidad.

Aunque avanzamos mucho, sabemos que el camino por recorrer es

largo. Nos esperan nuevos desafíos, entre ellos, seguir fortaleciendo los vínculos con el sector productivo y consolidar el desarrollo integral de nuestros estudiantes. Cada paso dado este año nos deja la certeza de que estamos construyendo un futuro sólido, basado en la colaboración, el aprendizaje continuo y el desarrollo de habilidades técnicas y humanas.

Agradecemos profundamente a los estudiantes, docentes, colaboradores y aliados que hicieron posible este año lleno de logros. Renovamos nuestro compromiso de seguir diseñando juntos el futuro de la industria gráfica, paso a paso, con la certeza de que lo mejor está por venir.

**Daniela Labarthé es Licenciada en Sociología especializada en Educación, actualmente ejerce como Directora Ejecutiva de Fundación Gutenberg*

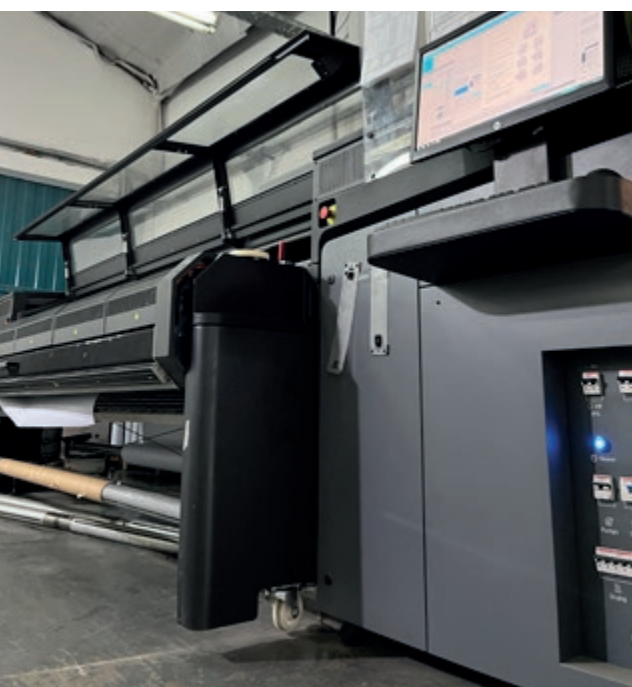
De Argentina para el mundo.

***From Argentina to
the world.***





SOLUCIONES[®]
GRÁFICAS



Cuando una empresa requiere encargar una pieza gráfica, pueden haber muchas opciones. Pero cuando necesita diversos productos gráficos, todas las soluciones están en un solo lugar.

Convergencia de tecnologías al servicio de la GRÁFICA

En el corazón industrial de la Provincia de Córdoba, inserto en plena matriz productiva de industrias pesadas, Soluciones Gráficas se posiciona como un actor relevante en el entramado manufacturero.

Con un comienzo modesto como centro de copiado, esta empresa fundada por Gastón Ferrero es un ejemplo cabal de la planificación a futuro para anticipar las demandas y mantenerse competitivo en un mercado gráfico que ha mutado constantemente en los últimos 34 años.

En una conversación exclusiva con Argentina Gráfica Cromática, Ferrero nos relata cuál es la visión de la empresa para marcar un diferencial en su propuesta de producción y servicios.

▸ **Argentina Gráfica Cromática:** *¿Cómo empezó todo?*

▸ **Gastón Ferrero:** Soluciones Gráficas básicamente es una empresa que nació por allá por el 1991, cuando estudiaba ingeniería electrónica en la Universidad Nacional de Córdoba. En esa época no tenía posibilidad de estudiar sin trabajar, y con la premura de contar con los apuntes, llevaba a fotocopiar al centro los materia-

les. Entonces mis amigos me empezaban a pedir copias para ellos y empecé a ver un negocio. Saqué un préstamo, compré una máquina copiadora y me enganché para meterme dentro de una facultad armando un centro de copiado.

Con el tiempo me asocié con un amigo, fuimos tomando empleados y nos expandimos hacia otros lugares. Llegó un punto en el que tuvimos que comprar máquinas impresoras para empezar a hacer trabajos comerciales. Ese fue el punto de partida del modelo de negocio actual.

Hoy tenemos una planta de 5.000 metros cuadrados con 100 personas trabajando, desde profesionales hasta operarios y comerciales. Siempre sostenemos la premisa de reinvertir todo. Eso nos permite mantener una condición de trabajo constante las 24 horas, a veces incluso en fines de semana.

▸ **AGC:** *¿Qué particularidades tiene ser una empresa ubicada en Córdoba?*

▸ **GF:** Como industria gráfica del interior del país, no tenemos los volúmenes que se manejan en Buenos Aires. Por eso, siempre nos enfocamos en la diversificación. Básicamente, trabajamos cinco líneas de productos. La lí-

nea comercial, que siempre existió aunque ahora está en baja; la línea editorial, que luego de la pandemia está recuperando mucho volumen; después tenemos la línea de packaging, que ya procesamos un volumen de entre 300 a 400 toneladas al mes; tenemos la línea transaccional, donde además de la facturación de las empresas estamos haciendo un desarrollo nuevo con ingeniería de software para realizar operaciones dentro de las bases de datos; y por último tenemos la línea de comunicación visual, con todo lo que es cartelería, indoor, outdoor, puntos de venta, tanto flexibles como rígidos.

▸ **AGC:** *¿Cómo hacen para integrar la tecnología de todas las líneas en una sola planta?*

▸ **GF:** Todas las líneas comparten tecnología en algún punto. Por ejemplo, las mismas máquinas que imprimen para packaging también imprimen para productos editoriales. Tenemos armada una estructura matricial y cruzamos el tipo de tecnología dependiendo del formato y del volumen, además de la pre prensa y las terminaciones.

Soluciones Gráficas es una empresa que tiene mucho know-how en solucionar distintos aspectos



de la producción gráfica. En el caso del packaging, que maneja grandísimos volúmenes, el personal está asignado solamente a ese segmento; mientras que el segmento de comunicación visual también interactúa con todo lo que es editorial.

Esto significa, obviamente, que se trabaja con mucha capacitación y mucho software específico. Más allá de las máquinas para producir, hay mucha inversión en software. Desde un ERP muy potente; hasta software de colorimetría, de tratamiento de bases de datos, o de producciones digitales.

▸ **AGC:** *¿A qué responde esta apuesta fuerte al software de punta?*

▸ **GF:** Nosotros tuvimos que invertir constantemente en software para poder despegarnos de las subjetividades del ser humano. Además, hoy es crucial para la industria gráfica aportar valor al producto y del servicio a través del análisis de proyectos con los clientes.

Tenemos mucha capacidad de estar muy cerca del cliente aportando asesoramiento e investigación. Eso nos distingue porque

tenemos clientes en casi todo el país. Obviamente que el 80 por ciento de nuestros clientes está en un radio de 200 kilómetros, pero también tenemos clientes en Cuyo, en el norte, en la Patagonia y en Buenos Aires.

▸ **AGC:** *¿Qué papel juega esta cercanía con los clientes?*

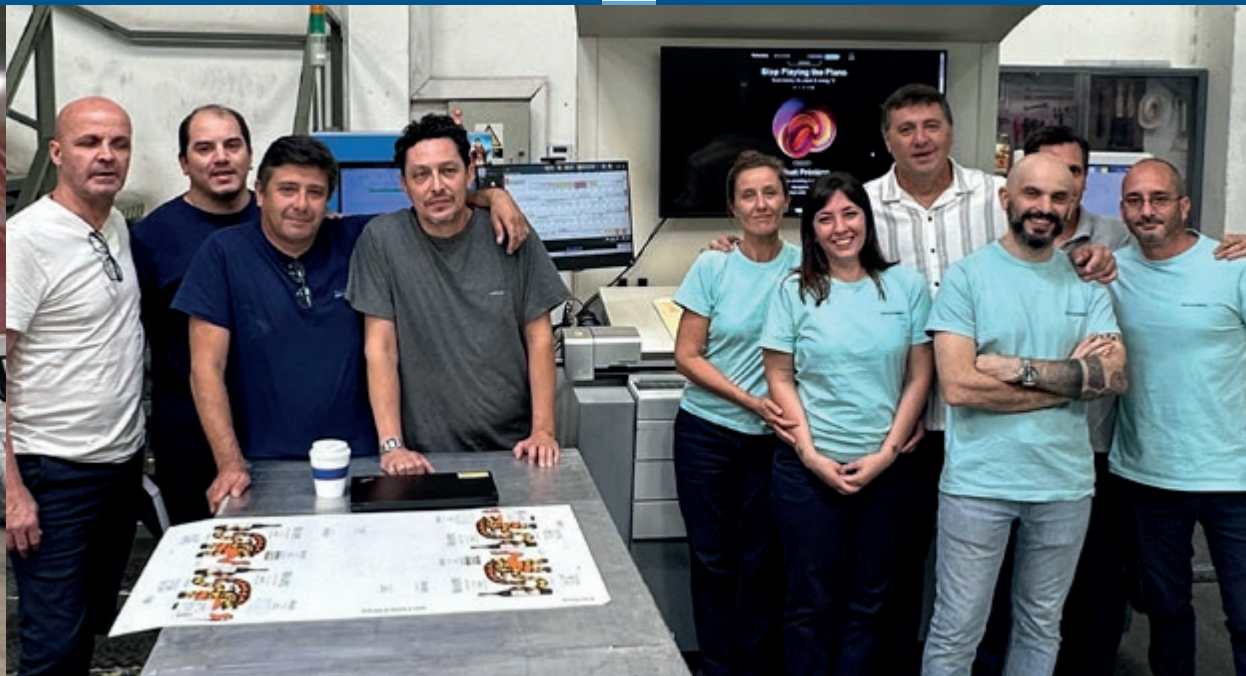
▸ **GF:** Hoy la cercanía juega un papel muy importante porque nuestras empresas tienen que ser mucho más competitivas. Desde Córdoba no solo competís con las empresas locales o de Buenos Aires, sino que también con las que tenés pasando la frontera. Incluso nos pasó que un potencial cliente cotizó su trabajo con nosotros y también en China. Así son las reglas del juego del mundo y nosotros no podemos estar al margen.

Estamos analizando permanentemente el futuro de la empresa, tenemos que pensar hacia dónde va a ir el mundo y qué vamos a hacer respecto al posicionamiento estratégico del país. Digamos por ejemplo que si vamos a apostar al agroalimentario, entonces cuanto más se pueda meter el valor agregado sobre esa industria, mejor.



Todo eso lleva comunicación, por lo que tiene una necesidad directa con la industria gráfica.

Entonces nosotros miramos todo el contexto para orientar nuestro negocio. En un radio de 300 kilómetros de la capital hay un complejo metal-mecánico muy importante. No olvidemos que en Córdoba tenemos tres fábricas automotrices, y a su vez tenemos las industrias de tractores y de las sembradoras de campo. Es un complejo con mucha tecnología



y desarrollo. Todo eso está relacionado con la industria gráfica porque demanda cajas, manuales, etiquetas, catálogos, stands de comunicación visual, muestras, ferias. Nosotros tenemos la capacidad de integrarnos en todos los segmentos. Algunos colegas me dicen que es una locura tener toda esa diversidad, porque es difícil de manejar; pero la realidad es que cuando un segmento se cae, otro lo mantiene vivo. Esto nos permitió sobrevivir y crecer.

▸ **AGC:** *Con todo lo que explicaste sobre el contexto, ¿Hacia dónde están direccionando sus inversiones?*

▸ **GF:** Mirá, hoy concretamente tenemos la mirada puesta sobre inversiones en packaging, tanto en lo que es prensa como en acabados; y también en todo lo relacionado al desarrollo editorial de bajo volumen a demanda y en la implementación de una tecnología vinculada a la comunicación digital.

▸ **AGC:** *¿Podrías explicar un poco más sobre esto último?*

▸ **GF:** Es decir, estamos haciendo foco en procesos digitales que ya

no van a ser solamente productos impresos, sino que van a tener otro tipo de entregables.

Pero este desarrollo no es solo en lo transaccional. Estamos trabajando con el clúster tecnológico de Córdoba para incorporar al packaging otros valores agregados de comunicación sobre el producto que el cliente va a poder apreciar como algo diferencial a lo que hay hoy en el mercado. Es básicamente una integración de plataformas.

Esto es innovación, que puede funcionar o puede fallar. Algunas innovaciones ya las estamos monetizando y otras aún están en el plano de inversión. Todo desarrollo de este tipo conlleva mucha inversión en equipos, software y personal técnico. Tenemos que asumir que la industria gráfica ya no es tal como era, ya no se trata solo de la pieza gráfica. Pensá que tenemos clientes muy importantes a quienes les hacemos un desarrollo de producciones gráficas que consisten en estuches, catálogos y comunicación. Muchos están relacionados con desarrollos de inteligencia comercial y manejo de bases de datos.

▸ **AGC:** *¿Cuántos de los clientes de Soluciones Gráficas demandan más de una línea de producción?*

▸ **GF:** Te diría que el 90% de nuestros clientes. Es una pregunta interesante porque justamente ahora estamos planificando el desarrollo comercial 2025 y ese es uno de los temas.

Casi todos nuestros clientes consumen de las cinco líneas. Por dar un ejemplo, en la industria del maní, lo más demandado son las cajas o el paquete de maní; pero atrás de eso les hacemos desarrollo de catálogos, banners, lonas, todo ese tipo de cosas. Entonces un cliente puede entrar por una línea, y después te empieza a pedir de otras y así puede resolver en nuestra empresa casi todo lo que es la comunicación gráfica.

Una vez un amigo, que es un especialista en comunicación, me dijo “vos estás totalmente loco porque tu nombre te condena”. Y tiene razón, ¡Con la palabra “Soluciones” no le podés decir que no a nada! (risas). Pero eso es una fortaleza en sí misma, porque acá han venido clientes fenomenales que no entraron por su producto más importante. Ese es el valor del servicio y de la cercanía con el cliente.



SOLUCIONES[®]
GRÁFICAS



Convergence of technologies at the service of the GRAPHIC INDUSTRY

When a company needs to order a graphic product, there may be options. But when you need a variety of graphic products, all the solutions are in one place.

In the industrial heart of the Province of Córdoba, in the middle of the heavy industry production matrix, Soluciones Gráficas is positioned as a relevant player in the manufacturing network.

