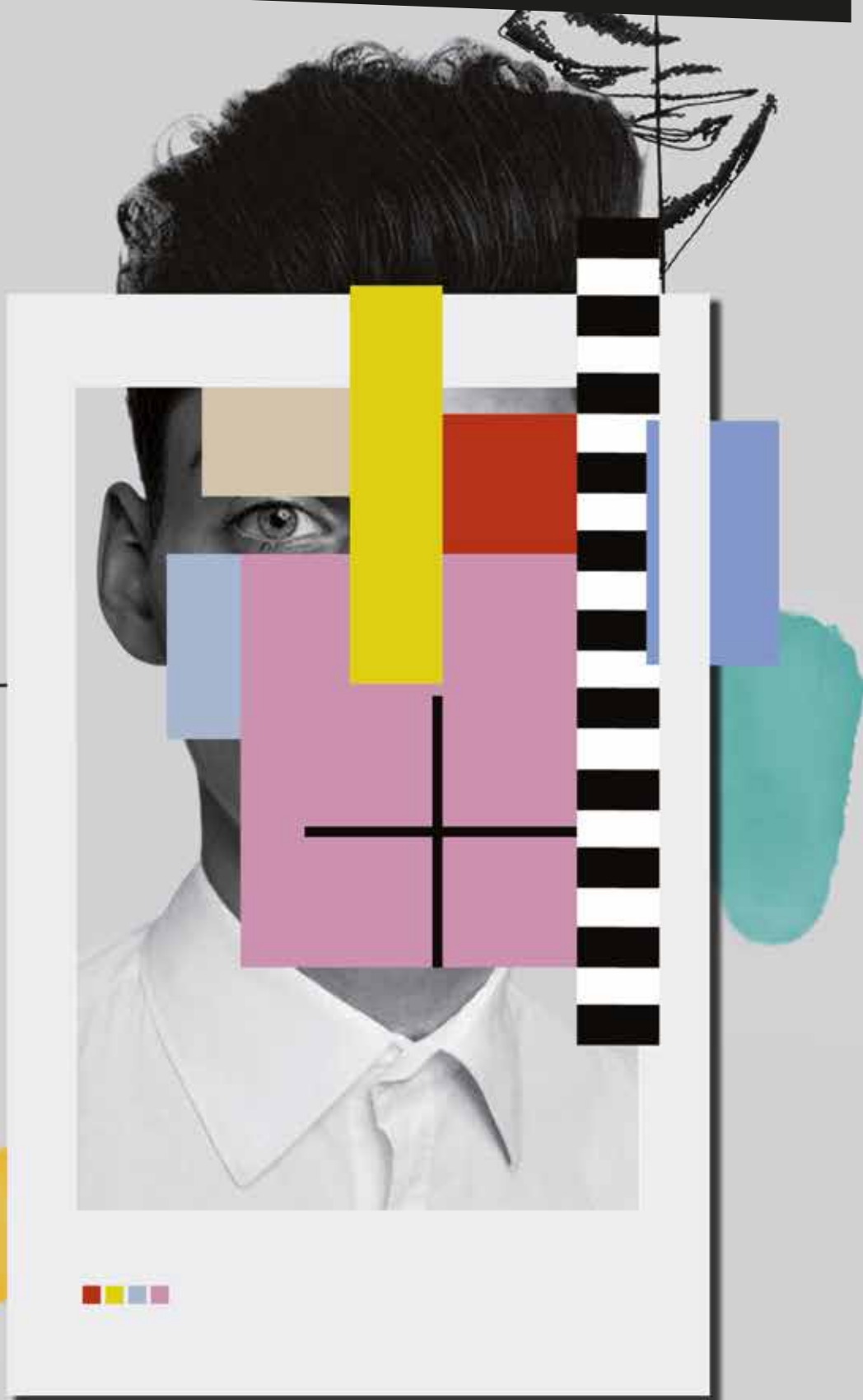


neobis press

REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA • Nº158



#SmartPrintShop



OPEN
24/7

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

Haga su pedido en heidelbergshop.es



HEIDELBERG

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

PAGO POR USO

Editorial

Simplificando, siempre hemos entendido que el sector industrial se caracteriza por la fabricación o transformación de materiales para la obtención de productos físicos. De la misma manera, entendemos que el sector servicios o sector terciario se encarga preferentemente de la prestación de actividades que complementan al resto de sectores y a la población.

Podemos recordar cuando el sector era considerado netamente industrial. De hecho, aun figura en las clasificaciones administrativas como tal. Con posterioridad, pudimos empezar a escuchar la palabra "servindustria" como término definitorio de nuestra realidad. A día de hoy, una buena parte de nuestras empresas pueden ser consideradas de servicios, de forma plena.

Lo que nunca estaba en cuestión, hasta ahora, es que nuestros suministradores fabricantes de máquinas, casi todos vinculados al sector del metal, pudiesen dar un paso hacia la terciarización.

La inteligencia artificial, la robótica, la biotecnología y la digitalización, big data incluido, están provocando que los medios de producción de bienes materiales puedan superar sobradamente la demanda de los mismos. Así las cosas, las empresas han de apostar por volúmenes de producción cada vez más elevados en busca de rentabilidad, y eso requiere desembolsos considerables. Pero las grandes inversiones, antes accesibles para muchas empresas, hoy solo están al alcance de las compañías de mayor tamaño.

En un buen número de programas de gobierno aparece un guiño a la potenciación de la industria, pero la realidad es que el camino emprendido por las empresas industriales es bien diferente. De hecho, el empleo en el sector servicios está próximo a alcanzar el ochenta por ciento de todos los trabajadores.



El modelo de crecimiento permanente provoca que los grandes suministradores busquen soluciones diferentes para dar salida a los productos industriales que fabrican, y esas soluciones ya solo se pueden encontrar en el sector de servicios.

Esta realidad no es privativa del sector gráfico. El sector del automóvil avanza decididamente por este camino, y otros sectores industriales le siguen. Todos ellos nos invitan a disfrutar el bien, no a poseerlo.

Hasta hace 25 años, era habitual que el empresario también fuese el operario de las máquinas. Después, los empresarios del sector gráfico tuvieron que pasar de ser usuarios de tecnología industrial a ser gestores de la misma. Y ahora, deberán prepararse, más aun, para vender. Probablemente en unos años, solo para vender.

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

Publicidad neobispress

publicidad@neobis.es

Diseño y maquetación

Eduardo Molina Varas

Autora de portada

Julia Ferreira Morales, estudiante de segundo curso
de Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y
Multimedia del IES Islas Filipinas, Madrid.

Imprime

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

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

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



SUMARIO

ASOCIACIÓN AL DÍA

- 5 **TALLER NEOBIS: OPTIMIZACIÓN DE COMPETENCIAS DE VENTA Y DESARROLLO DE NEGOCIO**
- 6 **NEOBIS LANZA LA IV EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS**
- 8 **BALANCE DE LA SEXTA EDICIÓN DE C!PRINT MADRID**
- 10 **LIBER 2019 PROPONE UN PACTO PARA LOGRAR QUE LA LECTURA SEA UN HÁBITO CONSOLIDADO**

DESCUBRIENDO EL SECTOR

- 13 **HP ACELERA EL PROCESO DE FABRICACIÓN DIGITAL DE LOS CLIENTES**
- 16 **CANON COMPLETA MÁS DE 1000 INSTALACIONES DE LA FAMILIA UVGEL COLORADO**
- 18 **UN VIAJE AL CORAZÓN DE HEIDELBERG**
- 20 **EL MODELO DE SUSCRIPCIÓN DE HEIDELBERG REVOLUCIONA LA INDUSTRIA GRÁFICA**
- 22 **XEROX CAMBIA LAS REGLAS DEL JUEGO DE LA IMPRESIÓN**
- 24 **EL PAPER PHONE DE GOOGLE QUE TE DESCONECTA DURANTE UN DÍA**
- 26 **DIGITAL SIGNAGE Y SOLUCIONES DE IMPRESIÓN DIGITAL ¿SON EXCLUYENTES?**



HEIDELBERG

18



20



38



47



57

28 **PALMART PRESENTA SU NUEVO CRM PARA LA INDUSTRIA GRÁFICA**

30 **50 MILLONES DE HOJAS IMPRESAS EN 9 MESES CON ROLAND 705 3B EVOLUTION**

32 **SÍPAPEL**

SOLUCIONES NEOBIS

34 **NEOBIS TE FACILITA LA GESTIÓN DE TU EMPRESA**

38 **¿SABES CUÁL ES LA MISIÓN Y LA VISIÓN DE TU EMPRESA?**

40 **SINGLE RISK**

42 **REGISTROS DE SALARIO**

44 **PROTEGE TU PATRIMONIO PERSONAL**

TE INTERESA

47 **LA PRIVACIDAD DE LOS DATOS PERSONALES: GESTIONADA Y CERTIFICADA POR ISO**

50 **TRANSFORMA TU ESTRATEGIA PARA ATRAER AL CONSUMIDOR DIGITAL: MARKETING 4.0**

EL SECTOR EN VERDE

54 **¿QUÉ VEHÍCULO CONTAMINA MÁS?**

TU TIEMPO

57 **BAHÍA DE KOTOR Y PARQUE NACIONAL DURMITOR, MONTENEGRO**

60 **LECTURA RECOMENDADA**



asociación
al Día

NEOBIS PRESS 158

OPTIMIZACIÓN DE COMPETENCIAS DE VENTA Y DESARROLLO DE NEGOCIO

TALLER
NEOBIS

5 | NEOBIS Octubre - Diciembre 2019

El pasado 23 de octubre tuvo lugar en neobis un nuevo Taller sobre la optimización de competencias de venta y desarrollo de negocio.

El mismo, al que acudieron una veintena de empresarios y directores comerciales de diferentes empresas asociadas a neobis, fue impartido por Antonio Iturmendi.

Iturmendi, economista y profesor de la Universidad Francisco de Vitoria ha sido director comercial de multinacionales del sector de productos de gran consumo como Pepsi Cola, Grupo Larios o Gillette, además de director general del grupo FERAG AG para España y Portugal. En la actualidad es socio director de Crestcom Internacional España.

El objetivo de esta jornada, organizada por neobis, era acercar a los asistentes el Programa Crestcom Sales Academy, centrado en optimizar el talento comercial y humanizar las relaciones comerciales empresariales.

Entre diversos temas, se realizó un repaso sobre siete aspectos fundamentales para la venta y desarrollo de la empresa:

1. La primera impresión y fijar metas, sabiendo asignar prioridades y evitando las fugas de tiempo y el aplazamiento, grandes enemigos de esta área.
2. Conocer prospectos, ¿cómo elijo los clientes potenciales? Analizar la capacidad de decisión, la solvencia financiera y decidir qué producto ofrecer.
3. Presentaciones ganadoras, tanto personal como de documento. Cuidar la primera reunión con el cliente y generar un dossier que abarque las características, ventajas y beneficios de cada producto. Presentarlo de tal forma que se empleen argumentos que conecten con el cliente.

4. Tratar dudas. Diferenciar entre malentendidos, pretexto, objeción, condiciones y rechazo y argumentar diferentes respuestas ante cualquiera de los casos.
5. Cierre y negociación. Focalizar en las pruebas de interés verbales y no verbales. Primero se cierra una venta y luego se negocia.
6. ¿Cómo hacer crecer mi negocio? Conseguir referencias, fomentar la relación de calidad con el cliente y realizar un seguimiento proactivo.

Tras esta primera parte del taller, los asistentes realizaron una auto-evaluación de sus competencias clave y llevaron a cabo dos ejercicios prácticos. El primero, dirigido a estructurar una presentación C.V.B, basada en las características, ventajas y beneficios del producto y el segundo a tratar las inquietudes del cliente utilizando la técnica de la “pregunta respuesta afirmativa”.

Si quieres conocer más información respecto del programa crestcom sales academy no dudes en contactar con neobis, te enviaremos toda la información y te facilitaremos las tarifas especiales para los asociados.





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 y tras el éxito de las anteriores ediciones del concurso, neobis, Asociación de la Comunicación Gráfica, **con la colaboración de Canon**, ha decidido que sean los jóvenes quienes diseñen las portadas de los próximos números de su revista neobispress.

Los centros de las diferentes Comunidades Autónomas que hayan decidido participar podrán **enviar hasta el 31 de enero de 2020 los diseños** que consideren, con un máximo de diez por centro.

El jurado, compuesto por: 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 Comunica-

ción Gráfica, Gonzalo Oliveros, responsable de marketing y CRM de Gráficas Aries Y Ana Álvarez-Rementería, redactora jefe de neobispress **seleccionarán 10 trabajos finalistas el 12 de febrero.**

El 13 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 hasta el 20 de febrero a las 12:00 horas para conseguir el mayor número de likes y me encanta en la foto de su diseño. Ese mismo día se publicará el ganador.

