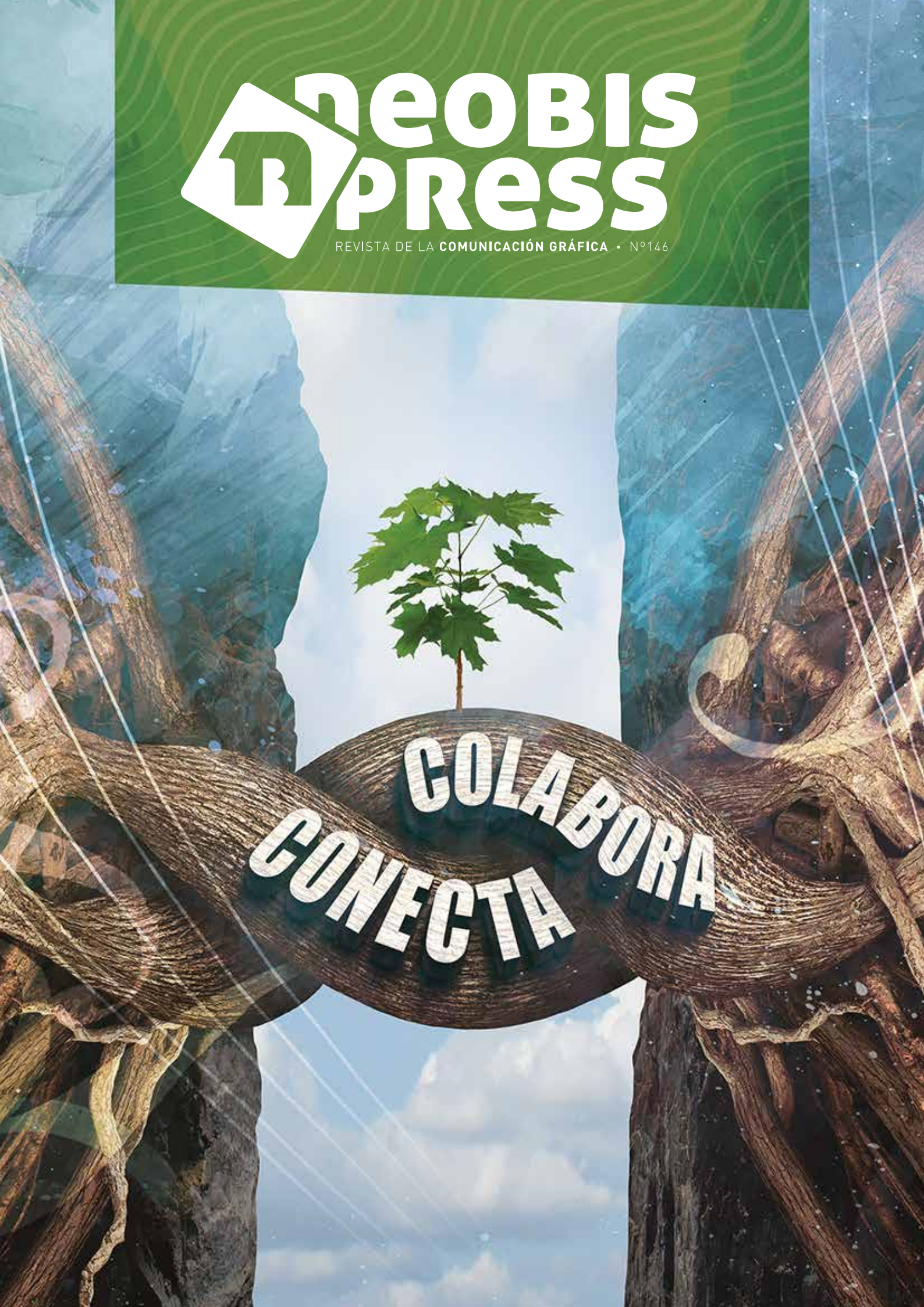


neobis press

REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA • Nº146



COLABORA
CONECTA



Equipment

“Simply Smart” La clave del éxito



En un entorno industrial, que evoluciona rápidamente, las imprentas necesitan mejorar su eficacia de forma continua y responder a las demandas globales de los clientes finales en menos tiempo y de forma más flexible.

Heidelberg trabaja para simplificar lo innecesario.

heidelberg.com/es





Editorial **UN CONCIERTO Y UNA APP**

La App de neobis, ya disponible, que se anunciará suficientemente en los próximos días, es una innovación en el sector del asociacionismo que está sirviendo de referente para instituciones de todos los

En apariencia, dos actuaciones de neobis tan diferentes como un concierto solidario y una aplicación para dispositivos móviles y, sin embargo, dos acciones que se enmarcan perfectamente en uno de los principales objetivos de neobis: crear espacios de convivencia y colaboración que permitan generar confianza entre todos los actores del sector.

Este primer concierto de Navidad, de carácter solidario, pretende recuperar la tradición de juntar a las personas antes de las fiestas navideñas. Es la única actividad lúdica que ha convocado neobis desde la inauguración de esta nueva etapa y tiene vocación de permanencia. El mensaje es muy sencillo, además de ayudar a alguna de las numerosas instituciones que dedica sus esfuerzos a obras sociales, en esta ocasión a Aldeas Infantiles, pretendemos establecer un lugar de encuentro donde empresarios, proveedores, prensa y demás instituciones, acompañados de sus familias, puedan establecer relaciones más allá del mercado y de los intereses empresariales y profesionales.

sectores. Ya no tanto por la aplicación en sí misma, que también, sino porque supone una renovada visión de lo que ha de ser una asociación en la actualidad. Realmente la App no deja de ser una llamada a la cooperación para evitar el deterioro de las relaciones entre las personas, tan desgastadas por todos estos años de agotadora competencia.

Y sí, es cierto, somos menos empresas y trabajadores que hace unos años, pero seamos los que seamos siempre hemos de tener en cuenta que la base de la economía de mercado es la confianza y lo último que debemos perder es la confianza entre nosotros.

Son dos acciones diferentes, una une y la otra conecta, pero en ambos casos constituyen una expresión del sector como colectivo. Esta identidad deberíamos tenerla en cuenta siempre para preservarnos del triunfo del aislamiento y potenciar, por el contrario, el sentimiento de pertenencia.



Edita

Asociación Empresarial de la Comunicación Gráfica.
Adherida a la Federación Empresarial de Industrias Gráficas de España (FEIGRAF), a la International Confederation for Printing and Allied Industries a. i. s. b. i. (INTERGRAF) y a la Confederación Empresarial de Madrid-CEOE (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

Sergio Ródenas

Juan Bayón

Jorge Chinae López

Publicidad neobis press

Andrés Díaz — publicidad@neobis.es

Diseño y maquetación

www.designfactory.es

Imprime

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

El interior de este número de la **revista neobis press** ha sido impreso en papel Inapa Imagine de 125 gr/m² y la cubierta en papel Inapa Imagine de 250 gr/m², cedidos a nuestra Asociación por INAPA España Distribución de Papel, S.A.

La portada está plastificada por gentileza del GRUPO NEO S.L.

Varios recursos gráficos utilizados en la maquetación están diseñados por mercurycode.deviantart.com., bascorpo.deviantart.com y freepik.com. Algunas imágenes de la sección Tu Tiempo están bajo licencia de uso Creative Commons de flickr.com.

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

07

ASOCIACIÓN AL DÍA

NEOBIS PRESENTA SU APP PARA SMARTPHONES

100% gratuita tanto en App Store como en Google Play

17

DESCUBRIENDO EL SECTOR

IMPRESIÓN 3D EN ARTES GRÁFICAS ¿POR QUÉ SI?



26

DESCUBRIENDO EL SECTOR

SILENCIO, EL LIBRO TÁCTIL IMPRESO EN 3D PARA TODOS

46

TE INTERESA

¿POR QUÉ NECESITO UN CRM?



54

EL SECTOR EN VERDE

COCHES ELÉCTRICOS EN LA EMPRESA

Una manera de reducir nuestro impacto ambiental

SUMARIO



ASOCIACIÓN AL DÍA

CONCIERTO SOLIDARIO DE NAVIDAD

Neobis y HP Indigo organizan el primer Concierto Solidario de Navidad de la Industria Gráfica

08



22

DESCUBRIENDO EL SECTOR

PASIÓN POR LAS ARTES GRÁFICAS

Museo Didáctico de Artes Gráficas Ángel Gallego Esteban

32

DESCUBRIENDO EL SECTOR

SISTEMAS DE GESTIÓN ENERGÉTICA

En 20 empresas gráficas españolas

SOLUCIONES NEOBIS

OBLIGACIÓN DE REGISTRAR LA JORNADA

de cada trabajador

38



50

TE INTERESA

LAS 5 PRINCIPALES AMENAZAS DE CIBERSEGURIDAD EN LA PYME

57

TU TIEMPO

AMBERES, LA GRAN DESCONOCIDA BELGA





asociación
al Día

NEOBIS PRESS 146

JORNADA CIBERSEGURIDAD EN LA INDUSTRIA GRÁFICA

EL PASADO 3 DE NOVIEMBRE NEOBIS REUNIÓ A 40 EMPRESAS DE COMUNICACIÓN GRÁFICA EN LA PRIMERA JORNADA DE CIBERSEGURIDAD DIRIGIDA A LA INDUSTRIA GRÁFICA

En la sede de CEOE, a las 16:00 horas, **Jorge Chinae López, coordinador del área de ciberseguridad del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE)**, alertaba a los empresarios de nuestro sector sobre la creciente amenaza de ataques cibernéticos que están sufriendo las empresas españolas.

Tras la ponencia del experto, se abrió un **coloquio con una veintena de intervenciones** por parte de los asistentes. Esto nos confirma que la preocupación de los empresarios en materia de seguridad informática así como las amenazas, que ya han sufrido alguno de ellos, son reales y que ninguna empresa, independientemente de su tamaño, está fuera de peligro.

Chinae recalca que **las empresas dedicadas a la comunicación gráfica forman un sector especialmente delicado en materia de ciberseguridad**: “la información que tenéis de vuestros clientes y sobre todo los artes finales de trabajos y productos aún sin lanzar al mercado son el principal activo de vuestras empresas. **Es información confidencial muy jugosa para los ciberdelincuentes y por la que pagaría mucho dinero la competencia**”.

“La ciberseguridad es un elemento transversal en las empresas y afecta a la cuenta de resultados. La amenaza puede ser tanto interna como externa por ello, es **imprescindible la formación de directivos y empleados para concienciar** sobre la importancia de la seguridad informática y poder evitar muchos problemas”. “Es duro, pero el ransomware está haciendo

una gran campaña de concienciación ya que desgraciadamente la mayoría de las empresas o usuarios no se conciencian hasta que reciben un ataque”.

Para finalizar, Jorge Chinae hizo referencia a **la certificación ISO 27001 y a los sellos de ciberseguridad como elementos generadores de confianza**.

“Ya hay clientes que os exigen disponer de alguna licitación en ciberseguridad para trabajar con ellos, pero debéis adelantaros, y por el propio bien de vuestras compañías, sed vosotros quienes **vendáis la seguridad informática de vuestra empresa como un valor diferencial**”.

INCIBE y neobis os invitan a utilizar el **Kit de concienciación para PYMES**, escaneando el siguiente código:



MEDIDAS BÁSICAS PUEDEN MITIGAR SUSTANCIALMENTE LAS CONSECUENCIAS DE UN CIBERATAQUE



Imagen del evento durante la ponencia de Jorge Chinae.



RECIBE UN **14% MÁS** DE VISITANTES

C!PRINT MADRID CONTÓ EN SU TERCERA EDICIÓN CON **12.181 VISITANTES, UN 13,93% MÁS** CON RESPECTO AL AÑO ANTERIOR. ESTAS CIFRAS CONFIRMAN EL INTERÉS DEL SECTOR POR EL ÚNICO SALÓN QUE PONE EN CONTACTO A TODOS LOS ACTORES QUE COMPONEN LA INDUSTRIA GRÁFICA

El salón reunió del 4 al 6 de octubre a más de 260 expositores entre fabricantes, prescriptores, diseñadores, anunciantes y clientes. Se han presentado 38 talleres y conferencias, en las que se han analizado las tendencias en decoración, marketing o publicidad.

Por primera vez estuvieron presentes en C!Print Madrid: Inca, EFI, 3M y la impresión 3D gran formato con Papergraphics y su Masivit 3D. Del otro lado, los ya habituales **HP**,

Roland, Epson, Agfa, Mutoh, Canon, Hexis o **Mimaki** han vuelto a afirmar que C!Print Madrid es la feria de referencia del sector.

Además, esta edición ha contado con la novedad de 'La Plataforma', un side event profesional B2B en el que proveedores de servicios, agencias de publicidad y comunicación, marcas, interioristas y diseñadores han podido encontrar nuevas ideas, inspiración y las soluciones más creativas e innovadoras para todo tipo de proyectos.

Por último, el salón ha apostado de nuevo por el espacio Plug&Play, donde marcas y creativos han vivido en directo la personalización de dos espacios pop-ups: una tienda y un bar.