With a modest beginning as a copy center, this company founded by Gastón Ferrero is a prime example of forward planning to anticipate demands and remain competitive in a graphic market that has constantly mutated in the last 34 years.

In an exclusive conversation with Argentina Gráfica Cromática, Ferrero tells us about the company's vision to make a difference in its production and service proposal.

› **Argentina Gráfica Cromática:** *How did it all start?*

› **Gastón Ferrero:** Soluciones Gráficas is basically a company that was born back in 1991, when I was studying electronic engineering at the National University of Córdoba. At that time I had no possibility to study without working, and in a hurry to have

the reading material, I took them downtown to photocopy them. Then my friends started asking me to make copies for them and I started to see a business. I took out a loan, bought a copying machine and got the chance to get into a Faculty setting up a copy center.

Eventually I partnered with a friend, we took on employees and expanded to other locations. At one point we had to buy printing presses to start doing commercial work. That was the starting point of the current business model.

Today we have a 5,000 square meters plant with 100 people working, from professionals to operators and sales people. We always keep the premise of reinvesting everything. This allows us to maintain a constant working condition 24 hours a day, sometimes even on weekends.

› **AGC:** *What are the particular characteristics of being a company located in Córdoba?*

› **GF:** As a printing industry in the interior of the country, we do not have the volumes that are handled in Buenos Aires. Therefore, we al-

ways focus on diversification. Basically, we work with five product lines. The commercial line, which has always existed although it is now in decline; the editorial line, which after the pandemic is recovering a lot of volume; then we have the packaging line, in which we already process a volume of between 300 to 400 tons per month; we have the transactional line, where in addition to the invoicing of the companies we are developing a new transactional service with software engineering to perform operations within the databases; and finally we have the visual communication line, with everything related to signage, indoor, outdoor, points of sale, both flexible and rigid.

› **AGC:** *How do you integrate the technology of all the lines in a single plant?*

› **GF:** All of our lines share technology at some point. For example, the same presses that print for packaging also print for editorial products. We have a matrix structure and we cross the type of technology depending on the format and volume, as well as prepress and finishing.



Soluciones Gráficas is a company that has a lot of know-how in solving different aspects of graphic production. In the case of packaging, which handles very large volumes, the staff is assigned only to that segment, while the visual communication segment also interacts with everything related to editorial.

This obviously means working with a lot of training and a lot of specific software. Beyond the machines to produce, there is a lot of investment in software. From a very powerful ERP, to colorimetry software, database processing, or digital productions.

› **AGC:** *What is the reason for this strong commitment to state-of-the-art software?*

› **GF:** We had to constantly invest in software to be able to detach ourselves from the subjectivities of human beings. In addition, today it is crucial for the printing industry to add value to the product and service through the analysis of projects with customers.

We have a great capacity to be very close to the customer, pro-

viding advice and research. This distinguishes us because we have customers almost all over the country. Obviously, 80 percent of our clients are within a radius of 200 kilometers, but we also have clients in Cuyo, in the north, in the Patagonia region and in Buenos Aires.

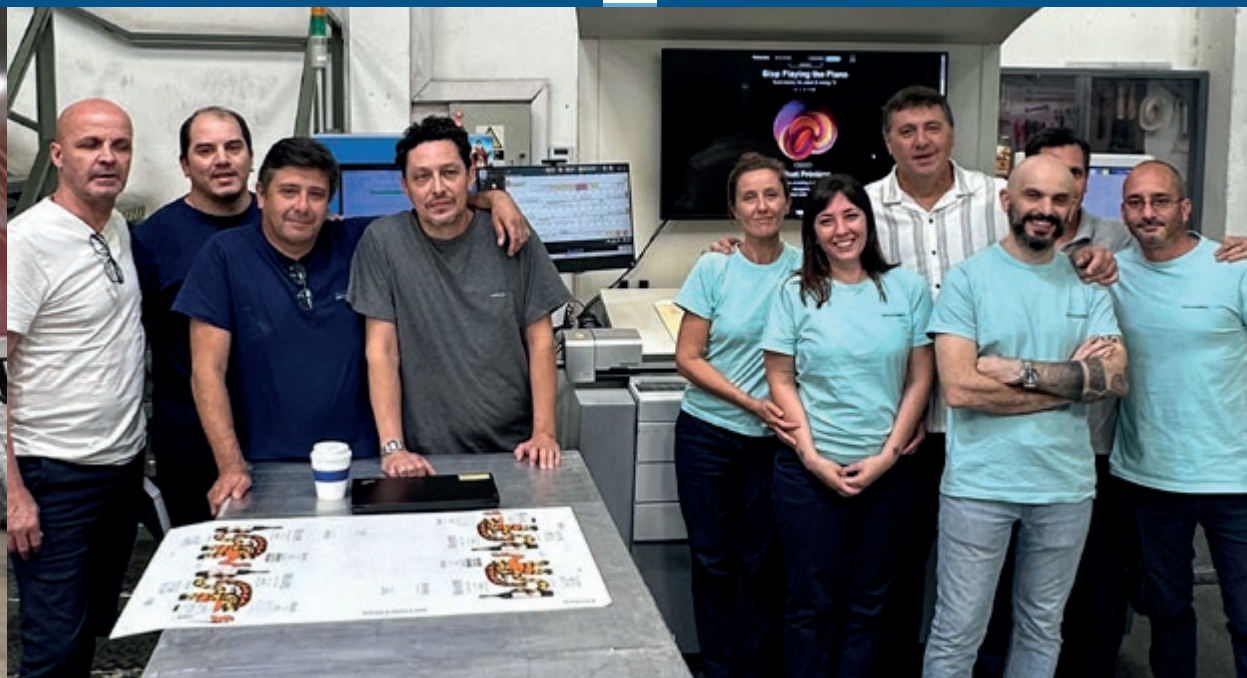
› **AGC:** *What role does this closeness to customers play?*

› **GF:** Today, closeness plays a very important role because our companies have to be much more competitive. From Córdoba you not only compete with local companies or those from Buenos Aires, but also with those across the border. It even happened to us that a potential client budgeted his work with us and also in China. These are the rules of the game in the world and we cannot be on the sidelines.

We are permanently analyzing the future of the company, we have to think about where the world is going and what we are going to do regarding the strategic positioning of the country. Let's say, for example, that if we are going to bet on agri-food, then the more added value we can

put on that industry, the better. All this leads to communication, so it has a direct need with the graphic industry.

So we look at the whole context to guide our business. There is a very important metal-mechanic complex within a three hundred kilometers radius of the capital city. Let's not forget that in Córdoba we have three automotive factories, and at the same time we have the tractor and planter in-



dustries. It is a complex with a lot of technology and development. All this is related to the graphic industry because it demands boxes, manuals, labels, catalogs, visual communication stands, samples, fairs. We have the capacity to integrate all segments. Some colleagues tell me that it is crazy to have all that diversity, because it is difficult to manage; but the reality is that when one segment falls, another keeps it alive. This has allowed us to survive and grow.

› **AGC:** *With everything you explained about the context, where are you directing your investments?*

› **GF:** Look, today we are specifically aiming at investments in packaging, both in terms of presses and post-press; and also in everything related to the development of low-volume on-demand publishing and the implementation of technology linked to digital communication.

› **AGC:** *Could you explain a little more about the latter?*

› **GF:** In other words, we are focusing on digital processes that will

no longer be only printed products, but will have other types of deliverables.

But this development is not only transactional. We are working with the technological cluster of Córdoba to incorporate to the packaging other added values of communication about the product that the customer will be able to appreciate as something different from what is currently available in the market. It is basically an integration of platforms.

This is innovation, which may work or may fail. Some innovations are already being monetized and others are still at the investment stage. Any development of this type involves a lot of investment in equipment, software and technical personnel. We have to assume that the graphic industry is no longer as it was, it is no longer only about the graphic piece. Consider that we have very important clients for whom we develop graphic productions consisting of cases, catalogs and communication. Many of them are related to business intelligence developments and database management.

› **AGC:** *How many of your customers demand more than one production line?*

› **GF:** I would say 90% of our customers. It is an interesting question because we are just now planning the 2025 business development and that is one of the issues.

Almost all of our customers consume from all five lines. To give you an example, in the peanut industry, the most demanded products are the boxes or the peanut package; but besides that we develop catalogs, banners, tarpaulins, all that kind of things. So a client can reach us for one line, and then he starts asking for others and in this way he can solve within our company almost everything related to graphic communication.

A friend of mine, who is a specialist in communication, once told me “you are totally crazy because your name condemns you”. And he is right, with the word “Solutions” you can’t say no to anything (*laughters*). But that is a strength in itself, because we have had phenomenal clients who did not come to us for their most important product at first. That is the value of service and closeness to the customer.





FONDO MONETARIO INTERNACIONAL

PERSPECTIVAS DE LA ECONOMÍA MUNDIAL

El Fondo Monetario Internacional publicó su informe de octubre de 2024, donde prevé un crecimiento estable pero con tasas desalentadoras, y que la balanza de riesgos se inclina hacia el deterioro. A continuación, Argentina Gráfica Cromática reproduce la introducción del documento, redactada por el Consejero Económico Pierre-Olivier Gourinchas.*



La batalla mundial contra la inflación está prácticamente ganada, a pesar de que en algunos países persisten presiones sobre los precios. Tras alcanzar un máximo del 9,4% interanual en el tercer trimestre de 2022, ahora se proyecta que la tasa de inflación general se sitúe en el 3,5% para finales de 2025, por debajo del promedio del 3,6% del período comprendido entre 2000 y 2019.

Además, pese al endurecimiento acusado y sincronizado de la política monetaria en todo el mundo, la economía mundial ha seguido dando muestras de una resiliencia poco habitual durante el proceso de desinflación, lo que ha permitido evitar una recesión global. Se prevé que el crecimiento se mantenga estable en una tasa del 3,2%, a pesar de que en algunas economías, especialmente en países en desarrollo de ingreso bajo, se han producido considerables revisiones a la baja del crecimiento, a menudo como consecuencia de una intensificación de los conflictos.

Aunque el retroceso mundial de la inflación es un hito importante, los riesgos de deterioro están aumentando y ahora dominan las perspectivas: una escalada de los conflictos regionales, la prolongación excesiva de la orientación restrictiva de la política monetaria, una posible rea-


parición de la volatilidad en los mercados financieros que tenga efectos adversos en los mercados de deuda soberana (véase la edición de octubre de 2024 del Informe sobre la estabilidad financiera mundial), una desaceleración más pronunciada del crecimiento en China y el continuo aumento de las políticas proteccionistas.

La batalla mundial contra la inflación casi está ganada; ahora se necesita un triple giro en las políticas.

¿A qué se debe el descenso de la inflación? Como sostiene el capítulo 2 de este informe, la escalada y el posterior retroceso de la inflación mundial son consecuencia de una combinación excepcional de shocks: las amplias perturbaciones de la oferta junto con fuertes presiones de demanda que se produ-

dujeron a raíz de la pandemia, seguidas por las acusadas subidas de los precios de las materias primas que causó la guerra de Ucrania.

Estos shocks dieron lugar a un desplazamiento hacia arriba y un aumento de la pendiente de la relación entre la actividad y la inflación, la curva de Phillips. Cuando las perturbaciones de la oferta cedieron y el endurecimiento de la política monetaria empezó a frenar la demanda, la normalización de la situación en los mercados de trabajo permitió un rápido descenso de la inflación sin una ralentización significativa de la actividad. Es obvio que bue-



na parte de la desinflación puede atribuirse a la propia corrección de los shocks y, en menor medida, a la mejora de la oferta de mano de obra, con frecuencia vinculada a la inmigración. Pero la política monetaria también fue una pieza clave, ya que contribuyó a mantener ancladas las expectativas de inflación, lo que permitió evitar espirales de precios y salarios perjudiciales y que se repitiera la desastrosa experiencia inflacionaria de la década de 1970.

El retorno de la inflación a niveles próximos a las metas de los bancos centrales allana el camino para un triple giro muy necesario en las políticas económicas.


El primer giro, el de la política monetaria, ya ha comenzado. Desde junio, los principales bancos centrales de economías avanzadas han empezado a bajar sus tasas de interés de política monetaria, adoptando una orientación más neutral en su política. Esto respaldará la actividad en un momento en el que los mercados de trabajo de muchas economías avanzadas muestran indicios de debilidad, con un ascenso de las tasas de desempleo. También ayudará a conjurar los riesgos de deterioro.

El cambio en las condiciones monetarias mundiales está aliviando

la presión sobre las economías de mercados emergentes, cuyas monedas se están revalorizando frente al dólar estadounidense y donde las condiciones financieras están mejorando. Esto contribuirá a reducir las presiones inflacionarias importadas y permitirá que estos países recorran más fácilmente sus propias sendas de desinflación.

Pero la política monetaria también fue una pieza clave, ya que contribuyó a mantener ancladas las expectativas de inflación

No obstante, sigue siendo muy importante estar vigilantes. La inflación en los servicios se mantiene en niveles excesivamente elevados, que casi duplican los observados antes de la pandemia. Algunas economías de mercados emergentes afrontan un resurgimiento de las presiones inflacionarias, en ocasiones como consecuencia de los elevados precios de los alimentos. Además, ahora hemos entrado en un mundo dominado por las perturbaciones de la oferta, causadas por cuestiones climáticas, de salud y geopolíticas. A la política monetaria siempre le resulta más difícil mantener la estabilidad de precios cuando debe hacer frente a este tipo de shocks, que incrementan los precios y reducen el producto de manera simultánea. Por último, aunque las expectativas de inflación han permanecido bien ancladas en esta ocasión, es posible que la próxima vez esto sea más difícil, ya que los trabajadores y las



empresas estarán más vigilantes para proteger su nivel de vida y las ganancias.

