

# NEOBIS PRESS

REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA · Nº175



**Dale vida a aquello que te gusta**

# APUESTA

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

# ¡VALORÍZATE!



Gestión de residuos  
peligrosos y no peligrosos



Consultoría  
medioambiental



Transporte y  
autorizaciones propias

Síguenos en:



Socio colaborador de:



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

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

valorización medioambiental

# SITUACIÓN DEL SECTOR: ENTRE EL OPTIMISMO Y LA PRUDENCIA

## EDITORIAL

En el transcurso de los dos últimos años, el sector de la comunicación gráfica ha experimentado una mejoría, constituyendo un capítulo positivo en la tendencia de los últimos quince años. Según el estudio económico más reciente del sector, correspondiente al ejercicio 2022, hemos sido testigos de un período de resultados positivos, caracterizado por un aumento en los ingresos de explotación y una mejora en los resultados del ejercicio. Este progreso no solo refleja la resiliencia y la capacidad de adaptación de nuestras empresas, sino también la vitalidad de un sector que sigue siendo importante para la economía creativa.

Ratios como el EBITDA o los fondos propios, entre otros, han mostrado una tendencia al alza. Además, el número de empresas que reportan resultados positivos ha crecido. Esta mejora se ha observado en todas las especialidades, aunque en diferentes niveles. A su vez, todo apunta a que en 2023 se mantuvo esta tendencia.

Sin embargo, mientras observamos estos datos, no debemos perder de vista los desafíos que tenemos planteados, así como que el número de empresas del sector no está aumentando. Lo que no ha cambiado es la tendencia hacia la concentración.

Las recientes encuestas de coyuntura sugieren a futuro una ralentización del crecimiento, un recordatorio de que el entorno económico sigue siendo volátil y sujeto a cambios imprevisibles. Hay que proceder con cautela,

preparándonos para adaptarnos a las condiciones cambiantes y asegurar la sostenibilidad/viabilidad de nuestras empresas a largo plazo y del sector en su conjunto.

En este momento es crucial seguir apostando en innovación, formación y desarrollo sostenible. Debemos estar atentos y ser proactivos, anticipando tendencias y aceptando y adaptándonos a las nuevas demandas del mercado. La colaboración entre empresas, la inversión en tecnología, siempre que el endeudamiento lo permita, y la promoción de prácticas sostenibles serán claves para el éxito continuo.

El estudio económico del sector de 2022 nos ofrece una visión optimista de ese momento, pero 2024 se presenta como un año de ralentización en el crecimiento. Mirando hacia el futuro, debemos equilibrar nuestro optimismo con una planificación estratégica y una gestión prudente, asegurando que el sector de la comunicación gráfica se mantenga estable.

En conclusión, **el camino está lleno de oportunidades y desafíos.**



**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 · E info@neobis.es

W www.neobis.es

**Director**

José Antonio Pompa Garayzábal

**Coordinadora**

Susana Navarro

**Colaboradores**

Jesús Alarcón

Jorge Fernández Val

Marta Gutiérrez Gil

Juan Jándula

Rosario Trasobares

Sandra Fariña

Ángela Collado

Carlos Granado

Laura Sanz de Siria

Sandra Robles López

Sergio Ródenas

Carlos Utasá

**Publicidad neobispress**

info@neobis.es

**Diseño y maquetación**

Eduardo Molina Varas

**Autor de la portada**

Adrián Jesús Rodríguez Domínguez, alumno Ciclo formativo de Grado Medio de Preimpresión digital, IES Los Tarahales, de las Palmas de Gran Canaria.

**Imprime**

Lince Artes Gráficas, S.L.

Dep. Leg. M. 9.805-2000

El interior de este número ha sido impreso en papel Sappi|Magno Gloss 135gr y la cubierta en papel Sappi|Magno Gloss 300gr cedidos a neobis.

Los acabados de la portada son 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.



Recicla esta publicación arrojándola al contenedor azul. Le darás una segunda oportunidad.



## SUMARIO

### ASOCIACIÓN AL DÍA

- 5 ENTREVISTA AL GANADOR DEL VIII CONCURSO DE NEOBISPRESS**
- 8 ACUERDO DE COLABORACIÓN DE NEOBIS CON CREDE CAPITAL GROUP**
- 10 ENCUENTRO EMPRESARIAL DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN HEIDELBERG**
- 11 LA DECISIÓN ESTRATÉGICA MÁS IMPORTANTE DE LA EMPRESA FAMILIAR: ¿CONTINUAR O VENDER?**
- 12 FEIGRAF ESTUVO PRESENTE EN FITUR**
- 14 INFORME ECONÓMICO DEL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA**

### DESCUBRIENDO EL SECTOR

- 18 ¿HASTA DÓNDE HAY QUE CRECER?**
- 24 LOS NUEVOS RETOS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN ARTES GRÁFICAS**
- 30 CANON PRESENTA UNA NUEVA SERIE DE IMPRESORAS DE GRAN FORMATO imagePROGRAF PRO DE 12 TINTAS**



**32 ENTREVISTA A JOSÉ LUIS ALONSO, CEO DE KYOCERA DOCUMENT SOLUTIONS ESPAÑA**

**34 LOS CTP DE HEIDELBERG CUMPLEN 40 AÑOS ESTE 2024**

**36 JORNADAS COMUNICARTE 2024**

### SOLUCIONES NEOBIS

**40 ¿CÓMO DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EFICAZ PARA LA GESTIÓN DE PERSONAS? SEGUNDA PARTE**

**44 ADAPTAR Y REDUCIR LA JORNADA NO ES LO MISMO: PASOS HACIA LA CONCILIACIÓN LABORAL**

**50 EL SALARIO MÍNIMO INTERPROFESIONAL**

**52 PERO ¿SE PUEDE RENUNCIAR A UNA HERENCIA?**

### TE INTERESA

**55 EL SECTOR DE LAS ARTES GRÁFICAS, OBLIGACIONES EN MATERIA DE ENVASES DURANTE EL AÑO 2024**

### EL SECTOR EN VERDE

**58 NUEVOS REGLAMENTOS SOBRE GASES FLUORADOS EN LA UE**

### TU TIEMPO

**61 CRUCEROS FLUVIALES POR EUROPA**

**64 LECTURA RECOMENDADA**



**asociación**  
**al Día**  
NEOBIS PRESS 175

# ENTREVISTA A ADRIÁN JESÚS RODRÍGUEZ DOMÍN- GUEZ, ALUMNO DEL IES LOS TARAHALES

La octava edición del concurso neobispress “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica” tiene ganador. Entre los diez proyectos finalistas, el trabajo con mayor número de votos de la Junta Directiva de la Asociación y del Jurado fue el de **Adrián Jesús Rodríguez Domínguez, alumno de IES Los Tarahales, de Las Palmas de Gran Canaria, con una puntuación de 19 puntos sobre 20 posibles.**

En esta edición del concurso han participado 158 alumnos de 20 centros de Formación Profesional de Artes Gráficas de diferentes provincias españolas.

Los tres proyectos finalistas:

- El proyecto de **Bárbara Utrera Castro, de IES Puerta Bonita** (15 puntos) será la portada de neobispress 176.
- El proyecto de **Denilson Ryan Prieto, de Tajamar** (14 puntos) será la portada de neobispress 177.
- El proyecto de **Laura Hermoso Contreras, IES Santo Reino** (13 puntos) será la portada de neobispress 178.

Hemos charlado con el alumno ganador de la VIII edición del Concurso “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica”, Adrián Jesús





Adrián Jesús Rodríguez Domínguez recibiendo la cámara reflex Canon EOS 2000D, el premio como ganador de la octava edición del concurso neobispress “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica”.

para conocer su experiencia en el concurso y su motivación.

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

Los profesores y el poder experimentar algo nuevo.

**¿En qué te has inspirado para realizar el proyecto que has presentado al concurso?**

He querido juntar en mi proyecto dos de las cosas que más me gustan que la “música” con las “artes gráficas”.

**¿Quieres resaltar algún aspecto técnico?**

Este año los profesores nos han enseñado a utilizar las “Inteligencias Artificiales” y las he querido poner a prueba.

**¿Nos podrías contar cómo has vivido el concurso?**

Con un sentimiento de curiosidad por saber si el mensaje que intentaba transmitir lograba ser entendido.

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

Ha sido bastante bueno por parte de los dos.

**¿Cómo valoras este tipo de concursos? ¿Recomendarías la participación a otros alumnos?**

Lo veo bien para la gente que le gusta el diseño gráfico. Sí lo recomendaría para que disfruten de la experiencia tanto como lo he hecho yo.



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

Fue lo único que me llamo la atención y, a pesar de que creía que era de dibujo, me termino gustando, he visto también que tiene buena salida laboral.

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

Sí quisiera seguir formándome, tanto por mi curiosidad como por la necesidad de estar al día de los cambios tecnológicos del sector.

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

Todo lo que me han enseñado lo veo acorde a lo que piden las empresas y me gustaría poner mi formación en práctica en algún momento en alguna empresa del sector de la Comunicación Gráfica.

### ¿Cómo te gustaría que fuera la empresa en la que comiences tu vida laboral? ¿Qué características debe tener?

Que sea una empresa flexible donde aprenda y pueda trabajar en circunstancias que varíen, que me permitan progresar, saber cada

día más, desarrollar la creatividad y ponerla al servicio de la empresa.

### Adrián Jesús, ¿dónde te ves en el futuro?

Estoy abierto al futuro y a diferentes posibilidades. En todos ellos me veo disfrutando de lo que haga.

### ¿Qué es para ti la Comunicación Gráfica? ¿Cómo definirías el sector?

La Comunicación Gráfica es el mensaje que intenta la gente transmitir mediante sus obras, el sector lo defino como el lugar donde aprendes la variedad de colores o circunstancias para la vida laboral.

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

Empático, democrático y que valore el esfuerzo del equipo de trabajo.

**HAN PARTICIPADO  
158 ALUMNOS DE  
20 CENTROS DE  
FORMACIÓN  
PROFESIONAL DE  
DIFERENTES  
PROVINCIAS  
ESPAÑOLAS**



Adrián Jesús con sus compañeros de curso.



# NEOBIS FIRMA UN ACUERDO CON CREDE CAPITAL GROUP



La Asociación Empresarial de la Comunicación Gráfica, Neobis, suscribió un **acuerdo con la compañía CREDE CAPITAL GROUP**. Mediante esta colaboración la asociación ofrece a las empresas asociadas una herramienta para la financiación alternativa especializada en arrendamiento y financiación de equipos productivos.

Crede es un funder de equipos e inversiones productivas que complementa su oferta de valor con soluciones estructuradas de financiación. Especializada en el asesoramiento y financiación de bienes mobiliarios, el aliado

del cliente en la inversión y el asesoramiento para proyectos generadores de productividad, que contribuyen a una economía más eficiente y responsable.

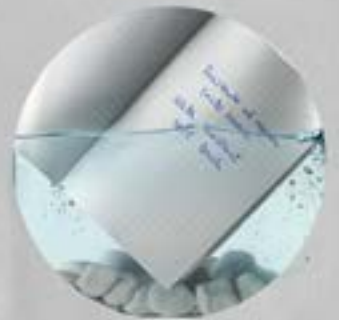
Se trata del acceso a financiación alternativa a medida para los asociados ya sea por necesidades directas o bien para aquellos fabricantes y distribuidores y el fomento de las ventas, aportando soluciones de alto valor añadido.

Los objetivos y resultados a alcanzar:

- Favorecer el acceso a financiación especializada en equipos productivos.
- Favorecer la renovación de equipos.
- Favorecer la inversión de los asociados y por ende incrementar su competitividad.
- Acceso a condiciones preferentes de financiación.
- Mejora de su estructura de balance
- Para aquellos asociados fabricantes y distribuidores:
  - Prescoring Análisis de oportunidades previas a la venta.
  - Formación a los equipos comerciales.
  - Creación de cotizadores específicos.
  - Palanca de incremento de ventas.
  - Incremento de ratios de conversión.
  - Distinción de la competencia, generación de productos únicos.



