editores
COLGRAF
comunicacion sin limites
IMPRESIÓN

# Índice

**ARTÍCULO** **PÁGINA**


**2 Impresión ..... 1**

10 pasos hacia el éxito de tu producto gráfico ..... 3
5 ventajas de los catálogos impresos ..... 9
El barniz y sus aplicaciones: Todo lo que necesitas saber ..... 11
¿Por qué asistir a la entrada en máquina de mi trabajo impreso? ..... 15
Ventajas de imprimir calendarios ..... 17
Elementos de una hoja impresa ..... 22
La impresión digital: ¿qué puede aportar? ..... 26
5 ventajas de la impresión digital frente a la impresión offset? ..... 28
Impresión offset vs Impresión digital ..... 31



COLGRAF
comunicacion sin limites

# 10 pasos hacia el éxito de tu producto gráfico

Hemos reunido en este artículo 10 puntos esenciales, bajo nuestro punto de vista, para conseguir el éxito de tus proyectos gráficos en su fase de producción:

## 1 Busca el mejor impresor para cada trabajo.

Cada impresor tiene su especialidad, así que es importante que tengas un buen conocimiento de las posibilidades que te ofrece cada uno. Este conocimiento te permitirá dirigirte al proveedor más adecuado, sacando así el mejor partido a tu tiempo... y al del impresor.

comunicación sin límites

## 2 Implícate en el proceso.

La realización de un producto gráfico es un proceso complejo, no se trata de "darle a un botón" y que salgan las copias... hay toda una serie de pasos a seguir, requerimientos que cumplir y limitaciones de todo tipo a tener en cuenta. El impresor es el experto, eso es cierto, pero también lo es que sin tu colaboración, el proceso no puede llegar a buen puerto. El trabajo "codo con codo" entre el cliente y el impresor está en la base de todo proyecto gráfico de éxito.

## 3 Valora más aspectos aparte del precio. El precio no lo es todo.

Pues sí, ya se sabe, lo barato... ¡sale caro! Desconfía de las imprentas "revientaprecios", tarde o temprano lo vas a lamentar. Evalúa tus diferentes opciones buscando siempre la óptima relación calidad-precio, y ten en cuenta más factores en tu elección, tales como:

- Años de experiencia en el sector

- Referencias que te pueda ofrecer tu red de contactos profesionales

- Compromiso con la calidad, demostrable con trabajos realizados anteriormente

- Compromiso con la sostenibilidad y las buenas prácticas ambientales

- Posibilidad de visitar personalmente las instalaciones

En Colgraf estamos comprometidos con la máxima calidad, a un precio razonable.

## 4 Detalla claramente las especificaciones del trabajo.

La ambigüedad en las especificaciones suele ser la principal fuente de malentendidos con las imprentas. Antes de obtener el precio del producto que deseas imprimir, asegúrate de que conoces todas las especificaciones técnicas, es decir:

- Tipo de producto: ¿Qué es lo que quieres imprimir? ¿un flyer, un tríptico, una revista?

- Cantidad: Número de unidades que deseas imprimir.

- Formato: Las medidas. Se indican siempre ANCHURA x ALTURA, y en el caso de los productos que se entregan plegados o cerrados, distinguiremos el Formato ABIERTO y el formato CERRADO.

- Papel: El TIPO de papel (los más habituales son: offset/ estucado brillo / estucado mate / estucado semimate), y el GRAMAGE (da una indicación del peso del papel).

- Tintas: El trabajo ¿se va a imprimir en Negro o en color? ¿se utilizan tintas directas o no? ¿llevará barniz?

- Acabados: ¿Hay procesos posteriores a la impresión? (plastificado, relieve, estampado, plegados...).

- Encuadernación: En el caso de revistas, libros y cuadernos, habrá que saber concretamente el tipo de encuadernación que deseas.

Los actuales desarrollos online han permitido acortar drásticamente el tiempo necesario para obtener el precio de un producto gráfico, reduciendo la ambigüedad en la comunicación con el consiguiente ahorro de tiempo para todas las partes.

Pero con lo anterior no basta, muchas veces se comete el error de centrarse solamente en el producto, pero en realidad, en la relación con el impresor, lo que se está demandando es un servicio. El encargo de trabajos online permite mejorar también en este aspecto, ya que este tipo de datos se solicitan normalmente durante el proceso de compra.

## 5 Asegúrate de que las especificaciones son definitivas.

Antes de calcular tu precio online o de pedir presupuesto, asegúrate de que las especificaciones son definitivas. Cambiar 3 o 4 veces las especificaciones iniciales, a menudo supone multiplicar también el tiempo empleado en la gestión del proyecto. Si eres un diseñador gráfico, educa a tu cliente en la medida de lo posible para que respete tu tiempo.

## 6 Trabaja con planificación y fechas límite.

Escenario típico: Diseñador presenta proyecto a cliente. Cliente se lo toma con calma, no da respuesta. Pasa el tiempo. De repente, una llamada y aquel proyecto aparcado desde hace meses "despierta" y el cliente lo quiere para ya. Ahora todo son prisas y hay poco tiempo para hacer los últimos cambios en el diseño y para producir el trabajo.