El segundo giro es el que afecta a la política fiscal. El espacio fiscal también es un pilar fundamental de la estabilidad financiera. Tras años de una política fiscal expansiva, ha llegado el momento de estabilizar la dinámica de la deuda y recomponer unas reservas fiscales sumamente necesarias. Aunque el descenso de las tasas de interés de política monetaria proporciona cierto alivio fiscal al reducir los costos de financiamiento, no será suficiente, sobre todo porque las tasas de interés reales a largo plazo están muy por encima de los niveles prepandémicos. En muchos países, se han de mejorar los saldos fiscales primarios, es decir, la diferencia entre el ingreso fiscal y el gasto público, neto del servicio de la deuda. En algunos, como Estados Unidos y China, la dinámica de la deuda no se estabilizaría con los actuales planes fiscales (véase la edición de octubre de 2024 del informe Monitor Fiscal). En muchos otros, pese a que los planes fiscales elaborados tras la pandemia y las crisis del costo de la vida parecían prometedores, cada vez hay más indicios de desviación. No hay mucho margen de maniobra: retrasar injustificadamente los ajustes incrementa el riesgo de ajustes desordenados impuestos por el mercado, mientras que un giro excesivamente abrupto hacia la consolidación fiscal sería contraproducente y dañaría la actividad económica. Para tener

éxito, se ha de mantener el rumbo poniendo en práctica sin demora ajustes plurianuales graduales y creíbles allí donde la consolidación sea necesaria. Cuanto más creíble y disciplinada sea la consolidación fiscal, más apoyo podrá proporcionar la política monetaria. Sin embargo, hasta la fecha no ha habido ni la voluntad ni la capacidad necesarias para ejecutar ajustes disciplinados y creíbles.

El tercer giro —el más complicado— es el de las reformas estructurales. Es preciso redoblar los esfuerzos para mejorar las perspectivas de crecimiento y elevar la productividad, ya que solo así podremos dar respuesta a los múltiples retos a los que nos enfrentamos: la recomposición de las reservas fiscales, el envejecimiento y la reducción de la población en muchas partes del mundo, la juventud y el crecimiento de la población africana en busca de oportunidades, la transición climática, el aumento de la resiliencia y la mejora de la vida de quienes son más vulnerables, tanto dentro de los países como a escala internacional. Por desgracia, las perspectivas de crecimiento mundial a mediano plazo (3,1%) siguen siendo poco prometedoras. Pese a que, en buena medida, esto es reflejo de la mayor debilidad de las previsiones para China, las perspectivas a mediano plazo de otras regiones, como América Latina y la Unión Europea, también han empeorado. El informe Draghi publicado recientemente ofrece un análisis realista



del deterioro de las perspectivas de crecimiento de la UE y de los desafíos asociados.

Ante el aumento de la competitividad externa y las debilidades estructurales de las manufacturas y de la productividad, muchos países están poniendo en práctica medidas de política industrial y comercial destinadas a proteger a sus trabajadores y sus sectores productivos. Aunque en ocasiones estas medidas pueden estimular la inversión y la actividad a corto plazo —especialmente cuando se basan en subsidios financiados mediante deuda—, con frecuencia dan lugar a represalias, tienen escasas probabilidades de propiciar mejoras sostenidas del nivel de vida en el país o fuera, y deberían rechazarse de plano cuando no hayan sido cuidadosamente concebidas para corregir fallos del mercado bien identificados o para dar respuesta a problemas de seguridad nacional.

El crecimiento económico debe lograrse mediante reformas internas ambiciosas que impulsen la tecnología y la innovación, mejoren la competencia y la asignación de los recursos, profundicen en la integración económica y estimulen la inversión productiva privada.

Sin embargo, aunque las reformas estructurales son más urgentes que nunca, con frecuencia se enfrentan a una significativa resistencia social. El capítulo 3 del informe explora los factores que determinan la acepta-



bilidad social de las reformas, que es uno de los requisitos previos para que puedan tener éxito. El mensaje del capítulo es claro: la mejora de la comunicación no basta. Lo que es esencial es fomentar la confianza entre los gobiernos y los ciudadanos —un proceso bidireccional a lo largo del diseño de las políticas— e incluir medidas de compensación adecuadas para mitigar el impacto distributivo. Esta es una importante lección que también deberíamos tener en cuenta cuando tratemos de encontrar formas de seguir mejorando la cooperación internacional e intensificar nuestros esfuerzos multilaterales para dar respuesta a los desafíos comunes, ahora que celebramos el 80° aniversario de las instituciones de Bretton Woods.

***FMI, “Introducción”
Perspectivas de la Economía
Mundial,**
octubre de 2024.

[https://doi.org/10.5089/
9798400287855.081](https://doi.org/10.5089/9798400287855.081)

Traducción al español
©International Monetary Fund.
Reimpreso con autorización.



ECO3

110 Años al servicio de la Industria Gráfica

En 2024, ECO3 (antes Agfa) celebró con orgullo sus 110 años de presencia en Argentina, un hito que refleja su compromiso continuo con la industria gráfica. A lo largo de este artículo, abordaremos la evolución de la empresa en los últimos años, así como algunos datos anecdóticos sobre la fundación de Agfa en Argentina en 1914.

Desde sus inicios, ECO3 ha acompañado a sus clientes de manera ininterrumpida, brindando soluciones innovadoras y adaptándose a las necesidades cambiantes del mercado durante más de un siglo.

ECO3 es un proveedor global líder de sistemas de preimpresión para la industria gráfica. Imprentas comerciales, de periódicos, de envases y de etiquetas pueden disponer de la gama más amplia de soluciones integradas, desde planchas de impresión, sistemas CtP y software de

flujo de trabajo hasta productos químicos para la sala de prensa.

Las soluciones están diseñadas con el objetivo en mente de ofrecer mayor productividad, menores costos y resultados más ecológicos en cada etapa del proceso de impresión. Esta visión es la que ECO3 resume en su lema: "You Print. We Care" ("Tú Imprimas. Nosotros nos Ocupamos").

En este sentido, ECO3 mantiene un compromiso férreo con la innovación continua en productos y servicios, enfocándose en tres aspectos "ECO":



ECOLOGICAL

ECONOMICAL

EXTRA
CONVENIENCE

-Ecología: Menor huella de CO₂, producción más ecológica, minimizar el uso de productos químicos, eliminar el consumo de agua y reducir el consumo de tinta.

-Economía: Mejorar el costo total de propiedad, reducir actividades

manuales, reducir los desechos y mejora en el secado y tiempo de cambio.

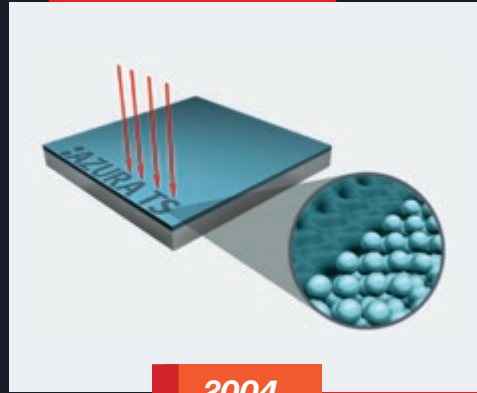
-Extra conveniencia: soluciones fáciles y eficientes de operar, enfoque de componentes compatibles, servicio y soporte remoto y local, tranquilidad y seguridad.



1993



1993



2004

La historia de ECO3

La "Aktien-Gesellschaft für Anilin-Fabrikation" (Agfa), se funda como un fabricante de tintes sintéticos.

1867

Con la adquisición de Compugraphic Corporation, Agfa entra en el mundo de la tecnología de preimpresión digital.

1988

LithoStar es la primera plancha de impresión dedicada a la tecnología Computer-to-Plate (CtP) en el mundo.

1993

Apogee es la primera solución de flujo de trabajo de preimpresión basada en PDF.

1993

La capacidad de fabricación de planchas se expande con la adquisición de la división de Artes Gráficas de Hoechst y DuPont.

1997

Las adquisiciones de Autologic y, posteriormente, Pro-Image, amplían el portfolio de soluciones para periódicos.

2001

Se inaugura una nueva fábrica de planchas de impresión en Wuxi, China.

2003

Azura, la primera plancha CtP libre de productos químicos, es un éxito rotundo.

2004

Al adquirir Bodoni Systems, se agrega el software de estandarización de impresión PressTune al portfolio.

2017

Todas las soluciones de preimpresión se agrupan en la división Agfa Offset Solutions.

2018

Creación de SPIR@L, una solución de trama patentada que mejora la calidad de impresión y reduce el consumo de tinta.

2020

Lanzamiento de Amfortis, una solución integral de flujo de trabajo para la impresión de envases.

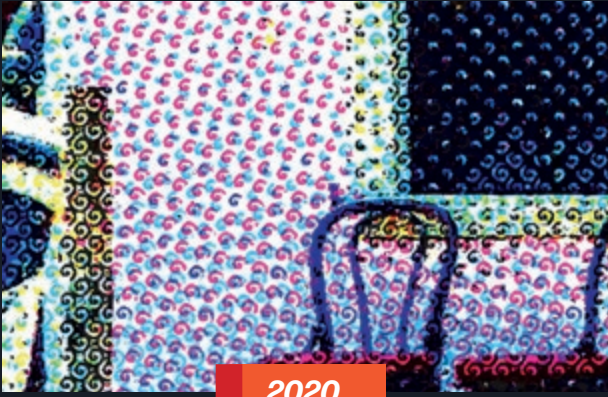
2022

Aurelius adquiere Agfa Offset Solutions y la lanza como ECO3.

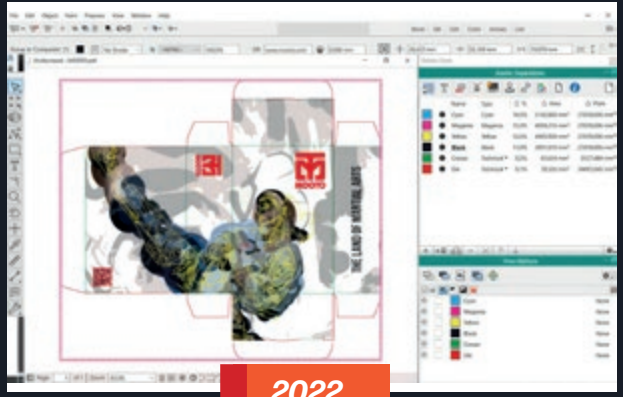
2023

ECO3 lanza un nuevo portfolio para la industria de etiquetas flexográficas.

2023



2020



2022



Presencia en Argentina

La historia de Agfa en la Argentina hay que rastrearla a través de sus dos principales marcas componentes: Agfa y Gevaert. También es importante hablar de Perutz o de Bayer, dado que en las distintas épocas se vendieron productos fotográficos con estas marcas, pero

en rigor no fueron el origen directo de la empresa AGFA-Gevaert Argentina SA.

A raíz de la preferencia por el papel Gevaert "Platino" del destacado pintor y fotógrafo romano Franz Van Riel, establecido con Estudio Galería en Buenos Aires, se pudo rastrear la presencia del primer



+1500 PROFESIONALES
trabajando para ECO3



30+
oficinas de Ventas y Servicios



CANAL DE VENTA
para cobertura global

779 M
de ganancias 2022 en Europa



3 PLANTAS
produciendo planchas para
impresión



2 CENTROS I+D
en Bélgica e Israel



Los delegados comerciales de la "L GEVAERT & Co" en 1914. El primero parado a la izquierda es Felix Ottersbach de Argentina; y el tercero sentado desde la izquierda, es Lieven Gevaert



delegado oficial de Gevaert en la Argentina, para 1914. Se trata de Félix Ottersbach, designado a tales efectos por la "L Gevaert & Co" de Bélgica, para Argentina y Brasil.

En realidad, la decisión de instalación en la Argentina fue tomada en 1913; y que así figura en el balance de ese ejercicio publicado por la firma aludida. Pero 1914 es la fecha definitiva del inicio de las actividades oficiales de la firma en Argentina. Para esos mismos años (1914-1915) se publicaba la exitosa "Agfa Guía", pero con dirección de referencia en Berlín. También se promocionaban las placas fotográficas Agfa "Cromo Isolar e Isorapid"

Hace 110 años comenzó una larga y fecunda historia forjada por pioneros, visionarios y entusiastas. Lo que hoy se denomina ECO3 está constituido por tres vertientes, primero Gevaert, seguida por Agfa e incorporando ambas posteriormente a FIFA (Fabricación Industrial Fotográfica Argentina) como unidad de producción. Esta última concentraba la producción en la Argentina para toda Latinoamérica. La labor intensa y efectiva de las sucesivas generaciones de colaboradores que

fueron ingresando a la empresa desde sus primeros pasos en 1914 hasta nuestros días permitió ganar una posición preponderante en el mercado local para los productos de la marca, así como logrando también el mismo posicionamiento en muchos otros de Latinoamérica.

El crecimiento de la actividad de la empresa no hubiese sido posible sin el decidido apoyo de la casa matriz, la cual ha manifestado en todo momento a lo largo de los años su confianza y comprensión a través de los abruptos altibajos económicos que vivió el país, otorgando los recursos necesarios como para sostener un importante ritmo de crecimiento.

El grupo humano formado por los colaboradores de ECO3 en Argentina brinda continuidad al legado de una historia fecunda y apasionante. A través de este equipo de personas, complementado con la incorporación permanente de nuevas tecnologías y una vocación incansable compartida por todos hacia la calidad, en el sentido amplio del concepto, ECO3 inaugura un nuevo capítulo de su extensa historia al servicio de la Industria Gráfica en Argentina.

ECO3



LOS BRAZOS DEL FUTURO



La industria gráfica se caracteriza por integrar fácilmente los avances tecnológicos a sus procesos. El desarrollo de la robótica integrada a la industria es otro claro ejemplo con el cual la gráfica puede optimizar su calidad y márgenes de ganancia más allá de las fronteras previamente establecidas.



La automatización de procesos es un concepto nacido del fordismo que en su momento permitió estandarizar la producción en masa de un mismo producto. Por supuesto que la idea de “automatización” distaba mucho de la actual, porque muchas partes de ese proceso seguía siendo esencialmente manual.

Hoy en día, la idea de automatización adquiere muchas aristas. Se puede automatizar no solo la producción en sí misma; como se observa en la gráfica la evolución desde la utilización de tipos, la linotipografía, el offset y finalmente la impresión digital; sino también otros aspectos como el control de calidad e incluso el mantenimiento de los equipos.

La robótica es un aspecto de la automatización que no suele pensarse dentro de la industria gráfica, pero su implementación ya se encuentra consolidada, especialmente en el rubro del packaging que es altamente competitivo y con grandes demandas técnicas por parte de sus clientes.

Rememorando aquellas incipientes líneas de ensamblaje, en las que varias personas hacían las mismas tareas repetitivas y manuales por horas; las plantas modernas reemplazan esos cientos de brazos humanos, por apenas unos pocos brazos mecánicos. La comparación de fuerza y velocidad es evidente, liberando a las personas de agotadoras jornadas manuales para dedicarse a tareas que requieran del uso de la razón. El límite de estos robots está en lo que se pueda programar.

