

BAZAR GRAFICO

PRINT
MEDIA
PLATFORM

El legado fotográfico que
inventó la revolución digital



Para más información
visite

<https://www.durst-group.com/es>

Durst
KYVERIS

90
YEARS OF
INNOVATION

durst

El equipo perfecto que **une la producción gráfica profesional y la eficiencia de oficina** en un solo dispositivo.

 **ApeosPro**TM

C810



FUJIFILM
Value from Innovation

¡Perfecta para flyers, pósters y mucho más
con calidad profesional!

- **Calidad de imagen insuperable:** Resolución de 2400 x 2400 dpi con tecnología de cabezal LED (la primera del mundo) y tóner Super EA Eco para colores vibrantes y detalles nítidos.
- **Súper versátil:** Imprime en papeles desde 52 hasta 350 gsm, cartulinas, texturas irregulares y formatos extra largos (hasta 330 x 1300 mm).
- **Velocidad y productividad:** Hasta 81 ppm. Permite recargar papel (capacidad de hasta 7,360 hojas) y tóner sin detener la impresión.
- **Acabados integrados:** Post-procesamiento automático para crear folletos, plegados, cortes a sangre y grapados al instante.
- **Inteligente:** Despertar automático al acercarse (Smart WelcomEyes) y ajustes automáticos de calidad sin complicaciones (SIQA).

INDEX

BAZAR
GRÁFICO®

Edición No. 362

PRINT MEDIA PLATFORM

OCTUBRE 2026



BAZAR GRÁFICO®
Todos los derechos reservados.

BAZAR GRÁFICO®
El logotipo y el nombre son Marcas Registradas ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, IMPI.

FUNDADOR
D.L. LUIS ENRIQUE REYNOSO VILCHES
vilches@bazargrafico.com

DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA
ROCIO TIRADO SOTO
rocio@bazargrafico.com

DIRECCIÓN COMERCIAL
LMKT. ALEJANDRA REYNOSO TIRADO
alejandra@bazargrafico.com

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN
L.A.E. ISRAEL REYNOSO TIRADO
israel@bazargrafico.com

DESARROLLO WEB Y DISEÑO:
L.C.A. LUISA REYNOSO TIRADO
luisa@bazargrafico.com

SERVICIO A CLIENTES:
LUZ LÓPEZ ALVARADO
luz@bazargrafico.com

REDES SOCIALES:
@BAZARGRAFICO
BAZAR-GRAFICO
REVISTA BAZAR GRAFICO



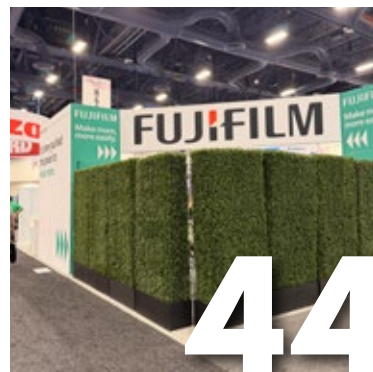
18

PRODUCCIÓN QUE OPERA

Durst plantea una nueva etapa para la automatización de la industria gráfica: inteligencia artificial, sensores, robótica, datos y software conectado trabajando hacia un objetivo común



22



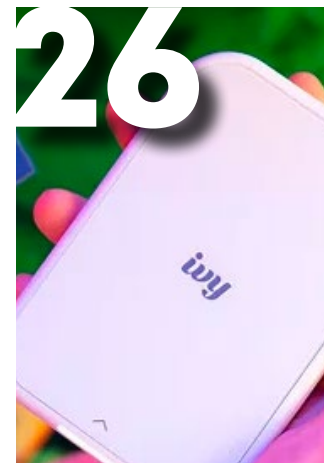
44

MAKE MORE

Fujifilm presenta una propuesta enfocada en ampliar las posibilidades de producción sin aumentar la complejidad

PRESENTE Y FUTURO DE LA IMPRESIÓN

Con 27,000 asistentes, más de 850 expositores y cerca de 93,000 m² de exhibición, PRINTING United Expo cerró una nueva edición en Las Vegas.



DEL CELULAR AL PAPEL

06

TRES SEÑALES DEL FUTURO

Celebrar nueve décadas de innovación puede ser un ejercicio de nostalgia, pero Durst eligió otro camino

12

MÁS ALLÁ DEL FORMATO

Una decisión para imprimir sin límites

14

RECONOCIMIENTO AL ESFUERZO

Xerox otorga un reconocimiento a SD Soluciones Digitales, por su desempeño en ventas con el equipo Proficio



HALLOWEEN 3D

16

LA IA CAMBIA

La inteligencia artificial promete cambiar prácticamente todas las industrias, pero en las artes gráficas parte de esa transformación ya está ocurriendo

20

CREAR MÁS VALOR

Directivos de Roland DG para América Latina, conversaron con Bazar Gráfico sobre el crecimiento de UV, la personalización, nuevos sustratos y las oportunidades

30

FOTOGRAFÍA DIGITAL

Durante años, la fotografía digital persiguió imágenes más nítidas, limpias y técnicamente precisas. Ahora, parte del público parece buscar exactamente lo contrario



ECOSISTEMA DE PRODUCCIÓN

32

LA DIMENSIÓN DEL TACTO

La técnica del relieve puede reforzar jerarquías visuales, comunicar calidad y hacer que una pieza permanezca en la memoria

34

DISEÑAR EN VOLUMEN

Esko Studio plantea visualizar el diseño sobre su estructura tridimensional antes de convertirlo en un objeto físico

36

PRODUCCIÓN DINÁMICA

En PRINTING United Expo 2026, Canon mostró un portafolio que abarca gran formato, inkjet y tóner de producción, automatización y software



SOSTENIBILIDAD MEDIBLE

38

UN NEGOCIO POR EXPLOTAR

Para las floristerías, la impresión abre un territorio de posibilidades para convertir papeles, listones, tarjetas y empaques en extensiones visibles de su identidad

40

PRODUCTIVIDAD, AUTOMATIZACIÓN & EVOLUCIÓN

En el año de su 90 aniversario, Durst Group reunió en Las Vegas nuevas plataformas, configuraciones de alta productividad, software y automatización

42

NOSTALGIA EN LA CANCHA

El regreso de estéticas deportivas de décadas pasadas ha convertido a la tipografía en un recurso protagonista para construir jerseys con personalidad.

46

ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN

Detrás de una nueva prensa puede existir mucho más que una actualización tecnológica

60

ETIQUETAS QUE PROTEGEN

En el sector salud, una etiqueta no termina en el nombre del producto. Debe transmitir información crítica, facilitar su trazabilidad y contribuir a proteger al usuario

63

ACELERANDO EL PASO

Nos queda el último trimestre del 2026

BAZAR
GRÁFICO®

© MARCA REGISTRADA

COLABORADORES Y ARTICULISTAS:

MIKE BURGSTEIN, RANDY SWOPE, FABIAN RUIZ, ROBERTO ARECHEDERRA, OMAR ROMO, MÓNICA ESQUIVEL, ISRAEL REYNOSO, ALEJANDRA REYNOSO

Publicación creada por EDICIONES Y EXPOSICIONES MEXICANAS S.A. DE C.V.

Se permite la reproducción parcial o total de los artículos, citando la fuente. Bazar Gráfico® no se responsabiliza del contenido de los anuncios ni de sus ofertas, promociones, productos o servicios, pues sólo brinda un espacio comercial e informativo a los lectores.

TRES SEÑALES DEL *futuro*



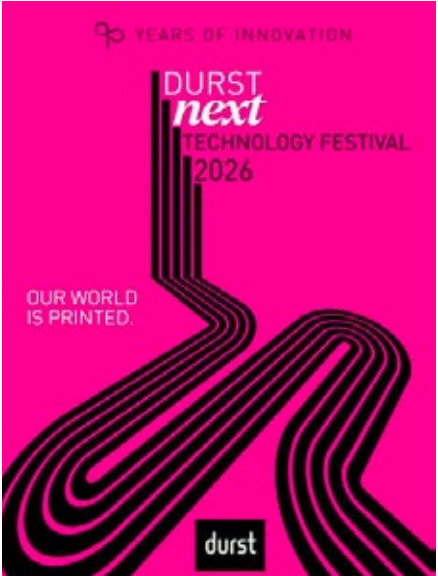
Celebrar nueve décadas de innovación puede ser un ejercicio de nostalgia, pero Durst eligió otro camino



1 LA IMPRESIÓN SERÁ CADA VEZ MENOS AISLADA

Si algo dejó claro el *Durst NEXT Technology Festival*, celebrado el 25 y 26 de junio en Bressanone, Italia, es que hablar de innovación en impresión ya no significa hablar exclusivamente de prensas. Durante el encuentro, organizado para conmemorar los 90 años de *Durst*, la conversación se extendió hacia software, datos, automatización, inteligencia artificial y robótica.

La señal es importante: los equipos de producción comienzan a formar parte de ecosistemas mucho más amplios. La máquina continúa siendo fundamental, pero su rendimiento depende cada vez más de lo que ocurre antes, durante y después de imprimir.



2 LOS DATOS ENTRAN AL PISO DE PRODUCCIÓN

Uno de los conceptos que merece atención es *KYVERIS*, plataforma de *Industrial Intelligence* presentada por *Durst* como parte de su visión tecnológica. Más allá del nombre o de sus características particulares, lo relevante es la dirección que representa: utilizar información de diferentes etapas para construir procesos más conectados y capaces de adaptarse.

Para los convertidores y proveedores de impresión, esto puede tener consecuencias prácticas. Cuanto más información pueda recopilarse y relacionarse, mayores serán las posibilidades de detectar ineficiencias, automatizar tareas y anticipar problemas.





El futuro de la impresión no dependerá únicamente de máquinas más rápidas, sino de operaciones capaces de tomar mejores decisiones

3 EL OPERADOR TAMBIÉN ESTÁ CAMBIANDO

Aquí aparece quizá la transformación menos evidente. La automatización no necesariamente elimina la intervención humana; puede desplazarla hacia tareas de mayor valor: supervisar, interpretar información, resolver excepciones y tomar decisiones.

El festival mostró precisamente un ecosistema que incorpora robótica, escaneo 3D y otras tecnologías junto con la impresión digital, una combinación que revela hasta qué punto las fronteras tradicionales del sector se están ampliando.

durst-group.com

LA MORALEJA...

¿Por qué resulta relevante este encuentro? Porque las presiones que enfrenta hoy la industria, tirajes variables, tiempos de entrega más cortos, eficiencia y personalización, difícilmente podrán resolverse únicamente aumentando la velocidad de las prensas.

El verdadero salto puede estar en conectar mejor todo lo que sucede alrededor de ellas.

Por eso, más que celebrar nueve décadas, **Durst NEXT** permitió observar hacia dónde podría dirigirse la siguiente. El futuro de la impresión no dependerá únicamente de máquinas más rápidas, sino de operaciones capaces de tomar mejores decisiones. ➡



90 YEARS OF INNOVATION



MAGNA

Tecnología de corte avanzada para producción profesional.



Para más información, visite hasler.es/magna



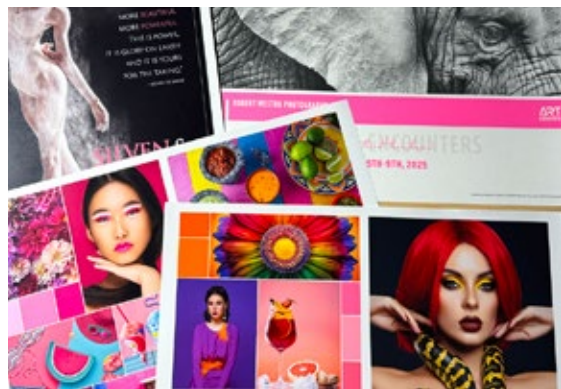
hasler
A Durst Group Company



Xerox Proficio: más rentabilidad, menos desperdicio y nuevas oportunidades para las artes gráficas.

La industria gráfica enfrenta hoy un desafío constante: producir trabajos de alta calidad, cumplir tiempos de entrega cada vez más cortos, controlar costos y mantener márgenes saludables en un entorno altamente competitivo. Para los impresores, el éxito ya no depende únicamente de imprimir más rápido, sino de hacerlo de manera más eficiente, rentable y consistente. En este contexto, Xerox Proficio representa una solución enfocada en las verdaderas necesidades del negocio gráfico: reducir la merma, elevar la calidad y generar nuevas oportunidades de crecimiento.

