

neobis press

REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA · Nº167





Mayor éxito en el mercado. OEE: aumente la rentabilidad de su producción.

Con la nueva generación de Speedmaster 2020, Heidelberg le ofrece el equipo más inteligente y automatizado de todos los tiempos. Las máquinas inteligentes de esta serie utilizan el inmenso espectro de posibilidades digitales para alcanzar una excelente productividad y niveles de eficiencia mucho mayores (OEE, Overall Equipment Effectiveness, es un indicador que evalúa cuán efectiva es una instalación de producción en la práctica).

LA ETAPA POSTCOVID

Editorial



En neobis hemos elaborado una nueva edición del estudio anual del sector. Ahora conocemos a ciencia cierta la auténtica dimensión de los efectos de la pandemia y el comportamiento de las tendencias en 2021.

Siempre antes de medir un sector es conveniente tener claro cuáles son los parámetros más importantes que aportan nitidez a la imagen fiel que se quiere lograr. Se puede valorar el comportamiento de la facturación, del empleo, del número de empresas, de los resultados, de la rentabilidad... Cualquiera de ellos, de forma aislada, nos llevaría a obtener una imagen distorsionada de la realidad.

Este sería el caso de la facturación, que respecto de 2019 ha descendido entre el doce y el diecisiete por ciento, en función de si se calcula teniendo en cuenta la desaparición de una decena de grandes empresas o no. En todo caso, el dato objetivo que resulta nos devuelve a niveles de facturación de hace una década. Una forma de verlo sería decir que todos los esfuerzos realizados desde la anterior crisis se los ha llevado el COVID. Otra visión sería que todos los esfuerzos realizados han servido para permanecer activos.

Por esto es conveniente realizar análisis de foco ampliado, aunque tan falso sería centrarnos solo en los datos negativos como en los positivos, que también los hay. La realidad responde a lo siguiente:

La tendencia de caída del número de empresas se mantiene. El empleo crece poco, pero crece. Los ingresos han caído, pero mucho menos de lo que se esperaba en plena pandemia. Los resultados, lógicamente, han caído significativamente. Y, por

último, el endeudamiento ha crecido de forma generalizada, seguramente como consecuencia de los créditos obtenidos. Esto no quiere decir que todo el sector esté en las mismas condiciones, las medias aritméticas son así de engañosas.

Como ha venido sucediendo toda la vida, tanto aquello que consideramos positivo como lo negativo, se distribuye de forma asimétrica. En todo el sector y en todas sus especialidades hay empresas que lo están pasando mal y empresas con éxito. El número de empresas en situación de quiebra técnica ha vuelto a niveles de hace una década, pero la mayoría de las empresas de un determinado tamaño de impresión comercial, etiquetas, packaging y otras especialidades, obtienen los mejores ratios, incluso mayores que antes de la crisis.

En fin, habrá que ver cómo se comportan los indicadores en el próximo ejercicio para poder evaluar si hay recuperación, principalmente de resultados.



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

Coordinadora

Susana Navarro

Colaboradores

Carlos Granado

Carlos Utasá

Juan José Rodríguez

Marco Antonio Lozano

Paulo Dourado

Rosario Trasobares

Sandra Fariña

Publicidad neobispress

info@neobis.es

Diseño y maquetación

Eduardo Molina Varas

Autora de la portada

Estefany Delgado Ojeda, alumna de segundo curso del
Ciclo Formativo de Grado Medio de Preimpresión
Digital, en el IES Islas Filipinas, de Madrid.

Imprime

Estudios Gráficos Europeos, S.A.

Dep. Leg. M. 9.805-2000

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

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

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

Las imágenes de algunos artículos, así como los
fondos de las portadillas han sido diseñados
utilizando recursos gráficos de Freepik.com.



SUMARIO

ASOCIACIÓN AL DÍA

- 5 VI EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS
- 7 ENTREVISTA A ESTEFANY DELGADO,
GANADORA DEL CONCURSO DISEÑA LA
PORTADA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
- 10 INFORME ECONÓMICO DEL SECTOR DE LA
COMUNICACIÓN GRÁFICA
- 14 ENTREVISTA A LIBRA ARTES GRÁFICAS

DESCUBRIENDO EL SECTOR

- 19 NUEVA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD
DEL PAPEL
- 25 LOS LOCOS AÑOS 20 TARDAN MUCHO
EN LLEGAR
- 27 COMUNICARTE 2022
- 30 CONTROL DE COSTES Y DESVIACIONES EN
LA PRODUCCIÓN DE GRAN FORMATO
- 32 NOVEDADES DE LA SÉPTIMA EDICIÓN DE
C!PRINT MADRID
- 35 CANON COLABORA CON PLOCKMATIC
- 38 DIGICOM PRESENTA LOS PREMIOS
DIGIAWARDS



40 HEIDELBERG SE COMPROMETE A SER CLIMÁTICAMENTE NEUTRAL PARA 2030

44 LIBER CELEBRA 40 AÑOS IMPULSANDO EL NEGOCIO Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL LIBRO

46 FUJIFILM NOMBRA A MARK LAWN DIRECTOR DE LA DIVISIÓN POD SOLUTIONS EUROPE

SOLUCIONES NEOBIS

49 CAPTAR EL TALENTO EN LAS ORGANIZACIONES INDUSTRIALES

52 ¿HACIA EL FIN DE LOS CONTRATOS TEMPORALES?

55 VENTA DE UNIDADES PRODUCTIVAS COMO OPORTUNIDAD PARA AFRONTAR LA CRISIS

TE INTERESA

58 LA IMPORTANCIA DE LA CIBERSEGURIDAD EN LAS ASOCIACIONES

TU TIEMPO

61 RUTA POR LOS CASTILLOS DE NORTHUMBERLAND

64 LECTURA RECOMENDADA



asociación
al Día
NEOBIS PRESS 167



VI EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS “DISEÑA LA PORTADA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA”

ESTEFANY DELGADO OJEDA,
ALUMNA DEL IES ISLAS FILIPINAS,
GANADORA DE LA SEXTA EDICIÓN
DEL CONCURSO NEOBISPRESS

EL CONCURSO HA CONSEGUIDO
UN ALCANCE VIRAL DE 10.482
PERSONAS

EL PROYECTO GANADOR SERÁ LA
PORTADA DEL NÚMERO 167 DE LA
REVISTA NEOBISPRESS Y RECIBIRÁ
UNA CÁMARA EOS M200 BLACK
+ EF-M 15-45MM F/3.5-6.3 IS STM

La sexta edición del concurso neobispress “**Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica**” ya tiene ganadora. Entre los diez proyectos finalistas, el trabajo con mayor número de votos en Facebook y en el Jurado ha sido el de **Estefany Delgado Ojeda, alumna del IES Islas Filipinas, con 493 votos.**

Estefany Delgado Ojeda es alumna de segundo curso del Ciclo Formativo de Grado Medio de Preimpresión Digital, en el **IES Islas Filipinas, de Madrid.**

Su proyecto es la portada de este número de neobispress, revista de la **Asociación de la Comunicación Gráfica**, que se envía a 1.000 empresarios del sector. Además, la alumna



Jurado del Concurso.



recibirá una EOS M200 Black + EF-M 15-45mm f/3.5-6.3 IS STM.

En esta sexta edición del concurso neobispress “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica” han participado 138 alumnos de 19 centros de Formación Profesional de Artes Gráficas de 11 provincias españolas.

El 10 de febrero se subieron al canal de Facebook de neobis los 10 trabajos finalistas elegidos previamente por el jurado del concurso, formado Raúl García Magán, director general de Gruponeo, Daniel Fernández, responsable de marketing de Lucam, Raquel García, dirección de diseño, creatividad y preimpresión de Grupo AGA, Jesús Terciado, director de diseño gráfico de Advantia Comunicación Gráfica, Carmen Hontanilla, directora de marketing de Gráficas Aries y Susana Navarro, coordinadora de neobispress.

Del 10 al 17 de febrero se han podido votar en el canal de Facebook de neobis los proyectos finalistas y el 17 de febrero se ha procedido al cómputo de votos de Facebook y del Jurado, obteniendo el proyecto ganador un total de 493 votos.

Diseños de las 10 portadas finalistas de la VI edición del Concurso.



LAS CIFRAS DEL CONCURSO EN REDES SOCIALES

La publicación en el canal de Facebook de Neobis ha tenido un alcance viral de 10.482 personas, 248 clics, 585 interacciones y se ha compartido 76 veces.

Para premiar el esfuerzo y el trabajo de los finalistas, además del proyecto ganador que será la portada 167, otros tres trabajos, los más votados, también se publicarán en los sucesivos números de la revista de la Comunicación Gráfica y recibirá cada uno de ellos una cámara Zoemini S.

Siendo estos los siguientes:

- El proyecto de **Cristina Toloba Villalba, del IES Puerta Bonita, de Madrid** (456 votos) será la portada de neobispress 168 (publicada en julio de 2022).
- El proyecto de **Carlos Font, del CIPFP Ciutat de L'aprenent, de Valencia** (419 votos) será la portada de neobispress 169 (publicada en octubre de 2022).
- El proyecto de **Erik Tapia, del Colegio Ave María San Cristobal, de Granada** (375 votos) será la portada de neobispress 170 (publicada en enero de 2023).





GANADORA DEL VI CONCURSO NEOBISPRESS

ENTREVISTA A ESTEFANY DELGADO OJEDA, ALUMNA DEL IES ISLAS FILIPINAS

Hemos charlado con la alumna ganadora de la VI edición del Concurso “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica”, Estefany Delgado y esto es lo que nos ha contado:

Estefany, ¿qué te ha motivado a participar en el concurso neobispress?

Me hacía mucha ilusión el hecho de diseñar mi propia portada y de visualizarla impresa, era algo muy emocionante y me ha motivado a dedicarle tiempo e intentar hacerlo lo mejor posible.

¿En qué te has inspirado para realizar el



proyecto que has presentado al concurso?

Me gustan mucho las composiciones geométricas, suelo seguir a muchos artistas gráficos que las utilizan y son realmente inspiradores para mí.

Me resultan realmente atractivas este tipo de composiciones y decidí utilizar la idea en conjunto con la imagen del modelo para resaltar algunos aspectos específicos como, por ejemplo, el área facial y la sombra generada.

¿Quieres resaltar algún aspecto técnico?

Probé distintos elementos, el trabajo relativo al color y pequeños detalles como dónde posicionar cada una de las figuras que he empleado en la composición.

¿Nos podrías contar cómo has vivido el concurso?

A nivel personal el propio proceso del concurso me ha resultado muy enriquecedor, me he sentido siempre motivada a participar desde el inicio, tratando de aportar las mejores ideas a mi diseño.

¿Cómo ha sido el apoyo de tus profesores y de tus compañeros?

La ayuda de mis profesores —en especial de

mi profesora Gabi— ha sido crucial ya que me han ayudado a mejorar cada vez más la portada. Destacar que incluso el espíritu de competencia en mi clase ha sido constructivo, a la vez que divertido, y lo he disfrutado enormemente.

¿Cómo valoras este tipo de concursos?

Me parecen un buen incentivo para los alumnos, ya que ayuda a que estos intenten superarse e intenten dar lo mejor de sí mismos. Con ello vinculamos el proceso educativo con el futuro mundo laboral.

¿Por qué recomendarías la participación en este concurso a otros alumnos?

Es una oportunidad perfecta para mostrar el trabajo que pueden llegar a realizar, además de ser una experiencia muy positiva, es una gran ocasión para dar lo mejor de cada uno y poder mostrarlo. Estoy muy agradecida por el hecho de haber podido participar.

Si hubieses tenido que votar dos trabajos finalistas ¿cuáles hubiesen sido?

Me han gustado mucho los trabajos de Ciutat de L'Aprenent y el de mi compañero Juduar Fonseca. Considero que los resultados son muy creativos, de gran talento, a los que transmito que hubiese emitido mi voto personal.

¿Por qué decidiste comenzar el Ciclo formativo de Grado Medio de Preimpresión digital?

Mi objetivo es desarrollarme en el mundo de las artes gráficas y consideré que sería muy favorable empezar desde la base de la formación hasta llegar a otros ciclos de Grado superior, como puede ser el Diseño y edición de publicaciones impresas y multimedia.

Por lo tanto, ¿te gustaría seguir formándote en el sector de las artes gráficas?

Sí, me gustaría cursar este ciclo formativo de grado superior e incluso posteriormente ir a la universidad.

¿Crees que tu formación es acorde a las exigencias del mercado?



Considero que he tenido una excelente formación en el IES Islas Filipinas. He tenido la suerte de estar con muy buenos profesores de los cuales he aprendido mucho a lo largo del ciclo, y mi experiencia ha sido muy favorable tanto a nivel educativo como a nivel personal.

¿Cómo te gustaría que fuera la empresa en la que comiences tu vida laboral?

Me gustaría que fuese una empresa de carácter innovador, que no le tenga miedo al cambio y donde los trabajadores puedan desarrollar su creatividad de manera natural.

Estefany, ¿dónde te ves en el futuro?

Trabajando en el sector, en algo que me apasione, como es actualmente la preimpresión y el diseño gráfico.

¿Qué es para ti la comunicación gráfica?

Para mí, la comunicación gráfica, es comuni-

car mediante elementos gráficos un mensaje concreto.

¿Cómo definirías el sector de las artes gráficas?

Considero que tiene muchísima importancia por el tipo de productos que se realizan. En ocasiones no somos conscientes de ello, pero está presente en todos los aspectos de nuestro entorno.

Cientos de empresarios de Comunicación Gráfica leerán esta entrevista, si tuvieras que elegir tres adjetivos para definir a tu “jefe o líder” perfecto, ¿cuáles serían?

Considero que el jefe o líder perfecto es aquel que se involucra en las tareas de sus trabajadores de una manera adecuada, guiando el trabajo y ofreciendo críticas constructivas. Me agradecería una persona positiva, organizada y empática.





INFORME ECONÓMICO DEL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

AUTOR: Jesús Alarcón Fernández,
secretario general de neobis

EL AÑO 2020 FUE UN EJERCICIO ATÍPICO, EN EL QUE ALGUNAS TENDENCIAS SE TRUNCARON Y OTRAS SE MAGNIFICARON. FACTURACIÓN Y RESULTADOS SE DIERON LA VUELTA EN CASI TODAS LAS EMPRESAS

LOS INGRESOS CAEN HASTA NIVELES PREVIOS A 2014

SE PERCIBE UNA ACELERACIÓN DE LA DIGITALIZACIÓN DE ALGUNOS PRODUCTOS QUE, PREVISIBLEMENTE, NO VOLVERÁN AL SOPORTE FÍSICO

El día 10 de marzo de 2022 neobis presentó una nueva edición del informe anual sobre la situación económica y financiera del sector, que viene a confirmar un escenario continuista en las tendencias que se inician hace más de una década.

Se constata la depuración lenta y silenciosa, pero constante, de empresas. Como consecuencia, se obtiene una imagen de un sector más concentrado, pero no como una acción estratégica y ordenada, sino como resultado de una aplicación estricta de las leyes del mercado.

