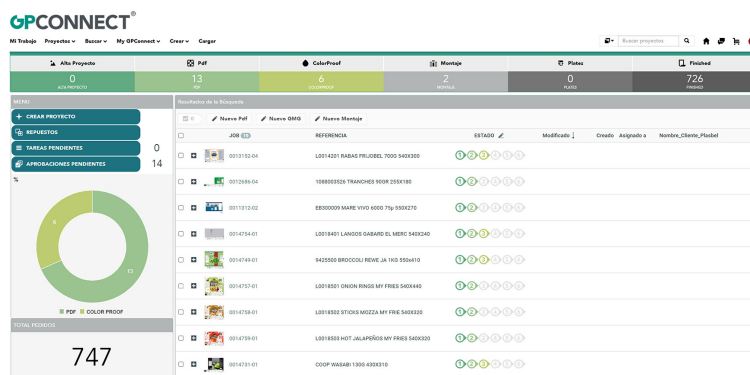


Grupo Grabalfa: hacer visible lo invisible en la cadena gráfica del packaging



Entre una creatividad y el envase que llega al lineal existe una cadena de decisiones, tecnologías y proveedores que determina la consistencia, la velocidad y la calidad final. El packaging es, muchas veces, el primer contacto físico entre la marca y el consumidor y, en el lineal, uno de los momentos decisivos de la experiencia de marca. El consumidor solo ve el resultado; no ve archivos, color, materiales, tecnologías de impresión, formas impresoras, validaciones y controles. Esa cadena permanece invisible. Hasta que algo falla.

En Grupo Grabalfa creemos que una de las grandes oportunidades de innovación del packaging consiste precisamente en hacerla visible: entenderla, conectarla y gestionarla mejor.

UNA VISIÓN DE EXTREMO A EXTREMO

Grupo Grabalfa es un grupo industrial español con más de 50 años de historia, especializado en preimpresión y soluciones técnicas para packaging. La incorporación de capacidades complementarias en archivos, color, formas impresoras, ma-

teriales, impresión, transformación y desarrollo de productos nos permite observar la cadena gráfica con una visión de extremo a extremo.

Esa visión no nace para sustituir a impresores, convertidores o proveedores especializados, sino para comprender mejor las interdependencias entre ellos, detectar ineficiencias y ayudar a conectarlos. Nuestra ambición no es controlar todos los eslabones, sino conseguir que funcionen mejor juntos.

HACER VISIBLE LO INVISIBLE

La cadena gráfica tiene una característica peculiar: cuando funciona bien, nadie la ve. El consumidor no sabe cuántas decisiones han sido necesarias para que un color sea consistente, un texto sea legible o una creatividad pueda reproducirse correctamente en diferentes materiales y tecnologías.

Pero cuando la cadena falla, sus efectos aparecen de inmediato: variaciones entre producciones, iteraciones innecesarias, retrasos, reimpressiones, desperdicio o pérdida de consistencia de marca.

En alimentación, además, el envase es también un vehículo

de información regulada. Ingredientes, alérgenos, información nutricional, códigos y otros elementos deben reproducirse correctamente. Por eso, determinados errores gráficos dejan de ser únicamente una cuestión estética y pueden convertirse en un problema de calidad, cumplimiento o seguridad de la información.

TRES FORMAS DE HACER VISIBLE Y GESTIONABLE LA CADENA GRÁFICA

Detectar antes de fabricar. GP Review, software desarrollado internamente por nuestro equipo, incorpora un control sistemático y automatizado antes de producción, comparando el archivo aprobado con el preparado para impresión y verificando elementos críticos como textos, códigos y requisitos gráficos.

Conectar y gestionar el proyecto de extremo a extremo. GP Connect es la plataforma digital de Grabalfa para centralizar la gestión de proyectos de packaging y de sus activos digitales, conectando en un mismo entorno información, documentación, versiones, aprobaciones, hitos, responsa-

bles y comunicaciones. Su objetivo es dar visibilidad a todo el recorrido del proyecto y facilitar la coordinación entre marca, preimpresión, impresores y resto de proveedores, reduciendo retrabajos, duplicidades y pérdidas de información. Así, una cadena tradicionalmente fragmentada se convierte en un proceso más trazable, coordinado y gestionable.

Prototipos y desarrollo de producto. Como parte de la evolución de nuestra propuesta de valor, hemos incorporado una nueva línea de negocio de prototipado que permite convertir decisiones abstractas sobre formato, materiales y acabados en envases físicos de alta fidelidad que marketing, calidad, compras y dirección pueden ver, tocar y validar antes de comprometer una tirada.

GESTIONAR LA CADENA SIN PERDER LA LIBERTAD DE ELEGIR

La propuesta de valor del grupo Grabalfa no exige necesariamente grandes inversiones, sino una forma distinta de gestionar: fijar estándares comunes de color y datos, validar antes de imprimir, medir

La innovación del packaging no está solo en el envase: está en hacer visible, conectar y gestionar mejor toda la cadena que lo hace posible

Hacer visible la cadena gráfica permite medirla. Medirla permite mejorarla. Y mejorarla exige colaboración entre todos sus actores

resultados y conectar mejor a los proveedores.

Gestionar no significa centralizar la fabricación. Una marca puede seguir trabajando con diferentes impresores, convertidores y especialistas. El valor de una figura neutral está precisamente en no decidir quién debe imprimir, sino en ayudar a que, independientemente de quién lo haga, el resultado responda al criterio definido por la marca.

La oportunidad no está en sustituir a los especialistas, sino en conseguir que trabajen mejor conectados.

LA INNOVACIÓN SE JUEGA EN EL LINEAL

La innovación alimentaria termina enfrentándose siempre al mismo momento de verdad: el consumidor frente al lineal.

Entre la idea que nace en una marca y el envase que ese consumidor tiene delante existe una cadena gráfica compleja que durante demasiado tiempo ha permanecido invisible.

Hacerla visible permite medirla. Medirla permite mejorarla. Y mejorarla exige colaboración entre todos sus actores.

Ese es, probablemente, uno de los próximos grandes espacios de innovación del packaging.