El diseño ganador será la portada del número 159 de neobispress difundida a 1.000 empresarios del sector de la Comunicación Gráfica de nuestro país. El premiado también recibirá un cámara réflex **CANON EOS 250D** y contará con una entrevista publicada en este mismo número de la revista de la Asociación de la Comunicación Gráfica.

¿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 20 de febrero para descubrir la portada del número 159 de neobispress.**

Además, este año, otros tres finalistas verán su proyecto como portada de los sucesivos números de la revista neobispress y recibirá cada uno de ellos una cámara CANON IXUS 285 HS.

TU DISEÑO DIRECTO A 1.000 EMPRESAS DEL SECTOR GRÁFICO ESPAÑOL

**neobis
press**
REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA · Nº159

AQUÍ

DISEÑO



BALANCE DE LA SEXTA EDICIÓN DE C!PRINT MADRID

Durante tres días, C!Print Madrid 2019 atrajo a más de **11.700 visitantes**. Tanto la cantidad como la calidad de los visitantes fueron elogiadas por los expositores. Como destaca Miguel Miranda, CEO de Widinovations: “C!Print desde su primera edición ha sido la feria más fuerte en España, es una feria Ibérica. Hemos obtenido siempre muy buenos resultados con nuestras participaciones”.

Por parte de los expositores, más de **200 expositores** se reunieron este año, entre ellos **60 nuevos** de diversos ámbitos del sector como la impresión gran formato, señalética, impresión digital, corte y acabado, impresión textil, marcaje, objeto y textil promocional, entre otros, expusieron su maquinaria, técnicas y productos, demostrando una vez más que C!Print es el salón transversal del sector por excelencia.

También se reafirma la transversalidad de visitantes: Además de atraer al segmento de

impresores, marcadores o proveedores de servicios, etc. C!Print logra, a través de sus espacios y su formato didáctico e inspirador, abrirse a mercados afines, movilizando a prescriptores; como diseñadores, creativos o agencias de comunicación, y a clientes finales (marcas, comercio y administración). No en vano los visitantes de C!Print lo definen como “una gran experiencia” o valoran la cantidad de nuevas ideas que C!Print les aporta.

EL COMITÉ DE C!PRINT VALIDA LAS NUEVAS FECHAS DE LA 7ª EDICIÓN

Tras la reunión del comité del 11 de octubre, y la valoración conjunta de la recién edición 2019, los miembros del comité presentes, decidieron por unanimidad apoyar las nuevas fechas de C!Print.

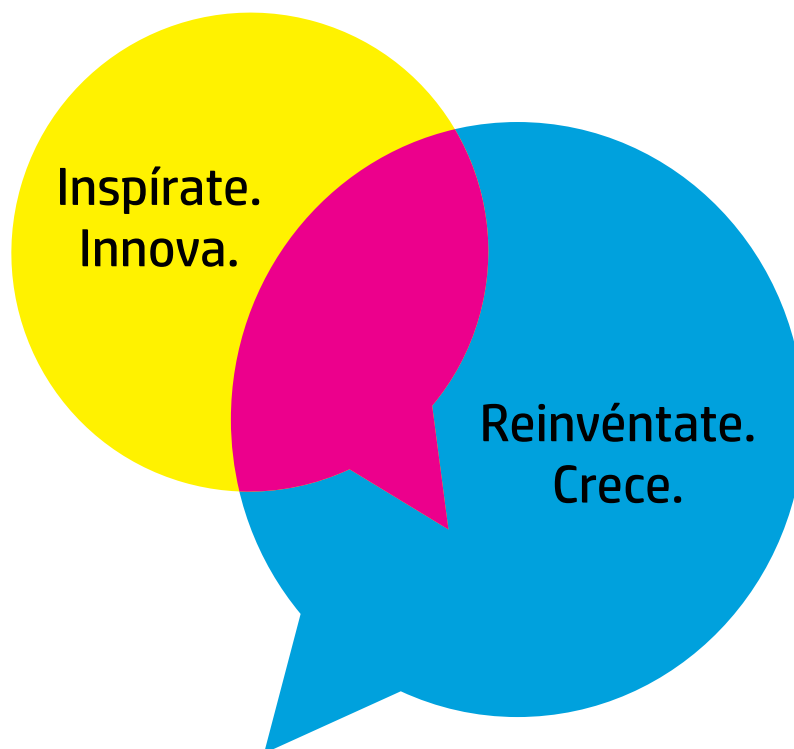
C!Print 2020 se celebrará el 29, 30 de septiembre y 1 de octubre en el Pabellón de Cristal de la Casa de Campo de Madrid.





Retratos
de
Éxito by 

Te presentamos el nuevo programa de HP Indigo



Atrévete.

Tú eres la clave.



LIBER 2019 PROPONE UN PACTO PARA LOGRAR QUE LA LECTURA SEA UN HÁBITO CONSOLIDADO ENTRE LOS CIUDADANOS



La Feria Internacional del Libro cerró las puertas de su 37ª edición confirmando que España es una potencia editorial. A lo largo de los tres días que la feria permaneció abierta el pasado mes de octubre, el sector del libro expresó el interés de todos los actores por trabajar para conseguir que España sea un país de lectores.

Si ya en su inauguración el presidente de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) anunció la intención de trabajar para conseguir un -pacto país- por el libro y la lectura, los encuentros profesionales desarrollados en el transcurso de la feria abundaron en la necesidad de actuar para situar y consolidar a la lectura en un lugar principal entre la am-

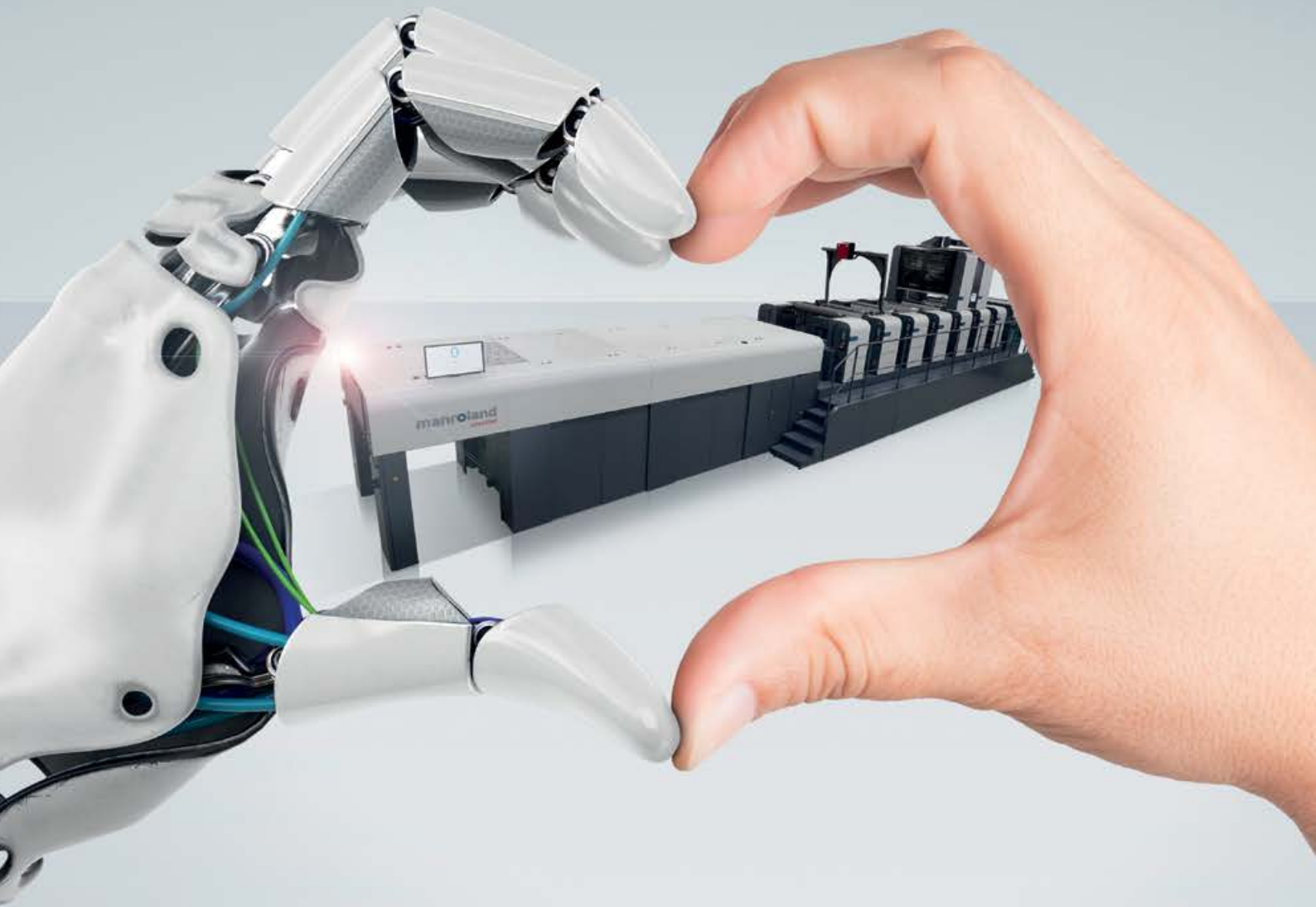
plia oferta de actividades de ocio que existe en la sociedad actual.

“Tenemos que hacer un balance positivo de esta edición de LIBER. Un año más, la feria se ha consolidado como la principal plataforma de negocio del sector del libro. Los datos parecen mostrar que se han superado las cifras de negocio de otras citas, lo que nos permite pensar que la actividad exportadora seguirá siendo, como lo ha sido hasta ahora, positiva. Pero más allá de eso, a lo largo de estos tres días, hemos podido comprobar el interés que todo el sector del libro tiene por trabajar para acercar la lectura y los libros a un número cada vez mayor de españoles”, explicó Miguel Barrero, presidente de la FGEE.

Inaugurada por el Ministro de Cultura y Deporte, José Guirao, LIBER, que está organizada por la FGEE e IFEMA, registró alrededor de 11.000 visitantes, cifra similar a la edición de 2018.

Alrededor de 400 empresas de 17 países mostraron sus principales novedades y convirtieron a LIBER en un exponente de la apuesta por la bibliodiversidad del sector editorial. Asimismo, reflejó el interés de las empresas editoriales españolas por seguir estando presentes en los mercados exteriores.

La Federación de Gremios de Editores de España ya ha comenzado a trabajar para **la próxima edición de LIBER que se celebrará en Barcelona del 7 al 9 de octubre de 2020.**



ROLAND 700 *EVOLUTION*

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

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

La evolución de la impresión.

manrolandsheetfed.com

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

Una compañía del Holding Langley plc.



manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®



DESCUBRIENDO EL SECTOR

NEOBIS PRESS 158



HP PRESENTA LAS NUEVAS SUSCRIPCIONES, SERVICIOS DE IMPRESIÓN EN 3D Y ALIANZAS PARA **ACELERAR EL PROCESO DE FABRICACIÓN DIGI- TAL DE LOS CLIENTES**

Antes de la conferencia de fabricación aditiva de 2019, HP anunció una serie de nuevas suscripciones y servicios innovadores para ayudar a los clientes a integrar más fácilmente la impresión en 3D en sus estrategias de fabricación digital. Para que los clientes puedan transformar aún más su fabricación, HP también ha anunciado una serie de asociaciones industriales ampliadas y está presentando nuevas e innovadoras aplicaciones y casos de uso con los líderes de la industria como Siemens, Volkswagen entre otros.

“El camino hacia la fabricación digital requiere mucho más que tecnología. Los clientes demandan soluciones integradas junto con modelos de inversión convenientes que proporcionen previsibilidad, transparencia y flexibilidad para escalar rápidamente sus negocios”, afirma Ramon Pastor, presidente interino de 3D Printing and Digital Manufacturing, HP. “Nuestras ofertas reducen las barreras de adopción para que las empresas industriales puedan desplegar más fácilmente las mejores soluciones de impresión en 3D de su clase. Y estos son sólo los primeros pa-



“...: seguiremos colaborando con clientes y socios para ser pioneros en la creación de nuevos modelos que desbloqueen y aceleren el poder de la fabricación digital”.