En estos casos "límite" lo mejor es pedir a la imprenta el tiempo de producción del trabajo ya que las suposiciones que hagas, a veces basadas en tus experiencias anteriores, pueden estar equivocadas. El tiempo de producción depende de la cantidad de procesos del trabajo, de la carga de horas de máquina de la imprenta, de la disponibilidad de los materiales... si de entrada todas las partes son conscientes del tiempo con que se cuenta, se evitarán sorpresas de última hora. En cualquier caso, como en la gestión de cualquier proyecto, siempre es una buena costumbre trabajar con holguras de tiempos, nunca se sabe lo que puede suceder...

## 7 Ajústate a las limitaciones de la industria.

Los procesos industriales tienen sus limitaciones, todo no se puede conseguir (por lo menos a un coste razonable). A menudo los impresores nos encontramos con especificaciones muy creativas, pero poco realistas, ejemplos:

- Papeles muy muy especiales que aportan ese “toque” que busca el creativo pero... tan especiales que multiplican por cuatro el precio de un papel estándar.

- Exceso de acabados especiales, pero que serían sustituibles por opciones más sencillas y aún así efectivas.

- Formatos inhabituales, que encarecen innecesariamente el producto.

- En los originales, aplicación de efectos muy espectaculares en pantalla, pero que no son reproducibles (o no de la misma manera) sobre papel. (Aquí, las extensas posibilidades de los actuales programas de maquetación, a menudo hacen más mal que bien). Muy relacionado con el siguiente punto.

En Colgraf recomendamos trabajar con papeles y tamaños estándar, por economía y practicidad.

## 8 Prepara bien los originales para imprenta.

Este es un punto clave. Siempre es mejor dedicar un tiempo extra a preparar concienzudamente el archivo que vas a enviar, que tener que solucionar los problemas cuando estamos a cinco días de la fecha límite de entrega de ese libro o esa revista. Imágenes en baja resolución, falta de sangres, perfiles de troquel mal indicados en los archivos... cosas como éstas son fuentes de retrasos y estrés de última hora.

## 9 Dedica a la revisión de pruebas el tiempo necesario.

Has enviado el original a la imprenta, ¿para qué entonces ese email pidiéndote no-se-sabe-qué “aprobación”?

Al entrar en el flujo de trabajo de la Preimpresión, el contenido de los archivos puede sufrir alteraciones, causadas, por ejemplo, por el uso de fuentes poco fiables, o bien puede suceder que en un trabajo delicado aquel efecto que en pantalla era tan espectacular, no se

plasme en el papel de la misma manera. Circunstancias como ésta se detectan en el momento de realizar la revisión de las pruebas enviadas por la imprenta, sean en formato electrónico o en papel.

Colgraf dispone del portal Insite Prepress para agilizar el proceso de revisión de pruebas.

Otro caso que se suele dar es el de aquellos trabajos de naturaleza delicada en los que el impresor solicita al cliente la asistencia al inicio del tiraje (entrada en máquina). Créelo, no es una pérdida de tiempo, si el impresor te lo sugiere es porque en ese caso es conveniente.

Y último, pero no menos importante:

## 10 Evita en la medida que puedas cambios de última hora en los pedidos.

Los cambios de última hora, es decir, cuando ya está el pedido en marcha en el departamento de Producción, pueden representar sobrecostes añadidos:

- Cambios en el contenido cuando las planchas ya estan filmadas, supone repetición de planchas.

- Cambios en el tipo de papel cuando ya está comprado y cortado a medida, implica repetir la compra... y ver de qué manera aprovechar el papel inicial.

- Cambios en los lugares de entrega: no es lo mismo un lugar de entrega que cinco; no es lo mismo entregar a 10 Km de los talleres que a 1.000 Km.

Como hemos dicho en puntos anteriores, una buena planificación es la clave para no encontrarse con sorpresas desagradables.

editorial COLGRAF comunicación sin límites

# 5 ventajas de los catálogos impresos

## ¿Por qué catálogos impresos?

Después de ver en la red demasiados post sobre las ventajas de los catálogos online... nos hemos decidido a exponer las ventajas de nuestro producto: el catálogo impreso

comunicacion sin limites

### 1 + Diferenciación:

Hace unos años la novedad era disponer de web, catálogo online, etc. Actualmente, esto no te diferencia. En cambio, disponer de un catálogo impreso de calidad, sí. El mero hecho de presentar tus productos mediante un catálogo impreso ya los posiciona a priori como “tope de gama” dentro de tu nicho de mercado.

## 2 + Segmentación:

Con un catálogo impreso tu decides cómo lo distribuyes, es decir, a quién quieres llegar. Con un buen conocimiento de dónde estan tus clientes potenciales y un poco de sentido común, puedes multiplicar la efectividad de tu inversión en comunicación. Los medios online, masivos por naturaleza, no te permiten este control.

## 3 + Integración en tu mix de marketing:

La comunicación impresa es hoy en día una parte imprescindible del mix de marketing, permitiendo integrar armónicamente los diferentes canales. Así, por ejemplo, tu catálogo puede contener códigos QR que enlacen a la ficha de producto en tu web, o bien contener patrones de Realidad Aumentada. Es decir, el canal impreso te conecta con el canal online... pero no al revés.