Uno de los principales retos de las empresas gráficas es el desperdicio derivado de ajustes, pruebas de color, reimpressiones y errores operativos. Cada hoja desperdiciada impacta directamente la rentabilidad. Por ello, Xerox ha desarrollado una plataforma que automatiza procesos clave para asegurar resultados consistentes desde el primer trabajo, permitiendo reducir significativamente la merma y optimizar el aprovechamiento de materiales, tiempo y recursos.



Para los clientes finales, la calidad es un factor decisivo. Marcas, agencias y áreas de marketing exigen colores precisos, uniformidad entre tirajes y acabados profesionales que reflejen el valor de sus productos y servicios. Xerox Proficio permite a los proveedores gráficos responder a estas expectativas con una calidad de impresión excepcional y repetible, brindando la confianza de entregar trabajos que cumplen con los estándares más exigentes del mercado.



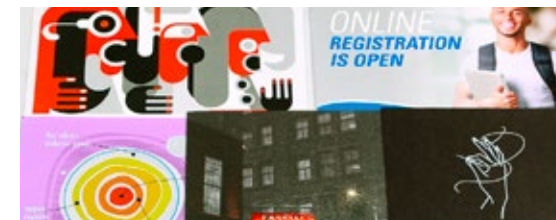
Xerox® Proficio™ PX300

Otro desafío creciente es la personalización y la necesidad de diferenciarse. Los compradores de impresión buscan materiales más atractivos, campañas segmentadas y aplicaciones que generen mayor impacto. Gracias a un ecosistema diseñado para potenciar la creatividad y el valor agregado, Xerox ayuda a los impresores a diversificar su oferta y acceder a nuevas fuentes de ingresos, fortaleciendo su posición competitiva frente a otros proveedores.

La productividad también es un factor crítico. Los mercados actuales demandan tirajes más cortos, entregas urgentes y una mayor variedad de trabajos. En este escenario, reducir tiempos improductivos y simplificar la operación se convierte en una ventaja estratégica que permite a los negocios aceptar más proyectos, incrementar su capacidad productiva y mejorar la experiencia de sus clientes.



Sin embargo, la tecnología por sí sola no garantiza resultados. La verdadera diferencia está en el conocimiento, la experiencia y el respaldo detrás de cada proyecto. Xerox se ha consolidado como el líder en ventas de prensas digitales de producción en México durante los últimos cinco años, una posición alcanzada gracias a la confianza del mercado y a una propuesta integral que va más allá del hardware. Este liderazgo se sustenta en un equipo especializado de consultoría, análisis de aplicaciones, desarrollo de negocios y servicio técnico, capaz de acompañar a los clientes en cada etapa de su crecimiento.



Solicite una demostración o descubra más información de la prensa digital Xerox® Proficio™.

Para las empresas de artes gráficas, contar con Xerox significa tener un socio tecnológico que entiende los retos reales del negocio: reducir costos operativos, minimizar desperdicios, asegurar la calidad, mejorar la productividad y generar nuevas oportunidades comerciales. En una industria donde cada proyecto cuenta y cada detalle marca la diferencia, Xerox Proficio ofrece una visión centrada en lo que realmente importa: ayudar a los impresores a ser más rentables, más competitivos y más exitosos.



Lleve su operación gráfica al siguiente nivel

En un mercado donde la eficiencia, la calidad y la rentabilidad son factores decisivos, contar con un aliado tecnológico que comprende los desafíos de la industria hace toda la diferencia. Xerox no solo ofrece tecnología de vanguardia, sino también el respaldo de especialistas que acompañan a los negocios gráficos para optimizar procesos, reducir costos y descubrir nuevas oportunidades de crecimiento.

Conozca cómo Xerox® Proficio™ puede ayudarle a minimizar la merma, maximizar la productividad y ofrecer una calidad que marque la diferencia para sus clientes.



MÁS ALLÁ DEL FORMATO

UNA DECISIÓN PARA IMPRIMIR SIN LÍMITES

El verdadero potencial de una prensa digital aparece cuando puede responder a trabajos distintos sin convertir cada cambio de soporte, formato o acabado en una complicación operativa

Ampliar el catálogo de aplicaciones no siempre requiere incorporar una nueva línea de producción, a veces, la clave está en contar con un equipo capaz de resolver trabajos muy distintos desde una misma plataforma.

La *Revoria Press EC1100* de *Fujifilm* es un ejemplo de esta aproximación. Su capacidad para trabajar con soportes de entre 52 y 400 g/m² permite abordar desde papeles ligeros hasta materiales de mayor gramaje. Además, con la configuración adecuada, puede procesar hojas largas de hasta 330 x 1,200 mm, una característica que abre posibilidades para piezas que superan las dimensiones habituales.

DEL SOPORTE AL RESULTADO

La versatilidad, sin embargo, pierde valor si cada cambio de trabajo implica detener constantemente la operación. Por eso, buena parte de la propuesta de la *EC1100* está relacionada con faci-

FUJIFILM

**La versatilidad
pierde valor si
cada cambio
de trabajo
implica detener
constantemente
la operación**

litar la preparación y mantener la estabilidad durante la producción.

Su sistema de alimentación por succión de aire y la detección de alimentación múltiple ayudan a mantener un flujo consistente, mientras que el sistema de registro permite corregir la inclinación del papel durante el recorrido. A esto se suman sensores en línea para automatizar ajustes relacionados con la alineación, la transferencia de imagen, la densidad y la reproducción tonal.

UNA MÁQUINA PARA EXPLORAR

Hay otra característica que resulta especialmente interesante desde la perspectiva del negocio: la posibilidad de guardar hasta 1,000 tipos de papel en su biblioteca de soportes. Para una operación que trabaja con pedidos recurrentes y materiales diferentes, esto puede simplificar la configuración de trabajos y reducir ajustes manuales.

En productividad, la prensa alcanza hasta 100 páginas por minuto en A4, mientras que su resolución de 2,400 ppp busca conservar el nivel de detalle necesario para aplicaciones comerciales. El uso del tóner *EA-Eco* complementa esta propuesta orientada a una reproducción consistente.

Más que acumular especificaciones, el valor está en lo que estas capacidades permiten hacer: explorar nuevos formatos, trabajar con diferentes sustratos y aceptar proyectos personalizados desde una misma plataforma. ←



fujifilm.com



RECONOCIMIENTO *al esfuerzo*

XEROX OTORGA UN RECONOCIMIENTO A SD SOLUCIONES DIGITALES,
POR SU DESEMPEÑO EN VENTAS CON EL EQUIPO PROFICIO

xerox™ SD®

Durante **FESPA México 2026**, **Xerox** reconoció a **SD Soluciones Digitales** por alcanzar el mejor desempeño en ventas de unidades de **Xerox Proficio**, una de las soluciones más recientes de la compañía para el mercado de producción digital.

La entrega del reconocimiento estuvo encabezada por Silvia Gómez García, Directora de Canales y Comunicación Gráfica de **Xerox México**, quien destacó el trabajo desarrollado por su socio de negocios y la respuesta que esta tecnología ha tenido en el mercado mexicano.

Gracias a los resultados alcanzados, México se posiciona actualmente como la segunda filial de **Xerox** a nivel mundial en ventas de **Proficio**, un logro que refleja tanto la adopción del equipo como el trabajo conjunto entre la marca y su canal de distribución.

"Estamos muy contentos de entregar este reconocimiento a **Soluciones Digitales** por su desempeño y por el trabajo que han realizado con **Proficio**", señaló Silvia Gómez durante la presentación.

Por parte de **SD Soluciones Digitales**, Oscar Zorrero agradeció el reconocimiento y destacó que el resultado ha sido posible gracias al esfuerzo de todo el equipo, al respaldo de **Xerox** y a la confianza de los clientes que han incorporado esta tecnología a sus operaciones.



El reconocimiento entregado durante **FESPA México** refuerza la importancia de la colaboración entre fabricantes y socios de negocio para acercar nuevas soluciones a las empresas gráficas, así como para impulsar la adopción de tecnologías que respondan a las nuevas necesidades de producción, calidad y rentabilidad del mercado.

¡Muchas felicidades a todo el equipo de **SD Soluciones Digitales** por este logro! ←

Color con calidad profesional. Cero complejidad. Impacto máximo.

Presentamos **Xerox® IJP900 Inkjet Press**, diseñada para ofrecer color a velocidades revolucionarias y a un costo sorprendentemente bajo. Sin concesiones. Sin complicaciones. Solo un rendimiento impecable y resultados rentables.

**Descubre la innovación de vanguardia
en impresión de inyección de tinta en acción.**



Más información
[Xerox.com/IJP900](https://www.xerox.com/IJP900)

©2026 Xerox Corporation. Todos los derechos reservados. Xerox® es una marca registrada de Xerox Corporation en los Estados Unidos y/o en otros países, incluido LATAM.

xerox™
We make work, work.



Héctor Yáñez
Director de mercadotecnia
FUJIFILM MÉXICO

Alejandro Giraud Director
Vicepresidente de
Fotografía e Impresión
FUJIFILM MÉXICO

LA IA CAMBIA LA FORMA DE CREAR Y PRODUCIR

La inteligencia artificial promete cambiar prácticamente todas las industrias, pero en las artes gráficas parte de esa transformación ya está ocurriendo

FUJIFILM

DESDE EL RETOQUE DE IMÁGENES HASTA LA GESTIÓN DE FLUJOS DE PRODUCCIÓN, LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL YA FORMA PARTE DE LA INDUSTRIA GRÁFICA. EN CONVERSACIÓN EXCLUSIVA CON BAZAR GRÁFICO, DIRECTIVOS DE FUJIFILM ANALIZAN CÓMO ESTÁN CAMBIANDO PROCESOS, PERFILES PROFESIONALES Y LA MANERA EN QUE PRODUCIMOS IMPRESOS

Para *Fujifilm*, su valor no está únicamente en generar imágenes: también puede eliminar tareas repetitivas, mejorar la calidad y hacer más eficientes los procesos de producción.

En conversación con *Bazar Gráfico*, Alejandro Giraud, Vicepresidente de las Divisiones de Fotografía e Impresión, y Héctor Yáñez, Director de Mercadotecnia para Artes Gráficas, compartieron cómo la compañía ya incorpora estas capacidades dentro de sus soluciones.

Uno de los ejemplos está en el procesamiento de imágenes. Los sistemas pueden analizar el documento desde el *RIP*, reconocer el tipo de escena y realizar ajustes de brillo, contraste y otras características.

“Tiene la gran ventaja de que te ahorra tener un especialista gráfico en el *RIP*, cuando en realidad debería estar en la etapa de diseño”.

La tecnología también puede automatizar tareas creativas. En aplicaciones como *photobooks*, por ejemplo, es posible recibir fotografías individuales, organizarlas y realizar ajustes para obtener un producto terminado con menor intervención manual. *Fujifilm* confirma oficialmente que *Revoria Flow* utiliza IA para analizar documentos y fotografías y recomendar u optimizar parámetros de calidad de imagen.

DE OPERAR MÁQUINAS A GESTIONAR PRODUCCIÓN

Otro paso está en la automatización del flujo. *Revoria XMF Press-Ready* puede realizar tareas como preflight, imposición, agrupación y clasificación de trabajos, además de dirigirlos al equipo adecuado de acuerdo con condiciones previamente establecidas.

“Los roles no necesariamente van a desaparecer, van a evolucionar y se van a apoyar de estas herramientas”

Para los directivos de *Fujifilm*, esta evolución también está cambiando el papel de las personas dentro de las empresas gráficas.

“Ese trabajo que era muy manual ahora es un trabajo más intelectual, más creativo. Evoluciona, no es que desaparezca”.

Héctor Yáñez recuerda cómo la industria ya atravesó transformaciones similares: desaparecieron determinadas tareas manuales, pero quienes las realizaban migraron hacia nuevas herramientas y funciones.

Alejandro Giraud, coincide: “Los roles no necesariamente van a desaparecer, van a evolucionar y se van a apoyar de estas herramientas para ser más productivos”.

