

Revista de la Cooperativa de Impresores de Bogotá
Mayo de 2025 • Edición No. 69 • www.cipb.net • ISSN 1794 - 9882

Registro



Las cooperativas construyen un mundo mejor
2025, Año Internacional de las Cooperativas



CONTENIDO

5	EDITORIAL	
	Solidaridad, unión y desarrollo: nuestro papel en 50 años de historia	5
7	COIMPRESORES HOY	
	La fuerza de la solidaridad es la clave de la resiliencia de Coimpresores Bogotá	7
	CIPB, un ejemplo de economía circular en el proyecto "Ventana Adelante 2"	9
11	ENTORNO SOLIDARIO	
	2025 es el segundo Año Internacional de las Cooperativas 2025 es el segundo Año Internacional de las Cooperativas ..	11
	Salvar cooperativas antes que penalizarlas o liquidarlas	14
	Economía solidaria en Colombia	16
18	TENDENCIAS INNOVADORAS	
	Reflexiones sobre el Braille	18
	Modelos de impresión colaborativa y sostenible en diseño e impresión	20
	Flujo de trabajo para la productividad	22
	Revolución digital y sector gráfico: del papel al píxel y del píxel al papel	25
	La industria gráfica 4.0	29
	Diversos estilos de liderazgo	33
36	SOCIEDAD	
	Los niños todavía necesitan escribir a mano: cinco motivos.	36
	Certificación de competencias laborales: un impulso para profesionales y empresas	38
38	IMPRESORES COMPROMETIDOS CON EL AMBIENTE	
	Desconexión: la resiliencia de los medios tradicionales.	41

Revista de la Cooperativa de Impresores de Bogotá, Coimpresores Bogotá

SEDE ADMINISTRATIVA:

Carrera 31 Nro. 22B-15
PBX: (601) 208 8700
www.cipb.net
Abril de 2025
Edición 69
ISSN 1794-9882

COORDINACIÓN EDITORIAL

Comité de Comunicaciones

COMISIÓN EDITORIAL

Jorge García
Santos Camacho
Jesús Sánchez
Alberto Gutiérrez
Jaime Escobar
Erlid Jiménez
Kelly Gómez

CORRECCIÓN DE ESTILO

Marcela Manrique Cornejo

CARICATURAS

Beto Barreto

IMPRESIÓN

Vargas Impresos S.A.S.

DISEÑO

Lina Ruiz Jiménez
Comité de Comunicaciones

COLABORAN EN ESTA EDICIÓN

Rainer Wagner
Óscar Ricardo Rojas
Omar Ortega
Pedro Cruz Rodríguez
Rafael Obregón Amador

El contenido de esta revista es responsabilidad de los autores y no refleja necesariamente el punto de vista de la Cooperativa de Impresores de Bogotá.

Su reflejo es una pieza
clave en la construcción
de un mundo mejor.



Siendo el papel clave
en la industria gráfica

¡QUÉ GRAN
PAPEL!



-----BETO BARRETO.



EDITORIAL

Solidaridad, unión y desarrollo: **nuestro papel en 50 años de historia**

A *d portas* de cumplir cinco décadas el próximo 11 de octubre, evocamos con orgullo la valentía y la determinación de un grupo de visionarios que, en su momento, decidieron unir fuerzas para transformar el destino de las artes gráficas en Bogotá. Fue la convicción de nuestros fundadores, quienes creyeron que juntos serían más fuertes, la que propició la gestación de la Cooperativa de Impresores y Papeleros de Bogotá, hoy conocida como Coimpresores Bogotá (CIPB), una heredad de inestimable significado en la consolidación y el desarrollo de la industria gráfica en la capital y en el país en general.

La CIPB nació con un propósito claro: regular los precios del mercado y ofrecer mejores condiciones a las empresas del sector gráfico, que en ese entonces se veían dominadas por monopolios. Su objetivo era protegerse de la especulación y de la costosa intermediación en la compra de papel, insumos y maquinaria de impresión, garantizando de este modo el acceso justo a estos recursos esenciales para las artes gráficas.

La iniciativa fue impulsada por Gustavo Arbelaéz, un apóstol del cooperativismo en Colombia. Gracias a su liderazgo y al esfuerzo de muchos otros, se crearon varias cooperativas de impresores y papeleros a nivel nacional. Entre ellas se destaca la matriz del sistema cooperativo en las artes gráficas, Coimpresores de Antioquia (1965), posteriormente renombrada como Coimpresores de Colombia; Coimpresores del Occidente (Cali, 1973); Coimpresores del Norte (Barranquilla, 1974); Coimpresores del Oriente (Bucaramanga, 1974); Coimpresores del Centro (Armenia, 1975); nuestra propia Coimpresores Bogotá (1975); Coimpresores del Sur (Neiva, 1983) y, finalmente Coimpresores de Boyacá (Tunja, 1990). Todas ellas creadas bajo el mismo discurso de unidad cooperativa que se imprimía en las empresas de las artes gráficas de la época.

Esta expansión cooperativa sentó las bases para la creación de la Federación de Cooperativas de Impresores y Papeleros de Colombia, Feimpresores, con la cual se instauró una red de apoyo sectorial que marcó una diferencia sustancial en la industria: una fuerza imparable, un gremio con voz y propósito. Esta federación, de la cual fuimos parte activa, jugó un papel protagónico en la representación gremial y en la defensa de los intereses



Por Santos Camacho,
presidente del Consejo de
Administración de Coimpresores
Bogotá



del sector; su legado sigue presente en la labor de la CIPB, ahora como Institución Auxiliar de la Economía Solidaria, IDEAS

Contemplamos el camino recorrido para ver los senderos con ascensos y caídas en este medio siglo y afirmar que Coimpresores Bogotá ha sido más que una cooperativa, ha sido un hogar, una familia de empresas que han crecido unidas. En el presente, seguimos impulsando la industria gráfica con el mismo compromiso de siempre. Sin embargo, el reto más grande que enfrentamos es garantizar la continuidad de este esfuerzo. La Institución Auxiliar de la Economía Solidaria, IDEAS, debe continuar el legado de la federación hacia nuevos horizontes, asegurando que los principios cooperativos sigan siendo un motor de bienestar para las empresas del sector, sus trabajadores y nuestras familias.

Hoy, más que nunca, es imperativo que las nuevas generaciones de impresores y empresarios gráficos

tomen las riendas con el mismo entusiasmo y la misma determinación que caracterizó a quienes iniciaron esta travesía. El sector precisa de su energía, innovación y pasión para seguir avanzando. Miremos atrás con orgullo, pero, sobre todo, miremos hacia adelante con esperanza y el propósito de seguir construyendo un mejor porvenir para la industria gráfica.

Infinita gratitud a cada Asociado y su empresa, cuyo apoyo ha sido invaluable. A los miembros del Consejo de Administración, a los comités de apoyo, a nuestro gerente general, Jesús Sánchez Rojas, y a todo el equipo que día a día se entrega con pasión a la cooperativa, un inefable agradecimiento. Gracias a todos por posibilitar estos cincuenta años de historia durante los cuales cada paso resuena en el eco de un futuro promisorio.

La historia nos ha demostrado que juntos somos más fuertes.





La fuerza de la solidaridad es la clave de la resiliencia de Coimpresores Bogotá

| Nuestra cooperativa enfrenta retos con el apoyo de sus Asociados.

En el escenario económico mundial la incertidumbre sigue siendo un factor determinante para el desarrollo de las industrias manufactureras y de servicios. Esta situación afecta la dinámica de las ventas, esencial para el crecimiento de la producción y la generación de empleo.

Según el reporte del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la producción industrial creció un 1,1% durante octubre de 2024 en comparación con el mismo mes del año anterior. Este indicador positivo reflejó un modesto aumento en las ventas reales del 0,6%; sin embargo, el personal ocupado de la industria manufacturera decreció un 0,3%, lo que sugiere una serie de desafíos aún no resueltos. Al analizar los resultados anuales y acumulados, el panorama para la producción industrial se torna más incierto.

En este contexto, la Cooperativa de Impresores de Bogotá realizó un estudio entre las empresas de sus Asociados con el fin de entender las dinámicas internas del sector. Este análisis abarcó las ventas y las compras totales de las compañías y el consumo de materias primas adquiridas por la CIPB, lo cual permitió obtener una visión integral de la participación de cada empresa dentro de la Cooperativa. Además, este ejercicio ha sido de gran utilidad, ya que contiene información financiera y operativa de las empresas de Asociados en los últimos seis años, lo que refuerza el carácter estratégico de este estudio como fuente de datos importante para programar las compras de manera oportuna, garantizar un inventario adecuado según las necesidades de los impresores y preparar el presupuesto para la siguiente vigencia.

De cara al año 2025 se ha planificado la gestión de inventarios, que incluye insumos esenciales y materiales como plegadizas, papeles esmaltados, bones y otros materiales de alta demanda. La reciente crisis financiera del molino Chenming Paper Holdings, dada la caída significativa en la demanda y los precios de sus productos, ha reducido sustancialmente su producción. Entre los productos más afectados se encuentra la cartulina Poplar, de la cual dependía la Cooperativa en gran medida para abastecer a sus Asociados.



Por Jesús Sánchez Rojas,
gerente de Coimpresores Bogotá

**En Coimpresores Bogotá
estamos diversificando el
portafolio de productos con
materiales de gran interés
para nuestros Asociados y
clientes.**



Ante esta situación, la CIPB ha tomado la decisión estratégica de diversificar sus fuentes de abastecimiento y así es como ha optado por importar la cartulina Super High Bulk GC1 del molino Jiangsu Bohui Paper Industry, cuyas existencias están disponibles para la venta inmediata. Además, se están reforzando los pedidos de la cartulina Maule Graphics y otros materiales de gran interés para nuestros Asociados y clientes.

En un entorno económico tan volátil, la Cooperativa ha logrado renovar sus recursos financieros con el apoyo de algunos de los Asociados, quienes han sido fundamentales para el fortalecimiento del capital de trabajo. Este respaldo ha sido crucial para mantener la operatividad de la entidad y seguir ofreciendo soluciones adecuadas a las necesidades de nuestros Asociados. Aprovechamos esta la oportunidad para expresar un sincero agradecimiento a aquellos miembros cuya colaboración ha sido decisiva para el éxito de este proceso.

En estos cincuenta años la solidaridad resalta el propósito fundamental de Coimpresores Bogotá, creada con el objetivo de fomentar la colaboración entre los impresores y generar un entorno de apoyo mutuo. Por ello, invitamos a todos los Asociados a reafirmar su compromiso con la Cooperativa, reiterando nuestro deseo de mantener los lazos de fraternidad y apoyo que han sido esenciales para superar los retos.

Para 2025 se prevé que el sector mantenga su capacidad de recuperación, apoyado por una gestión estratégica de inventarios y una renovada solidaridad entre los Asociados. El compromiso con la mejora continua, el fortalecimiento de la cadena de valor y la diversificación de proveedores serán claves para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento del sector en los años venideros.