Otro hecho destacable es que la facturación global cayó en 2020 un 17,5% y los resultados un 67%. Este último dato con muchos matices porque lo cierto es que los resultados medios de las empresas en beneficios, se han incrementado. Esto nos da muestras de un sector partido en dos, donde conviven las empresas en dificultades y que tratan de resistir, con las empresas que, al menos a corto plazo, no están en peligro de disolución. El resultado final es un escenario de máxima competencia, inédito en los últimos cuarenta años.

Durante el año 2021, la afiliación creció un 1,56% hasta casi 71.000 trabajadores. No obstante, hasta el mes de noviembre el sector mantenía 2.363 trabajadores en ERTE. El crecimiento del empleo nos puede anticipar una leve recuperación en los números de 2021. La última encuesta realizada entre nuestros asociados nos indica que, en la mayoría de los casos, las empresas superaron en 2021 los ingresos del ejercicio precedente pero sin llegar a los niveles de 2019.

Otro ratio que ha variado como consecuencia de la pandemia ha sido el de endeudamiento. Los préstamos ICO y las medidas que se tuvieron que adoptar, en la creencia de que la crisis sería de menor duración, han llevado al

sector a una situación menos saneada. Aunque, en verdad, una subida de dos puntos en el ratio de endeudamiento no tendría que ser determinante para la viabilidad de ninguna empresa, los problemas serían otros.

Por subsectores, destacar que la impresión comercial, más atomizada que las demás, marca las tendencias globales del sector, al ser mayoritario en empresas, trabajadores y facturación. Lo que no obsta para destacar que las grandes empresas de impresión comercial, packaging y sobre todo etiquetas, sigan liderando los ratios de rentabilidad.

El sector de impresión comercial sigue suponiendo el 60% de todos los ingresos del sector. Cabe destacar que las 372 empresas líderes, a pesar de que sus ingresos cayeron un 15% han visto incluso incrementados sus resultados en 2020.

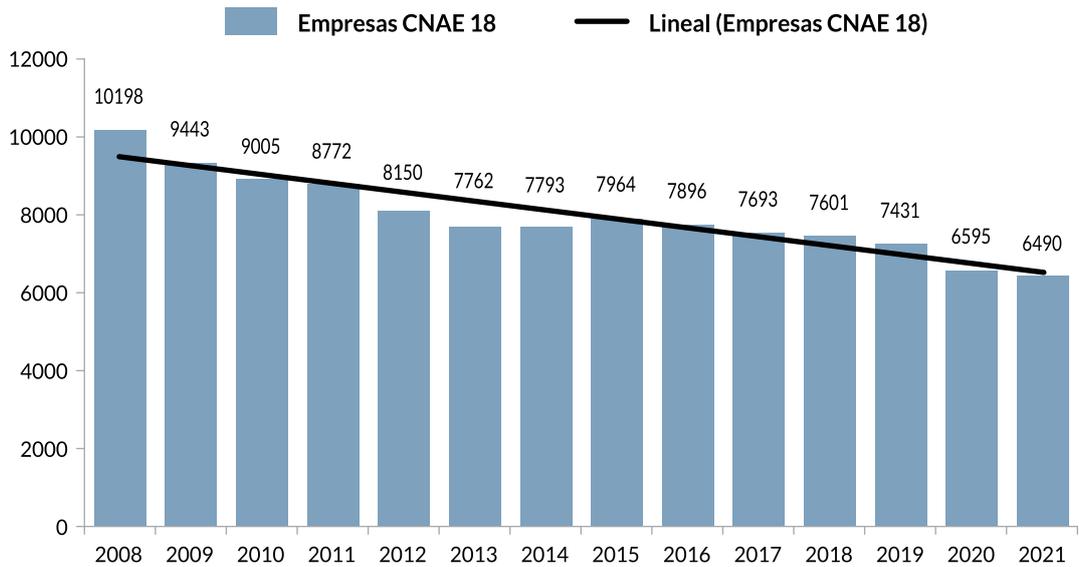
En el sector del libro los ingresos descendieron un 17,3%. El margen de beneficio medio es prácticamente nulo, como consecuencia de que hay dos bloques que se anulan entre sí. Tan es así que 7 empresas obtienen el 78% de los beneficios y 8, el 92% de las pérdidas. No obstante, 18 empresas obtienen importantes beneficios.

El sector de etiquetas es el único subsector donde a pesar de disminuir los ingresos, por debajo del 4%, se incrementaron los resultados. Por primera vez observamos resultados globales negativos en el segmento de facturación inferior a 0,5 millones de euros. Treinta empresas acumulan el 70 % de los resultados positivos.

Las empresas de packaging sufrieron un descenso de los ingresos próximos al 5% y una disminución del resultado del 29,7%. De las cincuenta y tres empresas analizadas, trece arrojan pérdidas, pero cinco aglutinan



EMPRESAS EN LA SEGURIDAD SOCIAL



FUENTE: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social

el 82% de todos los resultados negativos, las-
trando así los resultados medios del sector.

Las empresas de impresión digital de gran formato vieron reducidos sus ingresos en un 22% y arrojan un margen de beneficio negativo. En este subsector se ha producido el mayor incremento del ratio de endeudamiento, con seis puntos sobre el del ejercicio precedente.

El sector de la encuadernación, con una caída de la facturación de cerca del 25% y con un descenso dramático de los resultados, está empezando a suponer un serio problema para completar los procesos productivos. El redimensionamiento del sector es evidente, el 87% de las empresas factura menos de 0,5 millones de euros y su capacidad de inversión está muy disminuida.

Otra consecuencia de estas crisis sucesivas es que el sector se está haciendo cada día más pequeño, con la consiguiente pérdida de peso en los datos macroeconómicos. Por una par-

te, disminuye el número de actores. Por otra, aunque las empresas líderes acaparan poco a poco una mayor cuota de mercado, no llegan a facturar, ni mucho menos, lo que facturaban los líderes de hace una década. Incluso hay subsectores, como el de encuadernación, donde los líderes actuales apenas alcanzan un tercio de los ingresos de las empresas punteras de hace apenas diez años. Otro factor que consolida la pérdida de dimensión del sector es la disminución del número de empresas en los segmentos de mayor facturación, con una caída del veinte por ciento en el número de empresas que sobrepasan los tres millones de euros.

En una situación normal de mercado, cabría esperar que esto último fuera solo una cuestión coyuntural y que la pandemia solo hubiese sido un paréntesis en el camino emprendido por el sector desde 2014. Lo cierto es que la digitalización, la crisis de materias primas, el coste energético y la invasión de Rusia a Ucrania, no invitan al optimismo.

Nuestra familia se acaba de hacer más grande !



La evolución de la impresión.

Conozca la familia

ROLAND 700 Evolution *Elite*

Desde el año 2.016 la prensa de pliegos más avanzada tecnológicamente del mundo.

ROLAND 700 Evolution *Speed*

NUEVA Aplicaciones de alto volumen, 20.000 hojas por hora.

ROLAND 700 Evolution *Lite*

NUEVA La misma calidad legendaria, especificaciones de nivel básicas.

ROLAND 900 Evolution

NUEVA La muy esperada plataforma Evolution para gran formato.

evolution@manrolandsheetfed.com

manrolandsheetfed.com

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

Una compañía del Holding Langley plc.

manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®



ENTREVISTA A LIBRA ARTES GRÁFICAS

PRESENTAMOS A HÉCTOR SANZ, CEO DE LIBRA ARTES GRÁFICAS S.A. UNA EMPRESA EN CONSTANTE EVOLUCIÓN, COMPROMETIDA CON EL PRODUCTO ECOLÓGICO DE CALIDAD Y LA REDUCCIÓN DEL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL



Héctor Sanz, CEO de
Libra Artes Gráficas

¿Cuál fue el origen de Libra Artes Gráficas?

Mucho ha llovido ya desde aquel 1983... Mi padre, Manuel Sanz, había estado toda la vida dedicándose a las artes gráficas, primero como maquinista y más tarde en la parte

comercial. Pero llegó un momento en que decidió crear Libra Artes Gráficas, nacido desde su concepto para basarse en un servicio y calidad impecables.

¿Cuáles son las claves para que la empresa siga siendo un proyecto viable y competitivo?

La principal, escuchar a los clientes, y con ello, tomar las decisiones necesarias con la previsión idónea para seguir siendo un colaborador idóneo. Algunos cambios serán más fáciles, y otros más tediosos y complejos (aún recordamos cuando eliminamos nuestra sección de impresión de tinta grasa convencional para evolucionar a la impresión UV), pero lo importante es estar en constante metamorfosis.

Quedarse quieto es ir hacia atrás: hemos de movernos para seguir estando en forma.

¿Qué os diferencia en el mercado del packaging en España?

Sin duda alguna la agilidad y vocación de servicio excelente: nuestro tipo de trabajo nos permite que sea habitual recibir un arte final hoy y entregar los estuches terminados en plazos inferiores a una semana, sin perder de vista ni un ápice la calidad ni los acabados.

Si le unimos la parte de asesoría de diseño estructural, elección de materiales, impresión y acabados, Libra representa un partner totalmente implicado, dirigido fundamentalmente a cosmética, farmacia, higiene y otros clientes que necesitan alto valor añadido y una respuesta rápida.

¿Cómo afrontáis el desafío de la digitalización del sector?

Más que afrontar un desafío es aprovechar

la oportunidad que nos brindan los medios actuales: mejor comunicación con todos los miembros implicados (desde clientes a proveedores). Y eso se traduce en una mayor capacidad productiva y minimización de errores.

Este mundo se mueve ya muy rápido y nos tienen que acompañar los vehículos y las formas de producción.

Pero todo se ha magnificado después de la llegada forzosa del teletrabajo: Todos estamos conectados constantemente y el servicio personalizado e inmediato se vuelve obligado. La digitalización completa de todos los procesos posibles nos ayuda en esa labor.

¿Cómo dibujarías el futuro empresarial más cercano? ¿Es prometedor el futuro del packaging?

Personalmente veo las artes gráficas como un conjunto de submercados que, a su vez, se dividen en varios modelos. Uno de esos sub-



Numerosos modelos de diseño estructural realizados por Libra Artes Gráficas.





De izquierda a derecha: Agustín Torres (Comercial), Héctor Sanz (Gerencia) y Ángel González (Producción).

mercados (totalmente distinto a la impresión convencional) es el packaging: pero es que dentro de él encontramos la parte de embalaje primario (en contacto con el producto), secundario (estuche creativo y con comunicación habitualmente) y terciario (más para protección externa).

La venta por internet ha multiplicado el embalaje terciario y su consumo ha crecido exponencialmente. Los grandes fabricantes se “comen esa tostada”, principalmente por capacidad y por precio.

Es en el embalaje secundario, donde intentamos desarrollar nuestra actividad, creando y produciendo packaging, en tiempo y calidad excelentes.

Cada empresa deberá encontrar su sitio pero siempre dirigida a una especialización, ya sea

de producto o de precio. Por eso, veo un panorama con empresas pequeñas o muy grandes, que se basen en agilidad y servicio o, por el contrario, busquen capacidad y precio.

Tendencias en la Comunicación Gráfica

Quizá lo que más se nos está demandando a día de hoy es la producción sostenible y la utilización de elementos reciclados y sin plásticos. Prima el concepto ecológico sobre la calidad percibida y la comunicación llamativa.

Y esto ha llegado para quedarse. Gran parte de nuestros esfuerzos van dirigidos hacia la búsqueda de materiales más ecológicos y la reducción del impacto medioambiental. Ya no es una moda: es una filosofía de trabajo, una premisa y una orden que baja en cascada desde nuestros clientes. Ya es un honor colaborar con esas tareas e integrarnos como parte de nuestros clientes en sus esfuerzos.



Departamento de
diseño estructural y
preimpresión.

Además, la gestión de cadena de custodia ya es un must. Casi el 100% de nuestros trabajos están certificados y es un orgullo potenciarlo cada vez más.

¿Qué buscáis en vuestro equipo de trabajo?

Quizá uno de los mayores capitales de Libra es el humano: un equipo de trabajo implicado y con ganas de hacer las cosas bien, en todos y cada uno de los puestos de trabajo. Un grupo perfectamente engranado y bien comunicado, manteniendo comunicación plena entre todos los miembros.

¿Qué buscamos cuando alguien entra a Libra? Que encuentre su sitio en el engranaje y se mueva como un todo. Así, conseguiremos trabajar del mejor modo posible, más eficiente y, por qué no decirlo, más cómodo y feliz. Tenemos el orgullo de saber que nuestro equipo permanece con nosotros año tras año, con una rotación casi inexistente, y sobre todo, manteniendo la misma ilusión de hacer las cosas bien e intentando aprender algo nuevo constantemente.

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

Fundamentalmente información y una mano amiga a la hora de trabajar: Nuestro trabajo es producir; neobis nos hace la vida un poquito más fácil con su gestión.

¿Qué te relaja tras un frenético día de trabajo?

Sin duda sonará a tópico, pero jugar con mi hija o hablar de cómo nos ha ido el día, es lo que me hace tener más fuerza y más ganas en cada momento.

Un lugar donde perderte

Mi lugar favorito para escaparme unos días es con total seguridad Formentera. Pero, siempre la compañía y todo ese equipaje que llevamos en el coco son los que te hacen perderte lleno de emociones e ilusión.

Un lugar y una fecha

Verano de 2006: Recuerdo siempre con una sonrisa todos y cada uno de los momentos junto a mi padre, Manuel Sanz, cuando hicimos los grandes cambios de Libra, desde una pequeña nave cerca de la Plaza Castilla, hasta las instalaciones actuales de Torrejón de Ardoz.

Risas, cabreos, disgustos y muchísimo trabajo y nervios, pero algo muy bonito de recordar.

Una cita

"Para quedarte donde estás tienes que correr lo más rápido que puedas. Si quieres ir a otro sitio, deberás correr, por lo menos, dos veces más rápido". La Reina Roja en A través del espejo y lo que Alicia encontró allí (Lewis Carroll, 1871).





DESCUBRIENDO EL SECTOR

NEOBIS PRESS 167



NUEVA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD DEL PAPEL: LA APUESTA SECTORIAL POR LA BICIRCULARIDAD DESCARBONIZADA

DESCARBONIZACIÓN DEL PROCESO POTENCIANDO BIOMASA Y BIOGÁS COMO COMBUSTIBLE, ECOGENERACIÓN CON HIDRÓGENO VERDE E INTEGRACIÓN DE INSTALACIONES DE GENERACIÓN DE ELECTRICIDAD RENOVABLES

La Memoria de Sostenibilidad del Papel que publica ASPAPEL —**en palabras de la presidenta de la asociación, Elisabet Alier**— “refleja el compromiso del sector papelero con la economía circular y la descarbonización, un camino jalonado de logros y oportunidades como el uso de materia prima local, renovable y neutra en carbono; las muy altas tasas de reciclaje, o el haber logrado desacoplar las emisiones de carbono del crecimiento de la producción, así como el crecien-

te proceso de sustitución de materiales que protagoniza el papel como alternativa a productos no renovables y no biodegradables”.