MÁS CONTENIDO PUEDE SIGNIFICAR MÁS IMPRESIÓN

Existe además una aparente paradoja: producir contenido digital con mayor rapidez puede generar también más oportunidades para la impresión.

Las campañas que antes permanecían seis o doce meses hoy cambian constantemente. Redes sociales, revistas, publicidad exterior, centros comerciales y otros canales demandan versiones y contenidos nuevos a una velocidad mucho mayor.

“Sacamos la cantidad de artes que antes sacábamos en un año para un día”.

Para *Fujifilm*, incluso en un entorno cada vez más digital permanece el valor de lo tangible. Miles de fotografías pueden permanecer almacenadas en un teléfono o en la nube, pero la inteligencia artificial también facilita organizarlas y convertirlas nuevamente en productos físicos.

La transformación apenas comienza. La IA está entrando al diseño, al *RIP*, al flujo de trabajo y al análisis de información. Pero el mensaje de *Fujifilm* es menos sobre reemplazar personas y más sobre liberarlas de tareas repetitivas para producir mejor, más rápido y con mayor capacidad creativa. ←

fujifilm.com



Chris Schowalter
Global Sales Director for
Software and Solutions
DURST GROUP

durst

¿HASTA DÓNDE PUEDE LLEGAR LA AUTOMATIZACIÓN DE UNA EMPRESA GRÁFICA? PARA DURST, EL SIGUIENTE PASO VA MUCHO MÁS ALLÁ DE REDUCIR TAREAS MANUALES: EL OBJETIVO ES AVANZAR HACIA ENTORNOS DE PRODUCCIÓN CAPACES DE OPERAR CON UNA INTERVENCIÓN HUMANA MÍNIMA.

En una conversación exclusiva con **Bazar Gráfico**, Chris Schowalter, Global Commercial Director del portafolio de software de **Durst**, compartió la visión detrás de *Kyberis*, una iniciativa que funciona como plataforma de desarrollo y, al mismo tiempo, como una declaración sobre hacia dónde considera la compañía que se dirige la producción.

"*Kyberis* es una misión y un mensaje. Mostramos por primera vez cómo puede verse una producción completa en el futuro".

La visión tiene incluso un horizonte. Schowalter considera que durante los próximos tres a cinco años los clientes avanzarán hacia equipos capaces de producir de manera mucho más autónoma.

El concepto se acerca a lo que la industria denomina *lights-out production*: procesos que pueden continuar funcionando incluso sin operadores presentes permanentemente.

CUANDO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL LLEGA AL MUNDO FÍSICO

Uno de los pilares de *Kyberis* es lo que **Durst** denomina *Physical AI*. Si actualmente gran parte de la inteligencia artificial está concentrada en *software* y análisis de información, la compañía busca trasladar esas capacidades al entorno físico de producción.

"Todos están haciendo inteligencia artificial en *software* hoy, pero ¿cómo puedes utilizarla para entrar en el mundo físico? Para controlar brazos robóticos y las pequeñas máquinas que manejan la producción".

Esto implica combinar robótica con una nueva generación de equipos capaces de recopilar y procesar mayores cantidades de información. Los sensores tendrán un papel fundamental.

La información obtenida mediante sensores podría permitir que el sistema reconozca condiciones de operación, detecte posibles problemas físicos y anticipe cuándo será necesario realizar mantenimiento.

El objetivo es reducir interrupciones y mantener la producción funcionando de manera continua.

MÁQUINAS Y SOFTWARE HABLANDO EL MISMO IDIOMA

Para lograr una producción verdaderamente autónoma no basta con automatizar equipos individuales. Los diferentes sistemas necesitan comunicarse.

Por ello, otro componente de *Kyberis* es una capa común de datos, diseñada para que máquinas, software y sistemas de producción compartan información bajo una misma estructura.

Y aquí aparece uno de los puntos que **Durst** considera esen-

"La máquina tiene que empezar a pensar. En realidad, tiene que hacer más que pensar: tiene que empezar a sentir".
-Chris Schowalter

ciales: mantener un ecosistema abierto. "No intentamos encerrar a nuestros clientes dentro de nuestro ecosistema".

La intención es que la tecnología pueda integrarse también con equipos de otros fabricantes. Esta filosofía se complementa con la *Open Software Initiative* de **Durst**, que busca llevar su portafolio de software hacia un entorno abierto, conectado y respaldado por una red de especialistas independientes.

Al celebrar 90 años, **Durst** decidió no limitarse a mirar su historia, *Kyberis* representa precisamente lo contrario: una mirada hacia una empresa gráfica en la que máquinas, software, robótica, sensores, datos e IA puedan trabajar como un solo sistema.

La producción completamente autónoma todavía es un camino en desarrollo, pero la dirección ya está definida: menos intervención, mayor conectividad y una producción capaz de tomar cada vez más decisiones por sí misma. ←

PERSONALIZAR PARA CREAR MÁS VALOR



Armando Lara
VP of Latin American Sales
and Business Development
ROLAND DGA

Francisco Calleja
Gerente regional de ventas
para América Latina, México,
Centro América y el Caribe
ROLAND DG



LA IMPRESIÓN DIGITAL ESTÁ LLEVANDO EL NEGOCIO HACIA APLICACIONES DONDE EL VOLUMEN DEJA DE SER EL ÚNICO PROTAGONISTA. AMADO LARA Y FRANCISCO CALLEJA, DIRECTIVOS DE ROLAND DG PARA AMÉRICA LATINA, CONVERSARON CON BAZAR GRÁFICO SOBRE EL CRECIMIENTO DE UV, LA PERSONALIZACIÓN, NUEVOS SUSTRATOS Y LAS OPORTUNIDADES QUE ESTÁN SURGIENDO ALREDEDOR DEL VALOR AGREGADO.

La impresión ya no se limita al papel; acrílico, cuero, etiquetas, objetos personalizados, decoración e incluso aplicaciones para sectores como interiorismo o automotriz forman parte de un mercado que continúa ampliando sus posibilidades.

En conversación exclusiva con *Bazar Gráfico*, Amado Lara, VP of Latin American Sales and Business Development de **Roland DGA**, y Francisco Calleja, Gerente Regional de Ventas para América Latina, México, Centroamérica y el Caribe de **Roland DG**, compartieron su visión sobre esta transformación y sobre una tecnología que continúa ganando terreno: la impresión UV.

“Ya son varios años donde vemos, no solamente nosotros con nuestros estudios, sino también estudios realizados a nivel global, que la tecnología UV y todas las aplicaciones alrededor de UV tienen un crecimiento importante”, explicaron durante la conversación.

Este crecimiento está orientando también el desarrollo de nuevas soluciones. El objetivo, señalaron, es ofrecer productos que permitan a los clientes “tener la máxima cantidad de aplicaciones posible”.

PERSONALIZAR PARA AUMENTAR EL VALOR

Una de las oportunidades más claras está en la personalización, especialmente para emprendedores y empresas provenientes de procesos tradicionales, como la serigrafía, que están incorporando tecnologías digitales.

“Es absolutamente personalizado. Es un producto de alto valor”. UV permite además agilizar la generación de nuevos productos y realizar cambios con mayor facilidad. La tecnología deja de considerarse únicamente una etapa final del proceso y comienza a intervenir desde el desarrollo mismo de una aplicación.

“Digital te permite hacer muchas cosas que antes no podías hacer. Eso es lo que está abriendo muchas puertas para nuestros clientes”.

LA MÁQUINA DEL “SÍ”

La variedad de sustratos amplía todavía más este universo. Acrílico, cuero y numerosas superficies permiten llevar la impresión hacia mercados que van mucho más allá de las aplicaciones

gráficas tradicionales. “Es medio broma, pero no tanto: decimos que es la máquina del sí, porque sí se puede”.

A esta versatilidad se suma la integración de impresión y corte. Los directivos destacaron que esta combinación permite producir desde trabajos personalizados hasta etiquetas, una aplicación que identifican en fuerte crecimiento.

MÁS APLICACIONES, MÁS OPORTUNIDADES

Durante la conversación, Lara y Calleja hablaron de soluciones UV, impresión y corte, látex, decoración y equipos compactos, con aplicaciones que abarcan desde etiquetas y objetos personalizados hasta papel mural y superficies texturizadas.

Ya no se trata únicamente de cuánto pueden imprimir, sino de qué más pueden producir y cuánto valor pueden agregar a cada pieza.

Para **Roland DG**, ahí se encuentra una de las grandes oportunidades de la impresión digital: convertir la versatilidad, la personalización y la diversidad de aplicaciones en nuevas posibilidades de negocio. ←



PRESENTE Y FUTURO DE LA IMPRESIÓN

Con 27,000 asistentes, más de 850 expositores y cerca de 93,000 m² de exhibición, PRINTING United Expo cerró una nueva edición en Las Vegas.



Durante tres días, **PRINTING United Expo 2026** volvió a reunir prácticamente todos los segmentos de la industria gráfica bajo un mismo techo. Los resultados preliminares reportan 27,000 asistentes registrados provenientes de 100 países, más de 850 empresas expositoras y cerca de 93,000 m² de exhibición.

La magnitud también pudo medirse en maquinaria: más de 2,220 toneladas de equipos y tecnología llegaron al *Las Vegas Convention Center*, alrededor de 227 toneladas más que en la edición anterior. A ello se sumaron cientos de lanzamientos, incluidos debuts mundiales y para Norteamérica, además de

más de 200 sesiones educativas, paneles, demostraciones y actividades.

Pero recorriendo el piso de exposición, la historia más interesante estuvo menos en cuánto equipo había y más en qué problemas buscaba resolver.

AUTOMATIZACIÓN E IA PASAN A LA PRÁCTICA

Inteligencia artificial, automatización y optimización del *workflow* aparecieron una y otra vez durante la cobertura de **Bazar Gráfico**. No necesariamente como conceptos a futuro, sino aplicados a necesidades concretas: reducir tareas manuales, anticipar mantenimiento, administrar un número creciente de órdenes y simplificar la operación de los equipos.



Lo vimos en **Canon**, donde la conversación alrededor de **PRISMA** puso el foco en conectar datos y producción; en **Xerox**, con automatización y herramientas de *workflow* alrededor de un portafolio ampliado; y en **Durst**, con plataformas diseñadas para evolucionar mediante software y diferentes niveles de automatización.

La propia Expo reflejó esta transición con una edición ampliada del **PRINTING AI Pavilion**, dedicado a mostrar aplicaciones prácticas de inteligencia artificial para ventas, producción, análisis y crecimiento de las empresas.

LAS FRONTERAS ENTRE TECNOLOGÍAS SE REDUCEN

Otra constante fue la convergencia. En diferentes stands encontramos tecnologías capaces de ampliar aplicaciones y combinar procesos que anteriormente podían pertenecer a entornos de producción separados. **Canon** llevó **Colorado XL**

hacia una plataforma híbrida para materiales flexibles y rígidos; *Xerox* mostró un portafolio que conecta inkjet, tóner, *Beyond CMYK* y *workflow*; mientras *Durst* presentó diferentes niveles de producción dentro de su ecosistema *P5*.



La tendencia no apunta necesariamente a que una tecnología sustituya a otra, sino hacia empresas gráficas capaces de combinar procesos de acuerdo con cada trabajo.

Y esos trabajos también están cambiando. Tirajes más cortos, mayor personalización, más versiones y menores tiempos de entrega trasladan parte de la presión desde la velocidad pura del equipo hacia la eficiencia del flujo completo.

UNA INDUSTRIA CADA VEZ MÁS CONECTADA

La convergencia también estuvo presente en la estructura de *PRINTING United*. Impresión comercial, gran formato, *apparel*, etiquetas y empaque, industrial, *mailing*, productos promocionales e instalación compartieron nuevamente el mismo evento.



La edición 2026 incorporó además el nuevo *ASI Pavilion*, enfocado en oportunidades dentro del mercado de productos promocionales, y estrenó *Spill the Ink District* como espacio de conversación y comunidad, además de mantener zonas especializadas, recorridos tecnológicos y demostraciones en vivo.



La mirada hacia las nuevas generaciones tuvo igualmente un espacio importante. 174 estudiantes y educadores participaron en esta edición, con recorridos por el piso, demostraciones, conversaciones sobre oportunidades profesionales y contacto directo con fabricantes y especialistas de la industria.