Nuevo producto

Cartulina Super High Bulk Bohui

Cartulina de alto volumen específico, diseñada para usos generales en embalajes de cajas. Ofrece alta rigidez, buena planitud y peso ligero, además de ser apta para impresión offset de alta velocidad.

Ideal para cajas de:

- ✓ Alimentos secos
- ✓ Productos farmacéuticos
- ✓ Cosméticos
- ✓ Chocolates
- ✓ Perfumería
- ✓ Juguetes
- ✓ Elaboración de bolsas
- ✓ y mucho más.

Punto de venta:

- 📞 2088700 ext., 154, 165
- 📞 321 9004628





Delegaciones de la Cámara de Comercio CAINCO (Bolivia), la Cámara de Comercio de Bogotá (Colombia) y la Cámara de Comercio de Turín (Italia), en las instalaciones de la Coimpresores Bogotá.

CIPB, un ejemplo de economía circular en el proyecto “Ventana Adelante 2”

En esta iniciativa internacional hemos aportado nuestra experiencia en el modelo solidario y en los materiales e insumos para la producción de empaques y envases que protegen los alimentos.

Por Departamento de Comunicaciones de Coimpresores Bogotá

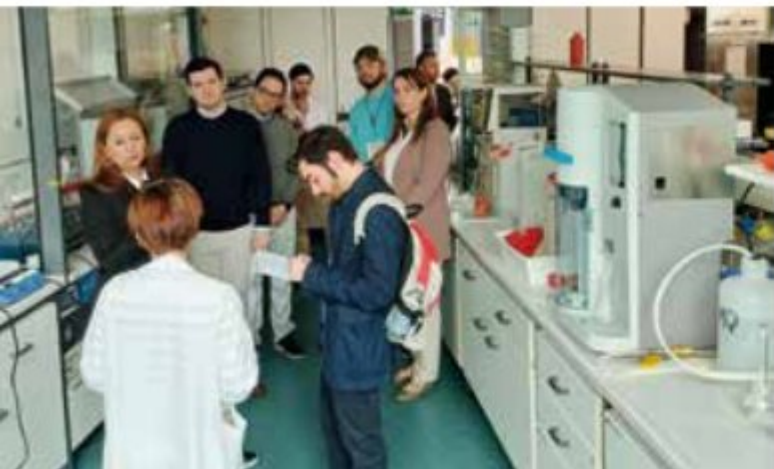
En septiembre de 2024 dio inicio en la ciudad de Turín, Italia, el proyecto de cooperación internacional “Ventana adelante 2: contribución a la producción y el consumo sostenibles en el sector agroalimentario”. Como entidades beneficiarias participaron la Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz, CAINCO (Bolivia); la Cámara de Comercio de Bogotá, CCB (Colombia); y la Cámara de Comercio de Turín, CCT (Italia)¹.

Esta iniciativa busca fomentar el intercambio de conocimientos entre las entidades miembros de la Alianza, fortaleciendo sus capacidades institucionales y desarrollando planes estratégicos para la producción y el consumo agroalimentario dentro del marco de la

economía circular, adoptando una visión integral del ciclo de vida de los productos y un enfoque hacia la economía verde.

La sinergia entre la experiencia europea y la latinoamericana en sostenibilidad, innovación y cooperación interinstitucional se constituye como el eje fundamental de este proyecto. Su propósito es promover modelos de producción y consumo responsables, centrados en estrategias que integren la innovación y la colaboración entre diversos actores del sector agroalimentario.

La experiencia en el desarrollo de clústeres sectoriales, con especial énfasis en áreas como la seguridad



alimentaria y el empaquetado, promoviendo la colaboración y la innovación en la región, fue el factor destacado de la Cámara de Comercio de Bogotá. En su proyecto “Fortalecimiento de la competitividad de la región de Bogotá a través de la promoción de la economía circular”, desarrollado en el marco del programa AL-INVEST Verde, la CCB compartió prácticas relacionadas con el ecodiseño, la ecoinnovación y el etiquetado ecológico, aplicadas a diversos procesos productivos.

Las experiencias en vinculación a la cadena de reciclaje y en apoyo a *startups* que operan en el ámbito de la economía circular, impulsando la integración de iniciativas sostenibles dentro del sector agroalimentario en Bolivia, fueron compartidas por la Cámara de Industria, Comercio, Servicios y Turismo de Santa Cruz.

Por su parte, la Cámara de Comercio de Turín, alineada con la estrategia del Pacto Verde Europeo, aportó su experiencia en la promoción de modelos económicos sostenibles. Entre sus principales contribuciones destaca el proyecto Slow Food, que promueve la producción responsable de alimentos y la transición hacia una economía circular en el sector agroalimentario. Además, compartió su *know how* en la promoción de la cultura del envasado ecológico y la producción alimentaria segura.

La participación de la Cooperativa de Impresores de Bogotá en la Alianza fue destacada, puesto que lleva

más de diez años como aliada del Clúster de Impresión y *Packaging* de la CCB. Esto le permitió a la Cooperativa intercambiar experiencias en el ámbito de la economía circular, con enfoque en los materiales e insumos para la producción de empaques y envases que protegen los alimentos.

En octubre de 2024, la CIPB recibió delegaciones de Italia y Bolivia con el fin de compartir su experiencia sobre el funcionamiento de una entidad cooperativa, así como exponer el ejemplo de cooperación en la compra de insumos entre empresarios del sector. Además, presentó la Unidad de Manejo de Residuos Ambientales, que ofrece una solución integral para la disposición de residuos peligrosos y aprovechables recolectados entre las empresas de Asociados y los clientes, en cumplimiento con la normativa colombiana de gestión ambiental de residuos de envases y empaques de papel, cartón, plástico, vidrio y metal (Resolución 1407).

Coimpresores Bogotá, en estrecha colaboración con la CCB, aplaude el esfuerzo por la diversificación del sector agroalimentario y resalta el impacto positivo de las iniciativas que buscan posicionar a las empresas del sector a nivel nacional e internacional. Estos esfuerzos son fundamentales para promover un desarrollo económico que sea respetuoso con el medio ambiente e inclusivo con la diversidad geográfica, consolidando así un modelo económico circular que garantice la sostenibilidad del sector agroalimentario para las futuras generaciones.

Un componente clave de esta iniciativa es la creación de un Libro Blanco que recopila las buenas prácticas para la transición sostenible de las empresas del sector agroalimentario, basadas en las experiencias compartidas por cada cámara de comercio participante. Este documento será una herramienta esencial para fomentar la cooperación público-privada y el diálogo entre instituciones y empresas, así como para desarrollar programas específicos sobre economía circular.



2025 es el segundo Año Internacional de las Cooperativas



Así como el primero, que fue 2012, este se plantea como un espacio para el diálogo entre cooperativas, gobiernos, organizaciones internacionales y de la sociedad civil, con miras a fortalecer el movimiento cooperativo. En Colombia, 2025 es el Año de la Solidaridad.

Por Marcela Manrique Cornejo, periodista

La resolución 78/289 de 2024 de las Naciones Unidas proclamó a 2025 como el Año Internacional de las Cooperativas, cuyo lema “Las cooperativas construyen un mundo mejor” reconoce que estas organizaciones promueven la máxima participación posible en el desarrollo económico y social de las comunidades locales y de todos los seres humanos, incluidas mujeres, jóvenes, ancianos, personas en situación de discapacidad y pueblos étnicos, cuya inclusión refuerza el desarrollo económico y social, al igual que contribuyen a la erradicación de la pobreza y el hambre.

En nuestro país, la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias, entidad adscrita al Ministerio del Trabajo y que se encarga de fomentar y fortalecer a las organizaciones solidarias, ha establecido el 2025 como el Año de la Solidaridad en Colombia, iniciativa concertada con las entidades del Gobierno y representantes de los gremios del sector solidario, a fin de impulsar políticas públicas y legislativas que logren incidir positivamente sobre la diversidad de actores de la asociatividad solidaria colombiana.

La entidad llevará a cabo la Segunda Asamblea Nacional de Economía Solidaria, Popular y Comunitaria en varios municipios de Santander, del 31 de julio al 3 de agosto de 2025, con el propósito de construir el “Plan Decenal de la Economía Social, Solidaria y Popular”. Antes de esa asamblea, entre el 28 y el 30 de julio, tendrá lugar el Foro Internacional de Economías para la Vida, en el que se hará el seguimiento a los compromisos del pacto firmado el año pasado en Cali durante la COP16, en el marco del Encuentro Internacional de Economías para la Vida, el cual pretende articular, integrar y coordinar esfuerzos globales y locales para implementar resoluciones, declaraciones y acuerdos que fomenten los modelos solidarios de desarrollo, la inclusión productiva de las comunidades, la protección y salvaguarda de la naturaleza y la sostenibilidad de la vida en el planeta.

Así mismo, en febrero de este año, la Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias asumió oficialmente la coordinación de la Red Iberoamericana de Fomento de la Economía Solidaria, RIFESS, una plataforma conformada por 15 gobiernos de Iberoamérica para impulsar la economía social,



solidaria, popular y comunitaria como un motor de progreso y desarrollo sostenible en la región. Mauricio Rodríguez Amaya, director nacional de la Unidad y nuevo coordinador de la RIFESS, destacó que esta designación permitirá a Colombia liderar la articulación de esfuerzos entre los países miembros para fortalecer los organismos de la economía social y solidaria. Además, facilitará la integración de las iniciativas del sector solidario en la región y a nivel global.

Por el lado de la institucionalidad privada, la Confederación de Cooperativas de Colombia, Confecoop, en coordinación con sus entidades asociadas en todo el territorio nacional, lidera el Comité Nacional que avanzará en la promoción de la celebración del Año Internacional, con la meta de generar una dinámica de comunicación efectiva que logre posicionar el mensaje global de las cooperativas y destacar su labor en la creación de un mundo más justo, inclusivo y próspero.

Para lograr dicho objetivo, el Comité exhorta a las cooperativas de todo el país para que cada una de sus actividades en este año sea la oportunidad de mostrar el impacto que genera el modelo cooperativo en la sociedad. La estrategia incluye acciones de comunicación, con los consejos de administración y las asambleas generales, y de promoción en las actividades misionales de las cooperativas.

Este año, desde Confecoop se impulsan acciones de incidencia regional, involucrando gobiernos y autoridades locales en la adopción de políticas públicas que apoyen el desarrollo del sector cooperativo, y se fomenta la colaboración con gremios, sindicatos, asociaciones, medios de comunicación y otros actores relevantes, para compartir el impacto y la importancia de las cooperativas en la sociedad.

Adicionalmente, el Comité de Confecoop coordina acciones con la Comisión Accidental de Economía Cooperativa y Solidaria del Congreso de la República para impulsar reformas normativas claves y lograr el reconocimiento público del Legislativo al movimiento cooperativo como actor del desarrollo económico y social del país.

Por todo el mundo se desarrollarán acciones para sensibilizar al público sobre las contribuciones de las cooperativas, alentar a los gobiernos a desarrollar un entorno jurídico y político propicio para el cooperativismo, fortalecer los sistemas de apoyo empresarial a las cooperativas e involucrar a los jóvenes en el movimiento cooperativo.