MEJORANDO LOS PROCESOS

Para tener un mejor panorama de los aspectos en que la robótica puede optimizar la producción de las piezas gráficas, se puede realizar un repaso de los puntos más destacados.

Mayor eficiencia: Uno de los efectos más inmediatos y visibles de la robótica es la mayor eficiencia de los procesos de producción. Las máquinas automatizadas funcionan a mayor velocidad y con mayor precisión con un rendimiento constante, lo que reduce los tiempos de producción y los costos.

Menor margen de error: La automatización que aporta la robótica en la manipulación de materiales permite reducir el margen de error humano, permitiendo que la calidad final del producto también se vea mejorada.





Reducción de desperdicios: rectamente ligado con los dos puntos anteriores, la reducción del margen de error significa una mayor eficiencia incluso en el aprovechamiento de los recursos materiales, ya que no habrá errores en su manipulación.

Reducción de costos: Esto sucede como una conclusión lógica de las mejoras hasta aquí mencionadas. A esto se le suma también que la implementación de la robótica permite disponer de manera más eficiente del personal, asignándolo a tareas calificadas que aporten mayor valor agregado y, a su vez, permitiendo que las partes del proceso automatizadas con robótica pasen a tener un

costo más previsible y más fácil de cuantificar.

Flexibilidad: Una de las ventajas de las máquinas automatizadas es su flexibilidad. La robótica es muy adaptable y puede ajustarse fácilmente a diferentes requisitos y materiales de impresión. Tanto si se trata de distintos tamaños de papel o materiales, como de manejar diversas opciones de acabado, los brazos robóticos pueden cambiar rápidamente de una tarea a otra sin necesidad de grandes ajustes manuales.

- APLICANDO LOS BRAZOS

Algunas imprentas han adoptado la robótica para automatizar

diversas tareas, como la carga y descarga de las máquinas de impresión. Los robots pueden realizar con precisión tareas repetitivas y físicamente exigentes, liberando a los operarios para tareas más complejas, como ya se mencionó.

Ahora bien, esta tecnología ya se aplica a procesos dentro de la industria, como pueden ser los siguientes:

Manipulación de papel o sustrato: La manipulación del papel en sí mismo es una etapa esencialmente manual y repetitiva. Además, el papel varía de acuerdo a su tamaño, gramaje y otros factores; por lo cual los requisitos y es-



pecificaciones serán diferentes según el trabajo a realizar. Al cargar el papel, un operario tendrá que recoger las hojas, separarlas y airearlas; siempre teniendo en cuenta las especificaciones del trabajo.

Con la integración de robots, ahora es posible automatizar este proceso. Los brazos robóticos dobles recogen pequeñas secciones de hojas y luego doblan la pila para garantizar la separación de las páginas. A continuación, los brazos elevan, maniobran y colocan las hojas para su aireación. A su vez, como cada lote de papel puede tener sus propias especificaciones, los brazos se pueden programar para adaptarse a las especificaciones concretas. La capacidad de un robot para ajustarse a estas especificaciones garantiza que el lote de papel no presente defectos durante su manipulación, separación y aireación.

Paletización: El paletizado manual depende demasiado de la fuerza física de un empleado, su nivel de agotamiento y de las especificaciones del lote de papel, incluidos el tamaño y el peso. Incluso, a menudo puede requerir más de un empleado para completarse y es propenso a errores humanos. Puede causar lesiones o provocar la inestabilidad de los pallets y posibles daños. Como mínimo, cualquiera de estos escenarios ralentizará la producción y requerirá mano de obra adicional para corregirlo.

Los robots se han integrado en este proceso para hacerlo más eficiente. Los brazos robóticos pueden manejar más peso, moverse más rápido y embalar

más palés con mayor precisión y, sobre todo, previsibilidad de tiempo.

Embalaje y desembalaje del papel: Los materiales impresos suelen embalsarse según las especificaciones solicitadas por el cliente. Cuando se hace manualmente, una línea de operarios separa los materiales y los embala.

Los brazos robóticos pueden hacerlo con más rapidez y precisión. Sacan el papel de la línea de producción e introducen el lote en las cajas para embalarlo. Incluso pueden utilizar cinta adhesiva para precintar la caja y dejarla lista para el envío.

Alternativamente, estos brazos robóticos pueden sacar los materiales de las cajas y apartar el embalaje. Programados para seguir especificaciones, los brazos robóticos ejecutarán sin problemas un nuevo conjunto de especificaciones.





▪ RECAPITULANDO

La implementación de la robótica en la línea de producción gráfica invariablemente aporta mayor eficiencia y previsibilidad al proceso.

Es cierto también que hay ciertas barreras de entrada para esta inversión, principalmente su alto costo inicial y su mantenimiento también requerirá de repuestos específicos y personal técnico especializado.

No obstante, los beneficios son amplios, aún en la perspectiva de un costo de mantenimiento previsible, contando con una performance constante e invariable, mejora en los tiempos productivos y permitiendo también reducir los riesgos de accidentes laborales en tareas manuales.

Los procesos de la industria gráfica invariablemente converge hacia la integración de la robótica a medida que la tecnología se desarrolla y se vuelve más accesible y adaptable a las especificaciones del sector.

TESTIMONIOS DEL MÁS ACÁ

Repasando la aplicación de esta tecnología en territorio argentino, podemos tomar dos casos ilustrativos:

► MARCELO RECIO, ESTABLECIMIENTO GRÁFICO IMPRESORES:

“Si vos invertís en robótica, en logística inteligente, lográs bajar tu costo operativo y reducir el margen de error humano porque las máquinas operan de forma constante con un costo de mantenimiento también constante y medible; mientras que el personal que antes se dedicaba a esas labores lo reconvertimos con capacitaciones y los pudimos asignar en otros sectores con tareas de más importancia.”

► ALEJO RASTELLINO, BOLSAPEL:

“Nosotros estamos muy vinculados a la industria alimenticia donde hay una normativa de buenas prácticas de manufactura que exige que cuando las bobinas estén en su etapa final no sean tocadas por personas; o bien en el caso de que ocurra tenés que hacer control de hisopado de manos, lo cual puede ser difícil de aplicar consistentemente en una planta que trabaja las 24 horas. Este tipo de soluciones te permite que una vez que la bobina entre en la última máquina del proceso, ya nadie más toque ese material. Entonces desde el punto de vista de inocuidad y de la parte de salud laboral para la gente, es muchísimo más amigable.”





Coyuntura anual de Suzano Stenfar

Concluyendo un año con una agenda con importantes actividades, Suzano Stenfar nos ofrece un último panorama de sus últimas novedades del 2024, tanto en el plano local como respecto a su casa matriz.

SUZANO STENFAR REINAUGURA SUS OFICINAS EN AVELLANEDA CON UNA INVERSIÓN DE IMPACTO

Stenfar anunció la finalización de un ambicioso proyecto de renovación de sus oficinas y depósitos ubicadas en Avellaneda. Esta importante inversión ha transformado por completo la planta baja, el primer piso y la fachada del edificio, brindando un espacio de trabajo moderno, funcional y acorde a las necesidades de la empresa y sus colaboradores.

La ceremonia de inauguración contó con la presencia de una importante delegación de Suzano Brasil, conformada por el Commercial Director, André Junqueira; el Executive Manager, Lucas Brito Costa Almeida; el Corporate Finance Director, João Vitor Zocca Moreira; y la HR Manager, Rachel Velloso Velloso. Los representantes de Suzano expresaron en su visita la importancia de esta iniciativa para el desarrollo de la compañía.

Por su parte, el CEO de Suzano Stenfar, Ariel Groschaus, expresó su satisfacción por la finalización de esta obra y resaltó: “Esta renovación representa un



Queremos ofrecer un entorno de trabajo que inspire la creatividad y la productividad, y que sea un reflejo de los valores de nuestra empresa





compromiso de Stenfar con la innovación, la sostenibilidad y el bienestar de nuestros empleados y clientes. Queremos ofrecer un entorno de trabajo que inspire la creatividad y la productividad, y que sea un reflejo de los valores de nuestra empresa”.

Entre las principales mejoras de las instalaciones se destacan:

- **Planta baja:** Se renovó el portón y el ingreso a la empresa, modernizando el sector y sumando acceso para personas con discapacidad. Se agregaron oficinas y se instaló un árbol que representa el lema corporativo, “Renovar la vida a través del árbol”.
- **Primer piso:** Se instaló una gran sala de capacitaciones y reuniones, con equipamiento moderno y tecnológico. También se diseñó un showroom para presentación de productos y poder recibir a clientes y partners.
- **Fachada:** Se renovó el ingreso y toda la fachada, con instalación de nueva cartelería y con un diseño más representativo de la actualidad del Grupo.

Con esta renovación, Suzano Stenfar reafirma su posición como una empresa líder en el sector y consolida su presencia en Argentina.

■ SUZANO COMPLETA LA ADQUISICIÓN DE DOS INSTALACIONES INDUSTRIALES DE PACTIV EVERGREEN EN EEUU

Suzano completó la adquisición de dos activos industriales de Pactiv Evergreen en Arkansas y Carolina del Norte, Estados Unidos. Se han cumplido todas las condiciones para completar el acuerdo que fuera anunciado en julio de 2024, a través de una transacción valorada en us\$110 millones.

La adquisición de las fábricas en Pine Bluff y Waynesville, que fabrican cartulina para envases de líquidos y vasos, agrega aproximadamente 420 mil toneladas anuales de cartulina a la capacidad de producción de Suzano. La empresa brasileña se convertirá ahora en un importante proveedor de papeles utilizados para producir Liquid Packaging Board en América del Norte.

El Vicepresidente ejecutivo de Papel y Embalaje de Suzano y Director Ejecutivo de Suzano Packaging US, Fabio Almeida, señaló: “Nuestro objetivo es ampliar nuestras operaciones para satisfacer la creciente demanda mundial de embalajes a base de papel. Nuestro exitoso historial de integración de activos nos da la confianza de que podremos mejorar la eficiencia operativa, la escala de producción y los estándares de seguridad en estas unidades, creando nuevas oportunidades para los empleados e impactar positivamente en las comunidades locales de Pine Bluff y Waynesville”.

Estos activos recién adquiridos tienen una alta disponibilidad y costos competitivos de madera y energía en la región, además de contar con un buen acceso a ferrocarriles, puertos y carreteras.

El acuerdo comercial a largo plazo firmado por las empresas establece que Suzano proporcionará cartulina para envasado de líquidos para las fábricas convertidoras de Pactiv Evergreen en América del Norte.





Suzano es actualmente el mayor proveedor de celulosa del mercado de maderas duras de América del Norte. Además de las fábricas adquiridas en Arkansas y Carolina del Norte, la empresa tiene una oficina en Fort Lauderdale, Florida, y un campus de investigación e innovación cerca de Vancouver, Canadá.

■ SUZANO CERRADO: UN HITO EN LA PRODUCCIÓN DE CELULOSA

Tras una inversión de R\$22.200 millones de reales (aproximadamente us\$3.960 millones), la empresa inauguró a mediados de 2024 la línea de producción de celulosa de eucalipto más grande del planeta. El Proyecto Cerrado de Suzano, ubicado en Ribas do Rio Pardo, Mato Grosso do Sul, Brasil, ha marcado un hito en la industria papelera mundial.

Repasando los datos de este proyecto, las características que lo destacan son las siguientes:

- Producción a gran escala: Con una capacidad de producción de 2.55 millones de toneladas de pulpa por año, este proyecto consolida a Suzano como líder global en el sector.
- Sostenibilidad: Suzano ha enfatizado un enfoque sostenible en todo el proyecto, incluyendo la conservación de la biodiversidad local, la gestión eficiente del agua y la reducción de emisiones.

- Impacto social: Además de generar empleo y dinamizar la economía local, Suzano ha invertido en proyectos sociales en la región, como la construcción de viviendas y la mejora de la infraestructura.

En este sentido, en su reporte de avance del proyecto, Suzano informó la firma de un acuerdo con la Corporación Financiera Internacional (IFC) para conectar 35 mil hectáreas de vegetación nativa en el Cerrado.

En cuanto al aspecto social, la empresa ya entregó 50 unidades de vivienda al municipio de Ribas do Rio Pardo. Además, ratificando su compromiso con la diversidad, la papelera brasileña invita a personas de todas las procedencias y orientaciones a formar parte de este proyecto innovador.

El Proyecto Cerrado representa una apuesta por el futuro de la industria papelera, combinando producción a gran escala con sostenibilidad y responsabilidad social. Suzano continúa trabajando con el doble objetivo de optimizar sus operaciones y maximizar el impacto positivo en la región y en el mundo.

PRIMASET



IMPREFIX
Coatings al agua



Barnices UV



PHOENIX Xtra BLANKETS

OFFSET

FLEXO

EQUIPOS

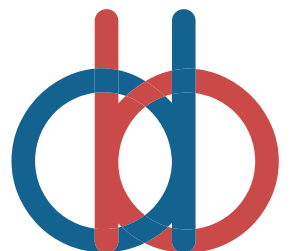
DIGITAL

SUSTRATOS

TERMINACION



www.dbdistribuidora.com



DISTRIBUIDORA ARGENTINA S.A.



=

Avances en la tecnología





inkjet



Gracias a su constante desarrollo, la impresión inkjet se ha posicionado como uno de los sistemas predominantes de impresión en la actualidad. En este artículo se revisan cuáles fueron esos avances provenientes de China.

La impresión inkjet ha logrado consolidarse como un sistema de impresión confiable para procesos industriales gracias a constantes avances tecnológicos que le permitieron lograr una calidad comparable a la offset con determinadas ventajas de costos.

Es por ello que resulta útil repasar el estado actual de esta tecnología de impresión y cuáles son los aspectos sobre los que se están trabajando para su desarrollo. En este sentido, China es uno de los países que más ha invertido en este campo. Por lo que a continuación se comparte el resumen de un artículo publicado por el Instituto de Comunicación Gráfica de Beijing en el que se revisan los más recientes avances en los estudios científicos para la mejora de la tecnología inkjet.



Mejoras en el

1. MEJORAS EN EL EQUIPAMIENTO INKJET

1.1. Los cabezales

La forma y la estructura del cabezal de impresión influyen tanto en la calidad de la impresión como en el caudal y la velocidad de las gotas de tinta. Para permitir la impresión de alta frecuencia en la inyección de tinta de burbuja térmica, investigadores de la Universidad de Guizhou propusieron un cabezal de inyección de tinta térmica de cavidad semiesférica, el cual logró una notable alta frecuencia de impresión. Gracias a este diseño se alcanzó una impresión de alta frecuencia con una relación de volumen entre gota y cavidad mayor.