En su sexta edición trienal, **la Memoria de Sostenibilidad del Papel se estructura en torno a los cuatro ejes de actuación estratégicos** del sector: gestión forestal sostenible, proceso productivo eficiente y responsable, generación de riqueza y contribución a la calidad de



vida y liderazgo en recuperación y reciclaje. En esta nueva edición se ha ampliado el foco, con la colaboración de organizaciones y empresas de los distintos eslabones de la cadena de valor, para recoger las principales tendencias de sostenibilidad en sus respectivos ámbitos.

DESCARBONIZACIÓN

La biomasa supone el 34% del total de combustibles empleados por el sector.

La biomasa que se genera en la fabricación de la celulosa y el papel (cortezas, lignina, restos de fibras no aptos ya para el reciclaje...) se utiliza de manera creciente como combustible en las propias plantas. El sector papelero es hoy el mayor productor y consumidor industrial de biomasa en nuestro país. Actualmente la biomasa supone el 34% del total de combustibles empleados.

El gas natural (64% del total) es el combustible fundamental en las cogeneraciones del sector en estos momentos y también se utiliza en calderas auxiliares para generación de calor.

Potencia instalada de 876 MW de cogeneración.

La industria de la celulosa y el papel es electrointensiva y calorintensiva: necesita electricidad para mover la maquinaria y calor para secar la celulosa y el papel. El sector produce la mayor parte de la energía térmica y eléctrica que necesita en plantas de cogeneración situadas al lado de sus fábricas, con una potencia instalada de 876 MW.

La cogeneración produce a la vez electricidad y calor útil en forma de vapor, optimizando el uso de combustible, de manera que ahorra energía primaria (un ahorro superior al 10%) y reduce las emisiones.

En esta década, la cogeneración con hidrógeno podría ser una realidad

A lo largo de esta década, la cogeneración con hidrógeno podría ser una realidad. Se está avanzando en el desarrollo de motores y turbinas aptos para el consumo de hidrógeno, de

modo que el futuro de la ecogeneración estará principalmente condicionado al desarrollo de la generación de hidrógeno verde y la adaptación de las redes de transporte y distribución de gas natural ahora existentes.

En el plan de inversiones estratégicas para los próximos tres años de la industria papelera española, presentado recientemente como propuesta de Proyecto Tractor de Competitividad y Sostenibilidad Industrial, dentro del marco del Plan Nacional de Recuperación y Resiliencia, incluye proyectos encaminados a la sustitución del gas y los combustibles fósiles por combustibles renovables e hidrógeno verde en las cogeneraciones (ecogeneración), la incorporación de biogás e hidrógeno verde como combustibles con impacto neto nulo para cubrir la demanda de energía térmica en la producción de celulosa y papel y la integración de instalaciones de generación de electricidad a partir de fuentes renovables (fotovoltaica, biomasa, residuos renovables, etc.).

Las emisiones de CO₂ se han reducido un 25% con respecto a 2011 y las de SO_x y NO_x en un 86% y un 52%.

Las medidas de eficiencia energética, el uso de biomasa como combustible (neutra en emisiones de carbono, de acuerdo al criterio establecido en la Directiva de comercio GEI) y la cogeneración son actualmente los tres pilares de la estrategia del sector en España en cuanto a reducción de emisiones.

Las emisiones totales de CO₂ se han reducido un 25% con respecto a 2011 y las de SO_x y NO_x en un 86% y un 52% respectivamente.

Las fábricas españolas del sector forman parte del ETS (sistema de comercio de emisiones) de la Unión Europea. Por lo tanto sus emisiones han de cubrirse con créditos de carbono recibidos por asignación gratuita o comprados. El actual esquema resulta desincentivador para una tecnología de eficiencia energética fundamental en el sector como la cogeneración, ya que no se le asignan derechos de emisión

a la parte correspondiente a la generación de energía eléctrica.

LA BICIRCULARIDAD DEL PAPEL

La bicircularidad papelera aúna la circularidad natural que se deriva del carácter renovable de la materia prima, la madera para papel cultivada en plantaciones locales, con la circularidad social del reciclaje masivo de los productos papeleros.

Madera procedente de plantaciones locales en un 97%.

Para la producción de celulosa para papel se utilizan en España 5,3 millones de m³ de madera. El 97% de esta madera procede de plantaciones locales de pinos y eucaliptos y el 3% restante de plantaciones de otros países de la Unión Europea.

El 62% del papel puesto en el mercado está certificado FSC y/o PEFC.

Se trata además en un alto y creciente porcentaje de madera con certificación de gestión forestal sostenible (FSC y/o PEFC): la madera certificada consumida por el sector asciende al 61%. La totalidad del abastecimiento de madera del sector está controlado, al proceder únicamente de la Unión Europea.

Están certificados el 100% de las fábricas de celulosa y de los proveedores de celulosa, el 92% de los proveedores de

madera del sector y el 62% de las fábricas de papel. Y por lo que se refiere a los productos, el 60% de la celulosa consumida por el sector y el 62% del papel puesto en el mercado están certificados.

47 millones de toneladas de CO₂ equivalente fijadas en las plantaciones de madera usadas para papel.

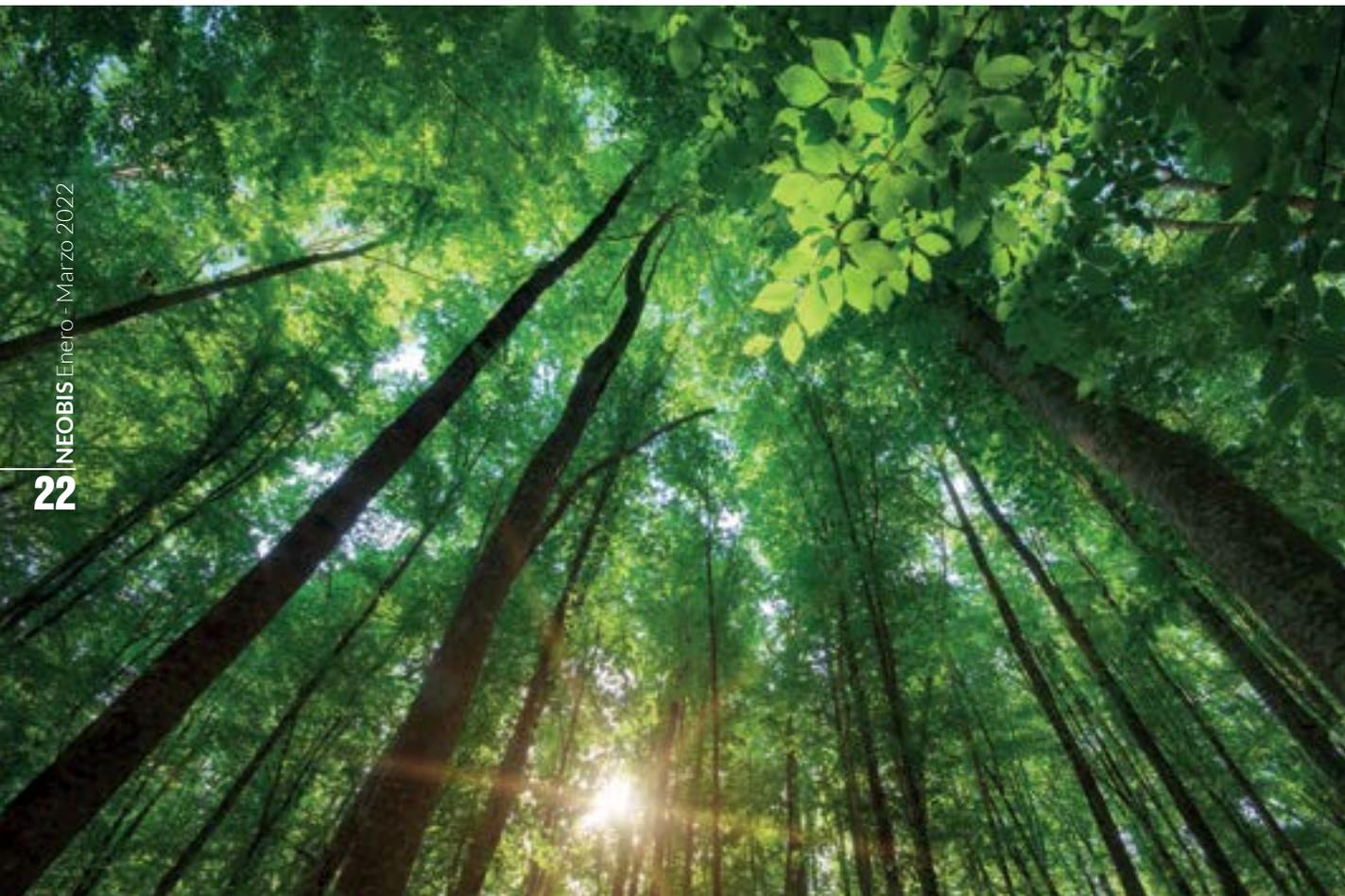
Las 480.122 hectáreas de plantaciones de madera que se utilizan para papel en España son grandes sumideros de CO₂ que, con 47 millones de toneladas de CO₂ equivalente fijadas, contribuyen a mitigar el cambio climático.

Plantaciones de madera para papel: más de 21.000 empleos que fijan población en la España vacía.

Ante el creciente despoblamiento y envejecimiento del mundo rural, las plantaciones locales de madera para papel son un motor de creación de empleo y riqueza.

Por lo que se refiere al empleo, las 480.122 hectáreas de plantaciones de madera usadas para papel proporcionan 5.083 empleos directos en tareas de repoblación y silvicultura y 15.935 empleos indirectos en maquinaria, transporte, talleres... Más de 21.000 empleos que fijan población en la España vacía.





Y en cuanto a la creación de riqueza, hay que destacar la importante contribución de estas plantaciones a las rentas de los pequeños propietarios forestales y de los municipios y a las arcas públicas por los impuestos asociados.

Reciclamos el 78% del papel que consumimos.

Las fábricas papeleras españolas reciclan anualmente 5,1 millones de toneladas de papel usado. La tasa de reciclaje (papel que recicla como materia prima en las fábricas papeleras sobre el consumo total de papel y cartón) se sitúa en el 78%.

Segundos mayores recicladores de papel y cartón en la UE tras Alemania.

El modelo español de recogida selectiva municipal monomaterial, basado en el contenedor azul y reforzado con recogidas complemen-

tarias sistematizadas en pequeño comercio, colegios, oficinas... es un modelo de éxito y un referente en Europa. Esto es posible gracias a la concurrencia de tres factores: un sistema de recogida altamente eficiente, con la implicación de los ayuntamientos y la colaboración masiva de la ciudadanía, un importante sector de la recuperación y una industria papelera con una gran capacidad recicladora (la segunda más recicladora de Europa tras Alemania) que garantiza el reciclaje de todo el papel recogido en España conforme a los estándares europeos de calidad.

El 71% del papel que reciclan las papeleras españolas se recoge localmente y el resto procede de Francia y Portugal.

Un signo distintivo del sector papelero español es el uso de materias primas locales. Por lo que refiere al papel para reciclar, el 71% del

FASSON®



Con la gama de productos **FASSON®** ponemos a tu disposición una amplia gama de materiales Premium y de especialidades que cubren el extenso abanico de aplicaciones en los diferentes segmentos de uso del autoadhesivo. Además, con su reconocido y patentado sistema de corte en diagonal **Crack-Back® Plus**, los productos **FASSON®** facilitan la retirada del soporte, la aplicación de la etiqueta y generan una exclusiva diferenciación al no existir en el mercado una solución parecida. Y ahora, distribuidos por **Torraspapel Distribución**.

<https://fassonsheets.lecta.com>

www.torrasdistribucion.com

 **LECTA**
DISTRIBUTION
GROUP

 **TORRASPAPEL**
DISTRIBUCIÓN

PROCESO PRODUCTIVO EFICIENTE Y RESPONSABLE

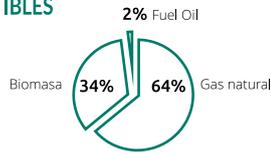
Descarbonización industrial para la neutralidad climática

SISTEMAS DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL (ISO O EMAS)

97%
de la producción



MIX DE COMBUSTIBLES

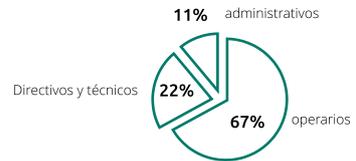


COGENERACIÓN 876 MW

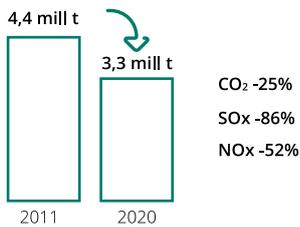
de potencia instalada

EMPLEO

16.637 empleos directos
90% contratos indefinidos



EMISIONES 2011-2020

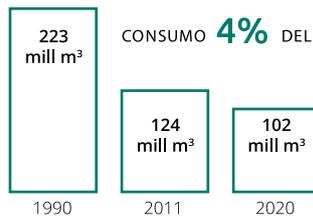


PROYECTOS DESCARBONIZACIÓN

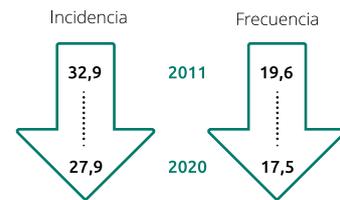
- **Ecogeneración** (combustibles renovables e hidrógeno verde)
- **Biogás e hidrógeno verde** para energía térmica
- **Integración de renovables** (fotovoltaica, biomasa, residuos renovables, etc.).

USO TOTAL DE AGUA

CONSUMO **4%** DEL TOTAL



ACCIDENTALIDAD



RESIDUOS DEL PROCESO

78%
VALORIZACIÓN

PRINCIPALES DESTINOS:



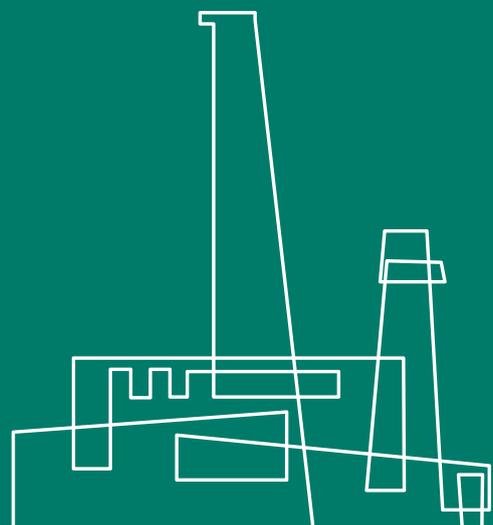
papel usado que reciclan las fábricas papele-
ras ubicadas en España se recoge en nuestro
país y el resto procede de Francia y Portugal
fundamentalmente.

En España recogemos para su reciclaje 4,4
millones de toneladas de papel y cartón. Este
volumen de recogida equivale a 44 grandes
estadios de fútbol llenos hasta arriba de pa-
pel y cartón.

Empleo cualificado y en crecimiento.

El empleo directo en el sector en 2020 se
mantiene con respecto al año anterior en

16.637 empleados directos. Desde 2017, el
empleo se ha incrementado en un 2,2%. Se
trata de empleo cualificado y estable con un
90% de contratos indefinidos.