El Año Internacional de las Cooperativas de la ONU 2025 se inauguró oficialmente durante la Conferencia Cooperativa Internacional y Asamblea General de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) en Nueva Delhi (India).

¡2025 también es el año de Coimpresores Bogotá!

Un año para rememorar el pasado y
proyectar el futuro, para reconocer los
logros y soñar con propósito.

En octubre celebraremos



de fundación de nuestra
cooperativa...



Salvar cooperativas antes que penalizarlas o liquidarlas

Es el cometido que se ha propuesto la actual cabeza de la Superintendencia de la Economía Solidaria, transformando el enfoque de la entidad para que sea más preventivo y menos punitivo.

Por Marcela Manrique Cornejo, periodista

La cultura de prevención con una mano tendida para ayudar se ha impuesto desde agosto de 2023 en la Supersolidaria, bajo la dirección de una samaria profesional en Negocios Internacionales y con maestría en Desarrollo Social. María José Navarro Muñoz, la superintendente —como ella prefiere ser nombrada—, le está imprimiendo a la institución un cariz particular, más de equidad y solidaridad que de persecución y castigo.

Con ocasión del Año Internacional de las Cooperativas habló con Registro sobre cómo la inspección y la supervisión proactiva contribuyen a la expansión del sector solidario, uno de sus propósitos al posesionarse del cargo, cuando primero debió organizar internamente los equipos para lograr más alcance e impacto con la limitada capacidad presupuestal de la entidad.



Después organizó los procesos de la Superintendencia a la luz de su misión, que no necesariamente corresponde con la cantidad de sanciones —indicador usado para medir su efectividad—. Encontró que las sanciones mayoritariamente se imponían a los más pequeños y cambió eso. Afirmó que hoy la Supersolidaria está “más preparada para mitigar los riesgos del sector, con un sistema de alertamientos que va más allá del no reporte de información” e incluye criterios diferenciales según una caracterización del sector realizada en 2024. Las alertas se generan en lo que se reporta y en la falta de reporte, pero ahora son interpretadas con indicadores que atienden el tamaño y el tipo de cada organización.

La categorización de las cooperativas de ahorro y crédito, que congregan a la mitad de asociados del país —3,5 millones—, se oficializó en un decreto presidencial. Esto facilitará una supervisión especializada y con alternativas que respondan a su heterogeneidad, pues manejan algo muy sensible, los ahorros de la gente, y para muchos son la única alternativa financiera.

Uno de los primeros pasos en esa supervisión es la expedición de un código de buen gobierno debido a que, en palabras de la Superintendente, “la mayoría de las intervenciones a cooperativas grandes y medianas nace por problemas de gobierno corporativo, [como] elección de sus consejeros de administración o no hacer bien las asambleas. Hay ahí unos temas de corrupción y empieza el camino para los problemas financieros”. La aplicación de ese código será exigida a las cooperativas plenas —las ocho más grandes y que concentran 60% de ahorros—, a las 42 intermedias se les dará un periodo de transición antes de adoptarlo y para las 122 básicas —las más pequeñas— será un marco de referencia de buenas prácticas que se les recomienda seguir.

El enfoque preventivo y no punitivo también se ha desarrollado en los eventos del programa Ruta Solidaria por la Paz, con los que la Supersolidaria llega a las regiones para incentivar que las empresas solidarias le reporten, las orienta para hacerlo y no las sanciona si presentan de inmediato los reportes atrasados. Esto

es muy importante porque se calcula que en el país hay cerca de 7.000 organizaciones solidarias, pero solo 3.800 reportan. Muchas de las no reportantes son muy pequeñas y ni saben reportar ni tienen alguien que lo haga; algunas no son del sector solidario y quedaron mal clasificadas en el RUES; otras ni siquiera saben que deben reportar y, cuando se enteran, temen ponerse en evidencia y ser sancionadas por los incumplimientos anteriores; también hay las que fracasaron conforme fueron creadas y las que nunca operaron.

Para ayudar a que las organizaciones solidarias en crisis no empeoren y sean intervenidas, la Supersolidaria tiene institutos de salvamento que han sido fortalecidos en esta administración. También desarrolla las mesas de gerentes, en las que funcionarios de la entidad se reúnen con directivos de las organizaciones solidarias para construir juntos planes de recuperación. Y en 2025 adelantará ferias en el marco del Pacto por la Democratización del Crédito Solidario, en las que las empresas solidarias podrán acceder a capital de trabajo mediante créditos de Finagro y del Fondo Nacional de Garantías.

Así mismo, la Supersolidaria recupera cooperativas intervenidas desde mucho tiempo atrás, como la de cafeteros de Andes (Antioquia), la más grande de su tipo, que estaba en liquidación y será devuelta, completamente saneada, a sus tres mil asociados; y adelanta en tiempo récord la licencia para dos cooperativas de ahorro y crédito que son estratégicas por su tipo y ubicación, pero llevaban siete años esperando ese trámite: una en Cauca, “que sería la primera y única cooperativa de ahorro y crédito propia del departamento”, y otra en Marinilla (Antioquia), “la primera y única cooperativa de ahorro y crédito de las juntas de acción comunal”, concluye la Superintendente.

Con las acciones de la Supersolidaria cabe esperar que en este año se impulse a todas las empresas del sector, incluyendo las 343 creadas entre agosto de 2022 y diciembre de 2024.



Economía solidaria en Colombia

Los departamentos con mayor presencia de sedes de empresas solidarias vigiladas son:

Atlántico

Santander

Antioquia

Bogotá D.C.

Valle del Cauca



El sector solidario está presente en 107 municipios donde no hay presencia del Banco Agrario y en 25 municipios donde no hay presencia de ningún banco.

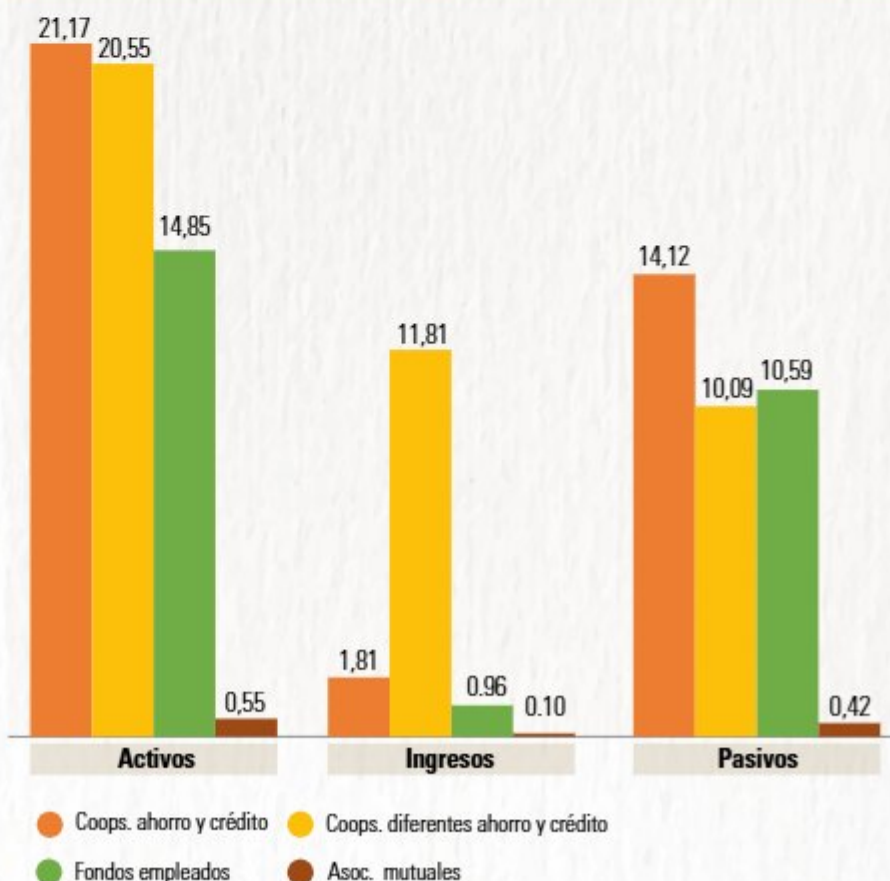
4%

aporta el sector solidario al PIB nacional

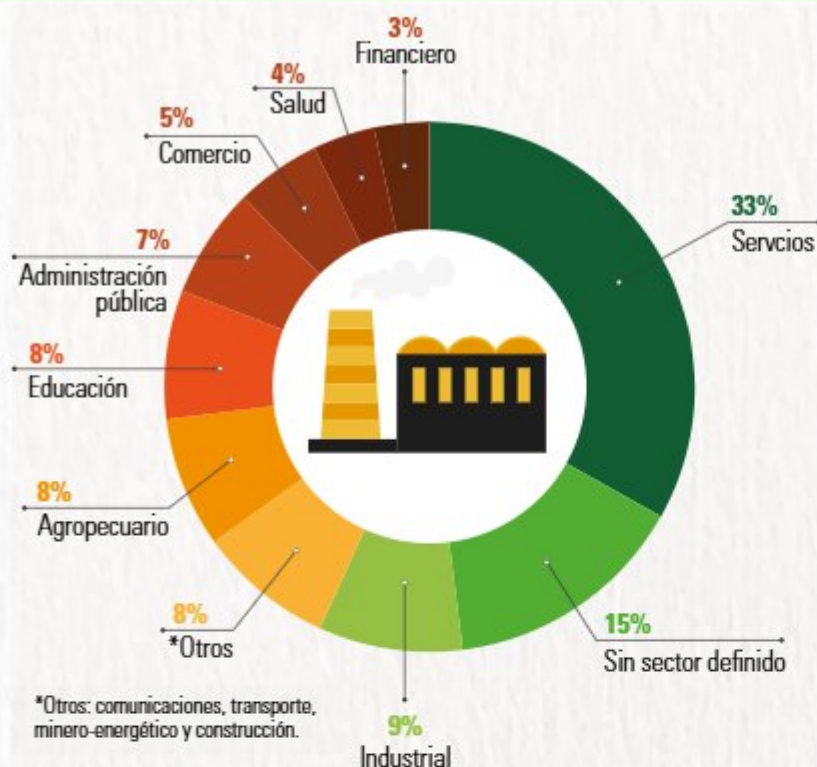
Entidades solidarias colombianas por tipo