C!Print sigue creciendo y ya prepara el siguiente encuentro. **La cuarta edición de C!Print Madrid se realizará los días 26, 27 y 28 de septiembre de 2017.**



NEOBIS PRESENTA SU APP

neobis, Asociación de la Comunicación Gráfica, ha lanzado su aplicación (App) para móviles y tabletas a través de la que difunde todo tipo de **información estratégica** para el sector de la comunicación gráfica y que además permite a sus usuarios **realizar consultas y compartir contenidos de forma constante e inmediata**.

Este nuevo desarrollo convierte a neobis en **la primera Asociación de Empresarios que pone en marcha un canal de comunicación de este tipo**.

Con esta iniciativa, la Asociación de la Comunicación Gráfica **refuerza su apuesta por la innovación, las nuevas tecnologías y la digitalización**, después de que hace un año lanzara la red social profesional de la Comunicación Gráfica, sobre la que se basa esta nueva App.

La App de neobis puede descargarse de forma 100% gratuita tanto en App Store como en Google Play. Las empresas asociadas pueden acceder con el mismo usuario y contraseña que emplean para acceder a la plataforma digital de neobis y los no asociados pueden disfrutar de todas sus ventajas de forma temporal.

Esta nueva vía de comunicación es un **proyecto pionero en el mundo asociativo y en la industria gráfica** y pretende fomentar el contacto entre empresas del sector así como agilizar el acceso a información especializada.

La apuesta por la digitalización de la Asociación de la Comunicación Gráfica se enmarca en la actual estrategia de renovación y transformación



de neobis, enfocada a unir a las personas e introducir las en el mundo de la economía colaborativa. Solo así, el mundo asociativo tendrá sentido y podrá ayudar a **cumplir las expectativas empresariales actuales**.

Con esta idea neobis crea un espacio para todos los profesionales que tengan algo que aportar y compartir con el mundo de la Comunicación Gráfica. La App de neobis se manifiesta como un espacio profesional e integrador que constituye una nueva concepción del asociacionismo empresarial.

¡Descárgate la App neobis!



**SCAN
QR-CODE**

Para descargar la App
escanea el código



PRIMER CONCIERTO SOLIDARIO DE NAVIDAD DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

NEOBIS Y HP DIERON LA BIENVENIDA A LA NAVIDAD EN UN EMOCIONANTE EVENTO CON LA FINALIDAD DE UNIR AL SECTOR GRÁFICO Y DE RECAUDAR FONDOS PARA ALDEAS INFANTILES



Revive con nosotros esta gran fiesta



SCAN
QR-CODE

Para ir al video
escanea el código





El emblemático Gran Anfiteatro del Colegio de Médicos de Madrid acogió el pasado 22 de diciembre a 300 personas entre empresarios, proveedores, prensa y demás instituciones acompañados de sus familias. Los asistentes disfrutaron, invitados por neobis y HP, de la vibrante actuación del **Coro Gospel Living Water** y de un espléndido cóctel.

Álvaro García Barbero, presidente de neobis, Francesco Zanier, Marketing Manager de HP Indigo y David Litvak, Sales Executive HP Indigo & PwP Iberia, dieron la bienvenida al encuentro con un selfie de grupo y recordaron la necesidad de establecer relaciones más allá del mercado y de los intereses empresariales y profesionales. *“El bien máspreciado de todas las empresas son las personas y este Concierto Solidario de Navidad tiene ese objetivo, unir personas para llegar a unir empresas”,* comentaba García Barbero.

UN CENTENAR DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN GRÁFICA SE UNIERON A LA INICIATIVA

SOLIDARIA DE NEOBIS Y HP PARA CONSEGUIR PONER EN MARCHA UN NUEVO CENTRO DE DÍA DE ALDEAS INFANTILES DONDE SE ATENDERÁN A 50 MENORES Y SUS FAMILIAS.

En él, el equipo de Aldeas Infantiles trabajará en estrecha colaboración con los Servicios Sociales, haciendo todo lo posible para ayudar a familias en riesgo de exclusión, orientándolas para que puedan mejorar sus condiciones de vida y cubriendo las necesidades básicas de los más pequeños hasta que las familias puedan hacerlo de manera regular y estable por sí mismas.

Tras un año de duro trabajo y múltiples jornadas profesionales, neobis y HP cierran 2016 con un broche de oro consiguiendo que el Sector Gráfico baile y cante al son de Oh Happy Day!

¡Gracias a todos los que nos acompañasteis en este primer Concierto Solidario de Navidad de la Industria Gráfica!



Diseña la portada de la Comunicación Gráfica

NEOBIS LANZA ESTE CONCURSO

Con la intención de fomentar y reconocer la creatividad de los estudiantes que están cursando algún **ciclo de Formación Profesional de la familia de Artes Gráficas**, neobis ha decidido que **sean los jóvenes quienes diseñen la portada del próximo número de su revista, neobispress.**

Los 24 centros de diferentes Comunidades Autónomas que han decidido participar podrán enviar hasta el **31 de enero** los diseños que consideren, con un máximo de cinco por centro.

El jurado, compuesto por: **Daniel Fernández**, responsable de marketing de Lucam, **Raquel García**, dirección diseño, creatividad y preimpresión de Grupo AGA, **Jesús Terciado**, director de diseño gráfico de Advantia Comunicación Gráfica, **Gonzalo Oliveros**, responsable de comunicación de Gráficas Aries, **Jorge Martínez**, director creativo de Forletter y **Ana Álvarez-Remente-ría**, redactora jefe de neobispress, **seleccionarán 10 trabajos finalistas el 13 de febrero.**

El 14 de febrero a las 12:00 horas **se subirán las imágenes de los diseños finalistas a la página de Facebook de neobis y será el público quién decidirá el ganador.** Los finalistas tendrán has-

ta el 23 de febrero a las 12:00 para conseguir el mayor número de likes en la foto de su diseño. Ese mismo día se publicará el ganador.

TU DISEÑO DIRECTO A 1.000 EMPRESAS DEL SECTOR GRÁFICO ESPAÑOL

El diseño ganador será la portada del número 147 de neobispress repartido a 1.000 empresarios del sector de la Comunicación Gráfica de nuestro país. **El premiado también recibirá un impresora profesional CANON imagePROGRAF PRO-1000 y contará con una entrevista publicada en este mismo número de la revista de la Asociación de la Comunicación Gráfica y difundida a todos los medios especializados.**

¿CÓMO SERÁ LA PRÓXIMA PORTADA DE NEOBISPRESS?

El tema sobre el que tienen que trabajar los estudiantes es **de libre inspiración, pero siempre relacionado y con alusión a cualquiera de los diversos aspectos representativos de la Comunicación Gráfica.**

neobis no ha puesto limitaciones a la creatividad y quiere dejar volar el ingenio de los participantes, por lo que tendremos que esperar al 23 de febrero para descubrir la portada del número 147 de neobispress. **¡Suerte a todos!**



LAS EMPRESAS QUE FORMÁIS NEOBIS SOIS TAN DIVERSAS COMO LAS PERSONAS QUE LAS INTEGRÁIS, CUALIDAD SIN DUDA QUE HACE DE ESTA UNA ASOCIACIÓN DIFERENTE, ACTUAL Y CON FUTURO. ESTE ES EL SENTIMIENTO QUE NOS QUEDA TRAS VISITAR Y HABLAR CON DIEGO ACOSTA, FUNDADOR Y GERENTE DE SEDIMÁS ARTES GRÁFICAS. DIEGO NOS ENSEÑA EN ESTA ENTREVISTA QUE LOS SUEÑOS SE PUEDEN HACER REALIDAD, ESO SÍ, SOLO CON TRABAJO Y BUENA DISPOSICIÓN. NO DEJES DE LEER ESTAS PÁGINAS PARA CONOCER CÓMO PIENSA ESTE EMPRENDEDOR VALENCIANO QUE EMPEZÓ SU ANDADURA EN EL SECTOR GRÁFICO SIENDO TAN SOLO UN ADOLESCENTE



Un día en Sedimás
Artes Gráficas.

¿Cómo resumirías la historia de Sedimás?

Si tuviera que resumirla en una sola palabra elegiría precisamente una que utilizaban con frecuencia mis padres: CORAJE.

La historia de Sedimás es inseparable de mi propia historia, su germen nació en Valencia en 1980, cuando yo solo tenía 13 años, un gran sentido de la responsabilidad y una familia riquísima en valores, pero limitada en recursos económicos.

En los bajos del edificio donde vivíamos había una pequeña imprenta, así que motivado por contribuir en reducir los gastos de casa y disponer de dinero para mis pequeños gastos, decidí acudir por las mañanas al instituto y dedicar las tardes a trabajar. Convertí mi pequeña habitación de nuestra casa, en un 4º piso sin ascensor, en un mini taller, donde microperforaba pliegos para talonarios, grapaba, ensobrava e incluso fotocopaba. Creo que mi estado físico actual todavía está en deuda con las miles de veces





Diego en 1990 en la oficina que había montado en su piso con sus fieles y amorosos compañeros, sus perros.

que subí y bajé aquellos 4 pisos cargado hasta arriba de torres de papel.

En el 1983, tanto la productividad, como la calidad de mi trabajo llevó a mi jefe a proponerme formar parte del proyecto de expansión de la empresa. En tan solo 5 años se multiplicaron por 10 los empleados, pasamos de ser 5 a ser más de 50, también, afortunadamente para mí, desde el principio se multiplicaron mis responsabilidades. Y, lógicamente, mis horas de trabajo. 72 horas semanales dedicadas a poner en marcha nuevos departamentos: reprografía, sistemas de marcaje, pre-impresión... Aunque también a arreglar las fotocopadoras, alzar, cortar, atender a clientes y proveedores, presupuestar, pasar planchas... Lo que más recuerdo de aquellos locos años era la satisfacción que me producía aprender, organizar, emprender, negociar... y los almuerzos que me preparaba mi madre para que pudiera sobrevivir a ese frenético ritmo de vida.

Aprovechaba cualquier retal de tiempo para seguir formándome, leer revistas técnicas, investigar sobre tipografías, gestión de empresas, marketing, publicidad, contabilidad... y para

soñar. **Sí, para soñar, porque poco a poco iba cuajando cada vez con más fuerza la idea de formar mi propia empresa.**

No sé si pesó más tener una novia madrileña o el deseo de no competir con mi jefe, pero el hecho es que decidí que mi futura empresa se instalaría en Madrid, donde también creía encontrar muchas más oportunidades de negocio.

Con más entusiasmo que medios, realicé un estudio de mercado casero. Descubriendo con alegría que los sellos de entintaje automático no eran casi conocidos y que las imprentas, reprografías, copisterías tampoco sabían de las posibilidades que ya nos ofrecían los Macintosh con las primeras versiones del Free-hand, Photoshop, PageMaker...

Busqué ayudas para jóvenes empresarios, me informé del pago único del INEM, tuve mis primeros contactos, algunos posibles clientes y proveedores, preparé las maletas y justo antes de iniciar el viaje decidí contar con un antiguo amigo/compañero de la imprenta para emprender juntos la aventura.

Al igual que en los inicios de mi experiencia en este mundo, empezamos trabajando en nuestro propio piso, donde montamos nuestra fábrica de sellos de caucho, nuestro departamento de diseño y maquetación, creamos una C.B. al 50 % y nos volcamos en darnos a conocer y a trabajar mucho desde el principio. Con nuestra preparación, empuje juvenil y los servicios y productos novedosos que ofertábamos, conseguimos muy buenos clientes en poco tiempo.

Fuimos la primera fabrica de sellos de caucho de Alcorcón y creo que también los primeros en diseñar y maquetar con Mac en la zona.

A los pocos meses dimos el salto a un Local de unos 100 metros, donde ya en septiembre de 1990 introducimos dos máquinas de Offset, guillotina, alzadora... **logrando que Sedimás se convirtiera en una completa y moderna imprenta rápida.**

Para Sedimás fue importante el curso de Gestión de Empresas para Jóvenes Empresarios que nos ofreció la Comunidad de Madrid y del que salimos elegidos como empresa modelo.

En el 2000 mi socio y yo decidimos separarnos, comprando yo sus participaciones. Siempre le agradeceré su aportación a Sedimás.

Nuestra preocupación por la calidad y el medio ambiente nos llevó a ser certificados por AENOR en las normas ISO 9001 y 14001, en el 2008.

En los últimos años hemos seguido creciendo y manteniendo firmes nuestras convicciones. Como decía Lampedusa "hemos procurado cambiarlo todo para que nada cambie". Es decir, nos sumamos a las nuevas tecnologías, ampliamos nuestra oferta de productos, disponemos de una cualificada plantilla, contamos con maquinaria de vanguardia, en resumen: **incorporamos todo aquello que nos permita seguir siendo los mismos entusiastas que disfrutaban sirviendo productos de calidad, complaciendo a sus clientes y aprendiendo sin parar.**

HEMOS
PROCURADO
CAMBIARLO
TODO PARA QUE
NADA CAMBIE

¿Y el presente?

El presente lo vivimos con ganas, emprendiendo nuevos retos, adaptándonos a las nuevas demandas.

Y es que nosotros no nos hemos quedado quietos ante la crisis. Nos reorganizamos y actuamos: nueva web (www.sedimas.es), reformamos nuestro local y realizamos nuevas inversiones de cara a no rendirnos, sino a pelear. Ya apuntaba antes que nuestra historia es la historia de la valentía, del coraje.