REDUCIR LAS BARRERAS A LA ADOPCIÓN POR PARTE DE LOS CLIENTES, LIBERANDO LA FLEXIBILIDAD DEL CAPITAL Y LA AGILIDAD DEL NEGOCIO

A medida que los clientes escalan a la producción en masa con la impresión en 3D, HP ofrece una variedad de nuevas opciones para ayudarles a mejorar la agilidad del negocio y acelerar su transformación a la fabricación digital, incluyendo:

- El nuevo servicio de suscripción **HP 3D as a Service (3DaaS) Base** proporciona a los clientes una reposición automática de los consumibles HP 3D, un seguimiento sencillo de la facturación y el uso, así como servicios de asistencia técnica fiables in situ y a distancia. El nuevo servicio de pago por construcción está disponible para las soluciones 3D HP Jet Fusion 5200, HP Jet Fusion 4200 y HP Jet Fusion 500.
- La nueva oferta de suscripción **HP 3D as a Service (3DaaS) Plus** integra hardware, suministros y servicios, y está pensada para los clientes que buscan acelerar los ciclos de vida de los productos mediante la creación rápida y optimizada de prototipos internos y la producción de piezas finales. La suscripción inicial a 3DaaS Plus comienza con la solución HP Jet Fusion 340, con suscripciones adicionales a 3DaaS que se introducirán.
- HP está ampliando su red de fabricación digital **HP Digital Manufacturing Network** con nuevos socios, **Prototol** en Europa y **Solize** en Japón. La HP Digital Manufacturing Network es una comunidad global de proveedores de servicios de fabricación digital con una capacidad probada para la producción de piezas de alta

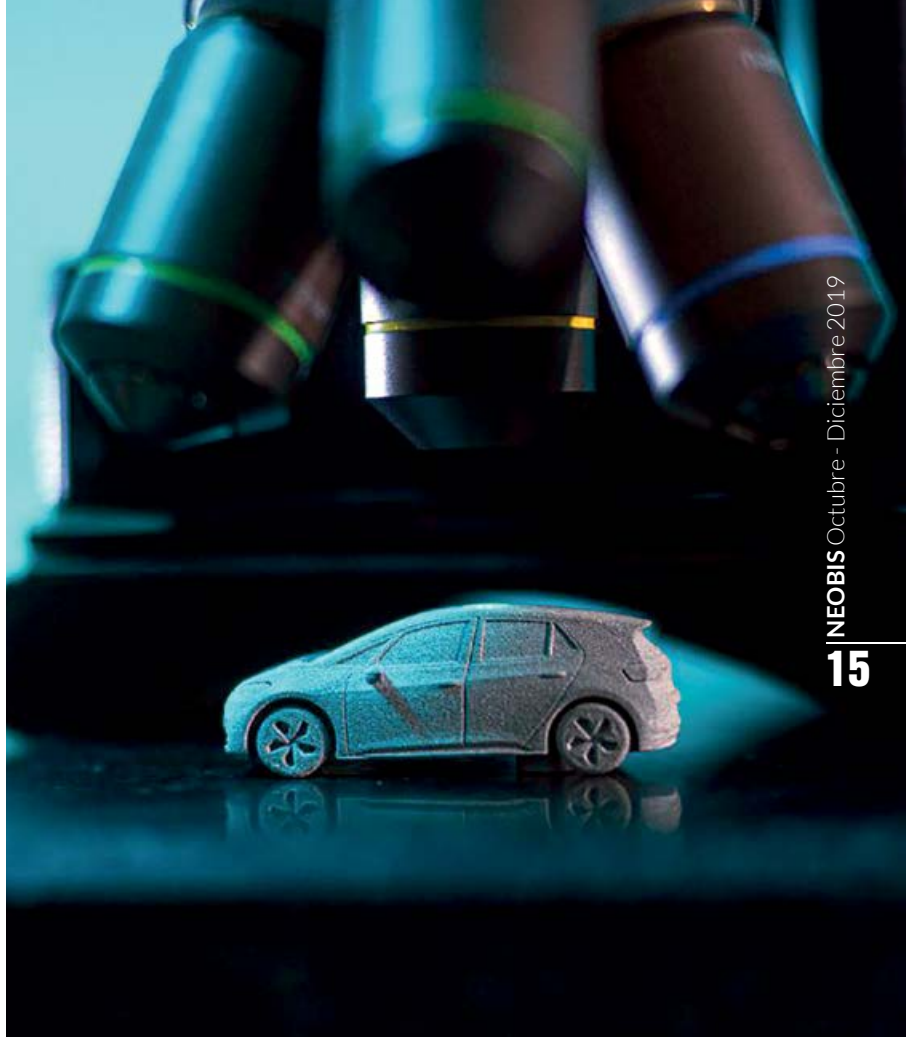


calidad y alto volumen de Multi Jet Fusion y Metal Jet. Los clientes de todo el mundo pueden acceder a esta red distribuida de proveedores de piezas de plástico y metal para ampliar rápidamente la producción de piezas cuando y donde lo necesiten.

LAS ALIANZAS 4.0 DE LA INDUSTRIA AMPLIADA ENTREGAN APLICACIONES, MATERIALES E INNOVACIÓN EN EL POST PROCESAMIENTO

Las nuevas colaboraciones en todo el ecosistema ayudarán a los clientes a desarrollar todo el potencial de la fabricación digital. HP está comprometida con una amplia estrategia de socios en favor de los clientes y hoy ha anunciado varias alianzas industriales ampliadas, entre las que se incluyen:

- **Siemens** y HP presentan nuevas piezas listas para la producción en serie diseñadas con dos proveedores líderes de la industria



del automóvil. Aprovechando la recientemente anunciada solución de fabricación aditiva HP + Siemens, el experto en ingeniería automotriz **EDAG** ha desarrollado un distribuidor de refrigerante activo optimizado en topología para vehículos eléctricos, y **Adient**, líder mundial en asientos automotrices para los principales fabricantes de automóviles, está creando un nuevo reposacabezas de asiento optimizado para el tamaño y la ligereza sin comprometer la resistencia y flexibilidad del material.

- **Lubrizol**, líder en productos químicos especializados por valor de 7.000 millones de dólares y socio actual de HP en materiales de impresión 3D, anuncia ESTANE® 3D TPU M95-A, un nuevo material de poliuretano termoplástico (TPU) a base de polvo certificado para las soluciones de impresión 3D HP Jet Fusion 4200. El TPU es ideal para piezas flexibles y elásticas y abre

nuevas oportunidades de mercado para los clientes de impresión 3D de HP. El nuevo TPU de Lubrizol complementa los materiales de TPU de alta reutilización PA-12, PA-12 Glass Beads, PA-11 y BASF Ultrasint existentes de HP.

- **AM Solutions, una división del grupo Rösl**, líder mundial en equipos, tecnologías de transformación y consumibles para el post procesamiento automatizado y el acabado de superficies de piezas impresas en 3D, y HP presentaron una nueva asociación destinada a ofrecer a los clientes un flujo de trabajo de post procesamiento de impresión en 3D listo y escalable para la industria. Además, AM Solutions tiene previsto utilizar la solución 3D HP Jet Fusion serie 5200 para el diseño y la optimización de sus propios productos, y ofrecer a sus clientes finales servicios de diseño, producción de piezas y acabado de Multi Jet Fusion.



De izquierda a derecha: HP Jet Fusion 5200 3D printing solution factory. VW ID 3 Metal Jet Surface Quality.





CANON COMPLETA MÁS DE 1000 INSTALACIONES DE LA FAMILIA UVGEL COLORADO

Canon ha realizado más de 1000 instalaciones de la serie Colorado de impresoras de gran formato Roll to Roll, dotadas con la tecnología UVgel. Desde septiembre de 2019, la base instalada de las impresoras Colorado 1640 y 1650 alcanzó unos volúmenes de impresión mensual de más de un millón de metros cuadrados. Las instalaciones de las impresoras Colorado crecen rápidamente y cada una de ellas produce volúmenes más altos de lo previsto inicialmente, con un 16% de los clientes que imprimen más de 25.000 m² al año en cada dispositivo Colorado.

Los comentarios recibidos por parte de usuarios de Colorado 1640 dejan constancia de la extraordinaria productividad e idoneidad de la impresora para aplicaciones donde se necesita una sólida calidad con plazos de entrega cortos y sin laminar. Por lo que respecta al rendimiento de la Colorado 1640, **Bartosz Swiderski**, propietario del estudio de artes gráficas y

producción **Studio Bell (Polonia)**, afirma: “La impresora Colorado 1640 es un dispositivo muy eficiente; trabajando en alta calidad a una velocidad aproximada de 40 m²/hora, es cuatro veces superior respecto a la velocidad que podíamos ofrecer a nuestros clientes hasta ahora. Esto implica que, para imprimir un papel mural decorativo para una oficina, en lugar de hacerlo en cuatro días lo puedo hacer en uno.”

A principios del año pasado Canon presentó el equipo Colorado 1650 como el segundo integrante de la serie Colorado, con una nueva tinta flexible para aplicaciones de los clientes que necesitan doblarse, enrollarse o curvarse, como lienzos enmarcados, impresión digital textil, textiles retroiluminados o con iluminación frontal, también para aplicaciones para decoración de superficies como murales de pared, y aplicaciones para exteriores como gráficos para vehículos. El nuevo modelo también incorpora la tecnología exclusiva de acabado FLX. Con

esta característica, los clientes pueden elegir entre un efecto brillante o mate sin necesidad de cambiar de tinta ni de soporte, y ofrecer así una gama aún más amplia de aplicaciones.

Uno de ellos es el proveedor de servicios de impresión De Resolutie, en los Países Bajos.

Jeffrey Vermaat, copropietario de De Resolutie, que explica: *“Buscamos impresoras que nos permitan combinar diferentes materiales para desarrollar nuevos productos y conceptos; ese es nuestro punto fuerte. Podemos imprimir con efecto brillante sobre papel mate, en color, o bien con efecto mate sobre soportes brillantes. Estas aplicaciones nos permiten optar a muchas oportunidades de negocio nuevas para el diseño de interiores.”*

Constantin Serban, director Graphics Technologies en The Freeman Company (EE. UU.), ha ampliado su flota de impresoras Colorado hace poco y ahora dispone de 10 dispositivos Colorado 1640 y 10 dispositivos Colorado 1650. Durante la exposición PRINTING United 2019, Canon nombró a The Freeman Company como cliente líder de 2019, al ser la empresa con más instalaciones de impresoras Colorado en todo el mundo.

Dirk Brouns, Vice President Large Format Graphics, Océ Technologies, una compañía de Canon, habla sobre el interés del mercado en ambos modelos: *“Trabajamos en un mercado dinámico con aplicaciones cuyos requisitos evolucionan constantemente. Nuestra filosofía I+D consiste en escuchar y trabajar en estrecha colaboración con nuestros clientes y socios para enfocar nuestros avances hacia las exigencias reales de los clientes. Después del éxito inicial de la impresora Colorado 1640, hemos detectado más oportunidades de crecimiento entre aquellos clientes que pueden beneficiarse de un acabado mate y de una tinta más flexible. Con las dos soluciones 1640 y 1650 de la serie Colorado, podemos hacer frente a cualquier necesidad de impresión de bobina a bobina.”*

“Nuestros clientes”, prosigue, *“empiezan a ver los frutos de nuestro programa de innovación estratégica, que se concentra en el desarrollo de una impresora de gran formato propia, nuestra exclusiva tinta UVgel y nuestros cabezales de impresión. Somos uno de los pocos fabricantes de impresoras digitales con esta capacidad, y como tal hemos creado una tecnología de producción optimizada que satisface a la perfección las necesidades del mercado.”*

Vista frontal de la impresora Colorado 1650 Back Side.



UN VIAJE AL CORAZÓN DE HEIDELBERG

EL PASADO MES DE NOVIEMBRE NEOBIS TUVO LA OPORTUNIDAD, JUNTO CON OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESPECIALIZADOS EN EL SECTOR GRÁFICO, DE CONOCER EN PRIMERA PERSONA LAS INSTALACIONES CENTRALES DE HEIDELBERG EN WIESLOCH-WALLDORF, ALEMANIA

855.000 m² de innovación y tecnología divididos en diferentes pabellones dan trabajo de forma diaria a 2.360 personas de las 11.500 que forman el global de la compañía en los 170 países en los que está presente.

La jornada empezó con la bienvenida de Rainer Hundsdörfer, Chief Executive Officer de Heidelberg Druckmaschinen AG, el cual hizo una presentación de la compañía, del mercado a nivel global y de la estrategia de la empresa. Seguidamente y bajo el lema "Heidelberg Goes Digital", nos adentramos más en ese último punto, del que Thomas Fischer, Head of Product Management Subscription, es experto. El Sr. Fischer explicó la transformación digital que el mercado está viviendo y cómo Heidelberg lo está asumiendo y adaptando a su oferta de productos y servicios.

