

# neobis press

REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA • Nº159





#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](http://heidelbergshop.es)



**HEIDELBERG**

**Heidelberg Spain**

Crta. de l'Hospitalet, 98-108. 08940, Cornellà de Llobregat  
Tel: 93 4 75 80 00 , [www.heidelberg.com](http://www.heidelberg.com)

# LA CONFIANZA

Editorial



Un año más, un nuevo estudio del sector, y una situación de inmovilidad en todos los parámetros importantes de nuestra actividad.

El sector no contrata más, apenas factura más, apenas obtiene mayores beneficios, apenas invierte, el número de empresas permanece estable... En definitiva, es difícil adivinar la dirección que llevamos, porque la quietud nos puede dar indicios de un estado de ánimo pero no de la trayectoria ni del trazado que vamos a recorrer. Pero algo es seguro, el sector está. Quieto, pero aquí sigue.

Realmente, ni las empresas ni el sector tienen capacidad intrínseca para estar quietos. Lo que realmente se desprende de los números es una falta de confianza de las personas que actúan en el sector. Y no es para nada criticable. Seguro que cada uno tiene sus legítimas razones para hacer lo que más convenga a sus intereses.

Tampoco es cuestión de dirimir dónde reside esa falta de confianza, cada cual sabrá. Lo que sí sabemos es que la desconfianza está originada por el temor. Por el temor a perder algo que tenemos, a no cumplir las expectativas, al fracaso, a ser juzgados, a no ser queridos... De nuevo, cada cual sabrá.

En momentos como estos emerge con más fuerza la duda. La voz de la teoría económica dice que hay que invertir para ser competitivos y crecer. La voz interior dice que queremos vivir en paz y que la sostenibilidad de la empresa es suficiente y está por encima del crecimiento permanente.

Llegados a este momento es bueno escuchar e informarse, pero siempre hemos de tener presente que es una decisión no delegable. Que los consejos pueden ser bien intencionados pero el dinero y el riesgo es nuestro. Nosotros seremos los únicos responsables de las consecuencias y no debemos descargar la responsabilidad en nadie más.

Lo que sí cabe hacerse es esta pregunta: ¿Qué es lo más importante que tengo, la empresa o la vida? Si has contestado lo primero, es que has identificado tu vida con la empresa. Defiende la empresa, porque si la pierdes te quedas sin vida.

Si has contestado que lo más importante es la vida, haz lo que creas que debes hacer, pero jamás consentas que la empresa te quite la vida. Eso solo depende de ti y es lo más preciado que tienes.





#### Edita

Asociación Empresarial de la Comunicación Gráfica.  
Adherida 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  
Marco Antonio Lozano Merino  
Carlos Utasá  
Alberto Martín San Cristobal

#### Publicidad neobispress

publicidad@neobis.es

#### Diseño y maquetación

Eduardo Molina Varas

#### Autor de portada

Gerson Lozano Gutiérrez, estudiante de primer curso del Grado Superior de Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia en el IES Islas Filipinas, Madrid.

#### Imprime

Estudios Gráficos Europeos, S.A.  
Dep. Leg. M. 9.805-2000

El interior de este número ha sido impreso en papel Sappi|Magno Plus Gloss 130gr y la cubierta en papel Sappi|Magno Gloss 300gr cedidos a neobis.

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.

Algunas páginas han sido diseñadas utilizando recursos gráficos de uso libre de Freepik.com y Pexels.com.



## SUMARIO

### ASOCIACIÓN AL DÍA

- 5 **NEOBIS PRESENTA EL INFORME ECONÓMICO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA**
- 6 **IV EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS**
- 8 **NEOBIS VISITA EL IES ISLAS FILIPINAS**

### DESCUBRIENDO EL SECTOR

- 13 **EL INFORME ECONÓMICO DEL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA**
- 16 **GERSON LOZANO GUTIÉRREZ, GANADOR DE LA IV EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS "DISEÑA LA PORTADA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA"**
- 20 **DIGICOM ATRAE A NUEVOS EXPOSITORES**
- 21 **GALLUS GENERA UN GRAN INTERÉS EN EL OPEN HOUSE DAY ORGANIZADO EN FEBRERO DE 2020**
- 24 **CUANDO ES IMPORTANTE, ES EN BLANCO Y NEGRO**
- 26 **GRÁFICAS ANDURIÑA APUESTA POR LA ESPECIALIZACIÓN Y ADQUIERE UNA PRENSA INDUSTRIAL DIGITAL INKJET FUJIFILM JET PRESS 720S**
- 30 **CASO DE ÉXITO DE CANON**





- 32 EL CLIENTE DEVORADOR DEL MARGEN
- 34 HP DESPLIEGA SU ECOSISTEMA PARA LA IMPRESIÓN DIGITAL EN 3D EN ADVANCED FACTORIES 2020
- 36 ¡SALDREMOS DE ESTA!

**SOLUCIONES NEOBIS**

- 40 ADAPTACIÓN DE LA JORNADA
- 42 ¿PARA QUÉ SIRVE LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO?

- 44 **DESACELERACIÓN ECONÓMICA E INCREMENTO DE LAS INSOLVENCIAS EMPRESARIALES**
- 46 **LA NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS EN EL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA**

**TE INTERESA**

- 49 **LA "INGENIERÍA SOCIAL", EL PEOR ENEMIGO DE UN EMPLEADO**

**EL SECTOR EN VERDE**

- 53 **¿Y QUÉ HACEMOS CON EL PLÁSTICO?**

**TU TIEMPO**

- 57 **EL FIORDO DE HARDANGER, NORUEGA**
- 60 **LECTURA RECOMENDADA**



# asociación **al Día**

NEOBIS PRESS 159





# NEOBIS PRESENTA EL INFORME ECONÓMICO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

El pasado 27 de febrero la Asociación de la Comunicación Gráfica presentó el estudio económico de referencia del sector ante la presencia de más de 70 empresas asociadas.

El Estudio de neobis, trata de trasladar a las empresas datos realistas de la situación del sector, con el único fin de que las empresas conozcan las tendencias existentes y cuenten con otro elemento más para elaborar sus estrategias.

El Estudio de neobis constituye una auténtica fuente de información para la toma de

decisiones. Se analizan los datos globales del sector a través de diversas segmentaciones, tanto de actividad como de tamaño, por facturación o por resultados.

No obstante lo anterior, neobis ofrece la posibilidad a sus socios de profundizar en otros segmentos más próximos a la actividad de sus empresas, ofreciéndoles informes agregados y anónimos con más de veinte ratios sobre su competencia directa. De esta manera, las empresas asociadas pueden contar con una visión más afinada de las diferencias que tienen con otros actores de su mismo mercado.



# LA IV EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS “DISEÑA LA PORTADA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA” LLEGA A 46.000 PERSONAS

La cuarta edición del concurso neobispress “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica” ya tiene ganador. Entre los diez proyectos finalistas, el trabajo más votado en Facebook ha sido el de Gerson Lozano Gutiérrez, alumno del IES Islas Filipinas de Madrid, con 1.645 likes.

Gerson Lozano Gutiérrez es alumno de primer curso del Grado Superior de Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia en el **IES Islas Filipinas de Madrid**. Su proyecto será la portada del número 159 de neobispress, revista de la Asociación de la Comunicación Gráfica, que se envía a 1.000 empresarios del sector. Además, el alumno recibirá una cámara réflex **CANON EOS 250D**.

En esta cuarta edición del concurso neobispress “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica” han participado **155 alumnos de 21 centros de Formación Profesional de Artes Gráficas de 12 provincias españolas**.

El 13 de febrero se subieron al canal de Facebook de neobis los 10 trabajos finalistas elegidos previamente por el jurado del concurso,

formado Raúl García Magán, director general de Gruponeo, 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, Gonzalo Oliveros, responsable de marketing y CRM de Gráficas Aries.

Del 13 al 20 de febrero se han podido votar en el canal de Facebook de neobis los proyectos finalistas consiguiendo el ganador 1.645 likes.

## LAS CIFRAS DEL CONCURSO EN REDES SOCIALES

La publicación en el canal de Facebook de neobis ha tenido **un alcance viral de 46.228 personas, 6.522 clics, 9.540 interacciones y se ha compartido 934 veces**.

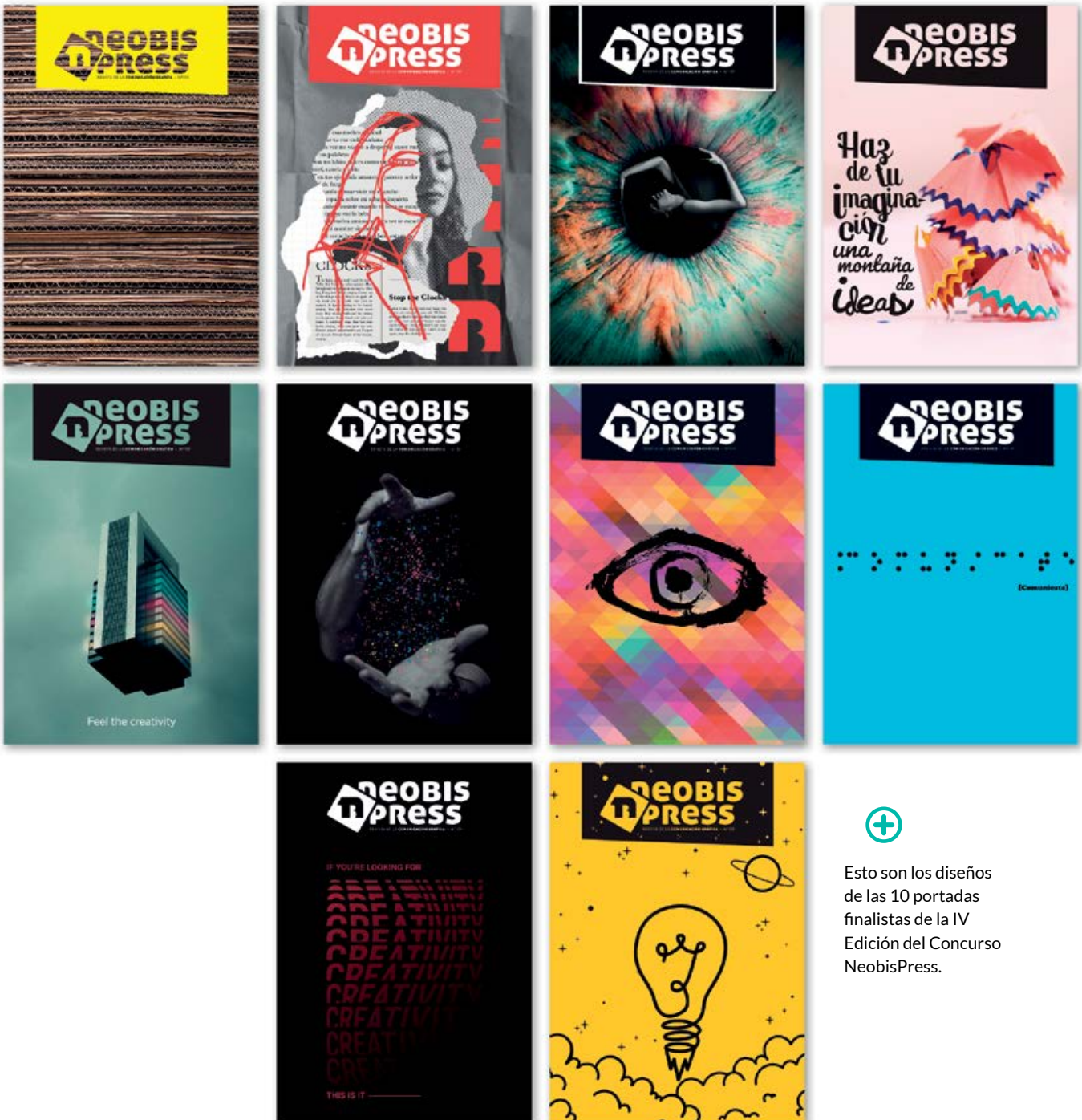
Debido a este éxito y para premiar el esfuerzo y el trabajo de los finalistas, además del proyecto ganador que será la portada 159, otros tres trabajos, los más votados, también se publicarán en los sucesivos números de la revista de la Comunicación Gráfica y recibirá



cada uno de ellos una cámara CANON IXUS 285 HS.

Siendo estos los siguientes:

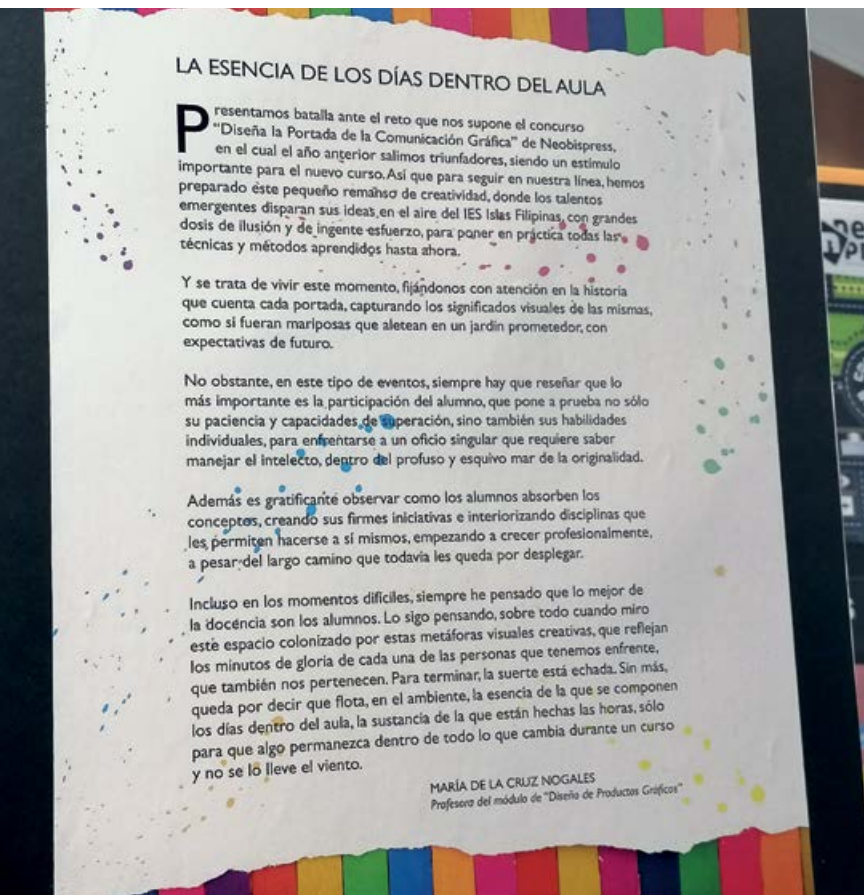
- El proyecto de Paula Peralta de la Escola Antoni Algueró (1.158 votos) será la portada de neobispress 160 (se publicará en julio de 2020).
- El proyecto de Jonathan Gil Urán del Centro Educativo Ponce de León (500 votos) será la portada de neobispress 161 (se publicará en octubre de 2020).
- El proyecto de David López Melchor del IES Luis Buñuel (320 votos) será la portada de neobispress 162 (se publicará en enero de 2021).