# SUAVE, RESISTENTE, IMPERMEABLE



¡Solicita ya tu libreta de regalo elaborada con este novedoso soporte!

Pídela en [torrasdistribucion@torraspapel.com](mailto:torrasdistribucion@torraspapel.com)

RESPALDADO POR LA EXIGENTE CERTIFICACIÓN cradle to cradle®

Haz tu pedido e infórmate en [www.torrasdistribucion.com](http://www.torrasdistribucion.com)





# ENCUENTRO EMPRESARIAL DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

El pasado mes de enero, las Juntas Directivas de las Asociaciones de la Comunicación Gráfica de las distintas Comunidades Autónomas celebraron un encuentro empresarial en la sede de Heidelberg, en Cornellà de Llobregat, Barcelona.

Ángel Pérez, MarCom &eCommerce Manager e Ignacio Baquero, Sheetfed Business Driver, dieron la bienvenida a los asistentes y les agradecieron la elección de Heidelberg para llevar a cabo la jornada.

Asistieron miembros de las distintas organizaciones presencial y telemáticamente.

Inició la reunión Álvaro García Barbero, presidente de la Asociación Empresarial de la Comunicación Gráfica, neobis, agradeciendo a Heidelberg el ofrecimiento de sus instalaciones. Continuó recordando que el objetivo del encuentro era la elaboración de un documento con el posicionamiento del sector ante las diversas medidas legislativas que afectan

directamente al funcionamiento de las empresas y su productividad.

A continuación, el presidente del Gremio de Industrias Gráficas de Cataluña, Joan Nogués, intervino para explicar el punto de vista de las empresas del Gremi sobre los diferentes puntos que se debatieron.

Las diferentes asociaciones presentes, a través de sus presidentes y representantes, también aportaron su opinión y sus propuestas en relación con las cuestiones tratadas.

Para finalizar, José Antonio Pompa, secretario general de neobis, resumió las diferentes posturas y enumeró las conclusiones adoptadas. Todos los asistentes manifestaron su acuerdo con dichas conclusiones.

El acto finalizó con un cóctel, cortesía de Heidelberg, que dio pie para que los participantes continuaran intercambiando ideas e impresiones.

El día 19 de febrero neobis organizó la jornada on line “La decisión estratégica más importante de la empresa familiar: ¿Continuar o Vender?”, con un número muy importante de asistentes. Los objetivos básicos de esta jornada fueron ayudar a la empresa familiar a conocer los entresijos y la complejidad del proceso de reflexión estratégica, así como ofrecer una visión completa del proceso de compra-venta para casos en los que sea más aconsejable no continuar con el negocio.

Contó con dos ponentes expertos en empresa familiar, socios directores de Grupo ARTE Soluciones Creativas:

- Javier Fuentes, doctor en ciencias empresariales.
- Diego Garrido, abogado con más de 20 años de experiencia con empresas familiares.

La jornada se dividió en dos bloques. En el primero se hizo un proceso de reflexión estratégica en la empresa familiar ante la incertidumbre del entorno económico:

- ¿qué es una empresa familiar?,
- continuidad de las mismas,
- causas que suelen impedir la continuidad,
- soluciones ante las amenazas (anticipación, comunicación y orientación),
- ¿cómo afrontar la sucesión en el liderazgo?

# LA DECISIÓN ESTRATÉGICA MÁS IMPORTANTE DE LA EMPRESA FAMILIAR: ¿CONTINUAR O VENDER?

El segundo bloque se centró en aspectos relativos a la valoración de las empresas:

- ¿por qué es importante conocer el valor de la empresa?,
- dificultades para una valoración universal,
- principales métodos de valoración,
- fases habituales en el proceso de venta de una empresa.

Ante la incertidumbre del entorno económico, ha sido importante detenerse a reflexionar sobre la estratégica de la empresa familiar.

## DIFICULTAD PARA ARMONIZAR...

### ...Valores de la familia

Basada en el afecto

Orientada hacia las relaciones personales

Relaciones para toda la vida

Apoyo

Seguridad

Igualdad

Evitar conflictos

Resistencia al cambio

### ...Valores de la empresa

Basada en el interés económico

Orientada hacia los resultados

Relaciones contractuales

Competitividad

Riesgo

Equidad

Afrontar conflictos

Orientada al cambio



# FEIGRAF ESTUVO PRESENTE EN FITUR

El pasado 25 de enero, FEIGRAF y ASPAPEL participaron en una mesa redonda organizada por CCOO en FITUR, siendo el objetivo destacar la importancia del papel y de la comunicación gráfica en el sector turístico.

En un mundo cada vez más digitalizado, donde lo efímero y lo virtual ganan terreno día a día, **el sector de la comunicación gráfica se erige como un baluarte de la tangibilidad y la perdurabilidad.** En España, este sector mantiene su relevancia en la economía nacional y, a su vez, juega un rol crucial en la simbiosis con el sector turístico, demostrando que lo impreso aún tiene un valor incalculable en nuestra sociedad.

Con un total de **6.000 empresas activas** dedicadas a la comunicación gráfica, **el sector emplea a cerca de 72.000 personas y factura alrededor de 6.000 millones de euros.** Estas cifras no solo reflejan su magnitud, sino también su relevancia y su contribución a la economía del país. Todas las especialidades tienen vinculación directa en el turismo: impresión comercial, etiqueta, libro, encuadernación,



packaging, e impresión de gran formato. Cada una juega un papel esencial en el día a día de todas las personas, como veremos a continuación, en el turismo.

**La relación entre la comunicación gráfica y el turismo es, sin lugar a dudas, de total simbiosis.** Un turista, independientemente de su perfil (vacacional, escapista, cultural, de negocios, aventura, etc.), interactúa continuamente con productos gráficos durante su estancia. Desde el momento en que entra en su alojamiento, se encuentra rodeado de elementos impresos: etiquetas en los productos de higiene, guías y planos en la habitación, menús impresos en restaurantes y todo tipo de material promocional que le invita a explorar y disfrutar de su destino turístico. Esta interacción no solo facilita la experiencia del turista, sino que también potencia la economía local y mantiene vivos a muchos pequeños negocios familiares, especialmente en dichas localidades.



Además, no podemos obviar las ventajas intrínsecas del producto impreso. Estudios han demostrado que **los materiales impresos logran captar y mantener la atención del lector de manera más efectiva que otros formatos**. La tangibilidad, la textura y la experiencia visual de lo impreso crean una conexión más profunda y sensorial con el usuario. Además, estos productos son sostenibles y reciclables, contribuyendo a una conciencia medioambiental que es cada vez más importante en nuestra sociedad.

Un producto impreso se convierte también en valioso recuerdo de cada viaje; desde un plano, un posavasos, un folleto o un programa de actividades son más que simples objetos, son portadores de memorias, experiencias y emociones. Además, representan una herramienta poderosa para la comunicación de marcas y empresas dentro del sector turístico, permitiendo una promoción efectiva y perdurable.

Es importante destacar que, si bien las grandes cadenas pueden inclinarse por las grandes empresas del sector para satisfacer sus necesidades, el turismo ofrece una oportunidad de oro para los pequeños negocios del sector gráfico de la zona.

En conclusión, **el sector de la comunicación gráfica en España es un componente esencial de la cultura, la economía y el turismo del país**. Su capacidad para crear productos que capturan la atención, comunican eficazmente y perduran en el tiempo, junto con su compromiso con la sostenibilidad, lo posicionan como un sector relevante y resiliente en un mundo cada vez más digital. La simbiosis entre la comunicación gráfica y el turismo es un claro ejemplo de cómo la tradición y la innovación pueden trabajar juntas para enriquecer nuestras experiencias y fortalecer nuestra economía.



# INFORME ECONÓMICO DEL SECTOR DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

**AUTOR:** José Antonio Pompa Garayzábal, Secretario General de neobis.

EN TÉRMINOS GENERALES, PODEMOS AFIRMAR QUE EN 2022 EL SECTOR HA SUPERADO Y MEJORADO LAS CIFRAS PREVIAS A LA PANDEMIA; SE CONTINÚA EL CAMINO INICIADO EN 2021

OTROS FACTORES MUESTRAN COMO LA CONCENTRACIÓN DEL SECTOR SIGUE SIENDO UNA REALIDAD Y MOTIVO TAMBIÉN DE LA MEJORÍA EN LAS CIFRAS

LA PREVISIÓN ES QUE 2023 SERÁ MUY SIMILAR A 2022 EN LA MAYORÍA DE LOS PARÁMETROS

---

El pasado día 14 de marzo de neobis presentó una nueva edición del informe anual sobre la situación económica y financiera del sector, que confirma la tendencia de mejoría. Si tomamos como referencia 2019, pese a que encontramos que el número de empresas activas se ha reducido en 372, se ha superado la cifra de ingresos de explotación, la de resultados del ejercicio, el EBITDA y los fondos propios.

La facturación total de 2022 supera en un 15,45 por 100 la de 2021 y en un 2 por 100 la de 2019. Se sigue apreciando una clara asimetría en los diferentes nichos de mercado en que cada empresa desarrolla su actividad. El endeudamiento medio ha decrecido y los fondos propios han aumentado.

En materia de empleo, en 2023 la afiliación se mantuvo estable en 72.274 personas. El problema del empleo no es exclusivo del sector, siendo cada vez más difícil encontrar profesionales que estén dispuestos a prestar servicios en empresas industriales. Es alarmante ver como la media de edad se ha incrementado en medio año y como el 32% de las personas superan los 55 años.

Si ponemos atención en cada especialidad del sector, cada una enfrenta situaciones y contextos distintos. Las comparaciones en el estudio se han llevado a cabo, en su mayoría, en relación con el año previo al inicio de la pandemia, 2019, y con el año 2021.

**En el sector de impresión comercial se está experimentando un crecimiento económico positivo en los dos últimos ejercicios**, dado que ha aumentado sus ingresos de explotación en un 20%, en comparación con 2021, y sus resultados en un 12,4%. Estos indicadores muestran un desarrollo saludable en términos de generación de ingresos y eficiencia operativa. Sin embargo, el hecho de que el margen de





José Antonio Pompa,  
Secretario General  
de neobis, analiza los  
datos económicos  
del sector.

beneficio sea del 4,33%, ligeramente inferior al de 2021, sugiere que, aunque está creciendo y mejorando su rendimiento, enfrenta ciertos desafíos en cuanto a rentabilidad. Se puede concluir que se encuentra en una trayectoria de mejora, pero debe abordar los aspectos que están limitando su rentabilidad para fortalecer su situación económica a largo plazo.

**En el sector del libro hay un aumento del 15% en los ingresos de explotación respecto a 2021 y una mejora del 19% en los resultados.** El sector no solo está generando más ingresos, sino que también está gestionando de manera más eficiente sus costos o encontrando formas de ser más rentable. El hecho de que el margen de beneficio sea del 4,22%, superior al de 2021, refuerza la idea de una mejora en la rentabilidad. El endeudamiento se incrementa casi un punto porcentual.

**En el sector de etiquetas,** al igual que ocurrió en con los datos de 2021, mejora en todas las ratios; **la facturación se incrementa un 14,25% y los resultados mejoran un 14,6%.**

Mejora la rentabilidad y el margen de beneficio, muy ligeramente. Tan sólo 25 empresas concentran el 54% de los ingresos de esta especialidad y el 68% de los resultados. Hay que indicar que el EBITDA es muy ligeramente inferior a 2021.

