

neobis press

REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA • Nº157



Share your **creativity**

#SmartPrintShop



OPEN
24/7

Heidelberg eShop agiliza sus compras e impulsa la digitalización de su empresa. Aquí usted encontrará todos los consumibles y repuestos que necesite. Nuestra tienda virtual le ofrece listas de favoritos, el historial completo de sus pedidos y un amplio know-how para sus aplicaciones. 24 horas al día y 7 días a la semana. **Simply Smart.**

Haga su pedido en heidelbergshop.es



HEIDELBERG

Heidelberg Spain

Ctra. de l'Hospitalet, 98-108. 08940. Cornellà de Llobregat
Tel: 93 4 75 80 00 | www.heidelberg.com

HACIENDO LO MISMO NO

Editorial

Ser empresario no debería tener apellidos. Parece sencillo de entender pero seguro que llevarlo a la práctica nos revela muchas más dificultades.

Declararse empresario de un sector, producto o servicio, lleva implícito el reconocimiento de una especialización en un mercado concreto. Ello implica también una mayor parcelación de la actividad que se puede llevar a cabo y un mensaje interior focalizado y reducido a lo que creo que sé hacer.

Cuando una persona lleva años haciendo lo mismo cada día, lo habitual es que identifique su vida con su actividad rutinaria. De tal manera, se puede acabar teniendo un sentimiento íntimo de que si cesa la actividad, cesa la vida. Cuántas veces hemos escuchado frases como “la empresa era su vida” “si le quitan la empresa le quitan la vida”... Esto es solo la constatación de una gran falacia y de una falsa identificación que nos daña.

De esta falsa creencia solo obtenemos una fuerte resistencia al cambio y temor, mucho temor. Sin lugar a dudas, vivir requiere mucho menos esfuerzo que resistir. La realidad es que, salvo que nosotros se la otorguemos, la empresa no tiene capacidad alguna para quitarnos la vida.

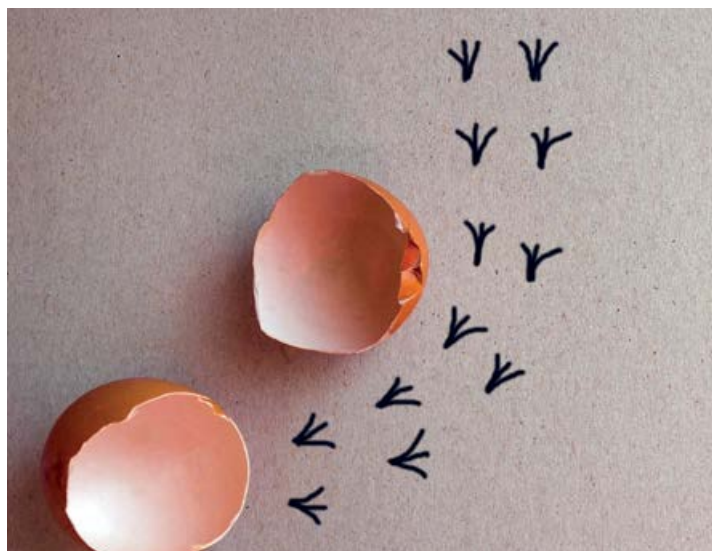
Por el contrario, ser empresario sin apellidos constituye una apertura del abanico de posibilidades. La primera declaración de su lenguaje es generalista pero concluyente: soy empresario.

Por si fuera poco, lleva aparejado un sólido empoderamiento personal. El lenguaje interior nos eleva hasta el reconocimiento de nuestras capacidades para emprender cualquier otra experiencia. Si lo que hago ya no me da satisfacción, lo cambio. Y satisfacción no es necesariamente dinero. Mi convencimiento íntimo es que puedo cambiar de

producto, de ámbito geográfico, de tecnología, de servicio e incluso de sector. Y lo puedo hacer porque me creo capaz.

En los momentos que vivimos en el sector, entender estas dos maneras de ser empresario es crucial. Una gran parte de los problemas que tenemos que lidiar tienen que ver con el exceso de oferta de “lo mismo de siempre”. Vivir instalados en la sobrecapacidad crónica no tiene demasiado recorrido, en un modelo económico que para su existencia se alimenta del crecimiento permanente. Solo sería posible si la demanda también creciera de forma continuada.

La resistencia nos invita cada día a empujar la vida para que pase. Sin embargo, cuando un ser humano tiene la posibilidad de ser creativo y de asumir la responsabilidad sobre su propia obra, experimenta la motivación para levantarse cada día.



Edita

Asociación Empresarial de la Comunicación Gráfica.
Adherida a la Federación Empresarial de Industrias Gráficas de España (FEIGRAF) y a la Confederación Empresarial de Madrid (CEIM).

Edificio Arcade

Rufino González 23 Bis, 2º - 2ª · 28037 Madrid

T 912 437 400 · F 912 403 091

E info@neobis.es · W www.neobis.es

Director

Jesús Alarcón

Redactora Jefe

Ana Álvarez-Rementería Calvo

Colaboradores

José Antonio Pompa

Rosario Trasobares

Sergio Ródenas

José María Salas Rey

Marisol Martín Díaz

Marco Antonio Lozano Merino

Carlos Utasá

Publicidad neobispress

publicidad@neobis.es

Diseño y maquetación

Eduardo Molina — www.designfactory.es

Autor de portada

Daniel López Fernández, alumno de segundo curso de Diseño y edición de publicaciones impresas y multimedia del IES Islas Filipinas, Madrid.

Imprime

Brizzolis, S.A. - Dep. Leg. M. 9.805-2000

La portada está plastificada por gentileza del GRUPONEO, S.L.

La revista neobis press no se hace responsable ni necesariamente comparte las opiniones y manifestaciones aparecidas en las distintas secciones de la misma.



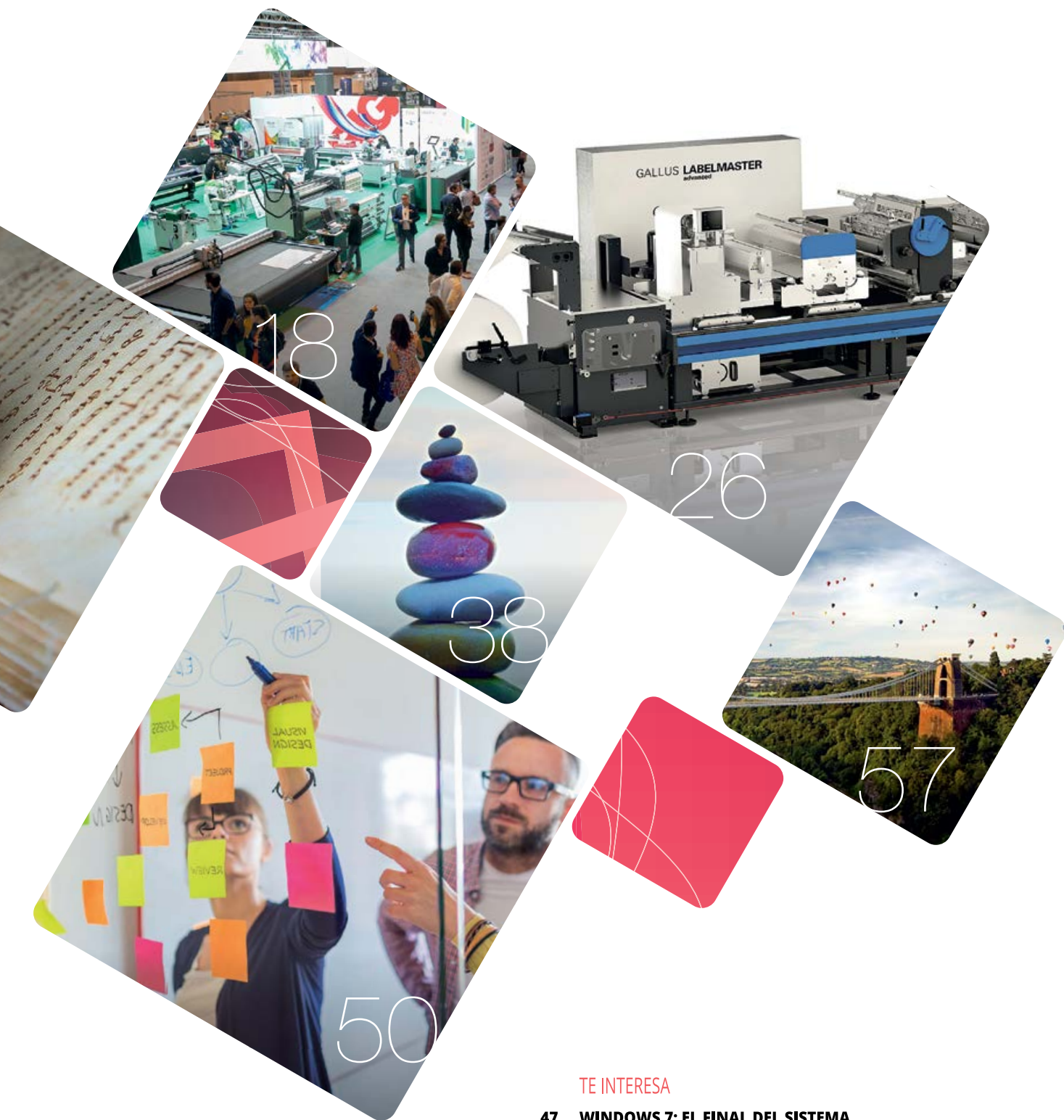
SUMARIO

ASOCIACIÓN AL DÍA

- 5 **AENOR Y NEOBIS RENUEVAN SU ACUERDO DE COLABORACIÓN**
- 6 **ENTREGA DE PREMIOS DE LA III EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS**
- 8 **¿CONOCES LAS VENTAJAS DE PERTENECER A NEOBIS?**
- 10 **ENTREVISTA A TEYPE**

DESCUBRIENDO EL SECTOR

- 18 **DIGICOM CIERRA SU PRIMERA EDICIÓN COMO REFERENCIA IMPRESCINDIBLE EN EL SECTO**
- 22 **HP INAUGURA SU NUEVO CENTRO DE EXCELENCIA DE IMPRESIÓN 3D**
- 26 **HEIDELBERG/GALLUS SE CENTRA EN LA DIGITALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE ETIQUETAS**
- 30 **¿ES LA IMPRESIÓN DIGITAL EL INGREDIENTE AUSENTE EN EL CÓCTEL DE TU MARKETING?**



SOLUCIONES NEOBIS

- 34 NEOBIS TE FACILITA LA GESTIÓN DE TU EMPRESA
- 38 PLANES DE IGUALDAD
- 40 ¿QUÉ TIPO DE MANDO INTERMEDIO QUIERES EN TU EMPRESA?
- 42 EL SEGURO DE CRÉDITO FACILITA LA FINANCIACIÓN DE TU EMPRESA
- 44 PROTEGE TU PATRIMONIO PERSONAL

TE INTERESA

- 47 WINDOWS 7: EL FINAL DEL SISTEMA OPERATIVO
- 50 CO-CREACIÓN Y DESIGN THINKING: CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO

EL SECTOR EN VERDE

- 54 ANALIZAMOS EL BORRADOR DE LA NUEVA NORMA PEFC

TU TIEMPO

- 57 UN PASEO POR EL BOSQUE DEAN EN BRISTOL
- 60 LECTURA RECOMENDADA



asociación
al Día

NEOBIS PRESS 157

AENOR Y NEOBIS RENUEVAN SU ACUERDO DE COLABORACIÓN

La renovación de este convenio de colaboración beneficia a las empresas neobis pudiendo las mismas obtener un 10% y 20% de descuento en determinados servicios prestados por AENOR así como un trato preferente y ventajas especiales.

Beneficios del acuerdo:

- 10% de descuento en las compras de Normas UNE a través del catálogo aplicando un código promocional.
- 20% de descuento en cursos .