Esto son los diseños de las 10 portadas finalistas de la IV Edición del Concurso NeobisPress.



# NEOBIS VISITA EL IES ISLAS FILIPINAS



Cartel de la profesora del módulo de "Diseño de Productos Gráficos" María de la Cruz Nogales.

**El IES Islas Filipinas nos invita a vivir desde el aula la preparación del concurso "Diseña la portada de la Comunicación Gráfica".**

Llegamos al centro una mañana de enero y saludamos a la directora del centro, Justa Acedo, y a los profesores de Formación Profesional de Artes Gráficas.

Nuestra expectación es máxima ya que nos van a mostrar los mejores diseños realizados por los alumnos del centro. Efectivamente, no nos equivocamos, en la sala conviven los vestigios de la primera y única Escuela de Artes Gráficas que había en Madrid con los originales y actuales diseños de los alumnos de Formación Profesional.

En esta exposición vemos los trabajos realizados para el concurso de portadas de la revista en su cuarta edición, en el que participan por cuarto año consecutivo y una pequeña muestra de portadas realizadas en años anteriores. Participan los alumnos de los ciclos de Grado Superior de "Diseño y gestión de la producción gráfica" y "Diseño y edición de publicaciones impresas y multimedia".

Tal y como nos explica la profesora del módulo de "Diseño de Productos Gráficos", María Cruz Nogales, se trata de un *"pequeño remanso de creatividad, donde los talentos emergentes disparan sus ideas en el IES de Islas Filipinas con grandes dosis de ilusión y de ingente esfuerzo, para poner en práctica todas las técnicas y métodos aprendidos hasta ahora"*. Continúa comentando que *"es gratificante observar como los alumnos absorben los conceptos, creando sus firmes iniciativas e interiorizando disciplinas que les permiten hacerse a sí mismos, empezando a crecer profesionalmente, a pesar del largo camino que todavía les queda por desplegar"*.



# DIGI COM

FERIA DE IMPRESIÓN DIGITAL Y COMUNICACIÓN VISUAL

ORGANIZAN:



6 - 8 / OCTUBRE  
**2020**

## MUESTRA TODO TU POTENCIAL

---

RESERVA TU ESPACIO  
TE ESPERAMOS

---

W W W . D I G I C O M E X P O . E S

Los profesores destacan la ilusionante participación de los alumnos, y lo gratificante que supone para ellos constatar cómo ponen en práctica los conceptos y técnicas que les han enseñado.

Los alumnos, por su parte, nos comentan la importancia de trabajar “bajo presión” dado el poco tiempo que han tenido para finalizar los trabajos. Han puesto a prueba sus capacidades, sus habilidades y valoran como una oportunidad la posibilidad de entrar en contacto con las nuevas tecnologías. Algunos se han sorprendido de su forma de crear al tenerlo que hacer de la nada.

Después de la interesante jornada, constatamos que se ha conseguido uno de los objetivos del concurso que es el fomento y el reconocimiento de la creatividad de los estudiantes de los ciclos de formación profesional de la familia de Artes Gráficas.

Con todo ello, solo nos queda por manifestar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas, tanto alumnos como profesores, que han sumado esfuerzos y entusiasmo para realizar esta exposición y hacer posible la participación del centro en el concurso.



Arriba: Grupo de las mañanas del módulo de “Diseño de Productos Gráficos”.

Abajo: Grupo de las tardes del mismo módulo.





Cuerpo offset, alma digital.

# OFFSET **ROAD**

*...Y OLVÍDATE DE MUCHOS LÍMITES*



**Impremia IS 29**  
KOMORI CORPORATION

En el camino hacia  
la fusión **offset-digital**



- Tecnología impresión inkjet UV en hoja.
- Formato máximo: 585 x 750 mm.
- Resolución: 1.200 x 1.200 dpi.
- Grosores de 0,06-0,6 mm en impresión una cara y 0,06-0,45 mm en volteo.
- Velocidad máxima: 3.000 iph una cara y 1.500 iph en volteo.
- Imprime en un amplísimo abanico de materiales y/o soportes.
- No exige trabajar papeles especiales, previamente tratados o certificados.
- Alta calidad de impresión tipo offset.
- Curado LED-UV instantáneo.



902 906 980 - [info@omcsae.com](mailto:info@omcsae.com)

**KOMORI**



# DESCUBRIENDO EL SECTOR

NEOBIS PRESS 159



# EL INFORME ECONÓMICO DEL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

**El sector en su conjunto permanece plano en lo que se refiere a facturación, resultados y afiliación.**

**El mejor perfil responde a las empresas de etiquetas o impresión comercial con facturación superior a seis millones de euros.**

Algunos de los indicadores nos muestran un sector plano, con escasa inversión y con una mejorable confianza en el futuro. Otros, nos permiten ver **un sector con mayor actividad pero con una disminución de los ratios de rentabilidad y margen de beneficio.**

**La afiliación de trabajadores a la Seguridad Social se ha estancado**, apenas crece en 147 trabajadores en toda España respecto del año 2018.

El número de empresas se mantiene aunque se observa un incremento de las compañías con facturación superior a tres millones de euros, sin que ello suponga un incremento de la cuota de mercado de este segmento.

Continúa el descenso del número de desempleados demandantes de empleo en el sector. Debemos entender que esta circunstancia se produce por la pérdida de confianza y de expectativas de encontrar empleo en el sector,



EL PASADO DÍA 27 DE FEBRERO NEOBIS PRESENTÓ UNA NUEVA EDICIÓN DEL INFORME ANUAL DEL SECTOR EN EL QUE SE ANALIZA LA SITUACIÓN DE LAS EMPRESAS TANTO DE FORMA COLECTIVA COMO DESAGREGADA.

DEL ANÁLISIS DE LOS DATOS DE ESTE NUEVO ESTUDIO DE NEOBIS SE DESPRENDE UN SECTOR MÁS SANEADO, CON UN MENOR RATIO DE ENDEUDAMIENTO EN TODOS LOS SUBSECTORES Y SEGMENTOS DE FACTURACIÓN.



ya que las empresas no están incorporando trabajadores de forma significativa.

Cabe mencionar el incremento de los accidentes de trabajo en el sector durante el año 2018. Aunque el 99,65% son de carácter leve, el mero incremento fue suficiente para situar al sector en el foco de la Inspección de Trabajo. No obstante, se entiende que este incremento, del 14%, es consecuencia de una mayor actividad y no hay razones objetivas que indiquen que haya una relajación en la observancia de las medidas de salud laboral en el sector.

La **facturación del sector** está próxima a los 5.700 millones de euros, creciendo por cuarto año consecutivo, aunque apenas alcanza el 1% de incremento.

Respecto del **resultado del ejercicio**, el sector mejora. No porque gane más sino porque las empresas en negativo, pierden menos.

## POR SUBSECTORES

Atendiendo a la facturación, la **impresión comercial** representa el 61,3% de los ingresos y sus empresas acumulan el 60,1% de los resultados. Los ingresos de estas empresas se han incrementado un 5,17% en los dos últimos años.

Permanece la tendencia a la baja del subsector de **etiquetas** en todos los ratios que miden el resultado. Todos los segmentos de facturación ven deteriorado el margen de beneficio y su EBIT reducido. El factor más probable es el crecimiento de la oferta en mayor porcentaje que la demanda. No obstante, sigue estando entre las actividades más exitosas.

Las empresas de **impresión digital de gran formato**, obtienen mejores números en su conjunto que en ejercicios precedentes. Sigue siendo el subsector con mayor ratio de endeudamiento pero casi diez puntos menor que hace unos años.

El **libro color da muestras** inequívocas de

las exigencias a las que le somete las características de su mercado, con una caída de los resultados significativa respecto de 2016. La presión creciente de los clientes en un sector tan reducido en número de empresas y los problemas sanitarios de los países asiáticos, podrían incluso llegar a generar problemas de producción para el sector editorial.

El subsector de  **encuadernación**, que ha visto reducido el número de empresas desde el co-





mienzo de la crisis en más de dos tercios, fue especialmente castigado en 2018. Es probable que esta caída se deba a la disminución de los productos susceptibles de ser encuadrados y a la reducción de los precios de venta.

Hay empresarios que no se conforman con observar cómo se estrechan los márgenes, en un sector donde sigue habiendo más actores o, en todo caso, más capacidad productiva instalada de la que se necesita.

Nuevos materiales, servicios publicitarios, marketing digital y productos audiovisuales se van instalando poco a poco en nuestras empresas como actividades de mayor valor añadido. Y aunque conviven con las actividades clásicas, las complementan y se están haciendo un hueco cercano a un tercio de los ingresos del sector. Año tras año, las líneas divisorias entre los sectores vinculados a la comunicación están más difusas.

Vista general de los asistentes de más de 70 empresas asociadas a la presentación del Informe Económico de Referencia del Sector.



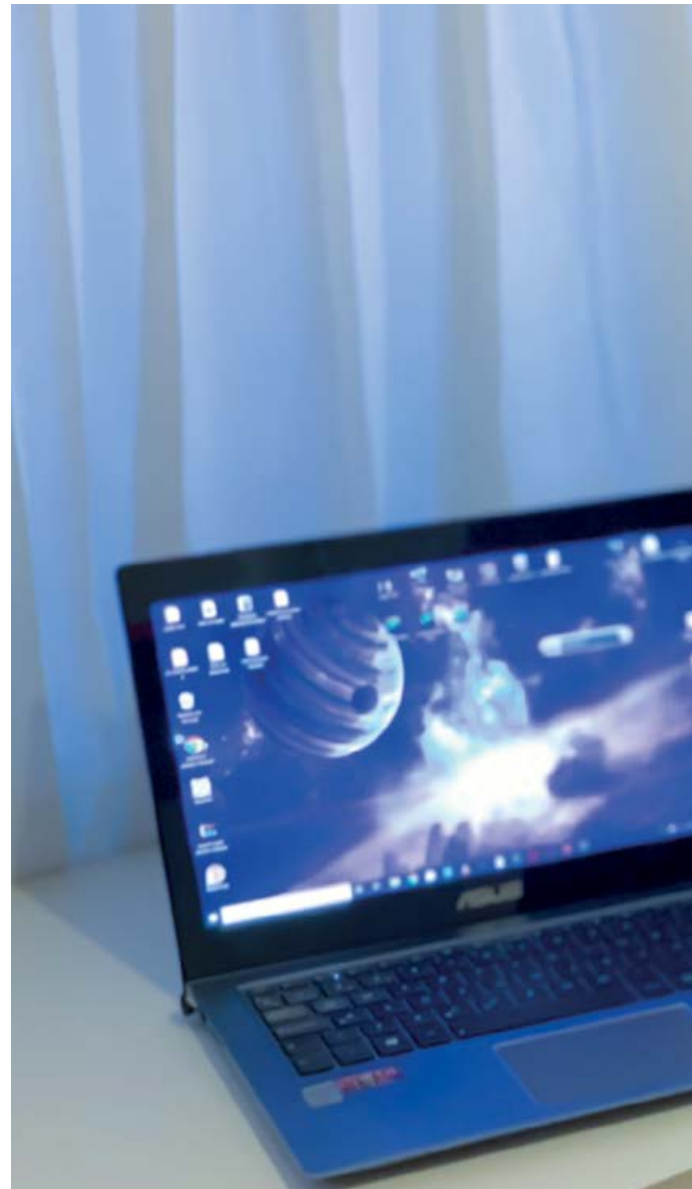
# ENTREVISTA A GERSON LOZANO GUTIÉRREZ, IES ISLAS FILIPINAS

## ¿QUÉ TE HA MOTIVADO A PARTICIPAR EN EL CONCURSO NEOBISPRESS?

Todo empezó en una excursión realizada por mi instituto al C!print de Madrid, en Septiembre de 2019. Ese día me acerqué a un stand con el nombre de Neobis a pedir folletos y revistas de la asociación. Fue en ese momento cuando me hicieron saber que unos meses después íbamos a tener la oportunidad de poder participar en este concurso. Desde ese instante despertó en mí una pequeña ilusión, ya que nunca anteriormente había participado en uno de tal magnitud. A partir de entonces, empezó mi camino en la búsqueda de la mejor portada que podría realizar en base a la "Comunicación gráfica".

## ¿EN QUÉ TE HAS INSPIRADO PARA REALIZAR EL PROYECTO QUE HAS PRESENTADO AL CONCURSO?

Desde un primer momento tuve claro que mi portada tenía que estar inspirada en la mirada del ser humano. En todo aquello que transmite, tanto sentimientos como emociones, ya que pienso que el ojo es uno de los medios más importantes para comunicarnos con las personas. Decidí centrar el foco de atención de mi portada sobre todo en la pupila, que nos expresa a través de su lenguaje lo que puede estar pasando a nuestro alrededor.