En la actualidad nuestro último "juguete" es una máquina de grabado y corte láser, que nos está permitiendo abrir otros frentes y nos ayuda a ir cumpliendo con nuestros objetivos.

Sin duda venimos de unos años complicados, aunque ahora, afortunadamente, se va notando una reactivación del mercado. Nosotros nos sentimos satisfechos de haber encontrado el modo de no caer en las garras de la crisis actuando activamente para combatirla.

¿Cuáles son las claves para conseguir que una empresa de la Industria Gráfica como Sedimás siga siendo un proyecto viable?

En primer lugar: profesionalidad, experiencia, calidad, vocación de servicio y no olvidar nunca que tratamos con personas. Nos avalan 27 años de servicio a todo tipo de empresas y particulares.

Las personas que me acompañan en mi camino profesional hacen que todo lo anterior sea



posible. **Estoy orgulloso de mis trabajadores**, hacemos un gran equipo, compartimos profundamente los valores de la empresa.

A ello se añade la **diversidad de servicios** que ofrecemos: departamento de diseño y preimpresión, impresión tanto offset, como digital, corte y grabado láser, somos fabricantes de sellos, encuadernación, manipulados, reparto propio, regalos publicitarios...

Y por último, aunque no menos importante, nuestra **buena red de proveedores y colaboradores**, por supuesto, incluido neobis.

¿Cómo definirías el futuro de Sedimás?

Lo presiento positivo, dentro de un escenario que evoluciona a un ritmo frenético, espero que tomemos las decisiones acertadas para seguir "sembrando" un buen y esperanzador futuro. Sí que me gustaría que, de una forma u otra, Sedimás tuviera una continuidad cuando yo me vaya retirando a otros menesteres.

Mundo online, ¿aliado o competencia?

El mundo online... es impresionante disponer de tantísima información y opciones. Aunque puede confundir y hay que saber realizar bien las comparativas y tener claro los servicios que vas a solicitar, pues luego puede haber sorpresas. Mi opinión es que **hay varias empresas que ofrecen servicios online dentro de nuestro sector, que están haciendo mucho daño a la gran mayoría de nosotros**, básicamente porque ofrecen unos precios "estrella" por debajo de costes, en una serie de productos, encasillados en su A, B y C, y que solo se consiguen juntando muchos pedidos de similares características y produciéndolos a la vez. Pero lo que a mi parecer es más dañino, son las empresas que nos ofrecen sus amplios servicios, asegurándonos y promocionándose como que SOLO trabajan con profesionales del sector, luego te encuentras con que la realidad, en demasiadas ocasiones, es otra.

Por lo que aprovecho estas líneas para proponer, que cuando una empresa se publicite y



promocione en este sentido, se pueda controlar y comprobar desde donde corresponda, que realmente no trabaja con clientes finales. Sería muy fácil verificarlo. Por motivos obvios, tengo claro que es un doble juego, en el cual tenemos todas las cartas para, más pronto que tarde, perder la partida. Una cosa es colaborar y complementarse con otros colegas, que es fantástico, necesario y beneficioso y otra es que nos intenten hacer trampas.

¿Consideras que la impresión 3D va a ser una parte importante del negocio gráfico español?

No, considero que puede ser un servicio complementario en algún caso, pero no como interesadamente nos los quieren vender. Me explico, el mercado doméstico de la impresión 3D irá por otros derroteros directos al cliente final y para los grandes e interesantes nichos de mercado, ya se han encargado (y se encargarán) de acudir directamente los grandes fabricantes y distribuidores de esta impresionante tecnología. Por lo que yo percibo, nos intentan ofrecer solo las migajas de este negocio. Así de claro lo veo.

¿Qué valor añadido consideras que aporta una asociación como neobis a Sedimás?

Llevamos asociados a vosotros, casi desde el inicio de Sedimás; siempre me ha resultado tranquilizador el estar bien asesorado e informado



por AGM. Ahora si le añadimos la interesante orientación que le habéis dado con neobis, todavía más, pues en **estos tiempos tan difíciles y de tantos cambios presentes y futuros, el saber que estáis pendientes de las nuevas necesidades de las empresas de la comunicación gráfica, reduce la inquietud actual.**

¿Qué te parece el cambio de neobis? ¿Crees que es un acierto el desarrollo de una APP para la Asociación?

Es una apuesta importante y que seguro que llega a ser de gran calado, pues disponer de una plataforma digital de nuestro sector, con tantos servicios online e información, lo considero una suerte y un lujo. Respecto a la App mi opinión es la misma, estoy convencido que entre todos iremos enriqueciendo la Asociación, con estas poderosas e innovadoras herramientas.

¿Compartes el objetivo de neobis de unir a los empresarios del sector?

Como objetivo claro que lo comparto, tanto neobis, como la Cámaras de comercio, Escuelas de negocio, Agencias de desarrollo locales, nos recordáis lo importante y beneficioso que puede ser que tengamos más conexión, que colaboremos, que nos complementemos y llevemos a cabo alianzas para desarrollar estrategias comunes, **el problema es que sigue habiendo mucha desconfianza y competencia**

equivocada, por lo tanto aún **debemos aprender a llegar a acuerdos de colaboración, compartiendo contactos, recursos... pues así, si duda, conseguiríamos ser más fuertes y competitivos.** Espero que lo consigamos, y agradezco vuestra importante ayuda en este importante paso.

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

Incierto, inquietante y a la vez lleno de nuevas oportunidades para los que sepamos seguir el ritmo, casi frenético, de los cambios tecnológicos. La mayoría no podemos ir a la cabeza del pelotón, pero sin duda, debemos mantenernos atentos en ir bien colocados en nuestra carrera empresarial.

¿Qué buscas en las personas de tu equipo?

Profesionalidad, implicación, amabilidad, constancia, motivación, espíritu de superación, dinamismo, compañerismo, confianza mutua, buena comunicación y que todos pongamos atención en mantener un bienestar.

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

Me considero una persona activa, responsable, constante, decidida, de aspecto serio pero jovial (hay quien dice que tengo un humor ingles), con capacidad de empatizar, trabajador, luchador y siempre mirando hacia delante con energía. Y así me siento tanto dentro como fuera de Sedimas.

¿Qué te relaja tras un frenético día de trabajo?

Pues busco con ganas un rato de tranquilidad, silencio, pasear con mi perra, jardinería, leer... Y cambiar de chip hablando, jugando, riendo, compartiendo con mis seres queridos o allegados. Y según el momento, un buen vino tinto o una cervecita fresca bien acompañado también ayuda a desconectar del trajín diario.

Un lugar, una fecha y un color

Aquí. Hoy. Y sobre el color... elijo toda la gama del espectacular arcoíris al completo, bueno, vale si tengo que elegir uno... el azul.





DESCUBRIENDO el SECTOR

NEOBIS PRESS 146



IMPRESIÓN 3D EN ARTES GRÁFICAS: ¿POR QUÉ SÍ?

AUTOR: David del Fresno, Consultor Especialista en Impresión 2D y 3D. Integral 3D Printing

Desde el año 2009, vengo defendiendo la idea de que en un futuro más o menos cercano existirán talleres de Artes Gráficas que ofrezcan indistintamente servicios de impresión 2D y 3D.

La verdad es que en 2009 la idea resultaba cuando menos aventurada, pues imaginar por aquel entonces un taller de servicios gráficos en el que hubieran de trabajar y dialogar personas de dos mundos tan complejos parecía técnicamente imposible a todos los empresarios que se mostraron dispuestos a plantearse esta posibilidad.



Aplicación de la impresión 3D al diseño de embases.



Sin embargo, tan sólo siete años más tarde la realidad ha acabado por imponerse hasta el punto de que no existe ya feria de Artes Gráficas que no acoja en mayor o menor medida a empresas proveedoras de sistemas o servicios relacionados con la Impresión 3D. Nada nuevo, si tenemos en cuenta los cambios tecnológicos que vienen afectando a la industria gráfica desde los años 70 hasta nuestros días.

Llegados a este punto, numerosos empresarios suelen plantearme con frecuencia ciertas cuestiones que vamos a ver a continuación:

¿QUÉ ME HARÍA FALTA PARA INTEGRAR EL 3D PRINTING EN MI PORTFOLIO DE SERVICIOS?

Se trata de una cuestión bastante espino-
sa, pues **el primer requisito es que estés dispuesto a cambiar de mentalidad:** no se trata de producir muchas unidades con un margen de beneficio unitario muy reducido, sino de producir muy pocas unidades, con un margen de beneficio unitario muy elevado. En segundo lugar, **debes admitir que no sabes, y que debes dejarte guiar por los que saben,** y tanto más si conocen de cerca la problemática de tu sector.

YA NO EXISTE FERIA DE ARTES GRÁFICAS
QUE NO ACOJA EN MAYOR O MENOR
MEDIDA A EMPRESAS PROVEEDORAS DE
SISTEMAS O SERVICIOS RELACIONADOS
CON LA IMPRESIÓN 3D

Salvados estos dos primeros requisitos, debes lanzarte al agua, y hacerte con un dispositivo de salida (una impresora 3D) unida a un ordenador provisto del software adecuado. En cuanto a quién poner ante el ordenador, selecciona de entre tu plantilla a la persona que más pasión muestre por la Impresión 3D: cuanta más pasión ponga, más disfrutará con este nuevo trabajo, y antes podrá adquirir los conocimientos y habilidades que hacen falta para saber entender al cliente y resolver las posibles imperfecciones que presente el



Ejemplo de aplicación de la impresión 3D a la medicina.



diseño, en orden a conseguir una impresión óptima. Cumplidos estos requisitos, creo que se puede conseguir ofrecer un servicio profesional de 3D Printing.

¿A QUIÉN PUEDO OFRECER ESTE TIPO DE SERVICIOS?

A nivel general, debes empezar por anunciar este nuevo tipo de servicios a través de los medios que ya utilizas para llevar a cabo tus campañas de marketing. Esto servirá para que todo el público sepa que ofreces este servicio y lo tenga en cuenta llegado el caso. Pero a nivel particular, debes revisar tu base de datos de clientes actuales, para detectar quién y

para qué podrían empezar a demandarte este nuevo tipo de servicio.

Sin ánimo de ser exhaustivo, podría citar a los siguientes sectores y sus necesidades, algunos ilustrados con fotografías de impresiones 3D multicolor y multimaterial obtenidas en la impresora Stratasys J750: grifería, calzado, branding & packaging, decoración, dental, juguetería, automoción, cine, eventos, medicina, electrónica, aeronáutica, moldes y matrices, gafas, moda, fotografía publicitaria...



Aplicación de la impresión 3D al diseño de packaging de perfumería.

UVgel

LA NUEVA TECNOLOGÍA DE CANON

CANON HA ANUNCIADO EL LANZAMIENTO DE UNA NUEVA TECNOLOGÍA DE IMPRESIÓN: UVGEL. EN NEOBISPRESS OS CONTAMOS CUÁLES SON SUS PRINCIPALES VENTAJAS Y CARACTERÍSTICAS

UVgel se incorpora a una nueva línea de impresoras de bobina, ofreciendo a los proveedores de servicios de impresión de gran formato una combinación inigualable de productividad, calidad de imagen, gama de aplicaciones, automatización y bajo coste operativo.

Esta nueva tecnología de Canon soluciona las limitaciones de las tecnologías eco-solvente y látex, al permitir que se inyecte la tinta de forma más rápida sobre los soportes, lo que incrementa la productividad y la velocidad, utilizando menos tinta y entregando trabajos con una gama mejorada de color.

Las principales características y beneficios de la tecnología UVgel son:

- Una tinta de curado UV radicalmente diferente que se gelifica instantáneamente al contactar con el soporte, lo que se traduce en una colocación precisa de la gota y un gran control para conseguir impresiones repetibles a alta velocidad.
- Una amplia gama colorimétrica de tintas solventes, que se combina con los beneficios medioambientales de las tradicionales tintas látex y UV.
- Una dispersión ultra-mínima de las tintas, con la que prácticamente no se puede distinguir el perfil físico de la gota; además del nivel más bajo de consumo de tinta, lo que consigue una reducción de hasta el 40% en los costes de impresión, si se compara con las tecnologías de tinta eco-solvente y látex.
- Todas estas ventajas producen unas impresiones de calidad, a bajo coste, con sustancias no tóxicas y duraderas. Siempre con el mejor color de forma rápida y gran calidad en prácticamente cualquier aplicación sobre soportes flexibles.

Además, la tecnología UVgel **incorpora varias novedades en hardware desarrolladas por Canon:**

- Cabezales piezo-eléctricos de nueva generación, que utilizan una tecnología patentada de muestreo acústico para monitorizar que los cabezales funcionen correctamente durante el proceso de impresión.

- Un subsistema único de curado LED UV que opera de forma totalmente independiente de la impresora para asegurar un flujo de inyección/curado constante en cada gota, para obtener una uniformidad sin precedentes en toda el área de impresión de la imagen.
- Un sistema basado en curado LED UV que no transmite calor al soporte, por lo que facilita la impresión sobre las superficies más finas y los soportes flexibles más sensibles al calor.



- Compensación continua y automática de los cabezales, mientras el equipo está en funcionamiento, lo que permite realizar impresiones desatendidas y reduce el desperdicio de material.



Presentación de la nueva tecnología UVgel en el stand de Canon de C!Print Madrid 2016.