Ya puedes comprar las normas UNE del sector con un 10% de descuento

En el Comité Técnico 54 se elaboran normas UNE, documentos técnicos de aplicación voluntaria, y se hace seguimiento de los trabajos realizados en el Comité Técnico de Normalización Internacional, ISO/TC 130 "Graphic Technology", posibilitando el acceso y la capacidad de influir en el contenido de las normas internacionales de este comité.

En concreto la normalización de las actividades de edición, producción gráfica y comunicación en sus distintas etapas de: elaboración de originales; pruebas de control; procesos de producción para los diversos sistemas de impresión y/o estampación; opciones de post-impresión y acabados; uso y aplicación de materias primas, soportes, tintas y otros materiales físicos, electrónicos o virtuales; y otros servi-

cios y procedimientos gráficos de fabricación aplicables a la demanda del usuario final.

Si eres socio neobis, puedes adquirir las normas UNE del Sector de la Comunicación Gráfica con un 10% de descuento.

20% de descuento en formación

AENOR acerca el "conocimiento" a todas las empresas asociadas a neobis, grandes o pequeñas, presentes en toda España, con precios preferenciales.

Las empresas neobis cuentan con un 20% de descuento en cursos de AENOR, programados en abierto en: Albacete, Almería, Barcelona, Bilbao, Gijón, La Laguna, Madrid, Málaga, Mérida, Murcia, Palma de Mallorca, Pamplona, Santander, Santiago de Compostela, Sevilla, Toledo, Valencia, Valladolid, Vigo y Zaragoza.



ENTREGA DE PREMIOS DE LA III EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS “DISEÑA LA PORTADA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA”

El pasado 24 de mayo, tuvo lugar la entrega de premios de la III edición del concurso neobispres “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica”.

El Presidente de neobis, Álvaro García Barbero, y José Beldarraín, Account Manager Production Printing Products de Canon España, entregaron el premio a la ganadora de la tercera edición del concurso neobispres.

La ganadora, Mélanie Jiménez Cuesta, alumna de segundo del Grado Medio de Preimpresión Digital en el Politécnico Salesianos de Pamplona recibió el galardón y una impresora profesional **CANON imagePROGRAF PRO-1000**.

EL PROYECTO DE ESTA ALUMNA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE ARTES GRÁFICAS TITULADO “LAS IDEAS Y EL DISEÑO NACEN, TOMAN SU CAMINO Y SE DESARROLLAN” FUE LA PORTADA DEL NÚMERO 155 DE LA REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA.

Durante la entrega de premios en el Politécnico Salesianos de Pamplona, Mélanie explicó el significado del proyecto ganador: “Me planteé presentarme con una portada que estuviera hecha casi toda por mí, es decir, que tuviera que montar el escenario en casa, sacarle una foto y editarla con el ordenador. Por lo tanto, mi idea era plasmar cómo nace el diseño, y se me ocurrió hacerlo utilizando el nacimiento de los pollitos en los huevos”.

III edición Concurso neobispres
**DISEÑA LA PORTADA DE LA
COMUNICACIÓN GRÁFICA**

Del 14 al 21 de febrero se pudieron votar en el canal de Facebook de neobis los proyectos finalistas consiguiendo el ganador **716 likes**.

- Alcance viral de **22.042** personas,
- **10.069** clics,
- **7.328** interacciones,
- Se ha compartido **934** veces.



Además, Mélangy definió la Comunicación Gráfica como “la forma en la que cada uno pueda o quiera expresarse de forma atrayente”. Para ella tiene relación con la imaginación de cada uno y “que cada persona sea única, que tenga su propia forma de expresarse. Al final se resume en contar historias y hacerlas llegar a la gente”.

Resumen del III Concurso neobispress “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica”

En esta tercera edición del concurso neobispress “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica” **han participado 157 alumnos de 26**

centros de Formación Profesional de Artes Gráficas de 17 provincias españolas.

El 14 de febrero se subieron al canal de Facebook de neobis los 10 trabajos finalistas elegidos previamente por el jurado del concurso formado por Daniel Fernández, responsable de marketing de Lucam; Raquel García, dirección, creatividad y preimpresión de Grupo AGA; Jesús Terciado, director de diseño gráfico de Advantia Comunicación Gráfica; Nerea Olazabal, directora creativa de The Image Company y Gonzalo Oliveros, responsable de marketing y CRM de Gráficas Aries.



José Beldarrain,
Account Manager
Production Printing
Products de Canon,
Álvaro García, pre-
sidente de neobis,
Jorge Lanchas
Ribero, Director de
Salesianos Pamplona
y Melany Jiménez,
ganadora del concur-
so neobispress.



CONOCES LAS VENTAJAS DE PERTENECER A NEOBIS

PROMOCIONES



20% DE DESCUENTO EN QUIRÓNPREVENCIÓN

QuirónPrevención, compañía líder en España en Prevención de Riesgos Laborales, ofrece a las empresas neobis contratar los servicios en esta materia con hasta un 20% de descuento sobre las tarifas habituales.



15% DE DESCUENTO EN MSC CRUCEROS

MSC Cruceros se une a neobis ofreciendo a sus empresas, tanto a directivos como trabajadores, un 15% de descuento en sus reservas.

Adeslas

MÁS DE UN 20% DE DESCUENTO EN TU SEGURO ADESLAS COMPLETA + DENTAL

SegurCaixa Adeslas, primera compañía de seguros de salud de España, pone a disposición de los asociados neobis, trabajadores y familiares directos el seguro *Adeslas Completa + Dental* con un precio más competitivo.

Barceló

HOTEL GROUP

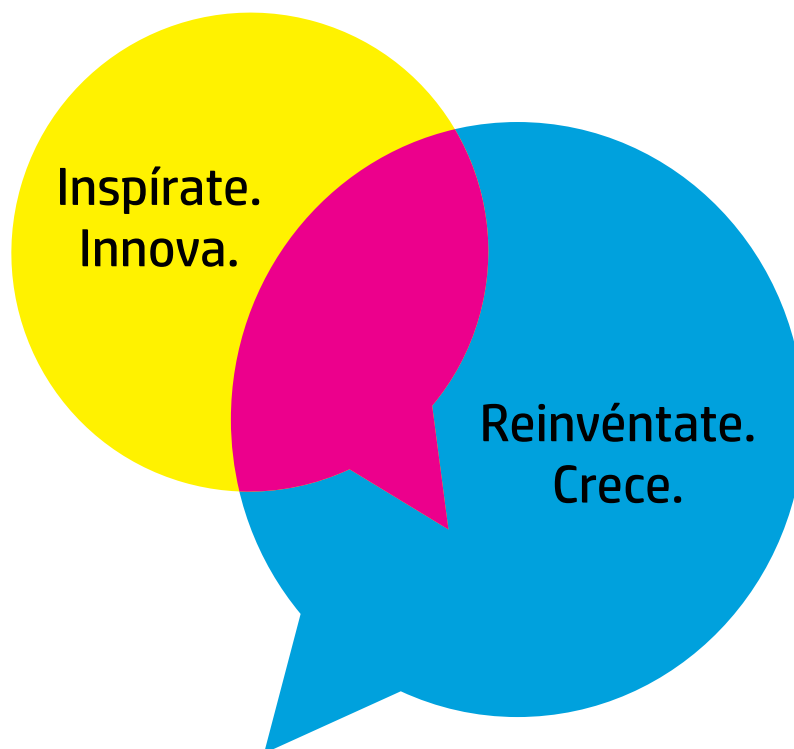
10% DE DESCUENTO EN BARCELÓ HOTELS & RESORTS

Tanto los empresarios como los trabajadores de las empresas neobis pueden reservar con un 10% de descuento, sobre el mejor precio Barcelo.com y acumulable a las ofertas vigentes, en la cadena Barceló Hotels & Resorts.



Retratos
de
Éxito by 

Te presentamos el nuevo programa de HP Indigo



Atrévete.

Tú eres la clave.



AENOR

HASTA UN 20% DE DESCUENTO EN AENOR

Debido al acuerdo de colaboración firmado con la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) las empresas neobis obtienen hasta un 20% de descuento en determinados servicios prestados por AENOR como formación así como un trato preferente y ventajas especiales.



RESERVA EN MELIA HOTELES Y NH HOTELES CON DESCUENTO

Por ser asociado neobis podrás disfrutar de un 5% de descuento sobre la mejor tarifa disponible en la cadena hotelera NH Hotels y de un 7% de descuento en Melia Hotels & Resorts.



¡NI UN TRABAJO SIN COBRAR CON ASNEF EMPRESAS!

EQUIFAX, compañía líder en prestación de servicios de solvencia y de crédito, forma parte de la red de colaboradores de neobis para conseguir la participación colectiva de sus asociados en el Fichero de Morosidad ASNEF Empresas.

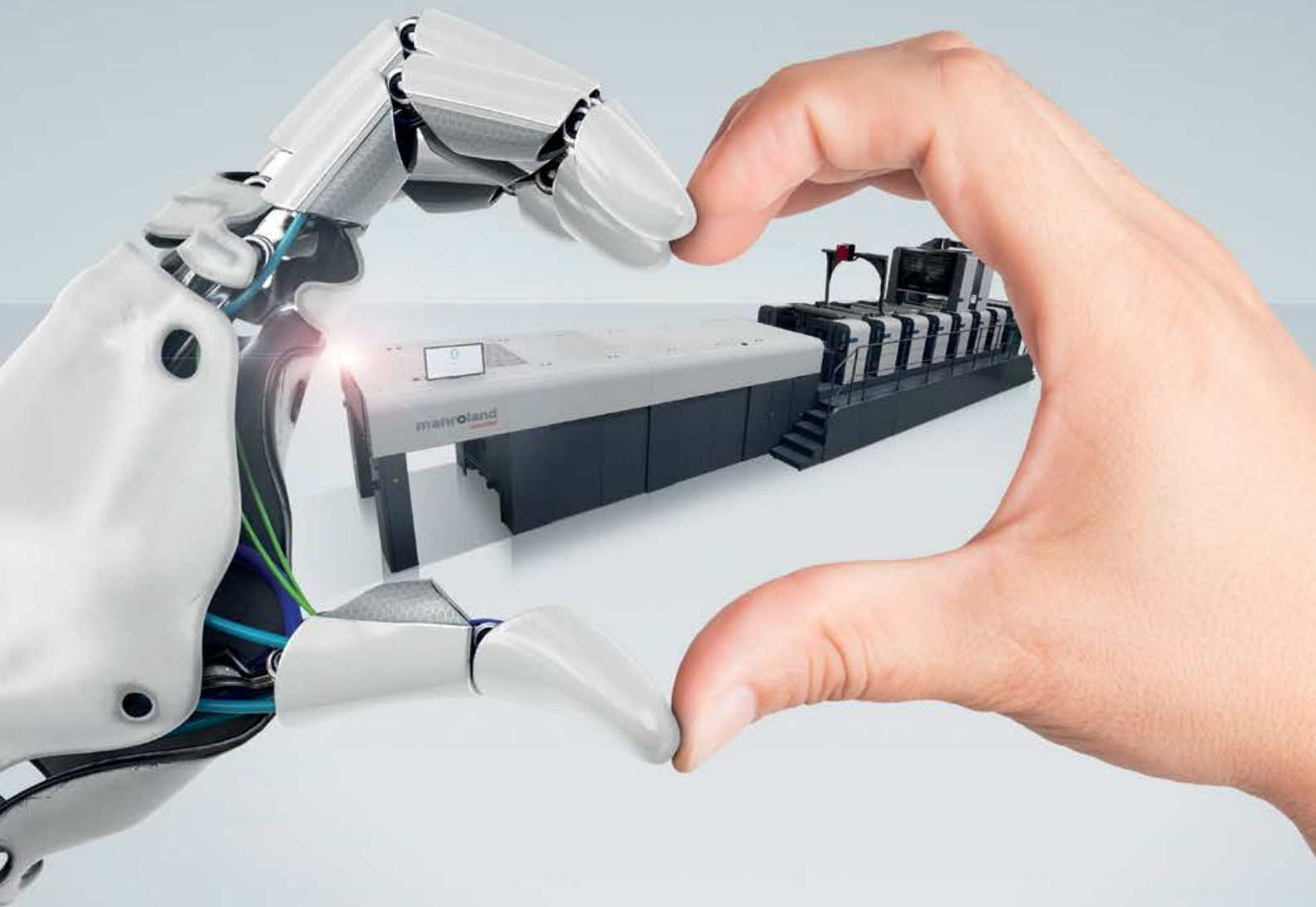
Los objetivos de ASNEF Empresas son la prevención de impagados, la vigilancia de la cartera de clientes y la reducción de la morosidad. Para ello, las empresas neobis tienen a su disposición tarifas especiales de 40 y 50 euros.