No fue fácil encontrar qué podría encajar a la perfección en ella, hasta que un día, indagando en un banco de imágenes, encontré una imagen en la que una persona, en este caso una bailarina, se agarraba al tutú de una forma un tanto peculiar. Encajaba a la perfección, pudiendo plasmar con exactitud en una sola imagen lo que quería transmitir.

### ¿CÓMO HA SIDO EL APOYO DE TUS PROFESORES Y COMPAÑEROS?

Ha sido excepcional. Tanto mis profesores como mis compañeros me apoyaron en el momento en que supieron que había sido elegido como uno de los diez finalistas del con-

curso. Me hicieron sentir que no solamente yo estaba ilusionado por haber sido finalista sino que así también lo sentían las personas que me rodean día a día.

### ¿NOS PODRÍAS CONTAR CÓMO HAS VIVIDO EL CONCURSO?

Ha sido una de las semanas más intensas de mi vida. Fue un largo camino, lleno de muchas emociones, en el que mi pareja, padres y hermanos siempre estuvieron a mi lado apoyándose en ese afán por poder llegar al mayor número de personas posibles para así dar a conocer mi portada y poder conseguir más y más votos. Gracias a familiares, amigos, ami-



Gerson Lozano Gutiérrez, el ganador de la IV Edición del Concurso Neobis-Press "Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica".



gos de amigos y conocidos que compartieron y me apoyaron. Fue increíble como tanta gente de muchos países me apoyó en este concurso tan importante para mí. Quiero agradecerles a todos y cada uno ellos, porque sin duda algunos esforzamos muchísimo en esta experiencia, una de las mejores de mi vida.

### SI HUBIESES TENIDO QUE VOTAR DOS FINALISTAS ¿CUÁLES HUBIESEN SIDO?

Sin duda alguna votaría a la portada de Paula Peralta de Escola Antoni Algueró, por su increíble trabajo, ya que pienso que su diseño es muy creativo y elaborado. También votaría por la portada de Jonathan Gil Urán de Ponce de León porque, aunque sea muy sencilla, el mensaje que transmite es grandísimo. Para mí, ha sido un honor haber sido uno de los finalistas junto a ellos y los demás.

con pocos recursos, pero siempre intentando transmitir y compartir un mensaje. Decidí comenzar este ciclo formativo porque quiero aprender muchas más cosas relacionadas con el mundo de la industria gráfica tan presente hoy en día entre nosotros. Aprendo muchas cosas nuevas a diario, tanto en las clases como en los talleres, en los que podemos desarrollar más nuestra creatividad y descubrir nuevas facetas que desconocíamos de nosotros mismos.

### ¿CÓMO TE GUSTARÍA QUE FUERA LA EMPRESA EN LA QUE COMIENCES TU VIDA LABORAL?

Me gustaría que fuera una empresa en la que todos los trabajadores nos sintamos bien, motivados por realizar nuestra labor diariamente, que haya empatía y buena comunicación para poder desarrollar nuestro trabajo de la manera más efectiva, donde se practique la escucha activa y que los empleados nos sintamos orgullosos de pertenecer a dicha empresa.

### ¿QUÉ ES PARA TI LA COMUNICACIÓN GRÁFICA? CÓMO DEFINIRÍAS EL SECTOR?

Para mí, la comunicación gráfica es un elemento fundamental para poder transmitir un mensaje a través del lenguaje visual. Pienso que a día de hoy, el sector de la industria gráfica sigue creciendo, creando nuevas aplicaciones y siempre pensando en el futuro. También creo que es un sector lleno de retos nuevos que impulsan a la innovación y superación de las grandes empresas para ayudar al desarrollo y al crecimiento.



Gerson Lozano Gutiérrez junto a dos compañeros de primer curso del Grado Superior de Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia.

### ¿POR QUÉ DECIDISTE COMENZAR EL CICLO DE GRADO SUPERIOR DE DISEÑO Y EDICIÓN DE PUBLICACIONES IMPRESAS Y MULTIMEDIA?

Desde pequeño siempre me ha fascinado la edición, tanto de foto como de video. Me encanta crear composiciones a diario, crear una idea en mi mente y luego trabajar en ello con mi ordenador como herramienta de trabajo,

### CIENTOS DE EMPRESARIOS DE COMUNICACIÓN GRÁFICA LEERÁN ESTA ENTREVISTA, SI TUVIERAS QUE ELEGIR TRES ADJETIVOS PARA DEFINIR A TU "JEFE O LÍDER" PERFECTO ¿CUÁLES SERÍAN?

Los tres adjetivos que definirían a mi "jefe o líder" perfecto serían: empático, ambicioso y auténtico.




¡A partir de  
ahora más de  
**3000 productos**  
impresos para  
sorprenderte!


[www.onlineprinters.es](http://www.onlineprinters.es)

IMPRIMIMOS  
LO QUE  
NECESITAS :


RESULTADO  
DE CALIDAD.

PRECIO  
ECONÓMICO.

 Más de 1 millón de  
clientes satisfechos

 30 años de experiencia  
como imprenta

 Servicio  
competente

 Envío estándar  
gratuito

 **ONLINEPRINTERS**

IMPRIMOS CALIDAD AL MEJOR PRECIO



# DIGICOM

FERIA DE IMPRESIÓN DIGITAL Y COMUNICACIÓN VISUAL

# ATRAE A NUEVOS EXPOSITORES

DIGICOM sigue creciendo con más de 60 expositores confirmados que representan a más de 200 marcas en la próxima edición de la feria de impresión digital y comunicación visual que tiene lugar en IFEMA.

Las buenas impresiones de la primera edición están atrayendo a nuevos expositores que quieren participar por primera vez en la feria de impresión digital y comunicación visual.

Tras el acuerdo firmado entre la dirección de DIGICOM y las principales asociaciones del artículo publicitario y promocional, muchas empresas del sector han decidido dar su apoyo a la feria de impresión digital y comunicación visual para presentar sus novedades en productos y servicios. Algunas de las empresas que ya han confirmado su asistencia son: Paul Stricker, Jumar Sport, JHK Trader, Asleón, Camilo Vilas, CIFRA, Stanley & Stella, Banderas del Sur, Páginas & Trofeus España S.L. o Comercar.

Otro de los sectores que está creciendo en DIGICOM son las empresas distribuidoras y fabricantes de maquinaria para bordado y personalización textil entre las que se encuentran Víctor Adujar Maquinaria o Hilos Madeira; y el sector del soft signage que en esta segunda edición ha atraído nombres como Banderas Garsan y Promic (Showdown Displays).

Entre los nuevos participantes en esta segunda edición podemos destacar a Vafe Publicidad, PMA Product, Sublimet, Rotulatienda, Plastgrommet, Imedisa, Futura Teck, Eurotecma, Signs Plaza, Click Printing, DHP Comerpa o Copy Print que completan los distintos sectores en los que Digicom apuesta como servicios de impresión, fabricantes y distribuidores de maquinaria de impresión, fabricantes y distribuidores de maquinaria de corte y acabado, o empresas de venta de componentes y consumibles para la impresión digital y la comunicación visual.

DIGICOM sigue creciendo y no solo por parte de empresas que quieren repetir la experiencia de la primera edición, también de nuevas empresas que se están preparando para exponer sus novedades en productos y servicios, por primera vez, en la feria de impresión digital y comunicación visual DIGICOM.







# GALLUS GENERA UN GRAN INTERÉS EN EL OPEN HOUSE DAY

Más de 130 visitantes se congregaron en el Gallus Open Day, que tuvo lugar el pasado 6 de febrero en la localidad suiza de St. Gallen. Los dos sistemas de impresión Gallus Labelmaster y Gallus Labelfire fueron presentados en vivo en el Print Media Center Label. Además de las demostraciones en vivo, el Foro de Conocimientos fue testimonio de varias discusiones e intercambio de opinión entre los expertos en impresión, que hablaron, entre otras cosas, sobre los últimos desarrollos relacionados con la baja migración, así como la aplicación del blanco en la impresión digital. El primer Open Day de Gallus 2020 estuvo

MÁS DE 130 VISITANTES SE CONGREGAN EN EL GALLUS PRINT MEDIA CENTER LABEL, EN SUIZA. DEMOSTRACIONES EN VIVO DE LOS EQUIPOS GALLUS LABELMASTER Y GALLUS LABELFIRE. CENTRADOS EN LA BAJA MIGRACIÓN Y LOS MÓDULOS DIGITALES.



Thomas Schweizer, gerente de Product Management en Gallus, habló sobre el futuro digital de la producción de etiquetas.





A PARTIR DEL  
TERCER TRIMESTRE DE  
ESTE AÑO EXISTIRÁ LA POSI-  
BILIDAD DE INCLUIR EN CADA  
SISTEMA DE IMPRESIÓN GA-  
LLUS UNA UNIDAD DIGITAL  
CON TECNOLOGÍA INKJET  
E IMPRESIÓN EN BLANCO



centrando en la muestra de soluciones y aplicaciones innovadoras de Gallus y Heidelberg para la producción inteligente de etiquetas. Los visitantes pudieron ver en primera persona como es una producción eficiente de etiquetas de última generación, así como las últimas novedades presentadas en la pasada Labelexpo: Gallus Labelfire, con la Digital Embellishment Unit (DEU, Unidad Digital de Embellecimiento) y el nuevo método denominado Digital Metallic Doming, un nuevo método utilizado en impresión rotativa con el que se consiguen efectos metálicos impresionantes que, de otra manera, serían imposibles de conseguir en superficies de plástico.

Por su parte, Gallus Labelmaster presentó su nueva Digital Printbar y la nueva unidad de corte rotativa.

## PARA LO DIGITAL, GALLUS ES SU PARTNER

Durante el Gallus Open Day 2020 quedó demostrado lo rentable que es la producción de etiquetas con Gallus Labelfire, capaz de imprimir 70 metros por minuto. Este equipo híbrido cuenta con un corazón digital y una unidad de impresión de inyección de tinta con siete colores. En la presentación en vivo, la Gallus Labelfire llevaba consigo integrada la Unidad Digital de Embellecimiento (DEU), con la que se imprimieron productos alimentarios terminados y embellecidos. Los efectos digitales en foil y las texturas conseguidas dejaron impresionados a los asistentes.

## TEMAS CLAVE: BAJA MIGRACIÓN Y MÓDULOS DIGITALES

La nueva Digital Printbar integrada en el sistema de impresión Gallus Labelfire fue presentada con todo lujo de detalle durante el workshop de Digital Modules. Ahora, todos los equipos Gallus podrán imprimir en blanco con esta nueva unidad integrada de impresión digital con tecnología inkjet y se espera que salga al mercado durante el tercer trimestre de este año 2020.



Durante la jornada, los visitantes pudieron ver en mayor profundidad cómo es posible la producción eficiente de etiquetas con Gallus Labelmaster Advanced, que puede alcanzar una velocidad de producción de hasta 200 metros por minuto. Otro de los highlights de la jornada fue la charla de expertos sobre los requisitos de baja migración, uno de los temas más relevantes dentro del mercado de impresión de etiquetas.

El próximo evento para clientes e impresores interesados tendrá lugar a mediados de junio (los días 18-20 y 22-23 concretamente) en las instalaciones de Heidelberg, en Alemania, durante el evento paralelo que realizarán mientras dure la feria Drupa 2020, en Dusseldorf.



Durante la jornada los visitantes pudieron presenciar la máxima eficiencia en la producción de etiquetas, posible gracias al sistema de impresión Gallus Labelmaster Advanced, que cuenta con una velocidad de producción de hasta 200m/min.





# CUANDO ES IMPORTANTE, ES EN BLANCO Y NEGRO

La serie PrimeLink B9100 de Xerox establece un nuevo estándar en monocromo al imprimir documentos de una manera más rápida, mejor y más inteligente.

Xerox ha anunciado la nueva impresora multifunción de la **serie B9100 de Xerox PrimeLink™**,

que es la primera impresora multifunción diseñada para satisfacer las demandas de productividad de la fuerza de trabajo conectada.

Los documentos importantes en nuestras vidas como certificados de nacimiento, contratos, informes médicos, resultados de exá-





menes, siguen siendo predominantemente impresos en monocromo. De hecho, el 63% de toda la impresión se sigue haciendo en blanco y negro (Pronóstico monocromático de producción en EE. UU. y en el mundo, 2019-2023, IDC). Es la impresión que se requiere cuando el tiempo es crítico y a bajo coste.

*“Nuestros clientes buscan una mejor calidad, velocidad, mayor producción y acabados escalables con una huella de carbono que se adapte a cualquier entorno de producción”, dice Terry Antinora, vicepresidente y director general de Workplace Solutions Offerings, Xerox. “Dada la fuerte demanda de impresión en blanco y negro, estamos invirtiendo tanto en el hardware como en la conectividad y los flujos de trabajo que esperan nuestros clientes, ya sea en un entorno de producción o de oficina”.*

En el lugar de trabajo, la conectividad y la automatización del flujo de trabajo son fundamentales para transformar la forma en que se hace el trabajo. La serie PrimeLink B impulsará la productividad con el acceso a la Galería

de aplicaciones de Xerox, que alberga más de 80 aplicaciones ConnectKey que automatizan procesos de trabajo intensivo, integran flujos de trabajo y se conectan a sistemas empresariales clave, ya sea en el sector educativo, legal, gubernamental, sanitario o en otros sectores.

Para las plantas y talleres de impresión, la impresión de producción pequeña conlleva los mismos desafíos de la impresión de gran volumen, pero en un área pequeña. Flexible y escalable, la serie PrimeLink B se adapta a pequeñas imprentas o puede expandirse para incluir una amplia gama de opciones de alimentación y acabado profesional para satisfacer las necesidades de cualquier entorno de impresión en planta. Ofrece la mejor calidad de imagen de su clase en una amplia gama de medios, incluyendo material de mayor gramaje y capacidad de hoja larga que permite nuevas aplicaciones de impresión.