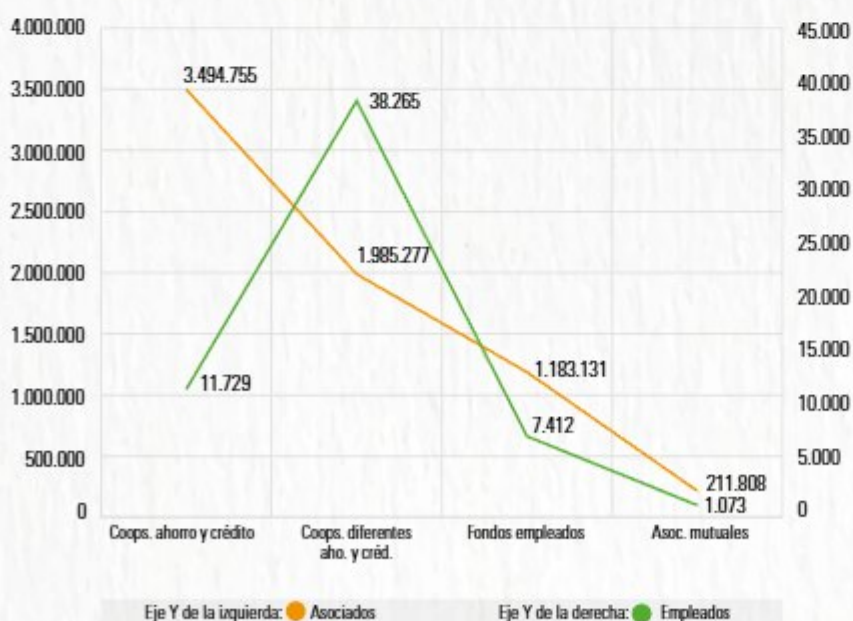
Perspectiva financiera por tipo de entidad solidaria



Entidades por sector



Asociados y empleados de las entidades solidarias colombianas



Asociados por edades



6.874.971

asociados a las entidades solidarias

28.007

de ellos son personas jurídicas

Asociados por sexo



653.147

mujeres y hombres son miembros de más de una entidad solidaria

17,83%

de las mujeres asociadas son cabeza de hogar y casi la tercera parte de ellas (29,63%) han recibido créditos de sus entidades solidarias.



TENDENCIAS INNOVADORAS

Reflexiones sobre el Braille

Los clientes cada vez más exigirán que sus empaques tengan textos para personas discapacitadas visualmente.

En este momento nos encontramos a algo más de dos años de entrada en vigor de la Ley 2265 de 2022, por medio de la cual se adopta el sistema de lectoescritura Braille en los empaques de diversos productos, en servicios turísticos y de carácter público. Y aunque 28 meses pueden parecer bastante tiempo, le invito a que reflexione sobre estas preguntas:

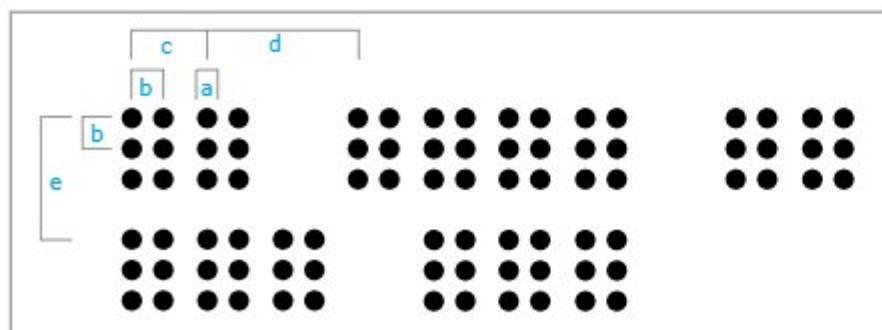
1. ¿Sabía que en Colombia, de acuerdo con el último censo, hay cerca de dos millones de personas con discapacidad visual?
2. ¿Están usted y su empresa preparados para la fabricación de los empaques con código Braille?
3. ¿Tiene claro qué se debe hacer para incluir un texto Braille en un empaque?
4. ¿Está al tanto de la metodología para su fabricación?
5. ¿Sabe cuál control de calidad debe aplicar?
6. ¿Conoce la norma Icontec que regula la calidad del punto Braille?



Por Omar Ortega, gerente de CRIPACK

Punto Braille

El Braille es un sistema de lectoescritura táctil. Por ello es de vital importancia la calidad del punto, su geometría y simetría, pues una variación en su estructura puede convertir un símbolo en otro. Cada carácter Braille está ubicado dentro de lo que llamamos cajetín, una celda donde caben seis puntos que, dependiendo de cuáles se usen poniéndolos en relieve, determina qué letra, número, símbolo o carácter genera.



a=1,6 mm
b=2,5 mm

c=6,0 mm
d=12,0 mm

e=10,0 mm



Capítulo aparte es la altura del punto, que también se encuentra normalizada y es clave en la calidad del texto Braille, dado que es la característica que garantiza la facilidad de lectura y que erróneamente podríamos considerar como un repuje más, falla que nos puede conducir a costosas devoluciones en el futuro. No olvidemos también que el empaque que fabriquemos debe ser legible por las personas con dificultades visuales, pero así mismo tiene que ser estéticamente presentado para los videntes; es decir, ha de tener la altura adecuada y no presentar reventamientos ni fisuras.



Retos

Pero, ¿cómo lograr todo lo mencionado anteriormente y garantizar que al final voy a entregar un empaque que cumpla a cabalidad sin que mis costos se eleven o que requiera de procesos adicionales? Dentro de Cripack hemos identificado que esto exige afrontar los tres retos siguientes

1. Diseño del texto Braille: se refiere a que lo que se quiere es no cambiar mis empaques existentes, por lo que debo tener claro cuál texto puedo y no puedo incluir en Braille, pues a diferencia de la impresión en tinta –para la que disponemos de infinidad de fuentes y tamaños–, dentro del sistema Braille solo hay un tamaño y una fuente.

2. Fabricación: cómo lo voy a producir sin que me cueste más, sin que ello impacte mi estructura de costos.

3. Control de calidad: cómo puedo controlar que la caja fabricada cumple con las exigencias de la norma Icontec 17361, entregando un informe de ello a mi cliente si así lo requiriese.

Por último, recuerde que julio de 2027 está a la vuelta de la esquina, ¿va usted a esperar?

Los productos alimenticios, cosméticos, médicos, de aseo y plaguicidas de uso doméstico, obligatoriamente deben llevar textos en sistema Braille.



Modelos de impresión colaborativa y sostenible en diseño e impresión

La industria gráfica enfrenta el reto de equilibrar productividad, sostenibilidad ambiental y equidad en la gestión de recursos. Los modelos emergentes están impulsando la innovación tecnológica, la responsabilidad ecológica y la cooperación entre los actores del sector.

Cooperativas de impresión 5.0

Print The Change Cooperative (Europa)
Inkworks Press Collective (California)

En los ecosistemas de impresión colaborativa con *blockchain*, los recursos, energía y datos se distribuyen equitativamente entre impresores, diseñadores y clientes (Cointelegraph).

30% de ahorro en costos de impresión gracias al uso compartido de maquinaria.
Print The Change Cooperative (Europa)

40% se reduce el desperdicio de papel mediante la planificación óptima de tiradas
Inkworks Press Collective (California)

Plataformas digitales colaborativas 5G

Zazzle Green (Redwood City, California)
Eco-Friendly Printing Platform (Leeds, Inglaterra)

Insaito.io muestra que los entornos virtuales ultraconectados combinan impresión sostenible con experiencias inmersivas en tiempo real, mediante tecnologías como realidad aumentada y gemelos digitales generados por IA.

50% de reducción en los tiempos de preproducción gracias a la optimización de procesos (McKinsey).
Zazzle Green

50% prefieren plataformas con métricas transparentes de impacto ambiental en tiempo real.
Eco Friendly Printing Platform

Impresión bajo demanda con inteligencia artificial

Amazon Print-On-Demand y Blurb

Insaito.io integra impresión sostenible con experiencias inmersivas en tiempo real mediante realidad aumentada y gemelos digitales impulsados por IA.

11,12% de crecimiento anual del mercado POD, alcanzará 7,49 mil millones de dólares en 2025 y \$12,69 mil millones en 2030 (Mordor Intelligence).

Amazon Print-On-Demand

20,3% crece anualmente el mercado de la POD con IA y el 84% de las empresas usan la IA para optimizar la personalización y la gestión de color (Marcin Majda, director de Antigro Designer).

Blurb

Economía circular en impresión avanzada

Eco Enclose

30% de ahorro en la cadena de suministro mediante internet de las cosas, estimando que el mercado global de impresión digital alcanzará los \$187,7 mil millones para 2027.

\$ 10,5 mil millones de dólares alcanzará el mercado en 2025, integrando biofabricación y materiales regenerativos como micelio, para mejorar eficiencia y reducción de residuos gracias a las prácticas sostenibles en los ciclos productivos.

Fortune Business Insights, Eco Enclose

Estos modelos buscan reducir el impacto ambiental de la impresión mediante la optimización en el uso de materiales, la minimización de residuos y la integración de energías renovables (Kipphan, 2017). Además, fomentan la colaboración entre diseñadores, impresores y comunidades dentro de redes de producción descentralizadas, impulsando la economía circular, el valor circular y el valor compartido en la industria gráfica (Ellen MacArthur Foundation, 2020).

El avance de la impresión digital, el auge de las plataformas de impresión bajo demanda y la creciente adopción de materiales biodegradables demuestran que la sostenibilidad y la innovación pueden ir de la mano en la producción gráfica (Pira International, 2022).

Impresión local y distribución sostenible con gemelos digitales

Cimpress (Vistaprint), RR Donnelley, Quad/Graphics y Transcontinental (Canadá)

20% de reducción en costos logísticos mediante redes de impresión descentralizadas, gracias a la simulación y ajuste dinámico de sus cadenas de suministro (MDPI 2024).

25-35% de disminución en tiempos de configuración y validación mediante la integración de gemelos digitales, que permite la simulación precisa antes de impresión, optimizando energía, materiales y logística, identificando y resolviendo errores previos.

Cimpress (Vistaprint)

Impresión con energías renovables inteligentes

*Solar Print (Reino Unido)
Green Circle Printers (Australia)*

20-30% de ahorro en energía con redes inteligentes (*smart grids*) y energías renovables para alimentar sus macrosistemas de impresión.

43% de la capacidad global de generación eléctrica instalada en 2024, con un aumento récord de 473 gigavatios.

IRENA Solar Print

Crowdprinting 4.0

*Eecodao Ltd
(Reino Unido)*

1.500 organizaciones autónomas descentralizadas (DAO) activas alcanzaron un valor de \$41 mil millones de sus NFT en 2022, su toma de decisiones es absolutamente democrática (todos participan) e inmodificable (ConsenSys).

80% de proyectos sostenibles alcanzaron sus metas de financiamiento mediante *crowdfunding* tokenizado en plataformas descentralizadas, mostrando la efectividad de este enfoque frente al *crowdfunding* convencional (CoinDesk).

Modelos de suscripción para materiales impresos sostenibles

72% de los compradores de impresión solicitan productos y prácticas ecológicas. El 36% de los impresores afirmó que sus clientes valoran tanto los productos sostenibles como los procesos de fabricación responsables (FESPA).

20% reducen las emisiones de carbono gracias al uso de papel reciclado certificado por el FSC (Imprenta Pro).