HASTA UN 35% DE DESCUENTO EN LYRECO

Gracias al acuerdo firmado entre neobis y Lyreco todos los que formáis parte de la Asociación de la Comunicación Gráfica tendréis una serie de ventajas y privilegios con Lyreco como proveedor de vuestra empresa.

Además del 35% de descuento, el pedido mínimo solo debe ser de 25 euros en lugar de 45 y sin costes.



ROLAND 700 *EVOLUTION*

Lo último en tecnología de impresión de alta calidad en tus manos

La innovadora máquina de impresión offset ROLAND 700 *EVOLUTION* le ofrece niveles de flexibilidad y personalización sin precedentes, a la vez que le ofrece un rendimiento, una eficiencia y una calidad de impresión excepcionales. Poniendo en sus manos el poder de aumentar su productividad en la impresión de productos premium y de embalaje.

La evolución de la impresión.

manrolandsheetfed.com

manroland Ibérica Sistemas, S.L.
T: +34 91 329 22 44

Una compañía del Holding Langley plc.



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®



ENTREVISTA A TEYPE



Adolfo Olmos,
responsable del
Departamento de
Preimpresión de
TEYPE.

EN ESTE NUEVO NÚMERO DE NEOBISPRESS NOS HEMOS ACERCA-
DO A HABLAR CON EL CEO DE TEYPE,
ADOLFO OLMOS GARCÍA-CALAMARTE,
UNA EMPRESA ASOCIADA A NEOBIS
DESDE LA DÉCADA DE LOS 80 QUE SE
DEDICA AL FASCINANTE MUNDO DE
LOS FACSIMILES. SI QUIERES CONOCER
CÓMO ES EL TRABAJO DE UNA EMPRE-
SA QUE SE DEDICA A CREAR VERDA-
DERAS OBRAS DE ARTE EN LAS QUE
HASTA LA REPRODUCCIÓN DE LOS
DETALLES QUE PRESENTA EL MATE-
RIAL SOBRE EL QUE ESTÁ HECHO EL
ORIGINAL CUENTAN, NO PUEDES DE-
JAR DE LEER LAS SIGUIENTES LÍNEAS

¿Cuál fue el origen de TEYPE en el año 1969?

¿Cuál era la necesidad hacia la que se enfocó la empresa?

La empresa fue fundada por nuestro padre, César Olmos, quien principalmente la enfocó hacia una producción gráfica ampliamente dirigida hacia la reproducción artística como lógica extensión de su trayectoria como reconocido artista y grabador y ya desde sus comienzos hacia las reproducciones facsimilares.

Este tipo de ediciones fueron las que marcarían desde un principio la base de su comienzo y su trayectoria en el mundo de las Artes Gráficas.

¿Cuáles son las claves para conseguir que una empresa como TEYPE siga siendo un proyecto viable? ¿Qué os diferencia en el mercado?

Las bases sobre las que se apoya la empresa

desde sus inicios y los retos a los que se enfrenta, nos obligan a conocer y disponer del mayor número posible de técnicas y metodologías de impresión que son producidas en nuestro taller.

Los conocimientos de estos procesos y técnicas que se necesitan para este tipo de trabajos hacen que esos trabajos inusuales requieran un equipo que sepa afrontar los problemas de manera global y profunda.

Si añadimos que muchos de estos procesos están enmarcados fuera de la producción gráfica habitual, la necesidad de contar con un taller como el nuestro se hace casi obligatoria.

Bajo nuestro punto de vista, el parque de maquinaria dedicado a la producción gráfica en Madrid es realmente extenso y buscar un hueco dentro de un sector tan competitivo nos lleva a continuar en este camino y diferenciarnos del resto, especializándonos en este tipo de trabajos.

Sois unos grandes expertos en Offset y en explotar sus límites, ¿cuál es la situación actual de esta tecnología en el sector gráfico?

Si contemplamos la evolución de la producción gráfica de los últimos años podemos ver que el desarrollo de las técnicas de impresión paralelas ha sufrido un avance espectacular mientras que la tecnología offset no goza de ese empuje extra de los nuevos procesos de impresión.

Los nuevos sistemas de impresión gozan de una mayor influencia en la producción gráfica actual, en gran medida por la dinámica actual de la demanda gráfica.

Estos sistemas convivirán durante un tiempo. ¿Cuánto? Difícil de pronosticar. Depende de muchos factores. Comercialmente, mientras el mercado demande las necesidades que no son capaces de cubrir las nuevas tecnologías o estas nuevas no ocupen el lugar al que está destinado la impresión offset. Todo depende de las mejoras que sufran ambos sistemas para adap-

tarse en un marco de producción eficiente.

Nuestro taller no es ajeno a esta evolución, ni mucho menos y nos apoyamos en estos sistemas de impresión llevándolos al límite en algunas ocasiones.

Nuestros clientes continúan optando por la tecnología offset en aquellos casos en los que no es posible alcanzar con los nuevos sistemas de impresión el resultado que demandan, pero esto en el día a día de la producción gráfica cotidiana es cada vez menos frecuente...

¿Qué peso tiene actualmente la creación de facsímiles en TEyPE?, ¿cómo es el mercado de los facsímiles en España? ¿y en el resto del mundo?

Este tipo de trabajos sigue jugando un papel muy importante en nuestra producción global, pero la producción gráfica que podemos considerar comercial también se sirve de nuestro taller cuando la producción alcanza un nivel ciertamente complejo.

La demanda de producción de este tipo de trabajos ha experimentado un retroceso lógico, como lo sufrió todo el sector gráfico y la economía en general. No hay que olvidar que este tipo de publicaciones lamentablemente son sensiblemente costosas y por lo tanto es un producto de lujo.

Su recuperación es lenta en el caso de España y aunque el interés cultural que despierta continúa existiendo, no es comparable al del resto del mundo donde la demanda se recupera a una velocidad superior a la de nuestro país.

A esto hay que añadir la mayor disponibilidad de recursos de las Administraciones en el extranjero frente a las españolas, permitiendo a las primeras impulsar proyectos culturales que implican este tipo de trabajos de eminente carácter cultural.

¿Es el tratamiento del papel lo que os diferencia a la hora de crear estos libros históricos?



Preparativos en el proceso de digitalización. Biblioteca del Real Monasterio de El Escorial.



cos tan fieles a la realidad? ¿o qué otras técnicas os diferencian?

Este aspecto es clave. Más allá de la reproducción gráfica, la persona que adquiere este tipo de publicaciones cuenta con que ésta le evoque las sensaciones que le transmitiría el original no solo en el aspecto visual, además está la sensación táctil que es determinante. La reproducción del carteo del soporte o del estado en que realmente se encuentra el original es una característica que nos diferencia ampliamente del resto y muy demandada por nuestros clientes.

Hacer posible esta característica implica la elección de soportes que inicialmente no han sido ideados para las técnicas de impresión convencionales. En este caso existen dos posibilidades; bien se acondiciona el soporte es-

cogido para su impresión o bien se modifica el proceso de impresión para trabajar sobre él.

En definitiva, tanto el soporte empleado como la reproducción de los detalles que presenta el material sobre el que está hecho el original, es determinante para diferenciar un trabajo impreso en nuestro taller del resto.

Esta reproducción de los detalles que reflejan el estado real de conservación del original requiere de técnicas manuales y artesanas que no se encuentran en otros trabajos de características similares.

¿Qué papel juegan las tintas y el tratamiento del color en vuestro trabajo? ¿Consideráis que la impresión funcional será capaz de revolucionar el sector de la comunicación gráfica?

Ambas son muy importantes, como lo son en la producción gráfica convencional. La primera juega un papel tan importante como que sea adecuada para la técnica de impresión empleada sobre el soporte elegido. También ha de ser una tinta lo más resistente a la luz y al paso del tiempo.

En esto somos muy estrictos, ya que somos conscientes de que no se trata de una reproducción efímera y debe permanecer inalterada a lo largo del tiempo en la mayor medida posible.

Con respecto al tratamiento del color estamos ante una fase determinante para acometer y concluir de manera satisfactoria este tipo de trabajos. En muchas ocasiones trabajamos con un original cuyo acceso está muy restringido y suele ser durante un periodo de tiempo muy corto. La cantidad y la precisión de la información que adquiramos sobre el color a reproducir durante el periodo de trabajo con el original, determinarán en gran medida el resultado de la reproducción gráfica.

Esto en lo referente a las etapas iniciales del trabajo, pero un sistema y conocimiento consistente del tratamiento del color además de





reflejarse en el resultado final agiliza y posibilita predecir el resultado durante las etapas previas de la producción.

Si vemos el caso de la impresión funcional estamos ante una técnica a tener en cuenta en un periodo más inmediato de lo que nos pensamos. Cada día se exige más un producto impreso con un valor añadido y la evolución en la composición química y el comportamiento de ciertos materiales hace idónea las técnicas de impresión, para depositar estos materiales de forma precisa como ocurre en la impresión 3D. Estas técnicas además de dar un valor añadido al producto impreso pueden dotarlo de funcionalidad y ello abre un abanico muy grande al dotar al producto impreso de una característica impensable hace algunos años.

En esta etapa en la que la personalización juega un papel cada vez más destacado, hace propicio que el avance y la incorporación de esta técnica dote a la producción gráfica de un cometido más allá del que actualmente tiene.

¿Sigue siendo nuestro sector un Arte como su nombre indica?

Si me fijo en el proceso productivo exclusivamente, cada vez menos. Desde que yo comencé en esta profesión prácticamente en cada proceso intervenía una persona que aportaba su experiencia y saber personal de manera más humana.

Hoy en día estos procesos cada vez están más condicionados a los recursos técnicos disponibles y donde la intervención de las cualidades



Cosido a mano de un ejemplar. Los procesos manuales son indispensables para alcanzar la calidad exigida por nuestros clientes.



personales de cada uno de los intervinientes ya no son tan necesarias.

En muchas etapas de la producción se necesitaba a una persona que, además del compromiso profesional, tuviera una sensibilidad a la hora de llevar a cabo su trabajo que bajo mi punto de vista le confería un cierto significado artístico. Eso cada vez queda más en un segundo plano.

¿Qué valor añadido crees que aporta una asociación como neobis a TEyPE?

Algo fundamental como es poder conocer y mantenerse informado de la evolución técnica del sector. Sobre todo en esta etapa tan sujeta a cambios y tendencias.

Como empresario, ¿cómo dibujarías el futuro empresarial más cercano?

Es difícil imaginarlo. Intentar conciliar los planes económicos con los profesionales y laborales hacen cada vez más difícil el pronosticar con antelación como discurrirán las decisiones como empresario.

De cualquier manera habrá que continuar dando más protagonismo al equipo de trabajo y lograr que se involucre más, logrando un mejor

desarrollo profesional y así prepararse para que los cambios, que cada vez son más frecuentes en el ámbito empresarial, se produzcan de la manera más ágil posible en el ámbito productivo.

¿Qué buscas en las personas de tu equipo?

Lo mismo que yo en mis propias funciones. Compromiso.

¿Cómo es Adolfo en la oficina? ¿Y fuera del trabajo?

No hay mucha diferencia entre un ámbito y otro. Al tratarse de una pequeña empresa familiar con las personas que trabajo de manera directa, el trato es muy cercano y eso se acaba transmitiendo al resto de personas con las que colaboro.