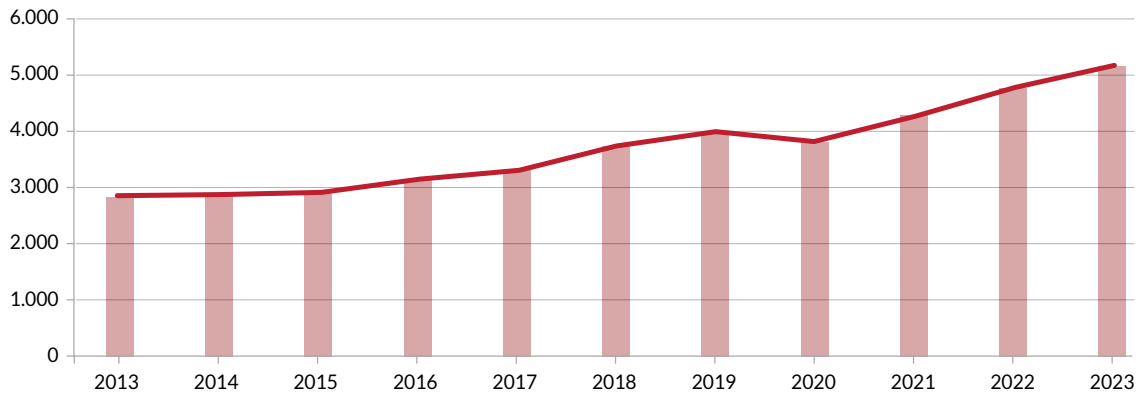
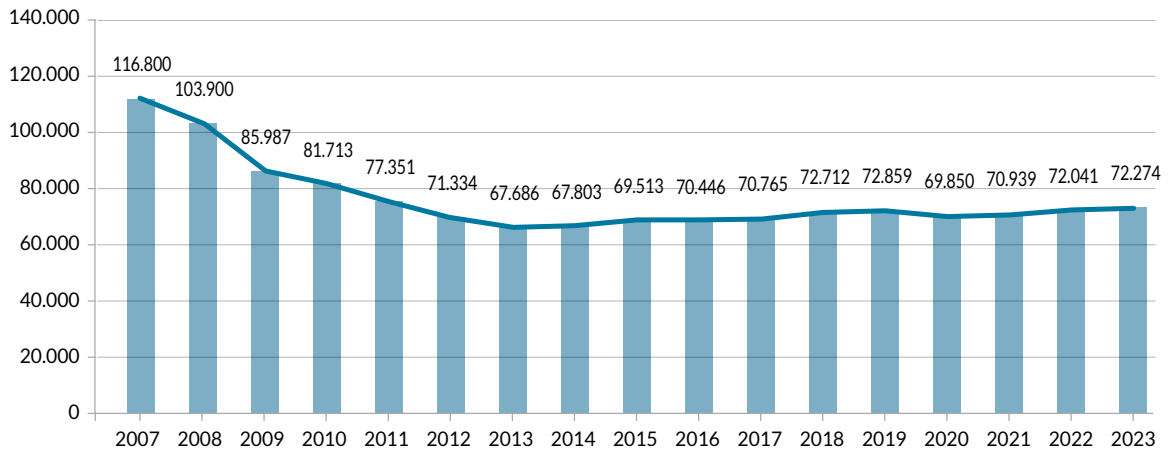
**Las empresas de packaging muestran** signos claros de fortalecimiento y crecimiento robusto con **un incremento del 23% en los ingresos de explotación en comparación con 2021 y la mejora del 38,25% en los resultados.** El margen de beneficio se sitúa en el 6,24%, superando el de 2021. Esto indica que el sector no solo ha aumentado sus ingresos, sino que también ha logrado convertir una mayor proporción de estos ingresos en beneficio neto, lo cual es un indicador clave de salud financiera y eficiencia operativa. La única nota de cautela, en todo caso, la encontramos en el aumento del endeudamiento en más de dos puntos porcentuales.

**El área de impresión digital de gran formato presenta una mezcla de fortalezas y de-**



## EVOLUCIÓN AFILIACIÓN

CNAE 181 - Impresión y actividades anexas



La afiliación se mantiene estable.

En diciembre de 2023 había 16.807,78 afiliados autónomos; estabilidad.

El sector cuenta con 5.166 trabajadores extranjeros afiliados (+8,09%).

**safíos que complican una evaluación directa.** La disminución de 7 puntos porcentuales en el endeudamiento es, sin duda, una señal positiva, junto con un aumento del 9% en los ingresos. Sin embargo, la caída del 23% en el resultado del ejercicio es preocupante y apunta a problemas subyacentes más significativos. En conjunto, estos indicadores sugieren que el sector se encuentra en una situación económica compleja.

**El sector de la encuadernación presenta un incremento de empresas que declaran resul-**

**tados negativos.** Los ingresos de 2021 caen un 13% respecto de los 2021, pero el empeoramiento de los resultados es considerable. Se ha logrado reducir el endeudamiento.

La conclusión es que el sector en conjunto mantiene una tendencia de recuperación, con mejora de los ingresos, de los resultados y de los fondos propios, reduciéndose el endeudamiento y el número de empresas en quiebra. Se mantiene la concentración, ya que continúa bajando el número de empresas de menor facturación y aumentando el de mayor facturación.



DESCUBRIENDO  
**EL SECTOR**

NEOBIS PRESS 175

# ¿HASTA DÓNDE HAY QUE CRECER?

**AUTOR:** Jesús Alarcón Fernández. Coach Ejecutivo y Sistémico.

El modelo de liberalismo económico, el más extendido en el mundo y el que marca la forma de vida de casi todos los países, tiene establecidas, formalmente desde el siglo XVIII, algunas teorías económicas que las distintas sociedades han adoptado como creencias casi inalterables. Las disciplinas científicas, y

la economía lo es, están en lo cierto hasta que ellas mismas establecen nuevas realidades y se demuestran que estaban equivocadas. Y, en consecuencia, las creencias, que son siempre una especie de dogmas aprendidos, también se pueden desaprender.



Las teorías de cualquier tipo, las económicas también, pueden ser incontestables en el momento de su formulación, pero pueden ir desmoronándose con el paso del tiempo; ya sea por la aparición de nuevas teorías que las desmientan, ya sea porque el paso de los años nos permite descubrir sus efectos a largo plazo. En ese momento entenderemos que lo que fue válido durante una época, no lo es tanto después de varias décadas.

Tener un juicio crítico sobre las consecuencias que la radicalización del sistema capitalista está provocando con el paso de los años, no supone preconizar el retorno a otras ideologías que ya han demostrado su fracaso y que tienen una implantación residual en el mundo. Tampoco se pretende cuestionar la

validez del modelo económico durante su tiempo de vigencia, pero sí se puede advertir que hay señales de agotamiento y de que los referentes con los que hasta ahora contaba la sociedad, ya comienzan a no dar respuestas satisfactorias a una mayoría.

Sobre la base de lo que establece la teoría de sistemas, cuando un sistema pierde su punto de equilibrio, lo normal es que comience su declive. Ningún sistema, por exitoso que este sea, puede crecer eternamente sin provocar su explosión y su extinción. Y cuando esto ocurre, no se descompone en muchos subsistemas, sino que el sistema pasa a estar, primero defectuoso, resultando escaso para los integrantes que lo componen, para después estar superado y muerto.



## HAY SEÑALES DE AGOTAMIENTO DEL SISTEMA ECONÓMICO

---

El modelo se basa o tiene por objetivo el crecimiento permanente y lo que hemos convenido en llamar “generación de riqueza”. En ambos casos, el modelo se refiere a crecimiento económico y a riqueza material. Y la sociedad ha acabado por entender que crecer y tener más, es sinónimo de éxito, y decrecer y ganar menos, lo es de fracaso. Pero ¿qué es crecer?, ¿qué es la riqueza? Según la RAE, crecer es

“ir en aumento”, y riqueza es tener “abundancia”, su primera acepción hace alusión a bienes materiales y cosas preciosas. Claro, hay otras formas de verlo, Rudyard Kipling consideraba que el triunfo y la derrota son dos impostores. Pero, volvamos al crecimiento permanente.

Es posible que tu empresa esté creciendo en este momento, pero, por favor, hazte estas dos preguntas que sólo pretenden ampliar el foco: **¿es crecer de verdad recuperar lo perdido?, ¿podríamos afirmar que el sector ha crecido en comparación con el que había hace veinte años?** No podemos considerar crecimiento



el que haya menos empresas, menos trabajadores, menos ingresos y menos resultados que hace años. O como en el último estudio del sector, más ingresos y menos resultados.

Sin entrar en controversias sobre los impactos medioambientales y otras cuestiones que aparecen en el debate público, la búsqueda de la ventaja competitiva sostenida y la ilusión del monopolio está llevando al modelo al fracaso o la insatisfacción social. O, mejor dicho, podríamos estar asistiendo a la extinción de un modelo que solo premia a los que permanecen y que iguala a los demás por abajo. Estas son consecuencias idénticas a los otros modelos

fracasados: élites por arriba y uniformidad por abajo. La vida actual se desarrolla con una visión a corto plazo que no nos permiten ver más allá pero, a futuro, cualquier modelo que no sitúe a la persona en el centro de todas sus pretensiones estará condenado al fracaso, al igual que los modelos precedentes.

Porque, en resumen, ningún modelo en el que las personas se sientan sometidas directa o indirectamente, donde las personas se vean constreñidas a llevar a cabo actividades que no desean, tiene en el largo plazo muchas posibilidades de éxito. **Cuando las personas hacen lo que deben o tienen que hacer, pero**



no lo que quieren o desean hacer, además de estar atentando contra su propia dignidad y autoestima, están construyendo una conciencia colectiva limitante e improductiva. Seguro que todos hemos visto que cuando alguien desea el trabajo rinde más, esto ocurre porque el deseo es nuestro, pero el deber es externo a nosotros. El deber no es lo que queremos hacer sino lo que tenemos que hacer, aunque no nos guste.

Algunos pensadores han dicho que el comunismo genera cuotas más altas de igualdad a cambio de menos libertades. Y que el capitalismo genera mayores cuotas de libertad, pero también de desigualdad. No estoy en condiciones de afirmar que estas sentencias sean estrictamente ciertas, al fin y al cabo, no dejan de ser más que opiniones de unos y de otros. Lo que sí parece cierto es que, **a medida que se avanza hacia la concentración en cualquier mercado medible, se termina produciendo algo parecido al oligopolio, donde unos pocos acaparan una gran cuota de mercado y las barreras de entrada son económicamente inasumibles para el resto.**

En mi humilde opinión, una vez leído el informe de las familias del Banco de España, esto merece que le demos una vuelta, porque en este momento hay mucho asalariado que trabaja y no logra progresar y, lo que es peor, hay muchos empresarios que trabajan e invierten arriesgando su patrimonio y no pasan del autoempleo. Vivir para trabajar con el fin de progresar e incrementar la renta global de este planeta que habitamos, no sirve para nada si la distribución de esa renta no da respuesta a una mayoría de sus habitantes.

Pero lo peor de todo es que el crecimiento también tiene un final, **el mercado es finito.** Siguiendo las mismas estrategias y creencias que ha seguido el modelo hasta ahora ¿Hasta qué niveles de concentración se puede llegar? ¿Entre cuántos se va a decidir esta competición? ¿Hasta qué niveles de uniformidad vamos a llegar los ciudadanos en los bienes y

productos de consumo que obtenemos?

A mi juicio, algunas posibles causas, entre otras, de que nuestro modelo económico y de convivencia se esté desarrollando así son: Posicionar al dinero como referente, el individualismo, la ambición del ser humano, la búsqueda de la estima ajena, el miedo y, en definitiva, los bajos niveles de consciencia.

A juzgar por el feedback que se obtiene de diferentes sectores, **hay una gran parte de la sociedad, principalmente de la juventud, que ya no acepta las reglas de este juego.** Y es que algo está cambiando en sus objetivos: han decidido dejar de vivir para trabajar porque **priorizan trabajar para vivir.** Han dejado de buscar la estima ajena y el honor, para lograr la estima propia y la autorrealización. Buscan flexibilidad y huyen de gestores autoritarios. Será difícil que una empresa pueda conseguir trabajadores si no les garantiza un trato acorde con los objetivos que persiguen, es como si hubieran venido a este mundo con un nivel de consciencia más elevado. Y lo admirable, es que con esta inclinación de sus reivindicaciones hacia lo personal están propiciando un cambio, hasta el punto de que están invirtiendo las posiciones de la oferta y la demanda: están empezando a ser las empresas las que demandan trabajadores.