Pedro Augusto Cruz Rodríguez

Diseñador gráfico e industrial con maestría en Discapacidad e Inclusión Social de la Universidad Nacional de Colombia.

CMYK



TENDENCIAS INNOVADORAS

Flujo de trabajo para la productividad

Es uno de los capítulos del nuevo libro de dos consultores muy conocidos en Colombia: Carlos Silgado y Hamilton Terni Costa.



En *El empresario gráfico y el nuevo ciclo de innovación tecnológica*, recientemente publicado, se encuentra un análisis detallado de cómo las nuevas tecnologías gráficas, ya disponibles, automatizan los procesos de producción y gestión de la imprenta. El libro destaca que con la creciente competencia en el mercado, la eficiencia ya no es un diferenciador, sino una condición esencial para la supervivencia.

El nuevo ciclo de innovación tecnológica trajo consigo la aplicación de los conceptos de la llamada industria 4.0 y la posibilidad de optimizar todo el flujo de trabajo de la empresa. Desde la captura del trabajo, la cotización y la planificación, pasando por la producción en línea, el acabado y la facturación, hasta la entrega. Además, en total conexión con el cliente, siempre que sea posible.

Generalmente los flujos de producción de impresión están marcados por pausas, retrabajos y tiempos

de inactividad que erosionan la productividad y comprometen la rentabilidad. Los estudios demuestran que, en las imprentas medianas, hasta el 50% de todo el tiempo de entrega del material, desde la entrada del pedido, se pierde en tareas burocráticas o indecisiones por falta de mejor información o interferencia manual en el proceso.

En *El empresario gráfico y el nuevo ciclo de innovación tecnológica*, Silgado y Costa muestran cómo hoy, con las herramientas digitales disponibles en el mercado, los empresarios del sector pueden rediseñar completamente su flujo de producción, transformando los cuellos de botella en canales de fluidez y precisión.

Tradicionalmente, el flujo de trabajo de una empresa de impresión enfrenta desafíos críticos que impactan sus resultados. El primero de ellos es la desconexión entre etapas que puede generarse por la comunicación



fragmentada entre ventas, diseño, preimpresión, impresión y acabado. O la importante pérdida de tiempo en transferencias y aprobaciones de archivos.

Otro punto crítico son los tiempos de preparación de los equipos, especialmente los analógicos, como el offset o la flexografía, debido a configuraciones de las máquinas, ajustes manuales, falta de una rutina establecida por las mejores prácticas o incluso necesidad de pruebas y retrabajos. Esto se extiende a los equipos de acabado y al tiempo de inactividad de las máquinas debido a retrasos en la entrega y el movimiento de materiales desde el almacén hasta la producción. Además del desorden físico de la fábrica, que puede provocar paros de producción.

Hoy en día existen soluciones en diferentes niveles de complejidad para estos problemas. Flujos digitales que permiten integraciones de sistemas, que van desde la cotización hasta la planificación del trabajo, pasando por el control de la secuencia de producción y el ahorro de tiempo, hasta el flujo de información en tiempo real. Existen flujos que integran sistemas que permiten la producción prácticamente sin tiempo de inactividad de los equipos y que facilitan cumplir con cientos de órdenes de trabajo diariamente.

También está claro que existen diferentes niveles de inversión y que no todas las imprentas cuentan con recursos para tecnologías de vanguardia. Pero esto no significa que el trabajo de mejora ordenado y planificado no logre gradualmente resultados consistentes. Ello implica la formación, el compromiso de las personas y, sobre todo, un profundo replanteamiento del propósito de la empresa por parte de sus propietarios. Si la cabeza no cambia, nada cambia.

Varios de estos aspectos se destacan en el libro, incluyendo pruebas de autoevaluación tecnológica, pasos para planes de acción y proyectos de innovación, prácticas de sustentabilidad, reseñas actualizadas de soluciones tecnológicas y una hoja de ruta para el cambio hacia lo que los autores han llamado “la nueva gráfica”.

El empresario gráfico y el nuevo ciclo de innovación tecnológica

Un libro de obligada consulta para quien aspira a tener una imprenta productiva en la industria 4.0.

Es un manual para empresarios, directivos y profesionales gráficos basado en las innovaciones tecnológicas de la presente década y las novedades de drupa 2024. Tiene propósitos educativos, académicos y de divulgación para contribuir al continuo avance de la industria gráfica, mediante un mejor conocimiento de sus tendencias tecnológicas y las oportunidades para innovar que ofrecen a los empresarios gráficos y a los clientes del sector.

Consta de cuatro capítulos en los cuales se dan detalles sobre la automatización y la impresión autónoma en offset, la impresión digital de empaques y etiquetas y las oportunidades que ofrece, el flujo digital de trabajo como herramienta gerencial y una descripción de los diversos caminos para la transformación de las empresas gráficas. Además, incluye un suplemento en el que se incluyen diez estrategias para la comunicación de la sostenibilidad ambiental.



Hamilton Terri Costa



Carlos Silgado

Mayor información sobre el libro en el correo electrónico hcyys.editores@gmail.com y por WhatsApp en el número 310-7718495.



Coimpresores
Bogotá



Manejo de
Residuos
Ambientales

**Nos enfocamos en optimizar sus
procesos productivos, garantizando
sostenibilidad ambiental.**

Nuestros servicios

- ✓ Asesoría en el manejo ambiental dentro de su empresa
- ✓ Compra y transporte de residuos aprovechables (certificable)
- ✓ Gestión y transporte de residuos peligrosos (certificable)
- ✓ Gestión y transporte de residuos orgánicos (certificable)



Contáctenos

☎ 310 807 3289

✉ dgagremial@cipb.net

☎ 208 8700 ext. 140

📍 Cra. 31 No. 22B-15, Bogotá



TENDENCIAS INNOVADORAS

Revolución digital y sector gráfico: del papel al píxel y del píxel al papel

Figital o híbrido puede llamarse a todo aquello en lo que convergen impresos y tecnologías digitales para proporcionar nuevas experiencias a los consumidores y dinamismo a la publicidad, el mercadeo y la comercialización de las marcas.

Después de la pandemia del COVID-19, Jogotech, una plataforma que permite a las tiendas incorporar recursos digitales en sus espacios físicos, se alió con el grupo Inditex, propietario de marcas de ropa como Zara y Stradivarius. Inspirados por la creciente demanda de experiencias interactivas en el sector, integraron códigos QR y realidad aumentada en los catálogos impresos de las tiendas. Así fue como lo que antes era un simple listado de productos ahora ofrecía una experiencia inmersiva: al escanear un código, los usuarios podían acceder a modelos en 3D, tutoriales y configuradores interactivos que permitían personalizar los *outfits* en tiempo real.

Y es que el matrimonio entre los impresos y las estrategias digitales está en boga. De allí ha surgido el término *figital*, una combinación de las palabras físico y digital que alude a una experiencia híbrida entre cliente y entorno digital, a la fusión de elementos físicos impresos con experiencias digitales. En el contexto de la impresión y el diseño gráfico, este concepto implica la integración de tecnologías digitales en procesos y productos tradicionales impresos, con el objetivo de mejorar la experiencia de uso y aumentar la interacción con los consumidores, como sucede con los catálogos impresos del grupo Inditex.

El futuro de las interacciones en el sector gráfico está marcado por la incorporación de herramientas digitales en soportes físicos. Tecnologías como los códigos QR, la inteligencia artificial (IA), la realidad aumentada (RA) y los configuradores interactivos están revolucionando la manera en que las personas interactúan con materiales impresos, proporcionando experiencias inmersivas y personalizadas.

En un informe de Smithers (2023)¹ se estima que la industria de la impresión digital experimentará un crecimiento del 65% en los próximos diez años debido a la demanda de soluciones híbridas que combinan impresión



Por Pedro A. Cruz Rodríguez.

Diseñador gráfico e industrial con maestría en Discapacidad e Inclusión Social de la Universidad Nacional de Colombia

¹ El futuro de la impresión digital: previsiones estratégicas a largo plazo hasta 2029. Disponible en <https://www.smithers.com/services/market-reports/printing/digital-print-strategic-forecasts-to-2029>.

Foto: www.qrcode-tiger.com

y digitalización. Un ejemplo relevante es Inditex, que ha implementado estrategias digitales para reforzar la conexión entre sus tiendas físicas y su ecosistema *online*. Según su *Informe de gestión integrado 2022*², la adopción de soluciones digitales en los procesos de impresión ha permitido mejorar la eficiencia operativa y adaptarse a las nuevas exigencias del mercado. Vemos entonces que la convergencia digital no solo está transformando la experiencia gráfica, sino que también se está consolidando como un elemento clave en la evolución de la industria, impulsando nuevas formas de consumo.

Lo digital tiene un potencial significativo para transformar la manera en que los usuarios interactúan con los materiales impresos. Desde la perspectiva de UX (*user experience*) y UI (*user interface*) esta integración permite desarrollar experiencias cada vez más inmersivas y personalizadas. Un ejemplo innovador de esta convergencia es el uso de impresión holográfica en carteles, empaques y catálogos que integran hologramas proyectados directamente desde superficies impresas, permitiendo a los usuarios interactuar con gráficos en tiempo real. Un caso destacado son las revistas, que incluyen hologramas animados para explorar el contenido de anuncios de manera dinámica. Según la

agencia de mercadeo española Inprofit³, los hologramas en la publicidad son una herramienta cada vez más popular para interactuar con el consumidor.

Por tanto, la visión de una empresa de comunicación gráfica se enriquece al incorporar el concepto de digital. Mientras que el impreso sigue siendo un medio de uso masivo, lo interactivo es digital y amplía los puntos de acceso mercantiles. Según Boyero Casado (2022)⁴, la integración de estrategias *online* y *offline* logra una coherencia que evita duplicidades y mejora la eficiencia comercial. Además, el concepto digital se perfila como una ruta emergente para crear experiencias inmersivas en el ámbito impreso, cerrando la brecha entre lo tangible y lo virtual.

Moratalla (2021)⁵ destaca cómo, mediante la alianza de Inditex con Jogotech, todo el proceso de compra es digital, pero el acceso y la ubicación de la interacción pueden vincularse con soportes impresos. Marcas como Adidas y Mango ya han implementado estrategias digitales en sus tiendas, buscando mejorar la experiencia del consumidor con la combinación de hipervínculos impresos y narrativas digitales interactivas. Aunque muchas transacciones siguen realizándose en tiendas

² Disponible en https://static.inditex.com/annual_report_2022/pdf/Informe-de-gestion-integrado-2022.pdf.

³ Hologramas y realidad virtual en publicidad, disponible en <https://inprofit.eu/tecnologias-marketing/hologramas-y-realidad-virtual-en-publicidad/>.

⁴ Phygital: "la nueva realidad", tesis de grado en Comercio de la Universidad de Valladolid, disponible en <https://uvadoc.uva.es/browse?authority=bf1a1572-87d0-492a-b4fd-0f8935e4c3a7&type=author>.