¿Qué te relaja tras un frenético día de trabajo?

Cualquier actividad gratificante que no guarde relación con el trabajo. Principalmente acompañado de mis hijos, hermanos o padres.

Un lugar, una fecha y un color

Cualquier lugar con mar.
 Fechas no tengo una, tengo dos: 3 y 25 de mayo. Los cumpleaños de mis hijos.
 Color: Azul.

Comparando la fidelidad de la impresión con respecto al original. Colorimetría, idoneidad del soporte empleado y dimensiones son cotejados de manera objetiva junto al original.



A hand is shown typing on a laptop keyboard. The background features a blurred office setting with a white mug and a laptop. The image is overlaid with large, semi-transparent, colorful shapes in yellow, green, and purple. A white icon of a newspaper with the word 'NEWS' is positioned over the keyboard.

Descubriendo el sector

NEOBIS PRESS 157

DIGICOM CIERRA SU PRIMERA EDICIÓN COMO REFERENCIA IMPRESCINDIBLE EN EL SECTOR

DIGICOM, la nueva feria referente para la industria gráfica y la comunicación visual de la Península Ibérica, organizada por IFEMA en colaboración con The eWorld Team, ha celebrado su primera edición entre el 11 y 13 de junio de 2019 en el pabellón 3 de Feria de Madrid.

Reyes Maroto, ministra de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España, visitó la feria y destacó el papel indispensable de la industria en el PIB español, que factura 5.600 millones de euros anuales.

La primera edición de DIGICOM contó con la participación de más de 90 expositores, líderes de la industria, entre los que se encuentran Digidelta, Poster and Panel, Serimarket, Swissqprint, Cashdisplay, Soluciones Integrales para el Rotulista, Optimus Prices, Infomac, Evolution Digital, Endutex, Digital Hires, Legon, Pérez Camps o M2M Sistemas. Estos destacados expositores han presentado las novedades de las 300 marcas más relevantes del sector digital.

“Estamos muy satisfechos con la confianza que tanto expositores como visitantes han depositado en esta primera edición de DIGICOM”, comenta

Agustín Torres, Co-Director de DIGICOM. “Todo el equipo de DIGICOM ha trabajado sin descanso para hacer posible esta feria que ya está siendo la referencia en cuanto a innovación en el sector”.

El completo programa de conferencias reunió conocimiento y opinión de actores de referencia en el campo de la impresión digital en gran formato, la producción gráfica, la publicidad y la comunicación visual. **Entre los temas tratados en las conferencias destacaron las posibilidades de la impresión 3D dentro de la comunicación visual, la transición hacia modelos de industria 4.0, las nuevas tendencias en escaparatismo y retail, los retos de la gestión de la huella ambiental, la consolidación de la impresión directa sobre tejido en la industria de la moda o la evolución de la cartelería digital.**

“La calidad de los visitantes es la que se estaba demandando tanto por parte de los expositores como por parte de los mismos visitantes”, explica María José Sánchez, Directora de DIGICOM. “DIGICOM ha recibido de forma exclusiva visitantes profesionales. Esto permite que el salón tenga una afluencia cómoda para el trato personal y potencia las oportunidades de negocio en un entorno propicio”.



DIGICOM volverá en el año 2020 y se celebrará del 29 septiembre al 1 de octubre. “A petición del Comité Organizador, DIGICOM se traslada a unas fechas más propicias para la generación de negocio”, indica Agustín Torres Co-Director de DIGICOM “Estamos muy satisfechos de nuestra primera edición y prueba de ello son las numerosas reservas de los actuales como de los nuevos expositores”

QUÉ DICEN DE DIGICOM

Jorge Calvo presidente del comité organizador, profesor de ESADE y de Globis University ha dicho que: “Esta primera edición es fantástica. Es impresionante ver la cantidad de maquinaria y expositores que hay sobre todo con aplicaciones prácticas y ejemplo de lo que son soluciones de negocio y de aplicaciones para el futuro”.

Amparo García directora comercial de Servi-printer “Estamos muy contentos con la organización que se ha comportado con nosotros de una forma fantástica, porque hemos estado en muchas otras ferias y con esta hemos recordado momentos pasados de gran calidad en cuanto a ferias”.

Javier Rodríguez director general de grupo Panorama ha explicado sobre DIGICOM que: “Hemos recibido la feria con mucha ilusión. Estábamos esperando un encuentro profesional, en un recinto con capacidad para acoger equipamiento industrial. Estamos muy contentos de que, por fin, haya una apuesta fuerte aquí, en Madrid”.

Jorge Suberviola director general de Swiss-qprint cuenta que: “Todos esperábamos desde hace años una feria como esta, un evento que permitiese un impulso profesional en una ubicación adecuada a los equipos que tenemos, que son bastante grandes”.

Santi Navarro director general de STM Grupo Mastertec explica que: “Lo que más destacaría de DIGICOM son las instalaciones, hacía falta en Madrid una feria para el sector en unas instalaciones como estas”.

Anabela Mendes Event Organizer en Digidelta comenta: “Para ser la primera edición ha sido muy buena. El espacio de IFEMA tiene las condiciones óptimas para un evento de este tipo”.

Ana Mena, fundadora de Soluciones Integrales para el Rotulista, dice: “Creo que la feria está bastante bien organizada destacando las facilidades de IFEMA para montaje y desmontaje y a la hora de apoyarnos comercialmente está siendo muy positivo”.

Pablo Silvestre, gerente comercial de Perez Camps en Madrid, dice: “Nuestra impresión sobre esta primera edición de DIGICOM es muy positiva. La organización es muy buena”.



COLECCIÓN
CREATIVEMINDS

LA GENTE CREATIVA

ELIGE
EL MEJOR PAPEL

Torraspapel Distribución,
el nuevo referente de los papeles creativos.

Las grandes mentes creativas siempre han tenido un papel importante en la historia... y ahora también. Descubre las 24 gamas de papeles creativos que Torraspapel Distribución ha desarrollado e incluido dentro de la colección CREATIVEMINDS.

Entra en www.creativemindstorraspapel.com

HP INAUGURA SU NUEVO CENTRO DE EXCELENCIA DE IMPRESIÓN 3D

HP ABRIÓ EL 13 DE JUNIO LAS PUERTAS DE UN NUEVO CENTRO DE EXCELENCIA DE IMPRESIÓN 3D Y FABRICACIÓN DIGITAL EN EL QUE DESARROLLARÁ UNA NUEVA GENERACIÓN DE TECNOLOGÍAS PARA IMPULSAR LA 4ª REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

EL NUEVO EDIFICIO, UBICADO EN LAS INSTALACIONES DE HP EN SANT CUGAT DEL VALLÈS (BARCELONA), PERMITIRÁ EL AVANCE DE LA OFERTA DE IMPRESIÓN 3D DE HP DE PIEZAS PLÁSTICAS Y METÁLICAS, Y PROPORCIONARÁ UN ENTORNO DE FABRICACIÓN A GRAN ESCALA PARA COLABORAR CON LOS CLIENTES Y PARTNERS EN EL DESARROLLO DE NUEVOS PROCESOS E INNOVACIONES RELACIONADOS CON LA FABRICACIÓN DIGITAL

El nuevo centro de Innovación y desarrollo de negocio en fabricación digital nace con el propósito de convertirse en una referencia internacional que ayude a la compañía a liderar esta pujante industria desde España. La apertura de este centro constituye además un importante motor de crecimiento económico y generación de empleo para España, ya que atraerá inversión, talento y desarrollo tecnológico. Por ello, tanto el Gobierno de España como la Generalitat de Catalunya han apoyado desde el principio esta iniciativa de HP para impulsar la investigación y desarrollo de la tecnología 3D.

Helena Herrero, Presidenta y Directora General de HP Iberia y Ramón Pastor, Vicepresidente y Director General del Negocio de HP 3D y Responsable del Centro Internacional de HP en Barcelona, han ejercido de maestros de ceremonias durante el acto de inauguración. El evento ha contado con



la participación de Reyes Maroto, Ministra de Industria, Comercio y Turismo; Carmela Fortuny, alcaldesa de Sant Cugat del Vallès; Francisco Polo, Secretario de Estado de Avance Digital; Raúl Blanco, Secretario General de Industria y de la PYME; Àngels Chacón, Consellera de Empresa y Conocimiento de la Generalitat de Cataluña.

Durante el evento, la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto ha destacado: *“La inauguración de este nuevo centro de Excelencia es una muestra del gran compromiso de HP por España, que se remonta a hace 34 años cuando se fundó el Centro Internacional en Sant Cugat del Vallès. Esta inauguración supone un gran paso en la implantación de las nuevas tecnologías digitales que permite avanzar en la transformación de la fabricación gracias a la impresión 3D y la fabricación aditiva, unos de los pilares para la Industria 4.0.”*

Además, la ministra ha añadido: *“HP lidera la impresión 3D a nivel mundial con una mentalidad muy abierta, nutriéndose del conocimiento de los demás. HP es también un gran ejemplo de la importancia de cómo la apuesta por las personas es el principal pilar para lograr el éxito de los proyectos”.*

Por su parte, Helena Herrero Presidenta de HP Iberia ha querido remarcar que: *“España ha sido clave para HP en el nacimiento y desarrollo de la tecnología de impresión 3D, y lo será aún más a partir de ahora con la apertura de este nuevo centro de excelencia, probablemente el laboratorio de tecnología 3D más importante del mundo no solo para nuestra compañía, sino para toda la industria. Desde este nuevo espacio dedicado a la innovación, queremos asimismo contribuir a la generación de riqueza, empleo y avance tecnológico para situar a España a la cabeza de la revolución digital”.*



El nuevo edificio de HP en San Cugat del Vallès (Barcelona).





En el centro de la imagen podemos ver a Helena Herrero, Reyes Maroto y Ramon Pastor.

Ramón Pastor como Vicepresidente de HP y Director General Mundial del negocio de 3D declaró: *“HP posee un historial de innovación de más de 80 años, en los que ha abierto el camino de nuevas industrias apoyándose en la tecnología. Me siento orgulloso de coger el testigo de este legado con la apertura de este nuevo centro de innovación en impresión 3D y fabricación digital en Barcelona”. “Nuestro compromiso es reunir a los mejores ingenieros e ingenieras de HP con nuestros clientes, partners y comunidad para desarrollar las tecnologías y habilidades que permitirán el despegue de la fabricación digital”.*

El edificio del nuevo Centro de Excelencia de Impresión 3D y Fabricación Digital de HP, cuya construcción se ha completado en dos años, tiene una superficie de más de 14.000 m² dedicados a la innovación especializada y los entornos industriales para la fabricación aditiva de plásticos y metales, con 4.500 m² de laboratorios. En la actual oficina de HP en

Barcelona trabajan alrededor de 750 investigadores, ingenieros de sistemas, inteligencia de datos, software, ciencia de materiales, diseño y aplicaciones que apoyarán esta área de I+D centrada en la tecnología de impresión 3D.

El nuevo centro de excelencia aprovecha la experiencia y trayectoria de HP en Barcelona y coordinará a otros centros de demostración de aplicaciones dedicadas a la impresión 3D y la fabricación digital con las que cuenta la compañía en Corvallis (Oregón), Palo Alto y San Diego (California), Vancouver (Washington) y Singapur, que incluye también el revolucionario laboratorio HP-NTU de fabricación digital. HP, la Universidad Tecnológica de Nanyang (NTU) y la Fundación Nacional de Investigación de Singapur (NRF) están colaborando en el desarrollo de la impresión 3D, la inteligencia artificial, el aprendizaje automático, los nuevos materiales y aplicaciones, la ciberseguridad y la personalización.

APUESTA

por el **ENTORNO**
por el **FUTURO**
por **TI**

¡VALORÍZATE!