Una configuración estructural de este tipo abarata los costos de los sistemas de impresión que requieren una impresión de alta frecuencia sin necesidad de una gran precisión de impresión. La tecnología de inyección de tinta piezoeléctrica, aunque es capaz de lograr una alta precisión y frecuencia de impresión, impone estrictos requisitos de sellado para la cámara de tinta.

Otra investigación descubrió que la curvatura del cabezal de impresión incide en la formación de gotas. Por ejemplo, los cabezales de impresión con curvatura lineal expulsaban gotas con un volumen de $0,01\text{pL}$ a una frecuencia constante de 100kHz , mientras que los cabezales de impresión con curvaturas parabólicas producían gotas con volúmenes superiores a $0,04\text{pL}$. Los cabezales de impresión con curvatura lineal lograron una mayor velocidad de eyección, alcanzando los 100m/s a una frecuencia constante de 100kHz , mientras que los cabezales de impresión con curvaturas parabólicas tuvieron velocidades de eyección inferiores a 40m/s .



Sin embargo, un trabajo de la Universidad de Hong Kong propuso un nuevo diseño que incluía un cabezal inkjet superhidrofóbico, lo cual le aportaba una baja adherencia. Este modelo permitió eliminar la generación de gotas satélite

En definitiva, la forma y tamaño del cabezal y su boquilla determinan la formación de las gotas de tinta, correspondiendo una mayor redondez a un mayor caudal de tinta. Además, las boquillas con diferentes curvaturas pueden influir en la velocidad del chorro de tinta.

Por último, es importante señalar también que, la utilización de boquillas excesivamente gruesas requiere el montaje de resoluciones completas mediante filas intercaladas de boquillas cuando se pretende obtener resoluciones más altas. Esto no sólo aumenta las dimensiones espaciales totales del sistema de impresión, sino que también disminuye la tolerancia a fallos del sistema.



equipamiento inkjet



1.2. El sistema de suministro de tintas

Otro aspecto clave de esta tecnología de impresión es el suministro de la tinta al cabezal, ya que debe tener en consideración las propiedades de las tintas. Mantener estas propiedades de forma estable es fundamental para el buen funcionamiento de los cabezales y, por ende, la calidad final del producto impreso.

Por lo tanto, el flujo de la tinta debe ser parejo sin alteraciones. Uno de los problemas que pueden ser disruptivos de este flujo son las burbujas de aire. Esto no solo puede afectar la calidad de la impresión, sino también hasta obturar las boquillas.

Es por eso que se han buscado las vías de volver más eficientes los procesos de desgasificación en los sistemas de suministro de tintas inkjet. Una de estas vías fue desarrollada por la Universidad de Ciencia y Tecnología de China a través de un suministro de tinta que incluye un módulo de recirculación y gasificación que minimiza la formación de partículas durante el flujo de la tinta.

Además, cuando se utilizan diferentes sistemas de suministro de tinta y tintas, el ajuste a la presión adecuada del suministro de tinta también es crucial. La vida útil de las bombas electromagnéticas del sistema de suministro de tinta limita la duración de funcionamiento del sistema. Por lo tanto, el diseño de bombas electromagnéticas más adecuadas para la impresión de inyección de tinta con el fin de aumentar su vida útil garantiza el funcionamiento estable a largo plazo del sistema de suministro de tinta.



Mejoras en el

1.3. Sistema de limpieza de boquillas

Evidentemente, mantener las boquillas limpias es un aspecto fundamental del sistema de impresión, ya que cualquier impureza que logre depositarse en el cabezal puede afectar la expulsión de la tinta, ya sea por alteración del tamaño de las gotas o de la trayectoria de las mismas.

La sustitución frecuente de los cabezales de impresión supone una importante carga financiera para las empresas. Por lo tanto, la limpieza periódica de los cabezales de impresión no sólo garantiza la calidad de la impresión, sino que también contribuye a prolongar en cierta medida su vida útil.

La limpieza manual de los cabezales supone costos adicionales y la necesidad de mano de obra calificada. Mientras que la limpieza automática del cabezal no sólo ahorra costos, sino que también permite realizar la limpieza según sea necesario en función del estado del cabezal, lo que mejora la eficiencia de producción del equipo de impresión.

Existen dos métodos habituales de limpieza de los cabezales de impresión: por contacto y sin contacto. La limpieza sin contacto suele consistir en aspirar o extraer las impurezas del cabezal de impresión, mientras que la limpieza de contacto se realiza pasando un rodillo a lo largo del cabezal de impresión.

En 2022, un grupo de investigación desarrolló un sistema de limpieza por ultrasonidos para cabezales de impresión cerámicos.

Por otra parte, desde la Universidad de Huizhou investigaron la influencia de las nanopartículas de



la tinta en el rendimiento de la impresión piezoeléctrica por chorro de tinta. En este trabajo, descubrieron que las nanopartículas catiónicas hidrófobas de la tinta tienden a obstruir el cabezal de impresión, y que las partículas adheridas al cabezal son difíciles de limpiar por completo, lo que puede provocar una obstrucción secundaria.

En este sentido, también, en la *Reviste de Fibras y Telas de Ingeniería* se publicó sobre el diseño de un dispositivo de mantenimiento automático del cabezal de impresión que incorpora una caja humidificadora. Esta innovación reduce el riesgo de daños en



equipamiento inkjet



el cabezal de impresión debidos a factores humanos y garantiza que el cabezal no se vea afectado por las impurezas del aire cuando está inactivo.

Resumiendo los avances referidos a la tecnología de impresión inkjet, la eliminación de gotas satélite puede lograrse a lo largo del proceso optimizando el equipo de accionamiento o mejorando el diseño de las boquillas. Además, para lograr resoluciones de impresión más altas, el diseño de boquillas más pequeñas puede requerir la adición de un sistema de limpieza para mitigar la obstrucción de las boquillas asociada a la reducción de su tamaño. Por último, el diseño de un sistema de suministro de tinta estable y duradero es crucial para garantizar el funcionamiento parejo de la impresión.





Mejoras en el rendimiento la tinta



2. MEJORA DEL RENDIMIENTO DE LA TINTA

La calidad de la impresión inkjet está íntimamente ligada a la tinta. Esta es un insumo clave en el proceso de impresión ya que también puede mejorar la calidad de impresión de acuerdo a sus características técnicas.

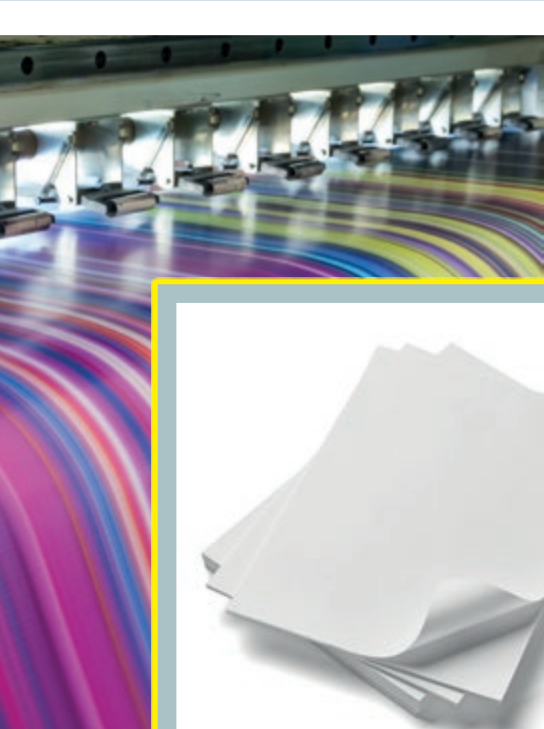
Por ejemplo, la adición de polímeros y tensioactivos a la tinta puede mejorar la estabilidad de las gotas sobre el sustrato. El Departamento de Ciencia e Ingeniería de los Materiales de la Universidad Yonsei (Corea del Sur) llevó adelante un estudio en el que incorporaron etilenglicol de alto punto de ebullición y baja tensión superficial a las gotas de tinta. Teniendo en cuenta que el agua se evapora más rápidamente en el borde de la gota que en el centro

y el etilenglicol se evapora más lentamente, la concentración de etilenglicol aumenta gradualmente en el borde en comparación con el centro a medida que avanza la evaporación; y esto genera una mayor estabilidad en la performance de la tinta sobre el sustrato.

Por su parte, otro estudio determinó que la adición de polímeros para aumentar la viscosidad de la tinta o de tensioactivos para restringir el flujo capilar hacia el exterior pueden suprimir eficazmente el efecto «anillo de café».



3. Optimización del Encapado de superficies de papel



3. OPTIMIZACIÓN DEL ENCAPADO DE SUPERFICIES DE PAPEL

El estado actual de la investigación sobre los papeles encapados se centra principalmente en desarrollar diversos materiales para el recubrimiento del papel. En este sentido, se desarrollaron investigaciones modificando el papel con quitosano o trimetil quitosano recubriendo el papel con los respectivos polímeros. Los resultados arrojaron que este material permitía una mejora en la absorción máxima de las gotas de tintas, pasando de 423 nm a 415 nm.

En otro estudio, se preparó un adhesivo compuesto de nanofibrillas de celulosa oxidada (OCNF) y quitosano para el recubrimiento superficial del papel para packaging. Experimentando con diferentes proporciones de masa, se logró determinar que con una concentración del 0,5% de OCNF, se logra un alto rendimiento de barrera a la grasa. También descubrieron que este adhesivo compuesto demostraba una gama de colores más amplia y un rendimiento superior en la reproducción de tonos en la impresión inkjet, lo que sugiere aplicaciones prometedoras en los campos de los materiales de envasado personalizados y las etiquetas para papel recubierto.

También se lograron mejoras en la impresión de la gama de colores con pigmentos de sílice; o bien que la mezcla de calcio carbonatado molido con adhesivo de estucado en proporción de 3 a 1 es la combinación óptima para el rendimiento del papel estucado offset en bobina.

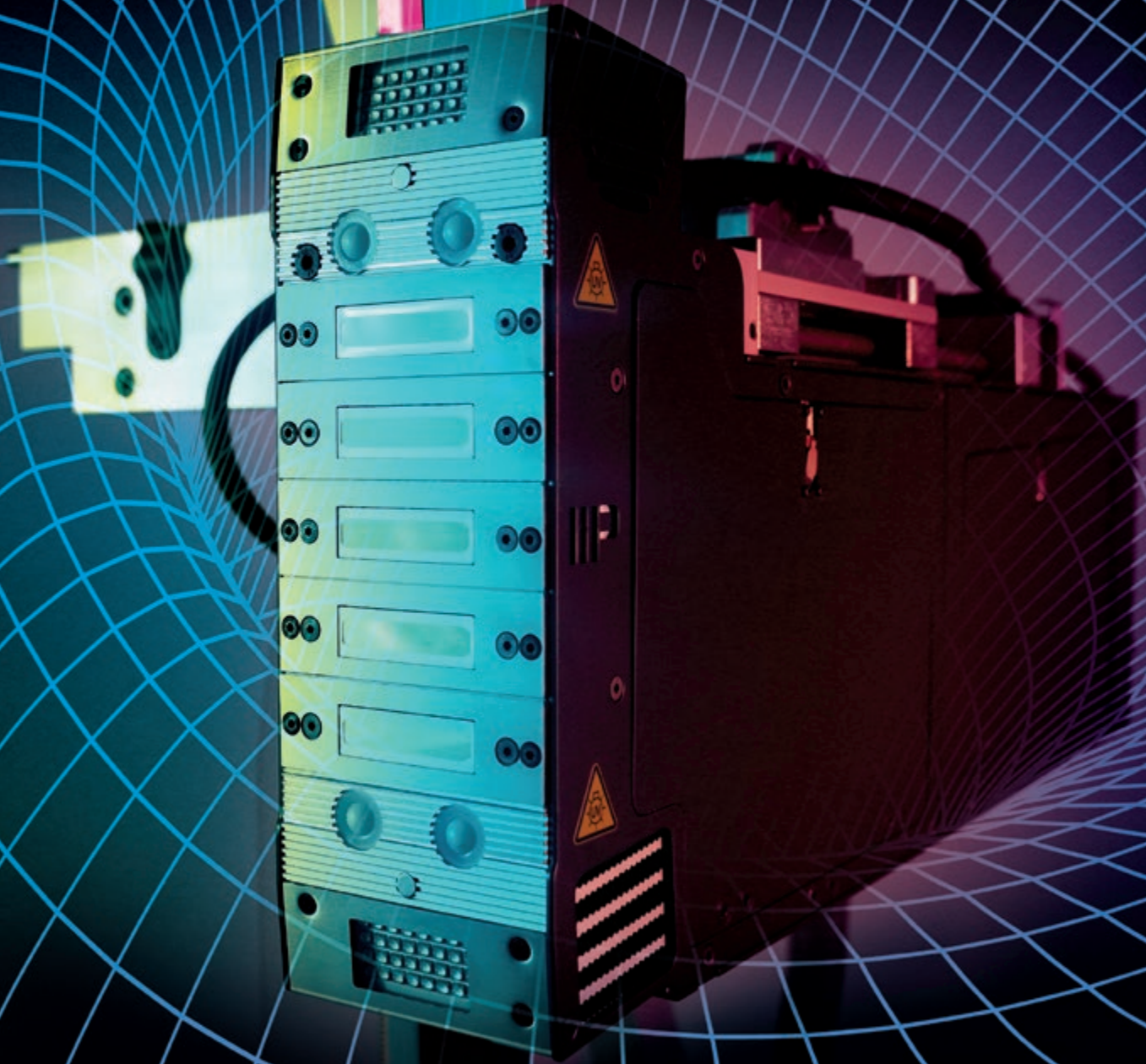
4. CONCLUSIÓN Y PANORAMA

En las últimas décadas, la tecnología de impresión inkjet ha experimentado un notable desarrollo, estableciéndose como un campo fundamental dentro de la industria gráfica.

Los recientes avances en esta tecnología han mejorado significativamente aspectos como la calidad de impresión, la velocidad de impresión y la gama de materiales imprimibles.

El futuro de los desarrollos en este sistema de impresión se enfocan en el ahorro de energía y la eficiencia en el consumo de tinta; así como también su adaptabilidad para toda clase de sustratos, por lo que se espera que la demanda por la tecnología inkjet continúe creciendo.