Fischer realizó una reflexión muy interesante sobre la situación actual del mercado de las artes gráficas, que coincide con los datos presentados de forma anual por neobis. *"El problema no está en el mercado, el mercado sigue produciendo pero cada vez es más productivo por lo que*

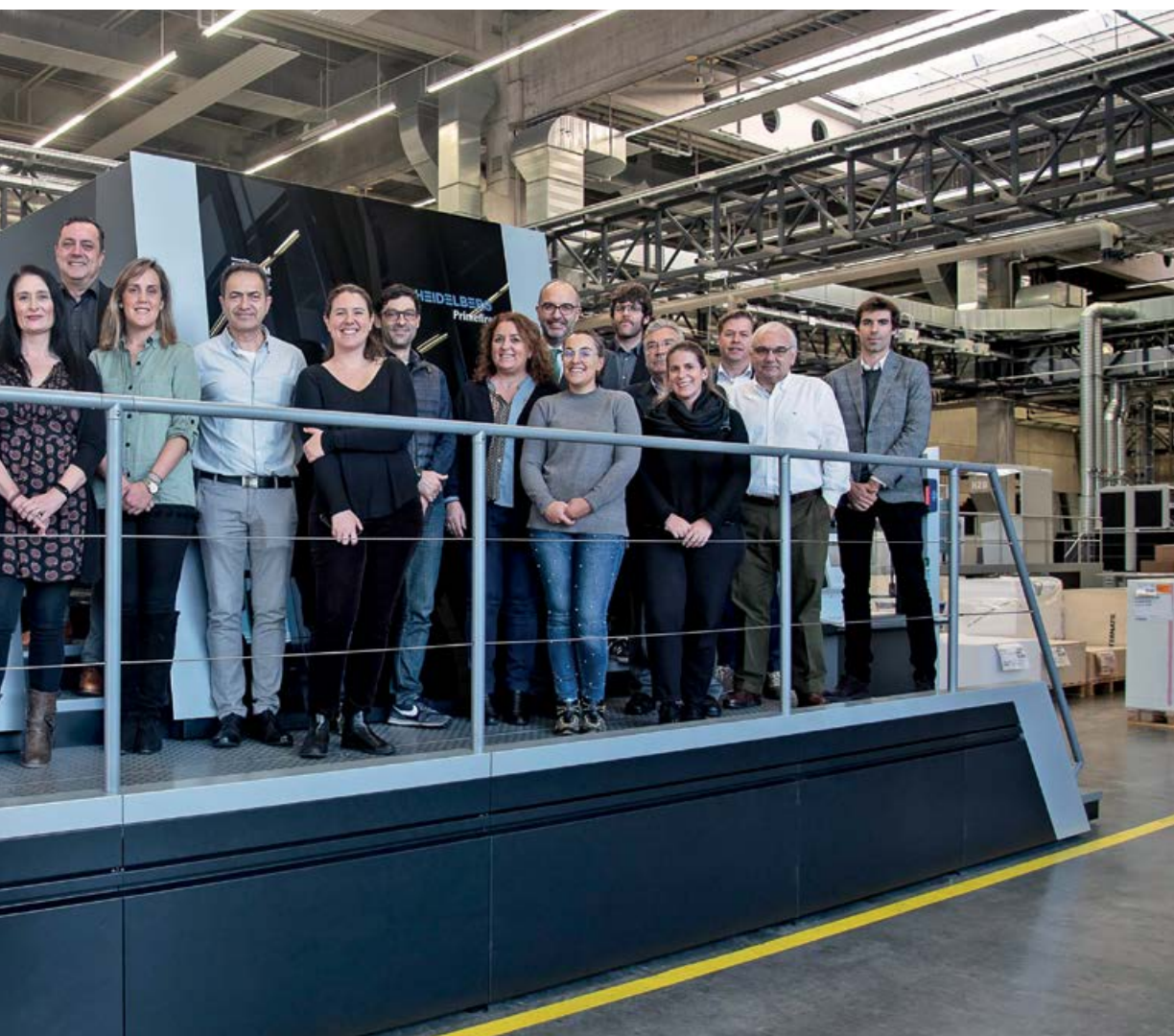


se imprime lo mismo o más con menos máquinas. Por este motivo los proveedores encuentran más dificultades para vender nuevas máquinas y por ello mismo Heidelberg ha cambiado su filosofía y ha lanzado el modelo de suscripción realmente centrado en las necesidades de sus clientes”.

Roland Krapp, Head of Print Media Center, tomó el relevo para presentar y enseñarnos las instalaciones del Print Media Center de Packaging y Commercial. Mark Hammer (especialista en Post Press Packaging) presentó los competitivos equipos de troquelado MK, y Jordi Giralt (Director Strategic Accounts Primefire) demostró como la Primefire puede ser flexible y adaptable a los nuevos requerimientos del mercado del Packaging, en el que

cada vez más destacan las tiradas cortas y personalizadas.

Tras una pausa para comer, visitamos el Centro de Innovación (IVZ), donde pudimos admirar las impresionantes instalaciones y laboratorios de pruebas en los que las mentes más brillantes experimentan, estudian y trabajan duro para conseguir la máxima calidad y seguridad en los productos Heidelberg. Sin salir de nuestro asombro y como última parada de nuestro intenso tour, visitamos el nuevo edificio de la Heidelberg Digital Unit, acompañados de Sonja Mechling, Head of HDU, donde pudimos ver el nuevo y moderno concepto de trabajo en espacios abiertos, informales, cómodos y adaptables



Direfentes periodistas de la prensa española especializada junto con directivos de Heidelberg en sus instalaciones centrales.



a todos los gustos y maneras de trabajar.

Para finalizar, visitamos los World Logistic Center and Production halls, naves inmensas donde vimos el minucioso trabajo de producción llevado a cabo para construir los buques insignia de la compañía: los equipos Heidelberg.

EL NUEVO MODELO DE SUSCRIPCIÓN DE HEIDELBERG REVOLUCIONA LA INDUSTRIA GRÁFICA

Con este nuevo modelo, Heidelberg vende productividad. Un equipo altamente especializado realiza un estudio de la empresa y ve la forma de optimizar sus recursos y hacerla más productiva proporcionándole todo lo necesario: la máquina, el software –Prinect– y los consumibles. Además, le ofrece consultoría y servicio de soporte.

CON EL OBJETIVO DE COLABORAR Y FIDELIZAR AL CLIENTE, AYUDÁNDOLO A QUE SU EXPERIENCIA DE TRABAJO SEA LO MÁS FÁCIL Y ÓPTIMA POSIBLE, HEIDELBERG HA LANZADO SUBSCRIPTION. UN MODELO DE NEGOCIO DE PAGO POR USO, QUE SE BASA EN OFRECER AL CLIENTE UNA SOLUCIÓN RENTABLE Y SENCILLA AL AUTOMATIZAR EL FLUJO DE TRABAJO Y OPTIMIZAR LA PRODUCTIVIDAD. CON SUBSCRIPTION, HEIDELBERG OFRECE A LOS IMPRESORES UNA ALTERNATIVA A LA HABITUAL COMPRA DE MÁQUINAS, EVITÁNDOLE LAS CARGAS DE DISPONER DE UN EQUIPO EN PROPIEDAD Y SU DEPRECIACIÓN.

A cambio el impresor tendrá una tarifa mensual fija basada en el coste por hoja –que no es un coste por clic– y un cargo de impresión adicional por la producción que exceda de lo fijado en la tarifa base. Con este nuevo modelo de suscripción, cada empresa podrá centrarse en su core business.

Este nuevo enfoque, alejado del tradicional de nuestro sector basado en la propiedad del equipo, es fruto de la preocupación de Heidelberg por la sostenibilidad de sus clientes. Como está sucediendo en todos los sectores, el mercado ha cambiado, ha cambiado el modo en el que nos relacionamos con todo. De ahí que existan Spotify, Uber, Airbnb... y ahora Heidelberg Subscription.

Antes se vendían máquinas sin saber con exactitud cómo se usarían o qué impacto tendrían en la salud del cliente a largo plazo. Ahora viendo las necesidades del mercado, se realiza una venta inteligente tanto para el cliente como para Heidelberg ya que se centra en el uso, mirando así por la permanencia y la productividad de las empresas.



COLECCIÓN
CREATIVEMINDS

LA GENTE CREATIVA

ELIGE
EL MEJOR PAPEL

Torraspapel Distribución,
el nuevo referente de los papeles creativos.

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

Entra en www.creativemindstorraspapel.com

XEROX CAMBIA LAS REGLAS DEL JUEGO DE LA IMPRESIÓN

LA IMPRESIÓN ESPECIALIZADA ES UNO DE LOS SEGMENTOS DIGITALES DE MÁS RÁPIDO CRECIMIENTO, POR ELLO, XEROX HA DESARROLLADO LA TECNOLOGÍA ADAPTABLE CMYK PLUS DISEÑADA PARA LA NUEVA IMPRESORA A COLOR XEROX PRIMELINK® C9065/C9070 Y LA IMPRESORA A COLOR XEROX C60/C70

La tecnología Adaptive CMYK Plus es un accesorio diseñado para aumentar la oferta tradicional de cian, magenta, amarillo y negro (CMYK). Para PrimeLink C9065/C9070, una prensa de pequeña producción, el accesorio amplía las capacidades de color del dispositivo con decoraciones fluorescentes, dorados, plateados, blancos y transparentes cuando es

necesario. Un accesorio similar para la C60/C70 también ofrece impresiones más allá de las capacidades CMYK con tintas metálicas, blancas y transparentes. Esta tecnología abre nuevas puertas al crecimiento, permitiendo a los impresores y creativos producir piezas brillantes y únicas como tarjetas de felicitación, folletos, invitaciones, carteles y señalización.

“La capacidad 2 en 1 de nuestro motor de impresión combinada con nuestra nueva tecnología Adaptive CMYK Plus permite a los impresores superar los límites de la impresión de productos básicos a un precio inigualable en el mercado”, dijo Terry Antinora, vice president & general manager of Workplace Solutions, Xerox.

También nueva en el mercado, PrimeLink C9065/C9070 está diseñada para adaptarse a las necesidades de oficinas y entornos de producción, la impresora incluye una pantalla

táctil de 1 pulgada, lo que facilita el acceso a las funciones generales, así como a las aplicaciones de nube y productividad que automatizan las tareas tanto para los trabajadores de oficinas móviles y siempre conectados como para los usuarios y profesionales.

La capacidad de escaneo de 270 ipm y de impresión de 70 ppm de la impresora son el motor de la productividad, incluso a estas velocidades, no se sacrifica la calidad. PrimeLink C9065/C9070 ofrece el mejor rendimiento de su clase con una calidad de imagen en color de 2400 x 2400 ppp, detalles de líneas finas excepcionales, imágenes, transiciones de color y precisión de color.

Para adaptarse a los entornos de producción, PrimeLink C9065/C9070 ofrece so-

longitud, como pancartas, cubiertas de libros y calendarios. Las capacidades adicionales de alimentación y acabado de calidad profesional incluyen alimentación de gran tamaño y gran capacidad, apilado, taladro, corte a dos caras y cuadrado para documentos a sangre, y plegado de folletos, tríptico y C/Z. Equipado con la herramienta Simple Image Quality Adjustment (SIQA) y la selección de servidores EFI, PrimeLink C9065/C9070 permite configurar los trabajos sin problemas con una calidad de impresión consistente y óptima en menos tiempo.

“Hemos diseñado Xerox PrimeLink C9065/C9070 para ofrecer una fiabilidad extrema y un rendimiento excepcional en todos los sistemas métricos”, añadió Antinora. “Esta nueva generación de impresoras de producción de nivel básico posiciona a Xerox para continuar su liderazgo en este mercado.”

PrimeLink C9065/C9070 ya está disponible en los países en los que Xerox presta servicio. Adaptive CMYK Plus para PrimeLink C9065/C9070 comenzará en el primer trimestre de 2020, y el accesorio C60/C70 ya está disponible en los países en los que opera Xerox.

La “Association for Print Technologies” nombró a la Tecnología Adaptativa CMYK Plus como disruptiva en la industria y otorgó a Xerox el premio Vanguard Breakthrough Award

como parte de su programa RED HOT. Xerox ganó siete premios RED HOT y dos premios Vanguard este año.

portes de alto gramaje y capacidad de hoja extralarga (XLS), que admiten materiales de impresión de hasta 26 pulgadas/660 mm de



EL PAPER PHONE DE GOOGLE QUE TE DESCONECTA DURANTE UN DÍA

Nos guste o no, los smartphones son la droga del siglo XXI aunque muchos de los que padecen esta adicción no sean conscientes de ello o no quieran reconocerlo.

Para combatir este problema, Google ha lanzado el Paper Phone. El gigante digital se refiere a este nuevo producto como un experimento dirigido a la desintoxicación digital de la población.

“Esperamos que este pequeño experimento favorezca el bienestar digital y que nos haga centrarnos en lo realmente importante de la vida” según Google.