LA MIRADA YA ESTÁ EN 2027

PRINTING United Expo cerró su edición 2026 con más de dos terceras partes del espacio de exhibición para 2027 ya reservado. La próxima cita será nuevamente en el *Las Vegas Convention Center*, del 14 al 16 de septiembre de 2027.

Después de varios días recorriendo equipos, lanzamientos y aplicaciones, una de las conclusiones que deja esta edición es que la innovación ya no puede medirse únicamente en velocidad, resolución o productividad por hora.

La conversación se amplía hacia cuánto puede automatizarse

un proceso, qué tan fácilmente pueden conectarse diferentes tecnologías, cómo aprovechar los datos y cuánto trabajo adicional puede absorber una empresa sin incrementar en la misma proporción su complejidad operativa.

PRINTING United Expo 2026 mostró una enorme cantidad de tecnología, pero sobre todo dejó ver una industria que continúa buscando nuevas formas de producir, conectar procesos y crecer. ←



LA CANON IVY 2 PROPONE LLEVAR LA FOTOGRAFÍA MÓVIL AL TERRENO FÍSICO MEDIANTE UN EQUIPO COMPACTO QUE COMBINA IMPRESIÓN ZINK, CONECTIVIDAD INALÁMBRICA Y SOPORTES ADHESIVOS

Canon



La Canon IVY 2 Mini Photo Printer parte de una idea sencilla: recuperar el componente tangible de la fotografía sin abandonar la inmediatez del *smartphone*.

Su formato compacto permite transportarla fácilmente y establecer conexión mediante Bluetooth 5.0 con la aplicación Canon Mini Print, desde donde es posible editar las imágenes antes de enviarlas a impresión.

El proceso prescinde de cartuchos gracias a la tecnología ZINK –Zero Ink–, que utiliza cristales de colorante incorporados en el propio soporte y activados mediante calor. El resultado son impresiones de hasta 2 x 3 pulgadas, sin bordes y con una resolución máxima de 313 x 512 ppp.

Aquí aparece una de sus aplicaciones más interesantes para el diseño: el soporte puede convertirse en sticker.



Canon ofrece papel ZINK rectangular y versiones circulares adhesivas, ampliando las posibilidades hacia moodboards, álbumes, diarios visuales, personalización de objetos o pequeñas piezas de comunicación. El material también está diseñado para resistir manchas, agua y rasgaduras.

La autonomía ronda las 20 hojas por carga y la batería puede cargarse completamente en aproximadamente 45 minutos mediante USB-C. Así, la IVY 2 se posiciona menos como una impresora fotográfica tradicional y

más como una herramienta portátil para materializar ideas visuales bajo demanda. ←

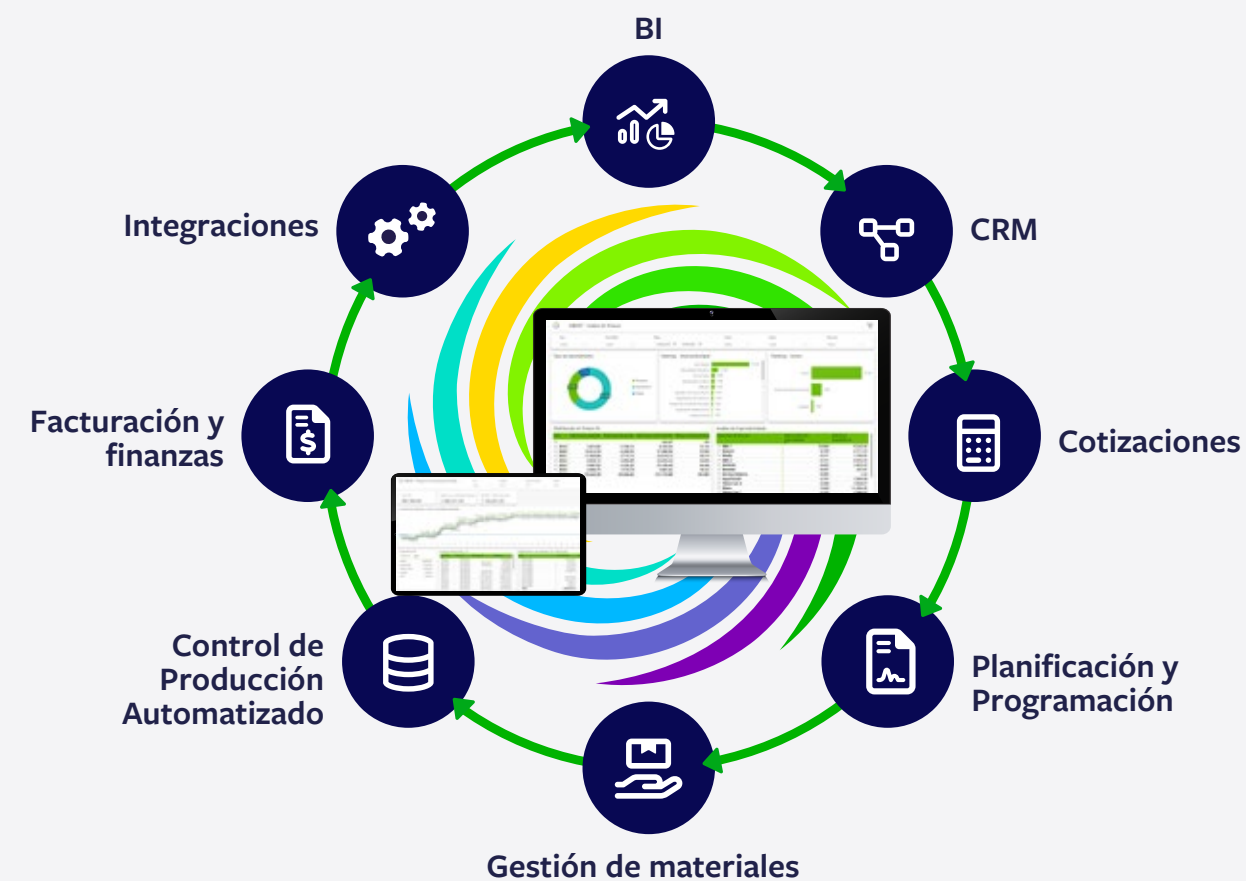
+ INFO:



ZINK no requiere tinta, tóner ni cartuchos: el color se genera directamente en el papel mediante activación térmica.

- ✓ Cotizaciones más rápidas — y con márgenes más rentables
- ✓ Producción optimizada y entregas puntuales
- ✓ Decisiones ágiles con datos en tiempo real
- ✓ Control total y trazabilidad de punta a punta

¿Quieres obtener estos resultados en tu operación?



“Con Metrics logramos integrar procesos, eliminar reprocesos y agilizar presupuestos y aprobaciones. Esto se reflejó directamente en la productividad. Reducimos en más del 50% el tiempo de cotización, ganando agilidad y precisión.”

— Tiliform



Descubre cómo tu empresa también puede crecer con confianza.

Acelera tus resultados con automatización, datos y control total. Habla con nuestros especialistas y descubre cómo Metrics ERP puede impulsar tu crecimiento con más inteligencia, eficiencia e integración. Descubre cómo tu empresa también puede crecer con confianza.

HALLOWEEN TRIDIMENSIONAL



IMPRIME EN 3D

CON IMPRESIÓN 3D, UNA IDEA TEMÁTICA PUEDE CONVERTIRSE EN UNA PIEZA FÍSICA LISTA PARA DECORAR, EXHIBIR O INTERVENIR

La fabricación aditiva abre un amplio abanico de posibilidades para desarrollar piezas de *Halloween* con formas complejas y un alto grado de personalización. Más allá de reproducir figuras decorativas, la fecha puede convertirse en un pretexto para explorar geometrías, acabados y aplicaciones.

LÁMPARAS Y LUMINARIAS

Una pantalla con forma de calabaza, calavera o casa embrujada puede aprovechar las posibilidades de impresión capa por capa para generar patrones de luz y sombra. Diseñar paredes con diferentes espesores o perforaciones permite modificar la iluminación y obtener efectos visuales sin recurrir a procesos posteriores demasiado complejos.

MOLDES Y ACCESORIOS PARA REPOSTERÍA

La impresión 3D también puede trasladarse a la cocina mediante cortadores para galletas, sellos y moldes con motivos de Halloween. El atractivo está en desarrollar diseños propios o adaptar formas existentes a una identidad visual específica. Para aplicaciones que estarán en contacto con alimentos, es indispensable considerar el material, el acabado y las condiciones de uso.

PROPS Y ELEMENTOS ESCENOGRÁFICOS

Calaveras, letras tridimensionales, arañas, lápidas o componentes para disfraces pueden producirse bajo demanda y ajustarse a dimensiones concretas. La posibilidad de modificar el archivo digital antes de fabricar reduce desperdicios y facilita crear variantes.

Una buena pieza de *Halloween* también puede ser un ejercicio de diseño, volumen y personalización. ←

FOTOGRAFÍA DIGITAL: *el encanto imperfecto*



DURANTE AÑOS, LA FOTOGRAFÍA DIGITAL PERSIGUIÓ IMÁGENES MÁS NÍTIDAS, LIMPIAS Y TÉCNICAMENTE PRECISAS. AHORA, PARTE DEL PÚBLICO PARECE BUSCAR EXACTAMENTE LO CONTRARIO

El regreso de las cámaras digitales compactas de los años 2000 revela una paradoja interesante. En un momento en que los *smartphones* incorporan sensores cada vez más avanzados, procesamiento computacional e inteligencia artificial, existe interés por dispositivos capaces de producir imágenes con menos perfección técnica. *Flash* frontal, contraste elevado, ruido, colores particulares y una definición limitada forman parte de su atractivo.

LA ESTÉTICA DEL ERROR

No se trata únicamente de nostalgia, aquellas cámaras también recuperan una experiencia física: botones dedicados, visores, *zooms* ópticos y pantallas pequeñas que obligan a tomar decisiones diferentes. *Photolari* ya señalaba esta cualidad al analizar el auge de las primeras digitales de consumo, muchas de ellas con sensores de apenas uno a tres megapíxeles.

DEL DEFECTO AL RECURSO

Para diseñadores y fotógrafos, el fenómeno resulta especialmente interesante porque demuestra cómo una característica técnica puede cambiar de significado con el tiempo. Un archivo de baja resolución que antes representaba una carencia ahora puede aportar textura; una dominante de color puede convertirse en



lenguaje; un flash duro puede construir atmósfera.

La tendencia también está influyendo en nuevos productos. Modelos actuales como *Fujifilm X-Half* buscan recuperar parte de la experiencia de la fotografía de carrete, mientras cámaras como la *Nikon Zf* trasladan controles y estética clásica a plataformas digitales contemporáneas.

En este regreso, lo imperfecto deja de ser un problema que corregir y comienza a convertirse en una herramienta para construir identidad visual. ←



LA DIMENSIÓN DEL *tacto*



LA TÉCNICA DEL RELIEVE PUEDE REFORZAR JERARQUÍAS VISUALES, COMUNICAR CALIDAD Y HACER QUE UNA PIEZA PERMANEZCA EN LA MEMORIA

En un entorno dominado por pantallas, recibir una pieza impresa capaz de generar una sensación al tacto puede convertirse en un diferenciador. El relieve modifica físicamente el sustrato para crear zonas elevadas o hundidas que interactúan con la luz, la vista y, especialmente, con las manos del usuario.

Una de las técnicas más conocidas es el *embossing*, proceso mediante el cual un diseño se eleva sobre el papel mediante presión y una matriz. Su contraparte, el *debossing*, genera una impresión hundida en el material. Ambas alternativas pueden utilizarse para logotipos, tipografías, ilustraciones o patrones, y ofrecen diferentes posibilidades de composición.

¿SABÍAS QUE EL EFECTO NO DEPENDE ÚNICAMENTE DE LA PROFUNDIDAD?

El resultado también está condicionado por factores como el tipo y gramaje del sustrato, la fibra del papel, el tamaño de los detalles y la combinación con otros acabados. Por ello, un diseño destinado al relieve requiere considerar desde la etapa de pre prensa cómo responderá físicamente el material.

La aplicación estratégica es particularmente relevante en packaging, tarjetas, etiquetas, portadas editoriales y materiales corporativos. Un logotipo en relieve puede establecer un punto focal sin recurrir a colores adicionales, mientras que una textura repetitiva puede aportar identidad a un empaque y favorecer su reconocimiento.