## 4 + Presencia:

Un catálogo impreso formará parte del entorno de trabajo de tu cliente. Puede ser transportado con facilidad, ser consultado por varias personas simultáneamente, puedes hacer anotaciones sobre él, es sencillo de utilizar... además, el catálogo impreso es la mejor herramienta de ventas del equipo comercial.

## 5 + Impacto:

Un catálogo impreso es un objeto físico; al hojearlo, lo visto quedará en la memoria de tu potencial cliente de forma mucho más intensa que si se tratara de cualquier catálogo online. El diseño atractivo, la cuidada presentación de la información, la adecuada selección del tipo de papel de cubiertas e interior, así como de los acabados (barnices, plastificados) y la encuadernación (grapa, rústica, wire-o...) confieren al catálogo impreso diversas y sutiles vías de transmisión de tu marca, otorgándole una dimensión de impacto en el comprador a la que no pueden aspirar los catálogos online.

COLGRAF
comunicacion sin limites

# El barniz y sus aplicaciones: Todo lo que necesitas saber

Hoy hablaremos sobre el barniz y sus aplicaciones en la impresión offset. Nos referiremos concretamente al conocido como “barniz de máquina”, denominado así por el hecho de ser aplicado en la misma máquina de imprimir que realiza la aplicación de tintas de cuatricromía o directas, y sin la inclusión de módulos de secado adicionales (como en el caso de los barnices UV).

## Finalidad del barniz

La finalidad del barniz es principalmente la protección de la impresión frente al desgaste que puede sufrir el producto impreso (rozaduras, el contacto con la grasa de las manos, etc.). Por otra parte, la aplicación de barniz permite dar a nuestros catálogos, revistas, folletos, etc. un acabado de mayor calidad, consiguiendo transmitir un efecto brillo o mate imposibles de obtener sólo mediante la elección del papel.

## Tipos de barnices y aplicaciones

Los tipos de barniz de máquina más habituales, con los que trabajamos en Colgraf, son 3:

**Barniz brillo:**
Permite resaltar el brillo del papel, consiguiéndose un efecto de resalte de las imágenes muy adecuado para aquellos productos gráficos cuya finalidad es atraer la atención o directamente la venta. Suele utilizarse en trípticos, flyers y cubiertas de catálogos. Aunque nada impide que se pueda aplicar sobre un papel estucado mate o semimate, lo lógico es utilizar este tipo de barniz sobre un papel estucado brillante, a fin de realzar las propiedades intrínsecas del papel.

**Barniz mate:**
Consigue el efecto contrario, es decir, disminuye los reflejos producidos por el papel. Su uso es adecuado en aquellos productos en los que el texto predomina sobre la imagen, aunque puede utilizarse igualmente en catálogos comerciales. De hecho, en algunos países (como es el caso de Francia) el barniz mate suele identificarse y aplicarse a folletos y catálogos que desean transmitir una imagen de calidad. Habitualmente se aplica sobre papeles estucados mate o semimate.

**Barniz semimate:**
Con características intermedias entre los dos anteriores.

COLGRAF
comunicacion sin limites

## Cuándo es necesario barnizar un papel: Fondos de color

Hay ocasiones en las que es muy recomendable, si no imprescindible, la aplicación de barniz:

En los casos en los que el diseño tenga fondos de color, especialmente si se trata de colores oscuros, es decir, que implican una gran carga de tinta, la aplicación de barniz previene el efecto de “refrote”, es decir, el hecho de que la tinta de la cara de una hoja traspase al dorso de la siguiente, manchándola.  Este efecto es especialmente visible en el caso de interiores de catálogos en los que quedan enfrentadas una página con muy poca tinta al lado de otra con mucha carga:

La precaución de barnizar fondos de color es recomendable en papeles brillantes o semimate, e imprescindible en el caso de los papeles mate, ya que son los que más tendencia tienen a manifestar el efecto de “refrote”.

## Cuándo no barnizar: Papeles offset

En el caso de los papeles offset o porosos en general (Conqueror, Rives...) , la aplicación de barniz no aporta ningún beneficio adicional, ya que la porosidad inherente al papel offset provoca que el barniz penetre dentro de las fibras del papel (secado por penetración) en lugar de permanecer en la superficie del mismo (secado por oxidación). Lo único que conseguimos es "empastar" el papel.

## Cómo saber si un papel está barnizado

En muchas ocasiones nos será de utilidad poder reconocer si un papel está barnizado o no. Existen diferentes formas de saberlo:

### 1 Por el olor:

Los papeles barnizados desprenden un olor característico, distinto de los no barnizados.

### 2 Por el tacto:

La aplicación de barniz le da al papel un tacto un poco más rugoso que el suyo propio.

### 3 Por las huellas dactilares:

Sobre un papel barnizado la huella queda menos marcada que en un papel sin barnizar.

editorial
COLGRAF
comunicacion sin limites

# ¿Por qué asistir a la entrada en máquina de mi trabajo impreso?

Hoy en día, la mayor parte de los trabajos de imprenta se realizan en cuatricromía. La utilización de las tintas de proceso (Cian, magenta, amarillo y negro) permite una gran variedad de posibilidades en el diseño. Lo más llamativo es la profusión de fotografías en color, así como logos corporativos.

No obstante, hay dos factores que el diseñador y el cliente deben tener en cuenta:

1. Los colores que se ven en la pantalla del ordenador son colores luz (modo de color RGB), mientras que los colores de las tintas de impresión son colores pigmentos (CMYK).