*Fuente: Tianle Cao, Zijing Yang, Hao Zhang, Yiming Wang - Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing, 102600, China





wallPen[®]

SUPERANDO LOS LÍMITES DE LA GRAVEDAD

Un emprendedor alemán inició en 2015 un proyecto para desarrollar una tecnología innovadora. Casi diez años después, presentó su segundo modelo en la feria gráfica más prestigiosa del mundo. Hoy, la impresión sobre superficies verticales es una realidad afianzada.



Andreas Schmidt, fundador y Director General de wallPen



La historia de Andreas Schmidt es literalmente la representación de la filosofía “si querés algo bien hecho, hacelo vos mismo”. Porque la idea original de Andreas consistía en importar impresoras verticales para murales, pero tras dos intentos calamitosos decidió que él mismo crearía “la impresora de mural perfecta”.

Tras un año de desarrollo, a mediados de 2016 obtendría la primera prueba exitosa de su modelo y ya en febrero de 2017 su lanzamiento oficial al mercado. Trabajando constantemente en el desarrollo de su modelo de impresora, la empresa wallPen fue creciendo a la par hasta contar el día de hoy con 30 empleados y una reciente participación en drupa donde presentaron su segundo modelo, E2.

En una entrevista para Argentina Gráfica Cromática, Andreas comparte su visión sobre la actualidad de la empresa, así como un repaso de lo que significó lograr una tecnología rápida y confiable para todo tipo de superficie vertical.

¿Cómo valoraría su reciente participación en la drupa? ¿Cuál fue la reacción de los visitantes?

› **Andreas Schmidt:** Nuestra participación en drupa 2024 fue un éxito rotundo. Todo el equipo quedó encantado con la respuesta entusiasta de los visitantes, muchos de los cuales quedaron asombrados al ver de primera mano nuestra exclusiva tecnología de impresión vertical.

La interacción con diversos actores interesados y la presentación de wallPen fue un punto culminante. Pudimos conectar con un público más amplio que quizá no hubiera tenido la oportunidad de visitar nuestras instalaciones en Wissen para experimentar el wallPen en directo.

› AGC: ¿Cuáles son las novedades del modelo E2?

› **AS:** Al diseñar el wallPen E2, hemos escuchado atentamente los comentarios de nuestros clientes. El resultado es un dispositivo aún más fácil de usar, portátil y estable. Además, para mejorar aún más la experiencia del usuario, hemos desarrollado una aplicación específica que elimina la necesidad de una interfaz web.

› AGC: ¿Qué características hacen que wallPen sea confiable?

› **AS:** wallPen es sinónimo de innovación, fiabilidad e ingeniería alemana. Hay varios puntos por los que considero que se puede confiar en wallPen. Por un lado, es una tecnología probada porque llevamos años perfeccionando nuestra tecnología de impresión vertical, dando como resultado un sistema robusto y preciso. Nos enorgullecemos de la llamada “precisión alemana”, que no es un mero eslogan sino

que significa que wallPen se adhiere a los más altos estándares de calidad y precisión.

Además, como ya mencioné, nos orientamos al cliente, escuchamos activamente sus comentarios, mejorando continuamente nuestros productos y servicios. Esto nos hizo ganar una reputación sólida por ofrecer productos excepcionales y una excelente atención al cliente.

Y por último, la innovación porque estamos comprometidos con la superación de los límites de la tecnología de impresión, ofreciendo soluciones de vanguardia.

› AGC: ¿Qué avances se pueden esperar en un futuro próximo?

› **AS:** Estamos desarrollando constantemente el wallPen, así como a nosotros mismos. Pronto estaremos en condiciones de anunciar las novedades que estamos preparando.

› AGC: wallPen cuenta con socios de confianza en todo el mundo. ¿Algún plan para el mercado sudamericano?

› **AS:** Buscamos socios comerciales dinámicos para ampliar nuestro alcance mundial. El mercado sudamericano, en particular, presenta una importante oportunidad para nuestra tecnología innovadora wallPen.

› AGC: Ha sido ya un viaje de casi 10 años. ¿Qué piensa mirando atrás hacia sus comienzos?

› **AS:** Cuesta creer lo lejos que hemos llegado. De una simple idea de importar dispositivos de Asia a fundar mi propia empresa y desarrollar el revolucio-



nario wallPen. Aunque el camino no siempre ha sido fácil, estoy increíblemente orgulloso de lo que hemos conseguido.

▸ **AGC:** *¿Cuál ha sido el reto más difícil a la hora de desarrollar esta tecnología?*

▸ **AS:** Uno de los retos más importantes a la hora de desarrollar el wallPen fue perfeccionar la precisión y fiabilidad del proceso de impresión vertical. A diferencia de la impresión horizontal tradicional, en la que la gravedad ayuda a distribuir la tinta, la impresión vertical requiere vencer la fuerza de la gravedad para garantizar líneas limpias y uniformes. Esto implicó una meticulosa ingeniería y pruebas para optimizar factores como el flujo de tinta, la presión de las boquillas y el movimiento del cabezal de impresión.

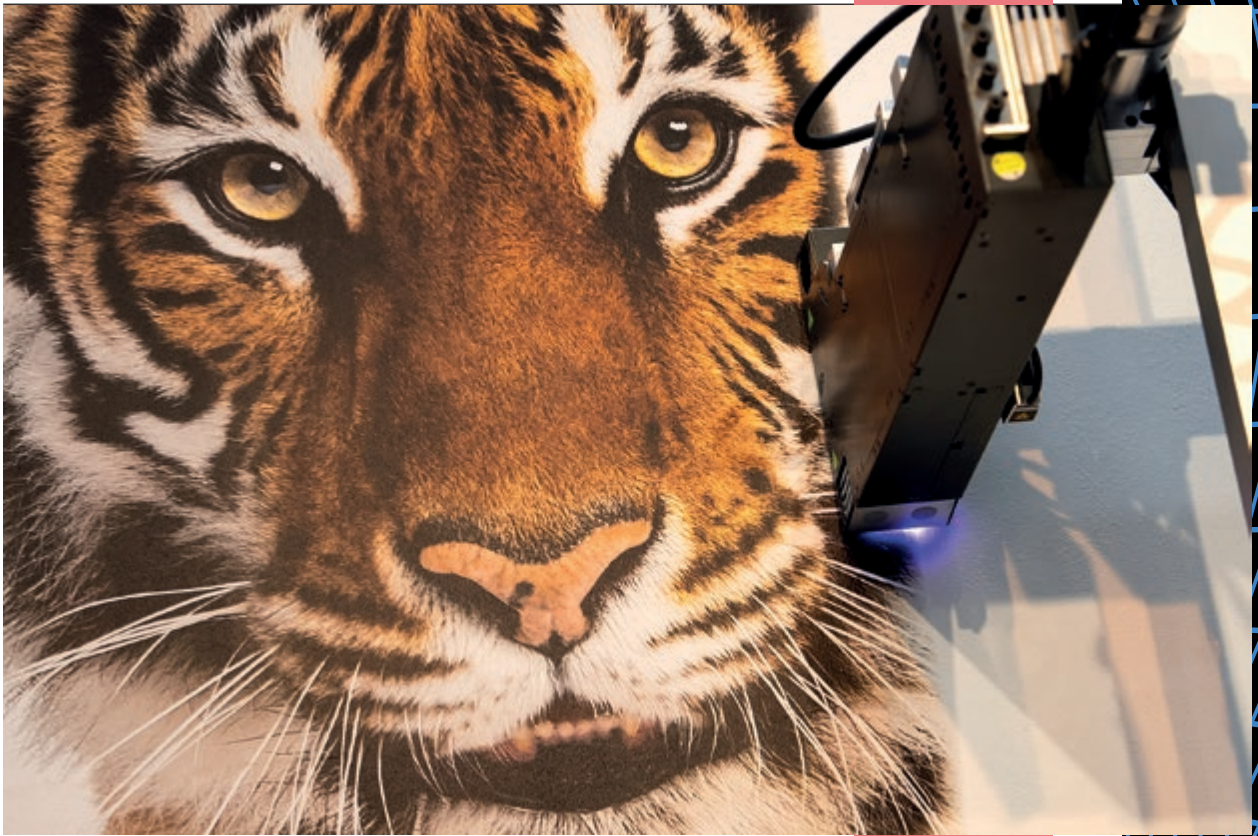
Además, desarrollar una interfaz fácil de usar que pudiera controlar la compleja mecánica de la impresión vertical fue otro obstáculo. Tuvimos que encontrar un equilibrio entre la sencillez para el usuario y los intrincados cálculos necesarios para una impresión precisa.

▸ **AGC:** *¿Se consideraría usted un caso exitoso de "hágalo usted mismo"?*

▸ **AS:** (risas) Sí, me consideraría un caso exitoso de "hágalo usted mismo". Empecé con una visión y una pasión por la innovación, y gracias a la perseverancia, el trabajo duro y una fuerte creencia en el potencial de la tecnología wallPen, he construido un negocio de éxito. Sin embargo, creo firmemente que un producto es tan bueno como el equipo que lo respalda. El éxito del wallPen es un testimonio del increíble trabajo de mi equipo talentoso.

▸ **AGC:** *¿Qué le impulsa a seguir adelante?*

▸ **AS:** La emoción de la innovación y la alegría de superar los límites para desarrollar y perfeccionar nuevas tecnologías me impulsan constantemente. Los comentarios positivos de nuestros clientes y los increíbles proyectos que se hacen realidad con wallPen nunca dejan de inspirarme. Es increíblemente gratificante ver cómo nuestra tecnología potencia la creatividad y transforma los espacios.





! NO

IMPR





Un repaso de los estudios sobre el desarrollo de la comprensión lectora a través medios digitales e impresos realizado por la Universidad de Valencia aporta sugerencias relevantes a la hora de planificar la política educativa de los niños y adolescentes.

OTROS TUS LIBROS ESOS

Considerando el actual debate sobre la relevancia de los textos impresos en los modelos educativos frente a la alternativa de los soportes digitales, se han desarrollado numerosos estudios que investigan los efectos del soporte (pantalla o papel) en el desarrollo de la capacidad de comprensión lectora en niños y adolescentes. La bibliografía disponible es extensa y variada, incluso en sus conclusiones.

No obstante, resulta de particular interés revisar el meta-análisis realizado en 2018 por un equipo de investigadores de la

Universidad de Valencia y las conclusiones a las que arribaron luego de comparar numerosos estudios en la materia realizados hasta entonces.

En esta ocasión, Argentina Gráfica Cromática transcribe un resumen de las observaciones y conclusiones efectuadas por los investigadores a partir de los datos relevados.

DISCUSIÓN

A continuación analizamos las implicaciones de los resultados. En particular, cómo se relacio-

na el efecto de inferioridad de la pantalla con las prácticas lectoras de las nuevas generaciones, con las teorías del aprendizaje autorregulado y con el género de los materiales de lectura. Luego, identificamos algunas de las limitaciones del estudio y concluimos discutiendo varias implicaciones educativas de nuestros resultados.

EFECTO DE LOS MEDIOS Y NUEVAS GENERACIONES

La adopción de nuevas prácticas mediáticas suele implicar la activación de un conjunto de



procesos cognitivos apropiados para sacar el máximo provecho de los medios. Para los niños que crecen rodeados de tecnologías digitales, habilidades como la capacidad de búsqueda y navegación, la lectura crítica y la multitarea son esenciales (por ejemplo, Salmerón, García y Vidal-Abarca, 2018). Tales habilidades suponen demandas de atención y procesos ejecutivos que pueden no estar completamente desarrollados en niños y adultos que leen textos digitales. Si simplemente estar expuesto a las tecnologías digitales fuera suficiente para adquirir estas habilidades, entonces esperaríamos una ventaja creciente de la lectura digital, o al menos una inferioridad decreciente de la pantalla a lo largo de los años. Sin embargo, contrario a esta suposición, nuestros resultados indican que el efecto de inferioridad de la pantalla ha aumentado en los últimos 18 años, y que no hubo diferencias en los efectos de los medios entre los grupos etarios. Estos sorpren-

denes resultados sugieren que no podemos esperar de brazos cruzados a que la inferioridad de la pantalla desaparezca a medida que los niños se exponen a los dispositivos digitales cada vez más temprano en sus vidas, a medida que los adultos adquieren más experiencia con la tecnología o a medida que la tecnología mejora. Los datos sugieren que la inferioridad de la pantalla es un problema importante en todos los grupos de edad que se agrava a medida que aumenta la presencia de la tecnología.

▪ EFECTO DE LOS MEDIOS Y PLAZOS DE APRENDIZAJE

Nuestros resultados no abordan la causa de esta persistente inferioridad de la pantalla, pero aportan pruebas de que las personas adoptan un estilo de procesamiento más superficial en entornos digitales (por ejemplo, Lauterman y Ackerman, 2014; Wolf y Barzillai, 2009). El aumento de las diferencias mediáticas a medida que la tecnología

se integra más en nuestras vidas puede estar relacionado con una peor calidad de la atención (Courage, 2017), donde la inmersión profunda en el texto se ve desafiada (por ejemplo, Mangen & Kuiken, 2014). La hipótesis de la superficialidad sugiere que, debido a que el uso de la mayoría de los medios digitales consiste en interacciones rápidas impulsadas por recompensas inmediatas (por ejemplo, la cantidad de «me gusta» de una publicación), los lectores que utilizan dispositivos digitales pueden tener dificultades para realizar tareas desafiantes, como la comprensión lectora, que requieren una atención sostenida (Annisette & Lafreniere, 2017). Según esta perspectiva, cuanto más utilicen las personas los medios digitales para estas interacciones superficiales, menos podrán utilizarlos para tareas exigentes. Tales argumentos son coherentes con las correlaciones negativas registradas entre la frecuencia de uso de los medios digitales y la comprensión de textos en ado-



lescentes (Duncan et al., 2015; Pfof et al., 2013), y sugieren que debemos ser cautelosos con la introducción de la lectura digital en las aulas.