LOS LOCOS AÑOS 20 TARDAN MUCHO EN LLEGAR!

AUTOR: Paulo Dourado, Director de Comunicación de APIGRAF. paulo.dourado@apigraf.pt

A finales de enero, los distintos países europeos comenzaron a anunciar el fin de la pandemia, levantando las restricciones a la circulación de personas y flexibilizando las normas de confinamiento. Después de dos años de grandes dificultades, con graves consecuencias para las familias y las empresas, parecía que, finalmente, llegarían tiempos de prosperidad. Ahora, sin embargo, **Europa se enfrenta al final del mayor período de paz de la era moderna, debido a una demencial invasión de un estado europeo soberano por otro.**

Inmediatamente, la Europa civilizada ha reaccionado con sanciones económicas, que a medio plazo no se limitarán a impactar en la salud financiera del infractor, sino también (y quizás en mayor medida) en la de otros países, con una onda expansiva que cruzará los continentes.

Si estás leyendo estas líneas es porque la locura de los hombres de poder aún no los ha llevado a destruir el mundo con el uso de las armas nucleares. Es sorprendentemente

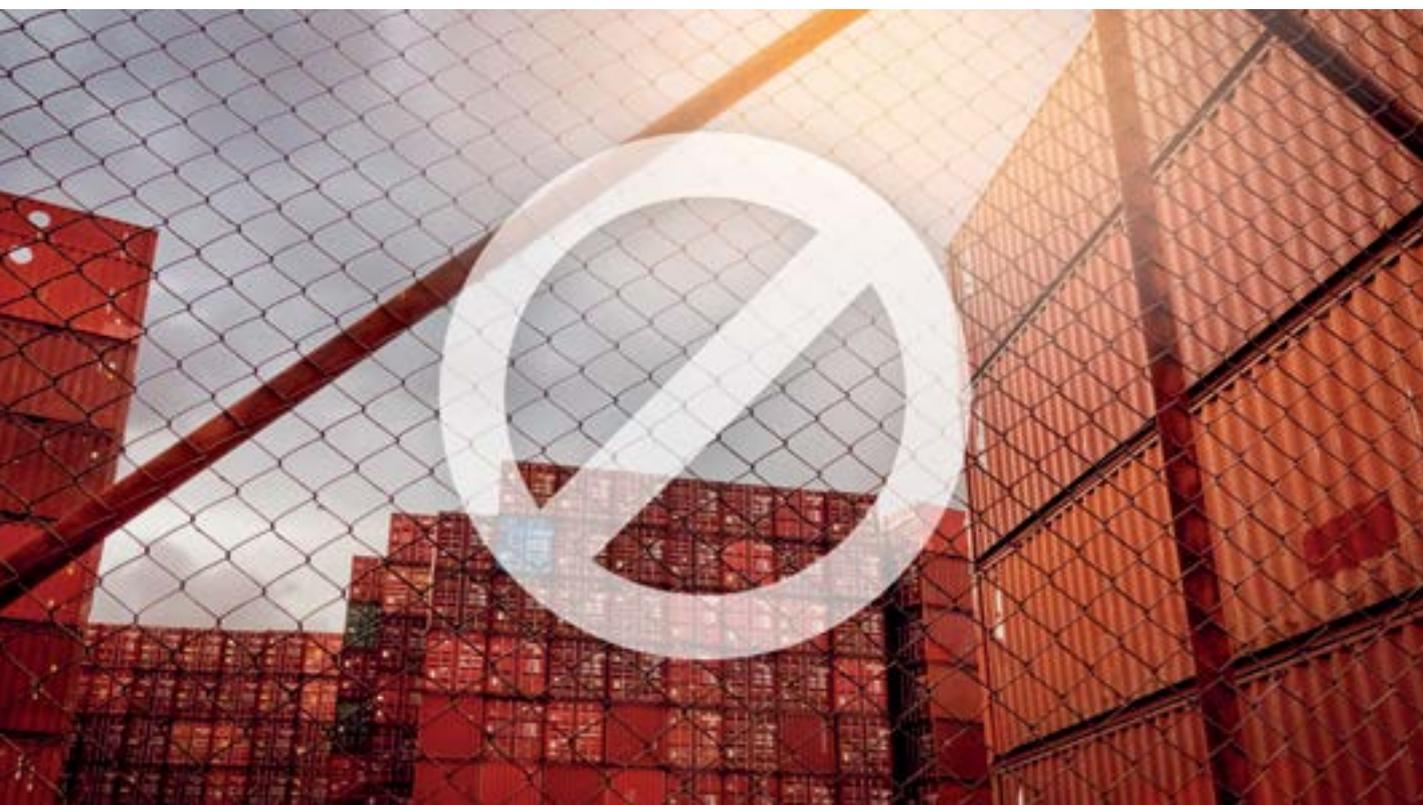
sencillo ver que muchos dependen de unos pocos. Así pues, los "locos" años veinte nunca volverán. Se suponía que el famoso período de prosperidad que siguió a la Gran Guerra (y terminó en tragedia, con la gran depresión de 1929) se repetiría un siglo después. En 2019, se pronosticaba prosperidad, con un crecimiento constante del comercio mundial de personas y bienes, beneficiando a países como Portugal, gracias a la industria del turismo. La gente circulaba segura y con cierta libertad y salíamos de un período sumamente difícil, con la intervención de la famosa "Troika", que nos impuso grandes restricciones, para que las cuentas públicas estuvieran equilibradas. Y, de hecho, esas restricciones se quedaron, teniendo Portugal superávit, por primera vez en la historia de la democracia (desde la revolución de abril de 1974), es decir, el Estado generó más ingresos que gastos, de forma sencilla. Entrábamos así, en la década de 1920 con optimismo, hasta que tres meses después nos enfrentamos a una Pandemia devastadora.

Las consecuencias siguen siendo nefastas, como sabemos, con aumentos constantes de los precios de las materias primas, del transporte y de los factores auxiliares de la pro-

ducción, como la energía. Frente a esto, las empresas saben qué hay que hacer: imputar el incremento del precio de los factores de producción al producto final; apostar por los productos que tienen mayor demanda en el mercado, en detrimento de los que se van reemplazando paulatinamente; diversificar a través de la creatividad, la especialización, etc. La fórmula se utiliza y se conoce.

Sin embargo, ahora, la guerra vuelve a Europa, poniendo a prueba el aguante de los más resistentes. La "industria de las industrias", la que trabaja para todas las demás, naturalmente sufrirá el mismo impacto que el resto. **Todos se verán afectados negativamente, a excepción de la industria armamentística.** Pero las guerras siempre traen períodos de recuperación cuando terminan: habrá que reconstruir, planificar, reordenar. Somos conscientes de una cosa: **solo dependemos de nosotros mismos, en cada familia, en cada empresa, para afrontar estos tiempos convulsos.** Europa no será la misma, ni el mundo tampoco.

Posponemos un poco más la famosa prosperidad que nos venden por décadas. ¿Serán los 30 los "locos" años 20 de este siglo?



COMUNICARTE

2022

XXV Jornadas de arte, comunicación y nuevas tecnologías
25 - 27 de Enero

IES Puerta Bonita
Centro para la formación audiovisual y gráfica

EL IES PUERTA BONITA CELEBRÓ DEL 25 AL 27 DE ENERO LAS XXV JORNADAS DE ARTE, COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS COMUNICARTE

EN ESTA EDICIÓN, DEBIDO AL COVID Y PARA MANTENER LA DISTANCIA DE SEGURIDAD, SE HA ORGANIZADO POR PERFILES PROFESIONALES Y LIMITANDO LA ASISTENCIA DE FORMA PRESENCIAL DE LOS ALUMNOS DEL CENTRO

El día 25 se llevó a cabo el Foro tecnológico de artes gráficas y de emprendimiento en el que pudimos contar con 22 ponencias de profesionales del sector, 11 de las cuales fueron de antiguos alumnos. Pudimos escuchar y ver: experiencias creativas, cómo buscarse la vida de Freelance, cuántas cosas se pueden hacer en serigrafía, qué es la impresión enriquecida, cómo hacer una buena edición de un libro o revista, de rotulación y montaje, cómo ha cambiado la industria gráfica a través de la transformación digital, de las nuevas oportunidades de negocio, de la impresión gota a

gota y del tamaño de la misma, de la realidad aumentada, de la relación entre el arte final y la producción, del ecodiseño, de que la innovación debe convertirse en hábito de empresa, de la optimización de costes de producción, del universo de la impresión aditiva y del diseño de packaging. Todo un contenido muy variado para enriquecer a los futuros profesionales del sector.

Las conferencias se retransmitieron a través de distintos canales en función del espacio donde se realizaban. Así:



Conferencia sobre
"Impresión enriquecida: impactar, no solo imprimir" por Julián Heranz, de Ricoh España.



- Salón de actos (Diseño y edición de publicaciones impresas y multimedia): Canal Educamadrid.
- Aula Blanca (Preimpresión digital y Diseño y gestión de la producción gráfica): Canal Youtube.
- Sala de conferencias (Impresión gráfica): Canal Twitch.
- empresas Rivadeneyra y Creapress.
- Alumnos de Preimpresión digital: visitaron las empresas Ricoh y Roland DG.
- Alumnos de Impresión gráfica: visitaron las empresas Panorama y Sericum.
- Alumnos de Diseño y gestión de la producción gráfica: visitaron la empresa Aries Grupo de Comunicación.

El día 26 se dedicó a visitar empresas para que los alumnos contemplaran sus instalaciones, el flujo de trabajo, los procesos, equipos, maquinaria, etc.

- Alumnos de Diseño y edición de publicaciones impresas y multimedia: visitaron las

La satisfacción que nos produce llevar a cabo esta edición es enorme puesto que es la número 25 y nos mantenemos con la misma ilusión que cuando comenzamos. Todo esto es posible gracias al esfuerzo de todos y, sobre todo, a la colaboración de las empresas.



Visita de los alumnos de Diseño y gestión de la producción gráfica a la empresa Aries Grupo de Comunicación.



Hispack 2022

PACKAGING, PROCESS
& LOGISTICS

24 - 27 DE MAYO DE 2022
RECINTO GRAN VIA - BARCELONA



Fira Barcelona

www.hispack.com

#hispack    

LA NUEVA FUERZA DEL PACKAGING



Packaging
Machinery
& Process



Brand
Packaging



Industrial
Packaging



Labelling
& Bottling



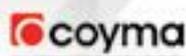
Logistics,
Automation
& Robotics

Volvamos a encontrarnos

 asociación
graph, pack & retail

Global Partners:

 ATLANTA

 coyma

 DS
Smith

 EARFLAP

 Grupo Petit

 MARCHESINI
GROUP



Francisco Pérez,
director de Palmart
Software.



CONTROL DE COSTES Y DESVIACIONES EN LA PRODUCCIÓN DE GRAN FORMATO

La rapidez exigida para producir los pedidos de gran formato, junto con las dificultades propias de este tipo de producto (combinación de tamaños, materiales, cantidades, acabados, cambios de criterios de última hora, etc.), obligan a las empresas a establecer procedimientos complejos adaptados a esa peculiaridad.

Los fabricantes de soluciones informáticas orientadas a la gestión de costes y el control de la producción, debemos incorporar herramientas y funcionalidad capaz de adaptarse a esas circunstancias, y sobre todo disponer de flexibilidad suficiente para incorporar esos procedimientos.

No se trata solamente de disponer de funcionalidad estandarizada capaz de crear múltiples y diferentes artículos de distinta naturaleza, ni de tener una potente herramienta para configurar infinitas operaciones de producción. Nuestra experiencia en este sector nos indica con claridad que lo importante es dotar al sistema de la flexibilidad suficiente para adaptarse a la forma de hacer de la empresa usuaria.

La propuesta se asienta en cuatro pilares:

- La facilidad para generar familias de artículos de todo tipo, con escandallos de fabricación asociados, incluso con tarifas de PVP.
- La versatilidad y facilidad de uso del configurador de operaciones de producción.
- La capacidad para implementar circuitos y procedimientos adaptados a las necesidades del usuario.
- Fácil conectividad con terceros sistemas de apoyo (e-commerce, flujo de trabajo, intranets de clientes, aplicaciones de proveedores).

Los objetivos que buscan alcanzar las empresas de impresión digital gran formato cuando incorporan un sistema de gestión, oscilan entre la homologación de los criterios de cálculo de costes y tiempos de producción, el control de las colas de máquinas, agilizar la información interna, la reducción de costosos errores y el aumento de la productividad. En Palmart hemos desarrollado una solución para alcanzar estos objetivos, con un concepto modular que permite escalar el alcance funcional de la solución a las necesidades y expectativas de cada proyecto.

Por último, es importante señalar que este año 2022, que está marcado por el impulso a la digitalización, es un momento óptimo para que cada compañía dedique recursos complementarios y proyectos de mejora para aumentar su capacidad, productividad y rentabilidad de su negocio.



C!PRINT MADRID ANUNCIA TODAS LAS NOVEDADES DE SU 7^a EDICIÓN



Los próximos 26, 27 y 28 de abril C!Print Madrid reunirá a los profesionales que deseen ver las novedades en tecnología, materiales y soluciones desarrolladas para la industria gráfica, y el objeto y textil promocional. Tras más de dos años, por fin se producirá el reencuentro entre visitantes y proveedores, y será un momento decisivo de repunte en la actividad del sector.

Esta séptima edición del salón reflejará los cambios y las nuevas tendencias que durante estos meses se han acelerado, entre ellas, la sostenibilidad en el sector de la impresión, desde la tecnología y los procesos, hasta los materiales; la explosión de la personalización en pequeño formato, los nuevos lenguajes visuales del retail, la decoración y customización de espacios, la impresión textil, o la digitalización.

REACTIVAR EL CRECIMIENTO DEL SECTOR

Más de 120 expositores presentarán sus

nuevos avances tecnológicos en técnicas de impresión, personalización y materiales. Estas soluciones innovadoras dirigidas a impresores, expertos en comunicación visual, marcaje, y para aplicación en todo tipo de industrias, supondrán mejoras en la producción y en la competitividad de las empresas, generando un impacto positivo en la actividad económica de todo tipo de sectores.

Fabricantes como HP, Epson, Roland DG, Mimaki, Decal, Fujifilm, swissQprint, 3Print-Kornit, Kongsberg cuyas innovaciones encabezan la evolución tecnológica del sector presentarán sus más recientes soluciones. Además, distribuidores como EMG, Brigal, Endutex, Framun, VZZ Comunicación Visual, Sign-Tronic, Digidelta, Dugopa, Grupo Legon, Standkolor, Tu Dirás, Grupo Woon, o fabricantes como Trotec Laser, Imprimo, Ouplan, Rotutech, ST Control, Yotta Iberia, Wolfcut, Widnovations mostrarán en sus stands su maquinaria para que los visitantes puedan ver en directo su funcionamiento y comprobar sus prestaciones in situ.