De nada sirve lamentarse ni juzgar el modelo de sociedad que la juventud desea, las nuevas generaciones están concibiendo el nivel de vida de otra manera y con sus actitudes y prioridades están comenzando a variar la visión economicista del mundo. Y, no nos llamemos a engaño, el futuro será como ellos decidan y las creencias que constituían nuestros referentes actuales, poco a poco serán sustituidas y olvidadas. Al fin y al cabo, esto es lo que ha venido pasando en la historia de la humanidad, si bien es cierto que, a juzgar por lo vivido años atrás, ahora ocurre todo muy deprisa. Aunque no estaría demás saber qué pensaron aquellos que llevaron a cabo la revolución industrial.



graphispag  
2024



Fira Barcelona

1-3 OCTUBRE  
RECINTO GRAN VIA - BARCELONA

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

#graphispag     

# IMPRIMIENDO VALOR

# LOS NUEVOS RETOS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN ARTES GRÁFICAS

**AUTORES:** Jorge Fernández Val y Marta Gutiérrez Gil, profesores del IES Islas Filipinas de Madrid  
**AUTOR DE LAS FOTOGRAFÍAS:** Juan José Gómez Díaz, profesor del IES Islas Filipinas



En los últimos años se han llevado a cabo cambios determinantes en la educación, con nuevas leyes y su implantación parcial, y estos son palpables en la Formación Profesional y en la familia profesional de Artes Gráficas con la nueva Ley de FP, que da un giro enfocando formación práctica a las empresas de manera contundente, lo que supone mayor involucración y participación de éstas.

Se insiste en la necesidad de adaptar la formación a las demandas del sector, no obstante, hay aspectos esenciales ligados a los intereses del alumnado que tanto las empresas como los centros educativos debemos tener en cuenta.

Como formadores, uno de nuestros retos es captar la atención y el interés de estos alumnos y destacar, por ejemplo, la existencia de ofertas laborales, especialmente en áreas como la de Impresión y Post Impresión, que en menos de diez años podrían no ser cubiertas por falta de profesionales formados en las mismas.

## OFERTA FORMATIVA DE NUESTRO CENTRO

A continuación, mostramos nuestra experiencia como centro educativo que recoge la oferta global de Artes Gráficas, desde Programa Profesional, Grado Básico, Grado Medio y Grado Superior, abarcando todas las áreas: Preimpresión, Impresión y Post Impresión.

En primer lugar, nos referimos al perfil de los alumnos. En el caso del IES Islas Filipinas estos eligen de forma mayoritaria la oferta formativa de los ciclos de Preimpresión Digital de Grado Medio, y Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia de Grado Superior, con matriculaciones completas.

No obstante, tanto los ciclos de Impresión Gráfica como el de Post Impresión y Acabados Gráficos, de Grado Medio, y el ciclo formativo de Grado Superior de Gestión de la Producción Gráfica no siempre se cubren al 100 %. En estos últimos casos se trata de ci-

clos cuyo perfil profesional se enfoca al uso de maquinaria industrial.

En el caso del ciclo formativo de Impresión Gráfica los alumnos se sumergen en un interesante mundo manejando máquinas de impresión Offset, de Serigrafía y Flexografía; en cuanto al ciclo de Post Impresión y Acabados Gráficos los alumnos utilizan maquinaria específica para llevar a cabo guillotinado, plegado, alzado, encolado, troquelado... De igual manera en el ciclo de Grado Superior de Gestión de la Producción Gráfica, donde se entrelaza la formación en impresión con la formación en post impresión y preimpresión, convirtiéndose en uno de los ciclos más completos, atractivos y dinámicos de nuestro sector.

Hemos observado en los últimos años que los alumnos muestran un marcado interés por su vida personal, y priorizarán su tiempo de ocio frente a largas jornadas laborales, trabajos a turnos y repetitivos. La remuneración salarial es un aspecto importante pero no decisivo.

## LOS ALUMNOS MUESTRAN UN MARCADO INTERÉS POR SU VIDA PERSONAL Y PRIORIZARÁN SU TIEMPO DE OCIO FRENTE A LARGAS JORNADAS LABORALES, TRABAJOS A TURNOS Y REPETITIVOS

A su vez, el alumnado es nativo digital, aunque esto no implica que utilicen de forma óptima la maquinaria y las aplicaciones requeridas para su perfil profesional. Por ello, uno de los aspectos determinantes de nuestro trabajo como docentes es ayudarles e implicarles en ese aprendizaje, teniendo en cuenta que entre los cambios más significativos de los últimos años se encuentra la progresiva



zcolaboración entre empresas y centros educativos es interesante en relación con los materiales y la maquinaria.





El IES Islas Filipinas recoge la oferta global de Artes Gráficas.

digitalización de equipos, en menor medida en los ciclos de Impresión y Post Impresión. Esto supone una formación permanente, los alumnos tienen que estar actualizados y de igual forma cuando se convierten en profesionales del sector.

Reseñar la importancia de que el hecho de trabajar en una de las fases de las Artes Gráficas debe implicar el conocimiento de las demás. Un diseñador debe conocer aquello que se va a llevar a cabo con su trabajo, tanto en la impresión como en la post impresión. Deben decidirse desde el inicio los materiales a emplear, cuál será el sistema de impresión adecuado y qué acabados tendrán lugar. El conocimiento de todos estos aspectos será lo que garantice el éxito del producto final, teniendo en cuenta todo el proceso para su realización, cumpliendo con las especificaciones definidas por el cliente, así como la calidad requerida, y sin olvidar que

cada fase se convierte en cliente de la anterior. Hay que añadir que es frecuente que los alumnos matriculados en los centros en los que se imparten ciclos de Artes Gráficas no tengan clara su vocación. La elección de la familia profesional en muchas ocasiones no se ajusta al interés del alumno, lo que se podría paliar con un mayor conocimiento de la Formación Profesional por parte de los orientadores de los centros educativos de procedencia. Se desconocen los programas formativos y es común considerar que sus contenidos integran mayor carga lectiva práctica, sin tener en cuenta que el contenido teórico es esencial. Si se desconocen datos técnicos importantes como el gramaje y el tipo de papel más adecuado para la creación de un folleto publicitario, el resultado final de dicha producción probablemente no sea el correcto.

También citar que puede parecer que hay carencia de interés o falta de necesidad para in-

# 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](mailto:evolution@manrolandsheetfed.com)

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

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

Una compañía del Holding Langley plc.

**manroland**  
sheetfed

**WE ARE PRINT.®**

Los ciclos de Impresión Gráfica como el de Post Impresión y Acabados Gráficos no siempre se cubren al 100%.



corporarse al mundo laboral de manera inmediata una vez finalizados los ciclos de Grado Medio, especialmente, por lo que en muchos casos los alumnos amplían sus estudios con otros ciclos formativos tanto de Grado Medio como de Grado Superior. Y podría parecer que hay dificultades de contratación una vez finalizada dicha formación, pero no es así.

A su vez, hay que destacar la importancia de la Formación en Centros de Trabajo, que acerca y vincula al alumno con el trabajo real, y pone de manifiesto que la colaboración entre el centro educativo y la empresa es fundamental en su formación.

## LOS ALUMNOS CARECEN DE INTERÉS O DE NECESIDAD PARA INCORPORARSE AL MUNDO LABORAL DE MANERA INMEDIATA

## ADAPTACIÓN DE LA FORMACIÓN A LAS OFERTAS LABORALES

Otro de los aspectos a destacar es la falta de adecuación de la formación a las necesidades específicas de las empresas. Una de las razones evidentes es que los centros tienen unas programaciones concretas, limitadas por una legislación que no se actualiza al ritmo de los cambios que van surgiendo, a lo que se suman unos recursos limitados tanto en materiales como en maquinaria en los centros educativos.

En el caso de la maquinaria, los alumnos aprenden su uso, pero es difícil de renovar y adaptar a las necesidades del mercado por sus elevados costes, y esto supone un gran condicionamiento.

La colaboración entre empresas y centros educativos es interesante a este respecto, puesto que materiales y maquinaria que pueden considerarse obsoletos en una empresa pueden





resultar adecuados en un centro educativo, y es común, así como deseable esta interrelación. Nuestro deber es dotar al alumnado de las capacidades y habilidades necesarias que sean la base para su desarrollo y crecimiento en la empresa.

Y nosotros **como profesores debemos seguir formándonos y mantener la ilusión para que los jóvenes se sientan motivados y puedan descubrir lo apasionante que es el mundo de las artes gráficas**, dándoles a conocer las opciones laborales que tienen a su alcance, y

destacando que gran parte de lo que nos rodea, nos hace identificar, en ocasiones soñar... está creado por nuestros profesionales: con nombre propio los libros, pero junto a ellos, folletos, revistas, tarjetas, juegos de mesa, envases, textiles, señalética, carteles, etiquetas... con un larguísimo etcétera.

**El sector de las Artes Gráficas es el gran desconocido y paradójicamente estamos en presentes en todos los ámbitos de la vida cotidiana, nos convertimos en el nexo invisible entre el consumidor y el mundo empresarial.**



Los alumnos se sumergen en un interesante mundo manejando diferentes máquinas, según la especialidad formativa





**CANON PRESENTA**  
**UNA NUEVA SERIE**  
**DE IMPRESORAS DE**  
**GRAN FORMATO**  
**imagePROGRAF PRO**  
**DE 12 TINTAS PARA**  
**LOS MERCADOS DE LA**  
**FOTOGRAFÍA PROFE-**  
**SIONAL Y ARTÍSTICA**



## DISEÑADAS PARA LOS MERCADOS DE LA FOTOGRAFÍA PROFESIONAL Y LA FOTOGRAFÍA ARTÍSTICA PARA EXPOSICIONES Y COLECCIONISTAS

LA NUEVA SERIE CONSTA DE TRES MODELOS: LA imagePROGRAF PRO-6600 DE 60 PULGADAS (1.524 MM), LA PRO-4600 DE 44 PULGADAS (1.118 MM), Y LA PRO-2600 DE 24 PULGADAS (610 MM) QUE REEMPLAZAN A LAS imagePROGRAF PRO-6100, PRO-4100 Y PRO-2100, RESPECTIVAMENTE

Provistas con un nuevo juego de tintas pigmentadas LUCIA PRO II, la nueva serie de 12 colores ofrece la más alta calidad en impresión fotográfica. El lanzamiento de la nueva serie está orientado a satisfacer la demanda de una mayor durabilidad de las imágenes y de una mayor resistencia a la luz, para así ayudar a aumentar el tiempo de conservación de fotografías impresas, además de ofrecer más ventajas medioambientales. Esta serie será presentada próximamente en la feria Drupa 2024, en Dusseldorf (Alemania), en el stand de Canon, en el Pabellón 8A, B41-1 - B41-8.

### DURABILIDAD AUMENTADA

El juego de tintas LUCIA PRO II también permite a los usuarios asegurar una gran duración de sus impresiones debido a que estas nuevas tintas ofrecen una resistencia mejorada a los arañazos en los papeles fotográficos, lo que hace que el manipulado, el montaje y el acabado sean más fáciles. Por ejemplo, para las impresoras de fotografías para exposiciones (PSP) un pigmento incorporado en la tinta y muy resistente a la luz aumenta la

solidez del color. Así, las impresiones fotográficas para exposiciones y coleccionistas se reproducen incluso con mayor calidad con la nueva serie imagePROGRAF PRO y pueden conservadas hasta 200 años sin que se decoloren, lo que aumenta claramente su valor.

### POTENCIACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD

Al acelerar el proceso de alimentación automática de los soportes de impresión, el tiempo de carga de los soportes de impresión se ha reducido en aproximadamente el 40%.