La nueva tecnología de impresión de Canon UVgel formará parte de una nueva gama de equipos de impresión sobre soportes flexibles, cuyo primer modelo será una impresora de bobina de 64", que **será lanzada en primavera de 2017.**

PASIÓN POR LAS ARTES GRÁFICAS

**MUSEO DIDÁCTICO DE
ARTES GRÁFICAS ÁNGEL
GALLEGO ESTEBAN**



Ángel Gallego Esteban, natural de La Horra (Burgos), llegó a Madrid “con una mano delante y otra detrás” en el año 1942, a la edad de 14 años, dispuesto a trabajar donde tuviera oportunidad, sin imaginarse que ser aprendiz de cajas y linotipia en una imprenta iba a cambiar tanto su vida.



Ángel Gallego en el Museo Didáctico de Artes Gráficas manejando una Linotipia del siglo XIX.

neobis ha visitado el Museo Didáctico de Artes Gráficas que con tanto trabajo y pasión ha creado Ángel Gallego Esteban, co-fundador de GÁEZ. Además de descubrir piezas únicas, que son auténticas joyas, neobis ha tenido el maravilloso placer de compartir una jornada con un gran enamorado de las Artes Gráficas.

Si queréis conocer de cerca los antiguos sistemas (oficios) más usados en Artes Gráficas desde el siglo XV hasta el XX, este es el lugar. En este museo descubrimos la historia de las Artes Gráficas desde Gutenberg con la composición de tipos móviles hasta los principios de la impresión digital.

Ángel nos explica sus inicios en el sector con la misma ilusión que hace 74 años. Recuerda con mucha nitidez su primera toma de contacto con el mundo gráfico en la empresa Tipografía Artística donde comenzó a trabajar con la composición de tipos móviles y sinceramente nos deja maravillados al explicarnos en qué consistía y más aún cuando le vemos en acción. Seis meses más tarde, continuó de aprendiz en la técnica de la linotipia, inventada a finales del siglo XIX por Mergenthaler. La linotipia, nos explica Ángel, hizo posible aumentar las tiradas de libros de texto y periódicos, favoreciendo así la cultura por todo el mundo. En el Museo Didáctico no perdemos detalle de cómo ponen en funcionamiento dos linotipias, una del siglo XIX y otra del XX. “La máquina mecá-

nica más perfecta” comenta Gallego mientras nos las muestra.

A finales de 1944 Ángel pasa a trabajar en piedra y en su relato nos hace comprender la especial importancia para la Industria Gráfica del trabajo con la piedra litográfica. La piedra fue el inicio del offset. El método, que de manera casual descubrió Senefelder a finales del siglo XVIII, se basa en el rechazo entre el agua y la grasa. Consistía en utilizar una piedra calcárea, porosa y muy pulida sobre la cual se dibujaba o se grababa con un buril. De esta forma, la piedra absorbía la grasa y al mojarla solo recogía el agua en los poros que carecían de grasa. Al aplicar posteriormente la tinta sobre la piedra, esta era repelida por el agua, pero no por la grasa del lápiz que sería la que imprimiría al efectuar la presión. Nació de esta forma la impresión indirecta que con el tiempo derivó en la técnica offset.



Arriba: prensa de madera del siglo XVIII.
Abajo: óleo sobre madera, tamaño 3x6 metros, del pintor Manuel S. Algora. Este mural forma parte de la gran colección de pintura recogida en el Museo Didáctico que cuenta con más de 40 piezas originales de los hermanos Algora, Vicente y Manuel.



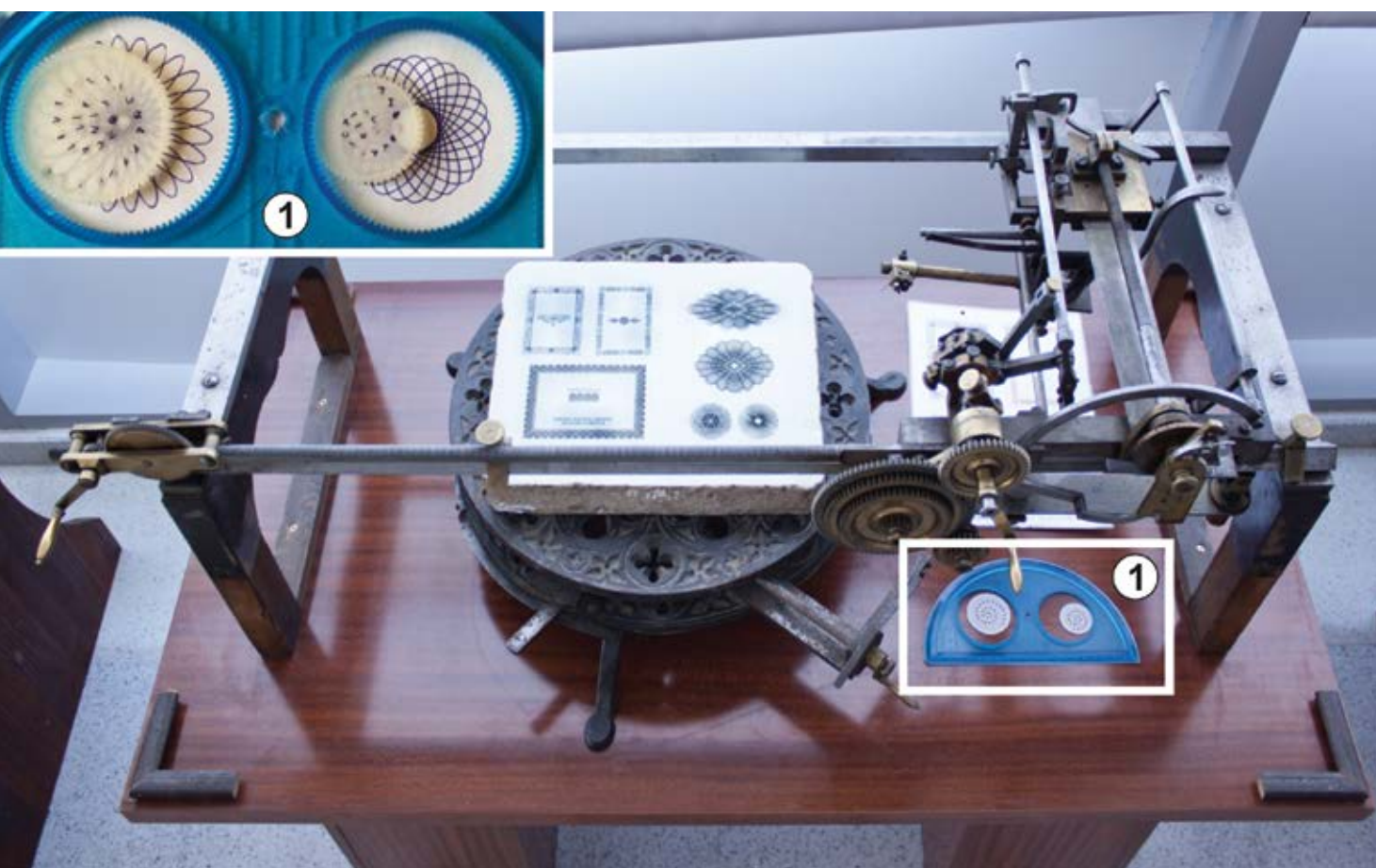
NEGRO SOBRE BLANCO

+ AMARILLO

+ ROJO

+ AZUL





De de arriba a abajo y de izquierda a derecha: Imprenta portatil completa, imprime "sin tinta", por cinta de calco, como las máquinas de escribir -pieza única-. Maqueta a escala 1:300 de la prensa de Senefelder para estampar directamente del grabado o reporte. Máquina de grabar piedra, rosetones concéntricos, especial para billetes, orlas, acciones.

Tras la piedra, Ángel trabaja en montaje y off-set sucesivamente hasta que en 1958 funda junto a Germán Gutiérrez la empresa Litografía GÁEZ de Artes Gráficas.

El aprendiz se convirtió en empresario pero continuó con los pies en la tierra y trabajando como el que más para alcanzar ser los mejores. De esta forma consiguió que lo que empezó siendo un simple taller de Vallecas se convirtiera en unas instalaciones de 12.000 m² con 200 empleados de Arganda del Rey.

Tras vender GÁEZ y jubilarse en el año 2007, Ángel decide rendirle homenaje a las Artes Gráficas, que tanto le han dado en su vida, y crea un espacio donde reunir todos los objetos personales y patrimoniales de los que dispone, naciendo así el Museo Didáctico de las Artes Gráficas.

A día de hoy, Ángel sigue recibiendo máquinas y continúa ampliando su museo pero, algo fatigado ya, es consciente de que las instalaciones en las que se encuentra actualmente no son las adecuadas para ser un museo público. Por ello, todas las piezas y el material están a disposición de las entidades interesadas en el proyecto. Ángel busca que esta exposición pase a formar parte de un museo de Artes Gráficas en España, con la única intención de que ninguna generación, por futura que sea, olvide nunca el arte del sector Gráfico.



SILENCIO

EL LIBRO TÁCTIL IMPRESO EN 3D PARA TODOS



Las ilustraciones formalmente sencillas representan objetos cotidianos, contienen un significado complejo que sorprenden al espectador con un estilo surrealista. Cada ilustración va acompañada de una descripción en braille para facilitar su comprensión.

El color del libro es utilizado como símbolo, el blanco es el color de la luz, es aquel que contiene todos los colores, todos los colores que las personas invidentes tienen que imaginar.



Para la realización del libro se han impreso más de 60 páginas en pruebas ya que ha sido muy complejo en cuanto al laminado y diseño del libro. Se ha realizado una investigación en laminadores, materiales de impresión, el braille, la tipografía y las ilustraciones. Además de tener en cuenta la ergonomía y la encuadernación”, Cuenta la diseñadora de este maravilloso libro.

SILENCIO DA TÍTULO AL INNOVADOR LIBRO IMPRESO EN 3D QUE OFRECE UNA COMUNICACIÓN TÁCTIL PARA TODOS

APROVECHANDO EL RELIEVE DE LA IMPRESIÓN 3D PARA ILUSTRAR Y LEER EN BRAILLE, EN ÉL SE RELATA UNA BREVE HISTORIA MEDIANTE FRASES INDEPENDIENTES DE POESÍAS EN TORNO A SENTIMIENTOS Y EXPERIENCIAS SENSORIALES, EN MUCHAS OCASIONES SINESTÉSICAS

El material en el que está impreso es filamento flexible, un material muy innovador, elástico, resistente al agua, confortable al tacto que permiten una buena lectura del braille y las páginas resultan muy fáciles de doblar, además de ser lavables e inarrugables.

Silencio se ha realizado con el fin de contribuir a la sociedad dando accesibilidad e investigando nuevas tecnologías para facilitar e integrar a las personas con deficiencias en la vista. Durante todo el proceso de creación se ha contado con la colaboración de la ONCE para resolver dudas, testear el libro y validarlo satisfactoriamente.

Los libros para personas discapacitadas visualmente son pocos y muy caros. Además, la mayoría cuentan con un proceso manual lento. Por lo que la impresión 3D sería de gran utilidad.

Silencio ha sido creado por **Jennifer Martin-Lorente**, una diseñadora gráfica fan de los libros y de la maquetación: “He maquetado de todo pero nunca un libro en 3D, este trabajo era un reto para mí, donde aprender y crecer profesionalmente”. El texto ha sido escrito por **Néstor Toribio Ruiz**.



LA MAGIA DIGITAL HA LLEGADO AL PACKAGING
DE ALTA CALIDAD, EN CARTÓN O EN PLÁSTICO

B2PACK INSTALA LA PRIMERA HP INDIGO 30000 CON CORONA EN EUROPA



Ejemplos de packa-
ging de productos
impresos con la
nueva prensa HP
Indigo 30000.



HP Inc. anuncia que el especialista en packaging B2Pack ha instalado una nueva prensa digital HP Indigo 30000 –la primera en Europa con una unidad de tratamiento corona en línea-. Con esta unidad, la nueva prensa posibilitará a la compañía **imprimir sobre una gama completamente nueva de sustratos, incluyendo materiales y plásticos metalizados**, lo que le permitirá ofrecer una mayor variedad de servicios a sus actuales clientes, además de

atraer a otros nuevos. La instalación se realizó en la planta de producción de la compañía en Getafe, Madrid, a principios de 2016.

Después de una dilatada historia de más de 75 años dentro del mundo de las artes gráficas y más de 40 años fabricando packaging, en B2Pack siempre están a la vanguardia de la tecnología. Iniciaron su andadura en la impresión digital hace más de 10 años fabrican-





do etiquetas con HP Indigo y ahora renuevan su confianza en HP apostando por la impresión de packaging en digital con la nueva HP 30000 con tratamiento corona.

Desde entonces, la compañía ha continuado creciendo, viendo cómo la demanda de los clientes aumentaba día a día.

Con la puesta en marcha de la máquina, B2Pack cubre el segmento de mercado y la demanda, cada día más creciente, de tiradas más cortas y más frecuentes, la diversificación de producto dentro de un mismo pedido, plazos más ajustados de entrega y todo ello con la máxima calidad de impresión.