Gestión de residuos
peligrosos y no peligrosos



Consultoría
medioambiental



Transporte y
autorizaciones propias



Síguenos en:



Socio colaborador de:



Escayolistas 9 · 28891 Velilla de San Antonio, Madrid
T 91 876 50 95 · F 91 873 67 65

www.valorizacionmedioambiental.com
comercial@valorizacionmedioambiental.com



valorización medioambiental

HEIDELBERG/GALLUS SE CENTRA EN LA DIGITALIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE ETIQUETAS

Gallus, una subsidiaria de Heidelberg Druckmaschinen AG, se ha centrado en la digitalización de la producción de etiquetas en Labelexpo Europe 2019, que tuvo lugar del 24 al 27 de septiembre en Bruselas. Bajo el lema "Powered by Your Trust", el equipo de Heidelberg / Gallus exhibió un amplio portafolio de equipos de impresión de etiquetas

equipados con nuevas funciones que permitieron a los clientes beneficiarse de los estándares de calidad más altos del mercado en cuanto a acabados digitales, producir impresiones con dato variable y mejorar la producción de etiquetas convencionales. Además del estreno de la nueva Digital Printbar, una unidad de embellecimiento digital diseñada

La nueva Gallus Labelmaster Advanced, equipada con la nueva Rotary Die-Cut Unit Quick, (unidad de troquelado de carga frontal totalmente rotativa).



da específicamente para el blanco opaco, la presencia de la compañía suiza en Bruselas también incluyó demostraciones en vivo de una nueva unidad de troquelado de cambio rápido, el tratamiento del dato variable y los acabados digitales.

“La digitalización ahora también es parte integral de la producción de etiquetas. El equipo de Heidelberg / Gallus ha defendido esta tendencia en Labelexpo Europe 2019, con el fin de mostrar a sus actuales clientes y al mercado potencial nuevas formas de mantener y mejorar aún más su competitividad en la era de la digitalización”, explica Christof Naier, Gerente General de Negocios de Etiquetas en Heidelberg / Gallus.

LANZAMIENTO DE LA DIGITAL PRINTBAR

Gallus presentó en Labelexpo Europe 2019 la nueva Digital Printbar, una unidad de impresión de inyección de tinta diseñada específicamente para el añadido digital de blanco digital altamente opaco. Con un ancho de impresión de 430 milímetros (17 pulgadas), la nueva Digital Printbar móvil se beneficia de la tecnolo-

gía de impresión digital basada en inyección de tinta y logra una opacidad que se equipara a la de la impresión serigráfica convencional.

Este nuevo equipamiento se muestra integrado dentro del sistema de impresión Gallus Labelmaster, pero puede adquirirse por separado e integrarse fácilmente en otros sistemas de impresión, tales como Gallus Labelfire o Gallus RCS 430.

Una de las mayores ventajas de esta tecnología es su gran flexibilidad. No es necesario ningún hardware adicional para insertarla y, dependiendo de los requisitos del trabajo, esta nueva unidad puede ser una alternativa altamente rentable a los métodos de embellecimiento y acabado convencionales. La unidad de impresión tiene una interfaz de pantalla táctil para un manejo intuitivo y se integra de manera rápida y sencilla en el flujo de trabajo a través de ethernet o USB. Por todos estos motivos, la Digital Printbar ofrece a los que la adquieren un aumento significativo de la flexibilidad del proceso de impresión y aumenta exponencialmente las posibilidades de acabado.



GALLUS LABELMASTER, CON UNA NUEVA UNIDAD DE TROQUELADO ROTATIVO DE CAMBIO RÁPIDO

Continuando con los estrenos que tuvieron lugar en la Exposición, Gallus presentó su nueva unidad rotativa de troquelado, una solución de corte que admite cambios de formato en menos de un minuto. Los visitantes en Bruselas pudieron presenciar el cambio de formato de troquelado más rápido que jamás se haya visto en la compañía, gracias a la unidad que está integrada en el sistema de impresión Gallus Labelmaster Advanced, equipado con la nueva Rotary Die-Cut Unit Quick, una unidad de troquelado de carga frontal totalmente rotativa.

GALLUS LABELFIRE, ENFOCADO HACIA LA DIGITALIZACIÓN Y EL DATO VARIABLE

Gallus utiliza la campaña "Your Smoothie" para demostrar las enormes posibilidades de la impresión de dato variable (fVDP) con el equipo Gallus Labelfire. Para demostrarlo, Gallus sacó su lado más dulce y puso a prueba sus equipos con una colección de Smoothies. El diseño de

una misma etiqueta autoadhesiva cambiaba mientras se realizaba la impresión de acuerdo con el tipo y número de ingredientes, lo que significa que cada etiqueta era diferente a la anterior y cada Smoothie era completamente único. Las posibilidades de la unidad digital de Gallus Labelfire, combinadas con las opciones de impresión de dato variable, permiten cubrir prácticamente todos los requisitos del mercado, sea cual sea su dificultad.

Gallus Labelfire también opera a la perfección en la impresión de datos variables industriales (iVDP). Los clientes pueden utilizar el equipo para imprimir incluso los lotes de tamaños más pequeños, así como artículos que incluyan códigos de barras, códigos 2D y etiquetas serializadas o personalizadas, cada vez más solicitadas. Además, el sistema de impresión de etiquetas híbrido de Gallus Labelfire brinda a los impresores la flexibilidad de combinar procesos de impresión y acabados convencionales adicionales, como flexografía, serigrafía y acabados de láminas en frío, con las posibilidades de la impresión digital.



exaprint

La imprenta de los creativos

Pega fuerte con las etiquetas



Etiquetas en bobina / Etiquetas adhesivas en

unidades / Doming gota de resina / Stickers en hoja

Soportes para uso alimentario / Textil / Reciclados /

Papel kraft / Vinilo

Acabados especiales y corte personalizable al 100%.



Calidad o reembolso



Producción española



Precios All-in



Comercial dedicado



Entrega exprés:
ExaYa 24h

Tu 1er pedido
GRATIS
15€

CONTÁCTANOS DE L-V de 9h a 19h: **911 860 190** - comercial@exaprint.es - www.exaprint.es



¿ES LA IMPRESIÓN DIGITAL EL INGREDIENTE
AUSENTE EN EL CÓCTEL DE TU MARKETING?

SIETE MANERAS PARA MEJORAR LA IMPRESIÓN EN TU PRÓXIMA CAMPAÑA

AUTORA: Alicia Cifré, Country Director Canon Iberia Production Printing Products



La impresión digital bajo demanda combina las capacidades de segmentación de las audiencias y la inmediatez del marketing digital con las ventajas táctiles de la impresión, para que puedas poner fin al desorden del panorama multimedia y generar un impacto real.

Hemos esbozado siete razones de cómo la impresión digital puede añadir valor cuantificable en tus campañas de marketing omnicanal.

1. GANA LA CONFIANZA DE TUS CLIENTES

Las marcas cuentan con una elevada cantidad de datos de sus clientes, si bien no todos los mecanismos de transformación son capaces de gestionarlos. Esta erosión de la confianza hace que los consumidores se alejen de las marcas que practican un comportamiento digital tan negativo. Según una investigación del consejo de la OCM, casi las tres cuartas partes (63 %) de los consumidores reaccionarían de forma más positiva a un anuncio en las redes sociales si también apareciera en un canal más tradicional.

2. LLAMA LA ATENCIÓN

Como resultado del aumento del marketing digital, la evidencia sugiere que muchos consumidores están pasando por una “desintoxicación digital” y desconectándose de los medios digitales, por ejemplo, mediante el uso de software de bloqueo de publicidad.

En algunos casos la sobrecarga de mensajes a la que están sometidos los consumidores les crea una percepción negativa de la marca.

3. ALIMENTA RECUERDOS

Los consumidores pasan más tiempo con material físico de marketing y pueden recordarlo más vívidamente. El solo acto de tocar un papel impreso mientras se mira –lo que los científicos llaman “comunicación háptica”–, deja una huella más profunda en el cerebro

y produce una mayor respuesta emocional. Los estudios realizados por Royal Mail y el Servicio Postal de los Estados Unidos demostraron que “la experiencia real que proporcionan los medios físicos conlleva a que el mensaje se graba mejor en la memoria”. En última instancia, esto conduce a un sentimiento más positivo hacia la marca e infunde una lealtad duradera por parte de los consumidores.

¿TE HAS DECANTADO A FAVOR DEL MARKETING DIGITAL?, ¿TE SIENTES PERDIDO EN UN MAR DE “BIG DATA” Y ANÁLISIS DE TENDENCIAS, O ESTÁS BUSCANDO INYECTAR DOSIS DE LA CREATIVIDAD QUE TANTO NECESITA TU MARKETING? SI ES ASÍ, AHORA ES EL MOMENTO DE AÑADIR LA IMPRESIÓN EN EL CÓCTEL

4. COMPLEMENTA TUS CANALES EN LÍNEA

La impresión puede convivir con la tecnología digital en todo el customer journey del cliente. Un correo directo puede iniciar una conversación o ayudar a recuperar el contacto con una persona que el tiempo ha distanciado. A través de los códigos QR o de los enlaces con seguimiento en los correos directos, los clientes pueden ser dirigidos a destinos específicos online. El correo activado podría usarse para influir en sus decisiones de compra.

El marketing impreso puede usarse después de la compra. Por ejemplo, cuando se entrega un artículo, se puede incluir un folleto de bonificaciones, un minicatálogo o una revista para clientes con el objeto de iniciar un nuevo ciclo de compra.



5. AÑADE UN TOQUE PERSONAL CON LA IMPRESIÓN DE DATOS VARIABLES

Para captar la atención de los consumidores, los materiales impresos deben ser creativos y específicos. Con el uso de datos variables para crear comunicaciones más personalizadas, las campañas pueden ser más efectivas, lo que demuestra un verdadero retorno de la inversión.

6. SÉ OPORTUNO Y RELEVANTE

La impresión nunca se ha considerado como un medio reactivo. Para cuando la publicidad impresa del artículo promocionado ya está diseñada, aprobada, producida y distribuida, el impulso de la campaña se ha perdido. Pero, ¿qué pasaría si pudieras tener lo mejor de ambos mundos: campañas de marketing directo que combinen “píxeles e impresión” de la forma más instantánea posible?

Esto es posible gracias a la “Impresión programática”, que permite que una marca adapte un mensaje específico a su público destinatario en el momento más oportuno, utilizando la información sobre el público para detectar clientes clave potenciales. De esta forma, los mensajes son mucho más precisos y personalizados y las campañas son, en consecuencia, más efectivas. La agilidad de la impresión programática facilita el encargo de material altamente personalizado en mitad de una campaña para crear el factor sorpresa y distinguirse de la competencia.

7. CAMPAÑAS QUE COBRAN VIDA

Todo lo que puedes hacer en internet también lo puedes hacer con la impresión bajo demanda, que pone en juego toda la gama de aplicaciones de impresión promocional.

Hoy en día, la impresión digital puede emular la inmediatez del marketing digital y transmitir mensajes individualizados en función de la información que se posea de sus clientes. La naturaleza táctil y física de la impresión facili-

ta la conexión con los clientes y desarrolla mayor afinidad emocional que una campaña digital, lo que proporciona un resultado mucho más valioso: lealtad y defensa de la marca duraderas.







SOLUCIONES

NEOBIS PRESS 157

neobis

NEOBIS TE FACILITA LA GESTIÓN DE TU EMPRESA

GESTIÓN DE NÓMINAS

Un servicio especializado en el sector gráfico respaldado por la Seguridad Social, con un trato personal y cercano, integrado con la Asesoría Laboral, Legal y Fiscal de neobis.



CONSULTORÍA JURÍDICO-LABORAL

Te ofrecemos el más amplio abanico de servicios jurídicos de índole social realizado por abogados 100% especializados en materia laboral del sector gráfico, participando de forma directa en la negociación del Convenio Colectivo Estatal de Artes Gráficas.

CONSULTORÍA DE MEDIOAMBIENTE

Asesoramiento integral en materia medioambiental, desde actuaciones puntuales hasta la externalización de los departamentos de medioambiente, calidad y cadena de custodia.

CONCURSOS PÚBLICOS

Obtén toda la información sobre los Concursos Públicos en España y Europa relacionados con el sector de la Comunicación Gráfica.