PrimeLink está certificado para el registro de la EPEAT Global y cumple con las directrices de Energy Star 3.0.



# GRÁFICAS ANDURIÑA



Socios y Directivos de Gráficas Anduriña.

## GRÁFICAS ANDURIÑA (POIO, PONTEVEDRA) APUESTA POR LA ESPECIALIZACIÓN Y ADQUIERE UNA PRENSA INDUSTRIAL DIGITAL INKJET FUJIFILM JET PRESS 720S

Gráficas Anduriña es una Empresa puntera establecida en Poio (Pontevedra) desde 1982, que destaca por su sólida estructura empresarial, un equipo humano de alta cualificación y la más avanzada tecnología a disposición de sus clientes. Durante casi cuarenta años ofrece soluciones de Preimpresión, impresión y

acabados de la más alta calidad, con una amplia experiencia tanto en el mercado nacional como internacional y realiza todo tipo de proyectos gráficos de alta gama, desde el diseño hasta el manipulado final, con un total control de su proceso productivo, siempre con la máxima calidad, como ha sido una constante en su larga trayectoria profesional. Recientemente ha adquirido una prensa industrial digital inkjet de alimentación por pliegos formato B2, **Fujifilm Jet Press 720S**, suministrada por Cyan, S.A.

Para Gráficas Anduriña el trato con sus clientes es parte fundamental de su política de empresa. Esta compañía que ha apostado principalmente por la especialización, ha tenido que hacer numerosos reajustes para adaptarse a los tiempos



actuales, siempre sobre la base de proporcionar la mejor calidad en sus productos. La empresa está certificada en color tanto en preimpresión como en impresión para poder ofrecer a sus clientes las máximas garantías del mercado.

La estructura de Gráficas Anduriña se apoya en sus departamentos comercial, oficina técnica y producción, con gran capacidad técnica y herramientas suficientes para dar respuesta, rápida y eficaz, a los encargos de impresión. Todos los departamentos mantienen contacto permanente con los clientes, ayudándoles a conseguir el mejor resultado posible. Para ello cuentan con la tecnología más avanzada y abarcan todo el proceso de producción, desde la creatividad hasta el producto final, completándolo con un sistema de gestión integral de envíos, y todo ello sujeto a continuos controles de calidad por normativa interna. Con una plantilla estable de cerca de cuarenta empleados, apuesta por la experiencia y alta cualificación de su personal logrando así adaptarse a un mercado gráfico en constante evolución.

Desde hace muchos años, esta moderna Empresa, confía en los sistemas Fujifilm y por este motivo, se ha decantado recientemente por **la incorporación de una prensa industrial inkjet,**

**modelo Fujifilm Jet Press 720S, que le va a permitir aumentar su competitividad en gran variedad de trabajos y tiradas.** *“La diversidad de producción que proporciona este sistema es casi ilimitada”* comenta D. J. Emilio Arán, Presidente de Gráficas Anduriña *“La utilización de papeles estándar y el hecho de poder manipular el producto impreso o terminarlo de múltiples maneras, dota de la máxima flexibilidad a nuestro porfolio y nos va a permitir desarrollar productos de impresión de gran calidad para muchas aplicaciones”.*

*“La idea de adquirir esta prensa industrial inkjet nace de la necesidad de integrar en nuestro parque de maquinaria un sistema de alta tecnología, capaz de producir trabajos de máxima calidad, diferenciados y rentables”* añade D. Juan Carragal, Director de Producción de Gráficas Anduriña. *“Fujifilm Jet Press 720S permite obtener imágenes de vivos colores y trabajos con un detalle minucioso. La utilización de cualquier tipo de papel aporta un valor añadido a la hora de reducir los costes y planificar las producciones. Esperamos con esta adquisición, poder producir con este sistema de manera progresiva, gran parte de nuestra oferta: libros, catálogos de empresa, folletos, cartelería, calendarios y todos aquellos trabajos de tiradas cortas y dato variable, que nuestra especializada cartera de clientes nos vaya demandando. Ade-*

Sistema de alimentación por pliegos formato B2 Fujifilm Jet Press 720S.



más supone una simplificación de los procesos de acabado, y su compatibilidad con nuestra maquinaria auxiliar como plegadoras, tren de cosido, plastificadoras, etc., para completar un producto de máxima calidad es total”.

Gráficas Anduriña desde sus inicios mantiene un fuerte compromiso con el medio ambiente y trata de reducir el impacto resultado del desarrollo de su actividad. Está especialmente implicada en la gestión de los residuos, así como en el origen responsable de materias primas forestales, por lo que desde 2011 la certificación en cadena de custodia FSC y PEFC forma una parte importante de la política medioambiental de la Empresa. El hecho de que esta prensa industrial inkjet, permita imprimir sobre la mayoría de soportes de impresión estándar y acabados convencionales, gracias a la integración de un sistema de imprimación de rápida coagulación (RCP), y a la utilización de tintas Fujifilm Vividia (CMYK) de base acuosa y certificada para su utilización en los sectores de juguetería y alimentación, ha sido determinante a la hora de optar por esta tecnología.

Dña. Lucía Pastoriza añade: “Nosotros aplicamos una gestión sostenible del papel, un material realizado con árboles que son plantados para este fin

y que se renuevan cada vez que son talados. Esto a veces no llega al público porque se cree que los soportes digitales son más ecológicos, pero eso no es exacto”.

Con esta instalación Fujifilm alcanza ya las nueve unidades instaladas de sistemas FujifilmJet Press en la península ibérica y al respecto **D. Luis González Caridad, Director General de Cyan, S.A.**, nos informa: “Son muchas las ventajas que este sistema va a aportar al proceso de producción gráfica y en concreto a Gráficas Anduriña, con quien mantenemos una estrecha relación comercial desde hace ya muchos años. La implicación de nuestra Empresa en la comercialización y expansión de este nuevo sistema de altísimas prestaciones, es total ante los grandes beneficios que ofrece esta tecnología de impresión a nuestra industria y no solo por sus ventajas competitivas en cuanto a costes, rendimiento o calidad y estabilidad de color respecto a los actuales sistemas, sino por los importantes avances en cuanto a impacto y responsabilidad ambiental. El trabajo que ha realizado FUJIFILM en este aspecto es simplemente soberbio, no solo porque permite obtener un pliego óptimo a la primera, con el consiguiente ahorro de papel, sino porque estamos ante la prensa digital industrial de cuatro colores y alimentación por pliegos, formato B2, más rápida del mercado”.

Instalaciones de Gráficas Anduriña en Poio, Pontevedra.





# 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](http://www.valorizacionmedioambiental.com)  
[comercial@valorizacionmedioambiental.com](mailto:comercial@valorizacionmedioambiental.com)



valorización medioambiental



# SALESIANOS ATOCHA REFUERZA LA FORMACIÓN PROFESIONAL GRACIAS A LAS IMPRESORAS DE GRAN FORMATO DE CANON

El cuerpo docente de Salesianos Atocha necesitaba cubrir distintas necesidades de impresión en sus módulos de FP, y ha encontrado en Canon el socio tecnológico perfecto.

Las necesidades del centro educativo varían en función de cada ciclo formativo. Para realizar proyectos de Edificación y Obra Civil requerían equipos que pudieran imprimir los planos de los alumnos a una velocidad adecuada para que todos entregasen sus proyectos a tiempo. En el departamento de Artes Gráficas buscaban una alta capacidad de reproducción de imágenes, así como una elevada calidad fotográfica y de reproducción de colores e impresión de 3D lenticular. Por último, con los equipos antiguos, el módulo de Programación de la Producción no podía ver con claridad los detalles de sus piezas y cotas, porque imprimían en tamaños pequeños, lo que dificultaba el trabajo y aprendizaje de los alumnos.

De este modo, el centro apostó por diferen-

tes impresoras de gran formato de Canon para proporcionar la mejor formación para sus alumnos.

*“La mejor forma de evaluar los beneficios que estos dispositivos nos aportan es ver la formación de nuestros alumnos. Actualmente están muy bien valorados en las empresas, debido a que manejan estas tecnologías a la perfección y saben resolver cualquier problema porque trabajan de forma práctica con los equipos a diario”, afirmó Luis Alberto Guijarro, director del centro.*

## LAS IMPRESORAS DE GRAN FORMATO DE CANON, LA RESPUESTA A LAS NECESIDADES DE LOS MÓDULOS FORMATIVOS

Para cubrir estas necesidades, el centro confió en varios equipos Canon: las impresoras de inyección de tinta imagePROGRAF TM-300, la imagePROGRAF PRO-4000, la imagePROGRAF TX-4000 (gran formato de 44” que redefine la impresión de posters, CAD



y GIS) y la de sobremesa imagePROGRAF PRO-1000 (gran calidad en un sistema de 12 tintas para impresión en A2) para el módulo de Artes Gráficas.

También se decantaron por la impresora de inyección de tinta imagePROGRAF TM-305 (menos presión sonora y altas velocidades de impresión) en proyectos de Edificación y Obra Civil, y la imagePROGRAF TM-300 para los ciclos de Programación de la Producción.

Los alumnos y profesores de Artes Gráficas resaltaron la conectividad de los equipos Canon con el software que llevan asociados como uno de los principales beneficios. También destacaron la velocidad de los equipos, ya que gracias a ellos pueden cumplir sus ajustados plazos de entrega de los diseños.

En el campo de la Edificación y Obra Civil consideran que la fiabilidad de los colores de la obra que aparece en pantalla respecto a la que se imprime es muy elevada, algo que no les sucedía con otras impresoras.

Por su parte, en el módulo de Programación de la Producción se realizan impresiones de gran tamaño, por lo que se ven con claridad las cotas y todos los detalles de las piezas.

## UNA SOLUCIÓN CLAVE PARA EL FUTURO DEL ALUMNADO

Los alumnos pueden trabajar con ellos desde el primer momento dada su facilidad de uso. Todos estos beneficios derivan en un incremento notable de la eficacia y un gran ahorro en los tiempos de los trabajos y por consiguiente, en los costes.

*“Son los propios alumnos quienes utilizan los equipos, que destacan por su escaso mantenimiento, su fiabilidad y su sencillo manejo”,* afirmó Jesús García, profesor de la familia profesional de Artes Gráficas.

Por su parte, Maite Perea, profesora de la familia profesional de Edificación y Obra Civil,

hizo hincapié en las ventajas operativas que han logrado gracias a los equipos Canon: *“Hemos conseguido un alto ahorro de papel porque tenemos el ajuste deseado desde el principio. Así, lo que vemos en pantalla es fiel a lo que después se imprime”.*

El centro de formación Salesianos Atocha es capaz de ofrecer a día de hoy, gracias a la colaboración con Canon y su partner, Optimus Prices, la mejor educación posible a todos sus alumnos de FP de Artes Gráficas, Edificación y Obra Civil y Programación de la Producción. Los estudiantes se aprovechan de una doble ventaja. Por un lado, están en contacto permanente con las nuevas tecnologías. Por otro lado, se encuentran mucho más reforzados tecnológicamente, lo que incrementa sus posibilidades de incorporación al mundo laboral

*“Para una escuela de formación profesional es muy difícil estar al día en las nuevas tecnologías, porque requiere una inversión que no podemos afrontar, pero Optimus Prices y Canon nos facilitan estar en contacto con estas nuevas tecnologías para que los alumnos trabajen con ellas e incluso sean promotores de las mismas cuando se incorporen al mundo empresarial”,* destacó Luis Alberto Guijarro.





# BEST PRICE

## EL CLIENTE DEVORADOR DEL MARGEN

### AUTOR

Paco Ferrando,  
Consultor  
asociado de  
Palmart - Kyoba  
Consultores.

Es una realidad que los márgenes que esperamos obtener de cada trabajo que imprimimos sean cada vez más bajos, es decir hay que ajustar cada vez más los precios de venta a los costes de producción y distribución de los productos impresos para poder venderlos.

Nuestros clientes quieren ver cubiertos sus necesidades de calidad, fechas de entrega, etc. al menor coste posible, con la finalidad de optimizar al máximo sus compras y reducir sus costes.

Por tanto, ante un mismo intervalo de calidad y servicio, se van a decantar por aquel que ofrezca un precio más bajo. Queramos o no, el precio es un factor determinante a la hora de que nos encarguen el trabajo o que se vayan a la competencia.

Ante esta situación hay que plantearse qué acciones se pueden hacer para que la empresa siga siendo rentable y cumpla con su misión que es ganar dinero.

Podemos invertir en la última tecnología para producir más rápido y mejor.

Podemos intentar abrir nuevos mercados o ampliar la cuota de mercado.

También podemos invertir en conocimiento. Ya lo decían los griegos clásicos: "Conócete a ti mismo". Si aplicamos esta filosofía básica a la empresa podremos aplicar medidas desde el

conocimiento global de la misma que nos ayuden a mejorar, a adaptarnos y a ofrecer un mejor producto con precios competitivos. Desde el conocimiento sabremos qué inversiones hacer y cuáles no, a qué mercados nos debemos dirigir y sobre todo poder hacer previsiones de cuál será el impacto que tendrán en la rentabilidad de la empresa.

El conocimiento de los costes te dará argumentos para tomar decisiones de:

- **Inversión productiva** (invertir en nueva tecnología o invertir en mejora y optimización de los recursos disponibles)
- **Comerciales** (a qué clientes, qué productos y qué precios)
- **Reducción de costes** (en qué partidas del presupuesto se ha de hacer especial atención y tomar medidas)

Es una obviedad que cada empresa tiene unas limitaciones (capacidad de inversión) y unas necesidades, pero a través del conocimiento podrá medir y analizar cuales deben de ser las prioridades para mejorar y asentar su futuro.