**2** Los colores varían mucho según el soporte papel utilizado. Los colores más vivos se obtienen en impresión sobre papeles estucados (brillo o semimate), mientras que los papeles offset o no estucados muestran colores más apagados.

Obviamente, el resultado final impreso no quedará exactamente igual que la visualización de los archivos en pantalla. En trabajos de calidad estándar, esto no supone mayor problema. Pero en trabajos de alta calidad (catálogos de prendas de vestir, de muebles o de obras de arte), es necesario tomar precauciones para evitar sorpresas desagradables.

Hay una solución para asegurarse del resultado final de la impresión: la asistencia a la Entrada en máquina. Se trata de que el cliente acuda a la imprenta y esté presente en la arrancada del tiraje, a fin de comprobar y validar el color.

¿Cuándo es recomendable asistir a la Entrada en máquina? Todo depende de la intención del cliente. Éste debe ponderar varios factores: si el trabajo a imprimir contiene fotografías de alta calidad de productos que se venden en dicho catálogo; si contiene efectos de diseño muy bonitos en pantalla pero difícilmente predecibles en la impresión; si hay logos o elementos corporativos (imagen de marca); si el trabajo contiene tintas directas especiales (oro, plata, colores metalizados...).

comunicacion sin limites

La asistencia a la Entrada en máquina es la manera más práctica de asegurarse del resultado final en la impresión. Supone una garantía de tranquilidad para el cliente.

Además, tiene otra ventaja, no menos importante: el cliente se hace consciente de cómo es la imprenta que ha elegido. Al visitar las instalaciones de la imprenta para la Entrada en máquina, el diseñador o el cliente conoce de primera mano tanto las máquinas como el entorno de trabajo. De esta manera, él puede constatar si realmente dicha imprenta le merece confianza.

# Ventajas de imprimir calendarios

## ¡Ya es tiempo de calendarios!

En estos tiempos de agendas electrónicas, vamos a reivindicar en este post algunas de las ventajas de imprimir calendarios en papel.

Los calendarios constituyen una de las más eficaces herramientas de publicidad. Son útiles, prácticos... y el soporte ideal para dar a conocer su empresa entre sus clientes y colaboradores.

¿Se ha parado Vd. a pensar que un calendario, en cualquiera de sus formatos y modalidades, es vigente durante los 365 días del año?

La presencia visual de un calendario es permanente, ya que está continuamente a la vista de sus clientes: bien sea un calendario de sobremesa, bien un calendario mural (de pared), el logo de su empresa, maquetado en lugar bien visible, está siempre presente.

## Su impacto publicitario es superior, si cabe, al de un folleto (flyer, desplegable...)

Supongamos que uno de sus mejores clientes necesita contratar los servicios que su empresa ofrece. Dicho cliente tiene que recapitular y hacer memoria sobre qué proveedores (entre ellos Vd.) puede satisfacer sus necesidades. ¿Dónde buscará? Evidentemente, empezará por lo que tenga más a mano o más a la vista. ¿Y hay algo más accesible y visible que un calendario?

## Calendarios y publicidad

### Calendario de bolsillo

En formato tipo "tarjeta de visita", con cantos rectos o romos, es ideal para llevar en la cartera, para colocar en el parasol de su vehículo o para insertar en el porta-tarjetero junto a las tarjetas de sus empresas de confianza.

El calendario de bolsillo tiene una doble utilidad, ya que aúna las ventajas propias de imprimir un calendario con las de una tarjeta de presentación.

COLGRAF
comunicacion sin limites

## Calendario de sobremesa

Disponible en 2 modalidades: La versión “calendario sencillo” de sobremesa, consiste en una peana triangular (2 caras + base), en la que se maquetan seis meses en cada cara. También se conoce con el nombre de calendario triangular de sobremesa.

En la segunda modalidad, a la que llamaremos versión de “varias hojas + peana triangular”, las hojas se encuadernan a la peana con wire-o o espiral. En esta versión de calendario, el n.º de hojas varía en función de las necesidades del cliente, pero en cualquier caso permite maquetar en una página 1 mes más una fotografía; es decir, Vd. puede incluir como mínimo 12 fotos de sus productos o servicios, además de una atractiva portada de presentación.

El calendario de sobremesa es, sin duda, el más popular de los calendarios; aúna un formato muy manejable, unos costes de producción muy contenidos y un impacto visual notable.