La experiencia de la **personalización en pequeño formato de objetos y textiles** se expande, afianza y sofisticada, y en C!Print estará



representada con expositores como Grupo FB, Sublimet, J.Pujol, Tajima DST, Cromat Ibérica, Ezedichi, Ducaro, Grupo Universal, Norilab, Happy Japan, Cabolisan, Grupo SDT, Melco, Print Solution, STI Cards, Hatapress, Saati, Innoprinter, KOR, Modico Graphics, Polyprint, Colop, B2Dev o SIP Cards. Y también profesionales de los productos publicitarios y marcaje como Ziraketan, Comuvarte, Sogift, PuntoQPack, Visualtextil, Kalkos, Nurimar, Badge4U, Hisarnox, Happy Factory, ID Gamax o EME publicidad, entre otros.

La **rotulación luminosa** contará con empresas como A1 Publicidad, APIL, Sign24H, Automatic Letter Bender, Display Light, Letra corpórea, XPrinta o Mondial Power LED para responder a las demandas de los visitantes interesados. Otros expertos en señalética y materiales como Adivin Banderas, Adsystem,

Bansodi, Dlimit, Ideal Truss, Imazu, Ind Lda, Spandex, Grafiptyp, Thyssenkrupp Plastics Ibérica, 3M, Arpón, Flexico, Inapa, Polimer Tecnic, Plastgrommet. Y profesionales del web-to-print como Truyol Digital, Imprenta2, Exaprint, Onlineprinters, Realisaprint.es, Helloprint Connect, Clickprinting.

Los profesionales de la **impresión 3D, y el software y soluciones de gestión de procesos** que estarán presentes en el salón son Abax Innovation Technologies y STM Develop, Eikonsys, Wikku y PhotoCenter 3D. Además, este año el salón contará con dos escuelas de rotulación, Alta Wrapping Academy y Real Trainink/3M. En la web de C!Print puede consultar toda la información actualizada.

Las asociaciones con presencia física en C!Print Madrid son Fespa España, Aseigraf,



Aserluz, Neobis y AFPE. Además, los medios especializados AP Digitales, Alabrent, Industria Gráfica-Prosign, Interempresas, El Publicista y Sector Rotulación también estarán en abril en el salón.

UN SALÓN AGLUTINADOR DE TENDENCIAS

Como observador privilegiado de la realidad y movimientos del sector en la península ibérica, el salón, fiel a su espíritu didáctico y dinamizador, presenta diferentes espacios que ofrecen al visitante la posibilidad de entender y asimilar en un solo lugar un poliedro de tendencias, nuevas aplicaciones y técnicas.

Técnicas de personalización en pequeño formato en directo en el taller Plug&Play: el lugar donde ver de principio a fin el proceso de personalización de un objeto o textil.

Demostraciones y talleres especializados de wrapping car

y arquitectural. El nuevo espacio C!Wrap, dirigido a los profesionales de la aplicación de vinilos, analizará versatilidad, calidad y durabilidad de los últimos materiales que han salido al mercado.

Además, el programa de conferencias, workshops y talleres donde se impartirán más de 40 sesiones en las que participarán unos 60 ponentes. Una oportunidad única de tomar el pulso al estado del sector a través de sus expertos y proponer nuevas vías de crecimiento y progreso que aúnen conceptos tan importantes como sostenibilidad, digitalización, producción bajo demanda o personalización, entre otros muchos.

ENRIQUECER LA EXPERIENCIA MULTICANAL DEL VISITANTE

Surgida como respuesta a la necesidad de reafirmar el acompañamiento digital de la comunidad C!Print. La nueva plataforma complementaria a la visita al salón, C!Print **Madrid PULSE** pone a disposición del visitante toda la información necesaria para sacar el máximo rendimiento a su visita al salón.

Toda la información del salón, sus expositores y el registro de acreditaciones, para asistir del 26 al 28 de abril al salón, está disponible en la web

www.salon-cprint.es





CANON COLABORA CON PLOCKMATIC PARA OFRECER UNA NUEVA SOLUCIÓN DE RECUBRIMIENTO LED UV DE ALTA VELOCIDAD EN LA SERIE VARIOPRINT IX

La colaboración de Canon con Plockmatic, proveedor global de soluciones de acabado para negocios de impresión, ha dado como resultado la integración perfecta, de la prensa digital de inyección de tinta y hojas sueltas de la serie varioPRINT iX con el equipo para recubrimiento del papel DigiCoater Pro 400 HD LED de Plockmatic.

Gracias a su calidad de impresión a nivel off-set, su alta productividad y su convincente rentabilidad, la serie varioPRINT iX ha de-

mostrado ser una inversión con una excelente acogida entre los impresores comerciales y online. Su integración con la DigiCoater Pro 400 HD LED amplía aún más su gran flexibilidad de aplicaciones. Actualmente, la combinación de las dos tecnologías significa que los clientes de la serie varioPRINT iX en EMEA ya no solo pueden producir aplicaciones de alta calidad con recubrimiento UV, sino que pueden hacerlo a la velocidad nominal del equipo en un único flujo de trabajo automatizado.



Los clientes de la serie varioPRINT iX ya pueden producir aplicaciones de alta calidad con recubrimiento UV.





La serie varioPRINT iX de Canon puede integrarse ahora con la DigiCoater Pro 400 HD LED de Plockmatic, un equipo para recubrimiento del papel.

Los usuarios de imprentas comerciales dotadas de la serie varioPRINT iX que deseen producir tarjetas de visita, postales, artículos fotográficos, cubiertas de libros y revistas, y aplicaciones impresas en las que el recubrimiento aporta un valor añadido, ahora pueden maximizar su productividad conectando la DigiCoater Pro 400 HD LED.

La integración elimina tanto la necesidad de intervención manual como el riesgo de que se produzca un cuello de botella en la producción, y permite a los impresores comerciales ofrecer aplicaciones con un aspecto brillante y de mayor valor, además de cumplir con plazos de entrega más cortos. Si se opta por

recurrir al barnizado en la producción de este tipo de aplicaciones, los resultados no solo son más vistosos, sino que el recubrimiento también protege a los materiales impresos frente al desgaste, el agua y la suciedad.

Gracias a la fina capa del recubrimiento —tan solo de 2 a 4 g/m² de barniz— que se necesita para completar el proceso de curado UV, la mejora de la impresión es mucho más rentable en comparación con las tecnologías tradicionales, que emplean de 15 a 30 g/m² en los procesos de barnizado. Además, dado que ambas máquinas funcionan al mismo ritmo, el material puede imprimirse y luego revestirse con la DigiCoater sin afectar al rendimiento.



to o a la velocidad del motor de la serie varioPRINT iX. Y como el producto revestido y acabado se entrega a temperatura ambiente, las hojas están listas inmediatamente para su posterior acabado, sin arrugas.

Mediante la conexión de ambos equipos a través de una interfaz SFD abierta, la comunicación bidireccional entre la serie varioPRINT iX y la DigiCoater Pro 400 HD LED de Plockmatic genera un flujo de trabajo altamente eficiente de principio a fin.

El nivel de compatibilidad y automatización que ofrece la interfaz permite que el controlador PRISMAsync del motor de impre-

sión reciba fácilmente las alertas sobre hojas sueltas mal impresas, para que la varioPRINT iX las reimprima automáticamente sin tener que volver a procesar todo el trabajo.

Hayco van Gaal, Vice President Sales and Service, Commercial Printing EMEA de Canon Europa, comenta:

"Una vez más, Canon ofrece a sus clientes la posibilidad de alcanzar mayores índices de productividad y tiempos de entrega más rápidos gracias a la automatización que permite la integración en línea. La alta calidad de impresión de la varioPRINT, unida a las capacidades de embellecimiento de la DigiCoater Pro 400 HD LED de Plockmatic, es una combinación ganadora para cualquier imprenta comercial que desee capitalizar la creciente demanda del mercado de aplicaciones impresas avanzadas. Hemos encontrado una forma de que nuestros clientes amplíen su cartera de productos y mejoren sus márgenes de beneficio, al tiempo que aumentan el impacto de las aplicaciones y reducen los costes de producción".

Al referirse a la asociación con Canon, **Johan Mikaelsson, VP Business Unit Inline and Group Technical Support del grupo Plockmatic,** afirma:

"La innovadora tecnología de la DigiCoater Pro 400 HD LED permite a las operaciones de impresión comercial mejorar el valor de sus aplicaciones impresas y reducir el coste de producción. Creemos que la unión de la DigiCoater Pro 400 HD LED con la serie varioPRINT iX de Canon es una combinación perfecta que impulsará el crecimiento del negocio, así como la satisfacción de los clientes."

Para obtener más información sobre la serie varioPRINT <https://www.canon.es/business/products/production-printers/digital-presses/varioprint-ix-series/>

Para obtener más información sobre la DigiCoater Pro 400 HD LED de Plockmatic: <https://plockmaticgroup.com/morgana/product-category/coating-machines/>



LA FERIA DE LA IMPRESIÓN DIGITAL Y LA COMUNICACIÓN VISUAL DIGICOM PRESENTA LOS PREMIOS DIGIAWARDS



Los galardones, que se entregarán durante la feria DIGICOM, premiarán los 10 mejores centros de impresión del año 2022.

DIGICOM, la feria de Impresión Digital y Comunicación Visual, que tendrá lugar los días 20, 21 y 22 de septiembre en IFEMA MADRID, ha presentado sus premios DIGIAWARDS.

Los galardones premiarán a los 10 mejores centros de impresión digital que destacan por su innovación, experiencia, creatividad, profesionalidad, investigación, desarrollo y excelencia.

El jurado de los Premios DIGIAWARDS estará compuesto por destacados profesionales del sector, que valorarán de manera imparcial y objetiva a cada finalista, apoyándose en los contenidos aportados por los aspirantes y/o sus representantes.

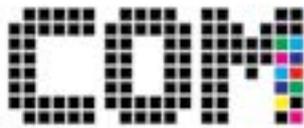
Los aspirantes podrán enviar sus candidaturas de manera gratuita hasta el próximo 5 de abril y la ceremonia de entrega de premios tendrá lugar el día 21 de septiembre a las 19 h en el recinto ferial de IFEMA.

Los galardonados recibirán un trofeo y un distintivo acreditativo para usarlo comercialmente en todas sus comunicaciones.

CATEGORÍAS ESPECIALES

Además de los premios a los mejores centros de impresión digital, los DIGIAWARDS reconocerán también el trabajo de los directivos y los mejores proyectos y campañas comerciales del año. Las candidaturas a los premios especiales serán presentadas y seleccionadas por los miembros del jurado.

- **Mejor Directivo:** Premiará a aquel profesional distinguido por su carrera, relaciones laborales y profesionales con el equipo.
- **Mejor Campaña Comercial:** Distinguirá a aquella empresa que haya creado una campaña creativa y de gran impacto a nivel comercial.
- **Mejor Stand:** Premiará a aquella empresa, presente en la feria DIGICOM, con el diseño de stand más elaborado y creativo, apostando por la sostenibilidad e innovación.
- **Mejor Proyecto de Impresión:** Distinguirá a aquel proyecto innovador, que apueste por la sostenibilidad, calidad y digitalización.
- **Mejor Empresa Eco-Sostenible:** Premiará a aquella empresa que apueste por los modelos y proyectos sostenibles de producción e impresión.
- **Mejor Distribuidor:** Premiará a aquella empresa que cuente con un catálogo más variado de proveedores, catálogo y maquinaria.
- **Premio Honorífico:** Distinguirá a aquel profesional distinguido por su carrera laboral, talento y potencial dentro del sector.

DIGI  **COM** 20-22 / SEPTIEMBRE 2022 / PABELLÓN 8

FERIA DE IMPRESIÓN DIGITAL
Y COMUNICACIÓN VISUAL



DESCUBRE TODO UN MUNDO DE POSIBILIDADES

20-22 SEPTIEMBRE

RESERVA TU ESPACIO, TE ESPERAMOS



WWW.DIGICOMEXPO.ES

HEIDELBERG SE COMPROMETE A SER CLIMÁTICAMENTE NEUTRAL PARA 2030

La tendencia global hacia la sostenibilidad abre nuevas oportunidades de crecimiento para Heidelberg.

El panel de Gobernanza Social Ambiental aún está por definir e implementar.

Impulso de la eficiencia energética: energía verde en todas las instalaciones y compensación con certificados de CO₂.

La sostenibilidad como parte integral de la estrategia corporativa.

Heidelberg está doblando sus actividades en la gestión de la sostenibilidad. Con el telón de fondo de los desafíos globales provocados por el cambio climático, y como parte de su estrategia de sostenibilidad, Heidelberg se ha comprometido a ser climáticamente neutral para 2030. Para ayudar a lograr este objetivo, la compañía ha establecido un panel de Gobernanza Social Ambiental (ESG), por la Dra. Eva Boll, que se encargará de desarrollar la estrategia y de definir, implementar y monitorizar las medidas asociadas.

➔ Heidelberg aspira a ser climáticamente neutral para 2030 y está aplicando un enfoque holístico en su gestión de la sostenibilidad.



"Heidelberg es muy consciente de sus responsabilidades respecto a los peligros que plantea el cambio climático global y afirma el objetivo de los 1,5 grados del Acuerdo de París", comenta Rainer Hundsdörfer, CEO de la compañía. "Durante muchos años, hemos estado trabajando activamente para minimizar gradualmente las emisiones nocivas y reducir el impacto ambiental y de salud de nuestras instalaciones. Ahora, estamos preparados para dar un paso más en nuestro compromiso y garantizar que nuestras plantas de producción y distribución en todo el mundo operen de manera climáticamente neutra para 2030, que es antes de lo que exige la legislación".

Para lograr este objetivo, Heidelberg ya ha definido varias medidas y ha comenzado a implementarlas. En primera instancia, la atención se ha puesto en aumentar la eficiencia energética en todas las plantas de producción y distribución y en el suministro de energía verde en dichas instalaciones. Esto por sí solo supondrá a una clara reducción de las emisiones de CO₂. A continuación, la empresa utilizará certificados de emisiones para compensar las emisiones residuales inevitables. Es un proceso largo, pero Heidelberg se ha marcado como objetivo lograr la neutralidad climática completa en todas sus instalaciones, sin necesidad de usar los certificados de emisiones, para 2040 a más tardar.

EL PANEL ESG Y SU ESTRATEGIA HOLÍSTICA DE SOSTENIBILIDAD: MÁS QUE SOLO NEUTRALIDAD CLIMÁTICA

La estrategia de sostenibilidad del ESG en Heidelberg va mucho más allá del tema de la neutralidad climática. La empresa ve la sostenibilidad como un equilibrio a largo plazo entre el medio ambiente, los negocios y la responsabilidad social, y se centra en las áreas de estrategia climática, productos respetuosos con el medio ambiente, la gestión sostenible de recursos humanos, su cumplimiento y un buen gobierno.

"Heidelberg se ha comprometido con la gestión sostenible de RR.HH. orientada a cuestiones ta-

les como el trabajo, la gestión de la demografía, la inclusión y la diversidad, la gestión de la salud y la fidelización de capital humano", explica Marcus A. Wassenberg, director financiero y director de recursos humanos de Heidelberg. "Después de todo, un número cada vez mayor de actores del mercado financiero está poniendo más énfasis en la gestión de la sostenibilidad como criterio clave para sus futuras decisiones de inversión".