CONSULTORÍA DE PROTECCIÓN DE DATOS

Te asesoramos y ayudamos para que tu empresa cumpla con todos los requisitos del nuevo Reglamento General de Protección de Datos.

GESTIÓN DE AYUDAS Y SUBVENCIONES

Más de 200 empresas han contado ya con nuestro equipo experto en identificar las mejores ayudas y subvenciones para tu empresa y en gestionar íntegramente su obtención y justificación.

CONSULTORÍA MERCANTIL

Información clara y consejo profesional tanto en el ejercicio de tus derechos y libertades como en el cumplimiento de tus obligaciones, para conseguir así tus objetivos empresariales.



CONSULTORÍA FISCAL Y CONTABLE

Conoce el estado financiero de tu empresa y las obligaciones a las que debes hacer frente para garantizar la sostenibilidad económica de tu compañía.

CONTRATACIÓN PÚBLICA Y DERECHO ADMINISTRATIVO

No dejes que la nueva Ley de Contratos del Sector Público sea un impedimento para que tu empresa siga trabajando con la administración.

COACHING EJECUTIVO Y DE EQUIPOS

Mediante la metodología CORAOPS, acompañamos a los equipos en el descubrimiento, la definición y la optimización de sus objetivos para conseguir resultados extraordinarios.

PORTAL DE EMPLEO

Un portal de empleo especializado en el sector de la Comunicación Gráfica donde las empresas pueden subir sus ofertas y encontrar a los mejores candidatos para su equipo.

CONSULTORÍA ENERGÉTICA

Realizamos un análisis del ahorro energético con un enfoque más amplio del habitual en el que te asesoramos y te ayudamos a gestionar la energía de tu empresa.

CONSULTORÍA DE SEGUROS, SEGUROS DE CRÉDITO Y AVALES

Asesoramiento independiente en la gestión de tus seguros empresariales de crédito y caución; y en la gestión de avales y líneas de financiación y factoring.

Nuestra especialización nos permite presentarte las mejores ofertas del mercado adaptadas a tus necesidades, con óptimas coberturas y los precios más ajustados. Trabajamos con todas las compañías de seguro de crédito; y estudiamos y personalizamos las pólizas para que cubran los riesgos específicos de tu negocio.

COMPLIANCE

Te ayudamos a establecer las políticas y procedimientos adecuados y suficientes para garantizar que tu empresa, incluidos directivos, empleados y agentes vinculados, cumplan con el marco normativo aplicable.



CONSULTORÍA CIVIL Y PENAL

Rodéate de los mejores para asegurar que tanto tú como tu empresa cumplís con toda la normativa en materia de derecho civil y penal.

CONSULTORÍA FINANCIERA

Conoce de primera mano todas las vías de financiación a tu alcance y te ayudamos a renovar las que ya tienes.

GESTIÓN DE IMPAGADOS Y RECOBRO DE DEUDA

Ni un solo trabajo sin cobrar. Te facilitamos la prevención de impagados y la recuperación de la deuda.


AUDITORÍA DE RESPONSABILIDAD DE ADMINISTRADORES

Ser administrador de una sociedad conlleva obligaciones recogidas en la legislación vigente que son muy poco conocidas, cuyo incumplimiento pueden llevar a que el administrador deba responder con sus propios bienes. ¡No te la juegues!



**CONTACTA
CON NEOBIS**

912 437 400 

info@neobis.es 

SOLUCIONES NEOBIS



PLANES DE IGUALDAD

AUTOR: José Antonio Pompa, Director
Consultoría Jurídico-Laboral neobis



¿QUÉ EMPRESAS ESTÁN OBLIGADAS A ELABORAR E IMPLANTAR UN PLAN DE IGUALDAD?

Dado que el Convenio Colectivo del sector no impone la obligación a las empresas por él afectadas, es aplicable la modificación llevada a cabo por el RDL 6/2019. Se establece una **obligación escalonada en el tiempo, atendiendo al número de trabajadores** que tenga la empresa:

- Las empresas con un número de trabajadores entre 151 y 250 estarán obligadas a elaborar e implantarlo a partir del 7 de marzo de 2020.
- Las empresas con un número de trabajadores entre 101 y 150 estarán obligadas a elaborar e implantarlo a partir del 7 de marzo de 2021.
- Las empresas con un número de trabajadores entre 50 y 100 estarán obligadas a elaborar e implantarlo a partir del 7 de marzo de 2022.

¿CÓMO SE ELABORA E IMPLANTA UN PLAN DE IGUALDAD?

Dispone la norma que los planes de igualdad contendrán un conjunto de medidas evaluables dirigidas a superar los obstáculos que estén impidiendo la igualdad efectiva de mujeres y hombres en la empresa. Lo primero que ha de realizarse es un diagnóstico, en el que han de participar los representantes legales de las personas trabajadoras, que abordará, al menos, las siguientes materias:

- Proceso de selección y contratación
- Clasificación profesional
- Formación
- Promoción profesional
- Condiciones de trabajo, incluida la auditoría salarial entre mujeres y hombres
- Ejercicio corresponsable de los derechos de la vida personal, familiar y laboral
- Infrarrepresentación femenina
- Retribuciones
- Prevención del acoso sexual y por razón de sexo.

ARTÍCULO 46 DE LA LEY ORGÁNICA 3/2017, DE 22 DE MARZO, PARA LA IGUALDAD EFECTIVA DE MUJERES Y HOMBRES

“SE TRATA DE UN CONJUNTO ORDENADO DE MEDIDAS QUE PUEDEN INCIDIR SOBRE ACCESO AL EMPLEO, CLASIFICACIÓN PROFESIONAL, PROMOCIÓN Y FORMACIÓN, RETRIBUCIONES, ORDENACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO Y PREVENCIÓN CONTRA EL ACOSO”

Existe la **obligación de inscribir los planes que se elaboren en un Registro de Planes de Igualdad de las Empresas**, el cual todavía no está operativo y ha de ser regulado por la norma correspondiente.


El incumplimiento de las obligaciones en materia de planes y medidas de igualdad supone una infracción grave sancionada con multa de 626 a 6.250 euros.

¿QUÉ ESTABLECE EL CONVENIO COLECTIVO DEL SECTOR AL RESPECTO?

El nuevo Convenio Colectivo, recientemente publicado en el BOE, ha creado una **comisión de trabajo en materia de igualdad**, teniendo como finalidad trabajar en la elaboración de un documento de plan de igualdad sectorial para que las empresas del sector que, estando obligadas a elaborarlo y aplicarlo, y no disponiendo de uno específico, lo puedan tener como referencia.

CONTACTA CON NEOBIS

912 437 400 

japompa@neobis.es 



¿QUÉ TIPO DE MANDO INTERMEDIO QUIERES EN TU EMPRESA?

AUTORA: Rosario Trasobares Almagro, Consultoría Jurídico-Laboral neobis

A lo largo de varios artículos, hemos destacado la importancia que los mandos intermedios tienen en cualquier organización. Hemos hablado de liderazgo, de gestión de equipos, pero parece que cuando tocamos estos temas puede dar la impresión errónea de que sólo se están describiendo los puestos más altos de una empresa: directivos, directores, CEO etc. Sin embargo, gran parte de todos estos contenidos son sumamente aplicables a los mandos intermedios, sobre los que recae una parte importante del funcionamiento correcto y diario de cualquier empresa.

Es por ello, que es muy importante conocer cuáles son los principales fallos y los principales aciertos que puede tener un mando intermedio. Imaginemos por un momento que somos empleados muy implicados de una organización y que somos promocionados por nuestra valía y desempeño a un puesto de mando intermedio o que se nos contrata para ocupar este puesto. En este caso, siempre tendremos dos opciones a la hora de desempeñar nuestras funciones, **ser un mando intermedio “ausente” o un mando intermedio “presente”**. Estos símiles nos van a ayudar mejor a entender cuáles son los perfiles más habituales de los mandos intermedios y

que vamos a pasar a descubrir describiendo a estos dos tipos de jefes.

El mando intermedio “ausente” evita los problemas, los esquivo como nadie. Busca su propia supervivencia en la organización, el fin principal de su día a día es mantener el estatus que ha alcanzado en la empresa y para ello llevará a cabo sus funciones de la siguiente manera:

- Evita cualquier confrontación directa con sus subordinados, los problemas no se solucionan, si no que se esconden.



- Vive el día a día, con estrategias cortoplacistas. El refrán de “mañana será otro día” es su lema.
- No se arriesga ni innova en nada, para él los riesgos no son sinónimo de oportunidades, si no de posibles fracasos.
- Planifica su actividad en el corto, en el medio y en el largo plazo. Toma decisiones y es dinámico, a la vez que proactivo.
- Quiere ser un líder en su equipo y quiere seguir progresando en su carrera profesional.

Por otro lado, nos encontramos el mando intermedio “presente” que no tiene problema ninguno en enfrentarse con las dificultades intrínsecas a su nuevo rol en la empresa. Las principales características de su desempeño laboral son las siguientes:

- Intenta solucionar los conflictos generados o que se generen en el tiempo.
- Se convierte en un gestor del cambio en la organización, entendiéndose el cambio como a mejor y siendo su fin conseguir el éxito empresarial.

Si contamos con un mando intermedio “ausente”, la organización tiene la necesidad de plantearse si quiere seguir contando con una persona que tan poco aporta en un puesto clave en la empresa, ya que su ausencia deliberada puede convertirse en una bomba de relojería para la misma.

**CONTACTA
CON NEOBIS**

912 437 400 

rtrasobares@neobis.es 



EL SEGURO DE CRÉDITO FACILITA LA FINANCIACIÓN DE TU EMPRESA

AUTOR: José María Salas Rey, socio de ACrediT Broker correduría de seguros

AL HABLAR DEL SEGURO DE CRÉDITO, TODOS PENSAMOS Y LO RELACIONAMOS CON EL CONTROL DEL RIESGO CREDITICIO DE LAS CUENTAS A COBRAR; Y PODRÍAMOS AFIRMAR QUE EL OBJETIVO PRINCIPAL PERSEGUIDO POR TODO AQUEL QUE CONTRATA UN SEGURO DE CRÉDITO ES MITIGAR EL EFECTO NEGATIVO DE LOS IMPAGOS EN LA CUENTA DE RESULTADOS Y EN LA SITUACIÓN PATRIMONIAL DE LA EMPRESA. SIN EMBARGO, OTRA CUESTIÓN IMPORTANTE REFERENTE AL SEGURO DE CRÉDITO ES SU RELACIÓN CON LA FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA, AUNQUE NO TODO AQUEL QUE CONTRATA EL SEGURO LO TENGA EN CUENTA

En primer lugar, debemos destacar la correlación entre el seguro de crédito y el plazo de cobro de las cuentas a cobrar. El seguro de crédito tiene una fuerza enorme para evitar la relajación o el incumplimiento de los plazos de pago acordados por parte de los clientes. Los deudores preferirán realizar el pago en el vencimiento acordado, y evitar que la empresa asegurada presente a la aseguradora una

solicitud de prórroga o, llegado el caso, una declaración de aviso de impago, las cuales implicarían un deterioro de su clasificación crediticia por parte de la aseguradora. Además, a la hora de firmar nuevos acuerdos comerciales con clientes, la información del análisis de crédito aportada por la aseguradora puede ser utilizada por el asegurado para intentar acortar el plazo de cobro. Es decir, **mediante el control o reducción de los plazos de cobro, el seguro de crédito contribuye a mejorar el cash-flow de la empresa.**

Otro aspecto importante que suele comportar la contratación del seguro de crédito es la mejora de la propia clasificación crediticia del asegurado. La información aportada por el asegurado, especialmente la relativa a la composición de su cartera de clientes, ayuda al asegurador a mejorar su propio análisis de riesgos del asegurado, lo cual, en muchos casos, se traduce en la mejora de la clasificación crediticia del mismo. De este modo, **el asegurado puede mejorar las condiciones de pago con sus proveedores, principalmente en lo referente a los plazos, optimizando su cash-flow.**

La relación entre la contratación del seguro de crédito y la obtención de financiación, tanto bancaria como no bancaria, es muy relevante,

y conscientes de ello, diversas son las soluciones desarrolladas por las aseguradoras. El suplemento especial de “cesión de derecho al pago” es una fórmula utilizada por todas aseguradoras mediante la cual se designa beneficiaria del pago de las indemnizaciones del seguro a la entidad financiera del asegurado.