“En B2Pack, siempre nos esforzamos por materializar las grandes ideas de nuestros clientes”, declara Nacho Manero CEO de B2Pack. “Por esta razón, hemos añadido a nuestras instalaciones la primera HP Indigo 30000 con tratamiento corona en Europa. Ahora podemos ofrecer a nuestros clientes todo tipo de soluciones de packaging, incluyendo cartón y plástico, acometer tiradas más cortas y frecuentes y ofrecer diversificación de producto dentro de cada pedido, al mismo tiempo que mantenemos la calidad excepcional que nuestros clientes demandan”.



La corona en línea de la HP Indigo 30000 instalada por B2Pack permitirá transformar la oferta en impresión de la compañía, al facilitar la impresión sobre sustratos con un alto margen como los cartones metalizados, los materiales sintéticos y plásticos de hasta 25 pt (incluyendo PVC, PET y PP transparente) y sustratos oscuros. Con estas nuevas capacidades, B2Pack podrá producir casi cualquier caja, funda o envasado en lámina al vacío con calidad offset, ampliando así su oferta en impresión.

“Combinada con nuestra extensa experiencia, la nueva incorporación a nuestra instalación HP Indigo nos proporciona una inestimable ventaja competitiva”, concluye Manero.



Arriba: La nueva prensa digital HP Indigo 30000.

Debajo: la planta de producción de B2Pack en Getafe, Madrid.

XEROX DIGITAL PACKAGING LIVE

XEROX DIGITAL PACKAGING LIVE CELEBRÓ EL PASADO 17 DE NOVIEMBRE EN BARCELONA SU CUARTA EDICIÓN. NEOBIS TUVO LA OPORTUNIDAD DE ASISTIR A ESTA JORNADA DE INNOVACIÓN Y NETWORKING EN LA QUE LA PUESTA EN ESCENA FUE BRILLANTE



Xerox reunió en la sede de Grup Maculart a más de 100 personas entre prensa, comerciales y directivos de grandes compañías europeas de la industria del packaging. En un ambiente distendido y profesional, Claire Virazels -Marketing Manager Production Colour & Packaging Technology Xerox Europa- actuó como maestro de ceremonias del evento.

Hubert Soviche, director de marketing de Xerox Europa, fue el encargado de abrir la jornada y recordarnos a todos los presentes la necesidad de hacer las cosas de manera diferente para sobrevivir en el mercado actual.

Sean Smyth de Smithers Pira, autor del informe "Future of Digital Packaging to 2020"

comenzó su ponencia afirmando que "el sector del envase está cambiando, el Digital Packaging está en un buen momento y esto solo acaba de empezar". "El objetivo de las marcas es vender más y más caro y saben que para conseguirlo necesitan hacer que su producto sea premium. Este cambio solo lo pueden conseguir a través de su imagen y **el packaging es casi más importante que la publicidad en lo que a imagen de marca se refiere**".

La evolución de los envases va asociada a los cambios sociales además de a las novedades regulatorias. Esto nos lleva a que **el packaging de un producto deje de ser estándar o estático y pase a ser un instrumento variable e interactivo**. Gracias a la impresión digital, po-

demos crear decenas de colores y tamaños de un mismo envase, customizarlo por ejemplo para la Eurocopa, navidad o el black Friday, además por supuesto, de disponer de él en varios idiomas. El packaging necesita ser versátil para atraer la atención del consumidor y responder a las diferentes necesidades de cada mercado. Esto es lo que hace del envase un elemento diferenciador, que potencia la imagen de marca de una empresa y convierte a un producto en premium. **“El packaging adecuado justifica el 50% del precio premium de un producto”**, comentaba Smyth.

En la misma línea, **Claire Summersby, responsable de marketing de The Alexir Partnership**, explicaba que para tener éxito en este sector solo hay una opción: ser diferente. “Puedes entrar en la guerra de precios pero esto te garantiza la ruina en el medio/largo plazo”. “El packaging es un canal de comunicación igual que las redes sociales, el marketing directo o la publicidad pero, este canal de comunicación está delante del cliente en el momento de la compra, es decisivo y tienes 30 segundos para hacer que el cliente elija tu producto y no cualquier otro del lineal”.

Para finalizar, Antalis, Esko, Highcon, Scodix, Tresu, KAMAI, EFI y XMPie, se presentaron como Business Partners de Xerox y acompañaron a los asistentes a una visita por las instalaciones de Grup Maculart que cuenta para las tiradas largas con una Heidelberg, para la personalización de envases y tiradas cortas con la iGen 4 de Xerox y para prospectos farmacéuticos con la prensa de inyección de tinta de Xerox Impika Compact.

Consciente de que **hoy en día el 50% de lo que se imprime son envases, Xerox se está centrando en la impresión digital de este sector que según predice el estudio de Smithers Pira experimentará un crecimiento del 40% en los próximos años**. “La impresión digital es clave para afrontar los desafíos de un mercado con tiradas cortas, menor tiempo de producción y que demanda valor añadido”.



DIRECT TO OBJECT DE XEROX

La innovadora arquitectura de pequeños inyectores de acero inoxidable que integra la nueva impresora de inyección de tinta Direct to Object de Xerox, ofrece un nuevo método para personalizar objetos 3D bajo demanda sin necesidad de tener que utilizar etiquetas. Los inyectores se encuentran en los cabezales del equipo –que tienen el tamaño de una baraja de cartas–, e imprimen con total precisión sobre objetos tan pequeños como el tapón de una botella o tan grandes como un casco. Además, puede imprimir sobre diferentes tipos de materiales, como plástico, metal, cerámica y vidrio.

EXPERIENCIA EN LA
IMPLANTACIÓN DE



SISTEMAS DE GESTIÓN ENERGÉTICA

EN 20 EMPRESAS GRÁFICAS ESPAÑOLAS

LA EFICIENCIA ENERGÉTICA HA VENIDO ADQUIRIENDO ÚLTIMAMENTE UN PAPEL CADA VEZ MÁS IMPORTANTE EN ESPAÑA. EL INCREMENTO DE LA FACTURA ENERGÉTICA Y LA ALTA COMPETENCIA EN EL SECTOR, HACE QUE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA SEA UNA DE LAS INVERSIONES MÁS SEGURAS MEDIANTE EL DISEÑO Y APLICACIÓN DE MEDIDAS DE REDUCCIÓN EN LAS EMPRESAS GRÁFICAS ESPAÑOLAS

AUTOR: Luis Galiana, Consultor experto en eficiencia energética



Por nuestra experiencia, la mayoría de los emprendedores no valoran inicialmente la idea de desarrollar un plan de reducción energética en su empresa. En su opinión supone tiempo valioso y dinero para unos resultados inseguros. Actualmente se tiene mayor conciencia. Trabajar en la reducción energética es sinónimo de trabajar con los empleados en mejorar la situación de la compañía.

Se ha demostrado que la implantación de Sistemas de Gestión Energética produce, al menos, **entre un 10% y un 20% de ahorros en los costes energéticos anuales** de las empresas industriales.

El Proyecto Europeo “EMSPI www.emspi.eu Energy Management Standardization in Printing Industry” co-financiado por la Unión Europea mediante el programa “Intelligent Energy Europe”, ofreció a las **empresas gráficas españolas** la oportunidad de **implantar** un Sistema de Gestión Energética adaptado a sus especificidades sectoriales.



Co-funded by the Intelligent Energy Europe
Programme of the European Union

FACTOR www.wearefactor.com, empresa especializada en eficiencia energética, participa en el proyecto EMSPI como responsable de apoyar a las empresas gráficas españolas en la implantación. El equipo de **consultores** de FACTOR ha ofrecido apoyo a las empresas a lo largo del proceso de implantación del Sistema, adaptando los materiales y herramientas desarrollados por expertos europeos a las características específicas de cada empresa.

Como resultado de la implantación, las empresas gráficas son capaces de:

- Utilizar herramientas simplificadas para medir y controlar los consumos energéticos.
- Identificar las principales posibilidades de reducción de consumos energéticos.
- Controlar continuamente las acciones realizadas para reducir los consumos energéticos.

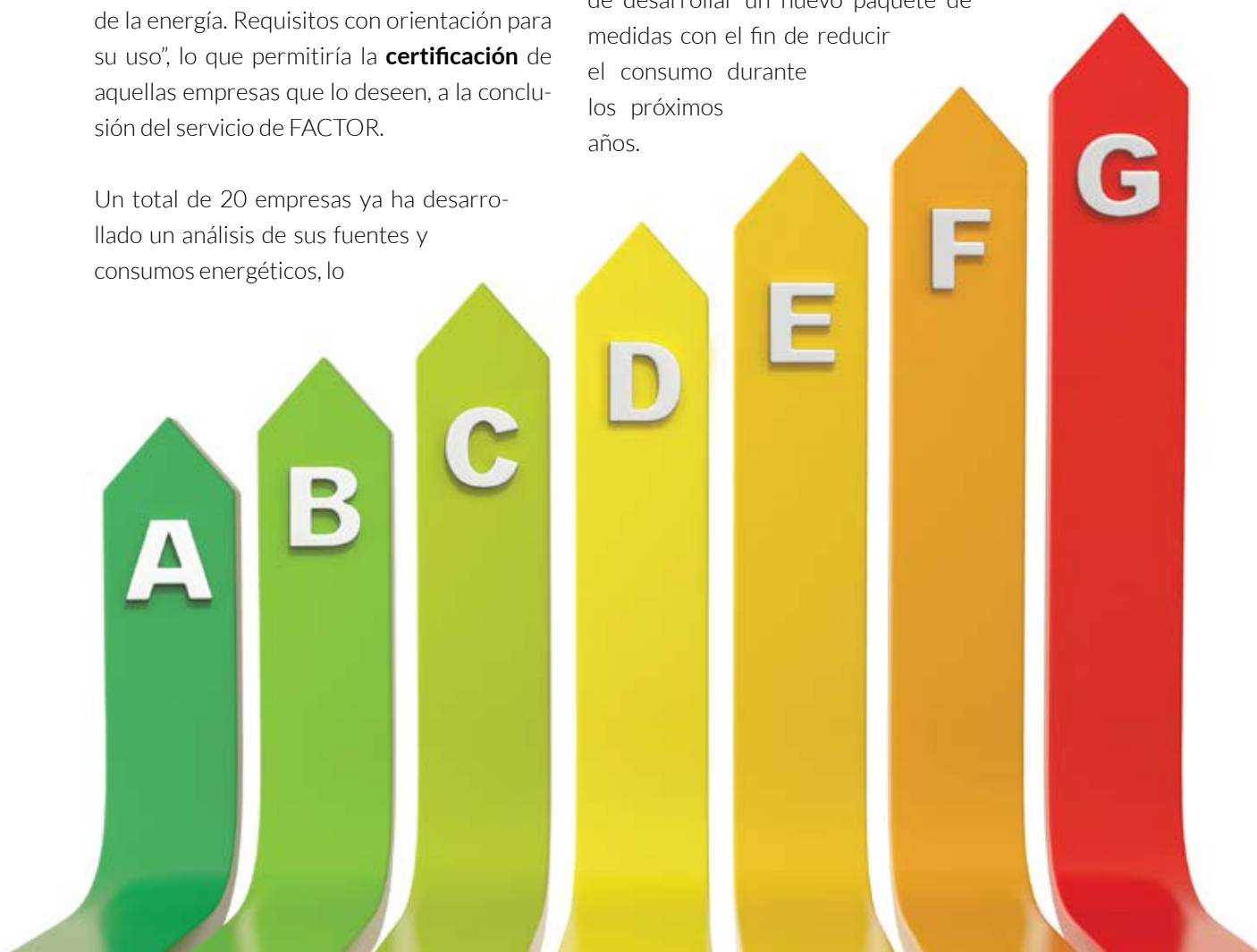
Además, los Sistemas de Gestión Energética (SGEn) implantados siguen los requisitos de la **Norma ISO 50001**, "Sistemas de gestión de la energía. Requisitos con orientación para su uso", lo que permitiría la **certificación** de aquellas empresas que lo deseen, a la conclusión del servicio de FACTOR.

Un total de 20 empresas ya ha desarrollado un análisis de sus fuentes y consumos energéticos, lo



que les ha permitido diseñar una serie de medidas para reducir su consumo energético. Con el fin de estandarizar y de continuar con el plan energético, han finalizado a su vez de implementar el Sistema de Gestión Energética basado en el estándar ISO 50001.

Las 20 compañías españolas han reducido el principal KPI del Proyecto (GJ energéticos totales / toneladas de papel consumidas) de 1,3 a 1,1 desde 2013. Como consecuencia, han reducido considerablemente sus emisiones de CO₂e por consumo de papel, electricidad y tratamiento de residuos (893 tCO₂e), incorporando medidas de iluminación, aislamiento, y máquinas eficientes, entre otras. Sin embargo, las compañías se encuentran en proceso de desarrollar un nuevo paquete de medidas con el fin de reducir el consumo durante los próximos años.





SOLUCIONES

NEOBIS PRESS 146 **neOBIS**

neOBIS TE FACILITA LA GESTIÓN DE TU EMPRESA



ACOMPANIAMIENTO FINANCIERO

CONOCE TODAS LAS VÍAS DE FINANCIACIÓN QUE TIENES A TU ALCANCE

Este servicio ayuda a las empresas asociadas en el acceso a la financiación o en el mantenimiento y renovación de la misma en la actual coyuntura de restricción del crédito empresarial.