Las cuestiones de derechos humanos y las consideraciones medioambientales también deben estar fijados a lo largo de toda la cadena de valor, lo cual incluye a todos los proveedores del Grupo Heidelberg.

"Heidelberg adopta una visión holística de la gestión de la sostenibilidad y tiene en cuenta todos los aspectos, desde la protección del clima y el medio ambiente con respecto a la producción y el uso de sus productos, hasta los criterios sociales", afirma la Dra. Eva Boll, directora del ESG en Heidelberg. "Durante los próximos meses seguiremos trabajando paso a paso en el catálogo de criterios y medidas previstas. A finales del año financiero en curso, crearemos una hoja de ruta con objetivos intermedios para los años venideros. El medio ambiente, la rentabilidad y la responsabilidad social irán de la mano".

LA TENDENCIA GLOBAL HACIA LA SOSTENIBILIDAD ABRE NUEVAS OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO PARA HEIDELBERG

En general, la tendencia mundial hacia la protección y la sostenibilidad del clima y el medio ambiente también está abriendo nuevas oportunidades de crecimiento para Heidelberg. Un ejemplo de ello son las actividades de la empresa en el campo de la electromovilidad. Sin ir más lejos, Heidelberg ya es líder de mercado en los sistemas de carga de pared para cargar vehículos eléctricos en Alemania, y planea expandir gradualmente su cartera en los campos de la infraestructura de carga y los hogares inteligentes, expansión que también pretende llevar a cabo internacionalmente; y es que Heidelberg tiene una amplia experiencia en



conceptos y soluciones de automatización para la producción sin carbono que también puede utilizarse en otros mercados y tecnología fuera de las artes gráficas.

“El enfoque holístico adoptado por Heidelberg en sus actividades de gestión de la sostenibilidad no es solo una expresión para hablar de nuestro sentido de responsabilidad. Gracias a las soluciones de descarbonización, una parte integral de este enfoque, se presentan nuevas oportunidades de crecimiento para la empresa en una amplia gama de sectores, incluso fuera de nuestro negocio principal”, señala Hundsdörfer.

LA SOSTENIBILIDAD LLEVA SIENDO PARTE INTEGRAL DE LA ESTRATEGIA CORPORATIVA DE HEIDELBERG DESDE HACE DÉCADAS

El tema de la sostenibilidad lleva siendo un aspecto central de la estrategia corporativa de Heidelberg desde principios de la década de los 90.

La empresa cuenta con un sistema de gestión medioambiental acreditado desde 1996 y cuenta con la certificación ISO 14001 desde 2001. Otro hito es la optimización de la eficiencia energética de la fundición de la planta de Amstetten. Heidelberg ha podido mejorar de manera demostrable la eficiencia energética en estas instalaciones en más de un 20% desde 2012. Como parte de este logro, se han mejorado y renovado los sistemas de calefacción, ventilación e iluminación, se han reemplazado los motores, y los procesos de fundición han sido optimizados. Paralelamente, se siguen implementando proyectos de eficiencia energética continuamente en otras instalaciones de la compañía. Varios talleres se han modernizado de acuerdo con las normas establecidas por el KfW (el banco de promoción de Alemania) y el cambio a la tecnología de iluminación LED también ha mejorado la eficiencia energética de forma duradera. En cuanto a la central en Wiesloch-Walldorf, la planta siempre ha tenido en cuenta la gestión sostenible de la energía. Pasos como la cons-

trucción de dos plantas de cogeneración y las medidas actuales para la reducción del metro cuadrado, con la consecuente reducción en cuanto a mantenimiento y energía que eso supone, también están teniendo un impacto beneficioso en el balance energético global. Por último, desde noviembre de 2021, Heidelberg también ha pasado a ser el primer fabricante de plegadoras del mundo en producir todas las máquinas de la planta de Ludwigsburg con emisiones neutras de CO₂.

En cuanto al portfolio, Heidelberg está desarrollando productos fiables y respetuosos con el medio ambiente para todas las etapas del ciclo de vida, es decir, en los procesos de producción, funcionamiento, eliminación y reciclaje. En comparación con 1990, Heidelberg ha reducido los requisitos de energía por hoja impresa en un 40%. En cuanto a los residuos de papel, otros tipos de residuos, consumo de energía y emisiones, la empresa ha orientado sistemáticamente sus productos hacia la sostenibilidad para que los clientes puedan fabricar sus productos impresos bajo el lema *“Piensa económicamente, imprime ecológicamente”*.

En 2012, Heidelberg se convirtió en el primer fabricante de prensas en calcular las emisiones de CO₂ asociadas con la producción de sus equipos (cradle to gate) y pueden fabricarlos sin emisiones de carbono si así lo solicita el cliente. Aparte, el programa de certificación de compensación de carbono correspondiente apoya el proyecto de reforestación “Sodo” (bajo el paraguas de la organización no gubernamental “World Vision” en Etiopía), el cual ha sido acreditado como “Gold Standard”.

Además, Heidelberg también se ha sumado a varias iniciativas de sostenibilidad, incluida la iniciativa de sostenibilidad Blue Competence de la VDMA y, más recientemente, la iniciativa de CEOs bekennen Farbe (que promueve el uso de papel reciclado), el foro 4evergreen, diseñado específicamente para el sector del embalaje, y la iniciativa Healthy Printing.

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

LIBER CELEBRA 40 AÑOS IMPULSANDO EL NEGOCIO Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL LIBRO

AUTOR: Antonio María Ávila. Director
Federación de Gremios de Editores de España

ESTE AÑO, EL SECTOR DEL LIBRO SE REENCUENTRA PRESENCIALMENTE EN BARCELONA, DEL 5 AL 7 DE OCTUBRE DE 2022, EN FIRA DE BARCELONA, PARA SEGUIR GENERANDO CONTACTOS PROFESIONALES, OPORTUNIDADES COMERCIALES Y CONOCIMIENTO COMPARTIDO

REFERENTE SECTORIAL

Liber cumple 40 años. Nació impulsado por Pancho Pérez González y Rafael Martínez Alés para mantener las relaciones comerciales de la industria editorial a ambos lados del Atlántico durante la fuerte crisis económica que golpeó Iberoamérica a inicios de los ochenta.

Aquel objetivo inicial se superó con creces y pronto Liber se consolidó como un evento de referencia para el mundo del libro. En momentos de confusión y posteriores crisis, Liber ha demostrado la fortaleza del sector. Su aportación va más allá de la esfera estrictamente

comercial. Es una excelente plataforma de ventas e internacionalización, pero también es observatorio de tendencias, termómetro de actividad y punto de encuentro de todos los ámbitos del libro.

En 2022, cumplimos **40 ediciones** como el **principal evento** profesional de la **industria del libro**. Volvemos con fuerza para proyectar la potencia del sector editorial nacional. Aglutinamos las últimas **novedades y tendencias** en los diferentes ámbitos del libro. Y somos **punto cultural y de negocios** entre la edición iberoamericana y el resto del mundo.



graphispag
2022




Fira Barcelona

24-27 MAYO
RECINTO GRAN VIA - BARCELONA

www.graphispag.com
#graphispag     



**JUNTOS PARA
DAR LA MEJOR
IMPRESIÓN**

 **asociación**
graph, pack & retail

Celebrado con
Hispack

FUJIFILM NOMBRA A MARK LAWN DIRECTOR DE LA DIVISIÓN POD SOLUTIONS EUROPE



La dilatada experiencia de Lawn en la industria de la impresión permitirá a Fujifilm dar un impulso al negocio de la impresión bajo demanda (POD), después del lanzamiento reciente de las prensas de tóner Revoria PC1120 y E1 en algunas regiones europeas.

Fujifilm se complace en anunciar el nombramiento de Mark Lawn como responsable de la división POD Solutions Europe. Lawn aporta a su nuevo puesto más de tres décadas de experiencia, en las que ha desempeñado responsabilidades en áreas de servicio, preventa, marketing y venta en destacadas empresas globales dedicadas a la impresión (la más reciente, en Canon Europe).

Desde su nuevo cargo en Fujifilm, Lawn asumirá la responsabilidad del negocio POD digital de la empresa en Europa, empezando por potenciar la cuota de mercado de las nuevas prensas Revoria en algunos países europeos (actualmente Alemania, Austria, Italia, España y Portugal).

En relación con su nuevo puesto, Lawn afirma: "Estoy muy ilusionado por incorporarme a Fujifilm y formar parte de esta nueva e increíble área de negocio. Fujifilm es una marca extraordinaria, con una larga trayectoria y solvencia en la fabricación de prensas digitales como la nueva gama Revoria. La empresa tiene ambiciosos planes de crecimiento, que se verán impulsados por el ex-

traordinario e innovador catálogo de productos con la marca Revoria. El futuro es ilusionante y nos presenta una oportunidad única de lanzar estos productos al mercado de una manera ágil y flexible siendo, al mismo tiempo, un poco disruptivos, que creo que es algo positivo tanto para el mercado como para los clientes".

Lawn añade: "Mantengo la misma pasión de siempre por la industria de la impresión. Es un sector dinámico y atractivo. Estoy impaciente por poner en marcha este proyecto".

Taro Aoki, responsable de la división Digital Press Solutions de Fujifilm Graphic Systems Europe, afirma: "En Fujifilm estamos encantados por la incorporación de Mark al equipo. Tuvimos un gran éxito en 2021 con el catálogo inkjet de Fujifilm y el lanzamiento de la Acuity Ultra R2, la Acuity Prime y la Jet Press 750S Modelo de Alta Velocidad, además de las barras de impresión Samba; por eso, estamos convencidos de que la creatividad, el profundo conocimiento y la pasión que aporta Mark nos ayudarán a seguir potenciando este éxito y a llevar el negocio digital de POD a nuevas cotas en 2022 y en los próximos años".

Lawn añade: "Estoy encantado por tener esta magnífica oportunidad profesional, y tengo muchas ganas de participar en este futuro ilusionante con Fujifilm".

NUEVA TROQUELADORA AUTOMÁTICA DE CARTÓN Y CARTÓN CONTRAENCOLADO DE GRAN FORMATO

Sistema de alimentación automático, equipo "antiestático" para pliegos plastificados, sistema de "stripping" (expulsión del recorte de cartón).

Tallador automático de cantidades a la salida del palé.
Espesor del material: de 1 a 7 milímetros.



Otros servicios:

- Plastificados y barnizados.
- Troquelado y estampación.
- Pegado de estuches y carpetas.
- Contraencolado.
- Retractilado.

Atención telefónica las 24 horas.
91 699 27 92

Entrega y recogida de mercancía.



SOLUCIONES

NEOBIS PRESS 167 **neobis**



¿CÓMO PODEMOS CAPTAR EL TALENTO EN LAS ORGANIZACIONES INDUSTRIALES?

AUTORA: Rosario Trasobares Almagro.
Consultoría Jurídico-Laboral neobis

Uno de los grandes problemas que tiene ahora mismo cualquier sector industrial es encontrar personas con la cualificación necesaria para ocupar los puestos de trabajo vacantes. Lógicamente, esta situación de carencia de profesionales es multifactorial y, como

tal, necesita de soluciones distintas y creadas de la misma manera:

Es importante hacer más atractiva la Formación Profesional, informando al alumnado tanto de la oferta formativa, como de los puestos



de trabajo a los que se puede optar a través de esta formación y de la retribución de los mismos en un futuro. Todos los años nos encontramos en los medios de comunicación noticias con las carreras más demandadas, las mejor pagadas, etc. Pero, nos olvidamos muchas veces de que hay puestos de trabajo que requieren de una Formación Profesional específica y tienen más y mejores posibilidades de empleo y de optar a retribuciones económicas mucho más interesantes que muchas carreras. Para recoger hay que sembrar y, en este caso, el trabajo empieza aquí.

Tener la capacidad de “vender” mejor los puestos de trabajo industriales, es decir, una organización ha de tener la capacidad de publicar las ofertas de empleo de tal manera que sean atractivas para poder atraer al proceso de selección a los mejores talentos para ese puesto. Por ejemplo, en estos

momentos, si consultamos cualquier portal de empleo,

todas las ofertas de trabajo hacen constar si el puesto de trabajo es presencial, en remoto o híbrido (es decir, combinando ambas), ya que es un punto muy

importante de muchos candidatos a la hora de decidir participar o no en un proceso de selección. Está claro que es imposible poder ofrecer trabajo a distancia en muchos de los puestos de tipo industrial, pero sí que podemos ofrecer otras cosas que, actualmente, se valoran tanto o más que el salario económico propiamente dicho: la conciliación de la vida personal y profesional, las opciones de carrera profesional en la propia empresa, las posibilidades de formación, etc., es decir, el salario emocional del que ya hemos hablado en otras ocasiones en estas mismas páginas.

El sector industrial, en estos momentos, está en disposición de ofrecer horarios de trabajo mucho más racionales que otros sectores como el comercio, la hostelería etc., sin mucho esfuerzo. Asimismo, es importante hacer constar que se puede ofrecer un desarrollo profesional del trabajo como realmente sí que ocurre en muchas organizaciones: personas que comienzan en puestos básicos y con el tiempo ascienden a puestos de mayor responsabilidad o, incluso, llegan a ser mandos intermedios.

Pero si todo esto no lo explicamos, no lo ofrecemos de manera atractiva, es imposible que sea conocido tanto por futuros estudiantes como por posibles candidaturas interesantes a nuestras ofertas y nuestra organización no va a ser capaz de captar y retener el talento.

CONTACTA CON NEOBIS

 912 437 400

 rtrasobares@neobis.es





26, 27 Y 28 ABRIL
2022 | MADRID

Nuevas fechas

IMAGEN, PERSONALIZACIÓN,
DIGITAL, RECLAMO
Y TEXTIL PUBLICITARIO



¡MUCHO MÁS



Vuelve el evento líder
del sector de la impresión,
la comunicación visual
y la personalización

QUE



PR-



INT!

Edición
#7

NETWORKING
DEMOSTRACIONES
WORKSHOPS
CONFERENCIAS
EVENTO HÍBRIDO

salon-cprint.es

Consigue tu acreditación gratuita
registrándote en www.salon-cprint.es
con el código P-NEOCPM22



CO x crea.

Con todas las medidas
de control sanitario
para garantizar tu
seguridad

¿HACIA EL FIN DE LOS CONTRATOS TEMPORALES?

AUTORA: Sandra Fariña. Consultoría Jurídico-Laboral neobis.

En los últimos meses hemos asistido a una avalancha informativa sobre la “Reforma Laboral”, llegando a su punto álgido el pasado 30 de diciembre de 2021, con la publicación

en el Boletín Oficial del Estado de dicho texto legal. Como siempre que se anuncian modificaciones en materia laboral, tanto empresas como personas trabajadoras, han estado (y



siguen estando) expectantes sobre el nuevo marco normativo y, sobre todo, por saber cómo va a afectar al día a día de las empresas.