Un moderador relevante encontrado para el efecto de inferioridad de la pantalla fue el marco temporal. Este hallazgo arroja nueva luz sobre los resultados contradictorios de la literatura existente. En consonancia con los hallazgos de Ackerman y Lauterman (2012) con textos largos, mencionados anteriormente, Sidi et al. (2017) encontraron que incluso cuando se realizan tareas que implican la lectura de textos breves y sin desplazamiento de pantalla (resolución de problemas de lógica difíciles presentados en un promedio de 77 palabras), los entornos digitales perjudican el rendimiento en condiciones de presión de tiempo, pero no en un marco de tiempo libre. Además, hallaron una inferioridad similar en la pantalla cuando se resolvían problemas bajo presión de tiempo y bajo una asignación de tiempo libre, pero enmarcando la tarea como preliminar en lugar de central. Así pues, el efecto perjudicial de la limitación de tiempo en el trabajo basado en la tecnología digital no se limita a la lectura de textos largos. Además, de forma consistente en todos los estudios, Ackerman y sus colegas descubrieron que las personas sufren un mayor exceso de confianza en la lectura basada en la tecnología digital que en la lectura basada en papel en estas condiciones que justifican un procesamiento superficial. Sidi et al. (2017) explicaron que la presión del tiempo y el encuadre de la

tarea como preliminar justifican el procesamiento superficial, que tiene un efecto más fuerte en entornos digitales donde las personas están acostumbradas a tareas rápidas y superficiales (por ejemplo, Facebook, chats; véase también Lauterman y Ackerman, 2014). Estos hallazgos empíricos apoyan la hipótesis de la superficialidad de Anisette y Lafreniere (2017), que anteriormente se había basado en autoinformes.

Los lectores que utilizan dispositivos digitales pueden tener dificultades para realizar tareas desafiantes, como la comprensión lectora, que requieren una atención sostenida .

Anisette & Lafreniere, 2017

• EFECTO DE LOS MEDIOS Y GÉNERO DEL TEXTO

El género del texto fue otra variable que moderó los efectos de los medios. Por un lado, la ventaja de la lectura en papel se mantuvo en los estudios que utilizaban textos informativos o una combinación de textos informativos y narrativos. Por otro lado, los estudios que sólo utilizaban textos narrativos no mostraron ningún efecto de los medios sobre la comprensión. La comprensión de textos informativos, en comparación con los narrativos, requiere

un mayor nivel de procesamiento, como el uso de vocabulario y estructuras académicas complejas, y estos textos están menos conectados con el conocimiento del mundo real, lo que hace que sean más difíciles de comprender (Graesser y McNamara, 2011). Así pues, nuestro hallazgo también puede apuntar a la hipótesis de la superficialidad como explicación. No obstante, este resultado debe interpretarse con cautela debido al reducido número de comparaciones que utilizaron únicamente textos narrativos. Además, entre los estudios incluidos que compararon directamente el género textual y el medio de lectura, solo Simian et al. (2016) informaron de una interacción significativa entre estas variables, revelando un efecto positivo de la lectura impresa solo en textos informativos, mientras que dos estudios no encontraron ningún efecto del género textual (Margolin, Driscoll, Toland y Kegler, 2013; Rasmuson, 2015).

CONCLUSIONES

En conclusión, está claro que la lectura digital es una parte inevitable de nuestra vida cotidiana y una parte integral del ámbito educativo. Aunque los resultados actuales sugieren que debería favorecerse la lectura en papel frente a la lectura digital, no es realista recomendar que se eviten los dispositivos digitales. No obstante, ignorar las pruebas de un sólido efecto de inferioridad de la pantalla puede inducir al error a la hora de tomar decisiones políticas y educativas y, lo que es peor, podría impedir que los lectores se beneficien plenamente de sus capacidades de



comprensión lectora y evitar que los niños desarrollen estas habilidades en primer lugar. Por lo tanto, pedimos a los investigadores que consideren cómo guiar a los estudiantes y examinados a la hora de enfrentarse a tareas digitales como las pruebas de admisión (por ejemplo, SAT y GMAT), tareas en contextos laborales y tareas relacionadas con la escuela que muy a menudo se realizan con textos informativos y en plazos de tiempo limitados. En particular, una conclusión impor-

tante de nuestro análisis es que existen condiciones predecibles que parecen permitir la equivalencia de medios. Es importante apreciar estas condiciones, examinar su validez para la tarea en cuestión y utilizarlas siempre que sea posible y pertinente. Esperamos que nuestro meta-análisis sirva de guía para que los responsables políticos tomen decisiones basadas en pruebas y oriente a diseñadores e investigadores hacia condiciones que favorezcan una lectura digital eficaz.

Título original: *Don't throw away your printed books: A meta-analysis on the effects of reading media on reading comprehension (No tires tus libros impresos: Un meta-análisis de los efectos de los medios de lectura en la comprensión lectora)*

Autores: Pablo Delgado, Cristina Vargas, Rakefet Ackerman, Ladislao Salmerón

Publicación: *Educational Research Review*

Editor: Elsevier

Fecha: November 2018

Speedmaster CX 104



La solución de impresión para packaging



Easymatrix 106 CS



Diana Easy 115

La solución de impresión de embalajes,
ideal para pequeñas y medianas empresas.

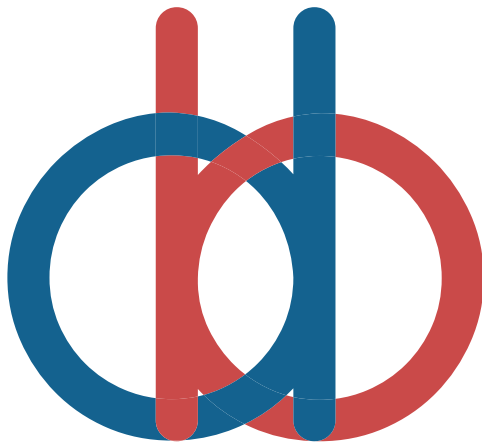
business partner of
HEIDELBERG

HAGRAF 

info@hagraf.com
www.hagraf.com



Innovación y compromiso con la industria gráfica



DISTRIBUIDORA ARGENTINA S.A.

Una empresa versátil que ha experimentado una expansión constante, comenzando con la representación exclusiva de marcas hasta contar con la propia, DB Distribuidora Argentina refleja la potencialidad de la industria gráfica a la que provee.

La empresa comenzó su trayectoria en 2007 con su fundación a partir de la compra de la empresa DB a Day Brasil, por parte de Daniel Colla y Ernesto Baudone. Desde entonces, DB ha crecido de manera constante, logrando importantes representaciones internacionales y contando hoy con un personal de 40 colaboradores.

Hoy, con casi 20 años de trayectoria, DB Distribuidora Argentina SA se ha consolidado como un referente en la importación, distribución y fabricación de insumos para la industria gráfica. A través de su red de distribución nacional y su enfoque en la calidad e innovación, la empresa sigue avanzando y adaptándose a las demandas del mercado.

Para conocer su funcionamiento, Argentina Gráfica Cromática conversó con Marcelo Trías,

Gerente Comercial de DB, quien compartió más sobre su historia, productos y visión de futuro.

› **Argentina Gráfica Cromática: Teniendo en cuenta la trayectoria que consolidó DB, ¿Cuáles son algunos de sus hitos más importantes?**

› **Marcelo Trías:** La verdad es que fueron muchos. Uno de los más importantes fue en 2011 cuando desarrollamos nuestra propia marca, Omega, en alianza con proveedores chinos para la provisión de planchas, mantillas y tintas. En los años siguientes, obtuvimos la representación de marcas claves como Kodak, Zeller Ink y Continental, entre otras. También podemos mencionar que en 2017, adquirimos la firma Primaset y, más recientemente, entre 2023 y 2024, comenzamos a fabricar adhesivos y comercializar cartulinas, logrando completar una cartera de productos muy nutrida.



› **AGC:** *¿Cuáles son los productos más fuertes del portfolio de DB?*

› **MT:** En realidad el fuerte es que ofrecemos una amplia gama de productos, tales como mantillas Continental, planchas Omega, tintas Huber, tintas Zeller, foil stamping, barnices al agua y UV, productos químicos para gráfica, cartulina, y desde 2024, adhesivos. Además, contamos con una línea de polímeros Asahi que nos permite ofrecer soluciones innovadoras en la industria gráfica. Finalmente, creo que es importante destacar que proveemos equipamiento de pre-prensa y terminación de proveedores chinos, gracias a una alianza desarrollada hace varios años que permite contar con equipamiento de probada calidad y a un costo conveniente.

› **AGC:** *¿Qué casos de éxito o proyectos destacados de la empresa te vienen a la mente?*

› **MT:** Entre los proyectos más destacados, podemos mencionar el desarrollo de barnices barrera para el packaging, que ha sido muy solicitado en el mercado, así como los barnices para blíster y para sustratos no absorbentes. Además, el lanzamiento de los adhesivos ha sido un éxito rotundo, especialmente en constituirnos como una alternativa económica y eficiente para nuestros clientes.

› **AGC:** *Considerando que los barnices son de los productos más demandados. ¿Cómo realizan la fabricación de este insumo y qué los diferencia de otros productos en el mercado?*

› **MT:** La clave está en que nuestros barnices son fabricados utilizando equipamiento de última generación y contamos con dos laboratorios de control de calidad. Estos laboratorios nos permiten, no solo asegurar la calidad de las materias primas y productos elaborados, sino también desarrollar nuevos productos adaptados a las necesidades del mercado. Nuestra diferenciación está en la innovación constante y en la capacidad de adaptar nuestros productos a las especificaciones de cada cliente.

› **AGC:** *¿Cuál es el mercado objetivo de DB Distribuidora y cuál es su estrategia de posicionamiento?*

› **MT:** Nuestro mercado está principalmente compuesto por gráficas, con un enfoque especial en aquellas dedicadas al packaging. Nos destacamos por nuestra capacidad de innovación y por ofrecer productos de alta calidad, siempre adaptados a las



necesidades específicas de cada cliente. Además, contamos con un equipo técnico altamente capacitado que asesora y desarrolla soluciones a medida.

› **AGC:** *Te detengo un minuto en esto último que mencionaste, ¿Qué tipo de relación tiene la empresa con sus clientes y cómo los apoyan?*

› **MT:** Contamos con tres asesores técnicos que brindan apoyo especializado en los distintos aspectos relacionados con nuestros productos. Con respecto a nuestro equipo de ventas, considero importante destacar que es uno de los más grandes del mercado. Está conformado por 10 vendedores con visitas periódicas a nuestros clientes para profundizar la relación personal.

Adicionalmente, desarrollamos nuestra presencia en distintas redes sociales, apostando a los avances tecnológicos para mejorar la comunicación, para ampliar también nuestra comunidad en esos espacios. Sumado a todo esto, participamos de eventos



periódicos que realizamos o apoyamos en diferentes puntos del país, que nos permiten juntarnos a compartir experiencias. Entendemos que esta estructura nos ubica siempre cerca de nuestros clientes y nos permite responder rápidamente a sus necesidades,

▸ **AGC:** *Volviendo al portfolio de DB, ¿De dónde provienen los insumos y productos que comercializan?*

▸ **MT:** Importamos productos y materias primas desde diversos países, entre ellos Estados Unidos, Canadá, Alemania, España, China, Taiwán, Japón, India, Turquía y Brasil. Esta diversidad nos permite ofrecer productos de calidad internacional adaptados a las necesidades del mercado local.

▸ **AGC:** *¿Y cuáles son las áreas en las que la empresa enfoca su innovación?*

▸ **MT:** En DB Distribuidora estamos comprometidos con la innovación. Por ejemplo, hemos desarrollado barnices especiales para el mercado de packaging, como barnices barrera y para sustratos no absorbentes. También trabajamos en tintas eco-friendly para packaging, como la línea Plus de Huber, especialmente adaptada para la impresión de cartulinas. Nuestra capacidad de innovar responde a nuestra

constante búsqueda de soluciones que mejoren la calidad y eficiencia en los procesos de impresión.

▸ **AGC:** *Hablando de innovación, la sustentabilidad es actualmente uno de los criterios imperantes en los desarrollos de nuevos productos. ¿Qué política maneja DB respecto a la sustentabilidad del medio ambiente?*

▸ **MT:** Naturalmente, estamos comprometidos con la sustentabilidad. A medida que avanzamos en el desarrollo de nuevos productos, buscamos integrar soluciones más ecológicas, como la tinta eco packaging de Huber que mencioné antes, que reduce el impacto ambiental en la impresión. Además, seguimos explorando procesos y productos que minimicen el uso de materiales dañinos y favorezcan un menor impacto en el medio ambiente.

▸ **AGC:** *¿Qué proyectos tiene DB Distribuidora para el futuro?*

▸ **MT:** A corto y mediano plazo, seguiremos ampliando nuestra línea de adhesivos y mejorando la producción de barnices. Además, estamos enfocados en seguir desarrollando productos innovadores para satisfacer las demandas del mercado de packaging, y buscamos incorporar más soluciones eco-amigables para nuestros clientes.



PANORAMA GRÁFICO



Renovación de Autoridades de Fundación El Libro

En diciembre pasado, la Fundación El Libro realizó su Asamblea General Ordinaria, en la cual se eligieron las autoridades con mandato hasta 2026, siendo designado Christian Rainone como presidente y contando nuevamente con Jorge Devito como vicepresidente, logrando así la representación de FAIGA ratificar la Vicepresidencia de la entidad organizadora de la Feria Internacional del Libro en Buenos Aires.

Finalmente, la distribución de cargos quedó conformada por Christian Rainone, Presidente; Jorge Devito, Vicepresidente; Gabriel Waldhuter, Secretario; Joaquín Gil Paricio, Tesorero; Carlos Morón, Prosecretario; y Alejo Ávila, Protesorero.

Al aceptar el cargo, Rainone agradeció el voto de confianza y adelantó que su gestión se enfocará "en sumar nuevos públicos, propiciar la innovación de la Feria y repensar algunas cuestiones estratégicas de la institución".



Xerox adquiere Lexmark: Una adquisición de alto precio para remodelar el sector de la impresión



Xerox anunció en diciembre la adquisición de Lexmark, fabricante estadounidense de impresoras y servicios de impresión fundado en 1991, con el objetivo de consolidar su posición en un mercado cada vez más competitivo. Las dos empresas, presentes en 170 países, unirán así sus fuerzas para responder a la creciente necesidad de soluciones de impresión adaptadas a entornos de trabajo híbridos.

En conjunto, buscarán una mejor inserción en el mercado A3 y ampliar los servicios digitales. Esta asociación se basa en complementariedades técnicas, al tiempo que aprovecha la experiencia de Lexmark en la producción OEM y la de Xerox en la gestión de documentos.