## Calendario mural o de pared

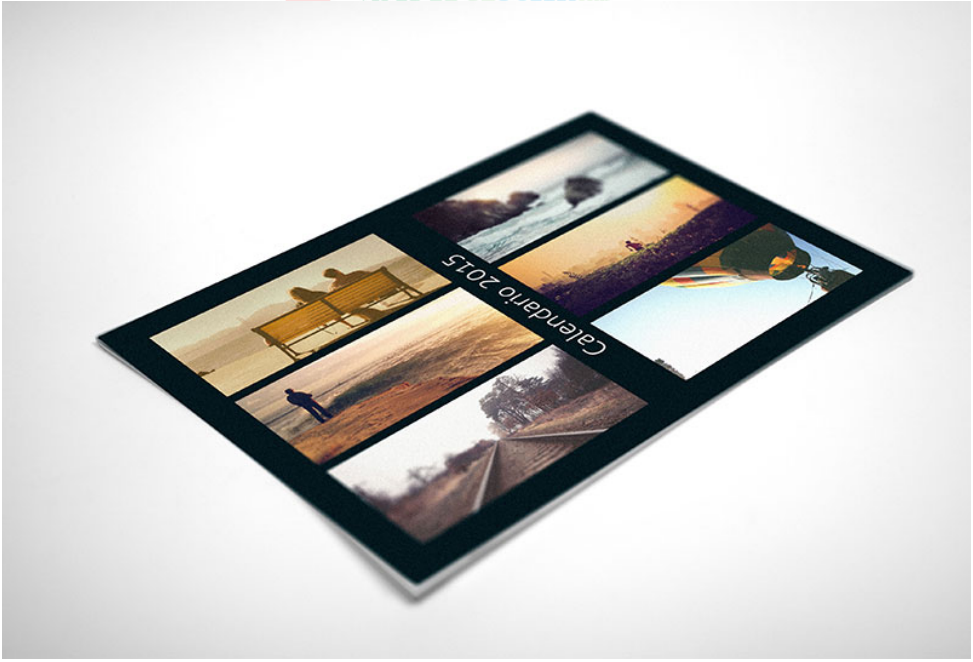
Se trata del tipo de calendario con más empaque. Su formato y características le otorgan gran vistosidad y elegancia. Los meses son muy legibles y el tamaño de las fotos es considerable.

Disponible en 2 modalidades: encuadernación en wire-o con colgador y encuadernación con 2 grapas y 1 agujero para colgar.

Al igual que sucede con los calendarios de sobremesa, el n.º de hojas varía en función de sus necesidades, siendo la combinación más habitual 7 hojas (14 páginas) para la versión en wire-o y 28 páginas (24 + portadas) para la versión en grapa.

Así como el calendario de sobremesa es especialmente útil para el usuario en su puesto de trabajo, el calendario mural es útil para todos los usuarios del entorno.

En COLGRAF, podemos ofrecerle soluciones para sus necesidades de calendarios.

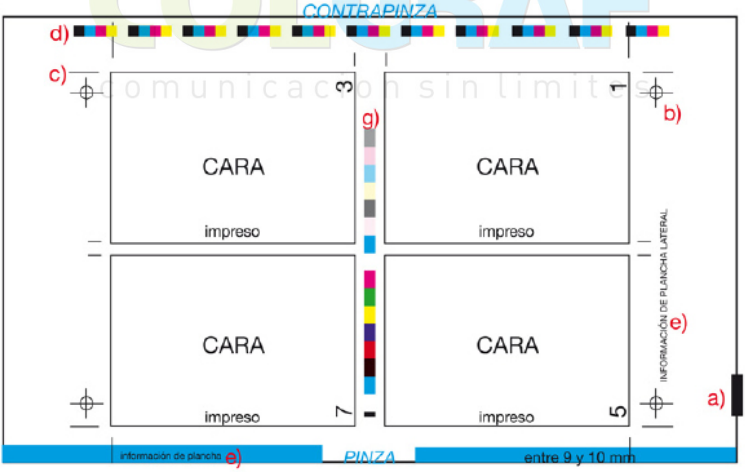


# Elementos de una hoja impresa

## La hoja de máquina

Todas las hojas impresas llevan una serie de marcas o elementos de control necesarios para llevar a cabo un proceso productivo adecuado en la impresión. En este artículo veremos los elementos de una hoja impresa y las marcas más comunes utilizadas generalmente por las imprentas, cómo las aplicamos a las formas y para qué sirven.

Desde el punto de vista del diseño, esto no es necesario conocerlo, sólo pretendemos hacer un acercamiento al conocimiento técnico que se lleva a cabo en el montaje de las formas, a fin de dar a conocer a quien lo necesite una idea más clara de cómo trabajamos en las imprentas. A continuación mostramos en una imagen un ejemplo típico de lo que añadimos en la imposición digital a las formas que vamos a imprimir:



**Pinza:**
Es la parte de la hoja que las máquinas de impresión offset necesitan para que las pinzas de la máquina puedan agarrar el papel, este espacio suele dejarse en la zona inferior de la imposición, corresponde con la banda azul de la imagen anterior. Esta pinza suele medir entre 9 y 10 mm, y es el margen blanco prudencial que siempre hay que dejar libre de todo diseño que queramos salga impreso.

**Contrapinza:**
Es la zona opuesta o contraria a la pinza.

**a) Guia de pecho**
Función:
Indicar cuál es la esquina por donde ha de marcar el papel en la máquina.

Explicación:
El papel no viene de fábrica siempre a la misma medida, hay pequeñas diferencias de tamaño entre las hojas de una misma resma. Para conseguir que el registro de las hojas sea siempre el mismo las máquinas offset pican cada hoja por la misma esquina, y el resto de procesos tienen en cuenta este proceso para manipular el papel posteriormente.

El concepto de guía es muy importante, saber qué esquina es la que está registrada y trabajar en base a ello es necesario para obtener un buen ajuste en todos los procesos posteriores, plegado, guillotinado, encuadernado, etc.