### CONSIDERACIONES MEDIOAMBIENTALES

En línea con el objetivo de Canon de reducir el impacto medioambiental de sus productos y actividades operativas, mediante el uso responsable de sus recursos, la disminución al mínimo de los desechos, el aumento de la eficiencia y el apoyo a la innovación se ha reducido la cantidad de espuma de poliestireno utilizado en los embalajes de la nueva serie imagePROGRAF PRO. Por ejemplo, ahora se utiliza un 89,5% menos de espuma de poliestireno en la PRO-4600 que la utilizada en su predecesora. Además, su reducido consumo de energía, 85 W o menos durante su funcionamiento, y 2,3 W durante el modo de espera, ha ayudado, entre otros aspectos, a conseguir una calificación de producto "ORO" del Registro EPEAT (Electronic Product Environmental Assessment Tool) de los Estados Unidos, que exige los niveles de registro más altos en el sector de los equipos para imagen.

La nueva serie imagePROGRAF PRO estará disponible a partir del 24 de marzo, en toda la región EMEA (Europa, Oriente Medio y África), bien directamente en Canon o a través de distribuidores oficiales.

Para más información sobre la nueva serie imagePROGRAF PRO, escanea el siguiente código QR en tu teléfono móvil:



*En la página anterior:*  
La nueva serie imagePROGRAF PRO proporciona la mejor calidad de impresión profesional y una gran rapidez de impresión.





Kyocera Document Solutions España se posiciona como parte de la corporación global Kyocera, multinacional japonesa que ha marcado su trayectoria desde su fundación en 1959 con una misión clara:

FOMENTAR EL CRECIMIENTO MATERIAL E INTELECTUAL DE SUS EMPLEADOS Y CONTRIBUIR AL AVANCE DE LA SOCIEDAD Y LA HUMANIDAD A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN

Con más de seis décadas de experiencia, Kyocera se ha consolidado como uno de los principales fabricantes mundiales en diversos mercados tecnológicos, entre los que se encuentran la alta producción comercial e industrial.

Hoy entrevistamos a José Luis Alonso, CEO de Kyocera España. Con una amplia visión de la empresa a nivel tanto nacional como internacional, Alonso nos ofrece los insights sobre la estrategia de Kyocera en el mercado de la impresión de alta producción, sus planes de crecimiento y su compromiso con la sostenibilidad, un valor central en la filosofía de Kyocera.

### ¿CÓMO SE POSICIONA LA CORPORACIÓN DE KYOCERA A NIVEL INTERNACIONAL?

En estos 65 años de historia, nos hemos posicionado como una organización reconocida a nivel global y uno de los principales fabricantes mundiales de cerámica de alta tecnología aplicada a diferentes mercados. En la actualidad, Kyocera Corporation cuenta con casi 300 empresas dentro de su conglomerado internacional, más de 80.000 empleados en todo el mundo y una facturación de más de 13 billones de euros.

# ENTREVISTA A JOSÉ LUIS ALONSO, CEO DE KYOCERA DOCUMENT SOLUTIONS ESPAÑA

La compañía está basada en tres grandes áreas, Electronic Components, Core Components y Solutions Business. A esta última pertenece Document Solutions, a la que representamos en España y que supone un 21,5% del negocio total. A su vez, Document Solutions está compuesta por tres líneas de negocio bien diferenciadas: Office Printing, impresión en entornos de oficina, segmento más conocido en España y con el que llevamos 30 años operando en el país; Business Solutions nuestra área de negocio orientada a los servicios tecnológicos y soluciones empresariales y por último, Production Printing, la unidad de alta producción profesional con tecnología Inkjet, que lanzamos hace ya cuatro años.

### **¿CUÁLES SON LAS CLAVES DE KYOCERA EN EL ÁREA DE PRODUCTION PRINTING?**

Aprovechando nuestra dilatada trayectoria y experiencia en el sector, en el que ya éramos fabricantes de cabezales para otros fabricantes, en 2020 dimos el salto al mercado de la alta producción, proporcionando a nuestros clientes soluciones de alto rendimiento desarrolladas con el 100% de tecnología propia. En nuestro objetivo de acercarnos a las necesidades y requisitos del mercado, tales como tiradas más cortas y de mayor calidad, personalización, variedad de soportes o respeto por el medio ambiente, apostamos por la tecnología inkjet que, entre otros beneficios, permite producir a gran velocidad, con un coste asequible y haciendo viable la combinación de impresiones monocromo y de color.

Nuestro primer lanzamiento, TASKalfa Pro 15000c, nos ha permitido establecernos como un referente mundial en este sector. En el caso concreto de España, su implantación ha sido todo un éxito y ya hemos realizado más de 20 instalaciones en empresas de distintos sectores en todo el territorio nacional. Nuestra presencia actual en el sector gráfico tiene capilaridad para dar cobertura en todo el territorio y a través de nuestro canal cer-

tificado “Kyocera Production Partner”, ofrecemos un servicio excelente y a medida para cada uno de nuestros clientes.

Nuestra próxima cita será drupa 2024, el principal evento mundial de printing technologies. Allí, presentaremos nuestro nuevo equipo de impresión profesional TASKalfa Pro 55000c, la última incorporación a nuestro portfolio y que admite papel estucado para la impresión profesional, esencial en la alta producción de folletos, libros, marketing directo y otros materiales que requieren una elevada calidad para el mercado de la impresión comercial.

### **¿CÓMO ES LA PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO ESPERADO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS?**

Nuestro objetivo para los próximos años es continuar con nuestro crecimiento en todas las unidades de negocio (Production Printing, Office Printing y Business Solutions). Para ello, apostaremos por las sinergias entre ellas, además de continuar nuestra apuesta por la innovación y diversificación del negocio, sin perder la vista la sostenibilidad, uno de los principales pilares de nuestra estrategia.

En este sentido, nuestro fundador, el doctor Kazuo Inamori, fue un firme precursor de la sostenibilidad y el impacto positivo de nuestros productos, en un momento en el medio ambiente no era una preocupación común en la sociedad.

Esta filosofía se mantiene en la actualidad y, de hecho, el Wall Street Journal nos han incluido en su ranking mundial de las 100 empresas gestionadas de forma más sostenible. Nos esforzamos día a día para avanzar en este camino y recientemente hemos obtenido la certificación ISO 14001, un hito muy importante para nosotros, que supone un valor diferencial para nosotros y nos permitirá optimizar nuestros sistemas de gestión ambiental.



# LOS CTP DE HEIDELBERG CUMPLEN 40 AÑOS ESTE 2024

LA EXPERIENCIA ES UN VALOR SEGURO Y EL DESARROLLO TECNOLÓGICO DE NUESTROS CTPS QUEDA AVALADO POR LOS MILES DE EQUIPOS QUE DÍA A DÍA ASISTEN A MUCHAS EMPRESAS DEL SECTOR EN SUS PROCESOS DE PLANCHAS

---

HEIDELBERG cuenta con 40 años de experiencia en tecnología de imagen digital para los equipos de CtP.

En 1984 nos iniciamos con la filmadora Linotype Linotronic que evolucionó en un "CtF", llamado Hércules. Posteriormente, a principios de 1995, HEIDELBERG anunció el primer sistema CtP, llamado Topsetter. 9 años después, en 2004, pusimos en el mercado a la familia Suprasetter CtP, 100% tecnología HEIDELBERG, que ganó prestigio gracias a sus famosos y patentados cabezales láser. El conocimiento en automatización dio pie al exclusivo cargador de casetes duales, y más tarde apareció la primera línea "Push-to-Stop CtP", desde el palet hasta la plancha prensa-

da. Tal como afirma Jaime de Diego, Business Driver de la línea, "nuestros equipos de impresión offset, en combinación con el software MetaShooter y el Suprasetter, entre otras cosas, nos ayudan a poder mandar a filmar una plancha desde el mismo pupitre de má-



quina al operario de impresión, sin necesidad de disponer de recursos de sala de preimpresión. Sin o con producción de planchas, se da prioridad a la plancha sin tener que usar el flujo de trabajo”.

En 2021, HEIDELBERG conectó la línea “Push-to-Stop CtP” directamente a la máquina de impresión Plate-2-Unit y gracias a Prinect Plate Pilot se dio opción a “poder pasar del PDF a la impresión”. Han sido años de I+D intensos, comenzando con la película, pasando por la tecnología de planchas térmicas hasta llegar a la automatización e integración completa. Hoy, en HEIDELBERG, disponemos de nuestra propia línea de producción, y para los próximos años mantenemos un firme compromiso para mantener los niveles de fabricación y mejora constante.

En este pasado 2023, HEIDELBERG ha dado un paso más en el camino de la mejora de la eficiencia de nuestros clientes. Hemos iniciado una nueva etapa que tiene como protagonista a las instalaciones con sistemas

Nela. Este sistema de doblado de planchas o vending, que se sitúa tras el revelado, dará mucho que hablar. El resultado es ya un ritmo de demos, ofertas y proyectos que dibujan un 2024 con un claro interés en la búsqueda de ahorro de recursos y tiempo. Un paso más para ese aumento del OEE, indicador que empieza a ser ineludible en nuestro sector. Configuraciones como Suprasetter 106 de 55 planchas/hora + doble cargador + otra línea Suprasetter conectada al sistema de predoblado de planchas Nela; o Suprasetter 106 38 pph con cargador de pallets y Dual Cassette Loader, haciendo posible 5+1 formatos de plancha en plena producción. Y sin ir más lejos, para este 2024, podremos hablar de instalaciones en clientes capaces de depositar juegos de planchas por trabajo y máquina una vez filmadas, reveladas y dobladas.

La nueva generación de Suprasetter de HEIDELBERG significa Consumo mínimo, eficiencia energética, automatismo, protección de medio ambiente, control de costos y sobre todo la garantía de tecnología Laser 100% HEIDELBERG..



# COMUNICARTE 2024

**XXVII JORNADAS DE ARTE,  
COMUNICACIÓN Y NUEVAS  
TECNOLOGÍAS 30 Y 31  
DE ENERO DE 2024**

**AUTOR:** Juan Jándula. Jefe Dpto. Artes Gráficas, IES Puerta Bonita



**GRUPO**  
**NEO**

P  
B  
S  
F

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



# NUEVA FORMADORA DE CAJAS CÓNICAS



**SOLUCIONES EN  
POST-IMPRESIÓN  
Y ACABADOS**



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



*A la izquierda:* En el Foro Tecnológico de Artes Gráficas se contaron con diversas ponencias profesionales.

*A la derecha:* En el makerlab del centro se montó un taller de personalización.

## EL IES PUERTA BONITA CELEBRÓ LOS DÍAS 30 Y 31 DE ENERO LAS XXVII JORNADAS DE ARTE, COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS COMUNICARTE

El día 30 se llevó a cabo, con gran afluencia de público, el **Foro Tecnológico de Artes Gráficas** en el que pudimos contar con 12 ponencias de profesionales del sector. Algunas abordaron aspectos motivacionales para acercar a los jóvenes estudiantes a la realidad y salidas profesionales del sector.

Contamos para ello, con algunos exalumnos, hoy día con una consolidada trayectoria profesional en los diferentes ámbitos de la industria de la comunicación gráfica. En otros casos, fueron los propios empresarios los que se acercaron para cubrir estos aspectos o algunos más técnicos.

### SE ABORDARON ASPECTOS MOTIVACIONALES PARA LOS JÓVENES ESTUDIANTES

También se desarrollaron ponencias especializadas y técnicas, con temas como

- el diseño de PLV
- la gestión de color en las tintas planas o
- el diseño en general

Las entidades y empresas que han colaborado han sido: DIN impresores, Grupo de Comunicación Aries, Libnova Digital Preservation, Comunicación Gráfica Alborada, Ricoh, Equipo de Diseño del Club Atlético de Madrid, Ahorra en Tinta, Fábrica Nacional de Moneda y Timbre, Editorial Penguin Random House y la Escuela Superior de Diseño de Madrid.