La adquisición está sujeta a la aprobación de las autoridades reguladoras y de los accionistas de Ninestar, principal accionista de Lexmark. Una vez finalizada, esta transacción establecerá a Xerox y Lexmark como una de las cinco principales empresas de soluciones de impresión del mundo, con una fuerte presencia en Asia-Pacífico.



amcor

Amcor completa su venta de
Bericap North America



PANORAMA

GRA

FI

CO





Amcor anunció que completó la venta de su participación del 50% en Bericap North America por us\$122 millones el 27 de diciembre de 2024.

Las ventas totales de la empresa conjunta en el ejercicio fiscal 2024 fueron de aproximadamente us\$190 millones y los ingresos brutos ajustados fueron aproximadamente de us\$19 millones, ambas cifras consolidadas previamente por completo bajo Amcor Rigid Packaging.

Por su parte, el beneficio neto ajustado atribuible a Amcor para el ejercicio 2024 fue de aproximadamente us\$8 millones. Dentro de esta perspectiva, desde Amcor estipulan que, de la reducción resultante en los gastos por intereses, no se espera que la transacción tenga un impacto en las provisiones financieras para el ejercicio fiscal 2025.

Sobre esta decisión, el Consejero Delegado de Amcor, Peter Konieczny, explicó: “Aunque Amcor sigue operando en el segmento de cápsulas y cierres, ya que sigue siendo una categoría de interés, nos comprometemos a mantener nuestro enfoque disciplinado en la asignación de capital.”

RICOH imagine. change.

Ricoh fue incluida en el Índice Mundial de Sostenibilidad Dow Jones

Ricoh anunció que, por quinto año consecutivo, ha sido seleccionada para formar parte del Dow Jones Sustainability World Index (DJSI World Index), uno de los índices más reputados del mundo en materia de Ambiente, Sociedad y Gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

DJSI revisó aproximadamente 3.500 grandes empresas de todo el mundo, seleccionando 321 empresas para el DJSI World Index de 2024. Ricoh también ha sido incluida en el Dow Jones Sustainability Indices Asia Pacific Index (DJSI Asia Pacific) durante siete años consecutivos.

Este índice es elaborado por Dow Jones & Company y la empresa de investigación de inversiones en sostenibilidad S&P Global, y fue el primer índice mundial de sostenibilidad en evaluar la sostenibilidad corporativa de una empresa desde las perspectivas económica, medioambiental y de desarrollo social.

Por su parte, Ricoh declara que su enfoque hacia la sostenibilidad consiste en perseguir una sociedad sostenible a través del equilibrio de las tres P: prosperidad (económica), personas (sociedad) y planeta (medio ambiente).



durst

Durst presenta una impresora plana híbrida para el mercado del gran formato

La nueva P5 X combina tecnología plana y rollo a rollo, al tiempo que integra soluciones híbridas y un completo ecosistema de servicios, software y tintas propias. Esta nueva oferta está dirigida principalmente a pequeños y medianos gráficos que buscan versatilidad y calidad en su producción.

Su doble funcionalidad permite a los gráficos diversificar su producción sin necesidad de invertir en dos equipos distintos. Esto abre perspectivas para una amplia gama de aplicaciones, desde la comunicación visual hasta la decoración y los envases especializados.

Uno de los puntos fuertes de la P5 X es su precisión de movimiento, gracias a la integración de motores lineales magnéticos en los ejes X e Y. Esta tecnología garantiza un movimiento fiable y preciso en toda la superficie de trabajo, incluso a altas velocidades. Además, la mesa de vacío, con sus 12 zonas seleccionables, garantiza una sujeción óptima del material a la vez que facilita una retirada rápida gracias a una función de vacío inversa.

Otro aspecto destacado de la P5 X es la posibilidad de personalizar las configuraciones de color para adaptarlas a las necesidades de producción. Con 10 canales disponibles, la máquina puede configurarse con tintas CMYK, blanco, fluor, naranja, violeta y opciones de barniz e imprimación, lo que permite la máxima flexibilidad en los proyectos. Esta diversidad de opciones hace que la P5 X sea especialmente adecuada para aplicaciones que requieren efectos visuales específicos, manteniendo al mismo tiempo una alta productividad.



NO
VE
DA
DES



SCREEN

Screen lanza una serie de CtPs térmicas optimizadas



Screen presentó la serie PlateRite 4600N de CtPs térmicos diseñados para producir hasta cuatro páginas A4 por plancha. Disponible en tres modelos (E, S y Z), esta serie combina alta velocidad de imagen con funciones avanzadas, dirigida a gráficos que requieren soluciones eficientes y escalables para diferentes flujos de trabajo.

Cada modelo de la serie PlateRite 4600N ha sido diseñado para satisfacer diferentes niveles de volumen de producción. El modelo básico, la PlateRite 4600N-E, incorpora cabezales de imagen de 16 canales y alcanza un rendimiento de 11 planchas por hora. El modelo S de gama media duplica el número de canales a 32, lo que permite producir 21 planchas por hora. Por último, el modelo Z incorpora cabezales de 64 canales, con una producción de 33 planchas por hora, lo que sitúa a esta CtP en lo más alto de la gama en cuanto a velocidad de producción. Estas especificaciones

ofrecen a los gráficos la posibilidad de adaptar su elección de CtP en función de sus necesidades, permitiendo una gestión optimizada de su productividad.

La serie PlateRite 4600N posee una óptima capacidad para manejar planchas más grandes, de hasta 830x680 mm, lo que aumenta la compatibilidad con una amplia gama de prensas. Esta flexibilidad permite a los impresores integrar fácilmente estos sistemas en diversas líneas de producción sin limitar su capacidad de adaptación a los requisitos específicos del cliente.

Junto con esta serie, Screen ofrece una automatización avanzada a través del autocargador SAL4600N, capaz de cargar hasta 100 planchas en una sola secuencia. Este equipo facilita los flujos de trabajo al reducir la frecuencia de las intervenciones manuales, minimizando así las interrupciones y mejorando los promedios de productividad.



FUJIFILM

Fujifilm lanzó las nuevas prensas REVORIA Press

Fujifilm anunció la comercialización de cuatro nuevas prensas de producción de gama media de la serie Revoria Press. La Revoria Press EC2100S y la SC285S están equipadas con una estación de tóner especial además de sus toners de cuatro colores, lo que permite la impresión en cinco colores en una sola pasada.

Las prensas EC2100S y EC2100 imprimen a una velocidad de 100 páginas por minuto y se utilizan principalmente para una amplia gama de aplicaciones de impresión comercial e impresión rápida, mientras que las SC285S y SC285, con velocidades de impresión de 85 páginas por minuto, son las más adecuadas para entornos de impresión rápida e impresión interna.

“Estos nuevos modelos se presentaron por primera vez en su fase de desarrollo en drupa en mayo de 2024, la mayor feria mundial de la industria de la impresión y los medios de comunicación, celebrada en Alemania”, recordó Hidetoshi Kino, General Manager de Fujifilm North America Corporation, División de Comunicación Gráfica. “Desde entonces, han recibido grandes elogios de numerosos clientes y profesionales del sector de la impresión en ferias de todo el mundo”, comentó.

Los cuatro productos presentan un tamaño compacto gracias a la tecnología de desarrollo vertical de tóner recientemente desarrollada por Fujifilm, que transporta el revelador de abajo a arriba en contra de la gravedad, lo que reduce significativamente el tamaño de cada unidad de revelado y, a su vez, permite la impresión en cinco colores sin aumentar el tamaño del equipo. Para generar imágenes de alta calidad y flujos de trabajo fluidos, habrá disponibles dos opciones de servidores de impresión Revoira Flow y Fiery.



NO
VE
DA
DES

GUTENBERG CAPACITACIONES

Programa de formación profesional en producción gráfica

Capacitate en los diversos procesos de producción gráfica y alcanzá una formación profesional para trabajar de forma eficiente con la última tecnología que esta industria tiene para ofrecer.



Diplomatura en desarrollo y producción de packaging

Esta diplomatura abarca todas las etapas que involucran el proceso de creación de envases, desde la concepción inicial hasta la concreción del producto final, poniendo un énfasis especial en los sistemas de producción.



Diplomatura en diseño y producción editorial

Con esta diplomatura te podrás convertir en un profesional especializado en la resolución de problemas para lograr optimizar la calidad de las piezas editoriales.



Proximos lanzamientos 2025

- Diplomatura Gestión del color
- Diplomatura Sistemas de gestión de calidad

✉ contactate@fundaciongutenberg.edu.ar
☎ +54 11 2838 0861
📍 AV. Belgrano 4299, CABA.
🌐 www.fundaciongutenberg.edu.ar



Escaneá y conocé todo acerca de nuestras capacitaciones



IGS lanza una nueva inkjet para formato múltiple

IGS se dirige a un nuevo nicho de negocio con la Cobalt SP800, una impresora de inyección de tinta de una sola pasada cuidadosamente especificada para atraer tanto a impresores como a fabricantes de cajas. La Cobalt SP800 es el resultado de la especificación de una máquina para imprimir envases en una sola pasada con un precio de entrega muy económico.

Las especificaciones incluyen el uso de tintas y cabezales de impresión HP de base agua con

el objetivo de reducir los costos de producción. Habrá opciones de velocidad y resolución, desde 32 m/min a 1200x300dpi; 16m/min a 1200x600dpi y 8m/min a 1200x1200dpi. Todo ello con un ancho de impresión de 800 mm.

Permitirá a las empresas que suministran envases de caja marrón añadir marcas para tiradas cortas, como 1.000 unidades, por ejemplo. Además de cajas, podrá imprimir bolsas y servilletas, y será adecuada para los sectores de punto de venta y envasado.





SIGMA COLOR
TINTAS GRAFICAS



FABRICA DE TINTAS OFFSET

LINEAS DE FOTOCROMIA

SIN PIEL ANTIRROCE	SIN PIEL SECADO RAPIDO ANTIRRETINTE	BAJO OLOR METALICA-LASER	MAXIMA INTENSIDAD RESISTENTE A LA LUZ
--------------------	-------------------------------------	--------------------------	---------------------------------------

FABRICACION DE COLORES ESPECIALES • COLORES BASICOS • TINTAS PARA HOJALATA



Berón de Astrada 2260 / 74 (C1437FSJ) Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel + 54 11 4918.1543 / 4918.1574 / Tel / Fax + 54 11 4918.9026

admin@sigmacolor.com.ar
www.sigmacolor.com.ar



Covestro presentó el sustrato Certevo para impresión de seguridad

Covestro hizo público el lanzamiento de Certevo, un sustrato de impresión polimérico diseñado para aplicaciones avanzadas de impresión de seguridad, como documentos oficiales duraderos y de alta seguridad, certificados y aplicaciones que exigen medidas avanzadas contra la falsificación.

“La introducción de Certevo marca un avance fundamental en la impresión de seguridad como sustrato polimérico innovador y reciclable que combina una excelente capacidad de impresión, durabilidad y sostenibilidad”, explicó el Director Global del Segmento ID & Security Printing de Covestro, Daniel Hentschel.

Certevo contiene varias características clave. Admite una excelente calidad de impresión mediante procesos calcográficos y offset, lo que permite estructuras en relieve, superando al papel tradicional y mejorando los elementos de seguridad. Además, al



ser una composición de monopolímero, este producto es reciclable.

Por otra parte, su naturaleza termofusible elimina la necesidad de revestimientos e imprimaciones, garantizando una adhesión superior de la tinta que simplifica la impresión y aumenta la durabilidad. Y por último, su avanzada capacidad de grabado por láser permite realizar micrograbados precisos que dificultan la falsificación.

KOMORI anuncia la Enthrone G29 de 29 pulgadas

Komori Corporation oficializó el lanzamiento de su Enthrone G29, que ofrece tamaño compacto y alta calidad. La prensa ha evolucionado hasta convertirse en amigable con el medio ambiente, que ahora incluye la tecnología de la serie Lithrone, logrando reducir el consumo de energía y mejorar el retorno de la inversión.

Además, mejora aún más la calidad y el consumo de energía mediante el uso del sistema optimizado Smart Inking Flow utilizado en la Serie Lithrone G advance. Éste es un sistema que funciona con una disposición optimizada de los rodillos respaldada por análisis de última generación, que no sólo garantiza una mayor calidad de impresión gracias a un control estable de la densidad, sino que también reduce el calor de escape y el consumo de energía al aliviar la carga del accionamiento rotativo.

Este modelo representa una versión compacta de

la serie que no resigna la calidad de impresión. Según han manifestado desde Komori, el diferencial de la G29 está en su “destacada eficiencia sobre costo”.





¿LAS ELEGIRÍA?

PAUTAR EN MEDIOS NO AUDITADOS ES LO MISMO

A la hora de pautar en medios, elija la confiabilidad y seguridad en su inversión publicitaria que **sólo un medio auditado por el IVC puede darle.**

Desde hace casi 70 años y creciendo acorde a los tiempos, el IVC aporta transparencia al mercado brindando datos reales, haciendo que la inversión sea segura y efectiva.

Cada medio gráfico que certifica la veracidad de información con el IVC, exhibe su logo como garantía de confiabilidad.



Av. de Mayo 1370 1º piso
C1085ABQ - C.A.B.A.
Tel.Fax.: 5411-5236-4119
info@ivc.org.ar
www.ivc.org.ar

UN MEDIO AUDITADO POR EL IVC ES UN MEDIO DE VERDAD

Acabados gráficos que se sienten.



**Generamos valor al
trabajo del impresor.**

LAMINADOS

SERIGRAFÍA UV

BARNIZADO UV

HOT-STAMPING



Te invitamos a conocer nuestra planta industrial ubicada en el Distrito del diseño, en el corazón de la ciudad. Adaptada con la mejor tecnología y un equipo humano altamente capacitado.

CENTERBRIL

**Empresa líder en brindar soluciones post
impresión para imprentas.**



5365-9387 L. Rotativas



Santa María del buen aire 456, CABA



centerbril@centerbril.com



@centerbril SEGUINOS!



EL FUTURO QUE PLANTAMOS

Somos Suzano

La valentía de innovar, el espíritu pionero y el cuidado de las personas y del planeta siempre han sido pilares en la historia centenaria de Suzano.

Somos la fábrica de celulosa más grande del mundo y un referente global en el desarrollo de soluciones renovables a través de la plantación de árboles de eucalipto.



www.stenfar.com.ar
0810-122-78363

Encontranos en:

 [stenfar-suzano](#)   [@stenfarsuzano](#)