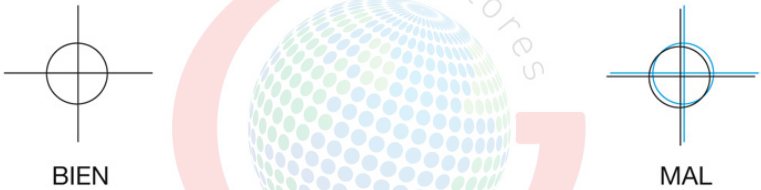
editores
COLGRAF

## b) Mirillas o Marcas de registro:

Función: sirven para controlar el registro entre colores en el papel impreso.

Explicación: al imprimir las hojas éstas pasan por los diferentes cuerpos de la máquina, recordemos que cada cuerpo representa un color diferente, o sea, que cada cuerpo impresor lleva una tinta y su respectiva plancha. El concepto de registro del color significa hacer que la superposición de las tintas entre sí sea perfecta encima del papel.

Ejemplo: Resultado final en el papel, por ejemplo, el Cian y el Negro:




## c) Marcas de corte:

Función:

Una marca corte no es más que una línea continua que identifica por donde deberemos efectuar un corte o un doblado.

Explicación:

Existen diversos tipos de marcas de corte, o más bien, identifican diferentes conceptos. Las marcas que delimitan el formato final del producto que estamos imprimiendo indican la distancia a la que la guillotina deberá cortar las hojas impresas. Las marcas que se sitúan entre medio del producto, siempre van a significar indicaciones para el proceso de doblado o grapado o encuadernado posterior.

Colgraf editores
COLGRAF
comunicaciones sin límites

### d) Tira de control:

Función:
Sirve para medirla con un densitómetro o un espectrofotómetro e indicar al impresor las mediciones de cómo se está imprimiendo la hoja a nivel de color.

Explicación:
Por medio de los diferentes parches de color que la tira contiene, y su posterior medición, el impresor sabe en qué medida se está imprimiendo la hoja y si ha de retocar el color en la máquina porque no está dentro de las tolerancias que le indica su estándar de impresión.

### e) Información de plancha:

Función:
Es el texto informativo que se sitúa en la parte inferior de la hoja de papel y sirve para tener información del número de pedido, el cliente, las tintas utilizadas, el número de la forma y si es la cara o el dorso.

### f) Tira de control resumen:

Función:
Es la tira de control que sirve para comprobar si hemos impreso los trabajos según el estándar de color normativo de la imprenta.

Explicación:
Esta tira de control es una tira resumen con sólo pocos parches y que es utilizada por los encargados del control de calidad de la imprenta para saber posteriormente si un trabajo se realizó correctamente. Esta marca es mejor ponerla en la parte central y perpendicular a la pinza, precisamente por ser la zona más intermedia de la hoja impresa.

editores
COLGRAF
comunicación sin límites

# La impresión digital: ¿qué puede aportar?

**Un poco de reflexión...**

Ya hace unos cuantos años que la tecnología de impresión digital está en el mercado, y se ha ido desarrollando hasta unos niveles de calidad en cuanto a resolución bastante altos, casi podríamos decir que un usuario común de imprenta le costaría encontrar las diferencias entre una hoja impresa por una máquina offset de una impresa por una digital (en general).

Solemos pensar, lo digo porque a nosotros, como imprenta, también nos ha pasado, que la impresión digital está orientada sobretodo para la impresión de tiradas de pocas unidades; que esta tecnología sirve para hacer competitiva la impresión allí donde la impresión offset es cara, y es cierto, es así, siempre hemos visto que los costes de arranque de una máquina offset son caros para imprimir tan sólo 100 tarjetas de visita, por ejemplo, o 20 catálogos para una feria.

Hasta hace no mucho se podría decir de forma generalizada que el mercado no demandaba tiradas cortas precisamente porque era más caro, pero ahora la tendencia está cambiando; la crisis, los cambios de mentalidad de la sociedad, las nuevas tecnologías, las nuevas tendencias, todo ello está marcando un antes y un después para nosotros, las imprentas, y para los clientes de imprenta, desde luego.

Ahora no interesa producir mucho de todo, sino que nos interesa focalizar nuestra publicidad allí donde sabemos va a ser más rentable, nos interesa abaratar costes y que estos sean más efectivos de cara a la venta, nos interesa captar con mayor facilidad la atención de nuestro destinatario, en fin, conseguir comunicar sin costes innecesarios.

Antes, imprimíamos para comunicar, ahora queremos comunicar, como sea, y la impresión es tan sólo un canal más.

La impresión offset sigue aportando valor a este concepto, sin duda, pero ha perdido importancia. Ahora se han multiplicado los canales de comunicación: e-mail, newsletters, webs personalizadas, personalización en la impresión con dato variable, redes sociales, etc...

**Entonces, ¿qué me aporta la impresión digital?**
Precisamente una nueva capacidad para comunicar, con todas las ventajas que esta tecnología desarrolla, como por ejemplo:

- Impresión personalizada, hacer llegar a cada usuario una publicidad única, con su nombre y sus gustos, por ejemplo.

- Impresión con tintas especiales: tinta con relieve, tintas metálicas, tinta invisible para entradas a locales, tintas fluorescentes, etc..