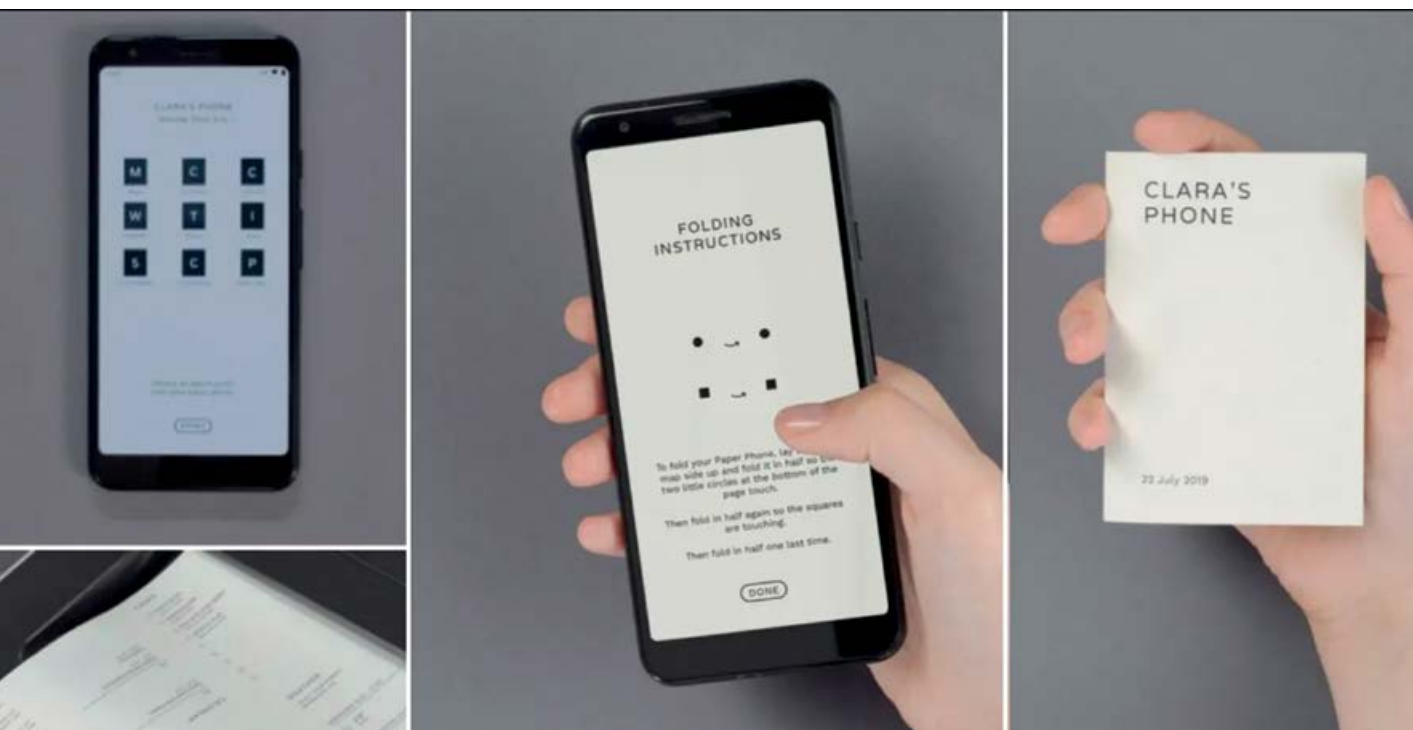
¿EN QUÉ CONSISTE EL PAPER PHONE?

La App te permite elegir toda la información de tu Smartphone que quieres incluir en tu móvil en papel para ese día: contactos, plano para llegar a una cierta dirección, emails... Una

vez que lo has seleccionado puedes imprimirlo y obtendrás tu Paper Phone que no es otra cosa que un cuaderno con todas las tareas, contactos y material imprescindible para la jornada que vas a estar **desenchufado**.

Al profundizar en la idea, Google reconoce haber desarrollado esta App al ver que una gran parte de la población siente que pasa demasiado tiempo pegado a su móvil e intenta buscar un equilibrio con la tecnología. Esto es lo que pretende conseguir el Paper Phone, un pequeño descanso tecnológico imprimiendo tu cuaderno diario personalizado.

Desde neobis hacemos una reflexión, y es que si la multinacional digital por excelencia: Google, saca al mercado una idea basada en huir de las tecnologías por un día y escoge el papel como el medio indicado para hacerlo, ¿será que el papel vuelve a estar de moda?



APUESTA

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

¡VALORÍZATE!



Gestión de residuos
peligrosos y no peligrosos



Consultoría
medioambiental



Transporte y
autorizaciones propias



Síguenos en:



Socio colaborador de:



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

www.valorizacionmedioambiental.com
comercial@valorizacionmedioambiental.com



valorización medioambiental

LA COMUNICACIÓN VISUAL PUBLICITARIA HA IDO CAMBIANDO A LO LARGO DE LOS AÑOS

CON LA APARICIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS TAMBIÉN HAN APARECIDO NUEVOS FORMATOS QUE SE HAN IDO GANANDO UN LUGAR EN LOS ESPACIOS COMERCIALES. UNO DE ESTOS FORMATOS ES EL DIGITAL SIGNAGE, EL CUAL A DÍA DE HOY SE HA CONVERTIDO EN LA GRAN APUESTA DEL RETAIL, SOBRE TODO EN TIENDAS, CENTROS COMERCIALES Y TAMBIÉN SUPERMERCADOS



DIGITAL SIGNAGE Y SOLUCIONES DE IMPRESIÓN DIGITAL PARA PUBLICIDAD

¿SON EXCLUYENTES?

FUENTE: Feria de Impresión Digital y Comunicación Visual DIGICOM



Viendo como el digital signage está acaparando la publicidad OOH, podríamos pensar que otras soluciones de publicidad exterior como la cartelería, las vallas publicitarias o las lonas de marketing espectacular corren el riesgo de extinguirse, y con ello, afectar negativamente al sector de la impresión digital. Pero al contrario de esto, las grandes empresas de publicidad y comunicación, y el sector del retail siguen confiando en las soluciones de impresión digital para realizar publicidad en paralelo y en conjunto con el digital signage, ya que ambos formatos de comunicación visual son complementarios y una campaña que sepa aprovechar los distintos formatos publicitarios incrementará los impactos visuales que estos elementos consiguen crear en el cliente.

Aunque aparezcan nuevas formas de comunicación visual que capten la atención y atraigan a las nuevas generaciones más familiarizadas con los entornos audiovisuales, las soluciones de impresión digital han demostrado saberse adaptar a los cambios del mercado consiguiendo mejores productos, disminuyendo los tiempos de impresión, usando nuevos materiales y siendo más ecológicas. Por otro lado, su capacidad de personalización y transformación de espacios convierten las soluciones de impresión digital en un imprescindible en cualquier campaña de comunicación y publicidad, por eso, en la feria Digi-com apostamos por la confluencia de ambas formas de comunicación visual.



PALMART PRESENTA SU NUEVO CRM PARA LA INDUS- TRIA GRÁFICA

Durante la primera semana de noviembre la veterana marca de software de gestión Palmart, con más de veinte años como proveedor de soluciones de gestión para la industria gráfica, presentó el nuevo CRM integrado en su ERP especializado en el sector gráfico.

El nuevo CRM está desarrollado con la tecnología Flexygo, una potente plataforma low-code para desarrollar todo tipo de aplicaciones

web y móvil que permite un despliegue continuo y un diseño muy gráfico, a la vez que ergonómico en su usabilidad. El resultado es una aplicación muy intuitiva y visual que puede estar integrada en Palmart ERP o satélite de cualquier aplicación ERP.

El CRM es la herramienta perfecta para la gestión de los equipos comerciales y de ventas de las empresas que operan el sector de la impresión y la comunicación gráfica. A través de este software tanto el equipo comercial como los responsables y directores de equipos tienen a su disposición una potente aplicación para organizar, coordinar, controlar y analizar la información comercial.

Con el CRM Palmart se pueden crear y desarrollar una amplia gama de actuaciones en distintas áreas como por ejemplo: empleados, clientes, contactos, previsiones, llamadas, acciones, visitas, reuniones, tareas, noticias, recursos, marketing, etc. Además, está desarrollado para cualquier dispositivo móvil por lo que se puede consultar y acceder a la información desde cualquier lugar y en cualquier momento.



exaprint

La imprenta de los creativos



Da un toque especial a tus impresiones con los acabados de lujo



Plastificado mate Soft Touch + Barniz 3D Barniz selectivo Barniz purpurina
Letter Press Stamping caliente Stamping caliente + barniz 3D Metal Design
Troquelado láser Termorelieve Gofrado Papel metalizado Color en los bordes



Calidad o reembolso



Producción española



Precios All-in



Comercial dedicado



Entrega exprés:
ExaYa 24h

Tu 1er pedido
GRATIS
15€

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



50 MILLONES DE HOJAS IMPRESAS EN 9 MESES CON ROLAND 705 3B EVOLUTION

Tras la instalación de la nueva Roland 705 3B Evolution, la imprenta surcoreana Gabwoo MoonHwaSa ha incrementado de forma drástica su capacidad de producción.

Fundada en 1993, Gabwoo MoonHwaSa es una prestigiosa editorial en Corea del Sur, especializada en revistas y libros para niños. La compañía ofrece servicios integrales que van desde el diseño y la impresión hasta la entrega, prestando especial atención en la calidad y la eficiencia de impresión. Gabwoo MoonHwaSa cuenta con la certificación profesional G7, la certificación de calidad Master G7 y la ISO 14001, y en 2007 recibió el premio Prime Minister Award for CTP Output System.

Actualmente, la compañía tiene cuatro máquinas de Manroland, dos ROLAND 705 3B, una ROLAND 710 3B P (Direct Drive) y una ROLAND 705 3B EVOLUTION instalada en 2018.

“Gracias a la avanzada tecnología de impresión de Manroland y su eficaz soporte técnico, nuestra compañía ha conseguido un crecimiento sostenible”, comenta SoonKwan Jeon, CEO de Gabwoo MoonHwaSa.

Con una facturación anual de 50 millones de

euros de impresión y 80 millones de euros su negocio de papel, la empresa está expandiendo su alcance comercial al sector de la impresión de envases con la prestación de su nueva y premiada ROLAND 705 3B EVOLUTION comprada en 2018.

“Estamos extremadamente satisfechos con el increíble rendimiento de esta máquina”, afirma SoonKwan Jeon. *“Nuestra ROLAND 705 3B EVOLUTION en tan solo nueve meses ya ha impreso 50 millones de hojas”.* Este aumento de la producción podrá alcanzar los 62 millones de hojas impresas en 12 meses. Sentando este hecho una base sólida para que la empresa se mantenga a la vanguardia en el mercado de la impresión, incluyendo la impresión de envases, subsector en el que acaba de aterrizar.

“Realmente, no podríamos permitirnos ningún incidente en las máquinas, ya que siempre vamos justos en los tiempos de entrega con los clientes”, según palabras de la compañía. De esta forma, la empresa surcoreana otorga gran importancia al servicio de mantenimiento ofrecido por Manroland: Sheetfed's ProServ Comfort.

“Nuestras máquinas de impresión siempre se mantienen en muy buenas condiciones gra-



cias al servicio ProServ Comfort. Los técnicos de Manroland visitan nuestra fábrica casi todos los días para garantizar que nuestras máquinas funcionen sin problemas en las mejores condiciones”.

“Desde el principio sabíamos que Gabwoo era una empresa especialmente preocupada por el mantenimiento de las máquinas. Para evitar

cualquier fallo, les brindamos nuestro servicio ProServ Comfort, garantizándoles así que nuestros técnicos y piezas de repuesto puedan estar en sus instalaciones en el plazo de una hora. De este modo, Gabwoo tiene asegurada la producción y el cumplimiento del plazo de entrega de sus trabajos”, comenta Hyung Joon Ahn, director gerente de Manroland en Corea.



#sípapel

EL PRÓXIMO 24 DE MARZO SE
CELEBRARÁ LA DECIMOSEXTA
EDICIÓN DEL EVENTO ANUAL
DEL FORO DEL PAPEL -DEL
QUE FORMA PARTE NEOBIS-
EN EL AUDITORIO 400 DEL
MUSEO NACIONAL REINA
SOFÍA DE MADRID

La nueva edición de la cita anual de referencia de la cadena papelera, bajo el título Sípapel, versará sobre la Sostenibilidad y la Innovación como los dos pilares sobre los que la cadena de valor del papel construye su futuro y el de un material que por su versatilidad y su comportamiento medioam-

biental está protagonizando un creciente proceso de sustitución de otros materiales. Tras Repapel en 2018 y Dípapel en 2019, con Sípapel cerramos la trilogía y profundizamos en las claves de un producto y un sector que marca la tendencia y el camino hacia la economía del futuro.

En el evento, se presentarán además las actividades galardonadas en los VI Premios Valores del Papel y se hará la entrega de premios. En las cinco anteriores ediciones fueron premiados el diario Marca, Cuadernos Rubio, Montblanc, Honda, Nintendo, Loewe, la papelera tricentenaria J. Vilaseca, Ebro Foods, El Corte Inglés, Lidl, la empresa zapatera Pedro García, la Escuela del Papel de Tolosa, Mahou San Miguel, la Biblioteca Nacional de España, la Fundación Pepita Mola y el chef Firo Vázquez; los escritores Lorenzo Silva, Antonio Muñoz Molina, Julia Navarro, Luis Mateo Díez y Almudena Grandes; los diseñadores Lóbulu, Noelia Lozano, Wanda Barcelona, Elena Lobera y Alejandra Amusquívar.

Los Premios Valores del Papel ponen el foco en cinco atributos característicos de este material: su carácter valioso, natural, innovador, esencial y renovable. Y suponen el reconocimiento del mundo del papel a personas y organizaciones que se distinguen por encarnar estos valores en actividades o iniciativas en el ámbito cultural, artístico o literario, de la comunicación, del marketing o la publicidad, educativo, deportivo o del mundo del espectáculo, económico y empresarial, medioambiental, científico y tecnológico, social o humanitario y político.

Si quieres acudir a esta nueva edición del evento anual del Foro del Papel contacta con neobis para realizar tu inscripción.

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.
- Grosos 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

KOMORI



SOLUCIONES

NEOBIS PRESS 158 **neobis**



NEOBIS TE FACILITA LA GESTIÓN DE TU EMPRESA



GESTIÓN DE NÓMINAS

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



neobis



CONSULTORÍA JURÍDICO-LABORAL

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



CONSULTORÍA DE MEDIOAMBIENTE

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



CONCURSOS PÚBLICOS

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



CONSULTORÍA DE PROTECCIÓN DE DATOS

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



GESTIÓN DE AYUDAS Y SUBVENCIONES

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



CONSULTORÍA MERCANTIL

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



CONSULTORÍA FISCAL Y CONTABLE

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

CONTRATACIÓN PÚBLICA Y DERECHO ADMINISTRATIVO

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

COACHING EJECUTIVO Y DE EQUIPOS

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

PORTAL DE EMPLEO

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

CONSULTORÍA ENERGÉTICA

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

CONSULTORÍA DE SEGUROS, SEGUROS DE CRÉDITO Y AVALES

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

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

COMPLIANCE

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



CONSULTORÍA CIVIL Y PENAL

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

CONSULTORÍA FINANCIERA

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

GESTIÓN DE IMPAGADOS Y RECOBRO DE DEUDA

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

AUDITORÍA DE RESPONSABILIDAD DE ADMINISTRADORES

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

CONTACTA CON NEOBIS

912 437 400 

info@neobis.es 



¿SABES CUÁL ES LA MISIÓN Y LA VISIÓN DE TU EMPRESA?

AUTORA: Rosario Trasobares Almagro, Consultoría Jurídico-Laboral neobis

Sin embargo, en muchas ocasiones, aunque se hagan planes de negocio muy desarrollados y fundamentados, nos olvidamos de responder a dos preguntas básicas y fundamentales: *¿qué hace mi empresa?* (la misión) y *¿qué me gustaría que fuera mi empresa?* (la visión).

La respuesta a estas dos preguntas, es decir, la misión y la visión de nuestro proyecto están íntimamente relacionadas con el éxito de nuestra empresa, ya que dependiendo de qué respondamos a cada una de esas dos preguntas, es decir, de cómo definamos la misión y la visión de nuestra empresa, tendremos que desarrollar e implementar distintas estrategias empresariales cuyo fin último es siempre alcanzar el éxito empresarial.

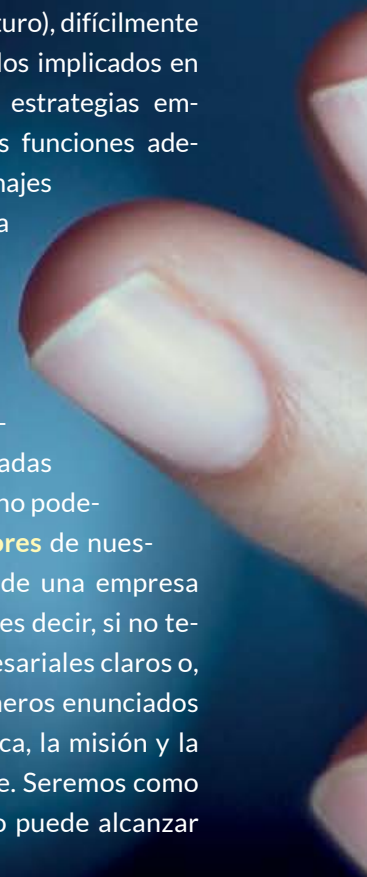
La misión de la empresa consiste en señalar qué hace nuestra empresa en este momento. Esta definición debe ser breve y concisa para que a nuestro interlocutor le quede claro de un simple vistazo **a qué nos dedicamos y cómo lo hacemos.**

La visión de nuestra empresa es lo que nos gustaría llegar a ser en un futuro, nuestros próximos planes, **lo que queremos alcanzar en un futuro con nuestro trabajo.**

Misión y visión deben estar claras y deben ser conocidas por los miembros de la empresa, ya que sin saber qué es lo que hacemos o hacia dónde queremos que se dirija nuestra empresa (objetivos a futuro), difícilmente conseguiremos que todos los implicados en el desarrollo de nuestras estrategias empresariales desarrollen sus funciones adecuadamente, como engranajes perfectos donde cada pieza tiene una función que permite funcionar al mecanismo en su conjunto.


Para que la misión y la visión puedan ser desarrolladas y alcanzadas plenamente, no podemos dejar de lado **los valores** de nuestra empresa. Los valores de una empresa son su columna vertebral, es decir, si no tenemos unos valores empresariales claros o, si los tenemos, pero son meros enunciados que nadie lleva a la práctica, la misión y la visión no podrán realizarse. Seremos como un barco sin timón que no puede alcanzar su rumbo correcto.


SIN UNA MISIÓN Y UNA VISIÓN CLARAS Y ESTABLECIDAS NO PODREMOS ALCANZAR EL ÉXITO EMPRESARIAL.



CUANDO SE COMIENZA UN PROYECTO EMPRESARIAL
O SE DESARROLLA EL QUE TENEMOS ENTRE MANOS,
SE HACE SIEMPRE CON UN MISMO FIN, LLEVAR A CABO
UNA IDEA DE NEGOCIO QUE ALCANCE EL ÉXITO Y HAGA
DE NUESTRA EMPRESA UN PROYECTO RENTABLE

**CONTACTA
CON NEOBIS**

912 437 400 

rtrasobares@neobis.es 



SINGLE RISK

ELIMINA EL RIESGO DE UN CLIENTE O PROYECTO CONCRETO

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



EL "SINGLE RISK" ES UN TIPO DE CONTRATO DE SEGURO DE CRÉDITO QUE PERMITE DAR COBERTURA A UN CLIENTE O VENTA CONCRETOS, EN LUGAR DE ASEGURAR LA TOTALIDAD DE LA CARTERA COMO HACEN LOS SEGUROS DE CRÉDITO TRADICIONALES, POSIBILITANDO ESCOGER LAS COBERTURAS NECESARIAS Y PERSONALIZAR EL SEGURO SEGÚN LAS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE LA OPERACIÓN

Los motivos que conducen a las empresas a hacer uso de este tipo de seguros son diversos, y entre ellos podríamos destacar la necesidad de asegurar un determinado cliente por su situación económica, por la alta concentración de riesgo en relación con el global de la cartera de clientes, o por el elevado importe de una transacción concreta.

Una vez decidida la utilización de este tipo de seguro, es importante realizar un buen análisis de riesgos para delimitar las coberturas, las cuales variarán en función de las necesidades. Además de incluir el riesgo de impago comercial, será necesario evaluar la conveniencia de incluir otras coberturas como, por ejemplo, el riesgo político, el cual puede ser importante en operaciones de exportación.

La delimitación del plazo del seguro es otra cuestión importante a considerar durante el proceso de contratación, pues en muchas ocasiones el single risk cubre operaciones o proyectos concretos con fechas de inicio y conclusión acotadas en el tiempo. Durante el plazo de vigencia del seguro, el riesgo es incancelable por parte del asegurador, a diferencia de lo que sucede en el seguro de crédito tradicional de cartera. Consecuencia

de lo anterior, la prima o precio del seguro se incrementará cuanto mayor sea su plazo.

Los riesgos cubiertos con el single risk suelen ser de importe cuantioso, y las aseguradoras fijan un rango de importe mínimo para poner a disposición de los asegurados este tipo de pólizas.

Algunas aseguradoras han desarrollado pólizas que dan cobertura al riesgo comercial de una selección de clientes, lo cual podríamos considerar como una "póliza mixta" a caballo entre la póliza tradicional de seguro de crédito y la de single risk. Estas pólizas pueden cubrir clientes que por su importe quedarían fuera del rango mínimo requerido por la póliza de single risk y, aunque su coste en tasa suele ser superior al de las pólizas tradicionales, no obligan a asegurar la totalidad de la cartera.

De todo lo anteriormente comentado, podemos concluir que existen diversas alternativas para reducir el riesgo de impago comercial, y que la elección del método utilizado tiene que estar basado en un adecuado análisis de riesgos.



REGISTROS DE SALARIO

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

ARTÍCULO 28.2 DEL ESTATUTO DE LOS TRABAJADORES: "EL EMPRESARIO ESTÁ OBLIGADO A LLEVAR UN REGISTRO CON LOS VALORES MEDIOS DE LOS SALARIOS, LOS COMPLEMENTOS SALARIALES Y LAS PERCEPCIONES EXTRASALARIALES DE SU PLANTILLA, DESAGREGADOS POR SEXO Y DISTRIBUIDOS POR GRUPOS PROFESIONALES, CATEGORÍAS PROFESIONALES O PUESTOS DE TRABAJO IGUALES O DE IGUAL VALOR"



Como se informó desde neobis en su momento, esta nueva obligación para las empresas vio la luz con el Real Decreto-ley 6/2019, de 1 de marzo, de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación, aunque pasó más desapercibida de lo que debiera, ya que más alerta sugirió la medida relativa al control horario, publicada en las mismas fechas.

Dos son los conceptos que hay que clarificar en un primer momento: igualdad retributiva y trabajos de igual valor. Respecto del primero, indicar que **el empresario está obligado a pagar la misma retribución por trabajos de igual valor**, sin que quepan discriminaciones por razones de sexo. Por otro lado, dispone el mismo artículo 28.1 del Estatuto, en el segundo párrafo, que “un trabajo tendrá igual valor que otro cuando la naturaleza de las funciones o tareas efectivamente encomendadas, las condiciones educativas, profesionales o de formación exigidas para su ejercicio, los factores estrictamente relacionados con su desempeño y las condiciones laborales en las que dichas actividades se llevan a cabo en realidad sean equivalentes”.

El objetivo del registro de los valores medios del salario abonado tiene precisamente el objetivo de controlar que exista la igualdad retributiva entre los hombres y mujeres que realizan los mismos trabajos, en las mismas condiciones. ¿Significa esto que no puede haber ningún tipo de diferencias?, no exactamente, ya que si existen diferencias que respondan a datos y criterios objetivos, las mismas estarían justificadas, como puedan ser trabajadores con diferente antigüedad, si una persona presta servicios en turno de noche y otra no, etc.

Si la empresa tiene una plantilla formada por más de 50 trabajadores y el promedio de retribuciones de los trabajadores de un sexo es superior en un 25 por 100 o más al del otro sexo, no basta con sólo tener el registro, sino que, además, habrá que acompañarlo de una justificación válida y objetiva que explique las diferencias (en los términos indicados en el párrafo anterior).

Las personas trabajadoras tienen derecho a acceder, a través de la representación legal de los trabajadores en la empresa, al registro salarial de su empresa.

¿QUÉ OCURRE SI LA EMPRESA NO CUMPLE CON LA OBLIGACIÓN DE REALIZAR EL REGISTRO?

Dos serán las consecuencias:

- En primer lugar, será requerida para que lo lleve a cabo de forma inmediata.
- En segundo lugar, se le podrá imponer una sanción económica que puede oscilar entre los 626 y los 6.250 euros, ya que se trata de una falta grave (artículos 7.13 y 40.1.b de la LISOS).

Concluimos indicando que no hay un modelo preestablecido para este registro, pero las empresas incorporadas al departamento de nóminas de la Asociación podrán dirigirse al mismo, bien para obtener los datos necesarios para su elaboración, bien para recibir la ayuda necesaria para completarlo.

Recuerda que tienes a tu disposición la asesoría jurídico-laboral de neobis para cualquier duda que te pueda surgir.

CONTACTA CON NEOBIS

📞 912 437 400

✉️ japompa@neobis.es



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
NEO

P
B
S
F

NEO

GRUPO NEO 30 ANIVERSARIO

www.gruponeo.com

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



Te INTERESA

NEOBIS PRESS 158



LA PRIVACIDAD DE LOS DATOS PERSONALES:

GESTIONADA Y CERTIFICADA POR ISO

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

NOS ENCONTRAMOS INMERSOS EN UNA REVOLUCIÓN DIGITAL DONDE LA APARICIÓN DE SERVICIOS PERSONALIZADOS RELACIONADOS CON LAS TIC ESTÁ A LA ORDEN DEL DÍA. ES COMÚN QUE A TRAVÉS DE INTERNET Y DESDE EL MÓVIL PODAMOS CONCERTAR UNA CITA MÉDICA, TRABAJAR CON BANCA ELECTRÓNICA, COMPRAR EN UNA TIENDA ONLINE, CONTESTAR CORREOS DE TRABAJO, COMUNICARNOS EN REDES SOCIALES CON NUESTROS CLIENTES, ETC. TODO ESTO HA PROVOCADO LA RECOPIACIÓN Y PROCESAMIENTO DE UNA CANTIDAD DE DATOS PERSONALES NUNCA VISTA HASTA AHORA, CUYA PROGRESIÓN ES ASCENDENTE, DEBIDO AL CONSTANTE DESARROLLO DE NUEVOS SERVICIOS DIGITALES

Nuestra continua actividad a través de la red hace que estemos entregando regularmente nuestros datos personales y exponiendo los datos personales de terceros que tratamos. Por este motivo, se han desarrollado recientemente nuevas leyes y normas cuyo principal objetivo es regular el tratamiento de este tipo de datos y ofrecer garantías para su protección.

Desde el 25 de mayo de 2018, el **Reglamento General de Protección de Datos** (RGPD) se convirtió en una normativa de obligado cum-

plimiento para todas las empresas ubicadas en los países miembros o que traten datos personales de personas en la Unión Europea. Esta normativa ha sido adaptada a la legislación española con la entrada en vigor el pasado 5 de diciembre de 2018 de la **Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales** (LOPDGDD).

Adicionalmente a estas normas enmarcadas en el sistema jurídico, y que por tanto son de obligado cumplimiento, existen otro tipo de





estándares o recomendaciones, cuyo objetivo es ayudar a empresas y organizaciones a verificar que cumplen con las leyes y demostrar que realizan un correcto tratamiento y protección de los datos personales de sus clientes, empleados y colaboradores. Además, **su cumplimiento es en ocasiones certificable, es decir, es posible obtener una certificación que demuestra un verdadero compromiso con su cumplimiento.**

En esta línea, la *International Organization for Standardization*, conocida como ISO, junto con la *International Electrotechnical Commission* o IEC, han creado una serie de estándares de seguridad de la información (la familia 27000). Así, en 2005, la norma **ISO 27001** se convirtió en una norma internacional de referencia para gestionar y garantizar la seguridad de la información en empresas y organizaciones. Esta norma se ha tomado como



punto de partida para el desarrollo de normas que verifiquen el cumplimiento del RGPD, ya que ampara los datos de clientes o proveedores que se encuentren en activos digitales o impresos de cualquier organización. Junto a esta, la norma ISO 27002 proporciona una serie de buenas prácticas para la gestión de la seguridad de la información, abogando por preservar la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la misma.

Ante la **necesidad de certificar la gestión de la privacidad en el entorno empresarial**, como extensión de las normas 27001 y 27002, el pasado mes de agosto nació la ISO / IEC 27701: 2019.

¿QUÉ ES LA ISO / IEC 27701: 2019?

La ISO 27701 especifica los requisitos para **establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un Sistema de Gestión de Información de Privacidad (PIMS)**. Esta normativa se basa en los requisitos, controles y objetivos de la norma ISO 27001: Requisitos de Sistemas de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI).

¿CÓMO CONTRIBUYE AL TRABAJO DE RESPONSABLES Y ENCARGADOS DE TRATAMIENTOS DE DATOS PERSONALES?

Además, este estándar describe un marco para ayudar a reducir los riesgos de privacidad en los tratamientos de datos personales o información de identificación personal (PII), es decir, de aquella información o datos que identifican o podrían servir para identificar a una persona. Esta norma está diseñada para su uso por responsables y encargados del tratamiento de datos personales. Además cuenta con un anexo que mapea los distintos controles con el RGPD. Estas son algunas áreas en las que la ISO 27701 contribuye al trabajo de los responsables y encargados de la protección de la privacidad:

- Aporta garantías de seguridad sobre los tratamientos de los datos personales.
- Incorpora la gestión de la privacidad en la gestión de riesgos de la empresa.
- Controla la existencia de mecanismos para la notificación de brechas de privacidad.
- Establece roles y responsabilidades claras sobre los tratamientos.
- Mejora la gestión de contratos con encargados del tratamiento.
- Verifica el registro de actividades de los tratamientos.
- Contribuye a implementar la privacidad por



- diseño y por defecto en los tratamientos.
- Garantiza que se permite a los propietarios de los datos personales el ejercicio de sus derechos sobre los mismos.
- Aporta transparencia a los accionistas y eficacia a la hora de gestionar los tratamientos de datos personales.

¿QUÉ EMPRESAS PUEDEN CERTIFICARSE EN LA ISO 27701?

Las empresas que ya hayan implementado en su organización la norma ISO 27001 podrán utilizar esta nueva norma ISO 27701 para reforzar o extender los esfuerzos en preservar la privacidad de los datos que manejan, ampliando el alcance de su sistema de gestión.

Esto ayudará a mejorar la reputación e imagen de la empresa, puesto que refuerza su compromiso con la seguridad de la información y con el cumplimiento de las leyes en materia de protección de datos, como es el RGPD o la LOPDGDD, lo que sin duda se convertirá en una ventaja competitiva.

Aquellas organizaciones que no cuenten con un sistema de gestión de la seguridad de la información, o SGSI, y quieran certificarse tendrán que implementar conjuntamente la ISO 27001 y la ISO 27701. Esto es debido a que la nueva normativa es una extensión de los requisitos de la ISO 27701 y de los códigos de buenas prácticas de la ISO 27002.

Adicionalmente, esta normativa es aplicable a todo tipo de organizaciones, sin importar su tamaño o sector al que pertenezcan, incluyendo empresas tanto de ámbito público, como privado u organizaciones gubernamentales o sin ánimo de lucro.

Si además de cumplir con la legalidad vigente, quieres reforzar la privacidad de los datos personales que maneja tu organización, utiliza las certificaciones existentes en materia de protección de la privacidad. Contribuirás a fomentar la seguridad de tus datos y reforzarás tu imagen y reputación, lo que se convertirá en un factor diferencial con respecto a la competencia.



TRANSFORMA TU ESTRATEGIA PARA ATRAER AL CONSUMIDOR DIGITAL

MARKETING 4.0

AUTORA: Ana Álvarez-Rementería, responsable de marketing y comunicación de neobis

Las nuevas tecnologías, las redes sociales y el marketing digital en general están revolucionando la forma de llegar a nuestros **clientes**. El cliente de hoy tiene unos **hábitos diferentes** al de hace unos años: está hiperinformado, hiperconectado, ama las empresas honestas y éticas, no compra sin antes comparar, confía en las **experiencias** de otros consumidores y es **infiel a las marcas**.

Por eso, ahora más que nunca, es necesario reorientar nuestras **estrategias de marketing** para ganar el apoyo y confianza del cliente. Si conseguimos superar sus expectativas no solo nos comprará, sino que nos **recomendará**.

Para ello es necesario ofrecer **experiencias transparentes y coherentes**, y cubrir cada aspecto del producto que este demande: marcas más humanas, mayor compromiso, ofertas mejores y más personalizadas. Esto es lo que llamamos **marketing 4.0** y que de forma admirable han recogido en su libro Philip Kotler (considerado el padre del marketing moderno), Hermawan Kartajaya e Iwan Setiawan.

Para lograr ese compromiso del cliente y su recomendación, los autores de **Marketing 4.0** nos proponen **combinar** lo mejor de ambos mundos, el **marketing tradicional** y el **marketing digital**. Nos indican cómo poner en mar-



cha **estrategias 360°** complementándolas con inteligencia artificial para mejorar la productividad del marketing, o el **big data** para adaptarnos mejor a las **necesidades del cliente**.

Kotler, Kartajaya y Setiawan apoyan sus teorías en múltiples casos de empresas de todo el mundo, entre las que destacan algunas que operan en España, como **Leroy Merlin, Toyota, o Telefónica**, y de las que a continuación vamos a ver un breve resumen.

MARKETING CENTRADO EN EL SER HUMANO PARA GENERAR ATRACCIÓN A LA MARCA

Toyota España -Conduce como Piensas-

Toyota España es un claro ejemplo de compañía comprometida con el cumplimiento de sus valores y con el legado medioambiental. Su decisión estratégica de comunicar la tecnología híbrida que incorpora en sus coches conectando emocionalmente con los conductores muestra su doble compromiso ético de despertar conciencias y manifestar su respeto por el medioambiente.

dad y sus compromisos, la compañía se ha posicionado en el top of mind del consumidor en el segmento de automóviles híbridos.

MARKETING 4.0 EN LA ECONOMÍA DIGITAL

Telefónica -Haciendo bailar al elefante-

La multinacional española de telecomunicaciones es un ejemplo de empresa que ha combinado el modelo online y offline para ser más ágil en la respuesta a los usuarios, de la mano de su partner tecnológico BMC.

Telefónica comenzó a convertir en *digital workers* a sus más de 27.000 empleados en España y gracias a ello el resultado no tardó en llegar y los clientes enseguida percibieron una atención más eficiente.

MARKETING OMNICANAL PARA LOGRAR EL COMPROMISO DE LA MARCA

Leroy Merlin España -Proyecto Plataforma Digital-

La firma que lidera el mercado de las mejoras del hogar, Leroy Merlin, también está transformando su experiencia digital para ofrecer al usuario una experiencia omnicanal integrada implantando el proyecto Plataforma Digital, que híbrida sus tiendas físicas y su ecosistema digital.

Este se ha sometido a un cambio radical, tomando el móvil como dispositivo de referencia para interactuar con la marca. El resultado es una plataforma en la que se combina el uso y análisis del dato con el diseño líquido para que se adapte a la experiencia de cada usuario. Además, operan como punto de recogida para las adquisiciones realizadas a través de *e-commerce*, que también son distribuidas directamente a casa de los clientes.

La organización también se ha beneficiado de un cambio cultural interno hacia la digitalización al haber implicado a 500 empleados en el desarrollo de esta estrategia.



Para dar soporte al proyecto, la firma ha diseñado una plataforma de comunicación en la que expone sus valores y gracias a su honesti-



el sector en verde

NEOBIS PRESS 158

¿QUÉ VEHÍCULO CONTAMINA MÁS?

AUTOR: Sergio Ródenas,
colaborador Consultoría
Medioambiente neobis

Esta es una pregunta cada vez más común en el usuario del vehículo privado y también a la hora de adquirir un vehículo para visitas a cliente, reparto, etc.

A priori, todo el mundo da por sentado que un coche eléctrico es menos contaminante que un coche con el motor a combustión, ya sea alimentado por diésel, gasolina o por gas (GLP/GNC). Es lógico, los coches con motor de combustión tienen un tubo de escape por el que sale humo y los coches eléctricos no.

Pero, por otro lado, aparecen voces discordantes que alegan que las baterías de los coches eléctricos son peores para el medioambiente que el humo que sale de los de combustión. Al final el usuario medio tiene serias dificultades para saber qué es mejor o peor, y si hace uso de los foros de internet, o los blogs, o vídeos en plataformas de contenidos, a veces acaba más liado que cuando empezó.

Con objeto de arrojar algo de luz al respecto podemos usar el análisis de ciclo de vida que la EEA (Agencia del medioambiente europea) ha preparado con la intención de comparar los tipos de vehículos existentes actualmente. Un análisis de ciclo de vida (ACV) es una herramienta de diseño que recopila, analiza y evalúa los impactos ambientales de un producto o servicio durante todas las etapas de su existencia, desde la obtención de la materia prima,

la fabricación y el uso, hasta la fase de gestión de residuos.

A nivel de emisiones de efecto invernadero (contabilizadas como CO₂ equivalente¹) producidas durante su uso, dado el Mix de producción energética² en Europa y asumiendo que las emisiones de un coche eléctrico se producen durante la recarga y las de un coche de combustión durante su utilización, **los coches puramente eléctricos emitirían entre un 47% y un 58% menos que un vehículo de combustión** (tomando como ejemplo un coche de tamaño medio fabricado en 2015). Este resultado, evidentemente, no se obtendrá en países donde las energías renovables brillen por su ausencia y la electricidad se obtenga principalmente de quemar carbón. En este punto está claro, en Europa al menos, que durante su uso un coche eléctrico emite menos.

¿Qué pasa entonces con las baterías? Para la producción de baterías es necesario el uso de tierras raras y otros componentes, que no son de origen sintético, y por lo tanto deben extraerse de la naturaleza, al menos hasta que el proceso de gestión tras la vida útil de las propias baterías permita la reutilización de componentes de origen reciclado en un volumen suficiente para reducir esa necesidad de extracción. Teniendo en cuenta esto, y las fases de fabricación, el informe concluye que, de todas las emisiones asociadas a la producción de



un coche eléctrico, entre el 33 y el 44% están vinculadas a la fabricación de las baterías. En países donde un alto porcentaje de la energía proviene de fuentes de bajo carbono (renovables), de todas las emisiones asociadas al ciclo de vida de un coche eléctrico (fabricación, uso y gestión tras su vida útil), el 75% de las emisiones generadas provendrían de la fabricación de la batería, ya que actualmente, casi todas las baterías se producen en países con fuentes energéticas de alto carbono (carbón). En la actualidad, **fabricar un coche eléctrico, supone entre 1.3 y 2 veces más emisiones que fabricar un vehículo convencional.**

El informe también tiene en cuenta los **impactos en la toxicidad humana**, por ejemplo, la fase de extracción de minerales como el cobre o el níquel, donde se decanta la balanza hacia los coches de combustión, o las emisiones aso-

ciadas a las partículas que emiten las pastillas al frenar, donde los coches eléctricos vuelven a tener algo de ventaja al poder usar sus motores eléctricos y sistemas regenerativos de frenado, haciendo que haya que abusar menos del freno convencional.

Así que la respuesta a la pregunta del artículo sería “depende”... Depende de en qué fase, depende del país, depende de la producción y depende de si hablamos de contaminación local o del impacto ambiental global.

(1) CO2 equivalente: Es una medida en toneladas de la huella de carbono, que recordamos que es el nombre dado a la totalidad de la emisión de Gases de Efecto Invernadero.

(2) Mix energético: la combinación de las diferentes fuentes de energía que cubren el suministro eléctrico de un país.



TU TIEMPO

NEOBIS PRESS 158

BAHÍA DE KOTOR Y PARQUE NACIONAL DURMITOR

MONTENEGRO

AUTOR: Carlos Utasá, viajes Tourhispan. **FUENTES CONSULTADAS:** Oficina de turismo de Montenegro.

EN TORNO A LA IMPRESIONANTE BAHÍA DE KOTOR SE ALTERNAN PEQUEÑOS PUEBLOS BARROCOS DE HERENCIA VENECIANA Y VERTIGINOSAS MONTAÑAS, EN EL QUE ES CONSIDERADO EL FIORDO MÁS MERIDIONAL DE EUROPA. UNA COMBINACIÓN IRRESISTIBLE PARA AQUEL QUE ANSÍA DARSE UN ÚLTIMO BAÑO, CONQUISTAR UNA PENÚLTIMA CUMBRE O, SENCILLAMENTE, PASEAR ENTRE IGLESIAS, MONASTERIOS INSULARES Y PALACIOS CONVERTIDOS EN HOTELES BOUTIQUE.

HERCEG NOVI

El Stari Grad o viejo centro histórico de Herceg Novi se hallaba mirando al Adriático, en una posición estratégica muy importante para el control de la bahía y la salida al mar. Sus plazas sirven de escenario de numerosos eventos culturales donde el teatro, la música y el cine dan rienda suelta a una ciudad volcada con los espectáculos.

Herceg Novi es en sí una terraza, un balcón que mira al mar con paciencia, donde podremos contemplar todavía restos apreciables de la fortaleza y el recinto que la protegía. En el interior del Stari Grad encontramos la torre almenada del reloj, de 1667, que era el acceso principal a Herceg Novi; además de plazas apacibles como la Trg Herceg Stjepana o plaza Belavista, con la iglesia ortodoxa del Arcángel Miguel o la iglesia de San Jerónimo en Trg Mica Pavlovica.

KOTOR

Esta ciudad, Patrimonio de la Humanidad, se ha convertido en uno de los diamantes del Adriático. Se ubica en una bahía denominada Bocas de Kotor y sin duda, es uno de los lugares más recomendables a visitar.

Al entrar por la "Puerta del Mar", la Plaza de Armas (Trg od Oružja) se abre ante nosotros con los elegantes edificios del Palacio Ducal



Vista parcial de Kotor y de su impresionante Bahía.





De arriba a abajo:
Restos de la fortaleza de Herzeg Novi.
Reserva Natural de Durmitor.

y el Arsenal, que junto a las agradables cafeterías, heladerías y restaurantes componen el comité de bienvenida que junto a la Torre del Reloj nos invita a adentrarnos en su interior.

Callejeando llegaremos a la Catedral de Sveti Tripun, construida sobre un templo anterior del siglo IX y situada en una de las plazas más abiertas de Kotor, lo que permite admirar su fachada y los edificios del ayuntamiento y el archivo histórico.

Algunas de las Iglesias que destacan son San Nicolas; San Lucas (Sveti Luka), del siglo XIII; la Iglesia de Santa Ana (Sveta Ana, s. XII); o la Iglesia de Santa María (Sveta Marija, s. XIII); además de otros edificios civiles como el Teatro de Napoleón (XIX).

PERAST

Su mayor encanto son sus dos pequeñas islas a las que se puede acceder por barca en pocos minutos. Una de ellas es la Isla de San Jorge (Sveti Dorde) donde podréis ver un monasterio benedictino del siglo XII y la otra es una isla artificial que se llama Nuestra Señora de las Rocas (Gospa od Škrpjel) en la que se sitúa un santuario dedicado a la Virgen.

CETINJE

Aunque Podgorica es la actual capital, Cetinje fue la Capital Real durante lustros; por lo que podremos disfrutar en ella de su gran valor cultural y legado arquitectónico de incalculable valor. En Cetinje destaca el Monasterio ortodoxo de San Pedro, fundado en el siglo XVIII. En él se conservan reliquias como



la mano derecha de San Juan Bautista. Además de una gran variedad de edificios de estilo neobarroco, neorrománico, cubista y Art Nouveau ejecutados a finales del siglo XIX. Cetinje cuenta con lugares de interés como el Monasterio de Cetinje, el Palacio de Biljar da y museo de Njegoš situados en la zona de Malo Guvno.

PARQUE NACIONAL DURMITOR

La Reserva Natural de Durmitor, Patrimonio Natural de Unesco (desde 1980) comprende una vasta área del interior montañoso del país con espacios naturales donde coexisten las cordilleras de los Alpes Dínáricos, cinco profundos cañones, lagos y cuantiosas cavernas y cuevas glaciares en una extensión de más de 39.000 hectáreas.

El área de Durmitor se puede visitar durante todo el año, con ofertas de nieve en los meses fríos, y de relax y buen tiempo para el turismo estival. El río Tara, que bebe de las aguas del Monte Komovi y de numerosos afluentes, es uno de sus principales atracti-



vos. La inmensidad del Cañón del Río Tara sólo es superada en profundidad en el mundo por el Gran Cañón del Colorado.

Podemos asegurar que viajar a Montenegro tiene algo de indómito, de esa Europa aún sin el ajetreo de los grandes tours. Montenegro vende seguridad, naturaleza, playas, ambiente, patrimonio histórico y naturaleza a raudales.



De arriba a abajo:
Cañón del Río Tara.
Detalle de la ciudad
de Perast.



LECTURA RECOMENDADA

Libro recomendado por Julia Ferreira Morales, alumna de Islas Filipinas y autora de la portada de este número de neobispress:

COCO CHANEL, LA REVOLUCIÓN DE LA ELEGANCIA

Megan Hess

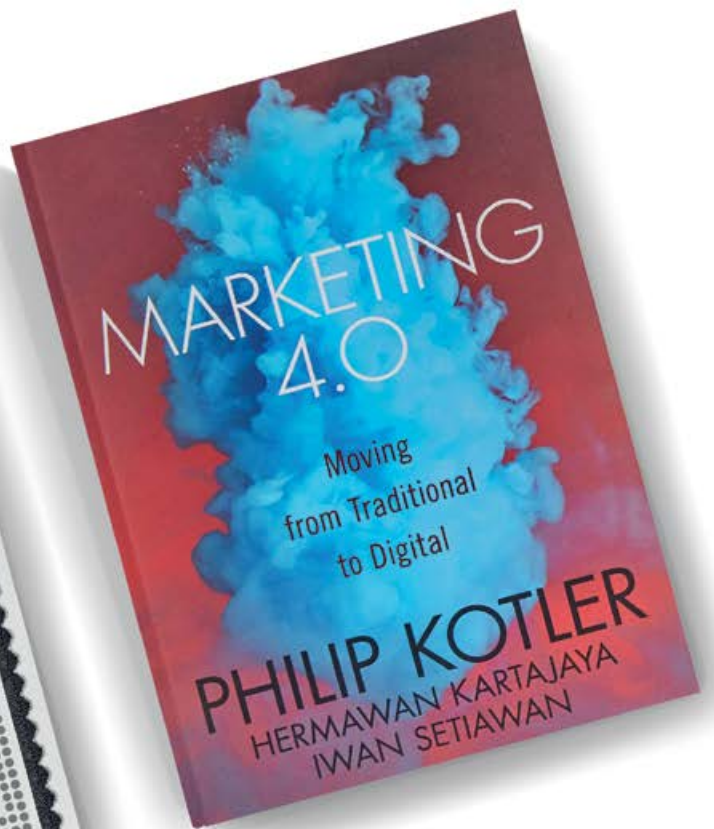
“Es un libro con bastantes ilustraciones en las que se explica la vida de Gabrielle Chanel, diseñadora de la marca. Lo recomiendo ya que refleja bastante bien la imagen de una mujer luchadora y revolucionaria. En él se puede ver cómo cambió la forma de vestir de las mujeres. Empezó a diseñar pantalones y ropa más informal para ellas”.

Libro recomendado por Ana Álvarez-Rementería Calvo, responsable de marketing y comunicación de neobis:

MARKETING 4.0

Kotler, Kartajaya y Setiawan

“El padre del Marketing moderno nos guía para reorientar nuestras prácticas con el objetivo de ganar el apoyo y la confianza del cliente. Debemos aprender a poner realmente al cliente en el centro de la empresa o esta dejará de existir”.



Horizon

Plegadora AFC-746F con alimentador palet la automatización inteligente



Ajustes completamente automáticos introduciendo las medidas del papel y el tipo de plegado a realizar.

Posicionamiento de medida en las bolsas.

Presión de la batería de rodillos en función del tipo de plegado.

Cabezal de aspiración automático.

Ajuste de guía de registro lateral.

Control y ajustes finos desde la pantalla táctil (ajustes finos: 0,0001 mm para la presión de rodillos y 0,1 mm para ajuste de bolsa).

Formato máximo: 738 x 1.100 mm.

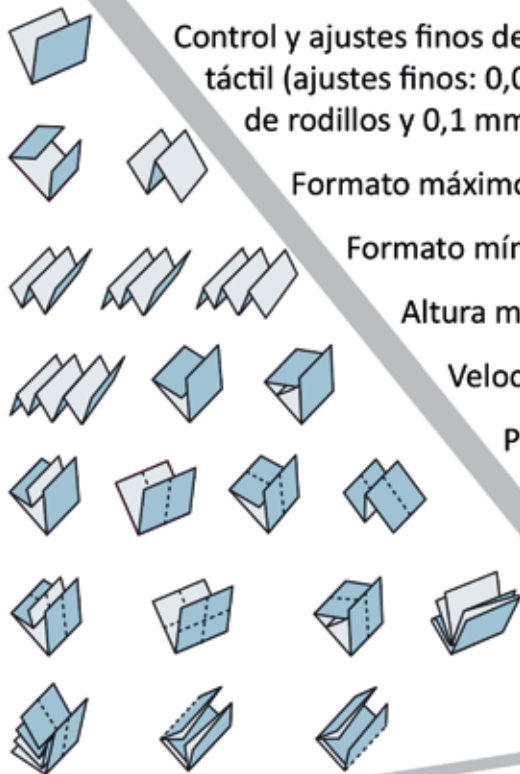
Formato mínimo: 210 x 210 mm

Altura máxima de pila: 1.200 mm

Velocidad de cinta: de 30 a 240 metros/min

Posibilidad de almacenar hasta 200 trabajos en memoria.

El sistema de entrega hace posible una velocidad de hasta 14.400 pliegos/hora en 16 páginas en formato B1.



www.opqsystems.net

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



TOPPY

UCHIDA

BUSCH



Maquinaria Gráfica, S.L.
desde 1996

Horizon

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



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



MB PRIME FBB
MB PRO FBB BRIGHT
MB CLASSIC FBB

¡NUEVAS REFERENCIAS,
DESCÚBRELAS!

LISBOA - MADRID - BARCELONA - LYON