Sin duda invertir en un estudio que cuantifique la realidad de la empresa y establezca los indicadores oportunos para que se disponga de la información necesaria para afrontar cualquier reto, es invertir en el futuro de tu empresa. Y además son inversiones mucho menos costosas que invertir en tecnología que quizás no necesites.



 GardaPat 13

 GardaMatt

 GardaPremium



EXCEPTIONAL ART NEEDS  
THE BEST PUBLISHING PAPERS

[www.torrasdistribucion.com](http://www.torrasdistribucion.com) [www.lecta.com](http://www.lecta.com)

 **LECTA**  
DISTRIBUTION  
GROUP

 **TORRASPAPEL**  
DISTRIBUCIÓN



# HP DESPLIEGA SU ECOSISTEMA PARA LA IMPRESIÓN DIGITAL EN 3D EN ADVANCED FACTORIES 2020

La compañía muestra su última solución de impresión en 3D, HP Jet Fusion Serie 5200, y su innovadora apuesta por servicios de impresión tridimensional de pago por uso para la fabricación y el consumo de materiales.

HP ha participado en la feria Advanced Factories, uno de los congresos de tecnología industrial más importantes del momento, que se celebra del 3 al 5 de marzo en Barcelona. HP desembarca en la muestra con la última







incorporación a su portfolio de soluciones en impresión en 3D, la solución HP Jet Fusion Serie 5200, y con su revolucionaria propuesta de servificación de su oferta de impresión en 3D (3DaaS). Con este nuevo modelo HP pretende facilitar a las empresas la integración de la impresión tridimensional en sus estrategias de fabricación, consciente de que la transición a la fabricación aditiva exige, además de la tecnología, nuevos modelos de adquisición que proporcionen la transparencia, la predictibilidad y la flexibilidad necesaria para hacer crecer el negocio.

“Nuestra propuesta para el mercado de la impresión en 3D contempla una amplia gama de soluciones innovadoras, un potente ecosistema de alianzas y modelos de pago basado en servicios que ayuden a derribar las barreras de la adopción de la impresión tridimensional en multitud de sectores industriales”, afirma Jaume Homs responsable de impresión 3D de HP para España y Portugal.

“Se trata de dar los primeros pasos para abanderar nuevos modelos que aceleren y den visibilidad a las capacidades que ofrece la fabricación digital”.

Como parte de su participación en Advanced Factories, Jaume Homs intervino en el congreso Industry 4.0, que se celebró de forma paralela a la feria, en la ponencia “Eficiencia en la fabricación digital”. En esta sesión se expuso cómo se complementa la fabricación digital con la fabricación convencional, también se analizó como maximizar la eficiencia en la fabricación digital desde tres ángulos diferentes: nuevos productos, cadena de suministro y sostenibilidad. Además, Homs finalizó la ponencia con un caso real en el que se aplicó todo lo expuesto.

**SOLUCIONES DE IMPRESIÓN EN 3D COMO SERVICIO: MAYOR FLEXIBILIDAD Y AGILIDAD EMPRESARIAL**



# ¡SALDREMOS DE ESTA!



Anna Oñate, CEO  
y cofundadora de  
OctoBoost.

El COVID-19 ha producido un gran impacto en la industria gráfica y el volumen de impresión disminuye a un ritmo sin precedentes... ¡pero lo superaremos!

Los cambios repentinos aceleran las transformaciones. Aprovechemos esta oportunidad para revisar nuestra forma de trabajar, implantar el trabajo a distancia, la flexibilidad y centrar nuestra energía en la optimización de procesos y la reducción de costes.

Anna Oñate, CEO y cofundadora de OctoBoost; la start-up interna de Sappi, da algunos consejos sobre cómo se puede utilizar la tecnología basada en la nube para mantenerse productivo desde cualquier ubicación, automatizar los procesos y al mismo tiempo reducir el perdido y el consumo de planchas y energía.

## REDEFINIENDO EL TELE TRABAJO



Trabajar desde casa se está convirtiendo en la norma. No sólo las herramientas de planificación de impresión añadirán valor, sino que las soluciones de videoconferencia como zoom.us y las de gestión de proyectos como Monday.com le ayudarán a contactar eficientemente y a distancia con los miembros de su equipo. OctoBoost sortea suscripciones anuales de estas herramientas para los participantes de su encuesta online de impresión,



junto con viajes a eventos gráficos de Tecnología e Innovación organizados para finales de este año (por ejemplo, el Web Summit en Lisboa, Print Next en Estocolmo, OctoFest en Amsterdam). También recibirá los resultados de esta encuesta.

Por cada encuesta completada por Responsables de Preimpresión y Sistemas, Directores Generales y Jefes de Ventas de cualquier imprenta, **OctoBoost donará 5 Euros a organizaciones locales que ayuden a mitigar el impacto del COVID-19.** Por favor, tómese 10 minutos para responder a la encuesta de impresión on-line en castellano.

## DISMINUIR LOS COSTES DE IMPRESIÓN

Las imprentas de hoja en Europa pierden de media un 25% del papel comprado, principalmente en los arranques y el blanco de las entrecalles. A medida que disminuye el número de copias, se hace más importante mejorar la eficiencia en este área y combinar tantos trabajos como sea posible en una sola forma impresora. La tecnología de imposición para agrupar trabajos, impulsada por la Inteligencia Artificial de OctoSprint reduce la pérdida de papel (hasta un 50%), el consumo de planchas (hasta un 40%) y aumenta la capacidad de impresión (hasta un 22%). El resultado supone reducir el número de formas de impresión y utilizarlas mejor. Todo ello generado por nuestra tecnología de aprendizaje por refuerzo autónomo a una velocidad impresionante. Añadimos automatización y flexibilidad para conseguir más pedidos.

## EL LADO SOSTENIBLE

El impacto ambiental también es significativo. Por ejemplo, una imprenta offset podría reducir su consumo de energía hasta en 1,5 MWh por cada 1.000 formas de impresión gracias a tiradas más largas, menos paradas y, por lo tanto, un menor consumo de energía. Esto equivale al consumo de cargar un smartphone 270,000 veces.



## IA CON ALTO RETORNO DE LA INVERSIÓN

OctoSprint está principalmente dirigido a imprentas con 100 o más trabajos al día. El equipo de OctoBoost con sede en Ámsterdam ofrece gratuitamente Octo-Diagnosis (simulaciones de 2 semanas de producción) para analizar sus procesos y cuantificar los ahorros que OctoSprint puede generar para su empresa: <https://www.octoboost.com/octosprint>.

**¡Hagamos que nuestra industria gráfica se levante y brille!**

**CONTACTA  
CON  
OCTOBOOST**

[info@octoboost.com](mailto:info@octoboost.com) 

## PARTICIPE EN NUESTRA ENCUESTA ONLINE

...¡y gane una de nuestras suscripciones a tecnología remota o viajes de innovación!



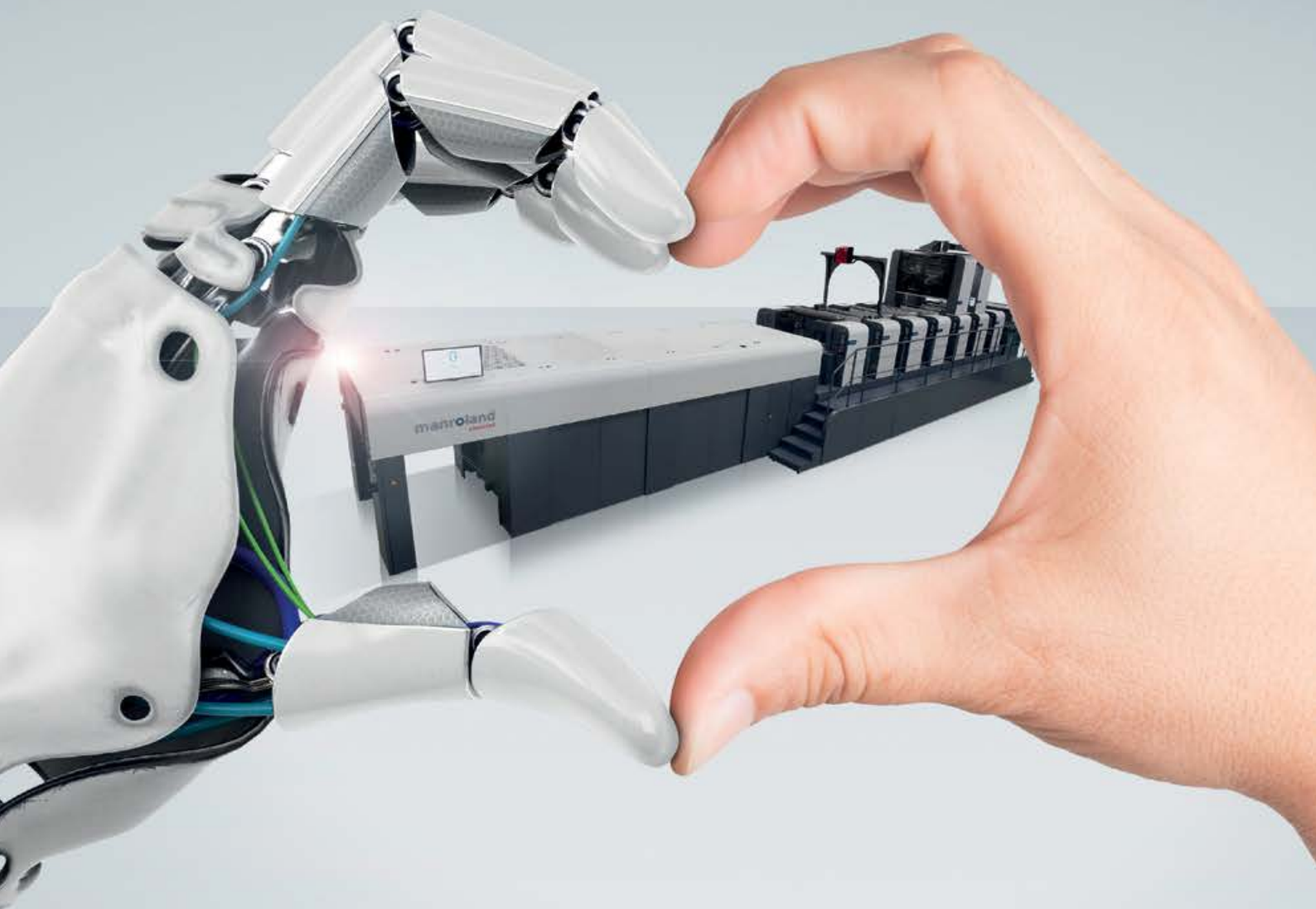


# SOLUCIONES

NEOBIS PRESS 159

**neOBIS**





## 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](http://manrolandsheetfed.com)

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

*Una compañía del Holding Langley plc.*



**manroland**  
sheetfed

**WE ARE PRINT.®**

# ADAPTACIÓN DE LA JORNADA

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

ARTÍCULO 34.8 ESTATUTO DE LOS TRABAJADORES: “LAS PERSONAS TRABAJADORAS TIENEN DERECHO A SOLICITAR LAS ADAPTACIONES DE LA DURACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA JORNADA DE TRABAJO...”

El pasado mes de marzo se publicó el Real Decreto – ley 6/2019, de 1 de marzo de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y oportunidades entre hombres y mujeres en el empleo y la ocupación. Además de abordar el tema de los planes de igualdad y la igualdad de remuneración por razón de sexo, temas que hemos tratado en artículos recientes, la norma modificó el apartado octavo del artículo 34 del Estatuto, siendo el resultado el siguiente:

“Las personas trabajadoras tienen derecho a solicitar las adaptaciones de la duración y distribución de la jornada de trabajo, en la ordenación del tiempo de trabajo y en la forma de prestación, incluida la prestación de su trabajo a distancia, para hacer efectivo su derecho a la conciliación de la vida familiar y laboral. Dichas adaptaciones deberán ser razonables y proporcionadas en relación con las necesidades de la persona trabajadora y con las necesidades organizativas o productivas de la empresa.





En el caso de que tengan hijos o hijas, las personas trabajadoras tienen derecho a efectuar dicha solicitud hasta que los hijos o hijas cumplan doce años.

En la negociación colectiva se pactarán los términos de su ejercicio, que se acomodarán a criterios y sistemas que garanticen la ausencia de discriminación, tanto directa como indirecta, entre personas trabajadoras de uno y otro sexo. En su ausencia, la empresa, ante la solicitud de adaptación de jornada, abrirá un proceso de negociación con la persona trabajadora durante un periodo máximo de treinta días. Finalizado el mismo, la empresa, por escrito, comunicará la aceptación de la petición, planteará una propuesta alternativa que posibilite las necesidades de conciliación de la persona trabajadora o bien manifestará la negativa a su ejercicio. En este último caso, se indicarán las razones objetivas en las que se sustenta la decisión.

La persona trabajadora tendrá derecho a solicitar el regreso a su jornada o modalidad contractual anterior una vez concluido el periodo acordado o cuando el cambio de las circunstancias así lo justifiquen, aun cuando no hubiese transcurrido el periodo previsto. Lo dispuesto en los párrafos anteriores se entiende, en todo caso, sin perjuicio de los permisos a los que tenga derecho la persona trabajadora de acuerdo con lo establecido en el artículo 37.”

Hay que aclarar que no se concede al trabajador un derecho de adaptación de la jornada, sino que lo que la norma prevé es un derecho a solicitar la adaptación de su jornada. La solicitud puede estar referida a:

- Duración de la jornada.
- Distribución de la jornada.
- Ordenación del tiempo de trabajo.
- Forma de la prestación de trabajo (trabajo a distancia).