Además, el relieve puede combinarse con técnicas como estampado metálico, barnices o impresión de alta calidad para construir contrastes entre zonas visualmente brillantes y superficies táctiles. El resultado no se limita a “verse premium”: crea diferentes estímulos dentro de una misma pieza.

El contacto con una superficie diferente puede despertar curiosidad, dirigir la atención hacia determinados elementos y reforzar la percepción de cuidado en los detalles. ←

SOFTWARE

DISEÑAR EN VOLUMEN

Esko Studio plantea visualizar el diseño sobre su estructura tridimensional antes de convertirlo en un objeto físico



El diseño de empaque nace, paradójicamente, en una superficie plana. Ilustraciones, logotipos, textos y códigos de color se organizan en pantalla, aunque su destino final sea una caja, una botella, una bolsa o cualquier otra estructura con volumen. Entre ambos momentos existe una distancia que puede esconder errores de proporción, continuidad o composición.

Un envase no se observa como un archivo: se gira, se sostiene y se descubre desde distintos ángulos.

Esko Studio aborda ese punto de fricción mediante un entorno de visualización tridimensional integrado al flujo de diseño. La solución trabaja junto con **Adobe Illustrator** para aplicar la ilustración sobre la estructura y revisar el resultado mientras el proyecto continúa en desarrollo. Así, el diseño puede evaluarse desde perspectivas cercanas a la experiencia real del producto.

ANTES DEL PROTOTIPO

La previsualización también permite explorar decisiones re-



lacionadas con el acabado. Sustos, tintas, barnices, láminas metálicas y efectos holográficos pueden incorporarse a una representación digital, mientras el renderizado busca reproducir luces, materiales y texturas con mayor realismo.

Las aplicaciones abarcan estructuras como cajas, etiquetas, botellas, bolsas y shrink sleeves. Studio puede utilizar además formas procedentes de **ArtiosCAD**, conectando el desarrollo estructural con la propuesta gráfica y facilitando la comprobación del diseño sobre geometrías específicas.

El resultado puede aprovecharse más allá de la fase de aprobación.

Las visualizaciones sirven para presentar propuestas a clientes y generar **packshots** o recursos destinados a comercio electrónico, comunicación y otros canales digitales. Esto permite que una misma información gráfica acompañe distintas etapas del lanzamiento.

Para el sector del packaging, trabajar directamente sobre una representación tridimensional cambia la naturaleza de ciertas decisiones. Ya no se trata de esperar a tener el envase terminado para comprobar cómo dialogan gráfica y estructura. La revisión ocurre antes, cuando todavía es posible ajustar una composición sin desperdiciar materiales ni sumar nuevas rondas de prototipos.

Esko Studio no sustituye la necesidad de validar físicamente un empaque, pero sí adelanta una parte importante de esa conversación. El archivo deja de ser la única referencia y el diseño comienza a enfrentarse, desde etapas tempranas, a su verdadera condición: convertirse en objeto. ←

esko.com

End to-End



Simplifica su producción de etiquetas

www.bobst.com

Optimiza toda tu producción de etiquetas con un solo proveedor y un único interlocutor.

¿Te interesa?

Ponte en contacto con tu representante local de BOBST en www.bobst.com/contact

 **BOBST**

AUTOMATIZACIÓN Y WORKFLOW

PRODUCCIÓN DINÁMICA

Canon

En PRINTING United Expo 2026, Canon mostró un portafolio que abarca gran formato, inkjet y tóner de producción, automatización y software

Uno de los grandes protagonistas del stand de **Canon** fue la *Colorado XL-series*, plataforma de 3.4 metros que lleva la tecnología *UVgel* hacia una producción de mayor formato y, en su configuración híbrida, permite trabajar tanto materiales flexibles como sustratos rígidos de hasta dos pulgadas de espesor.

Disponible como *Colorado XL7R roll-to-roll* y *XL7H híbrida*, incorpora cabezales *UVgel 850*, tintas *UVgel 860* y una arquitectura modular que permite ampliar sus capacidades conforme evolucionan las necesidades de producción, incluida la incorporación de tinta blanca.

La compañía mostró en operación la *varioPRINT iX1700*, su plataforma *inkjet B3+* de hoja suelta; presentó mediante una experiencia virtual y muestras impresas la *varioPRESS iV7 B2+*; y complementó su oferta con sistemas *imagePRESS*, *imagePROGRAF* y soluciones de automatización y acabado.

Esta amplitud responde también a una transformación en la manera en que las empresas gráficas producen. Para Rolando Martínez, Senior Director of Marketing for Production Print de **Canon**, uno de los cambios más

evidentes está en la estructura de los trabajos.

"Estamos viendo una reducción en el número de tirajes. Los tirajes están siendo más cortos", explicó durante una entrevista con **Bazar Gráfico**. Al mismo tiempo, las empresas reciben un mayor número de órdenes: "Lo que tú manejabas antes de, 'voy a hacer dos o tres órdenes en un día largas', hoy en día te llegan mil órdenes al día. Si no tienes un buen *workflow*, no vas a poder manejarlo".

AUTOMATIZACIÓN MÁS ALLÁ DE LA VELOCIDAD

Esta evolución explica por qué el *workflow* ocupó también un espacio importante dentro de la propuesta de **Canon**. Su ecosistema *PRISMA* busca conectar preparación, producción y análisis de información, integrándose con diferentes fuentes de datos, sistemas *MIS* y herramientas *web-to-print* para obtener una visión más completa de la operación.

La inteligencia artificial comienza a incorporarse igualmente en áreas como mantenimiento y servicio proactivo. Martínez explicó que **Canon** la utiliza para analizar información que permita anticipar

necesidades de servicio y optimizar las operaciones.

"La mano de obra no es como antes. Es mucho más difícil conseguir mano de obra", señaló Martínez, destacando el papel que están adquiriendo equipos más automatizados y fáciles de operar.

En **PRINTING United**, esta tendencia también pudo verse en soluciones como la *Texas ST2/XI*, plataforma de cama plana *UV LED* presentada junto con un concepto de automatización robótica orientado a reducir la manipulación manual durante la producción.

La exhibición coincidió además con los 20 años de *imagePRESS* y *varioPRINT*, un periodo en el que la impresión digital pasó de ser una alternativa especializada a formar parte cotidiana de entornos donde conviven diferentes procesos.

Los tirajes más cortos, la personalización, los tiempos de entrega y la creciente cantidad de órdenes están llevando a las empresas gráficas hacia entornos más híbridos y automatizados.

Y eso fue precisamente lo que **Canon** llevó a Las Vegas: no solo más equipos, sino distintas tecnologías conectadas para responder a una producción que exige cada vez mayor flexibilidad. ←



LA EXPERIENCIA DE RECIBIR FLORES: *un negocio por explotar*



PARA LAS FLORERÍAS, LA IMPRESIÓN ABRE UN TERRITORIO DE POSIBILIDADES PARA CONVERTIR PAPELES, LISTONES, TARJETAS Y EMPAQUES EN EXTENSIONES VISIBLES DE SU IDENTIDAD

La experiencia de recibir flores comienza antes de descubrir el arreglo. Desde el papel que envuelve los tallos hasta la tarjeta que acompaña el mensaje, cada superficie puede convertirse en una oportunidad de *branding*. La impresión permite construir ese recorrido con recursos relativamente sencillos y distintos niveles de inversión.

El primer paso está en el papel. Un kraft de apariencia natural puede comunicar cercanía y una propuesta sustentable; papeles texturizados, perlados o de mayor gramaje pueden llevar el mismo ramo hacia una percepción más sofisticada. Sobre ellos, un patrón repetitivo, una ilustración botánica o el logotipo aplicado con discreción pueden reforzar la identidad sin competir con las flores.

Los listones ofrecen otra superficie particularmente atractiva. Una frase corta, el nombre de la florería o un monograma pueden imprimirse o aplicarse mediante foil para convertir el amarre en una firma visual. Incluso es posible desarrollar diferentes versiones para temporadas, bodas o fechas especiales.

PEQUEÑOS DETALLES, GRAN DIFERENCIA

La tarjeta merece el mismo cuidado. Un papel de algodón, un troquel especial, relieve seco o hot stamping pueden transformar un mensaje sencillo en un objeto



que el cliente quiera conservar. Algunas soluciones de empaque floral combinan precisamente impresión, estampado, relieve y diferentes papeles para crear presentaciones coordinadas.

Finalmente, cajas, stickers y etiquetas pueden completar el sistema.

Cuando todos los elementos hablan el mismo lenguaje visual, el empaque deja de ser un accesorio y se convierte en parte del producto. ◀



PRODUCTIVIDAD, AUTOMATIZACIÓN & EVOLUCIÓN



EN EL AÑO DE SU 90 ANIVERSARIO, DURST GROUP REUNIÓ EN LAS VEGAS NUEVAS PLATAFORMAS, CONFIGURACIONES DE ALTA PRODUCTIVIDAD, SOFTWARE Y AUTOMATIZACIÓN

PRINTING United Expo 2026 se convirtió para **Durst Group** en uno de los escenarios principales para continuar con la celebración de sus 90 años de innovación, pero también en una muestra de hacia dónde está evolucionando su tecnología: plataformas capaces de crecer con las necesidades de las empresas gráficas, mayor automatización y software cada vez más integrado a la producción.

Entre las novedades destacó la *Durst P5 350 CORE* mostrada por primera vez en Norteamérica durante la exposición de Las Vegas. Diseñada como un punto de entrada al ecosistema *P5*, la plataforma busca acercar la tecnología industrial de **Durst** a empresas que necesitan una configuración capaz de evolucionar conforme crece su operación.

“Para las personas que están buscando entrar a la línea *P5* y quieren crecer y ampliar su negocio, la *P5 350 CORE* ha sido diseñada para eso”, explicó Becky McConnell, de **Durst North America**.

Una de las claves está en el concepto *XT*, con el que **Durst** plantea una plataforma que puede continuar desarrollándose después de su instalación mediante mejoras de *software*, optimización del desempeño y diferentes configuraciones de color y automatización.

Esta flexibilidad busca responder también a retos operativos.

McConnell destacó la importancia de facilitar el trabajo del operador ante un mercado donde encontrar y capacitar personal puede representar tiempo y costos adicionales.

La *P5 350 CORE* puede configurarse con hasta diez canales y distintas opciones de automatización de acuerdo con las aplicaciones y necesidades productivas.

DIFERENTES NIVELES DE PRODUCTIVIDAD

Durst mostró también la *P5 350 HS* con configuración *D4*, orientada a altos volúmenes de producción, junto con la *P5 350 HSR*, solución *roll-to-roll* de 3.5 metros desarrollada para producción industrial sobre materiales flexibles.

Las soluciones de **Durst** permiten conectar información de producción, automatización y datos para conocer mejor el desempeño de los equipos y utilizar esa información en la planeación de futuros trabajos.

VANGUARD PRESENTA CUMBERLAND

Dentro de **Durst Group**, **Vanguard Digital Printing Systems** aprovechó *PRINTING United* para presentar *Cumberland*, su nueva impresora flatbed de alta productividad.

McConnell la describió como “el siguiente paso en la evolución de **Vanguard**”, desarrollada para elevar significativamente los niveles de producción sin dejar de lado la calidad de imagen que caracteriza al portafolio de la compañía.

El desarrollo contempla además su integración con sistemas de automatización.

90 AÑOS Y SIGUE EVOLUCIONANDO

La participación de **Durst Group** en Las Vegas coincidió con la celebración de sus 90 años, una historia que la compañía decidió mostrar también a través de aplicaciones realizadas por sus clientes y producidas con sus tecnologías.

“Celebramos los logros de nuestros clientes como prueba de la tecnología de **Durst** operando a nivel industrial, junto con nuestra propia evolución”, señaló McConnell.

Desde la *P5 350 CORE* hasta configuraciones de mayor productividad, *software*, automatización y el nuevo desarrollo de **Vanguard**, la exhibición dejó ver una estrategia común dentro del grupo: hacer que la tecnología pueda evolucionar junto con las necesidades de producción, en lugar de permanecer estática desde el momento de su instalación. ←



NOSTALGIA EN LA CANCHA

El regreso de estéticas deportivas de décadas pasadas ha convertido a la tipografía en un recurso protagonista para construir jerseys con personalidad.