ASESORAMIENTO MERCANTIL

DESPEJA CUALQUIER DUDA LEGAL SOBRE TU EMPRESA

Ofrecer al asociado información clara y consejo profesional, tanto en el ejercicio de sus derechos y libertades, como en el cumplimiento de sus obligaciones, para la mejor consecución de sus intereses.



ASESORAMIENTO FISCAL

HACEMOS MÁS FÁCIL LA GESTIÓN DE LAS OBLIGACIONES FISCALES

Ofrecer a la empresa de manera clara la información necesaria para el correcto cumplimiento de sus obligaciones fiscales exigidas por el ordenamiento jurídico tributario.



AHORRO ENERGÉTICO

REDUCE TUS FACTURAS ENERGÉTICAS

Con este servicio las empresas asociadas cuentan con soporte en el asesoramiento, gestión y consecución de ahorros en todo tipo de energías.

El servicio supone un análisis del ahorro energético con un enfoque más amplio del habitual, que suele limitarse al cambio de comercializadora de electricidad.



IMPAGADOS Y RECOBRO DE DEUDAS

NI UN SOLO TRABAJO SIN COBRAR

Este servicio ayuda a las empresas en dos fases del proceso del negocio:

- Prevención de impagos: posibilidad de obtener información permanentemente actualizada sobre solvencia y crédito de empresas y autónomos.
- Recuperación amistosa y judicial de deuda: el éxito de la gestión finaliza con la recepción del dinero adeudado directamente en la cuenta de su empresa.





ASESORAMIENTO CONTABLE

EL MEJOR SOPORTE PARA TU CONTABILIDAD

Facilitamos la posibilidad de conocer el estado financiero de tu empresa y asesorar sobre las obligaciones a las que debes hacer frente.



ASESORAMIENTO JURÍDICO-LABORAL

ABOGADOS ESPECIALIZADOS, A TU DISPOSICIÓN

Te ofrecemos el más amplio abanico de servicios jurídicos de índole social realizado por abogados especializados en materia laboral en el sector gráfico, participando de forma directa en la negociación del Convenio Colectivo Estatal de Artes Gráficas, Manipulados de Papel, Manipulados de Cartón, Editoriales e Industrias Auxiliares.



GESTIÓN DE FORMACIÓN

HAZ CRECER A TU EQUIPO CON LA MEJOR FORMACIÓN

Gestionamos todo lo necesario para que los trabajadores de tu empresa cuenten con la formación que desees.



MEDIOAMBIENTE

TE AYUDAMOS A SER MÁS "VERDE"

Asesoramiento integral en materia medioambiental, desde actuaciones puntuales (implantaciones, auditorías, formación, estudios)

hasta la externalización de los departamentos de medioambiente, calidad y cadena de custodia.



GESTIÓN DE AYUDAS Y SUBVENCIONES

CONSIGUE LAS AYUDAS Y SUBVENCIONES A LAS QUE PUEDE ACCEDER TU EMPRESA

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



GESTIÓN DE NÓMINAS

ESPECIALISTAS EN GESTIÓN DE NÓMINAS DEL SECTOR

Más de 120 empresas confían ya la gestión de sus nóminas a neobis. Un servicio especializado en el sector gráfico, con un trato personal y cercano, integrado con la asesoría laboral, legal y fiscal, respaldado por la Seguridad Social.





ASESORAMIENTO DE SEGUROS

REDUCE EL COSTE DE TUS SEGUROS

Asesoramiento independiente y gestión de tus seguros empresariales, personales y financieros con más de veinte compañías, consiguiendo las mejores coberturas y los precios más ajustados.



AUDITORÍA RESPONSABILIDAD ADMINISTRADORES

CONOCE TUS OBLIGACIONES COMO ADMINISTRADOR

Te ofrecemos una auditoría para:

- Conocer el alcance de los riesgos por las decisiones tomadas históricamente.
- Recomendar a los administradores cómo actuar en caso de que estén en situación de alto riesgo.
- Prevenir que puedan darse las circunstancias que hagan que los administradores estén en alto riesgo en el futuro.



RETRIBUCIÓN LIGADA A PRODUCTIVIDAD

IMPLANTA UN MODELO DE RETRIBUCIÓN EFICIENTE

Este servicio ayuda a las empresas a dar a conocer todos los pasos técnicos, legales y de comunicación para establecer con éxito un sistema flexible de retribución ligado a productividad.



COACHING EJECUTIVO Y DE EQUIPOS

ENCUENTRA EL CAMINO MÁS EFICAZ PARA ALCANZAR TUS METAS

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



PROTOCOLO FAMILIAR

ASEGURA UNA CONTINUIDAD EXITOSA DE TU EMPRESA FAMILIAR

Te ayudamos a dar forma al Protocolo Familiar de tu empresa, adelantándonos y dejando resueltos los problemas que pueden surgir a la hora de plantearse su titularidad, sucesión y gobierno. Cuando estos problemas no se gestionan y resuelven a tiempo y de forma ordenada, pueden llegar a afectar a las relaciones a todo nivel entre familia y empresa.

Contacta con neobis a través
del teléfono **912 437 400** o del
e-mail **info@neobis.es**





**OBLIGACIÓN
DE REGISTRAR
LA JORNADA
DE CADA
TRABAJADOR**

Este es el artículo en el que nace la obligatoriedad del registro diario de la jornada de cada trabajador, pero nos puede surgir la siguiente pregunta: si este precepto lleva invariable años en el texto legal, **¿por qué es ahora cuando surge esta obligación?** La respuesta la tenemos en las sentencias de la Sala de lo Social de la Audiencia Nacional dictadas a lo largo del año 2016 (sentencia 25/2016 de, fecha 19 de febrero; sentencia 59/2016, de fecha 13 de abril; sentencia 77/2016, de fecha 6 de mayo).

El origen de la cuestión está en la **realización de horas extraordinarias y, sobre todo, en su control**, ya que si no tiene lugar este último, difícilmente un trabajador podrá acreditar la realización de aquellas. Las sentencias expuestas sostienen que las horas extra sólo se pueden conocer y cuantificar si se lleva en la empresa un control diario de la jornada ordinaria y aquí está el origen de la obligación.

La Audiencia Nacional llega a la conclusión de que es necesario este registro sobre la base

ARTÍCULO 35.5 DEL ESTATUTO DE LOS TRABAJADORES: "A EFECTOS DEL CÁLCULO DE HORAS EXTRAORDINARIAS, LA JORNADA DE CADA TRABAJADOR SE REGISTRARÁ DÍA A DÍA Y SE TOTALIZARÁ EN EL PERÍODO FIJADO PARA EL ABONO DE LAS RETRIBUCIONES, ENTREGANDO COPIA DEL RESUMEN AL TRABAJADOR EN EL RECIBO CORRESPONDIENTE"

AUTOR: José Antonio Pompa, Asesoría Jurídico-Laboral neobis



del contenido del artículo 35.5 del Estatuto, ya que **así se logra que los trabajadores puedan tener una base probatoria en materia de excesos de jornada**. Afirman estas resoluciones que el registro de jornada es un derecho subjetivo de los trabajadores y, además, la representación legal de los trabajadores ha de tener conocimiento de este control.

Dicho lo anterior, es claro que existe obligatoriedad, pero **en algunos casos nos encontramos con que se va en contra de la evolución que deberían tener las relaciones labores, ya que no se favorece la confianza entre las partes y, en muchos supuestos, el control no es tan factible**, como el caso de comerciales que prestan servicios fuera de los centros de trabajo y que no es claro en qué momento exacto comienzan su jornada laboral o la terminan. Tampoco es muy factible en los casos de los trabajadores que prestan servicios a distancia, como puede ser el caso del teletrabajo.

Considero que **hay que descender al caso concreto de cada sector y de cada relación laboral y valorar en qué casos ha de ser exigible este control tan exhaustivo y en cuáles no sólo no es necesario, sino tampoco recomendable**.

Pero, a día de hoy, **un inspector de trabajo puede exigir que se le exhiba el registro** y, en caso de que la empresa no disponga del mismo, podría requerir que se lleve a cabo el mismo a partir de ese momento o, en su caso, imponer la correspondiente sanción a la empresa (aunque también es verdad que, de momento, no conocemos ningún caso en el sector).

Contacta con neobis a través del teléfono **912 437 400** o de los e-mails **japompa@neobis.es** o **rtrasobares@neobis.es**



Lo importante de las cosas no es como empiezan...

GRUPO NEO ofrece a través de sus empresas un amplio abanico de soluciones en acabados de post-impresión.

Estas soluciones cubren la más amplia gama de productos, plastificados, barnices UVI, tintas removibles y luminiscentes, estampación térmica de película, golpes en seco, troquelados, pegados y plegados.

...sino como acaban

entrega y recogida de mercancía
atención telefónica 24hrs.

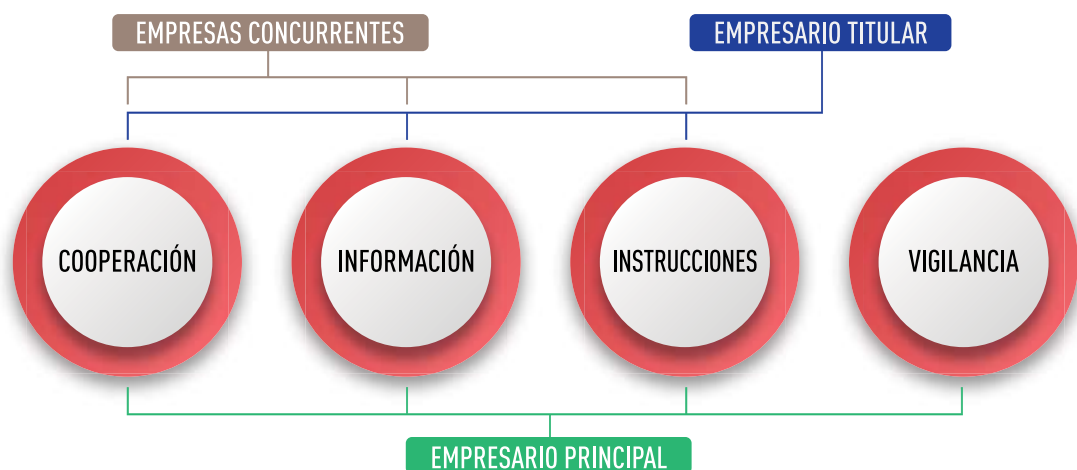
91 699 27 92



CONTRATAS Y SUBCONTRATAS

EL PROCESO DE DESCENTRALIZACIÓN PRODUCTIVA DE LAS EMPRESAS ES CONSIDERADO UNO DE LOS PRINCIPALES MOTIVOS DEL CRECIMIENTO DE CONTRATAS Y SUBCONTRATAS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS. LAS TÉCNICAS DE CONTRATACIÓN Y SUBCONTRATACIÓN DE ACTIVIDADES SE HAN ESTABLECIDO COMO PARTE DEL SISTEMA PRODUCTIVO DE LAS ORGANIZACIONES. ESTA SITUACIÓN EXIGE A LAS ENTIDADES TENER EN CONSIDERACIÓN LAS POSIBLES OBLIGACIONES DERIVADAS DE LAS RELACIONES CONTRACTUALES QUE ADQUIEREN, ENTRE ELLAS, LAS EXISTENTES EN MATERIA DE SEGURIDAD SOCIAL Y PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

AUTOR: Francisco Díaz Cerrato, Ing. de Caminos, Canales y Puertos. Técnico Superior de Prevención en FREMAP



El desarrollo de actividades empresariales, contratadas y subcontratadas, en concurrencia en un mismo centro de trabajo resulta una situación cada vez más común. Este hecho da lugar a escenarios en los que trabajadores de diferentes empresas realizan actividades concretas, cada una con sus riesgos asociados, los cuales pueden agravarse a consecuencia de la

concurrencia e incluso afectar a trabajadores de otras empresas presentes.

El RD. 171/2004, de 30 de enero, por el que se desarrolla el artículo 24 de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales, en materia de coordinación de actividades empresariales indica los **aspectos que**



deben tener en consideración las empresas en función de la figura que adquieran. La normativa define las siguientes:

EMPRESA TITULAR

Aquella que tiene capacidad de poner a disposición y gestionar el centro de trabajo en el que se produce la concurrencia.

EMPRESA PRINCIPAL

Empresa que contrata/subcontrata la realización de obras o servicios correspondientes a su propia actividad, aquella que es inherente al ciclo productivo de la empresa, en el mismo centro de trabajo.

EMPRESA CONCURRENTE

Empresa que presta servicio junto a otras empresas y/o trabajador o trabajadores autónomos, en un mismo centro de trabajo.

En el gráfico se vincula de manera esquemática las obligaciones a las que debe dar cumplimiento cada una de las empresas.

Un aspecto destacable a tener en consideración es la necesidad de establecer, antes del inicio de las actividades, los medios de coordinación necesarios mediante los cuales se

puedan controlar las posibles interferencias que se produzcan entre las actividades que se lleven a cabo.

Para su determinación es necesario tener en cuenta factores como:

- grado de peligrosidad de las actividades,
- duración de la concurrencia, y
- número de trabajadores involucrados.

Por otro lado, conviene señalar que la forma especificada para la realización de una determinada actividad, según lo definido en la **Guía técnica para la integración de la prevención**, es el “procedimiento de trabajo”. El procedimiento de trabajo definido por cada una de las empresas concurrentes puede ser una pieza clave para una coordinación efectiva entre ellas.