Desde el pasado mes de marzo han sido muchas las solicitudes que han realizado los tra-

bajadores sobre la base de este artículo, con el fin de conciliar vida laboral y familiar, y todas ellas con dos objetivos principales: el primero evitar la rotación en los turnos de noche y el segundo lograr la adscripción fija al turno de mañana. De las mismas, varias son las que han llegado a los Juzgados de lo Social con suertes dispares, atendiendo a cada caso concreto.

Dado que, de momento, nada dice el Convenio Colectivo del sector, la empresa que reciba una solicitud en esta línea ha de abrir un período de negociación con la persona que lo solicita, siendo clave dejar constancia del mismo, dando entrada en el mismo a otros afectados como el superior o compañeros afectados. Si finalmente no es viable la solicitud, en la contestación que se de al trabajador ha de quedar claro que se ha producido la negociación y cuáles son los motivos, así como medidas alternativas a su solicitud.

A día de hoy, podemos decir que no se pueden establecer soluciones generales aplicables de forma indistinta a todos los supuestos, sino que ha de atenderse a cada caso concreto y ponderarse los distintos intereses en juego, siendo clave la razonabilidad de la petición del trabajador atendiendo a su puesto de trabajo y organización de la producción de la empresa (no es razonable que un oficial de impresión offset solicite prestar servicios a distancia, por ejemplo).

Si finalmente hay que acudir a los Juzgados de lo Social es fundamental que el empresario pueda demostrar que confluyen razones más poderosas, normalmente organizativas, que la solicitud del trabajador y que se han tratado de buscar las soluciones con conjuguen ambos intereses, sin encontrarse las mismas.

**CONTACTA  
CON NEOBIS**

912 437 400 

japompa@neobis.es 



# ¿PARA QUÉ SIRVE LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO?

**AUTORA:** Rosario Trasobares Almagro. Consultoría Jurídico-Laboral neobis.





## CUANDO SE CREA UNA EMPRESA O SE INICIA UNA ACTIVIDAD PROFESIONAL SIEMPRE SE HACE CON EL FIN DE QUE SEA RENTABLE, QUEREMOS QUE SEA UN ÉXITO. TENEMOS UNA MOTIVACIÓN CLARA PARA CONSEGUIR LOS OBJETIVOS MARCADOS PARA NUESTRO NEGOCIO

Esta motivación no puede ser la misma para todos los miembros que forman parte de nuestra organización. Los empleados de nuestra empresa tienen motivaciones distintas a la nuestra: el desarrollo de una carrera profesional, el mantenimiento a través de su retribución de su entorno familiar, etc. Sin embargo, todas las motivaciones coexisten y todas son perfectamente válidas. Además, podemos servirnos de la consecución de las motivaciones ajenas para lograr la motivación empresarial propia, que no es otra que alcanzar los logros propuestos como organización.

Aunque en otros artículos hemos hablado sobre la motivación y las formas de conseguir la misma, ahora vamos a entrar más en profundidad sobre la medición del desempeño de los empleados de la organización. Una manera de conseguir la motivación de los empleados es a través de la obtención de "premios" por un aumento de su productividad o de la mejora de su desempeño. El aumento de la productividad se entiende fácilmente ya que, desde un punto de vista clásico y fordista, se produciría aumentando tanto las unidades producidas como también o, directamente, el margen de beneficio obtenido de las mismas ya sea por el aumento de su margen de beneficio o por el aumento de las mismas y su venta.

Sin embargo, en otros puestos el aumento de la productividad es menos tangible, pero no por ello menos significativo y medible. Tanto desde un punto de vista más clásico, como desde un punto de vista más actual de la productividad de todos los empleados, su medición y ponderación son básicos para cualquier organización. Dejar de lado esta oportunidad, nos impide establecer mecanismos para aumentar tanto la motivación de los empleados como para premiar aquellos desempeños profesionales que merezcan un reconocimiento, ya que de no hacerlo puede producirse la pérdida de un talento que puede suponer y marcar la diferencia de nuestra empresa.

Para llevar a cabo esta tarea existe la evaluación del desempeño que, dependiendo del puesto a evaluar, será llevada a cabo de distinta manera. Todos estos métodos son y han sido contrastados, por lo que sus resultados son de enorme fiabilidad y ofrecen una información que, bien aprovechada, puede cambiar el rumbo de nuestra organización en pos del éxito empresarial.

**CONTACTA  
CON NEOBIS**

912 437 400 

[rtrasobares@neobis.es](mailto:rtrasobares@neobis.es) 



# DESACELERACIÓN ECONÓMICA E INCREMENTO DE LAS INSOLVENCIAS EMPRESARIALES





Diversos estudios elaborados por las principales compañías aseguradoras de crédito durante 2019, y en lo que llevamos de 2020, han puesto de manifiesto la tendencia bajista en las previsiones de crecimiento económico y del comercio mundial. Al escenario de contienda comercial entre los Estados Unidos y China, que tanto dio que hablar durante 2019, se han unido nuevos acontecimientos, como el coronavirus, que a corto plazo ha tenido una repercusión negativa en los mercados, y cuyo impacto económico final dependerá de la gravedad y la duración de la epidemia.

Teniendo en cuenta los datos publicados por Solunion, el comercio podría seguir creciendo en 2020 a un ritmo bajo, al +1,7%, mientras que la economía mundial seguirá perdiendo tracción (+2,4% después de +2,5% en 2019). Por su parte, Coface prevé que la tregua entre Estados Unidos y China no restituirá la confianza corporativa ni impulsará la industria o el comercio mundiales, ya que sólo el 23% de las medidas proteccionistas adoptadas entre 2017 y 2019 afectan a Estados Unidos o a China. El aumento del proteccionismo es, en este sentido, una tendencia global y perdurable, a la que las empresas deben adaptarse.

La economía española no es ajena a la tendencia mundial descrita. Además de verse afectada por las circunstancias comentadas anteriormente, otros elementos, como el Brexit y su repercusión sobre los presu-

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

puestos comunitarios de la UE, así como la incertidumbre política, están provocando la ralentización de sus principales indicadores económicos. En este sentido, el FMI ha rebajado la previsión de crecimiento económico de España al 1,6% y estudios económicos similares realizados por la OCDE, el Banco de España o el BBVA indican la misma tendencia.

La situación macroeconómica descrita incide en el contexto empresarial. Según los datos publicados por Solunion, este año las insolvencias empresariales podrían volver a aumentar en todo el mundo por cuarto consecutivo, hasta el + 6% interanual. El número de concursos para entidades jurídicas en España cerró 2019 con un incremento de +6% respecto a 2018 (0% en 2018 y -4% en 2017) y se prevé un nuevo aumento de +5% en 2020. Por sectores, construcción y servicios son los que registran el mayor número de concursos de personas jurídicas y representan el 50% de los ocurridos en 2019. Alimentación, con un porcentaje inferior (9% del total), muestra sin embargo una tendencia al alza superior a la media desde 2018 (+9,6% en 2018 y +18% en 2019).

Desde acredit podemos asesorarte en la mejora de los sistemas de control preventivos para la gestión del riesgo de insolvencias de tus clientes, y en la contratación de una póliza de seguro de crédito que cuente con las mejores condiciones y coberturas.



# NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS EN EL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

**AUTOR:** Alberto Martín San Cristóbal,  
Director General de Alaro Avant

El cumplimiento de la normativa de Protección de Datos es obligatoria para todas las empresas. En concreto, la normativa aplicable es el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (RGPD).

Por la peculiaridad del sector de la Comunicación Gráfica hay que destacar que las empresas de dicho sector necesitan cumplir lo mejor posible las obligaciones que impone el Reglamento Europeo de Protección de Datos (RGPD) por varios motivos:

## 1. TRABAJO EN RED

Hay proyectos de impresión que utilizan múltiples socios para el desarrollo de diferentes campañas de envío directo por correo lo cual, obviamente disminuye el control sobre el tratamiento de los datos (una empresa para encartes, otra para cotejar documentación, etc.)

## 2. IDENTIFICACIÓN DE "RESPONSABLES DE TRATAMIENTO" Y "PROCESADOR DE DATOS"

Una labor prioritaria para todas las empresas ubicadas en el sector de la Comunicación Grá-

fica sería identificar si la empresa estaría clasificada como **Responsable de Tratamiento** (determina los fines y los medios para los que se tratarán los datos personales) o **Procesador de Datos** (Procesa los datos en nombre del responsable del tratamiento. Por ejemplo, una imprenta).

## 3. REGISTRO DE ACTIVIDADES DE TRATAMIENTO

Tanto los responsables del tratamiento de datos como los procesadores de datos deben mantener registro de las actividades de tratamiento de datos (RAT).

## 4. DERECHOS DE CLIENTES

Es esencial que una empresa del sector de la Comunicación Gráfica ejecute los derechos que tendría todo cliente que quisiera ejercerlos en virtud del RGPD: Derechos de Acceso, Rectificación, Supresión, a la limitación de tratamiento, a la portabilidad y Derecho de Oposición.

Por ejemplo, si un cliente solicita a la empresa que se cancelen sus datos personales (o bien, que se interrumpa el tratamiento de los datos). Partiendo de la base de que las empresas, serían procesadores de datos, podría requerírseles que ayudasen a los responsables del tratamiento de datos con solicitudes de







cancelación, localizando los datos personales concretos para destruir o eliminar la solicitud de un responsable de tratamiento los datos.

## 5. SEGURIDAD Y PRIVACIDAD

Es obligatorio notificar a la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) toda brecha de seguridad que se produzca dentro de la empresa en un plazo máximo de 72 horas desde que se tiene conocimiento de la misma.

Para evitar sanciones y el daño de reputación que puede causar una violación de datos, las empresas deben mantener un estándar de seguridad lo más elevado posible.

Con la llegada del Internet de las Cosas y más dispositivos inalámbricos con acceso a redes, cada día surgen nuevas amenazas de ciberseguridad que tienen un gran impacto en las empresas de la comunicación gráfica. Las impresoras modernas requieren un enfoque de seguridad multicapa que podría abarcar: detección de dispositivos, prevención de intrusiones, detección de datos y documentos, etc.

## 6. SANCIONES Y DAÑO REPUTACIONAL

Si una empresa del sector de la Comunicación Gráfica no cumpliera correctamente las obligaciones que impone el RGPD podría enfrentarse a multas de hasta 20 millones de euros o del 4% de la facturación global anual, de ambas cantidades la AEPD sancionaría con la mayor. Asimismo, hay que destacar el daño reputacional que la situación anterior ocasionaría en la imagen de la empresa, con el consecuente deterioro no sólo de la imagen sino la posible pérdida de confianza de los clientes y por tanto el riesgo de rescisión de contratos e impacto negativo en los balances y cuentas de la empresa.

Con motivo del Convenio de Colaboración que neobis mantiene con Alaro Avant (Consultora especializada en Protección de Datos y Seguridad de la Información con 20 años de experiencia), los asociados de neobis podrán beneficiarse de los servicios de Consultoría que les ayudarán a cumplir con las obligaciones que impone el Reglamento Europeo de Protección de Datos (RGPD) y la Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales (LOPD-GDD), incluida la Externalización del Delegado de Protección de Datos (DPO).

Los asociados de neobis podrán acceder a los siguientes servicios:

- Consultoría RGPD para identificar las acciones requeridas para cumplir con el Reglamento Europeo Protección de Datos y la LOPD-GDD.
- Formación específica en Protección de Datos para las Empresas integradas en neobis.

Alaro Avant efectuará a los Miembros de neobis que contraten sus servicios profesionales la siguiente **promoción**:

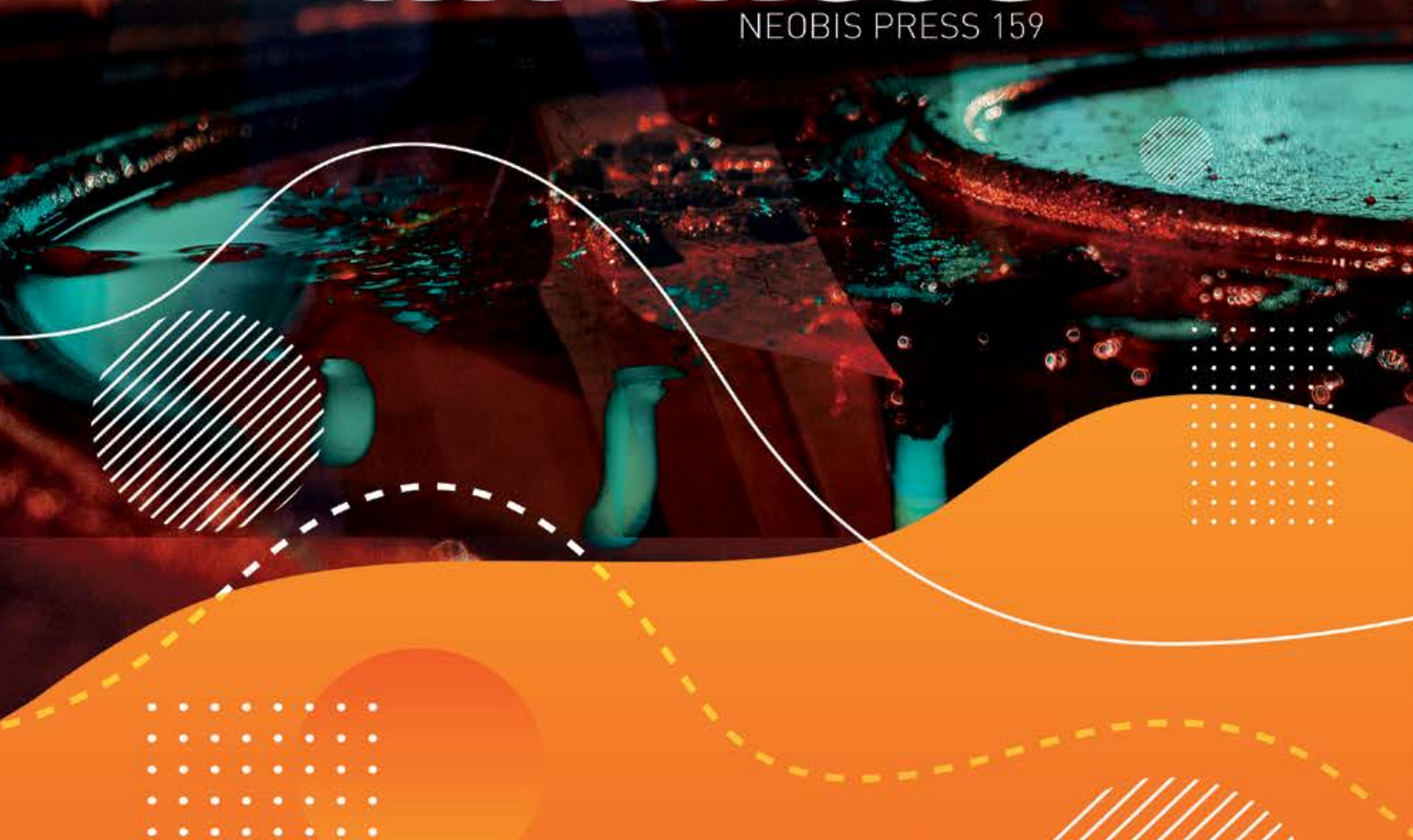
- 1. Un 10% de descuento en los Honorarios Profesionales de Alaro Avant.**
- 2. Un curso online sin coste sobre la aplicación del Reglamento Europeo de Protección de Datos (RGPD).**