La inclusión en la póliza de este suplemento otorga a la entidad financiera mayores garantías y, consecuentemente, facilita la concesión de financiación al asegurado.

CESCE, una de las principales aseguradoras de crédito a nivel nacional, fue pionera en cerrar acuerdos con diversas entidades financieras para facilitar financiación a los asegurados. Los “certificados de seguro” de facturas declaradas, junto con la designación irrevocable de la entidad financiera como beneficiario de

la indemnización en caso de impago, constituyen un vehículo de garantía para la concesión de financiación bancaria. Los “títulos de liquidez” son un documento emitido por CESCE y validado, como garantía personal, por el banco de España que facilita el acceso a financiación bancaria para el anticipo de créditos comerciales cubiertos por el seguro en la modalidad de factoring sin recurso. Incluso, se puede obtener financiación a través de un fondo que “no consume CIRBE” al tratarse de un canal no bancario.

Diversas entidades de financiación no bancarias y fondos también facilitan financiación “fuera de CIRBE” a las empresas que tienen contratado un seguro de crédito utilizando, igualmente, la “cesión de derecho al pago” para obtener garantías.



¿TE GUSTARÍA PROTEGER TU PATRIMONIO PERSONAL (INCLUSO FAMILIAR) FRENTE A RECLAMACIONES DE TERCEROS (CLIENTES, PROVEEDORES, SOCIOS, EMPLEADOS Y ACCIONISTAS) POR LOS DAÑOS Y PERJUICIOS QUE PUEDAN CAUSAR LAS DECISIONES ADOPTADAS EN EL EJERCICIO DE TU CARGO EMPRESARIAL?

PROTEGE TU PATRIMONIO PERSONAL

AUTORA: Marisol Martín Díaz,
delegada de oficina Mapfre

Si la respuesta es que sí, necesitas una **Responsabilidad Civil para Directivos y Administradores** (D & O) ya que la Responsabilidad Civil General de tu empresa no cubre todo lo anterior.

En el caso de Responsabilidad Civil para Directivos y Administradores, en una misma póliza puedes tener cubierto:

- La responsabilidad civil de los administradores y altos cargos
- La responsabilidad por prácticas laborales o prácticas de empleo indebidas
- El reembolso a la sociedad
- La actividad de los asegurados en entidades filiales
- La actividad de los asegurados en entidades participadas
- Entidades adquiridas y de nueva creación

Los asegurados de dicha póliza son:

- Administrador y Directivo (tanto los activos como los ya jubilados)
- Empleados
- Personas mientras actúen en funciones ejecutivas o de gestión
- Cónyuge, pareja de hecho y herederos

Las principales coberturas son:

- Gastos de aval concursal
- Multas y sanciones administrativas
- Gastos de investigación
- Gastos de emergencia y gestión de crisis
- Gastos de publicidad y restitución de imagen
- Gastos de extradición
- Gastos de defensa en supuestos de responsabilidad penal de la entidad

SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL PARA DIRECTIVOS Y ADMINISTRADORES SOCIALES

LA PROTECCIÓN QUE NECESITAS PARA TOMAR DECISIONES CON TRANQUILIDAD

MAPFRE
Tu aseguradora global de confianza

Entrega y recogida de mercancía.
Atención telefónica las 24 horas.

91 699 27 92

**SOLUCIONES
EN
POST-IMPRESIÓN
Y ACABADOS**

**NUEVO
SERVICIO DE
CONTRAENCOLADO
Y RETRACTILADO**

GRUPO **P**
NEO **B**
S
F

www.gruponeo.com

Pol. Ciudad Industrial ciudad de Parla, C/ Londres Nº 66 . 28983 Parla (Madrid) . Tel.: 91 699 27 92



Te
INTERESA

NEOBIS PRESS 157

WINDOWS 7: EL FINAL DEL SISTEMA OPERATIVO

AUTOR: Marco Antonio Lozano Merino, Responsable de servicios de ciberseguridad para empresas y profesionales INCIBE

WINDOWS 7 ES UNO DE LOS SISTEMAS OPERATIVOS DE MICROSOFT QUE MEJOR ACEPTACIÓN Y USO HA TENIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS. SU USO ES, Y HA SIDO MUY EXTENDIDO TANTO EN HOGARES COMO EMPRESAS. NO OBSTANTE, A PARTIR DEL PRÓXIMO 14 DE ENERO DE 2020, Y DESPUÉS DEL COMPROMISO DE LA COMPAÑÍA A OFRECER 10 AÑOS DE SOPORTE, DEJARÁ DE CONTAR CON ACTUALIZACIONES, SEGÚN INFORMAN DESDE SU PÁGINA OFICIAL. SI UTILIZAMOS ESTE SISTEMA OPERATIVO EN NUESTRA ORGANIZACIÓN, HA LLEGADO EL MOMENTO DE BUSCAR UNA ALTERNATIVA ANTES DE QUE TERMINE EL SOPORTE OFICIAL

¿QUÉ PODRÍA OCURRIR SI CONTINUÓ CON WINDOWS 7 DESPUÉS DEL FIN DE SOPORTE?

Tras la fecha anunciada por el fabricante de Redmond, **utilizar Windows 7 tendrá aparejado un riesgo para la privacidad y seguridad de la organización**, debido a varios factores

- **Microsoft dejará de solucionar cualquier problema o fallo de seguridad que se descubra en este sistema operativo.** Esto conlleva graves implicaciones sobre la seguridad y privacidad de los equipos, ya que las vulnerabilidades descubiertas no serán parcheadas y los ciberdelincuentes podrán valerse de ellas para comprometer los ordenadores afectados. Además, tampoco recibirás nuevas funcionalidades ni mejoras a las ya existentes.
- **El hardware poco a poco dejará de ser compatible.** Los fabricantes de hardware (impresoras, micrófonos, terminales de venta, etc.), dejarán de desarrollar componentes compatibles con Windows 7.
- **El software también dejará de ser compatible.** Las aplicaciones, al igual que sucede con el hardware, dejará con el tiempo de ser compatible, ya que no es rentable invertir en desarrollos para un sistema operativo obsoleto. Esto, además de afectar a la funcionalidad de las herramientas, **también afectará a la seguridad del equipo.** Al dejar de recibir actualizaciones de las aplicaciones obsoletas, no se corregirán los errores y fallos de seguridad descubiertos.



¿CÓMO MIGRO A UN NUEVO SISTEMA OPERATIVO?

Para migrar de Windows 7 a un nuevo sistema operativo evitando contratiempos o deterioros en la calidad del servicio, habrá que llevar a cabo una serie de pasos y comprobaciones.

El primer paso será realizar un inventariado de todo el *software* y *hardware* existente en la empresa. Este paso será de vital importancia, ya que esto nos permitirá verificar con antelación si el nuevo sistema operativo seleccionado es compatible o no.

DETERMINAR A QUÉ SISTEMA OPERATIVO SE QUIERE MIGRAR

Para ello hay que realizar una serie de comprobaciones previas:

- si el *hardware* utilizado en los ordenadores y periféricos es compatible con el nuevo sistema operativo;
- si el *software* utilizado en Windows 7 es compatible con el nuevo sistema operativo; y en caso de no serlo, si existen versiones o alternativas a ese software para el nuevo sistema operativo.

Principalmente, existen tres tipos de sistemas operativos a los que se podría realizar la migración: Windows (actualizando la versión), Chrome OS, Mac OSx, Linux u otro basado en Unix. Determinar qué sistema operativo seleccionar dependerá de las necesidades de cada empresa, ya que cada sistema cuenta con una serie de ventajas y desventajas con respecto a los otros dos.

REALIZAR PRUEBAS EN UN ENTORNO CONTROLADO

Antes de migrar el equipo utilizado por un trabajador es recomendable realizar pruebas en un entorno controlado, que deberá contar con los mismos componentes de software y hardware que se utilizarán en los equipos finales.

Una vez se comprueba que todos los sistemas y aplicaciones necesarios (nóminas, facturación, CRM, producción, etc.) funcionan en un entorno de pruebas, podremos pasar a actualizar los equipos de los empleados.

REALIZAR COPIAS DE SEGURIDAD

Para asegurarse que no se pierde ningún dato en el proceso de migración hay que realizar copias de seguridad de toda la información que contenga el dispositivo, tanto de documentos como la utilizada por las aplicaciones.

Cambiar de sistema siempre es algo que altera las labores cotidianas, pero todas las empresas deberían tenerlo presente en su política de actualizaciones de software. Continuar utilizando Windows 7 tarde o temprano pondrá en riesgo la seguridad y privacidad de tu organización y por lo tanto su continuidad. No lo dejes para el último día, comienza a migrar a un nuevo sistema operativo.





Windows 7

7





CO-CREACIÓN Y DESIGN THINKING: CÓMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO

AUTOR: Víctor Solvas, colaborador de Hispack



En la segunda temporada de los Simpson, Homer conocía a su hermanastro, un exitoso hombre de negocios del sector automovilístico que muy pronto queda encandilado por la aparente normalidad de su familia recién descubierta. Herb –así se llamaba el hermanastro– ve reflejado en Homer al americano medio y decide darle plenos poderes para diseñar el coche de sus sueños: The Homer. Un automóvil dividido en dos cúpulas, con un claxon que dejaba sonar ‘La Cucaracha’, tapicería de terciopelo y una escalera para subirse. Un engendro con un precio de venta de 82.000 dólares que arruinó a Herb.

El empresario se dejó llevar por el entusiasmo de conocer a su nueva familia y cometió diversos errores a la hora de confeccionar su nuevo coche, como no supervisar el proyecto, no atender a las advertencias de sus trabajadores

A PESAR DE QUE LA CO-CREACIÓN Y EL DESIGN THINKING SON DOS METODOLOGÍAS CONOCIDAS, SU APLICACIÓN NO ESTÁ TAN EXTENDIDA COMO PODRÍA PRESUMIRSE. SIN EMBARGO, LOS EXPERTOS CONSIDERAN QUE HABLAR CON EL USUARIO ES LA ÚNICA VÍA PARA EVOLUCIONAR E INNOVAR

y, como no, confiar en el cafre de Homer. Sin embargo, Herb hizo algo bien: **preguntar a su potencial consumidor**. El capítulo se emitió en 1991 y, como es habitual en los Simpsons, avanzaba algunas de las tendencias empresariales más en boga de la actualidad, como son el design thinking y la co-creación.



La directora de operaciones de DIME Work, Anna Busquets, analizó en la última edición de Hispack el efecto de estas metodologías en la evolución de los productos con la conferencia **'Cómo la co-creación y el Design Thinking mejoran la experiencia de usuario' y empezó explicando por qué estas fórmulas se han vuelto imprescindibles.** "Antes las marcas nos decían qué era lo que estaba bien, pero ahora el consumidor está en el centro, la relación se ha vuelto horizontal y debemos acercarnos a ellos para saber qué experiencias esperan y cómo podemos personalizarlas", resume.

De tanto citarla, la co-creación se ha convertido casi en un mantra en las empresas, pero al final no hay muchas que imiten el ejemplo de Herb Simpson. "Si nos paramos a pensar, ¿cuántas empresas nos preguntan qué queremos? En realidad no son tantas", considera Busquets, quien identifica diferentes niveles de co-creación que pueden depender tanto de las características de cada empresa como del lugar en que se encuentren.