El jersey de fútbol dejó de ser exclusivamente una prenda deportiva para convertirse en un soporte de expresión gráfica. En este terreno, la tipografía retro aporta carácter mediante formas que recuperan códigos visuales asociados con diferentes décadas, ligas y culturas futbolísticas.

Las décadas de 1970 y 1980 ofrecen referencias particularmente fértiles. Letras condensadas, serifs robustas, trazos redondeados y composiciones de inspiración psicodélica pueden trasladarse a nombres, dorsales o mensajes complementarios. También existe una vertiente vinculada con la estética de los primeros videojuegos y los gráficos computacionales, útil para propuestas que buscan una nostalgia más tecnológica.

El número es otro elemento decisivo. Su diseño debe conservar legibilidad a distancia, pero puede

incorporar detalles que funcionen como firma visual: contornos múltiples, sombras, bisels o tratamientos inspirados en uniformes históricos.

Para reproducciones mediante serigrafía, sublimación, vinil textil o impresión directa, cada recurso debe evaluarse considerando el método de producción y la superficie de aplicación.

La elección tipográfica también puede reforzar el concepto general del jersey. Una familia geométrica puede comunicar una lectura más contemporánea de lo retro, mientras que una letra display con irregularidades controladas remite directamente a piezas vintage.

La tipografía puede convertir una pieza convencional en algo con identidad propia: un punto de encuentro entre memoria deportiva, diseño editorial y cultura visual. ←



MAKE MORE

FUJIFILM

Fujifilm presenta una propuesta enfocada en ampliar las posibilidades de producción sin aumentar la complejidad

Producir más ya no significa únicamente imprimir más rápido. Para las empresas gráficas, hoy implica administrar más trabajos, responder en menos tiempo, trabajar con equipos más reducidos y encontrar aplicaciones capaces de generar mayor valor.

Bajo el concepto “*Make More*”, **Fujifilm** llevó precisamente esa conversación a **PRINTING United Expo 2026**. Su propuesta combinó equipos de producción, automatización, administración de color, workflow y herramientas de desarrollo de negocio con una idea central: obtener mayor capacidad,

eficiencia y oportunidades de crecimiento a partir de cada inversión en impresión.

PC2120: MÁS COLOR, PERO TAMBIÉN MÁS AUTOMATIZACIÓN

La **REVORIA PRESS PC2120** fue una de las protagonistas del stand. Como nuevo modelo insignia de la familia **REVORIA PRESS**, permite imprimir **CMYK** más dos colores especiales en una sola pasada y amplía las posibilidades creativas con el nuevo tóner Green, además de Pink, Gold, Silver, White, Clear y Textured Clear.

La combinación de Green y Pink permite alcanzar, de acuerdo con **Fujifilm**, 93% de los colores de la **PANTONE FORMULA GUIDE Solid Coated**, mientras que las opciones metálicas, blanco y efectos transparentes abren aplicaciones orientadas a impresos premium y de mayor valor agregado.

Andrew Gunn, Head of Print on Demand Solutions de **FUJIFILM North America Corporation**, comenta que la automatización ocupa un lugar central. “*We’re going to be showing a lot of automation*”, adelantó al hablar de una plataforma en la que **Fujifilm** está incorpo-



rando cada vez más herramientas basadas en inteligencia artificial.

En la **PC2120**, por ejemplo, el **Substrate Profiler** utiliza automatización para identificar características del papel y calcular ajustes de transferencia, reduciendo hasta 80% el tiempo dedicado a determinadas tareas de configuración. **REVORIA FLOW**, por su parte, analiza los documentos y recomienda optimizaciones de imagen, mientras que el sistema puede realizar correcciones de color y registro durante la producción.

La intención es clara: reducir la dependencia de ajustes manuales y mantener resultados consistentes incluso cuando el operador no cuenta con años de experiencia especializada.

HACER MÁS TAMBIÉN SIGNIFICA ENCONTRAR NUEVAS APLICACIONES

Junto con la **PC2120**, **Fujifilm** mostró las **REVORIA PRESS EC2100S** y **SC285S**, que llevan parte de las posibilidades **CMYK+** hacia entornos de producción de rango medio mediante un quinto canal para tóner especial.



El equipo estuvo acompañado por **ASPIRE**, programa con el que **Fujifilm** busca ir un paso más allá de vender la capacidad técnica de imprimir colores especiales.

La iniciativa ofrece recursos para diseñadores, operadores y propietarios de empresas gráficas orientados a convertir las posibilidades de **CMYK+** en aplicaciones comercializables y nuevas fuentes de ingresos.

Es una distinción importante: agregar más colores a una prensa tiene poco impacto si el mercado no sabe cómo aprovecharlos. “*Make More*”, en ese sentido, conecta tecnología con la capacidad de crear productos por los que el cliente esté dispuesto a pagar más

EL WORKFLOW DETRÁS DE LA PRODUCCIÓN

La eficiencia también se trasladó al **software**. **ColorPath SYNC** y **REVORIA XMF PressReady** formaron parte de la exhibición como herramientas para automatizar procesamiento de trabajos y mantener consistencia de color desde el archivo hasta la impresión.

ColorPath utiliza una plataforma basada en la nube para calibra-



ción y creación de perfiles, mientras **XMF PressReady** automatiza diferentes etapas del procesamiento de trabajos para las prensas **REVORIA**.

Fujifilm también llevó a Las Vegas la **J Press FP790** para packaging flexible, un segmento donde tirajes más cortos, proliferación de **SKUs** y menores tiempos de entrega están abriendo nuevas oportunidades para producción digital.

En lugar de plantearla como sustitución directa de procesos convencionales, la propuesta busca complementar la producción existente con mayor flexibilidad para determinados trabajos.

La lectura que dejó **Fujifilm** en **PRINTING United Expo** fue así más amplia que solo el lanzamiento de un nuevo equipo. Color especial, inteligencia artificial, automatización, **workflow** y nuevas aplicaciones comienzan a formar parte de una misma estrategia.

En una industria donde hacer “*más*” no necesariamente significa producir tirajes más largos; el desafío está en obtener más valor de cada trabajo, reducir tareas y abrir posibilidades de negocio sin añadir la misma proporción de complejidad al proceso. ←



Bill Fishman
Co-Propietario
RAPID PRESS

Hilary Huaman
Co-Propietaria
RAPID PRESS

“Necesitábamos superar los cuellos de botella con una solución de impresión fiable y de alta calidad.”

Bill Fishman
Co-propietario
Rapid Press

“La Xerox Iridesse Press es el corazón de nuestro negocio.”

Hylary Huaman
Co-propietaria
Rapid Press



ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN

DETRÁS DE UNA NUEVA PRENSA PUEDE EXISTIR MUCHO MÁS QUE UNA ACTUALIZACIÓN TECNOLÓGICA

Rapid Press, compañía fundada en 1979, no llegó a *Xerox* como un cliente nuevo. La relación entre ambas compañías se remonta a más de tres décadas, un antecedente que ayuda a entender por qué la incorporación de una *Xerox Iridesse Production Press* representó una evolución y no simplemente la compra de un equipo. La experiencia previa permitió que la transición tecnológica partiera de un conocimiento ya construido.

La prensa permite incorporar tintas secas especiales y trabajar con efectos metálicos, entre ellos oro y plata, además de blanco y transparente. Para un proveedor gráfico, esto significa que ciertos recursos visuales pueden integrarse directamente en el proceso digital, sin depender necesariamente de etapas externas.

LA PERSONALIZACIÓN GANÓ TERRENO

Rapid Press, cuya sede se localiza en Stanford, Conneticut, también encontró en estas capacidades una forma de responder a trabajos que demandaban mayor diferenciación. El valor no está únicamente en producir una imagen de calidad, sino en poder plantear piezas con recursos visuales capaces de llamar la atención desde el primer contacto.

El verdadero potencial aparece cuando puede convertirse en una propuesta que el equipo comercial lleve al cliente: nuevas aplicaciones, acabados especiales y posibilidades creativas que antes no formaban parte del catálogo.

En ese sentido, *Iridesse* funciona como algo más que infraestructura. También se convierte en una herramienta para diferenciar el servicio.

EL RESULTADO ESTÁ EN LO QUE VIENE

El aprendizaje más interesante del caso es la posibilidad de seguir ampliando el negocio a partir de una capacidad instalada. *Xerox* destaca precisamente cómo *Rapid Press* ha evolucionado como proveedor de impresión mediante la incorporación de *Iridesse*.

Una inversión tecnológica adquiere verdadero sentido cuando permite hacer algo que antes no era posible, o hacerlo de una manera suficientemente distinta como para generar nuevas oportunidades. ←

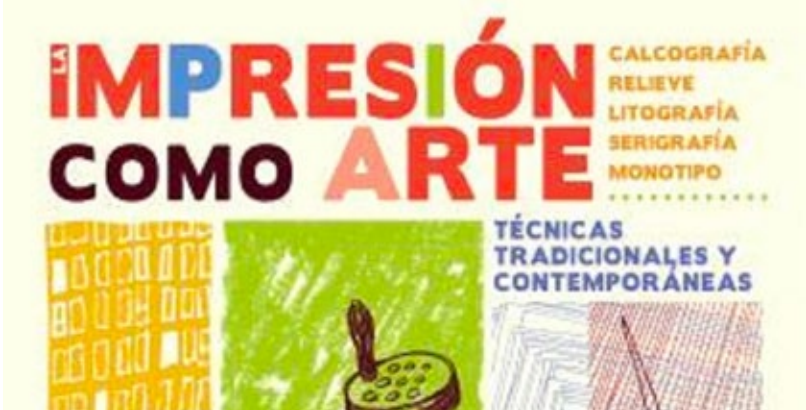
UN RECORRIDO POR el arte de la impresión



HAY LIBROS QUE EXPLICAN CÓMO IMPRIMIR Y OTROS QUE CONSIGUEN DESPERTAR EL DESEO DE HACERLO. IMPRESIÓN COMO ARTE PERTENECE A LA SEGUNDA CATEGORÍA: UNA OBRA VISUAL QUE CONVIERTE LAS TÉCNICAS DE ESTAMPACIÓN EN UNA INVITACIÓN A EXPERIMENTAR.

En una industria acostumbrada a hablar de productividad, resolución y reproducción precisa, resulta refrescante detenerse en una publicación que devuelve protagonismo al proceso de impresión como parte de la creación. *Impresión como arte*, de Ann d'Arcy Hughes y Hebe Vernon-Morris, propone justamente ese recorrido: entender las técnicas no solo por su funcionamiento, sino por las posibilidades expresivas que ofrecen.

La edición publicada por Blume reúne 416 páginas dedicadas a procedimientos tradicionales y contemporáneos, con capítulos centrados en calcografía, relieve, litografía, serigrafía y monotipo.



LA TÉCNICA COMO LENGUAJE

La parte más interesante aparece cuando el libro deja de presentar las técnicas como procedimientos aislados y comienza a mostrar lo que ocurre cuando un creador las utiliza para construir una identidad gráfica. Los ejemplos realizados por impresores contemporáneos y los testimonios incluidos permiten observar cómo una misma disciplina puede producir resultados muy diferentes.

Ahí está el verdadero valor de la publicación: más que reunir procedimientos, el libro muestra cómo cada técnica puede convertirse en una herramienta para desarrollar un lenguaje visual propio.

Además, su sección final incorpora información práctica sobre proveedores, talleres y estudios, un recurso especialmente útil para quienes quieran pasar de la lectura a la experimentación.

Impresión como arte funciona, en definitiva, como puente entre conocimiento técnico y exploración creativa. Es una recomendación especialmente pertinente para quienes trabajan con imagen y necesitan recordar que imprimir también puede ser una forma de descubrir nuevas maneras de pensar visualmente. ←

APRENDER MIRANDO

Uno de los mayores aciertos de la obra está en su carácter visual. Las explicaciones técnicas se acompañan de fotografías paso a paso que permiten observar herramientas, materiales y transformaciones intermedias, haciendo que procesos que pueden parecer complejos resulten mucho más accesibles.