# Te **INTERESA**

NEOBIS PRESS 159





# LA INGENIERÍA SOCIAL, EL PEOR ENEMIGO DE UN EMPLEADO

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

LA FÓRMULA PARA PROTEGERSE ANTE LOS ATAQUES DE INGENIERÍA SOCIAL ES CONOCER CÓMO FUNCIONAN. POR ELLO, TENEMOS QUE PROCURAR QUE TODOS EN LA EMPRESA RECIBAN LA FORMACIÓN Y CONCIENCIACIÓN SUFICIENTE PARA EVITAR QUE LOS CIBERDELINCUENTES CONSIGAN SUS OBJETIVOS. NO OLVIDES QUE LOS EMPLEADOS DE UNA EMPRESA SON LOS ELEMENTOS QUE MÁS HAY QUE REFORZAR EN LA CADENA DE LA CIBERSEGURIDAD

Cuando hablamos de ingeniería social, nos referimos a los ciberataques en los que se abusa de la buena fe de las personas para que realicen acciones que puedan interesar al ciberdelincuente. Si lo situamos en el contexto de la ciberseguridad, nos referimos a la manipulación psicológica que tiene como finalidad, por ejemplo, que un usuario haga clic en un enlace, descargue un archivo que infecte su equipo o revele información confidencial, ya sean datos personales, credenciales de acceso, información bancaria, etc.

En este contexto, a un ciberdelincuente le resultará más sencillo y económico lanzar ataques basados en el engaño o la manipulación que los que requieran de infraestructura o pericia tecnológica para explotar alguna vulnerabilidad informática, aunque con frecuencia se combinan. Así, además del concepto de

VIP, que todos relacionamos con personas famosas, de alto nivel, categoría o posición, hay que añadir el concepto de VAP (*Very Attacked Person*), acuñado por Proofpoint. Un ejemplo de ambos conceptos lo podríamos ver en el CEO de una empresa, considerado VIP, y que con el tiempo ha pasado a ser el objeto de los ciberdelinquentes, como ocurre en el *whaling*, el phishing dirigido a “peces gordos”.

Es decir, los ciberdelinquentes han marcado como principal objetivo a las personas que forman parte de las organizaciones, sin importar el puesto que ocupen en la misma, pues se trata de presas fáciles que les podrían permitir llegar a sus objetivos.

El principal método utilizado para llevar a cabo los ataques basados en ingeniería social es el correo electrónico, ya sea el corporativo o el



personal. De esta forma, los ciberdelincuentes utilizan todo tipo de emails:

- Tipo *phishing*, que intentan obtener (literalmente «pescar») credenciales,
- correos (*spoofing*), que suplantan la identidad del remitente,
- los que contienen enlaces a páginas falsas,
- los que incitan a la descarga de algún archivo malicioso.

Por ello, es importante saber identificarlos y aplicar medidas para no caer en estos engaños y evitar así que nuestra empresa se vea involucrada, detectando el fraude.

Cada ciberataque de ingeniería social es único, y se identifica como tal. Sin embargo, comparten unas características que hacen que el ciclo de vida sea igual para todos, distinguiéndose cuatro fases.

## 1. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

A esta fase también se la conoce como *footprinting*. Esta fase para el ciberdelincuente consiste en acumular toda la información posible sobre la persona o personas que van a engañar: trabajo, entorno, ambiente, etc., para así saber con quién interactúa o con quién se relaciona. Si se trata de una empresa o sus empleados, la información a recopilar será:

- Listas de empleados, números de teléfono, direcciones de correo, etc.
- Organigrama de la organización para idear, por ejemplo, la suplantación de un directivo (lo que se conoce como fraude del CEO).
- Nombres de departamentos, gabinetes, equipos de trabajo, etc.
- Proveedores de servicios tecnológicos, suministradores de material u otro tipo de proveedores, bancos, etc.
- Ubicación física.

Se trata de una fase previa al engaño, denominada “preataque”.

## 2. ESTABLECIMIENTO DE UNA RELACIÓN DE CONFIANZA

Una vez que el ciberatacante ha recolectado



información que podría ser valiosa para realizar el engaño, comenzará a entablar una relación más cercana con la víctima, que suele ser un empleado de organización.

Por ejemplo, una llamada suplantando al servicio técnico informático de la empresa podría establecer esta relación de confianza. Con datos que habrá obtenido en la fase anterior, se presentará como alguien que conoce (y a quien suplanta), y usando algún argumento creíble podría conseguir engañar a su víctima.

## 3. MANIPULACIÓN

En esta fase el ciberdelincuente ejerce la manipulación psicológica aprovechando la confianza ganada en la etapa anterior. Para ello, utiliza todo tipo de técnicas, por ejemplo, apelando al respeto a la autoridad, a la voluntad de ser útil, al temor a perder algo, a la posición o influencia, a la urgencia, etc. El objetivo será sonsacar todo tipo de información, especialmente





la confidencial, que podrá ser posteriormente utilizada para entrar en el sistema que se pretende explotar, sobre todo si son credenciales. Otras veces el objetivo es conseguir que realice alguna acción por él: instalar un programa, enviar algunos correos, hacer algún ingreso...

#### 4. SALIDA

Una vez se ha extraído la información que se buscaba, el ciberdelincuente hará todo lo que esté en su mano para impedir que cualquier tipo de sospecha pudiera recaer sobre él, asegurándose de no dejar pruebas que pudieran relacionarle con el ataque. De esta forma, podrá seguir realizando entradas al sistema en un futuro para continuar explotando su fuente de información.

### ¿CÓMO LUCHAR CONTRA LA INGENIERÍA SOCIAL?

En varias ocasiones desde INCIBE hemos puesto de manifiesto que la mejor forma de

protegerse contra este tipo de engaños gira en torno a la formación y concienciación de los empleados. Como hemos visto, la ingeniería social no basa su engaño en aspectos tecnológicos sino en las personas, es decir, en los trabajadores de una organización.

Además, los ataques pueden ser de diversos tipos y utilizar diferentes técnicas. Por lo tanto, la mejor receta para combatir este tipo de amenazas será la concienciación de todos los empleados, con independencia de su responsabilidad o el cargo que ostenten dentro de la empresa. Si quieres fomentar sus habilidades, desde Protege tu Empresa de INCIBE ponemos a tu disposición diferentes servicios gratuitos que podrás usar para elevar el nivel de ciberseguridad de tu organización como el "Kit de concienciación", el serious game "se acabó el juego" o los itinerarios formativos sectoriales.







# eL sector en verde

NEOBIS PRESS 159



# ¿Y QUÉ HACEMOS CON EL PLÁSTICO?

Seis millones de kilómetros cuadrados. Esa es aproximadamente la medida de la isla de plástico del Océano Pacífico, que de acuerdo a un informe de Nature® acumula ya 1,8 billones de piezas de plástico.

Y no es la única que existe, tanto en el mar Mediterráneo como en otros mares europeos se acumulan ya más de 70.000 toneladas de microplásticos.

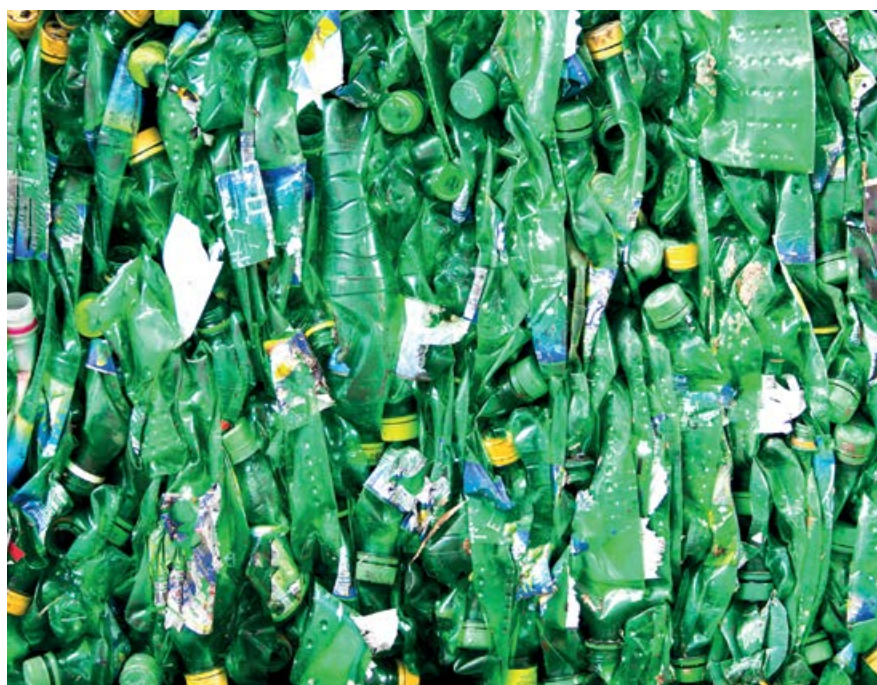
¿Y qué armas presenta Europa para combatir este problema? Actualmente contamos con la Estrategia Europea del Plástico, cuyo principal objetivo es que “En 2030, todos los plásticos sean reutilizables o reciclables”.

Esta estrategia contempla 4 líneas de acción tanto a nivel gubernamental como del sector privado:

- Mejorar los aspectos económicos y de calidad del reciclado de plásticos
- Frenar la generación de residuos plásticos y su abandono en el medio ambiente
- Orientar las inversiones y la innovación hacia soluciones circulares
- Aprovechar la acción global

A su vez esas líneas de acción contienen planes para el desarrollo de estándares de calidad para los plásticos clasificados y para plásticos reciclados, para favorecer el plástico reutilizable y reciclable en la compra pública, realizar mejoras en el seguimiento y mapeo de la basura marina, evaluar el establecimiento de sistemas de devolución-retorno (SDDR) para envases de bebidas y mejorar el uso de la compra pública verde para fomen-

tar la prevención y el reciclado. También se incluyen acciones fuera del territorio de la UE como el desarrollo de proyectos en regio-



nes críticas (Este y Sur de Asia) para mejorar los modelos de producción y consumo, y la correcta gestión de residuos.

## ¿QUÉ REQUISITOS LEGALES SE HAN DESARROLLADO EN ESTE SENTIDO?

El principal instrumento legal desarrollado para esto es la “Directiva (UE) 2019/904, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a la reducción de determinados productos de plástico.



Nace con la finalidad de prevenir y reducir los residuos plásticos en el mar procedentes de plástico de un solo uso y de artes de pesca que contienen plástico, completando así otras medidas ya en activo, como las dirigidas a reducir el consumo de bolsas de plástico.

Es una Directiva, por lo que se debe transponer a nivel estatal en cada país miembro de la UE. En España su transposición se hará en un título específico de la nueva Ley de Residuos.

Bajo su ámbito de aplicación quedan los productos de plástico (total o parcial) de un solo uso, los artículos de otros materiales con película de plástico, los productos de plástico oxodegradables y los equipos de pesca.

### ¿SE VAN IMPONER RESTRICCIONES DE USO A PRODUCTOS DE PLÁSTICO?


Sí, a partir del 3 de julio del 2021, se prohíbe la venta de productos hechos de plástico oxodegradable, de bastoncillos de los oídos,

de cubiertos, platos y pajitas, y agitadores bebidas entre otros.

Además, se exigirá marcado informativo, al estilo del tabaco, sobre los siguientes productos:

- Compresas, tampones higiénicos y aplicadores de tampones.
- Toallitas húmedas, es decir, toallitas pre-humedecidas para higiene personal y para usos domésticos.
- Productos del tabaco con filtros y filtros comercializados para utilizarse en combinación con productos del tabaco.
- Vasos para bebidas.

Otro punto destacable de la directiva es que establece limitaciones en el diseño de algunos productos, por ejemplo, desde 2025 botellas de polietileno (PET) deberán contener al menos el 25 % de plástico reciclado y desde 2030 todas las botellas deberán contener al menos el 30%.