- Impresión con tinta barniz en línea, para hacer barnices totales o reservas UV, por ejemplo.

- Carteles de gran formato, para publicidad en exteriores.

Y todo esto es perfectamente combinable con la anterior idea que las tiradas de pocos ejemplares son para esta tecnología. Ahora la impresión digital no nos sirve sólo para ser competitivos en la tirada corta, también para llegar a otros nichos de mercado en la publicidad, allí donde la impresión offset ya no es competencia por su propia naturaleza.

Para finalizar, quisiéramos dejar asentada una idea importante: no existe tecnología o máquina ideal, sólo la comunicación ideal es la que hace que necesitemos una tecnología u otra. Y es tarea del impresor adaptarse a estos cambios, buscar ofrecer a nuestros clientes y posibles clientes nuevas formas de comunicar, más acordes con los tiempos que estamos viviendo.

# 5 ventajas de la impresión digital frente al offset

Estas son en nuestra opinión las principales ventajas de la impresión digital:

**1 Es más barata que otras opciones en las tiradas cortas. Y las tiradas cortas son las que se suelen realizar hoy en día, ya que:**

- Permiten ajustar el gasto en impresión a las necesidades reales de comunicación.

- Eliminan el stock de material no utilizado.

- Permiten tener el material impreso siempre actualizado, por ejemplo, una empresa tiene una red de 30 comerciales y cada 3 meses renueva el portfolio de productos: imprimiendo sólo 30 catálogos en impresión digital tendrá una excelente herramienta de ventas, contínuamente renovable.

Otros métodos de impresión, como el offset, tienen unos costes fijos de puesta en marcha elevados, lo cual los hacen menos competitivos en este tipo de trabajos.

**2 Hoy en día, la calidad es muy elevada, prácticamente la misma que la de la impresión offset.**

Tradicionalmente se suele argumentar que la calidad de la impresión digital es inferior a la impresión offset. Aunque objetivamente sigue siendo así, la brecha entre una y otra se ha ido reduciendo con el paso de los años, y hoy en día es posible imprimir en digital con una calidad superior.

## 3 Los tiempos de producción son más cortos que, por ejemplo, en la impresión offset.

Independientemente de que los tirajes al ser más cortos requieren menos tiempo, el proceso de impresión en sí tiene menos pasos que en la impresión offset. Efectivamente, una vez validado el archivo PDF, la información pasa a la máquina y se imprime directamente sin el paso intermedio de la producción de planchas.

## 4 Es posible imprimir acabados especiales a muy buen precio.

La tecnología actual permite imprimir en digital sobre una gran variedad de soportes y, concretamente en papel, la gama de acabados posibles es muy amplia (dorados, relieves, etc.). En el proceso convencional de la impresión offset estos acabados suelen realizarse con una maquinaria distinta a la que realiza la impresión y normalmente por parte de terceros proveedores de la imprenta.

## 4 Es posible personalizar 1 a 1 la impresión.

La información procedente de bases de datos combinada con la del archivo a imprimir permite obtener productos impresos personalizados 1 a 1, es decir, cada unidad de las que componen la tirada

cuenta con información diferente, habitualmente personal, cuya finalidad es obtener un mayor impacto en el receptor. Esta tecnología, conocida como “dato variable”, convierte a la impresión digital en un poderoso aliado de las estrategias de segmentación propias de los departamentos de marketing.

En definitiva, la impresión digital es la mejor alternativa en una gran parte de las necesidades de impresión, siendo superada por el offset sólo en el caso de las tiradas largas, o en casos que requieran de una calidad extrema.

editores
COLGRAF
comunicacion sin limites

# Impresión offset VS Impresión digital

## ¿Qué tipo de impresión es mejor para mi producto?

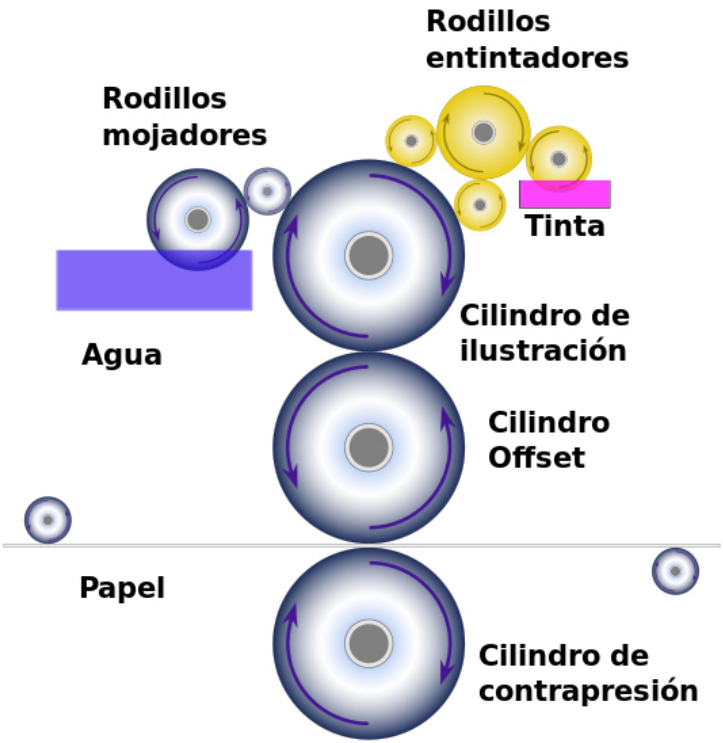
Hoy en día es bastante habitual encontrar en el mercado estos dos tipos de tecnología para la impresión comercial de folletería, catálogos, revistas, agendas, libros, etc... Incluso puede llegar a ser un tanto confuso saber qué es realmente la impresión digital y en qué se diferencia de la impresión offset, y cómo puede ayudarnos una y no la otra.

En este artículo vamos a intentar dejar claro este concepto, o lo más claro que podamos a nuestro entender. En Colgraf disponemos de ambas tecnologías, tenemos clientes que imprimen en digital y clientes que imprimen en offset, así como clientes que imprimen usando ambas tecnologías de forma combinada. Hace ya unos cuantos años que nos dedicamos a esto y tenemos una opinión que seguramente coincide con el resto del mercado en muchos aspectos.

A continuación vamos a detallar, bajo nuestra experiencia, en qué se basa la impresión offset y en qué se fundamenta también la impresión digital; vamos a destacar sus ventajas e inconvenientes, y acabaremos exponiendo de forma resumida cómo podemos utilizar ambas tecnologías para nuestro beneficio como personas que queremos comunicar algo a través del papel.

## La impresión offset

Utiliza tinta líquida, planchas metálicas y una maquinaria compleja de engranajes y rodillos para la transmisión de la tinta al papel. Existen diferentes tipos de máquina en función del tamaño de papel que son capaces de pasar por ellas, cuanto más grande es el formato de la hoja de máquina, toda en sí aumenta proporcionalmente. Se siguen diversos procesos para poder llegar a imprimir el papel desde el diseño en el ordenador.



## La impresión digital

Existen dos tecnologías, el inkjet (tinta líquida especial diferente a la de offset) y el tóner (partículas con pigmento). Estas máquinas utilizan las cargas eléctricas para depositar tanto el tóner como el inkjet en el papel. No necesitan planchas metálicas, pues tienen unidades de imagen fotoreceptoras. Son máquinas menos pesadas, más frágiles pero más baratas (excepto algunas de gama alta que se podrían asemejar bastante a la maquinaria de offset). Imprimen directamente del ordenador a la máquina, por ello hay una reducción de costes considerable.

## ¿Cuál es su principal diferencia?

La impresión offset es capaz de reproducir miles y miles de copias relativamente en poco tiempo, con una mayor calidad (dependiendo de la trama utilizada) y con un menor impacto físico en el papel (lo daña menos porque no aplica calor, como en el caso de la impresión digital de tóner).

La impresión offset se realiza con maquinaria bastante grande, desde los CtP's (máquina que filman las planchas) hasta las propias máquinas de impresión, por eso es una tecnología con unos costes de amortización elevados, siendo una tecnología cara para impresión de tiradas cortas (de poco ejemplares).

COLGRAF
comunicaciones sin límites

La impresión digital, de forma general (existen diversos tipos de impresión digital), se caracteriza precisamente por lo contrario en este aspecto, son máquinas más pequeñas, no precisan de planchas ni costes añadidos, pueden reproducir lo que han de imprimir directamente del ordenador a la máquina, aunque con velocidades significativamente inferiores a las de la impresión offset, y la calidad no llega a ser tan buena como lo pueda ser, por ejemplo, en una trama estocástica en offset.

Debido a que sus costes de arranque son inferiores, es la tecnología

**¿Cuál es la mayor ventaja de la impresión offset?**

ideal para la impresión de tiradas cortas, precisamente donde el offset no es competitivo.

**¿Y de la impresión digital?**

La calidad y la capacidad de reproducir miles y miles de ejemplares velozmente. Reduciendo el precio a mayor cantidad de ejemplares.

**Resumiendo...**

El coste de arranque inicial, que es mucho más barato, obteniendo mucho mejor precio para tiradas de baja cantidad. Y hemos de añadir algo nuevo: la impresión digital permite abrir nuestra mente a nuevas posibilidades en la comunicación, como lo son la personalización, la segmentación, la impresión sobre soportes muy diversos y extraños, la utilización de tintas especiales fluorescentes, metálicas, tintas con relieve, etc...

- Como cliente de imprenta no debes preocuparte de si tu impresor de confianza te va a hacer el trabajo en impresión digital o en impresión offset, salvo excepciones, quedarás igualmente satisfecho tanto por la calidad como por la resolución del trabajo.

- En lo principal que debes pensar no es en cuál es la mejor tecnología para tu comunicación o tu trabajo, es en qué quieres decir y

cómo puedes hacerlo para que llegue a las personas que más te interesan. En ocasiones querrás llegar al gran público de forma global, con grandes cantidades, entonces pide offset; en ocasiones querrás personalizar una campaña y hacer llegar la información de forma muy segmentada, utiliza dato variable en impresión digital; otras querrás unas entradas para un local y querrás aplicar tinta invisible para que no se falsifiquen, irás a parar a la impresión digital, etc...

- Hoy en día, toda la tecnología puesto a tu servicio es válida, no te has de preocupar, lo que interesa son las posibilidades y ventajas que ambas te pueden ofrecer en un momento dado.

editores
COLGRAF
comunicacion sin limites