Pues bien, no es ningún secreto que uno de los problemas más graves que afronta el mercado laboral español es, sin duda, la temporalidad de sus contratos. Así, al analizar las últimas cifras ofrecidas por la oficina estadística europea (Eurostat), correspondientes al tercer trimestre de 2021, veremos que nos encontramos 11,8 puntos por encima de la media europea, es decir, mientras que el porcentaje medio de personas trabajadoras temporales en los países de la Unión es de 14,3 %, en España ese porcentaje asciende hasta el 26,1 %, situándose así, prácticamente, a la cabeza de Europa en lo que a temporalidad se refiere.

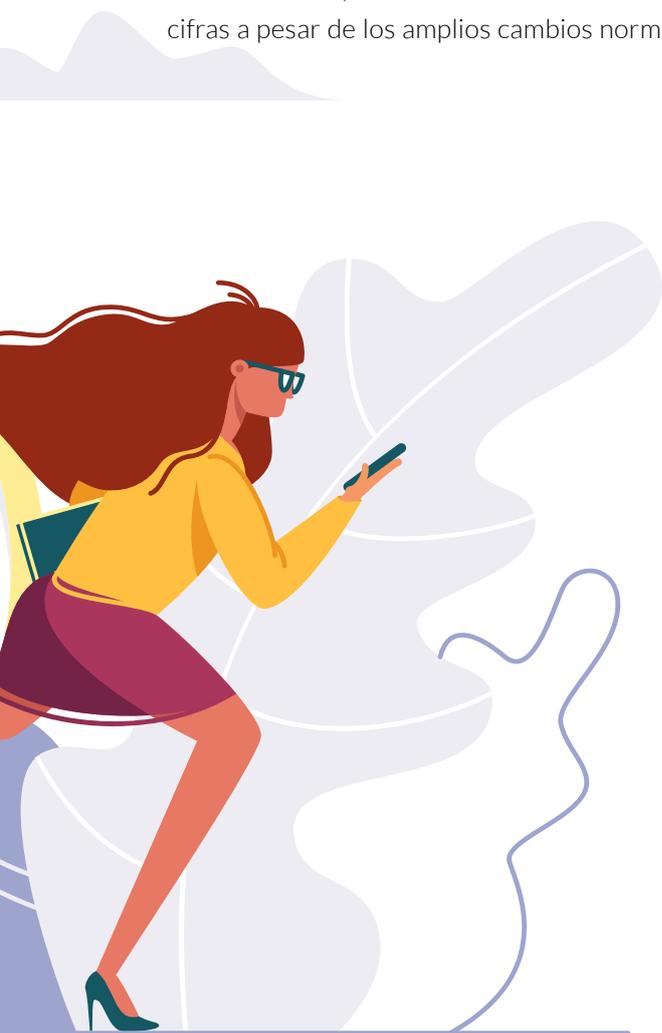
Por este motivo, no es difícil intuir las fuertes presiones europeas para que nuestro país reduzca esta tasa, la cual se mantiene en dichas cifras a pesar de los amplios cambios norma-

tivos a los que se ha visto sometida nuestra legislación laboral. En este sentido, la propia “Reforma Laboral” en su exposición de motivos, recuerda insistentemente que uno de los principales objetivos que se esconde detrás de las transformaciones que implanta la nueva norma es la de combatir la temporalidad para, de esta forma, estar más cerca de las cifras europeas.

Cabe preguntarnos, llegados a este punto, en qué perjudica y en qué beneficia la contratación temporal a las empresas. Pues bien, como es lógico la contratación temporal supone un gran alivio a la hora de poder contratar personas trabajadoras en situaciones de picos de trabajo, sin tener que invertir demasiado para hacer crecer la plantilla, permitiendo así el ahorro en costes laborales. Por otra parte, una alta temporalidad en las empresas supone cambios constantes en el equipo de trabajo que, a la larga, pueden suponer una pérdida de tiempo y dinero a la hora de buscar nuevas personas trabajadoras. Además, también afecta a la productividad de las empresas, debido a una menor inversión en formación y menor capacidad de la plantilla para adaptarse a los cambios y mejoras tecnológicas.

Por tanto, es vital conocer la realidad de nuestra empresa para saber qué tipo de contratación es la adecuada para cada momento. Así, si tenemos picos claros de trabajo que se concentran en períodos muy determinados, los contratos temporales no son una mala opción, sin embargo, cuando la contratación temporal se convierte en la regla y no en la excepción quizá cabría replantearnos si esta situación está o no beneficiando a la empresa, lo que dependerá de cada caso concreto.

Dejando a un lado el escenario general de nuestro país, si analizamos más de cerca el sector de la Comunicación Gráfica veremos que la temporalidad del sector es prácticamente residual; así en 2021 se situaba en 6,2 %, según los datos manejados por el departamento de nóminas de neobis, es decir, un porcentaje



muy alejado de las cifras nacionales. A la luz de estos datos, lo que la mayoría de empresarios y empresarias del sector se plantean es si, efectivamente, la “Reforma Laboral” les va a afectar considerablemente, o no, a la hora de plantearse una nueva contratación y cuál es la mejor modalidad según sus necesidades.

Es cierto que, en un primer vistazo, parece que los contratos temporales han sufrido un fuerte cambio y por tanto la adaptación a la nueva legislación será, cuanto menos, compleja. No obstante, nada más lejos de la realidad.

Se ha apostado por concentrar los contratos temporales que, hasta ahora, veníamos manejando, es decir, contratos de obra (que, por su propia naturaleza, abarcaban la mayor parte de la contratación temporal fraudulenta), interinidad y eventuales. A raíz de las últimas

modificaciones solo se podrá elegir entre dos grandes tipos de contratación temporal: contratos por sustitución (que no difieren notablemente de los contratos de interinidad) y contratos por circunstancias de la producción.

En el caso de los contratos por circunstancias de la producción será necesario que se especifique con precisión en el contrato la causa por la que se contrata de forma temporal, las circunstancias concretas que justifican dicha temporalidad y su conexión con la duración prevista en el contrato.

No obstante, aunque parezca lo contrario, está obligación no difiere tanto de la legislación anterior en la que también teníamos que especificar la causa de la contratación temporal y, en el caso de ser demandados, tendríamos

que explicar el resto de extremos, mientras que ahora, habrá que indicarlo en el contrato directamente y de manera más concreta.

EN ESTE TIPO DE CONTRATACIÓN PODREMOS DISTINGUIR DOS TIPOS DE MODALIDADES:

- Por un lado, **cuando el incremento de la producción sea imprevisible, así como cuando existan desajustes temporales** (incluyendo las vacaciones), **las empresas podrán realizar contrataciones por un máximo de 6 meses, o un año si así se prevé por convenio.** Para llevar a cabo contrataciones en esta modalidad, con duración anual, en nuestro sector tendremos que esperar aún a la próxima negociación del Convenio Colectivo y ver cómo transcurre la misma.
- Por otro lado, **si el incremento de la producción es previsible, se podrá contratar a un número indeterminado de personas trabajadoras durante un máximo de 90 días, siempre que no sean días continuados.** Al final de cada año, la empresa deberá informar a la representación legal de las personas trabajadoras de la previsión anual del uso de estos contratos. Por tanto, parece que en el sector gráfico este tipo de contratos no tendrán una gran acogida, debido a lo imprevisto que resultan, normalmente, los pedidos.

En conclusión, a pesar de lo alarmante que pueda parecer en un principio una reforma de este tipo en las circunstancias que atravesamos (fin de los ERTES Covid, crisis de las materias primas, etc.), si lo analizamos detenidamente veremos que no varía tanto de la legislación anterior a pesar de que, obviamente, se endurecen las posibilidades para contratar de manera temporal; en este sentido, simplemente tendremos que realizar un examen de la contratación que se realiza en nuestra empresa para valorar, según este nuevo escenario, que es lo que más nos conviene y los riesgos que estamos dispuestos a asumir.

CONTACTA CON NEOBIS

 912 437 400

 sfarina@neobis.es



VENTA DE UNIDADES PRODUCTIVAS COMO OPORTUNIDAD PARA AFRONTAR LA CRISIS

AUTOR: Carlos Granado Guijarro, C.E.O. de Estudio de Empresas, S.A.

Sin duda atravesamos un momento económico que bien podría calificarse, al menos, de difícil. Nuestras compañías reciben continuamente avisos de clientes que retrasan sus pagos, presupuestos que se rechazan o son ajustados dramáticamente a la baja, llamadas de entidades bancarias que nos exigen siempre garantías adicionales para mantener la financiación,... Y a todo ello en nada ayuda el azote de la pandemia provocada por el virus COVID-19, del cual se cumplen ya dos años.

Sobrevuela sobre las empresas la posibilidad de incurrir en insolvencia con una previsión bien de corto o bien de largo plazo, es decir, que en un momento determinado la deuda que tendrá que afrontar nuestra organización, sea superior a nuestra capacidad económica y preveamos que no podremos atender

puntualmente nuestras obligaciones de pago.

En este entorno, de nuevo, nos acercamos al Derecho Concursal, buscando un dique de contención que pueda frenar la situación y, en lo posible, nos ofrezca una solución que evite la segura disolución o liquidación de la compañía.

Y aquí nos queremos detener en la novedad que supone un concepto que, si bien ha llenado páginas y páginas de recientes publicaciones, no ha sido convenientemente explicado. Seguramente porque el legislador en nuestro país tampoco ha conseguido plasmarlo en una norma que aporte la certeza jurídica que necesitamos para su aplicación, si bien es justo decirlo, la diaria tramitación concursal deja entrever su apuesta por este tipo de soluciones.



Nos referimos al denominado **“Pre-Pack Concursal”**: un procedimiento creado a base de resoluciones jurisprudenciales que pretende la realización de determinados activos o de una unidad productiva completa de una compañía, que se encuentre en situación de dificultad, antes de que su valoración se vea lastrada por la interrupción en el cumplimiento de sus obligaciones con terceros.

Acercarse al Derecho Concursal a tiempo asegura que, pese a estar ya en una situación difícil, aún mantendremos cierta tesorería para afrontar esta fase y, sobre todo, no haber perdido valor en nuestro Fondo de Comercio, lo cual es esencial si nuestra voluntad es la búsqueda de la supervivencia de nuestra empresa.

Para conseguir la máxima celeridad, se ha previsto que el proceso se inicie a instancia de nuestra propia compañía, y precisa la comunicación al Juzgado competente tanto de la solicitud de “pre-concurso” (o directamente de concurso de acreedores) acompañada de la declaración sobre la posibilidad de llevar a cabo operaciones sobre determinados activos de nuestra compañía o sobre una o varias unidades productivas dentro de la misma.

Para evitar las seguras reticencias sobre las negociaciones que pudieran iniciarse para la adquisición de estos activos, resulta aconsejable contar con la colaboración de un experto independiente, de manera que el procedimiento aporte las garantías suficientes para cualquier interesado que quiera acudir a él.

Este experto, nos ayudará a la consecución

de unos objetivos iniciales, además de velar por el cumplimiento estricto de la legislación concursal, que son básicos para que nuestra empresa no pierda valor al detectarse la posibilidad de insolvencia:

1. Familiarizarse con el negocio de nuestra compañía.
2. Colaborar en la elaboración de los correspondientes detalles de activos y pasivos a transmitir.
3. Informar a los acreedores y a los representantes de los trabajadores del proceso en curso y, en algún caso, participar de las negociaciones con ellos, garantizando los principios de igualdad y transparencia entre los posibles interesados.
4. Redactar el informe final del trabajo realizado con el detalle de las operaciones de enajenación susceptibles de ser llevadas a cabo, siempre con la valoración imparcial e independiente que requiere su figura.

Una vez presentada ante el Juzgado la solicitud de la declaración de concurso acompañada del informe del experto, con el detalle de la liquidación proyectada o incluso con una oferta en firme de compraventa de unidad productiva, comienza el procedimiento con la designación del órgano de administración concursal e inmediata apertura de una pieza separada, exclusivamente para la tramitación del plan de liquidación propuesto o venta de la referida unidad productiva que, a su vez, comenzará con el traslado a los acreedores y a los representantes de los trabajadores tanto de la resolución del Juzgado por la que se da inicio al concurso propiamente dicho, como del ofrecimiento de un plazo bastante breve, diez días, para que presenten las alegaciones que estimen oportunas sobre las operaciones de venta proyectadas.

Finalizado el plazo y analizadas las alegaciones, la administración concursal dictará un nuevo Informe sobre el plan de liquidación propuesto tras el cual el Juzgado dictará resolución autorizando o denegando las operaciones de venta proyectadas.

**CONTACTA CON
ESTUDIO DE
EMPRESAS, S.A.**

 c.granado@cemad.es



Te
INTERESA

NEOBIS PRESS 167

LA IMPORTANCIA DE LA CIBERSEGURIDAD EN LAS ASOCIACIONES

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

A nadie le sorprende ya que la ciberseguridad sea una de las principales preocupaciones de las empresas españolas. Según Google, **el coste medio de un ciberataque a una pyme supone un coste en torno a 35.000€, y el 60% de las pymes puede cerrar seis meses después de haber sufrido uno.** El sector de las asociaciones, que incluye organizaciones empresariales, patronales o sindicales, pasando por aquellas que promueven ideas o actividades políticas, sociales, sanitarias y culturales, no es ajeno a esta realidad.

La digitalización de la economía y la sociedad empujan a las organizaciones en general, y al sector de las asociaciones en particular, a su transformación digital, lo que obliga a contemplar la revisión y la inclusión de nuevos escenarios de riesgo, y a diseñar o rediseñar estrategias para hacerles frente. Sea de una forma o de otra, esta estrategia no puede dejar de considerar la ciberseguridad como un eje troncal, pues permite acompasar la digitalización del negocio con las medidas que permitirán proteger a la organización. Lo primero será entender que los presupuestos de las mejoras de ciberseguridad se tienen que considerar como una inversión y no como un gasto. La integración de las herramientas o protocolos de ciberseguridad deben ir de la mano de cambios culturales que la or-

ganización pueda absorber poco a poco. Y en lo que se refiere a los procesos internos, **debemos asegurarnos de que los cambios culturales en ciberseguridad sean introducidos de forma correcta para no saturar a los empleados con medidas irrealizables.**

LAS ASOCIACIONES, LOS RIESGOS Y LA CIBERSEGURIDAD

Comprender los desafíos de la transformación digital en una asociación es fundamental para caracterizar sus riesgos. De forma general, gran parte de la digitalización de las organizaciones pasa por la adopción de sistemas cloud o en la nube u *on-premise* (físicos en la propia oficina), aunque también debemos mencionar el uso generalizado de software en el sector (plataformas *crowdfunding*, marketing digital, ofimática, etc.), dentro de un enfoque de gestión operativo de la organización (captación de *leads*, procesamiento de formularios y fichas, etc.).

Por un lado, la compartición masiva de datos ligada a una incorrecta gestión de permisos de usuario o configuraciones incorrectas de la infraestructura de sistemas, puede crear nuevos riesgos para la seguridad de la información sensible (por ejemplo, permisos de acceso que no fueron revocados para empleados que abandonaron la empresa o contraseñas frágiles en la



plataforma de administración del *cloud*, la web o las redes sociales), que pueden implicar fugas de información o ataques a las páginas web (*defacement*). **Los datos que manejan las asociaciones son en su mayoría de carácter personal.** El tipo de información puede, en el caso de asociaciones de carácter político, o si se trata de datos de menores o de salud por ejemplo, ser de carácter sensible, y por ello, está especialmente protegida por la legislación. Por este motivo, se debe aplicar una serie de medidas y controles de seguridad para protegerla, como puede ser el cifrado de la misma o llevar un control de acceso.