⁵ Inditex se asocia con una startup propiedad de Dimas Gimeno, el expresidente de El Corte Inglés, disponible en <https://okdiario.com/economia/inditex-asocia-startup-propiedad-dimas-gimeno-expresidente-corte-ingles-2-6920953>.



físicas, la incorporación de estrategias digitales aumenta la eficacia comercial, una tendencia que domina el *retail* mundial. Las experiencias digitales en las tiendas físicas también son valoradas: el 42% de los consumidores compran en puntos de venta físicos donde puedan apreciar novedades tecnológicas para mejorar la compra⁶.

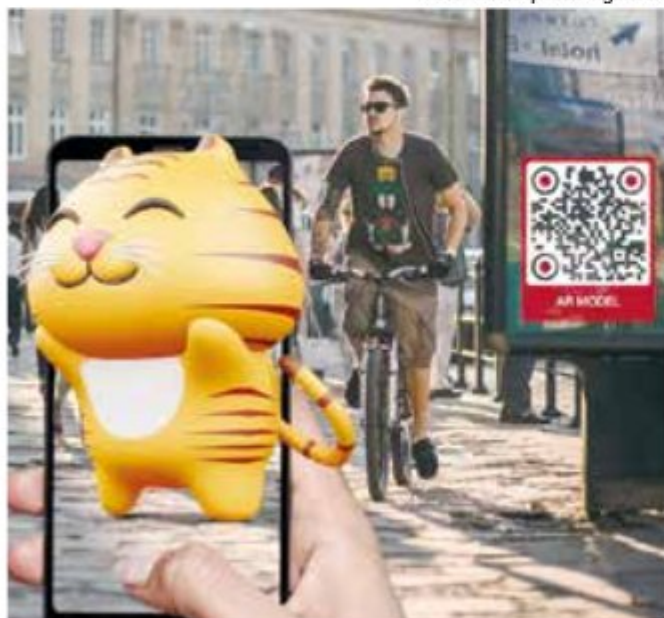
Actualmente las superficies impresas con pantallas flexibles y el uso de tinta conductiva abren nuevas posibilidades. Estas pantallas ultrafinas, integradas en materiales impresos como portadas de libros o empaques, se convierten en pósteres táctiles que reproducen sonidos y activan contenido digital al ser tocados. Este tipo de tecnología ha sido explorado en proyectos de diseño interactivo.

La integración de la impresión con la realidad mixta (XR, tecnología que combina la realidad virtual y la realidad aumentada) y la IA también está ofreciendo experiencias inmersivas y personalizadas. Un ejemplo

de ello es la colección Konny NFT presentada por Studio Rotella durante la Semana Digital de Milán 2023⁷. La parte digital de este proyecto incluye productos como papeles entintados, alfombras y mesas con tintas electrónicas que incorporan arte digital certificado por NFT. Otro ejemplo son los embalajes con reconocimiento facial y personalización: cajas que adaptan su diseño impreso en tiempo real según la persona que las escanee, mostrando recomendaciones personalizadas de productos y transformando la relación con los consumidores. Packnode⁸, portal especializado en empaques, relata que la IA está transformando el diseño de empaques, ofreciendo opciones sostenibles, procesos optimizados y diseños personalizados que mejoran la experiencia del cliente y la eficiencia operativa. Esta estrategia digital ya se está desarrollando en sectores de consumo masivo mediante el uso de algoritmos de personalización avanzada en medios impresos.

La integración de lo físico y lo digital no solo es una tendencia, sino una transformación estructural en la forma como las organizaciones y los consumidores interactúan. La frontera entre lo analógico y lo digital puede denominarse híbrida o digital, términos que describen la convergencia de estos dos mundos y su impacto en la experiencia del usuario. En este espacio de convergencia, la impresión se potencia mediante la integración de experiencias digitales, facilitando una nueva visión para la promoción del impreso en un entorno comercial y cultural en constante evolución.

Foto: www.qrcode-tiger.com



Es cierto, la tecnología avanza a una velocidad que no alcanzamos a imaginar, pero aún con la inmediatez que caracteriza al consumo de información de hoy en día, los productos impresos siguen teniendo oportunidades. La clave está en saberlos combinar con estrategias digitales

⁶ Ventajas de comprar en tiendas físicas para el consumidor, disponible en <https://www.coinstar.es/blog/ventajas-comprar-tiendas-fisicas-consumidor/>.

⁷ La descripción completa se encuentra en <https://www.momenti-casa.it/es/press/phygital-art-konny-collection/>.

⁸ La inteligencia artificial revoluciona el diseño de empaques: ventajas clave y aplicaciones, disponible en <https://www.packnode.org/es/innovacion/la-inteligencia-artificial-revoluciona-el-diseno-de-empaques-ven>.



Ctp
Filmación
de planchas

Servicio de **filmación de planchas**

- ✓ Calidad
- ✓ Precisión
- ✓ Alto rendimiento

**Thermal
Convencional**

UV-PH y TPU
en formatos y tamaños
según requerimientos
(desde 450 cm x 730 cm
hasta 1.030 cm x 790 cm)



Contáctenos

📞 312 3078580

☎ (601) 2440265

✉ ctp@cipb.net

📍 Cra. 31 No. 22B-15, Bogotá



TENDENCIAS INNOVADORAS



La industria gráfica 4.0

Poner al día una imprenta puede demandar de dos a cinco años, pero es imprescindible. El factor de éxito es el compromiso del empresario y la gerencia de la organización con un proyecto esencial para asegurar el éxito comercial a corto, mediano y largo plazo.

Ya no hay escape, la ruta de la transformación por medio de la industria gráfica 4.0 está pavimentada también en América Latina desde años y es la única forma de mantenerse comercialmente a flote en el mediano y el largo plazo. En este artículo, veremos los básicos de esta reingeniería total necesaria.

Descripción

La producción gráfica 4.0 es parte de la industria gráfica 4.0. Este sector se ha reinventado por la manera como las empresas diseñan, producen y distribuyen sus productos impresos.

Se aplican proactivamente tecnologías como el internet de las cosas industrial (IIoT), conectividad en la nube por 5G, IA y *machine learning*, tecnologías que ahora están profundamente integradas a los procesos de producción. Este enfoque unificado e integrado de la producción da como resultado productos, empresas (de cualquier tamaño) y otros activos conectados e inteligentes.



Por Rainer Wagner, ingeniero gráfico de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Múnich, Alemania



Tecnologías digitales integradas a las empresas en la industria 4.0.



Las iniciativas actuales de transformación digital para implementar la industria gráfica 4.0 con su producción gráfica 4.0 también buscan desarrollar colaboraciones simbióticas y gratificantes entre las personas y la tecnología.

Cuando la precisión y la velocidad de las herramientas 4.0 se combinan con la creatividad, el talento y la innovación del personal, se obtienen beneficios tanto en la fuerza laboral como en los resultados finales.

Porcentaje de empresas que han implementado y aplicado IA, varios países de Latinoamérica, 2024

País	Empresas
Colombia	50%
Perú	49%
Argentina	41%
Brasil	41%
Costa Rica	41%
México	40%
Chile	39%

Fuente: cámaras de comercio.

Los procesos de producción se vuelven más eficientes y productivos y los equipos son relevados de muchas tareas mundanas y repetitivas, dándoles la oportunidad de colaborar con tecnologías inteligentes y equiparse mejor para el entorno tecnológico en evolución y el futuro del trabajo impulsado por la inteligencia artificial.

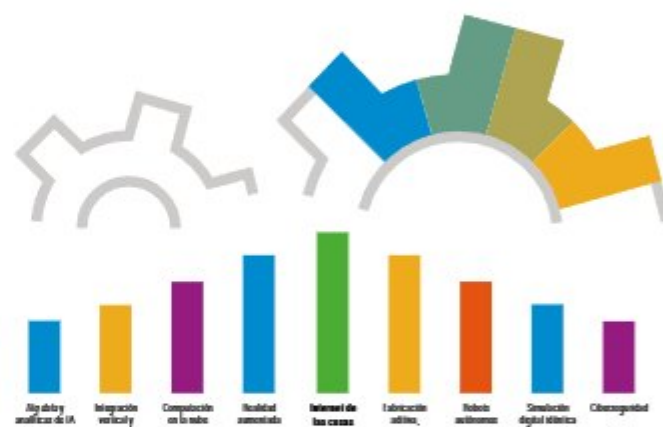


Oficina inteligente 4.0 del técnico/a de prensa.

Así entonces, la industria gráfica 4.0 es la integración de tecnologías digitales inteligentes en la producción gráfica con sus procesos específicos. Abarca un conjunto de tecnologías que incluyen redes industriales de IoT, IA, *big data* (los datos de los procesos de producción y gestión), robótica y automatización.

La industria 4.0 permite la producción inteligente y la creación de empresas inteligentes. Su objetivo es mejorar la productividad, la eficiencia, la rapidez y la flexibilidad de la organización.

Tecnologías de la industria 4.0



1. Big data y analíticas de IA

Comprende los datos técnicos de producción y administrativos de gestión de la organización, más la enorme cantidad de información técnica presente en internet, incluyendo la evaluación de tendencias comerciales.

2. Integración horizontal y vertical de la organización

Horizontal significa que los procesos son estrechamente integrados en la planta. Vertical significa la vinculación/conexión de todas las entidades de la empresa, de modo que los datos fluyen constantemente entre la planta de producción y las áreas de apoyo, entre las que se cuentan, por ejemplo, I+D (innovación y desarrollo), servicios creativos, control de calidad, mercadeo, CRM, RH, finanzas y costeo.



Este equipo compacto digital que produce hasta 600 cajas/hora en hasta cuatro tamaños es ejemplo de integración horizontal completa (alimentador de cuatro tamaños de corrugado, entrada, impresión digital, troquelado, doblado, pegado, todo digital, salida de los productos).

3. Computación en la nube

Es el gran «habilitador» de la industria 4.0 y es la transformación digital. La tecnología en la nube de hoy brinda la base para las tecnologías más avanzadas a aplicar, como robótica y autonomía en producción, por ejemplo, en un control de calidad autónomo.

4. Realidad aumentada con tracción digital de los ojos

Con equipos de tecnología RA, las prensas se pueden manejar por medio de activar acciones con solo la vista y algunos gestos, por ejemplo, usando la pantalla principal de la prensa offset o digital. KBA tiene un sistema trabajando en una prensa digital usando una propia IA llamada Kyana.



Operación y revisión de prensas por medio de IA, AR y seguimiento ocular.

5. Internet de las cosas industrial

La mayoría de las cosas físicas, como maquinaria, dispositivos digitales, robots, equipamiento, usan sensores para conocer su estado, su programación, dónde están y cuál es su ajuste actual.

6. Producción aditiva, impresión 2D y 3D

Se usa principalmente para realizar prototipos de productos como embalajes, empaques, cajas, estuches y etiquetas, para presentar al cliente con todas sus ventajas y desventajas a fin de tomar una decisión o realizar una mejora dentro de la gestión de los servicios creativos (con desarrollo inteligente).

7. Robots autónomos

Ya estamos usando estos robots o brazos robóticos para algunos procesos de la producción gráfica, como el apaletado de impresos.