Esto convierte al volumen en algo más que una introducción teórica. Puede funcionar como referencia para quien comienza a experimentar en un taller, pero también como fuente de consulta para diseñadores, grabadores y estudiantes que buscan ampliar su comprensión de las posibilidades de la impresión.

xerox™ ECOSISTEMA DE PRODUCCIÓN

En conversación con Bazar Gráfico, Ileana Barber explicó cómo la compañía está llevando esta estrategia al mercado y la respuesta que ya comienza a generar entre los clientes

Más que concentrar su participación en **PRINTING United Expo 2026** alrededor de un solo lanzamiento, **Xerox** utilizó la exposición en Las Vegas para mostrar cómo está construyendo un ecosistema de producción capaz de atender diferentes volúmenes, tecnologías y necesidades de aplicación.

La compañía presentó tres nuevas plataformas –**Xerox Proficio Jet CS1100**, **Proficio Jet CF1200** y **Proficio PX700 FLX**– y anunció nuevas capacidades para las **Proficio PX300** y **PX500**. El objetivo es ampliar una oferta que ahora abarca inkjet de hoja suelta y alimentación continua, producción con tóner, colores especiales, automatización de flujos de trabajo y herramientas basadas en inteligencia artificial.

“Estamos aquí enseñando nuestro ecosistema de producción y también muy emocionados de lanzar tantos productos nuevos”, explicó Ileana Barber, Global



Portfolio Marketing & Business Development Strategy Manager de **Xerox**, durante una entrevista con **Bazar Gráfico** en el piso de la exposición.

Para Barber, una de las diferencias de esta nueva etapa es precisamente la amplitud de alternativas. **Xerox** busca que una empresa gráfica pueda encontrar dentro del mismo ecosistema una solución acorde con su volumen y modelo de negocio, sin limitar determinadas capacidades a los sistemas de mayor tamaño.

“Si necesitan algo más pequeño, hay una solución. Si quieren soluciones para poder ir más allá de **CMYK**, también tenemos esas soluciones”, señaló.

DOS NUEVAS APUESTAS POR INKJET

Una de las novedades centrales es la **Xerox Proficio Jet CS1100**, una prensa **inkjet** de hoja suelta **B3** capaz de producir hasta 300 imágenes por minuto.

Utiliza nuevos cabezales desarrollados por **Xerox** y tinta de alta definición para alcanzar una

"Cuando combinas el potente fluorescente rosado con el fluorescente verde, se está ampliando la gama todavía más"

resolución de 1200 × 1200 ppp, además de admitir sustratos de hasta 350 g/m², incluidos materiales estucados.

A ella se suma la **Proficio Jet CF1200**, dirigida a producción inkjet de alimentación continua. El sistema alcanza hasta 525 pies por minuto a 1200 dpi y está diseñado para gestionar volúmenes mensuales de entre cuatro y 30 millones de impresiones Carta/A4 dentro de una configuración de 28 pies de longitud.

La respuesta hacia **inkjet** fue uno de los aspectos que Barber destacó durante la conversación.

En su opinión, parte del cambio que está experimentando esta

tecnología tiene que ver con una percepción distinta de la calidad que puede alcanzar.

“Ya están viendo la calidad que es posible con **inkjet**. Antes uno tenía que quizás sacrificar uno por otro y ya no es necesario hacer eso”, afirmó. “La respuesta de los clientes ha sido magnífica”.

BEYOND CMYK LLEGA A NUEVOS ESPACIOS DE PRODUCCIÓN

Otro de los protagonistas fue el color especializado.

La nueva **Proficio PX700 FLX** trabaja a velocidades de hasta 120 páginas por minuto y puede utilizar hasta seis colores en línea a velocidad nominal.

Entre sus novedades aparece **Fluorescent Green**, desarrollado para ampliar la gama cromática y mejorar la reproducción de colores RGB cuando se combina con **Fluorescent Pink**.

Barber destacó particularmente esta incorporación después de observar las aplicaciones producidas durante la exposición.

“Cuando combinas el potente fluorescente rosado con el fluo-



cente verde, se está ampliando la gama todavía más", explicó. "Puedes simular el color de RGB de una manera más exacta".

La estrategia *Beyond CMYK* también alcanza a las *Proficio PX300* y *PX500*, que incorporan nuevas opciones de quinto color, entre ellas Oro, Plata y Blanco, abriendo posibilidades para efectos metálicos y trabajos sobre sustratos oscuros o transparentes.

La *PX300* añade además *PredictPrint Media Manager*, basado en inteligencia artificial y tecnología cloud para simplificar la configuración de materiales y mantener la estabilidad del color.

Para Barber, llevar estas posibilidades a plataformas de menor tamaño responde a una demanda que *Xerox* ya identificaba en el mercado.

"La gran ventaja es que muchos ya saben que hay valor en ir más allá de *CMYK*. Ahora es posible tener esa oportunidad y ponerla en un equipo más pequeño",

comentó. "Tienes la calidad de un equipo de producción, pero al mismo tiempo lo puedes ofrecer en una posición más pequeña".

DEL EQUIPO AL ARCHIVO: UN ECOSISTEMA CONECTADO

Sin embargo, una parte importante del mensaje de *Xerox* en Las Vegas estuvo fuera de las especificaciones de las prensas.

La compañía mostró aplicaciones de *FreeFlow Core* y *FreeFlow Vision Connect*, automatización y analítica de producción, además de recursos de *Genesis* orientados a ayudar a los usuarios a desarrollar aplicaciones con tintas especiales y efectos *Beyond CMYK*.

En el stand también se presentó *Impress Studio*, una herramienta que Barber describió como parte del esfuerzo de *Xerox* por facilitar el proceso creati-

vo y acercar las posibilidades de producción especializada a usuarios que no necesariamente cuentan con experiencia avanzada en diseño.

"Estamos tratando de darle más facilidad al diseñador", explicó. Según Barber, la plataforma permite partir de un *PDF*, trabajar elementos gráficos y preparar el archivo para producción, integrándose además con herramientas de *Adobe*.

La inteligencia artificial entra también en esa primera fase creativa. Durante la demostración, Barber explicó cómo un usuario puede generar una imagen a partir de una instrucción y utilizarla como punto de partida para después preparar la aplicación y enviarla al equipo.

El concepto, señaló, va más allá de instalar tecnología: "No nada más es tener la tecnología, sino la educación y los recursos para ayudar al cliente a tener más éxito".

UNA RESPUESTA QUE COMENZÓ EN EL PROPIO PISO DE LA EXPO

La recepción comercial de las nuevas propuestas también fue visible durante *PRINTING United*.

Durante la entrevista, *Bazar Gráfico* observó en el stand cinco equipos identificados como vendidos, después de que *Xerox* hubiera anunciado apenas el día anterior la primera unidad vendida e instalada.

Barber confirmó que la compañía estaba registrando ventas de distintas soluciones y señaló

"No nada más es tener la tecnología, sino la educación y los recursos para ayudar al cliente a tener más éxito"

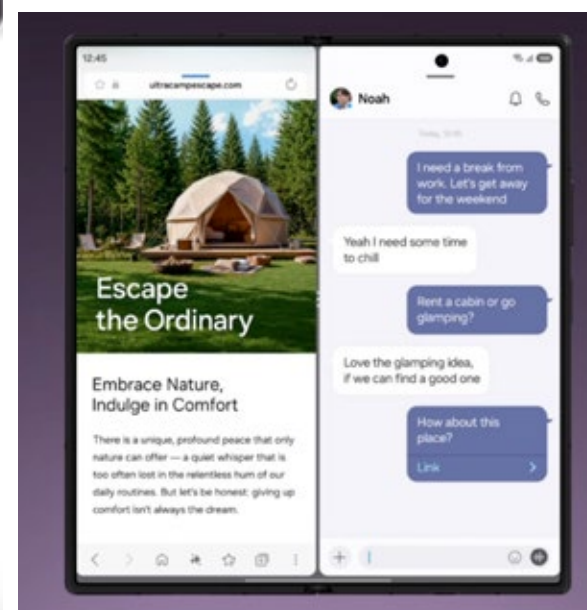
que la demanda no se limitaba a las novedades presentadas esa semana. En particular, destacó el interés que continuaban generando las *Proficio PX300* y *PX500*, anunciadas originalmente el año anterior y ahora fortalecidas con las nuevas opciones de color.

Para *Xerox*, esa respuesta ayuda a reforzar una estrategia que busca conectar tecnologías que tradicionalmente podían presentarse como mundos separados.

"Desde *inkjet* hasta cut-sheet, más allá de *CMYK* y *workflow*, hay tanto que ver", resumió Barber. "Se está viendo el ecosistema en práctica; no nada más es aquí y allá, todos están trabajando juntos para que vean ya el producto final".

Esa integración fue, finalmente, el hilo conductor de la participación de *Xerox* en *PRINTING United 2026*: no solamente sumar nuevas prensas, sino ampliar las posibilidades de producción alrededor de ellas. Un portafolio en el que *inkjet* y tóner conviven con automatización, software, inteligencia artificial y color especializado para permitir que las empresas gráficas produzcan más tipos de aplicaciones dentro de un mismo ecosistema. ←





PLEGABLES EN EVOLUCIÓN

¿Cómo hacer que un mismo concepto de dispositivo responda a necesidades cada vez más específicas? Samsung presenta tres alternativas que priorizan productividad, inmersión y expresión personal.

El diseño de un dispositivo plegable implica resolver una ecuación particular: aumentar la superficie útil sin sacrificar portabilidad, resistencia ni comodidad. En su octava generación, **Samsung** aborda ese desafío mediante tres formatos que trasladan esa flexibilidad hacia diferentes escenarios de uso.

El *Galaxy Z Fold8 Ultra* lleva la propuesta hacia la productividad y la creación. Su pantalla principal de 8 pulgadas funciona como un espacio de trabajo para multitarea, mientras que sus 215 gramos de peso y apenas 4.1 milímetros de grosor desplegado mantienen una dimensión móvil poco habitual para este tipo de dispositivo.

El sistema fotográfico incorpora una cámara principal de 200 MP y una ultra gran angular de 50 MP, acompañadas de herramientas orientadas a la producción de contenido.

El *Galaxy Z Fold8* apuesta por una experiencia más versátil. Su pantalla exterior utiliza una proporción 10:16 y, al abrirse, el panel principal adopta una relación 4:3. Con 201 gramos, se convierte además en el *Fold* más ligero de **Samsung** hasta ahora. La tecnología *Flex Titanium* busca reforzar la estructura y reducir la visibilidad del pliegue.

Por su parte, *Galaxy Z Flip8* concentra la experiencia en un formato compacto. Su *FlexWindow* renovada permite consultar información, ejecutar acciones y aprovechar funciones de inteligencia artificial sin necesidad de desplegar el equipo. Cada formato propone una manera diferente de entender la relación entre pantalla, contenido y movilidad. ←

samsung.com



SOSTENIBILIDAD MEDIBLE

La verdadera transformación comienza cuando los objetivos ambientales llegan al piso de producción y pueden medirse, rastrearse y convertirse en decisiones concretas



Un envase puede fabricarse con un material reciclable y, aun así, tener un impacto ambiental mayor al esperado. ¿La razón? La sostenibilidad de una operación no depende de una sola variable, sino de un conjunto de decisiones que abarcan materiales, desperdicio, preparación, consumo energético, rutas de producción y logística.

Esta perspectiva resulta especialmente relevante ante el riesgo

de *greenwashing*, que no necesariamente implica una afirmación deliberadamente engañosa. También puede aparecer cuando una empresa comunica objetivos ambientales que no cuentan con información suficientemente detallada para demostrar cómo se alcanzaron.

Aquí entra un concepto clave: datos accionables. Para que la información ambiental contribuya



realmente a mejorar una operación, debe estar disponible con suficiente rapidez, relacionarse con cada trabajo y permitir identificar qué originó determinado resultado. Saber que aumentó el consumo energético de una planta es distinto de conocer qué máquina, proceso o cambio de producción provocó ese incremento.

LAS OPORTUNIDADES PARA REDUCIR IMPACTO APARECEN INCLUSO ANTES DE FABRICAR

Durante la cotización y planeación es posible comparar materiales, rutas productivas, secuencias de trabajo y necesidades de preparación. Una decisión tomada en esta etapa puede reducir cambios de máquina, tiempos improductivos o desperdicio antes de que se conviertan en costos ambientales.