El día 31 de enero se realizaron visitas de los diferentes grupos de estudiantes a empresas del sector: Etiquetas Rever, Drimpack, Ricoh, y Gráficas Jomagar fueron las encargadas de guiar a nuestros estudiantes por sus instalaciones.

También el día 31, en el **makerlab** del centro, la empresa M2M, colaboró, montando un taller de personalización, por el que fueron pasando diversos grupos de alumnos, que tuvieron así la oportunidad de adentrarse en este interesante nicho de oportunidades.

**El esfuerzo de los diferentes equipos educativos, así como de las empresas que han colaborado han hecho posible un año más que el reto de intercambiar ideas, novedades y en definitiva de aprender, se haya cumplido. Gracias a todos.**





# SOLUCIONES

NEOBIS PRESS 175 **neobis**

# ¿CÓMO DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EFICAZ PARA LA GESTIÓN DE PERSONAS?

SEGUNDA PARTE

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



## EN PRIMER LUGAR, TENEMOS QUE SABER CUÁL ES EL SENTIR DE LA PLANTILLA RESPECTO A TEMAS FUNDAMENTALES DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA GESTIÓN DE PERSONAS EN CUALQUIER ORGANIZACIÓN

En el último número y, con la primera parte de este artículo, hablamos de la importancia de la comunicación en la empresa, de saber a quién dirigirnos, cómo dirigirnos, de modificar nuestra forma de comunicarnos dependiendo de la persona a la que tengamos delante y, algo muy importante, del papel trascendental de los mandos intermedios en el éxito de la comunicación de la empresa.

Pero, una vez que ya tenemos clara la importancia vital de la comunicación en cualquier empresa, independientemente de su tamaño, llega la siguiente cuestión a resolver, pero ¿cómo podemos desarrollar una estrategia de comunicación eficaz de la empresa para la gestión de personas?

En primer lugar, tenemos que saber cuál es el sentir de la plantilla respecto a temas fundamentales desde el punto de vista de la gestión de personas en cualquier organización: clima laboral, relación con compañeros y superiores, consideración de la carga de trabajo, de la política de comunicación actual, de la política retributiva de la empresa etc., para saber con datos fiables, en qué punto está la plantilla de nuestra organización, cuáles son aquellos temas con más urgencia de tratar y/o solucionar.

Normalmente, si la estrategia de comunicación no ha sido eficaz la mayoría de los parámetros tendrán unos resultados negativos, lo que demostrará la necesidad urgente de abordar el tema de manera eficaz. Para obtener

esta información en empresas de más de diez trabajadores se harán encuestas a la plantilla diseñadas a tal efecto y, en empresas de menos de diez trabajadores, lo más conveniente es acudir a la entrevista personal y personalizada con cada uno de ellos.

Una vez sepamos cuáles son los temas de mayor urgencia a solucionar, es importante también tener una reunión de manera individualizada con los mandos intermedios para que puedan expresar su punto de vista sobre los temas que hayan tenido peores resultados, ya sea en las encuestas o en las entrevistas, para que puedan dar su propia visión de la problemática con su experiencia directa en el día a día y por el trato cercano con cada una de las personas que forman parte de su sección o de la organización en el caso de empresas más pequeñas.

Una vez analizada toda la información recibida y detectados aquellos problemas más urgentes de abordar, es el momento de empezar a crear una estrategia de solución para los problemas que hayan surgido, porque si el malestar y los problemas son reales, si no los



solucionamos, ninguna estrategia de comunicación será eficaz. Y, sobre todo, llevadas a cabo aquellas acciones tendentes a dar solución a estos problemas, debe de transmitirse mediante reuniones con la plantilla que se ha hecho, cómo se ha hecho y, sobre todo, explicarles que supone para ellos, como campaña para que aprecien y valoren el esfuerzo de la empresa.

También tenemos que tener presente otro posible escenario que puede resultar de las entrevistas o de las encuestas realizar y, es que, la empresa tenga múltiples beneficios sociales y que la plantilla de la empresa desconozca que estos beneficios están por encima de lo que establece la legislación vigente y que, por tanto, no sepan y, lo que es peor, que no valoren que la empresa está haciendo una serie de esfuerzos extras a fin de mejorar la situación

de sus trabajadores y, por ende, como una herramienta de retención del talento y no estén funcionando como tal.

**¿Qué podemos hacer en este escenario?** Reuniones explicativas de todos estos beneficios, de cómo mejoran lo establecido legalmente y cómo beneficia a la plantilla, es decir, la empresa debe darse “autobombo” para que las personas que la conforman valoren lo que tienen porque el desconocimiento es tan o más peligroso que la inexistencia de medidas.

Llegados a este punto y tras la primera implantación efectiva de la estrategia de comunicación, no podemos olvidar que **la empresa está “viva” y que, periódicamente, es completamente necesario volver a reevaluar la situación del personal**, el sentir y sus opiniones e ir adaptando la estrategia de comunicación al momento que se esté viviendo y, recordar la existencia de esos beneficios sociales que existen en la gran mayoría de empresas de nuestro sector, que mejoran los mínimos legales ampliamente y que se debe de conocer y reconocer como tal por parte de las plantillas.

## CONTACTA CON NEOBIS

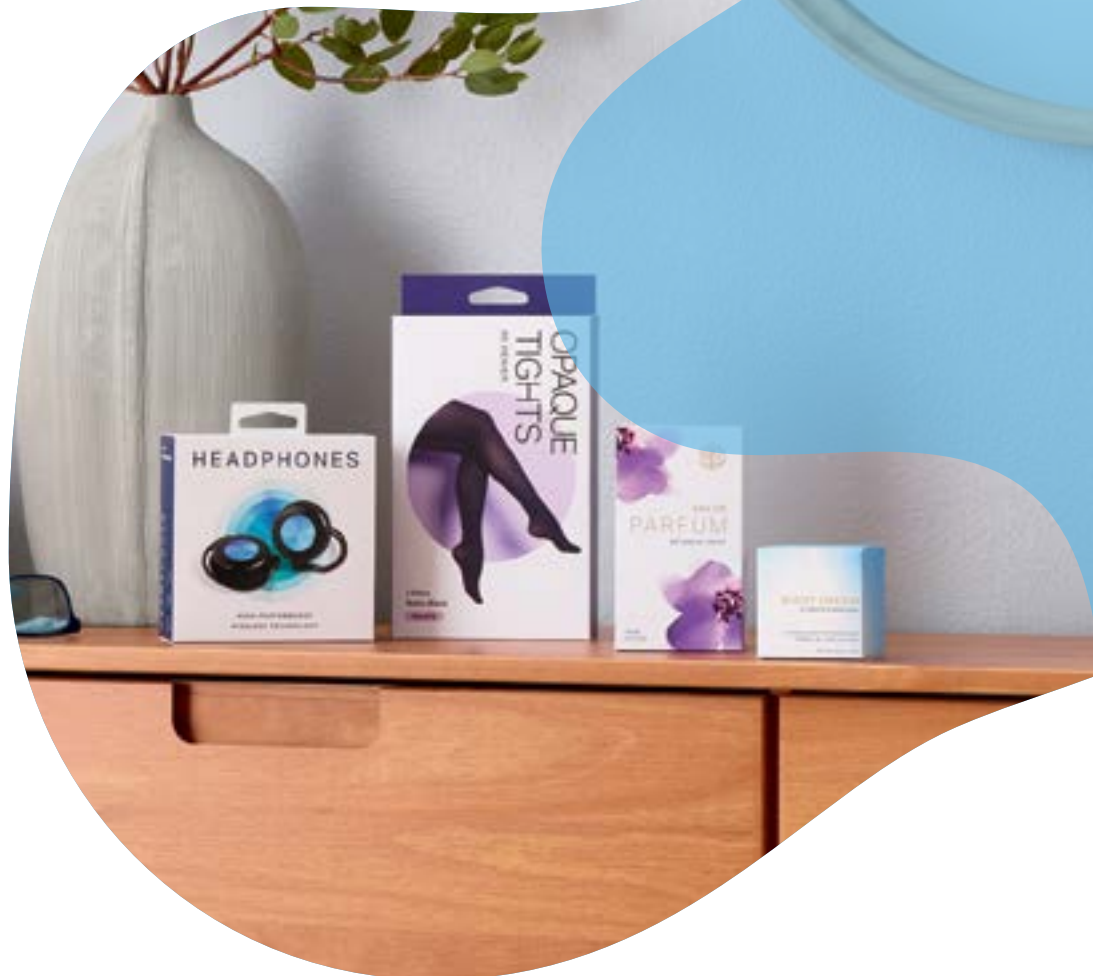
 912 437 400

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



# Aproveche el nuevo potencial de *Algro Design*

Sus excepcionales cualidades tanto en la cara superior como en el reverso liberan nuevas posibilidades para su creatividad.



Cuando busque una cartulina premium de alto rendimiento, Algro Design está diseñado para que su marca destaque y sea recordada.

El reverso con estucado ligero proporciona más brillo y color, ya que no absorbe tanta tinta, manteniendo las conocidas propiedades de la gama Algro Design.

Solicite su pack de muestras escaneando el código QR o póngase en contacto con nosotros para obtener más información



psp@sappi.com  
sappi-psp.com

sappi | **Algro**  
Design

# ADAPTAR Y REDUCIR LA JORNADA NO ES LO MISMO: PASOS HACIA LA CONCILIACIÓN LABORAL

**AUTORA:** Sandra Fariña.  
Consultoría Jurídico Laboral neobis





A nadie se le escapan los múltiples beneficios que tiene en la vida de las personas trabajadoras una buena conciliación de la vida familiar, personal y laboral: desde la mejora de la calidad de vida, reducción del estrés hasta la consecución de un mejor ambiente laboral en la empresa. Todo ello supone, además, una mejora en la productividad y una mayor fidelización del talento en la empresa, pues facilitar la conciliación se traduce, para la plantilla, en un salario emocional que genera un compromiso directo con la misma.

No obstante, como ocurre en muchas ocasiones, resulta muy complicado para algunas empresas, sobre todo para las pequeñas y medianas, pasar de la teoría a la práctica. Así, en el sector de la Comunicación Gráfica, donde la mayoría de las empresas tienen un personal muy ajustado a las necesidades de producción, resulta un verdadero reto conceder todas las facilidades posibles para que

las personas puedan conciliar, máxime cuando los niveles de absentismo están disparados, no solo a nivel sectorial sino también a nivel nacional.

## FACILITAR LA CONCILIACIÓN SE TRADUCE, PARA LA PLANTILLA, EN UN SALARIO EMOCIONAL QUE GENERA UN COMPROMISO DIRECTO CON LA MISMA

Imaginemos, por tanto, un departamento en el que hay un turno de mañana, otro de tarde y uno de noche, en los que son necesarias al menos dos personas por turno para alcanzar la producción requerida; estando el departamento formado por únicamente seis perso-



nas, es fácil entender que cualquier desequilibrio puede causar problemas productivos, retrasos en la entrega de pedidos, etc. Por tanto, ante el considerable aumento de los permisos retribuidos, incluidos en nuestra normativa laboral el año pasado, es sencillo que, de un día para otro, cualquiera de las personas que forma parte del departamento pueda ausentarse y crear un desajuste muy difícil de gestionar.

Una posible solución a este tipo de absentismo relacionado con la conciliación familiar sería acudir al mecanismo previsto en la legislación como adaptación de jornada, ya que, si la plantilla tiene horarios ajustados a sus necesidades, será más complicado que se produzcan ausencias inesperadas.