A modo de conclusión, **el principal objetivo durante una situación de concurrencia debe ser garantizar que el desarrollo de las actividades a realizar no genera riesgos incontrolados que puedan disminuir la seguridad y salud de los trabajadores.**



El desarrollo de actividades empresariales, contratadas y subcontratadas, en un mismo centro de trabajo, una situación cada vez más común.





 @neobis_acg

 AsociacionNeobis



Te interesa

NEOBIS PRESS 146

POR QUÉ NECESITO UN CRM?

AUTOR: Juan Bayón, consultor sistemas de gestión artes gráficas

Cuando hablamos de CRM nos referimos al sistema que engloba y registra todas las actividades realizadas por mi empresa con mis clientes y proveedores.

En una empresa tradicional 1.0, la información que se gestiona es la propia de la actividad de la empresa: ciclo de compras y ventas, y ahí nos quedamos. En este tipo de empresas era muy común que el día que un comercial se iba a la competencia se llevara con él todo el conocimiento del cliente. Ante esto, la respuesta habitual era “sí, pero las ventas las tengo” en lugar de plantearse: ¿qué pasa con todas las visitas y la información “no tangible” que se quedan en la libreta del comercial?

Tener un CRM consiste en tener toda esa información almacenada, organizada y accesible (¿nos acordamos del Big Data?), pero mantener el sistema no debe “entorpecer” nuestra labor diaria. No es aceptable que al

finalizar la jornada el usuario tenga la sensación de haber estado alimentando un sistema que no le aporta ningún beneficio. Entonces, los objetivos que perseguimos son:

- Herramienta que me ayude en la realización de tareas y consecución de metas.
- Estudiar dicha información para poder realizar las acciones oportunas.

Así, descubrimos cual es el principal motivo por el que una implantación de un CRM se identifica como éxito o fracaso absoluto: **debe tratarse de una herramienta que ayude al usuario y no al revés.**

El CRM o gestión de relaciones con clientes no sólo engloba nuestra actividad comercial, sino que puede (y debe) incluir la **gestión de compras, logística y sobre todo, gestión de incidencias o atención al cliente.**

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS QUE DEBE TENER UN CRM

Si atendemos sólo a las tareas o actividades que puede realizar nuestro personal comercial y utilizando el sentido común, estas cualidades deberían ser:

- Gestión de candidatos y sus contactos. Aquellos contactos con los que mantenemos relaciones comerciales pero aún no son clientes.
- Gestión de cartera de clientes. Clientes asociados al comercial.
- Gestión de agenda. Sin entrar a mencionar cuestiones obvias, hay muchas tareas que deberían ser automáticas. Si he enviado una oferta o presupuesto, parece lógico que el sistema me avise varios días después, o con la periodicidad que se designe, para realizar seguimiento de la misma. De igual manera, si he realizado una visita también debería solicitarme que dé alguna información de la misma, planificar una siguiente visita / acción, etc.
- Actividades y tipo de acciones realizadas, incluyendo si cabe el coste de dichas acciones (gastos de viaje, kilometrajes, dietas, etc).
- Seguimiento de objetivos. De la misma forma, debo poder controlar mi cartera de clientes, registrando cada visita, si son programadas o no, etc.
- Documentación enviada y recibida. El sistema tiene que ser capaz de organizar y almacenar documentos asociados a ese cliente / proveedor / producto.
- Gestión de campañas comerciales. Se trata de relacionar la actividad realizada por el comercial con las diferentes campañas realizadas por la empresa.



En lo que respecta a las **gestiones propias de atención al cliente**, podemos estudiar el tipo de incidencia, si es interna (por ejemplo, un problema en producción) o externa (una incidencia con el operador logístico), el tipo de respuesta demandada por el cliente y realizada, su coste, etc.

INFORMACIÓN QUE VAMOS A PODER EXPLOTAR

Puesto que ya tenemos organizada y relacionada toda la información que hemos recabado a partir de las diferentes actividades, ya podemos realizar estudios con ella. Dependiendo de dónde pongamos el foco podremos analizar la misma información pero desde prismas diferentes.

FOCO EN CLIENTE

Esfuerzo y coste comercial. Una vez que tenemos registradas las ventas de un cliente, un análisis que nos viene a la cabeza es el típico TOP de ventas. Este dato, aun siendo objetivo,

puede verse afectado si en la misma ecuación ponemos la información que vamos a poder recolectar en el CRM.

- Visitas comerciales realizadas
- Tasa de conversión de presupuesto en ventas
- Incidencias en atención al cliente y coste
- ¿Es rentable mi cliente?

FOCO EN CAMPAÑA COMERCIAL

En el estudio de campañas comerciales, vamos a poder estudiar costes y beneficios por campaña, utilizando las mismas variables que usamos anteriormente.

Este mismo estudio podemos realizarlo poniendo el foco en otras áreas, como podría ser la gestión de atención al cliente o la gestión comercial.





La hora exacta. La hora H-UV.

H-UV es una realidad. Una realidad tangible. Y, sobre todo, muy objetiva. Los números no engañan. Y los números avalan el H-UV como tecnología offset UV de bajo consumo líder mundial. Ha nacido una nueva forma de entender y de trabajar el negocio de la impresión comercial. Los impresores Komori H-UV la conciben como la tecnología del futuro a nivel de impresión offset. Pero, para ellos, ya es su presente. Su realidad. Una realidad muy tangible.



902 906 980 - info@omcsae.com - www.omcsae.com

KOMORI

LAS 5 PRINCIPALES AMENAZAS DE CIBERSEGURIDAD EN LA PYME

LAS EMPRESAS, NO SÓLO LAS GRANDES SINO TAMBIÉN LAS PYMES Y LOS AUTÓNOMOS, ESTÁN INMERSAS E INCLUSO SE VEN ARROLLADAS POR UNA SOCIEDAD QUE USA LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN TODAS SUS EXPRESIONES. DESDE TODOS LOS PUNTOS DE VISTA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL ES UNA OPORTUNIDAD SIN PRECEDENTES PARA LAS EMPRESAS, PERO TENEMOS QUE CONOCER Y MITIGAR LOS RIESGOS

Las empresas y los usuarios son cada vez más conscientes de los riesgos del uso de la tecnología. Para los primeros **generar confianza** es la clave para sobrevivir en el mundo digital. Así, no pueden permitirse el lujo de sufrir incidentes de seguridad, por su reputación y por su cuenta de resultados. Para los segundos, la falta de privacidad y el fraude son dos de sus preocupaciones, de forma que tienen que aprender, a marchas forzadas, nuevas formas de seleccionar empresas confiables donde no resulten engañados y sus datos estén seguros. Unos y otros tenemos que “pagar” el peaje de la Ciberseguridad.

Protege tu empresa de INCIBE –Instituto Nacional de Ciberseguridad de España– nos

informa de las principales amenazas que han de afrontar las empresas en este entorno.

1. RANSOMWARE

Esta amenaza consiste en un malware que infecta los equipos de las empresas, a sus servidores web, etc. **El malware toma el control de los equipos y cifra, “secuestra” la información, que quedará ilegible hasta que no dispongamos de la clave para descifrarla.** Al intentar acceder a la información cifrada aparece un mensaje de extorsión que pide un **rescate económico**, a menudo en bitcoins o a través de cuentas falsas o intermediarios, a cambio de esta clave.

Este y otros tipos de malware se introducen

AUTOR: Jorge Chinae, coordinador área ciberseguridad INCIBE



en las empresas aprovechando agujeros de seguridad de software desactualizado o a través de mensajes engañosos con adjuntos o enlaces que descargan estos ficheros maliciosos.

2. PHISHING Y DEFACEMENT DE PÁGINAS WEB

Las consecuencias del **software desactualizado** son también una constante e importante amenaza, en particular para las empresas con página web y con tienda online. Los ciberdelincuentes se han profesionalizado y actúan en grupos organizados. Las páginas web poco protegidas son una **vía para capturar datos de usuarios que se venden bien en el mercado negro**.

A su vez, los servidores desactualizados, es decir, sin todos los parches de seguridad instalados, son un punto fácil de entrada para ataques de tipo *phishing* y *defacement*. En am-

bos casos, aunque con intenciones diferentes, cambian el aspecto de nuestra web. En el primer caso para suplantar a otro comercio conocido y “pescar” credenciales de acceso y en el segundo por motivos reivindicativos.

3. ATAQUES DE DENEGACIÓN DE SERVICIO, DoS Y DDoS

Los ataques de denegación de servicio son técnicas que tienen por objetivo **dejar un servidor inoperativo**, mediante peticiones masivas de tráfico web que hacen que los servidores se sobrecarguen, colapsando y paralizando el servicio e impidiendo que los usuarios legítimos puedan acceder y utilizar sus servicios (correo electrónico, web, ficheros,...).

Para realizar este ataque se suele utilizar una red de ordenadores infectados, redes zombies o botnet, que envían peticiones masivas de forma coordinada al servidor víctima.



4. INGENIERÍA SOCIAL

La ingeniería social es el nombre que se le da a las **tácticas utilizadas para obtener información sensible o confidencial**, en muchas ocasiones contraseñas de acceso, de una persona. Utilizan técnicas de persuasión que **aprovechan la buena voluntad y falta de precaución de la víctima**.

Los datos así obtenidos son utilizados posteriormente para realizar otro tipo de ataques, o para su venta. Recientemente se han especializado en directivos, a los que **previamente espían para conocer detalles de su vida personal o profesional y dar así más credibilidad al engaño**.

El medio más utilizado son correos electrónicos que simulando notificaciones de bancos, servicios de telefonía o energéticos, etc.,

redes sociales o tiendas online donde nos instan a pinchar o descargar un archivo adjunto o a rellenar formularios con datos personales.

5. FUGA DE INFORMACIÓN

La fuga de información consiste en el **acceso a información privada por parte de personas no autorizadas**. Estas fugas pueden tener tanto origen interno (acciones inadvertidas o intencionadas de empleados) como externo (desde organizaciones criminales hasta activistas). Las consecuencias de un incidente de fuga de información, son daños de imagen con un gran impacto negativo en el negocio, al **generar desconfianza e inseguridad en clientes**; y consecuencias a terceros cuyos datos se hayan hecho públicos que pueden derivar en sanciones administrativas por incumplimiento de leyes de protección de la privacidad.





el sector **en verde**

NEOBIS PRESS 146

COCHES ELÉCTRICOS EN LA EMPRESA

UNA MANERA DE REDUCIR NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL

DESDE HACE TIEMPO SE HABLA DE QUE EL COCHE ELÉCTRICO HA VENIDO PARA QUEDARSE Y, PARECE QUE AHORA SÍ ESTAMOS ANTE EL FIN. Y NO SOLO PORQUE ELON MUSK, EL CREADOR DE PAYPAL Y PROMOTOR DE LA MISIÓN A MARTE LO HAYA TOMADO COMO RETO PERSONAL CON SU MARCA TESLA MOTORS, NI PORQUE BMW ANUNCIE QUE EN BREVE SUS MODELOS PODRÁN RECORRER 600KM CON UNA CARGA, NI PORQUE UNA MARCA CLÁSICA DE HIPERDEPORTIVOS DE LUJO COMO ASTON MARTIN HAYA ANUNCIADO RECIENTEMENTE SU PRIMER MODELO ELÉCTRICO, SI NO PORQUE EN LAS ALTAS ESFERAS YA SE HA DECIDIDO QUE VA A SER ASÍ

AUTOR: Sergio Ródenas, colaborador Asesoría Medioambiente neobis

Reino Unido ha desarrollado un **plan de impulsión para que en 2040 todos los coches nuevos que se vendan en las islas sean eléctricos**. Mientras, en Noruega, un país en el que muchos de sus ingresos son procedentes del petróleo, prohibirá la venta de coches diesel y gasolina en 2025. Por su parte, la Unión Europea prepara una directiva en la que se requerirá que a partir de 2019 todas las nuevas viviendas incorporen puntos de recarga.

Podemos verlo como algo aterrador, o como una oportunidad, y en el segundo caso apro-

vecharla para **reducir el impacto ambiental de nuestra compañía**, en concreto, reducir las emisiones directas de CO₂ asociadas a los vehículos utilizados en nuestros negocios. Dentro del sector no es común, salvo en las empresas más grandes, disponer de flotas de reparto, pero sí lo es **visitar clientes para desarrollar labores comerciales**, y en muchos casos esas visitas se realizan con berlinas de representación que si bien dan buena imagen, en la mayor parte de los casos distan mucho de ser vehículos “eficientes” para lidiar con el tráfico de unas ciudades cada vez más conges-

tionadas y contaminadas que de forma cada vez más habitual restringen el acceso a los vehículos convencionales a su almendra central cuando se disparan las emisiones.

En otros casos se utilizan **furgonetas** propiedad de la empresa para entregar los trabajos más pequeños y de paso, visitar al cliente. A priori, reemplazar un coche diesel o gasolina por un vehículo eléctrico puede parecer algo disparatado en un momento en el que encontrar un punto de recarga en las ciudades españolas no es tarea fácil.