Apaletado robótico autónomo con dobladoras inteligentes de 20.000 pliegues/hora.



8. Simulación o gemelas digitales

En la industria gráfica del empaque usamos la simulación para desarrollar empaques alimenticios, imitando la eficiencia de protección de las barreras nuevas sostenibles sin usar plásticos (cero plásticos).

9. Ciberseguridad

Ya todos sabemos la importancia de este punto. Si tengo grandes cantidades de datos empresariales en la nube, necesito la seguridad de mis datos en ambos lugares, nube y empresa. Actualmente, es muy fuerte el jaqueo por empresas y organizaciones chinas y rusas.

Requisitos para iniciar la transformación 4.0

- Prensas convencionales *offset* no mayores de 20 años y bajo mantenimiento preventivo estricto.
- Prensas flexográficas de banda ancha o banda angosta no mayores de 10 años y bajo mantenimiento preventivo estricto.
- Equipo de CtP *offset* y CtP flexo no mayor de 15 años bajo mantenimiento preventivo estricto
- Monitores de pre prensa no mayores de cinco años.
- Monitores de control de color deben tener un sistema de calibración con sensor interno integrado.
- Contar con mínimo un espectrofotómetro de última generación, de dos fuentes de luz no mayor de cinco años con mantenimiento y registro del proveedor no mayor de 10 años.
- Contar con un equipo medidor de planchas para control y calibración de CtP *offset* y microscopio digital para CtP flexo.
- Todo el *software* en producción debe ser actualizado (flujo, costeo, CMS, MIS, ERP, CRM) con sus módulos de IA respectivos.
- Contar con conexión 5G para internet y servicios de nube de datos.

Recomendaciones

- Es crucial primero normalizar y estandarizar la producción.
- Como hemos aprendido, la industria gráfica 4.0 depende de datos. Una enorme cantidad de datos es necesaria para la producción, el costeo, los servicios creativos, el control de calidad autónomo y el mercadeo digital inteligente con CRM para nuestros clientes.
- Para asegurar, por ejemplo, suficientes datos de la producción es indispensable normalizar y estandarizar la producción gráfica bajo ISO 12647 como paso inicial en la transformación digital 4.0.
- Sin normalización (aplicación de las normas ISO técnicas) y estandarización (definición de los datos técnicos característicos de los materiales e insumos necesarios para la producción) la empresa gráfica no participará en la evolución de la productividad del futuro comercial.

Las características más importantes de las personas de la empresa que participan en actualizarla a 4.0 es que sean excelentes técnicos gráficos con experiencia de varios años y que tengan mente digital, todos, incluyendo propietarios, directores y gerentes.

Foto: www.heidelberg.com





Diversos estilos de liderazgos

¿Cuál es el suyo?

La conducción de una empresa amerita un análisis profundo sobre las diferencias entre liderazgo y gerencia, así como una comparación entre los estilos de liderazgo transformacional y transaccional y conocimientos sobre el liderazgo *coaching*.

Liderazgo transformacional vs. liderazgo transaccional

	Liderazgo transformacional	Liderazgo transaccional
Enfoque principal	Inspiración y motivación	Recompensas y castigos
Empoderamiento del equipo	Alto	Bajo
Creatividad	Alta	Baja
Claridad de roles	Moderada	Alta
Apoyo emocional	Alto	Bajo

El liderazgo transformacional se centra en inspirar y motivar a los integrantes del equipo, fomentando un sentido de comunidad y crecimiento personal. Se basa en cuatro aspectos claves: consideración individualizada, estimulación intelectual, motivación inspiradora e influencia idealizada.



Por Óscar Ricardo Rojas.

Publicista, magíster en Mercadeo Agroindustrial, especialista en Gerencia de Mercadeo y en Gerencia de Telecomunicaciones, *coach* en Programación Neurolingüística y *senior planner* en liderazgo transformacional.



Entre sus ventajas se cuentan que este liderazgo promueve el empoderamiento, la individualización, la cohesión del grupo y la libertad de las personas, ya que utiliza el *coaching* para empoderar a los integrantes, reconoce y utiliza las habilidades únicas de cada persona, fomenta un sentido de propósito común y proporciona autonomía a los integrantes del equipo.

Sin embargo, también tiene sus desventajas ya que puede acarrear descuido de tareas pequeñas al pasar por alto detalles operativos, presión constante con una abrumadora intervención del líder y necesidad de que los objetivos del líder coincidan con los de la organización. Además, requiere que todos los integrantes respeten al líder.

Por su parte, el liderazgo transaccional se basa en el uso de recompensas y castigos para motivar a los integrantes del equipo, con un enfoque en la especificidad de roles y la supervisión.

Al definir claramente las responsabilidades y lo que se espera de cada persona, el liderazgo transaccional proporciona claridad en los roles. Igualmente, permite respuestas rápidas y eficientes en situaciones de crisis. Pero, de otro lado, limita la innovación y la iniciativa individual, no da soporte emocional a los miembros del equipo y, debido a su enfoque cortoplacista que persigue objetivos inmediatos, no es sostenible a largo plazo.

Liderazgo coaching

El liderazgo al estilo *coaching* implica un enfoque personalizado en el desarrollo de cada miembro del equipo. Un líder *coach* identifica fortalezas y debilidades, ayudando a cada individuo a mejorar sus habilidades mientras se alinea con los objetivos organizacionales. Este estilo resulta efectivo cuando el líder es colaborativo, creativo y capaz de dar autonomía a su equipo.

Evaluación del liderazgo coaching

	Ventajas	Desventajas
Desarrollo personal	Promueve el reconocimiento de fortalezas y debilidades.	Es necesario tener tiempo y paciencia para ver resultados significativos.
Motivación del equipo	Propicia un ambiente de trabajo agradable, en el que cada colaborador se valora.	Puede generar resistencia si no hay empatía entre el líder y el colaborador.
Empoderamiento	Permite la autonomía y la toma de decisiones de los colaboradores.	Dependencia del compromiso y la apertura del equipo para recibir al líder.





	Ventajas	Desventajas
Mejora del rendimiento	Incrementa la productividad al alinear objetivos individuales con los de la empresa.	Llega a ser menos efectivo en ambientes que requieren decisiones rápidas y directivas claras.
Relaciones interpersonales	Fortalece las relaciones, fomenta la confianza y el respeto mutuo.	Desafíos en la gestión de conflictos si no se utiliza bien la inteligencia emocional.
Desarrollo de habilidades	Permite el desarrollo de habilidades socioemocionales.	Puede no ser adecuado para aquellos que prefieren estructuras más rígidas.

El liderazgo transformacional y el transaccional presentan enfoques distintos que pueden ser prácticos dependiendo del contexto organizacional. Mientras que el primero busca inspirar y empoderar, el segundo se centra en la estructura y el control. El liderazgo *coaching* complementa estos estilos al orientarse en el desarrollo individual dentro de un marco colaborativo. La elección del estilo de liderazgo debe fundamentarse en las necesidades específicas del equipo y los objetivos organizacionales.

El liderazgo al estilo *coaching* se distingue por su enfoque en el desarrollo personal y profesional de los colaboradores, utilizando habilidades como la escucha activa, la inteligencia emocional y la comunicación efectiva. Esto no solo mejora la dinámica del equipo, sino que también contribuye al logro de metas organizacionales a largo plazo. En comparación con otros tipos de liderazgos, como el transformacional o el transaccional, el *coaching* ofrece una ventaja competitiva que consiste en fomentar un ambiente motivador, donde cada integrante puede alcanzar su máximo potencial.

La inteligencia emocional es un componente esencial del liderazgo *coaching*, ya que permite a los líderes inspirar, motivar y desarrollar a sus equipos de manera efectiva. Al integrar habilidades como la empatía, la autorregulación y la comunicación efectiva, los líderes pueden facilitar un entorno laboral que promueva el compromiso y el alto rendimiento. En un mundo empresarial donde las relaciones interpersonales son cada vez más importantes, el liderazgo cimentado en la inteligencia emocional se convierte en una ventaja competitiva significativa para las organizaciones.

Aunque la elección del estilo de liderazgo debe fundamentarse en las necesidades específicas del equipo y los objetivos organizacionales, quien lidera siempre debe tener tantas habilidades blandas como técnicas.



Los niños todavía necesitan escribir a mano: cinco motivos

La escritura manual seguirá siendo un componente indispensable de ese conjunto de herramientas en el futuro previsible, a pesar de los asombrosos avances de IA generativa.



Por Lucinda McKnight, catedrática de pedagogía y currículo, y Maria Nicholas, catedrática de lenguaje y educación para la alfabetización, Universidad Deakin, Australia¹

El mundo de la escritura está cambiando muy rápidamente desde los teclados y el texto predictivo. Con el desarrollo de la inteligencia artificial generativa (IA), ahora los robots pueden escribir textos con características humanas como si también tuviesen manos.

Las mejoras recientes del *software* que genera textos desde el habla implican que los escritores humanos ya no necesitan tocar un teclado y, mucho menos, un bolígrafo. Con la ayuda de la IA, incluso el texto puede ser generado por decodificadores que leen la actividad cerebral mediante una exploración no invasiva realizada con resonancia magnética funcional (rFMI).

¿Los escritores del futuro serán hablantes y pensadores, sin que tengan que levantar un dedo para escribir? La

palabra ‘escritor’ puede terminar significando algo muy diferente, pues las personas podrán componer textos de múltiples maneras en un mundo cada vez más digital. Así entonces, ¿los humanos aún necesitan aprender a escribir a mano?

Actualmente la caligrafía sigue siendo parte del currículo escolar, aunque hay propuestas para retirarla de allí. La pandemia cambió mucho la enseñanza, la impuso en línea, de modo que algunas pruebas importantes se hacen a través de las computadoras. Sin embargo, aprender a escribir a mano aún es un componente fundamental del currículo de la alfabetización en la escuela primaria.

Los padres pueden estar preguntándose si aprender a escribir a mano, un proceso que tarda y es desafiante, vale

¹ Artículo originalmente publicado en *The Conversation* y traducido por el equipo de Two Sides.



la pena. ¿No sería mejor invertir ese tiempo y ese esfuerzo en codificación? Al fin y al cabo muchos estudiantes con discapacidad ya están aprendiendo a escribir con tecnologías asistenciales.

Pero hay una variedad de razones importantes por las que se debe y es necesario enseñar caligrafía en las escuelas.

1. Motricidad fina

La escritura a mano desarrolla habilidades críticas de motricidad fina y la coordinación que se necesita para el control de movimientos precisos, los cuales se necesitan para llevar a cabo actividades escolares y relacionadas con el trabajo que son cotidianas. El refinamiento de estas habilidades motoras también hace que la escritura sea cada vez más legible y fluida.

No sabemos dónde nos llevará la tecnología, pero nos puede conducir al pasado. La escritura a mano puede ser más importante que nunca si las pruebas y los exámenes vuelven a ser manuscritos para evitar que los estudiantes hagan trampa utilizando la IA generativa.

2. Memoria

La escritura a mano tiene importantes beneficios cognitivos, incluida la memoria. Las investigaciones sugieren que las notas manuscritas en papel se recuerdan mejor gracias a que el proceso de escribir a mano reviste una gran complejidad.

Además, aprender a leer y escribir a mano son procesos estrechamente entrelazados. Los estudiantes se vuelven mejores lectores por intermedio de la práctica de la escritura.

3. Bienestar

La caligrafía y otras actividades afines, como el dibujo, son fuentes de placer debido a las sensaciones táctiles, la creatividad que implican y la oportunidad de concentración. Por eso aportan al bienestar de personas de todas las edades.

Esto se ha confirmado por la popularidad de actividades como llevar diarios escritos a mano y practicar la caligrafía como pasatiempo. Hay muchas comunidades en línea en las que las personas comparten hermosos ejemplos de escritura a mano.

4. Accesibilidad

La escritura manual no necesita de dispositivos especiales –electricidad, pilas, *software*, pagos de suscripción o conexión a internet– sin los cuales la escritura digital no es posible. Un manuscrito requiere solo papel y bolígrafo o lápiz. Y se puede hacer en cualquier sitio.

A veces la escritura manual es la opción más fácil y mejor. Por ejemplo, cuando se redacta un mensaje de cumpleaños en una tarjeta, al llenar formularios en papel o escribir una nota rápida.

5. Desarrolla el pensamiento

Aún más importante, aprender a escribir y aprender a pensar se relacionan íntimamente. Las ideas se construyen a medida que los estudiantes escriben. Los pensamientos se van desarrollando y organizando según se componen los textos. ¡Pensar es demasiado importante para encargárselo a un robot!

Con todo, enseñar a escribir consiste en brindar a los estudiantes un conjunto de herramientas multifuncionales que les permitirán desarrollar su potencial como comunicadores pensantes, creativos y capaces.

Escribir en caligrafía cursiva perfecta puede no ser tan importante en el futuro, pero los estudiantes aún necesitarán ser capaces de escribir de manera legible y fluida durante sus procesos educativos y, en un sentido más amplio, a lo largo de sus vidas.



Certificación de competencias laborales: un impulso para profesionales y empresas

La ECCL de CENIGRAF valida el conocimiento de los profesionales del sector gráfico y fortalece la competitividad de las empresas. Obtener esta certificación es un paso estratégico para quienes buscan consolidarse y destacar en una industria en constante transformación.

Por Rafael Obregón Amador, dinamizador ECCL

En un contexto laboral cada vez más competitivo, es habitual encontrar en muchas empresas trabajadores empíricos, cuyos años de experiencias y destrezas adquiridas en el ejercicio cotidiano los posicionan como verdaderos expertos en sus labores. Sin embargo, en las empresas de la industria gráfica, particularmente en áreas como pre prensa, impresión offset y encuadernación, es frecuente que estos trabajadores se enfrenten con barreras para ascender en sus cargos o acceder a nuevas oportunidades, debido a la falta de certificaciones formales que respalden sus competencias y que lamentablemente limitan su crecimiento laboral.

Es así como la evaluación y certificación de competencias laborales (ECCL) del SENA-CENIGRAF se presenta como una solución integral para validar el conocimiento y la experiencia adquirida de estos empleados del sector, en las áreas de impresión offset, flexografía, acabados, encuadernación y manualidades, gestión administrativa, mercadeo, audiovisuales, fotografía, pre prensa y diseño. Este esfuerzo se traduce en la mejora de los perfiles profesionales y el reconocimiento de los saberes prácticos de miles de colombianos.

¿Qué es la evaluación y certificación de competencias laborales (ECCL) SENA-CENIGRAF?

Es un proceso gratuito ofrecido por el SENA para reconocer las capacidades de las personas en



términos de conocimientos, destrezas y habilidades (aprendizajes previos) propios de un oficio u ocupación, sin importar dónde, cuándo y cómo los hayan obtenido, lo que facilita la vinculación laboral y la empleabilidad, independientemente de la formación académica formal que posean.

Es importante destacar que este proceso no debe confundirse con la formación profesional impartida por el SENA, ya que se centra exclusivamente en la validación de competencias adquiridas a través de la práctica.

Así, cualquier candidato que demuestre tener la experticia requerida en una función específica, y que cumpla con los criterios de la Norma Sectorial de Competencia Laboral correspondiente, podrá acceder a la certificación oficial, consolidando su perfil profesional ante el mercado laboral.



Beneficios para empleados y empresas

La certificación laboral ofrece ventajas significativas tanto para los empleados como para las empresas.

Para los trabajadores:

- Mejora el perfil laboral y la hoja de vida.
- Aumenta las oportunidades de promoción o ascenso.
- Incrementa la estabilidad y las opciones de empleo.
- Facilita el acceso a incentivos laborales.

Para las organizaciones:

- Fortalece la competitividad con personal certificado.
- Mejora la productividad y el desempeño.
- Permite identificar y evaluar competencias del equipo.
- Disminuye brechas de desempeño.
- Mejora el reconocimiento empresarial.
- Aporta documentación clave para certificaciones de calidad y gestión del talento humano.

Fases del proceso de certificación

El proceso de ECCL se desarrolla en tres fases principales:

- Sensibilización e inducción: 40 minutos, en modalidad virtual o presencial.

- Prueba de conocimiento: 40 minutos, virtual o presencial.

- Prueba de desempeño y producto: duración variable según la norma laboral (entre 15 minutos y una hora, virtual o presencial).

Proceso de inscripción

Tanto empresas como personas independientes pueden inscribirse a través del aplicativo DSNFT del SENA. Los requisitos incluyen:

- Copia de la cédula de ciudadanía o permiso de trabajo para extranjeros.
- Certificación laboral con al menos seis meses de experiencia en el área a certificar.

Para más información y detalles sobre inscripciones, los interesados pueden contactar a Rafael Obregón Amador (dinamizador ECCL), email robregona@sena.edu.co y celular 320-4776209; o a Fanny Rojas (apoyo administrativo), en el correo fsilvar@sena.edu.co y el celular 311-2908390.





Coimpresores
Bogotá



Unidad de
Dotaciones



Ofrecemos alternativas para una mejor impresión de su personal

Conjuntos en antifuído • Camisetas tipo polo, cuello redondo y camisa Oxford • Pantalón en jean, en dril y licrado • Chaquetas con y sin reflectivo, chalecos y mucho más.

Contáctenos

📞 323 221 0067

✉️ dotaciones@cipb.net

☎️ 208 8700 ext. 159

📍 Cra. 31 No. 22B-15, Bogotá



IMPRESORES COMPROMETIDOS CON EL AMBIENTE

Desconexión: la resiliencia de los medios tradicionales

Tantas pantallas atiborradas de información cuya veracidad es incierta, están llevando a las personas de vuelta al papel y la tinta.

Por Kathi Rowzie, Two Sides América del Norte

Una encuesta reciente¹ muestra que la mayoría de los estadounidenses desearía regresar a los tiempos anteriores a internet. ¿Estamos solo presenciando un anhelo nostálgico de tiempos más simples o hay algo más profundo y complejo en juego?

La encuesta reveló que el deseo de regresar a una era desconectada es sorprendentemente fuerte entre la generación más joven y no muy diferente de aquellos que son lo suficientemente mayores como para recordar cuando no tenían teléfonos inteligentes ni acceso fácil a internet. Aunque el 77% de los estadounidenses entre 35 y 54 años afirmó preferir un retorno a sus raíces analógicas —el valor más alto entre todos los grupos—, un sorprendente 63% de los jóvenes entre 18 y 34 años también compartió este sentimiento. Pero el deseo de desconectarse no es simplemente una cuestión de nostalgia.

Herramientas híbridas

La investigación también reveló que el 57% de las personas menores de 35 años estuvieron de acuerdo con la afirmación de que la tecnología “es más propensa a dividir a las personas que a unir las”, lo cual indica que la generación de las redes sociales puede estar cansándose del mundo de rivalidades entre multimillonarios de la tecnología, inteligencias artificiales y *deepfakes* —y siendo más cautelosa ante ello—. Pero, además de las publicaciones que buscan llamar la atención, hay movimientos más sutiles en el juego.

¹ Encuesta Harris, junio de 2023.





Una investigación de Keypoint Intelligence muestra que la oficina sin papel es menos atractiva para la fuerza laboral de lo que los gerentes suelen pensar. Una encuesta realizada a cerca de 500 trabajadores de oficina en los Estados Unidos, de entre 18 y 69 años, reveló que el 62% prefiere trabajar en papel siempre o a veces, siendo los trabajadores menores de 35 años más propensos a preferir el papel que sus colegas mayores². Este hallazgo contradice la suposición de que las generaciones más jóvenes ven la impresión como algo anticuado e irrelevante, cuando en muchos casos es justo lo contrario. Aunque la mayoría adopta un enfoque híbrido de trabajo, utilizando cada tecnología cuando es más apropiada, la verdad es que el papel y la pluma son frecuentemente considerados como las herramientas más efectivas para ciertas tareas.

El poder del papel

Esta sorprendente preferencia por el papel es respaldada por la experiencia de Taymoor Atighetchi, fundador y CEO de Papier, una imprenta de papelería que ha sido una historia de éxito desde su lanzamiento en 2015. “La nostalgia por sí sola no construirá un negocio”, dice. “La mayoría de nuestros clientes tienen entre 25 y 35 años, así que realmente no tienen ninguna referencia. La internet ya existía cuando nacieron. Creo que recibir productos físicos es algo más profundo que la nostalgia, algo innato y humano”.

Papier es, ante todo, una marca de comercio electrónico. Utilizando el poder de la impresión digital, ofrece papelería personalizada bajo demanda, que incluye desde bloques de notas y papeles para escribir hasta invitaciones de boda, tarjetas, calendarios y planificadores.

“Existen estudios que muestran que cuando las personas conectan la mente con el papel y la pluma, más ideas surgen”, afirma Atighetchi y agrega: “hay una magia que sucede allí, en comparación con cuando estás escribiendo en WhatsApp. Algo sucede que hace que ese mensaje sea más significativo”.

Desde comunicaciones corporativas hasta cartas personales, desde libros de colorear para adultos hasta un interés creciente en el origami, parece que la mayoría de las personas preferimos, de vez en cuando, actividades manuales y táctiles a fin de mejorar la productividad y la creatividad. Y para aquellos que a veces encuentran estresantes las demandas del estilo de vida digital, el papel puede proporcionar precisamente el momento zen que necesitan.

La preferencia del papel no solo se está dando en artículos de trabajo al interior de las oficinas sino también en objetos que se emplean en la vida cotidiana, como tarjetas de invitación y esquelos.

² Encuesta sobre el futuro del trabajo en los Estados Unidos, Keypoint Intelligence, 2022.





**Colimpresores
Bogotá**

Renovamos nuestra imagen,

pero mantenemos nuestro compromiso.

**¡Seguimos impulsando la
industria gráfica en Colombia!**



**Colimpresores
Bogotá**