Llegados a este punto, por tanto, pueden surgir las dudas más comunes cuando una persona solicita adaptar su jornada: **¿es lo mismo una reducción de jornada y una adaptación? ¿se pueden negociar los términos? ¿qué derechos tienen las personas trabajadoras? y, por último, ¿qué debo hacer como empresa?**

Pues bien, no es lo mismo una reducción y una adaptación: mientras que una reducción de jornada supone disminuir el tiempo de trabajo, así como el salario de manera proporcional, en una adaptación de jornada la persona continúa trabajando el mismo número de horas, conservando su salario al completo, pero se permite que se distribuya el horario de forma que se adapte a las necesidades de conciliación de la persona trabajadora. Por otro lado, ante una solicitud de reducción de jornada la empresa se

verá obligada a concederla directamente, solo pudiendo proponer un horario alternativo; en el caso de la adaptación de jornada, este derecho no es tan automático, sino que ante una solicitud, la empresa está obligada a abrir un proceso de negociación durante un periodo máximo de quince días, por lo que, aquí, la legislación no tiene en cuenta únicamente las necesidades de la persona trabajadora, sino que la adaptación solicitada sea razonable y proporcionada en relación con las necesidades organizativas o productivas de la empresa.

## NO ES LO MISMO UNA REDUCCIÓN Y UNA ADAPTACIÓN DE JORNADA

Es decir, se puede afirmar **que la clave para que se produzca la adaptación de jornada de una persona trabajadora es la negociación con la propia empresa**, como medio





indispensable para llegar a un punto común de entendimiento. Así, la persona trabajadora tiene derecho a solicitar adaptaciones de la distribución de su jornada, así como de la ordenación del tiempo de trabajo y la forma de prestación (por ejemplo, solicitar trabajo a distancia), para hacer efectivo su derecho a la conciliación de la vida familiar y laboral. Estas necesidades de conciliación han sido aumentadas recientemente, por lo que se puede solicitar si se tienen hijos menores de 12 años (en caso de ser mayores, también si tienen necesidades de cuidado), o para cuidar del cónyuge o pareja de hecho, de familiares por consanguinidad hasta el segundo grado, o de otras personas dependientes que convivan en el mismo domicilio, y que por razones de edad, accidente o enfermedad no puedan valerse por sí mismas.

Como habíamos adelantado, cuando se produce una solicitud de este tipo la empresa tiene el deber de negociar con el solicitante de la adaptación, siendo muy importante anotar que, en caso de no existir una oposición moti-

vada expresa por parte de la empresa, se presumirá que la adaptación ha sido concedida en los estrictos términos solicitados. Por ello, es primordial actuar con celeridad, estudiar el caso concreto y, sobre todo, en caso de no estar de acuerdo con lo solicitado por la persona trabajadora, abrir un período de negociación y ofrecer posibilidades alternativas a la solicitud realizada basadas en razones objetivas. Durante este período de negociación se tendrán que levantar actas de todas las reuniones mantenidas donde se recojan los diferentes puntos de vistas de las dos partes y las propuestas realizadas. Si finalmente se alcanza un acuerdo, es extremadamente recomendable dejarlo plasmado por escrito.

## LA EMPRESA TIENE EL DEBER DE NEGOCIAR CON EL SOLICITANTE DE LA ADAPTACIÓN

No obstante, puede ocurrir que, a pesar de los intentos no se llegue a ningún entendimiento, por lo que las discrepancias tendrán que ser resueltas ante los Juzgados de lo Social, siguiendo el procedimiento para el ejercicio de los derechos de conciliación, donde la mayoría de los jueces analizarán la cuestión en términos de razonabilidad y proporcionalidad en relación con las necesidades de las dos partes pero, sobre todo, de cara



a la empresa, valorarán si se han producido propuestas alternativas razonables, lógicas y basadas en cuestiones objetivas; de ahí, **la importancia de estar asesorados durante el proceso de negociación** y de dejar plasmadas todas las cuestiones que se susciten durante las reuniones mantenidas con las personas trabajadoras.

Como vemos, **la adaptación de jornada puede ser una figura que nos permita apoyar la conciliación de la plantilla en nuestras empresas:**

- mejorando los niveles de absentismo
- alcanzando beneficios como la mejora de la productividad y tener un buen ambiente laboral

Llegar a acuerdos favorables para ambas partes puede ser todo un desafío, que solo se consigue a través de la comunicación con la plantilla y del asesoramiento legal continuo durante

todo el proceso para, así, evitar terminar en los juzgados acatando una sentencia impuesta que, muy probablemente, acarree más problemas que soluciones.

Por tanto, ante una situación de este tipo, es importante plantearlo como una oportunidad y contar con el apoyo profesional que evite la judicialización del caso. Pactarse que se tenga que indemnizar a la empresa por daños y perjuicios. Por su parte, si el empresario incumple, no abonando la indemnización, el trabajador recuperará su libertad profesional.

Como vemos, hay que tener muy en cuenta todos estos matices a la hora de plantear la firma de un pacto de este tipo y estar asesorados en todo momento, ya que dichos pactos pueden repercutir en claros beneficios para la empresa en determinados casos, si se realiza correctamente; no obstante, un simple defecto formal o fallo a la hora de redactar el pacto o abonar la cantidad acordada, pueden suponer la nulidad de estos o que terminen siendo verdaderos problemas para las empresas. Por ello, es fundamental, como decíamos, el asesoramiento y tener toda la información adecuada cuando se plantea su firma con una persona trabajadora.

## CONTACTA CON NEOBIS

 912 437 400

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



# Hispack 2024

PACKAGING, PROCESS  
& LOGISTICS

7-10 MAYO 2024  
RECINTO GRAN VIA - BARCELONA



Fira Barcelona

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

#hispack    

# MAKING A BETTER IMPACT



Packaging  
Machinery  
& Process



Brand  
Packaging



Industrial  
Packaging



Labelling  
& Bottling



Logistics,  
Automation  
& Robotics



# EL SALARIO MÍNIMO INTERPROFESIONAL

**AUTORA:** Ángela Collado. Consultoría y gestión laboral de neobis

CADA AÑO ES NOTICIA LA NEGOCIACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL SALARIO MÍNIMO INTERNACIONAL. ES BASTANTE COMENTADO PORQUE ES UN VALOR DE REFERENCIA Y NORMALMENTE SE CREA MUCHO DEBATE EN CUANTO A SU INCREMENTO

## EL SMI SE INCREMENTA EN UN 5%, HASTA LOS 1.134 EUROS MENSUALES PARA 2024

El SMI es el salario bruto mínimo de referencia y se puede considerar en términos anuales, mensuales o diarios, aunque el más conocido popularmente es el mensual. **En 2024, el SMI se ha fijado en 15.876 euros brutos anuales**, que supone un 5% de incremento con respecto al fijado para 2023. Este salario bruto anual equivale a 1.134 euros brutos mensuales en 14 pagas o a 1.323 euros brutos mensuales en 12 pagas, es decir, con las pagas prorrateadas. EL SMI en término diario es de 37,8 euros brutos.

En cuanto a salario es importante destacar que como SMI solo computa el salario dinerario, **no entran los salarios en especie** que

podiesen abonarse a los trabajadores o trabajadoras ni estos podrán verse minorados por la subida del SMI.

Este año el SMI se publicó en el Real Decreto 145/2024, del BOE de 6 de febrero de 2024, **con efectos retroactivos del 1 de enero de 2024.**

## PERO ¿CUÁL ES EL PROPÓSITO DEL SMI Y A QUÉ AFECTA?

Como decíamos anteriormente, el SMI es un **valor de referencia para fijar salarios** mínimos en todos los sectores de actividad, pero también afecta a otros aspectos.

La determinación de las **bases de cotización** de los trabajadores y trabajadoras son clave para la cotización a la Seguridad Social, de forma que se establecen unas bases mínimas y máximas anualmente. Las bases mínimas suelen estar ligadas al SMI, aunque no siempre se corresponden, pero no se puede cotizar menos del salario mínimo establecido. Es decir, que **el SMI determina las bases mínimas y, por tanto, las cotizaciones.**

Otro elemento de la gestión de personal que viene determinado por el SMI son los **embargos salariales**. Los embargos están regulados por la Ley de Enjuiciamiento Civil, en la que se establece una escala de salario inembargable. Normalmente, el importe del SMI es inem-



## CONTACTA CON NEOBIS

912 437 400 

acollado@neobis.es 

bargable en un primer tramo de esa escala y, a medida que se suben escalones, se aplica un porcentaje sobre el exceso del SMI. Esto quiere decir que **cuanto más alto sea el SMI, hay una cantidad más elevada exenta de ser embargable** y una cantidad más baja sobre la que se puede aplicar el embargo, lo que hará que éstos se prolonguen en el tiempo.

La elevación de la cuantía del SMI a 15.876 euros anuales obliga también a revisar la **regulación en materia de IRPF**.

En consecuencia, todos los años se modifica el Reglamento de IRPF, en virtud del cual cambian los **límites de los rendimientos del trabajo a los que se les aplica retención de IRPF**, quedando excluidas de la obligación de retener las retribuciones iguales o inferiores al SMI aprobado para el presente ejercicio

(**15.876 euros brutos anuales**) o bien, que siendo superiores, no excedan de 19.747,50 euros para determinadas situaciones.

Y, un ámbito más al que afecta la subida del SMI es el **sistema especial de Empleados de Hogar** cuyo salario viene determinado por el SMI y que cada año lleva aparejada la publicación por parte de la Seguridad Social de una tabla de bases de cotización por tramos de salario.

(A fecha de envío de este artículo a impresión, no se han publicado las bases mínimas para 2024 ni las nuevas tablas para el sistema especial de Empleados de Hogar).



# PERO ¿SE PUEDE RENUNCIAR A UNA HERENCIA?

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

Sin duda se trata de una pregunta que a muchos de nosotros se nos habrá planteado a lo largo de nuestra vida y que, en estos últimos días, se habrá reiterado a la luz de las informaciones que sobre este asunto han salido publicadas en la prensa. Por ejemplo, se ha conocido recientemente, a través de una nota emitida por el Consejo General del Notariado, que **la renuncia a herencias ha aumentado un 26,3 % desde que comenzó la crisis desencadenada por el Coronavirus.**

EN EL AÑO 2023, LA CIFRA DE HERENCIAS ADJUDICADAS SUPERÓ LIGERAMENTE LAS 354.000, SIENDO DE ELLAS RECHAZADAS ALGO MÁS DE 56.000, ES DECIR, CASI UN 16% DE AQUELLAS O, LO QUE ES LO MISMO, UNA DE CADA SEIS

Conviene aclarar la diferencia entre dos conceptos jurídicos que están directamente relacionados con las herencias como son **la repudiación y la renuncia**. El primero, se refiere al acto por el cual un individuo rechaza la condición de heredero y, por tanto, no concurre a la herencia, mientras que el segundo, hace referencia a aquel que, manteniendo su condición de heredero, rechaza los bienes que le pudieran corresponder en favor de otra u otras personas.

Las causas principales de este acto de renuncia se pueden resumir en tres, motivos personales y/o familiares, los costes que supone adjudicar y recibir la propia herencia y, en tercer lugar, que los activos a recibir sean inferiores a los pasivos, es decir, que la herencia sea “negativa”.



Con respecto al primer grupo, encuentran fundamento en razones de índole subjetiva sobre las que nada se puede oponer. Sin embargo, sobre el segundo y el tercero podemos tratar de aportar alguna idea que ayude en la toma de decisiones de esta índole. Si estamos ante el caso de herencias cuya adjudicación es prácticamente ilíquida, es decir, no contiene activos fácilmente convertibles en dinero con el que afrontar el pago de los costes derivados de la referida adjudicación, o este es insuficiente para afrontar dichos gastos, es interesante conocer los plazos de liquidación de los impuestos más relevantes en este tipo de operaciones.

El primero, es el gasto correspondiente al **Impuesto sobre Sucesiones**, el cual debe ser presentado dentro de los seis meses siguientes a la fecha del fallecimiento del causante o a la fecha en que adquiera firmeza la declaración del fallecimiento, en determinados casos particulares. El plazo de seis meses previsto inicialmente para la liquidación del Impuesto es prorrogable por otro plazo igual, a solicitud de los herederos, siempre que el heredero interesado presente dicha solicitud antes de que hayan transcurrido los cinco primeros meses posteriores a la fecha de fallecimiento del causante.