Sin embargo, esto no ha echado para atrás a algunas marcas de logística, que saben bien lo que es trabajar dentro del atasco, como por ejemplo SEUR, que incorpora ya en su flota más de una veintena de vehículos 100% eléctricos para sus entregas en los núcleos urbanos de Madrid y Barcelona. O a algunos proveedores del sector, como RICOH, que ya llevan un tiempo utilizando vehículos eléctricos a pequeña escala. Si bien es cierto que

utilizar un coche eléctrico a nivel personal aún es complejo si uno vive en un piso y no dispone de un punto de recarga cercano, esto es más fácil para las empresas, que suelen disponer de **parking privados en los que instalar puntos de recarga** no es un engorro, una medida que a su vez, podría hacer que algún miembro de la plantilla se animase a dar el salto a lo eléctrico, reduciendo en este caso las emisiones indirectas asociadas al desplazamiento de los empleados.

Decidirse por la movilidad eléctrica puede ser una buena idea para mejorar la imagen y avalar nuestra apuesta por la “impresión verde”, y es de especial interés para las empresas certificadas en medioambiente, que con la llegada de la nueva ISO 14001:2015 tienen que afrontar nuevos retos, como satisfacer a las partes interesadas y analizar las oportunidades de mejora a nivel medioambiental.





TU Tiempo

NEOBIS PRESS 146



AMBERES LA GRAN DESCONOCIDA BELGA

FUENTES: BuendíaTours y sobrebelgica blog

Amberes o Antwerpen es la ciudad más comercial, metropolitana y rica de Bélgica. Situada en la zona flamenca se distingue sobre todo por su diversidad cultural y su éxito en los negocios, gran parte debido a su ubicación junto al río Escalda.

La leyenda cuenta que un gigante llamado Druoon Antigoon habitaba el río de Amberes y que cobraba un peaje a los barcos que quisieran pasar. Si un barco no pagaba, el gigante cortaba la mano del capitán y la arrojaba al río Escalda. Un día, un centurión romano, Silvius Brabo, cortó la mano del gigante y la lanzó al río y de ahí surgió el nombre de Amberes (Antwerpen), Ant = Mano, Werpen = Lanzar.

CUANDO HABLAMOS DE BÉLGICA,
CIUDADES COMO BRUSELAS,
BRUJAS Y GANTE SALTAN
INMEDIATAMENTE A NUESTRA
MENTE, PERO NOS OLVIDAMOS DE
LA JOYA DE LA CORONA BELGA

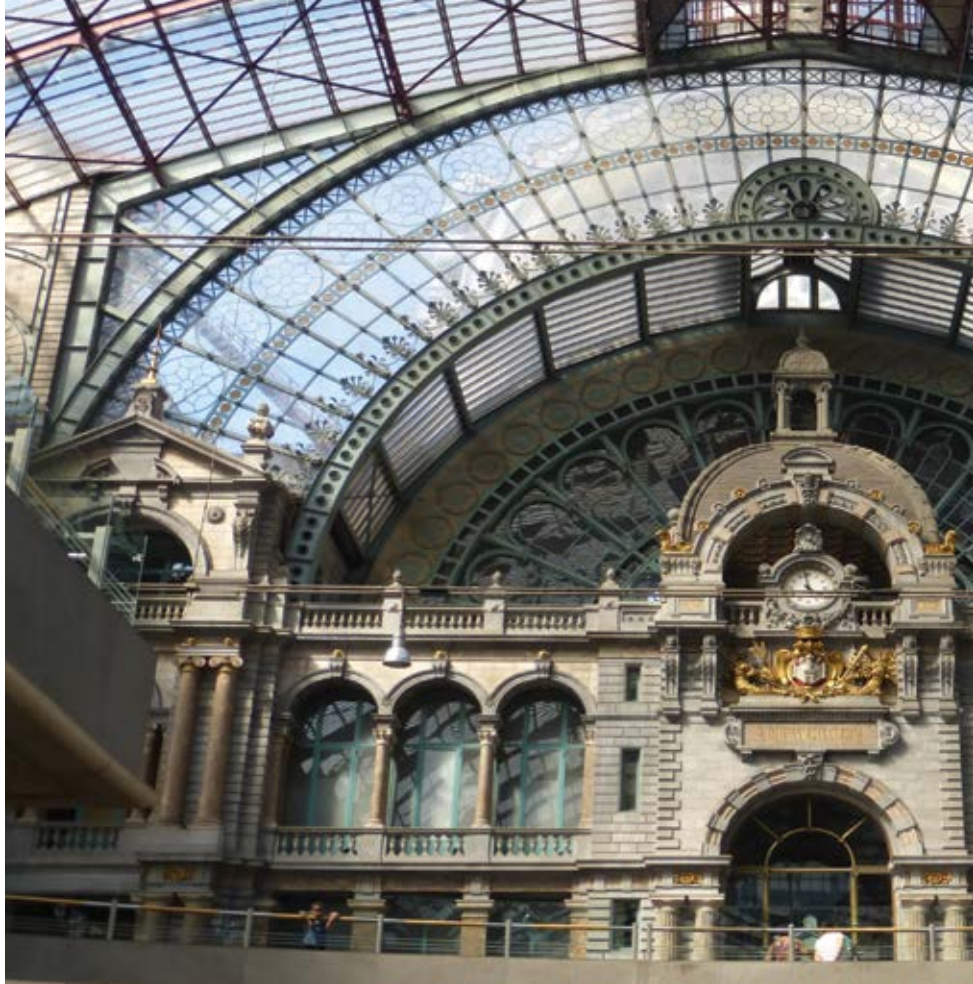
LA GROTE MARKT

La Grote Markt de Amberes es la plaza que alberga el Stadhuis o Ayuntamiento de la ciudad. Diseñado en 1564 por Cornelius Floris, se encuentra rodeado de construcciones



Plaza del Ayuntamiento de Amberes, la Grote Markt.
(foto de Christine Chauvin).





A la izquierda: Fachada principal de la Catedral de Nuestra Señora de Amberes.

A la derecha: La espectacular fachada interior de la Estación Central de Amberes (foto de Helst1).

renacentistas de los siglos XVI y XVII. Su imponente fachada de más de 90 metros combina a la perfección los estilos del flamenco y el renacimiento italiano.

En la misma plaza también se halla la Fuente de Brabo, el famoso centurión romano que cortó la mano al gigante del río.

LA CATEDRAL

La **Groenplaats** dibuja la fotografía más clásica y bella de Amberes. La estatua de Rubens, su hijo más reconocido, y la Catedral, la más grande de toda Bélgica –tanto que da vértigo– y una de las más importantes iglesias góticas de toda Europa, crean un marco incomparable.

La Onze Lieve Vrouwkathedraal, la Catedral de Nuestra Señora de Amberes, comenzó a edificarse en el año 1352 siguiendo los cánones de las técnicas brabantinas, esto es, comenzando por el coro. Participaron en su construcción arquitectos de Francia y de Bélgica, y no fue hasta finales del siglo XV cuando

los hermanos De Waghemakere la finalizaron construyendo dos naves más a las cinco que ya se habían construido un siglo antes.

Su línea esbelta, el flamante gótico que exhibe en cada uno de sus rincones la vuelven bella y estilizada, casi presumida, por encima de cuantos edificios la rodean. Y es que su torre, de 123 metros, es el orgullo de toda Amberes. Además, su magnífico carrillón, con 547 campanas, envuelve con sus melodías cada rincón de la ciudad.

En su interior destaca su gran riqueza artística, y como no, la magnífica muestra de obras de Peter Paul Rubens. En ella podemos encontrar la obra más conocida y admirada de **Rubens, el Descendimiento de la Cruz**, una obra maestra, considerada una de las siete maravillas de Bélgica.

LA ESTACIÓN CENTRAL

Un templo de mármol, una basílica ferroviaria o una enorme catedral de trenes. Cualquiera-



ra de estos tres apelativos definiría sin lugar a dudas la considerada la cuarta estación de trenes más bonita del mundo, la Antwerpen-Centraal Station.

Fue construida entre 1895 y 1905, en un proyecto compuesto por dos zonas principales:

- La zona de las vías ferroviarias, ideada por el ingeniero **Clement Van Bogaert** con un diseño revolucionario, constaría de un enorme techo de cristal con soporte de metal cuyas impresionantes dimensiones estaban pensadas para alzarse sobre las nubes de vapor de las antiguas locomotoras. Con una altura de 43 metros y una extensión de 180 metros, se evitaba que el vapor cayera sobre los pasajeros.
- El edificio de la estación que acoge a los pasajeros en su tránsito por la ciudad fue concebido por el arquitecto **Louis Delacenserie** y construido en piedra en un estilo ecléctico. Por petición de Leopoldo II,

Delacenserie, se inspiraría para su diseño en la estación Lucerne de Suiza y en la estética del Panteón romano. La enorme cúpula que cubre el edificio, de 75 metros de altura, el imponente interior marmóreo, en el que se han utilizado más de veinte tipos de mármoles, y la recurrente aparición de columnas de todo tipo (dórico, jónico, corintio, etc), nos dan buena muestra de lo acertado de sus sobrenombres de **templo de mármol** o **catedral ferroviaria**.

EL BARRIO DE LOS DIAMANTES

En Amberes se encuentra una de las comunidades judías más importantes de Europa y fueron precisamente ellos quienes iniciaron en esta ciudad el negocio de los diamantes.

A día de hoy, Amberes concentra el 85% de la producción mundial de diamantes en bruto por lo que es de esperar que gran parte de la industria de esta ciudad esté basada en el diamante. Pero es que además, Amberes tiene 4 bolsas, más de 1.500 empresas y 350 talleres y escuelas dedicados a la piedra preciosa.

EL PUERTO

Según un dicho popular belga: "El río Escalda debe su existencia a Dios, y Amberes debe su existencia al Escalda". Gracias a este río, y sobre todo gracias a sus dimensiones que lo hacen navegable por grandes buques y petroleros, Amberes se ha convertido en el segundo mayor puerto de Europa, después del puerto de Rotterdam, y en el cuarto más grande del mundo.

Desde la edad media ha sido un punto estratégico del viejo continente y por tanto, destruido en innumerables ocasiones. Tras la Segunda Guerra Mundial, fue reconstruido por última vez y ha ido creciendo de forma exponencial hasta llegar a las 14.000 hectáreas. Quizá no sea una excursión bonita visualmente pero sí impactante. Merece la pena pasear por esta ciudad de contenedores en la que trabajan 57.200 personas y que está despierta las 24 horas del día los 365 días del año.

LECTURA RECOMENDADA

Recomendados por Diego Acosta, fundador y gerente de Artes Gráficas Sedimás:

EL ENREDO DE LA BOLSA Y LA VIDA

Eduardo Mendoza

"No se puede contar el libro sin una sonrisa; pero es imposible leerlo sin carcajadas, y sin comprender que en la Europa en quiebra técnica que habitamos no basta con el humor dinamitero e inventivo: es preciso, además, el don de la lucidez".

LOS HIJOS DE LA LLUVIA

Torcuato Luca de Tena

"Hans Weber es un profesor alemán de prehistoria, sufre un accidente de caza y tiene alojada una bala en la cabeza. Se somete a una operación, a partir de la cual queda dañada una parte de su cerebro. El profesor pierde su capacidad de olvidar. A partir de ahí, el protagonista recuerda y relata sus sucesivas reencarnaciones, durante cuatro millones de años, desde el inicio de la vida humana hasta el comienzo de la era cristiana. Se reencarna en hombre o mujer, en personas comunes que vivieron en cada época. Son narraciones cortas, en capítulos independientes entre sí, con la única conexión entre ellos de te-

ner al mismo protagonista, en situaciones que bien pudieron haber ocurrido en realidad, bien documentados históricamente".

Recomendado por Jorge Chinaa López, coordinador área ciberseguridad INCIBE:

LA GUERRA DE LAS SALAMANDRAS

Karel Capek

"Las salamandras son unos animales pacíficos pero sus habilidades fueron aprovechadas por la industria y los gobiernos. Les suministran herramientas, conocimientos, armas y un futuro del que ellas tomarán las riendas para sus propios fines".

Recomendado por Jennifer Martín Lorente, autora de Silencio tactilebook:

SHEILA HICKS, WEAVING AS METAPHOR

Irma Boon

"Un libro al que consideran de los más bellos del mundo, donde el diseño del libro se ajusta muy bien a la obra del autor".



ENCUADERNADORA DE TAPA DURA **Horizon** HCB-2



Es ideal para fotolibros, tesis, presentaciones, libros convencionales, etc.
Totalmente automática.
No necesita un operador especializado.
Alta producción.
Acabado perfecto.
Utiliza materiales de encuadernación convencionales.
Compacta y económica.

FINANCIAMOS SUS EQUIPOS, CONSÚLTENOS Y SE SORPRENDERÁ

SOLICITE DEMOSTRACIÓN SIN COMPROMISO

Horizon

SCHNEIDER
SENATOR

J2I

Graphic Wizard

Vacuomatic

KAS

CASLON

Tech hi Fold

f foliant

Henkel

BUSCH

Servicio técnico, recambios y consumibles. Venta de maquinaria nueva y de ocasión.

Tel. 671 625 405

- 902 104 009

- info@opqsystems.net

- www.opqsystems.net

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



Simwhite
Simwhite cx
Simcote

¡NUEVAS REFERENCIAS,
DESCÚBRELAS!

LISBOA - MADRID - BARCELONA - LYON