Ahora bien, en el proceso de producción, el seguimiento de

mermas, paros, reprocesos y rendimiento permite contrastar lo previsto con lo que realmente sucedió. Esa información adquiere todavía más valor cuando puede asociarse con el pedido, la máquina y la etapa del proceso.

¿QUÉ PROPONE EPS?

El siguiente paso consiste en traducir estos registros a una huella de carbono por trabajo. **EPS** plantea esta integración mediante **CommandCore™**, plataforma que conecta funciones como **ERP**, **MES**, programación, control de producción y sostenibilidad, mientras **CarbonQuota** permite incorporar el cálculo de emisiones al contexto operativo.

Para los convertidores de etiquetas, cartón plegadizo, flexible o corrugado, los indicadores prioritarios pueden variar, pero el principio permanece: la sostenibilidad



debe seguir el mismo recorrido que el pedido, desde la cotización hasta la producción y verificación.

Se trata pues de demostrar qué decisiones redujeron el impacto de cada pieza, con información que permita repetirlas y mejorarlas en el siguiente trabajo. ←



IMPRESIÓN EN TEXTILES

CALIDAD QUE PERMANECE

Su atractivo está en combinar libertad gráfica, tirajes cortos y compatibilidad con distintos textiles, pero hay una condición para que esa propuesta realmente funcione: que el resultado conserve sus cualidades después de salir del taller.

Personalizar una prenda dejó de ser necesariamente sinónimo de grandes volúmenes o procesos complejos. La impresión directa a *film DTF* permite producir transferencias para aplicar posteriormente sobre textiles, una característica que ha contribuido a su adopción en negocios de personalización, moda, artículos promocionales y producción bajo demanda.

Su ventaja está también en lo que permite reproducir. Fotografías, degradados, textos pequeños y gráficos con múltiples colores pueden resolverse sin recurrir al corte y depilado característicos del vinilo termotransferible. Además, el *DTF* puede utilizarse sobre textiles oscuros y distintos tipos de fibras, incluyendo algodón, poliéster y mezclas.

LA PRUEBA VIENE DESPUÉS

Una transferencia visualmente atractiva puede convencer en el mostrador, pero su desempeño real se descubre con el uso.

La verdadera prueba de una impresión DTF comienza cuando la prenda abandona el taller y entra en la vida cotidiana

Lavadas, estiramientos, fricción, exposición a la luz y manipulación cotidiana ponen a prueba la adhesión y la estabilidad del gráfico.

Por eso, evaluar un trabajo *DTF* implica observar más que el color inicial. La resistencia al lavado, la capacidad de acompañar el movimiento del tejido sin agrietarse y la correcta adhesión entre tinta, film, adhesivo y sustrato forman parte del resultado final.

La química de la tinta influye en la forma en que los pigmentos se relacionan con el film y el tejido, mientras que la calidad del *film* y del adhesivo determina buena parte de la transferencia.

El calor, la presión y el tiempo durante el curado también son decisivos.

EL PROCESO IMPORTA TANTO COMO EL EQUIPO

Una buena impresora no puede compensar un proceso mal controlado. **Roland DGA** recomienda probar la combinación de materiales y ajustar las condiciones de acuerdo con el textil utilizado.

La calibración periódica, el mantenimiento de los cabezales, las temperaturas correctas de curado y el almacenamiento adecuado de los films ayudan a mantener consistencia entre trabajos.

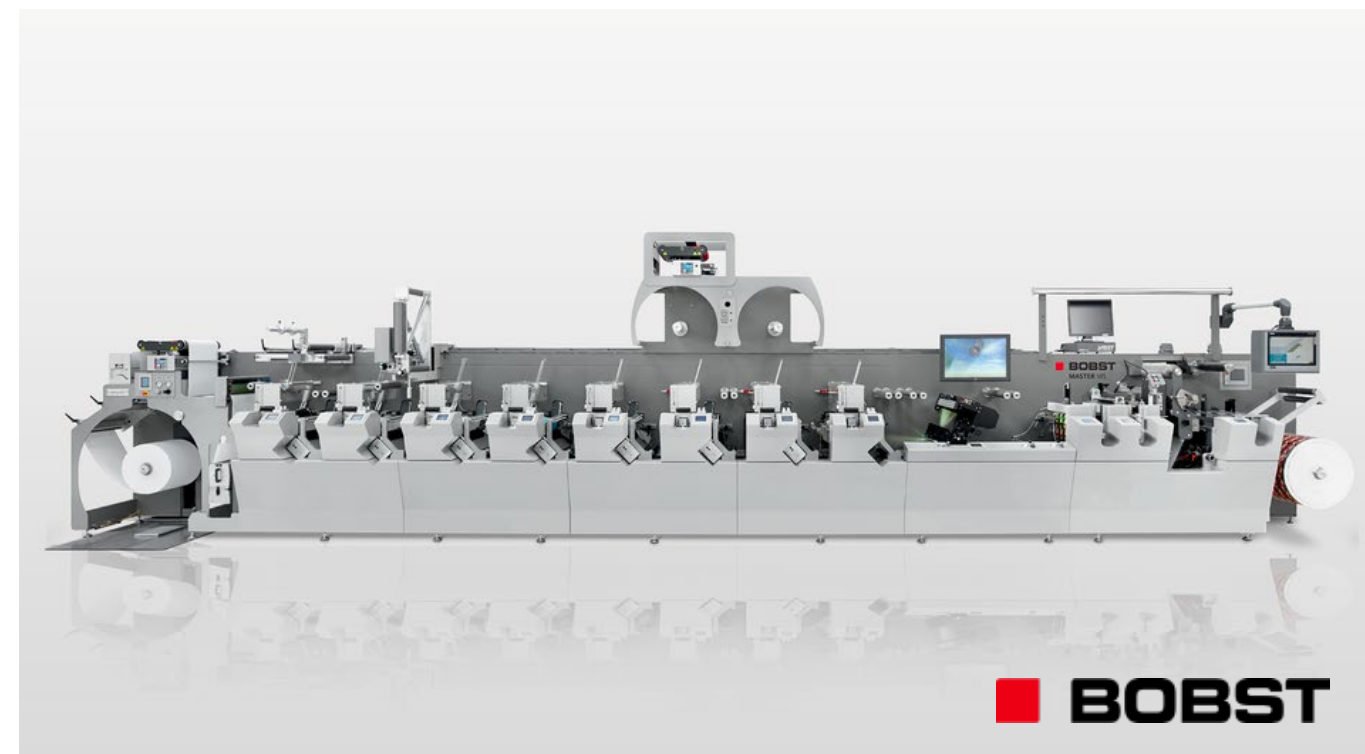
Esta combinación explica parte del atractivo del *DTF*: permite atender pedidos pequeños y personalizados sin sacrificar la posibilidad de escalar hacia producciones mayores.

Pero la eficiencia solo genera valor cuando está acompañada por resultados que resisten el uso. ←



ETIQUETAS QUE PROTEGEN

En el sector salud, una etiqueta no termina en el nombre del producto. Debe transmitir información crítica, facilitar su trazabilidad y contribuir a proteger al usuario



Las etiquetas destinadas a medicamentos, productos OTC, suplementos y dispositivos médicos enfrentan una exigencia particular: concentrar gran cantidad de información en superficies reducidas sin comprometer legibilidad ni precisión. Instrucciones de uso, advertencias, efectos secundarios y datos de trazabilidad deben convivir en un mismo sistema gráfico.

La complejidad aumenta cuando intervienen diferentes idiomas, formatos de envase o requerimientos regulatorios. En este escenario, soluciones como la impresión en el reverso del material adhesivo permiten aprovechar superficies adicionales sin alterar el diseño visible. **BOBST** identifica esta posibilidad en sus soluciones **VISION M1** para etiquetas autoadhesivas.

DEL ARCHIVO A LA ETIQUETA FINAL

La producción también incorpora herramientas de seguridad. Los códigos *Data Matrix* y otros sistemas de identificación per-

miten fortalecer la trazabilidad y combatir la falsificación, mientras tecnologías como el grabado láser directo pueden añadir elementos de autenticación al empaque.

Desde la perspectiva del convertidor, esto demanda una combinación de tecnologías y procesos. **BOBST** integra flexografía UV, impresión digital, automatización, embellishment y troquelado dentro de distintas configuraciones.

Su familia **DIGITAL MASTER**, por ejemplo, plantea una línea automatizada que integra impresión, *embellishment* y conversión, orientada a responder a la demanda de personalización y agilidad del etiquetado sanitario.

El resultado es un cambio de perspectiva: la etiqueta deja de ser un componente secundario para convertirse en parte activa del sistema de seguridad y comunicación del producto.

En el sector salud, imprimir correctamente no es únicamente una cuestión de calidad gráfica: también forma parte de la seguridad del producto. ←



MIMOSA

DESIGN & MERCH STUDIO

info@mimosaestudio.com • www.mimosaestudio.com

¡PERSONALIZA TUS MOMENTOS!



PLAYERAS



TAZAS & TERMOS



MOCHILA



RECORTE DE VINIL



KITS PARA FIESTA



ANTI-ESTRÉS



GORRAS



STICKERS

GOOD DAYS
START
HERE

TU LOGO
AQUÍ

TU MARCA
TU ESTILO
TU HISTORIA

IDEAS
PLAN
ACCIÓN

COFFEE
FIRST

TU LOGO

TU MARCA
SIEMPRE PRESENTE

FOCUS
& GROW



mimosaestudio



mimosa.estudio



33 1748 1769



info@mimosaestudio.com

HASTA ATRÁS

ACELERANDO EL PASO

NOS QUEDA EL ÚLTIMO TRIMESTRE DEL 2026

Llegamos al último trimestre de 2026. Para la industria gráfica mexicana, estos meses representan más que cerrar ventas y entregar pedidos: son una oportunidad para acelerar el paso.

La conversación tecnológica ya no se limita a velocidad, resolución o sustratos. Hoy, máquinas, software, datos e inteligencia artificial forman un mismo ecosistema productivo. La dirección es clara: automatizar, conectar procesos y reducir desperdicios.

La nueva imprenta es una plataforma

Modernizar una imprenta ya no significa solamente comprar una máquina. La competitividad depende de conectar cotización, pedidos, prepress, color, impresión, acabados, calidad, inventarios, logística y facturación.

IA: del discurso a la producción

PRINTING United 2026 ha puesto especial énfasis en algo revelador: después de hablar durante años sobre las posibilidades de la IA, ahora la palabra es implementación.

La inteligencia artificial ya comienza a utilizarse para analizar imágenes, recomendar parámetros de impresión, corregir color, identificar problemas antes de imprimir, optimizar archivos, automatizar tareas repetitivas y analizar información de producción.

Su verdadero valor no está en sustituir al impresor experimentado, sino en darle mejores herramientas.

Tres meses para acelerar

Nos quedan octubre, noviembre y diciembre. Tres meses para revisar nuestros procesos. Tres meses para identificar dónde seguimos dependiendo innecesariamente de tareas manuales. Tres meses para analizar qué podemos automatizar, qué software debemos integrar, dónde estamos desperdiciando materiales y qué capacitación necesita nuestro personal.

Pero, principalmente, tres meses para construir el presupuesto tecnológico de 2027 entendiendo que la próxima inversión quizá no tenga que ser únicamente una nueva prensa.

La tecnología está avanzando rápidamente y nuestros clientes también; por eso la llegada del fin de año deberá encontrarnos ACCELERANDO EL PASO.

LOS FABRICANTES RESPONDEN



DURST

Integra el flujo de producción con automatización de prepress, revisión de archivos y control de materiales.



FUJIFILM

Revoria incorpora automatización con IA, corrección de imágenes y configuración de hasta seis colores



XEROX

Desarrolla producción inkjet, colores especiales y herramientas para reducir la intervención manual



HEIDELBERG

Princt conecta el offset industrial con procesos cada vez más automatizados.



CANON, HP INDIGO & ROLAND DG

Avanzan hacia equipos conectados con software para gestionar color, producción, mantenimiento y costos.

D.I. Luis Enrique
Reynoso Vilches

FUNDADOR Y DIRECTOR EDITORIAL

Rotadyne

EL PRINCIPIO DE UNA BUENA IMPRESIÓN

RODILLOS DE ARTES GRÁFICAS
E INDUSTRIALES



www.rotadyne.mx

Rotadyne
TRANSFORMING TECHNOLOGY

(55)5390-0712