Por el contrario, cuando nos encontremos con una herencia yacente, la solicitud de prórroga formulada por uno de los herederos permitirá al resto beneficiarse de ese nuevo periodo de gracia. La Administración prestará conformidad expresa, mediante notificación al interesado, o de manera tácita, si transcurrido un mes desde la presentación de la solicitud, dicha Administración no ha notificado la denegación. Iniciado el período adicional, el sujeto pasivo deberá satisfacer intereses por el período prorrogado.

Como segundo impuesto más relevante es la coloquialmente llamada “**plusvalía municipal**” es decir, el **Impuesto sobre el Incremento de Valor de los Terrenos de Naturaleza**

**Urbana**, tributo que aparece en el momento en que existe un bien inmueble de esa naturaleza, entre los activos de la herencia.

Esta cuota puede ser muy alta si el bien estuvo en el patrimonio del causante durante bastante tiempo antes de su fallecimiento y/o si el valor catastral adjudicado a la parte del suelo de dicho bien es elevado. El plazo de presentación de la declaración por este impuesto es de seis meses, pero también es prorrogable, hasta un año, a iniciativa del sujeto pasivo. En este caso, la solicitud de prórroga se puede presentar en cualquier momento antes de que transcurra el plazo inicial de seis meses, y del mismo modo, habrá que pagar intereses por el período prorrogado.

Y si finalmente nos encontramos en un supuesto de los incluidos en el tercer grupo de motivos para renunciar a una herencia, es decir, **son superiores las deudas a heredar que los bienes y derechos o, quizás, no estamos seguros del contenido de la herencia que nos corresponde**, nuestro ordenamiento nos ofrece distintas alternativas entre las que destacamos la posibilidad de **aceptar la herencia "a beneficio de inventario"**, es decir, tendremos que afrontar aquellas contingencias a favor de terceros, pero únicamente responderemos a ellas con los activos heredados.

**Por tanto, a la pregunta que planteamos en el título del artículo, sin duda la respuesta es afirmativa: por supuesto podemos renunciar a una herencia, pero antes hay que evaluar los pros y contras y conocer las distintas opciones que tenemos para que las consecuencias de la aceptación o de la renuncia, sean proporcionales a nuestras expectativas.**

**CONTACTA  
CON NEOBIS**

912 437 400 

c.granado@cemad.es 





Te  
**INTERESA**

NEOBIS PRESS 175



# EL SECTOR DE LAS ARTES GRÁFICAS, OBLIGACIONES EN MATERIA DE ENVASES DURANTE EL AÑO 2024



**AUTORAS:** Laura Sanz de Siria, Secretaria General de CONFECOI y Coordinadora del SCRAP IMPLICA. Sandra Robles López, Área Técnica del SCRAP IMPLICA

SI TE CONSIDERAS UN EXPERTO EN LA RESPONSABILIDAD AMPLIADA DEL PRODUCTOR (RAP) DESPUÉS DE HACER LA "INFORMACIÓN ANUAL SOBRE ENVASES PUESTOS EN EL MERCADO ESPAÑOL" CORRESPONDIENTE A LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS, AHORA VIENE LA MEJOR PARTE, LAS OBLIGACIONES DERIVADAS DEL RD1055/2022 DE ENVASES Y RESIDUOS DE ENVASES (RDERE) NO ACABAN, PERO NO TE ASUSTES QUE IMPLICA TE AYUDA

A día de hoy el SCRAP IMPLICA de envases comerciales e industriales ha estado trabajando últimamente en los modelos operativos, especialmente de envases reutilizables, y la plasmación de la contribución financiera a los SCRAPS en las facturas.

Una vez constituido el SCRAP nuestra Junta Directiva y personal técnico está con más actividad que nunca preparando a nuestros 350 adheridos para el año 2025. En las últimas reuniones, mesas de trabajo y webinarios se han trabajado temas relevantes para la recopilación de datos de envases y las futuras obligaciones financieras de los productores de producto.

## ¿CÓMO PUEDO PREPARAR A MI EMPRESA PARA LOS CAMBIOS DEL 2025?

Os recomendamos que, a pesar de haber finalizado con las obligaciones de información al MITERD por el momento, que no dejéis de prestar atención a la RAP ya que las empresas del sector de las artes gráficas y todos los demás sectores antes de 2025 deben:

- Preparar sus programas informáticos para suministrar la información de las tipologías de envases que pone en el mercado al SCRAP
- Modificar sus facturas para incorporar la contribución al SCRAP y los SDDR
- Informar a sus proveedores y clientes como va a cumplir con la RAP, sobre todo como poseedor final de residuos de envases
- Formar a sus comerciales para explicar a sus clientes el nuevo RD y cómo su empresa cumplirá con la RAP



- Analizar cómo mantener la trazabilidad de sus envases

En IMPLICA estamos dando respuesta a estas y otras preguntas a nuestros adheridos pero te podemos avanzar algunos aspectos interesantes.

## MODELOS OPERATIVOS SOBRE ENVASES

IMPLICA tiene que recopilar la información sobre los envases de todos los productores de producto, poseedores finales y gestores y transmitirla al MITERD para poder cumplir con los objetivos de prevención, reutilización y reciclado de la UE y traspuestos al sistema español. Para ello necesitamos la colaboración de todos estos agentes de la cadena empresarial, que deberán preparar sus sistemas informáticos y de toma de datos a las necesidades de información determinados en la Ley. La información sobre la naturaleza y calidad de los envases es relativa al tipo y características del envase (un solo uso o reutilizable), su peligrosidad y el tipo y porcentaje de reciclado de su material de fabricación, principalmente.

## ENVASES REUTILIZABLES

El RD 1055/2022 de envases y residuos de envases establece en su artículo 46 el establecimiento obligatorio del sistema de depósito, devolución y retorno (SDDR) para envases reutilizables. Es decir, que para que un productor de producto pueda considerar su envase como “reutilizable” tiene que crear un SDDR para ese tipo de envase.

Los SDDR también deben estar regulados de forma financiera pudiendo cobrarse una fianza por el mismo hasta el poseedor final o bien ceder su derecho de uso a todos los eslabones de la cadena mediante un acuerdo remunerado con o sin depósito.

## CONTRIBUCIÓN FINANCIERA EN FACTURAS

En cuanto a la repercusión en facturas de la **contribución al SCRAP** el RDERE anuncia

que “en las facturas que emitan los productores por las transacciones comerciales de los productos puestos en el mercado a través de SCRAP, se deberá identificar la contribución efectuada a dichos sistemas correspondiente a los envases”.

En cuanto a la repercusión en facturas del **SDDR** hay dos opciones a tener en cuenta, o bien que se tenga la propiedad del envase o bien que sea una cesión de uso del mismo. Respecto al primer caso el RDERE anuncia que se debe “cobrar a sus clientes, hasta el consumidor final y en concepto de depósito, una cantidad por cada unidad de envase que sea objeto de transacción”. Respecto al segundo caso “En aquellos casos en que el productor mantenga la propiedad del envase y ceda el derecho de uso será a través de un acuerdo remunerado entre las partes, cuya cuantía garantice la devolución del envase reutilizable”.

## ¿Y POR QUÉ IMPLICA?

Porque...

...**estamos IMPLICADOS en la economía circular y en el cuidado del Medio Ambiente**, desde la puesta en el mercado de los envases hasta su recuperación

...IMPLICAMOS a toda la cadena empresarial: fabricantes, envasadores, poseedores y gestores.

...IMPLICACIÓN en un proyecto y una misión para nuestro planeta, sin un ánimo de lucro.

Buscamos la IMPLICACIÓN en la prevención, reutilización y reciclado de envases

En resumen, IMPLICA es el SCRAP integrador y circular que ayuda a las empresas a cumplir con su Responsabilidad RAP derivada de la nueva normativa sobre Envases en España.

Para más información, abre la cámara de tu dispositivo móvil y escanea el siguiente código QR:





**el sector  
en verde**

NEOBIS PRESS 175

# NUEVOS REGLAMENTOS SOBRE GASES FLUORADOS EN LA UE

**AUTOR:** Sergio Ródenas Esteban. Colaborador Consultoría Medio Ambiente neobis

Europa acaba de actualizar sus principales reglamentos con relación a los gases fluorados, unos compuestos químicos incluidos en los denominados **gases de efecto invernadero** (GEI). Recordemos que los GEI **son aquellos compuestos que tienen la capacidad de retener calor en la atmósfera terrestre, contribuyendo al fenómeno conocido como calentamiento global.**

AUNQUE ESTOS GASES SON FUNDAMENTALES PARA MANTENER LA TEMPERATURA DE LA TIERRA EN NIVELES HABITABLES, SU AUMENTO DESMEDIDO INFLUYE NEGATIVAMENTE EN EL EQUILIBRIO DEL CLIMA GLOBAL

---

## PERO ¿QUÉ SON LOS GASES FLUORADOS?

Los gases fluorados, son compuestos químicos que contienen átomos de flúor en su estructura molecular. Son gases muy utilizados en aplicaciones industriales y comerciales debido a sus propiedades útiles, como la resistencia a la corrosión, la baja toxicidad y la estabilidad térmica.

Algunas de las aplicaciones más conocidas de los gases fluorados en la industria están en los sectores de la refrigeración y aire acondicionado, pero también son usados como aerosoles, en productos como desodorantes, espumas de poliuretano y productos de limpieza o como aislantes en equipos eléctricos de alta tensión, por ejemplo, en transformadores.

## ¿CUÁL ES EL MOTIVO DE LA ACTUALIZACIÓN DE LA NORMATIVA EUROPEA A ESTE RESPECTO?

Según los datos de la Unión Europea, actualmente, las emisiones de gases fluorados de



efecto invernadero representan el 2,5% del total de las emisiones de gases de efecto invernadero en la Unión, y se han duplicado entre 1990 y 2014, al contrario que otras emisiones de gases de efecto invernadero, que han disminuido. Sumado a esto, la Unión, hace referencia al Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés) que concluyó en su informe especial de 2021 que sería necesario reducir las emisiones de gases fluorados de efecto invernadero hasta un 90% de aquí a 2050 en comparación con el año 2015.

En base a estos y otros datos se han promulgado los siguientes reglamentos: Reglamento (UE) 2024/573 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 7 de febrero de 2024, sobre los gases fluorados de efecto invernadero & Reglamento (UE) 2024/590 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 7 de febrero de 2024, sobre las sustancias que agotan la capa de ozono, y por el que se deroga el Reglamento (CE) nº 1005/2009.

**Estos textos traen importantes cambios a la hora de la importación, exportación y comercialización de estas sustancias, y es-**

**tablecen requisitos sobre la contención, el uso, la recuperación, el reciclado, la regeneración y la destrucción de los gases fluorados de efecto invernadero.**

Los principales requisitos no afectan a las empresas usuarias de equipos que contienen estos gases, pero sí que existen una serie de requisitos, que si bien ya existían en la anterior normativa, se mantienen en estas nuevas versiones y que deberíamos conocer como usuarios de equipos que pueden contener estos gases, como son la obligación de realizar controles de fugas en determinados equipos (aquellos que contengan gases que sean equivalentes a más 5 toneladas de CO<sub>2</sub> o los que tengan más de 1kg de determinados gases) o la necesidad de mantener registros donde se indique la cantidad de gas recargado, fugas producidas, fechas de controles, identidad del mantenedor del equipo.

También es importante tener claro que estos reglamentos exigen que los usuarios de aparatos que contengan gases fluorados de efecto invernadero garantizarán que dichas sustancias se recuperen y, tras el desmantelamiento de los aparatos, se reciclen, regeneren o destruyan.





**TU**  
**Tiempo**

NEOBIS PRESS 175

# CRUCEROS FLUVIALES POR EUROPA

**AUTOR:** Carlos Utasá, