**Caso de estudio**

Media Contact:

Miraclon: PR@Miraclon.com

AD Communications: iwoods@adcomms.co.uk - +44 (0) 1372 464 470

Julio 21, 2020

**UNA MENTALIDAD DESAFIANTE DISPARA LA INNOVACIÓN EN FLEXOGRAFÍA**

“No tenemos miedo de desafiar a nuestros clientes. Para nosotros, es una parte muy importante del establecimiento y el mantenimiento de una relación, así es como descubrimos nuevas formas de trabajo.” Quien habla es Chris Rigby, y la empresa de la que habla es Pulse Media, con sede en Stockport (Reino Unido), que fue galardonada con el Premio de Plata en los Global Flexo Innovation Awards de Miraclon el año pasado, un premio que reconocía su eficiencia en los flujos de trabajos y la conversión de procesos del offset a la flexografía.

Siempre que es necesario, Pulse desafía a sus clientes en varios puntos de la cadena de suministro del embalaje flexográfico, habiendo desarrollado una cartera de servicios que abarca desde el diseño inicial, pasando por la gestión de la marca y el color, hasta la asistencia a las pasadas en prensa, la gestión de proyectos y la consultoría. Está muy lejos de la fabricación de planchas litográficas escalonadas y repetidas que fue la única oferta de Pulse cuando comenzó su trayectoria en 1982. En ese momento, los clientes eran impresores locales; hoy en día, Pulse se posiciona como una agencia de gestión de impresión que sirve a marcas globales de productos de consumo masivo.

La presencia de la empresa en el sector de FMCG se remonta a finales de la década de los 80 y al auge de productos de “marca propia” de minoristas. Rigby, director técnico de Pulse, afirma: “Los clientes necesitaban proveedores que pudieran garantizar que el embalaje fuera consistente en todos los formatos: cartón litografiado, bolsa flexográfica, caja de cartón corrugado o etiquetas UV. Pulse vio la oportunidad y la aprovechó, y 30 años después de lograr esta consistencia sigue siendo el centro del negocio.”

**En el centro de un triángulo**

Rigby describe a Pulse como una “agencia de gestión de impresión. Nos posicionamos en el centro de un triángulo formado por diseñadores, propietarios de marcas e impresores, y nuestro trabajo es asegurar la consistencia de la marca. Para que funcione, las tres partes tienen que confiar en nosotros y en nuestra experiencia y actuar en su mejor interés para obtener los mejores resultados.” El trabajo que ganó el Premio a la Innovación de Pulse es un buen ejemplo de esta relación de colaboración. Las cajas de cerveza ya habían sido impresas en litografía, con resultados poco satisfactorios, y el desafío de Pulse era mejorar tanto la calidad de impresión del conjunto del envase como la consistencia del color. Un equipo técnico formado por Pulse, el impresor, el proveedor de planchas y un técnico de tintas revisó el diseño para decidir el mejor enfoque, considerando factores como las divisiones de color, etc.

Rigby sigue contando: “El día en el que se iniciaba la impresión, con el trabajo en la fase de registro, el cliente aprobó la primera tirada, lo que permitió una puesta a punto más rápida. En general, la versión flexográfica mostró un registro mejorado, un mejor control de los puntos de realce, una alta densidad de sólidos y una mejor consistencia de impresión, en una gran superficie y durante toda la tirada. ¿El resultado? La marca decidió que otros tres diseños se realizarían con flexografía y no con litolaminado.”

Gracias a éxitos como este, Pulse está creciendo a pesar de estar en un mercado que Rigby describe como “muy duro”, y en el que lo que él llama “compras basadas en el precio” son demasiado habituales. Con 50 empleados en sus oficinas centrales, más cinco que trabajan en las instalaciones de los clientes, dice que Pulse “encaja perfectamente en la categoría de pequeñas y medianas empresas, por lo que no tenemos el poder adquisitivo de los grandes.” En cambio, tenemos que competir en calidad y servicio, y captar regularmente nuevos clientes que vienen rebotados de proveedores más baratos y que buscan un proveedor que pueda ofrecer una buena relación calidad-precio.”

**El sector más emocionante**

También ayuda el hecho de que Pulse opere en un sector de la industria (la flexografía) que Rigby describe como “el más emocionante de la industria de impresión de embalajes hoy en día, el sector que más innovaciones ha vivido y en el que se ha visto un mayor aumento de la calidad en la última década.” Gran parte del mérito de todo ello se lo da a Kodak Flexcel NX. “Hace diez años era difícil para la flexografía igualar la producción de huecograbado y offset, pero NX supuso un gran avance, entre otras cosas porque animó a otros fabricantes a invertir en el proceso de flexografía, mejorando aún más la calidad, el control de la prensa y las tintas. Igual de importante fue la voluntad de los impresores de comprometerse y ponerse objetivos más ambiciosos”.

A corto y medio plazo, esta ambición está poniendo en juego tecnologías como la gama de colores extendida (ECG) y la paleta de colores fija (FCP), ya que las marcas buscan reducir tanto los costes como la huella de carbono mediante la reducción del color. Dado que la sostenibilidad es cada vez más importante para los consumidores, se está prestando gran atención a los materiales reciclables, especialmente los plásticos, y Pulse participa actualmente en una serie de ensayos sobre nuevos sustratos. “La flexografía está experimentando un gran impulso”, dice Rigby. “Dada la calidad y la consistencia que podemos lograr, además de la reducción del tiempo de comercialización, cada vez hay menos argumentos para seguir con el huecograbado para los embalajes flexibles. A menudo la única razón es la duración de las tiradas, pero las tiradas se reducen año tras año, e incluso esa ventaja percibida será menos importante a medida que pase el tiempo”.

FIN

**Acerca de Miraclon**

KODAK FLEXCEL Solutions ha ayudado a transformar la impresión flexográfica en la última década. Ahora, gracias a Miraclon, KODAK FLEXCEL Solutions, incluyendo el líder de la industria FLEXCEL NX System, ofrece a los clientes una mayor calidad, rentabilidad y productividad, y los mejores resultados de su clase. Con un enfoque pionero en la ciencia de la imagen, la innovación y la colaboración con los socios de la industria y los clientes, Miraclon está comprometida con el futuro de la flexografía y está posicionada para liderar el encargo. Más información en:[www.miraclon.com](http://www.miraclon.com). Síganos en Twitter [@kodakflexcel](https://twitter.com/KodakFlexcel) y contacte con nosotros en LinkedIn: [Miraclon Corporation](https://www.linkedin.com/company/miraclon-corporation/).