"La co-creación no siempre se produce saliendo a buscar a tu consumidor, sino que se puede producir entre departamentos de la misma compañía; de la misma manera, estas metodologías están muy expandidas por Estados Unidos y Japón, mientras que en España la cultura de la colaboración y la experimentación no es tan grande", advierte. Aun así, la ejecutiva considera que **su aplicación acabará siendo imprescindible, ya que "es la única manera de evolucionar logrando generar productos que aporten valor".**

DESIGN THINKING, EL PROCESO INTEGRAL

Si la co-creación se sustenta en integrar al consumidor o a diferentes equipos de trabajo en el proceso de innovación, el design thinking propone una metodología mucho más planificada y completa que, según Busquets, **debe tener en cuenta tres cuestiones: viabilidad técnica, negocio y personas.** "Viabilidad porque el proyecto debe ser realizable, debe ser coherente con el modelo de negocio de la empresa y debe ser empático con el cliente, y aquí es donde la co-creación se integra en el design thinking", explica.



The background is a vibrant, abstract composition of overlapping organic shapes in shades of green, purple, and blue. A large red circle with horizontal white lines is in the top left. A red diamond with a white border contains a white icon of three stylized trees. A grid of white dots is positioned to the left of the diamond. The bottom half of the image features stylized green foliage and leaves.

el sector en verde

NEOBIS PRESS 157

ANALIZAMOS EL BORRADOR DE LA NUEVA NORMA PEFC

AUTOR: Sergio Ródenas,
colaborador Consultoría
Medioambiente neobis

SE HA HECHO ESPERAR, PERO EL BORRADOR DE LA NORMA NUEVA DE PEFC YA ESTÁ AQUÍ, Y A PRIMERA VISTA, PRESENTA MEJORAS SUSTANCIALES QUE HARÁN LAS AUDITORIAS MENOS SUBJETIVAS, REDUCIENDO ASÍ LAS OCASIONES EN LAS QUE ALGO QUEDE A LA INTERPRETACIÓN DEL AUDITOR. ESTO ES UNA GARANTÍA DE TRANQUILIDAD PARA AQUELLAS EMPRESAS QUE TIENEN SUS SISTEMAS PEFC CORRECTAMENTE IMPLEMENTADOS

Uno de los cambios críticos para la norma, aunque no tanto para el sector, es que **la norma amplía su alcance**, para incorporar, además del material forestal, material procedente de elementos agroforestales (árboles que no pertenecen estrictamente a los bosques) y productos no tangibles, como, por ejemplo, energía generada a través de biomasa.

El segundo cambio crítico, pero también de menor incidencia en el sector, es que **se ha revisado el sistema de Diligencia Debida**, haciéndolo aún más claro: se explica mejor, por ejemplo, cuándo es necesario realizar un análisis de riesgos sobre el origen del material utilizado y se concreta la obligatoriedad de lidiar con objeciones fundamentadas de terceros (quejas oficializadas al respecto de la idoneidad de los materiales utilizados).

En cuanto a **cambios estructurales**, toda la parte relacionada con la gestión general del sistema y requisitos básicos (procedimientos, formación, registros, etc.) se ha trasladado al principio de la norma. Esto tiene más sentido que anteriormente, cuando esta parte estaba prácticamente al final del documento.

También se aclara en este punto **qué registros deben archivers como evidencia** de haber revisado la certificación de los proveedores. Este era un punto que no quedaba claro para algunas entidades de certificación y que finalmente quedaba sujeto a la interpretación de los auditores.

Otra cuestión que se aclara en esta sección es **la auditoría interna, concretando qué es lo que debe revisar la Dirección de la empresa.**



Y finalmente en esta parte, **se amplía considerablemente el punto de gestión de reclamaciones**, entrando la norma a definir una metodología concreta para la gestión de no conformidades, plazos de respuesta y acciones correctivas, al estilo de otros sellos de cadena de custodia.

En cuanto a la manera de referirse al material certificado, aparecen nuevas opciones, una nueva declaración **100% PEFC Puro**, que representaría un material que no se ha mezclado con material controlado y la declaración **100% PEFC Reciclado**, para productos elaborados únicamente con materiales recuperados. Estas declaraciones serían opcionales y la declaración clásica, **100% PEFC Certificado**, seguiría siendo válida.

La norma también ha clarificado cómo se deben revisar los documentos de compra y los requisitos aplicables a la hora de emitir documentos de venta.

Otras mejoras a destacar son **aclaraciones en el funcionamiento del sistema de separación física**, el más utilizado por las empresas del sector, detallando cómo operar si se mezclan materiales y una explicación en detalle, muy esperada, sobre el sistema de créditos, que ahora cuenta con un punto específico.

En resumen, una norma mucha más clara y más sencilla de interpretar, tanto para auditores como para las empresas certificadas.





TU Tiempo

NEOBIS PRESS 157



UN PASEO POR EL BOSQUE DEAN EN BRISTOL

AUTOR: Carlos Utasá, viajes Tourhispan.

FUENTES CONSULTADAS: VisitBritain
y Amadeus Selling Platform

Sabes que el otoño ha llegado cuando paseas por un bosque y algo cruje bajo tus pies; son las hojas caducas que salpican el suelo. El de Dean es uno de los bosques más fascinantes y antiguos de Gran Bretaña. Este parque, bordeado por los ríos Severn y Wye y la ciudad de Gloucester, en otoño se convierte en una explosión de color. Las hojas de los majestuosos robles, hayas y alerces se tornan doradas y rojizas y los frutos silvestres hacen su primera aparición.

El antiquísimo bosque Dean fue coto de caza de la monarquía mucho antes de la conquista normanda. Hoy en día es un enorme lugar de gran belleza para pasear y explorar, repleto de flora y fauna donde encontrarás todo tipo de actividades, desde tirolinas hasta tiro con arco, así como atracciones naturales, cuevas y hasta con jabalís en libertad.

Visitas obligadas:

ABADÍA DE TINTERN

Tres décadas después del nacimiento de la orden cisterciense, fue a una pequeña comunidad de monjes a quienes se les concedió la tierra en la que fue fundada la Abadía de Tintern en el año 1131.

El rápido crecimiento de la comunidad, llevó a una expansión de los edificios monásticos durante la primera mitad del siglo XIII, momento de mayor gloria de Tintern, y cuya magnífica iglesia gótica iniciada en el año 1269 y concluida en 1301 aún domina este paisaje Galés. En la Edad Media y a pesar de la popularidad de la Abadía, tras la visita del Rey Eduardo II en 1326, los cistercienses la fueron abandonando paulatinamente debido al impacto de la Peste Negra entre los años 1348 y 1349 y





En la parte superior de esta página, de izquierda a derecha: Imponente vista del Castillo Goodrich. Raíces de árboles, rocas y musgo componen el peculiar paisaje de Puzzlewood.

A la izquierda, de arriba a abajo: Restos de la antigua Abadía gótica de Tinter. Reserva de vida silvestre de Slimbridge

posteriormente por los efectos del levantamiento de Gales entre los años 1400 y 1415.

PUZZLEWOOD

Entrar allí es hacerlo en un universo de caminos serpenteantes, árboles centenarios y fantásticas rocas de formaciones imposibles. Un ambiente tenebroso o hermoso según se mire, muy diferente a cualquier otro bosque que hayas visto. Puzzlewood ha sido el escenario elegido para rodar algunas series de televisión, así como éxitos de taquilla de Hollywood como Jack the Giant Killer o Harry Potter y las Reliquias de la Muerte. También se rumorea que estos bosques inspiraron al escritor JRR Tolkien para crear los bosques



de la Tierra Media en El Señor de los Anillos, por lo que pasear por ellos es como hacerlo por los reinos élficos del Bosque Negro y Lothlórien, mientras sorteas raíces de Tejos retorcidas.

CASTILLO GOODRICH

Este viejo castillo, es una edificación medieval situada al norte del pueblo de Goodrich, en Herefordshire. Se alza desafiante sobre una colina rocosa y arbolada mirando hacia el río Wye y controlando el paso que separa Gales de Inglaterra. Hacia finales del siglo XVII y durante la Guerra Civil, el castillo se convirtió en Parlamento y en 1647 fue sitiado durante un largo periodo, hasta que finalmente quedó casi inutilizable y con la prohibición de reconstruirlo.

HUMEDAL SLIMBRIDGE

Esta reserva de vida silvestre cerca de Slimbridge en Gloucestershire, fue creada por el artista y naturalista Sir Peter Scott e inaugurada en noviembre de 1946. Posteriormente Scott fundó la Wildfowl & Wetlands Trust y

desde entonces ha abierto ocho reservas más por todo el país. Slimbridge comprende alrededor de 800 hectáreas de lechos de caña, laguna y marisma. Muchas aves acuáticas viven allí todo el año y otras migran hacia y desde sus lugares de cría en verano. Otras aves pasan el invierno allí, incluyendo un gran número de gansos de frente blanca y un número creciente de cisnes de Bewick. Además de tener la mayor colección del mundo en cautividad de aves silvestres, Slimbridge participa en la investigación y proyectos de numerosos programas de cría de aves. El público puede visitar la reserva durante todo el año y participar en sus actividades educativas.

Otras atracciones de interés dentro del bosque Dean son: El Dean Forest Railway, Clearwell caves, Raglan Castle y el International Centre for birds of Prey.

Para el desplazamiento lo más cómodo es volar hacia Bristol, existen compañías Low Cost como Easyjet con vuelos directos desde algunas ciudades españolas.

LECTURA RECOMENDADA

Libro recomendado por Adolfo Olmos García-Calamarte, CEO de TEyPE, empresa neobis a la que hemos entrevistado en este número de la revista:

UNA HISTORIA DE ESPAÑA

Arturo Pérez Reverte

“El último libro que he leído, un repaso sencillo y subjetivo de la historia de España. Se lee muy rápido y fácil de entender, entretenido y divertido.”

.....

Libro recomendado por Daniel López Fernández, alumno de Islas Filipinas y autor de la portada de este número de neobispress:

WABI-SABI

Leonard Koren

“Es un libro muy breve, se lee en una tarde, y te introduce a la filosofía wabi-sabi (término japonés que se basa en la idea de encontrar la belleza en la imperfección). Lo recomendaría a cualquiera que le interese el arte o la estética.”

Libro recomendado por José Antonio Pompa, Director Consultoría Jurídico-Laboral neobis:

¡BUEN CAMINO!, EL SALUDO QUE LO CAMBIÓ TODO EN RUTA A SANTIAGO

Josepe García de Miguel

“Tanto si has hecho el Camino como si no, la lectura de este libro no es indiferente. Tras su lectura, aparte de sonreír, te replanteas las cosas importantes de la vida y, por qué no, hasta puede que prepares tu mochila para ir a Santiago caminando.”





SISTEMA AUTOMÁTICO DE CORTE DE TARJETAS

UCHIDA

AEROCUT NANO PLUS

Sistema de corte automático de tarjetas de visita.

Alta velocidad de producción, 126 tarjetas personales/min.

Sistema de alimentación por succión de aire patentado UCHIDA "Tri-suction".

Equipo perfecto para tarjetas de visita, flyers, tarjetones, felicitaciones, fotografías ...

EQUIPOS IMPRESCINDIBLES EN IMPRENTAS

SISTEMA AUTOMÁTICO MULTIFUNCIÓN. HENDIDO, CORTE Y PERFORADO

UCHIDA

UCHIDA AEROCUT ONE

Sistema multifunción automático de corte longitudinal y transversal, hendido de peine y perforado.

Sistema de alimentación por succión de aire patentado UCHIDA "Tri-suction".

Gramaje admitido desde 120 hasta 400 gramos.

Preselección de trabajos en memoria 268 trabajos, personalización 150 trabajos.

Registro lector de marca y lectura de código de barras.



www.opqsystems.net

Hable con nosotros
hoy mismo:
919 902 175 - 936 850 015



Su confianza nos abre
un mundo de posibilidades
Your confidence open us
a world of possibilities



Servicio de corte
y entrega a medida
Cut service and
tailor made delivery



MB PRIME FBB
MB PRO FBB BRIGHT
MB CLASSIC FBB

¡NUEVAS REFERENCIAS,
DESCÚBRELAS!

LISBOA - MADRID - BARCELONA - LYON