**¿SERÁ ESTO  
SUFICIENTE?  
SOLO EL TIEMPO  
LO DIRÁ.**



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  
B  
S  
F**  
NEO

NEO

GRUPO NEO 30 ANIVERSARIO

[www.gruponeo.com](http://www.gruponeo.com)

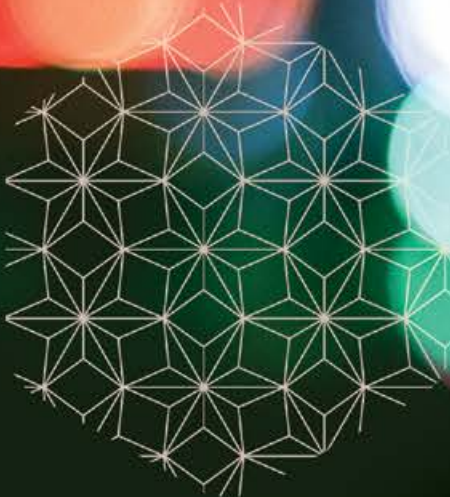
Pol. Ciudad Industrial ciudad de Parla, C/ Londres Nº 66 . 28983 Parla (Madrid) . Tel.: 91 699 27 92





**TU**  
**Tiempo**

NEOBIS PRESS 159







# FIORDO DE HARDANGER NORUEGA

**FUENTES CONSULTADAS:** Oficina de turismo de Noruega y National Geographic Magazine.

**AUTOR:** Carlos Utasá, viajes Tourhispan.

El fiordo de Hardanger, o Hardangerfjord, es uno de los fiordos más largos del mundo y está situado aproximadamente a una hora y media de Bergen, en la región conocida como la Noruega de los fiordos. La zona es un destino esencial para los amantes de la naturaleza y para aquellos que desean conocer más sobre la cultura de la región.

La formación rocosa Trolltunga (o la lengua del trol), el glaciar Folgefonna y la cascada Vøringsfossen, son enormemente populares y atraen la atención de innumerables turistas. Sin embargo, la lista de cosas que puedes hacer aquí va mucho más allá. Descubre museos y centros culturales, haz un crucero por el fiordo, o ven en primavera y sorpréndete con la increíble estampa de miles de árboles frutales en flor.

Una gran forma de conocer mejor la cultura y

el modo de vida de la zona es alojarse en uno de sus numerosos hoteles y alojamientos históricos. Muchas de las habitaciones cuentan, además, con impresionantes vistas del fiordo y las montañas circundantes.

El sabor de las carnes, mermeladas y otros productos típicos que se elaboran a nivel local te dejará sin palabras. La cultura de la sidra está aquí en plena efervescencia y no deja de sumar adeptos. Apúntate a una ruta para conocer y probar algunas de las deliciosas sidras de la zona.

A continuación destacamos tres de los lugares más populares de este famoso fiordo:

## TROLLTUNGA

En el borde occidental de la meseta de Hardangervidda, se encuentra Trolltunga, la formación rocosa más espectacular de Noruega. Trolltun-



**Impresionante vista de fiordo de Hardanger**





**Trolltunga**, la formación rocosa más espectacular de Noruega, sobresale a 700 metros de altura sobre el lago Ringedalsvatnet.



En la página siguiente arriba: Cascada Steinsdalsfossen. Abajo: Tunel formado en el interior del glaciar Folgefonna.

ga es una roca que sobresale a 700 metros de altura sobre el lago Ringedalsvatnet. La principal ruta a través de este terreno de alta montaña es larga y exigente, rondando los 28 kms (ida y vuelta) y un desnivel de cerca de 800 m; pero todo el esfuerzo se verá recompensado con las impresionantes vistas situadas a 1180 metros de altitud. La duración estimada de esta ruta es de una jornada completa (8-12 horas), por lo que no es apta para todos los turistas, exigiendo un alto nivel de forma física.

## GLACIAR FOLGEFONNA

Con una superficie de 214 kilómetros cuadrados, el Folgefonna, situado muy por encima del fiordo de Hardanger, es el tercer glaciar más grande de Noruega, un dato nada despreciable si se toma en cuenta que este país cuenta con más de 1500 glaciares. Las vistas panorámicas son realmente grandiosas: la mirada va desde el glaciar sobre las montañas hacia el fiordo situado por

debajo a una profundidad de 1200 metros; y cuando encima brilla el sol, la estampa es inimaginable.

El glaciar Folgefonna está situado en una gran península, a unos 90 kilómetros de la ciudad portuaria de Bergen, desde donde podremos acceder en coche o lancha rápida. Las excursiones por el glaciar comienzan en la estación inicial de la zona de esquí veraniega y son aptas para niños de ocho años en adelante. Duran entre dos y seis horas y tienen diferentes niveles de dificultad, desde una leve caminata hasta una escalada sobre el hielo.

## CASCADA STEINSDALSFOSSEN

La cascada Steinsdalsfossen se encuentra situada en el pequeño pueblo de Steine, a 2 kilómetros al este de Norheimsund, en el condado de Hordaland. Es una de las cascadas más populares de Noruega con una caída de más de 50 m y es especial porque se puede





caminar de forma segura y sin mojarse por debajo de ella. Tuvo su nacimiento en 1699 cuando el río Fosselva cambió de rumbo. Podremos acceder hasta ella a lo largo de la Ruta Turística Nacional Hardanger, por un sendero desde el aparcamiento. Steinsdalsfossen está activa prácticamente durante todo el año, pero cuando es más espectacular es cuando la nieve se derrite de mayo a junio, doblando su caudal.

Una de las mejores épocas para visitar este Fiordo de Hardanger es en primavera / verano, volando hasta Bergen y realizando la ruta en coche de alquiler para poder disfrutar de cada momento único a nuestro ritmo; sin prisas y con la seguridad de encontrar lo que venimos buscando: Naturaleza, paisajes únicos y la tranquilidad y el silencio del que, seguramente, estamos privados durante el resto del año.





# LECTURA RECOMENDADA

Libro recomendado por Ana Buil, consultoría de nóminas de neobis.

## EL INFINITO EN UN JUNCO

**Irene Vallejo**

*“El ensayo revelación de la temporada. Un recorrido por la vida del libro y de quienes lo han salvaguardado durante casi treinta siglos. De humo, de piedra, de arcilla, de seda, de piel, de árboles, de plástico y de luz”.*

.....

Libro recomendado por Gabi Luengo, profesora IES Islas Filipinas.

## EL CÓDIGO SECRETO

**Priya Hemenway**

*“Este libro, magníficamente elaborado, es un paseo muy interesante y ameno para los que se inician en el conocimiento de la proporción áurea, su aplicación en distintos campos desde tiempos inmemoriales y el misterioso secreto que encierra el universo”.*

Libro recomendado por Gerson Lozano Gutiérrez, ganador de la IV edición del concurso neobispress “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica”

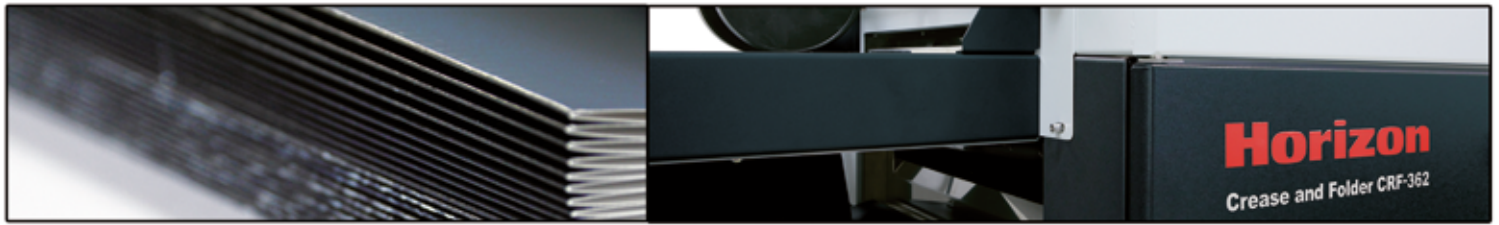
## EL ALQUIMISTA

**Paulo Coelho**

*“Es un obra llena de simbolismos y sabiduría en la que el autor plasma perfectamente la manera en la que cada uno de nosotros estamos destinados a ser, y todos los obstáculos que se nos presenten en el camino, deben tomarse como un proceso de aprendizaje para mejorarnos continuamente como seres humanos. Lo recomendaría sin duda a cualquier persona interesada en descubrir su propia esencia. Es un libro que cada vez que se lee, se aprende algo nuevo”.*

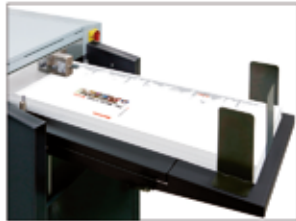






¿NECESITA HENDER Y PLEGAR AUTOMÁTICAMENTE?  
TENEMOS LA SOLUCIÓN: LA NUEVA HENDEadora - PLEGADORA

## Horizon CRF-362



Alimentador pila alta.



Mesa de registro.



Dos peines de hendido.



Pantalla táctil intuitiva.  
Ajustes automáticos.



Salida superior para plegados.  
Salida inferior para  
hendidos/microperforados.



- ✓ Es ideal para cubiertas de libros, menús de restaurante, tarjetas de felicitación, hojas laminadas y toda clase de trabajos comerciales con acabado profesional.
- ✓ Realiza el hendido mediante dos peines macho-hembra y hembra-macho en las dos direcciones. Ideal para la preparación de cubiertas con hendidos en ambas direcciones (lomo, cortesía y solapas).
- ✓ Dispone de diferentes pasos de hendidos para eliminar el ajado en papeles impresos en digital.
- ✓ Alimentación por sistema de succión superior. Puede trabajar con gramajes de papel hasta 400 grs.
- ✓ Mesa de registro por avance. Formatos de papel hasta 865 mm.
- ✓ Realiza hasta 10 hendidos en una sola pasada.
- ✓ Puede realizar microperforados mediante peine de impacto.

SÍGANOS EN:  
**You Tube** **Linked in**  
[www.opqsystems.net](http://www.opqsystems.net)

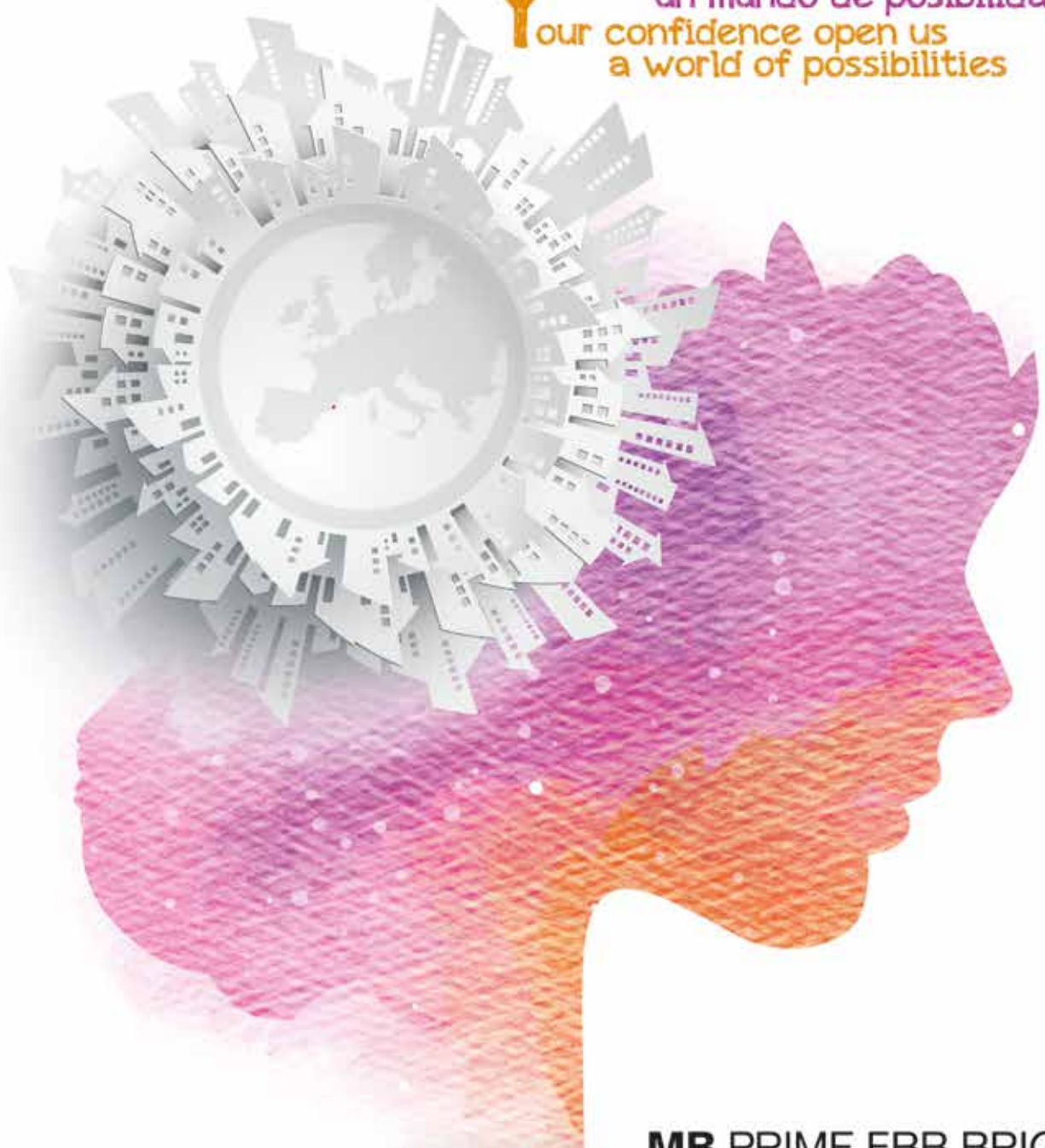
Hable con nosotros  
hoy mismo:  
919 902 175 - 936 850 015



Maquinaria Gráfica, S.L.  
desde 1996



**S**u confianza nos abre  
un mundo de posibilidades  
**Y**our confidence open us  
a world of possibilities



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



**MB PRIME FBB BRIGHT**  
**MB PRO FBB BRIGHT**  
**MB CLASSIC FBB**

¡NUEVAS REFERENCIAS,  
DESCÚBRELAS!

LISBOA - MADRID - BARCELONA - LYON