Por otro lado, un nivel de concienciación bajo de los empleados puede impulsarles a caer en la trampa de campañas de ingeniería social, como el *phishing*, el *spam* o la distribución de *malware*, que puede, en el caso de ataques de *ransomware*, secuestrar todos los datos de la organización. **La accesibilidad a la información también es crucial para la correcta actividad diaria de la asociación.** Este tipo de código malicioso está diseñado para secuestrar la información de las víctimas e impedir que puedan acceder a su contenido.

La falta de medidas de ciberseguridad puede incrementar el riesgo de continuidad sobre

la actividad que desarrollan. Recordemos que la razón de ser de las asociaciones se basa en la confianza que sus socios depositan en ellas. Algunas medidas básicas pasarían por:

- **Conocer las amenazas:** fugas de información, ataques contra la página web o las cuentas de redes sociales, *ransomware* o *phishing* son solo algunas de las amenazas a las que constantemente están sometidas las asociaciones. Ser conscientes de su existencia y conocerlas a fondo es esencial para poder identificarlas.
- **Proteger la información:** cambiando con frecuencia las claves de correo y sitios web y no reutilizando contraseñas, así como evitar el almacenamiento de credenciales en soportes inseguros.
- **Formar al personal:** es esencial dotar de capacidades a nuestros empleados para que puedan llevar a cabo lo descrito en el primer punto "Conocer las amenazas". Únicamente a través de esto serán capaces de identificarlas antes de que se puedan materializar.
- **Aumentar la resiliencia:** cualquier organización puede sufrir un incidente de ciberseguridad, es un principio de debemos asumir. No obstante, lo importante es estar preparados para poder anticiparse e implementar medidas de protección de forma adecuada para recuperar la actividad lo antes posible.





TU
Tiempo

NEOBIS PRESS 167



RUTA POR LOS CASTILLOS DE NORTHUMBERLAND

AUTOR: Carlos Utasá, Treventi Viajes

FUENTES CONSULTADAS: Visit Britain y BBC Travel

Northumberland es uno de los 47 condados de Inglaterra situado al noroeste del país. El antiguo reino de Northumbria está bañado por las aguas del mar del Norte y limita con Escocia, Tyne y Wear, Durham y Cumbria. Siendo un lugar poco visitado en Reino Unido, oculta rincones de gran belleza natural, un patrimonio histórico excepcional y pequeñas ciudades perfectas para desconectar de la rutina diaria.

Comenzamos nuestra ruta en **Holy Island**; a un par de horas de Edimburgo podremos contemplar la cuna de la cristiandad en Inglaterra y el primer lugar atacado por los vikingos en sus primeras incursiones en la isla. Su espectacular reserva natural con un pueblecito de lo más pintoresco, el **Castillo de Lindisfarne** y las ruinas de su abadía, lo convierten en uno de los destinos obligados

de nuestra ruta. El Castillo de Lindisfarne es una fortaleza militar estratégica del siglo XVI que el arquitecto Sir Edwin Lutyens reformó en 1901 pasando después a manos del magnate Edward Hudson, quien lo compró como casa de veraneo dejándolo tal cual lo podemos disfrutar en la actualidad, con unos jardines que sin duda son uno de los lugares más atractivos de Northumberland. Las ruinas del **Priorato de Lindisfarne** son nuestra siguiente parada; morada de los monjes hace más de 1.400 años y desde donde podrás descubrir unas vistas increíbles de la costa de Northumberland. Visitando su pequeño museo podrás conocer los secretos de su historia, como su fundador San Aidan y San Cuthbert (uno de sus primeros obispos) allá por el siglo VII. Hoy en día parece un lugar congelado por el tiempo donde atrás quedaron los devas-



Warkworth, una pequeña aldea situada sobre el río Coquet a kilómetro y medio de la costa.





Foto inferior:
Pilgrims Coffe
House, en Holy
Island

tadores ataques vikingos que lo saquearon en el siglo VIII convirtiéndolo en uno de sus primeros trofeos conquistados en la isla. Para reponer fuerzas podremos visitar el **Pilgrims Coffee House**, donde su café recién tostado, sus tartas, sopas, bocadillos y su entorno privilegiado con más de 100 años de historia,

nos cargarán de energía para el resto del día. **Bamburgh** es nuestra siguiente parada; su castillo del siglo XI construido sobre un antiguo fuerte anglosajón fue restaurado a finales del siglo XIX por el industrial William Armstrong, cuya familia sigue viviendo en él en la actualidad. Los atardeceres en la Playa de Bamburgh son algo que no debemos perdernos antes de dar un paseo por el pueblo. El encanto de sus calles, su iglesia dedicada a San Aidan y las vistas del castillo no tienen desperdicio y te harán disfrutar por unas horas de este acogedor lugar para después reponer fuerzas en algún pub como el “The Castle Inn”, donde sus enormes porciones y gran sabor te llevarán a una experiencia 100% británica.

Continuamos nuestro camino visitando **Warkworth**, una pequeña aldea situada sobre el río Coquet a kilómetro y medio de la costa. Sin duda, un lugar encantador en el que podremos recorrer sus tiendas, cafeterías y bellos rincones; aunque lo más destacable son las ruinas



realmente bien conservadas de su imponente castillo. Curiosamente, en los años de la conquista normanda, fue una construcción realizada íntegramente en madera, pero a raíz de su adquisición por parte de la familia Percy, cuya propiedad se mantuvo hasta el siglo XVI, fue cuando sufrió una gran transformación pasando la piedra a formar parte de la totalidad de su estructura. Durante siglos los Percy mantuvieron una relación de amor y odio con la realeza inglesa, lo que los llevó a ganar y perder tierras en infinidad de ocasiones; y es en la “Guerra de las Rosas”, cuando se pusieron al lado de los Lancaster para luchar contra Elizabeth I, donde fueron derrotados y perdieron el castillo, que terminó saqueado por las fuerzas reales y las tropas del Parlamento.

Por último, no podemos olvidarnos de **Alnwick**, uno de los pueblos más pintorescos de Northumberland y el mejor lugar para vivir en Gran Bretaña, según la revista “Country Life” en su edición de 2002. Situado en la ori-

lla sur del río Aln, data del año 600 y a lo largo de los siglos fue el centro neurálgico de la agricultura, la ubicación del segundo castillo habitado más grande de Gran Bretaña y casa de la familia más pudiente del norte medieval, los condes de Northumberland. El **Castillo de Alnwick**, de casi mil años de antigüedad y de estilo gótico inglés, fue construido después de la conquista normanda y es famoso por formar parte del rodaje de numerosas películas como Harry Potter, Robin Hood o Elizabeth.

Northumberland es pues, uno de los secretos mejor guardados de Inglaterra y debería estar en la agenda de todo viajero amante de los castillos y la naturaleza.



A la izquierda: Castillo de Alnwick. Alnwick es uno de los pueblos más pintorescos de Northumberland y el mejor lugar para vivir en Gran Bretaña.

A la derecha: Holy Island, cuna de la cristiandad en Inglaterra y el primer lugar atacado por los vikingos.

La imagen del Castillo de Alnwick (aparece en la página 62 arriba a la izquierda) es original de Gail Hampshire (https://www.flickr.com/photos/gails_pictures/) y es utilizada bajo licencia Creative Commons.



LECTURA RECOMENDADA

Libro recomendado por Héctor Sanz, CEO de la empresa Libra Artes Gráficas, S.A.:

A TRAVÉS DEL ESPEJO Y LO QUE ALICIA ENCONTRÓ ALLÍ

Lewis Carroll

La Reina Roja: «Para quedarte donde estás tienes que correr lo más rápido que puedas. Si quieres ir a otro sitio, deberás correr, por lo menos, dos veces más rápido».

.....

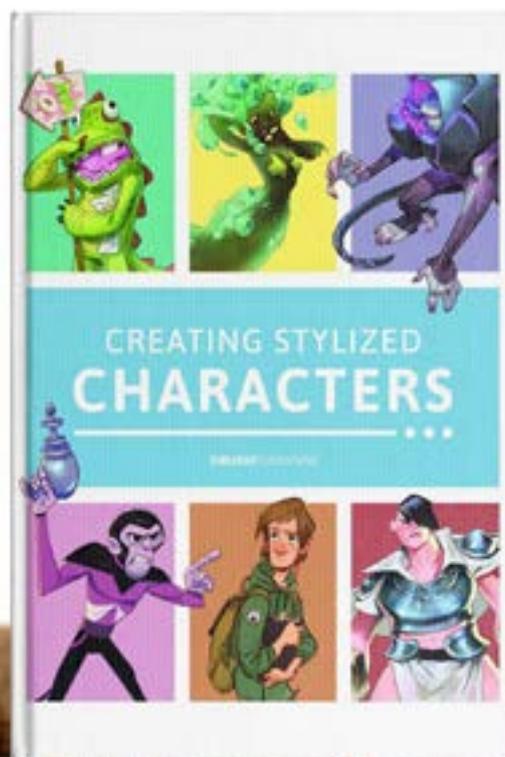
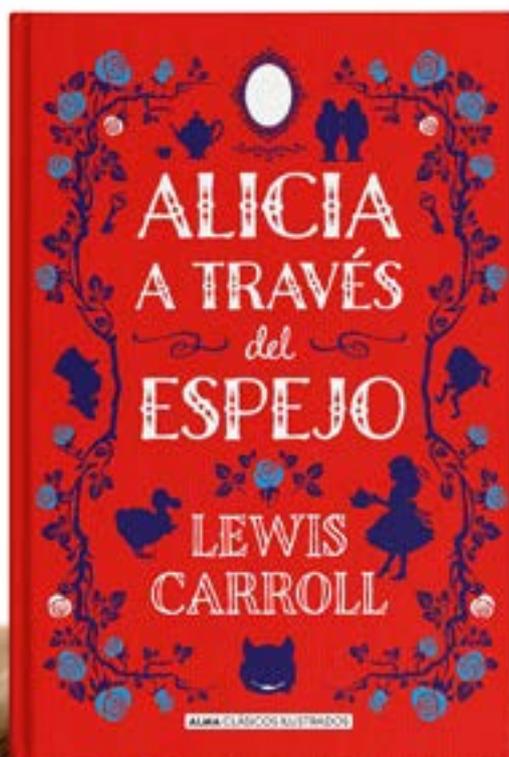
Libro recomendado por Estefany Delgado Ojeda, alumna de segundo curso del Ciclo

Formativo de Grado Medio de Preimpresión Digital, en el IES Islas Filipinas, de Madrid:

CREATING STYLIZED CHARACTERS

Publicado por una pequeña editorial independiente llamada 3dtotal Publishing, especializada en recursos educativos para artistas.

Es una guía para la creación de personajes animados donde se trata desde la elección del color, desarrollando la colorimetría, hasta los distintos tipos de distribuciones y proporciones que se pueden utilizar en cualquier proyecto.





Horizon

StitchLiner Mark III

la **nueva** generación

- ✓ Olvídense de plegar cuadernillos.
- ✓ Alta producción, hasta 6.000 revistas/hora.
- ✓ Cambios ultra rápidos.
- ✓ Acabados premium con hendidos, grapado a caballete y corte trilateral.





www.opqsystems.net

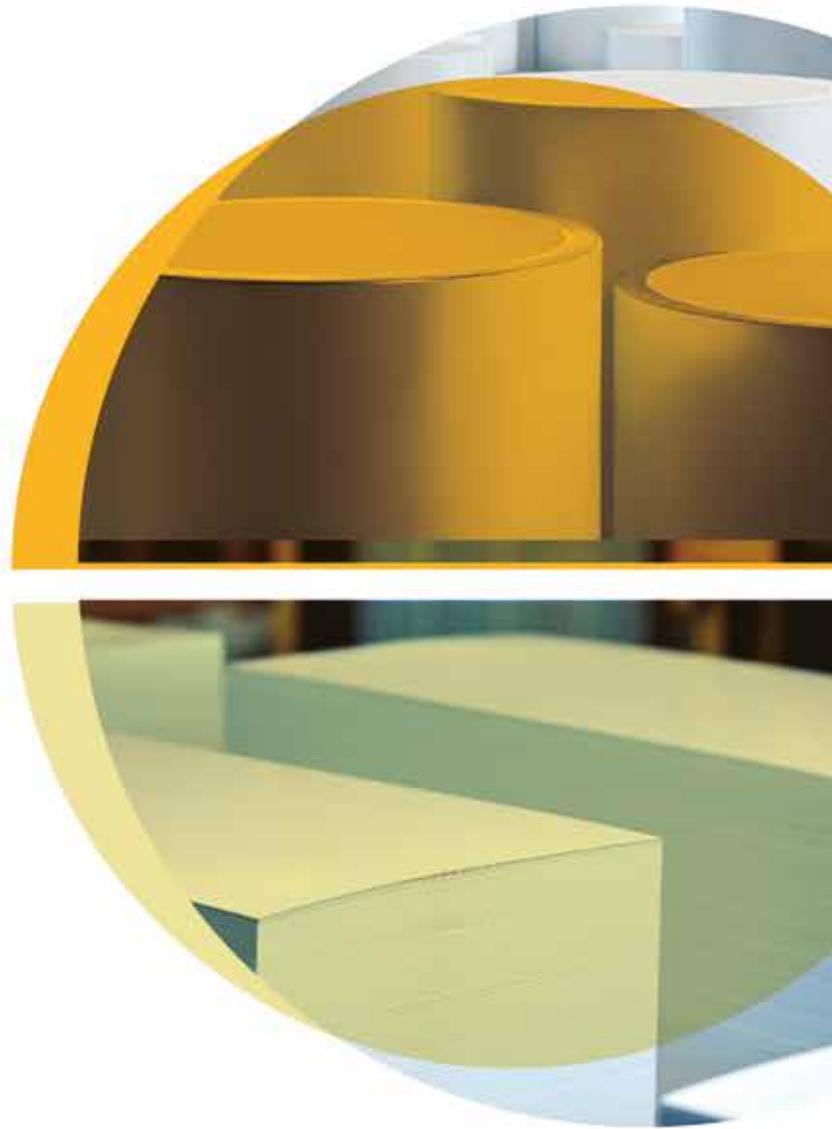
Hable con nosotros
 hoy mismo:
 919 902 175 - 936 850 015



Horizon

PAPELES Y CARTONES PARA LA INDUSTRIA GRÁFICA

Servicio de corte a medida · Suministro inmediato · Amplio stock
Cut service and tailor made delivery · Immediate delivery · Large stock



PAPEL Y CARTÓN

Montmeló, 2-4 - CENTRAL / 08170 Montornès del Vallès - Barcelona / T +34 93 474 11 60
Severo Ochoa, 22 / 45224 Seseña - Toledo / T +34 91 893 64 32

comart@comartsa.com

www.comartsa.com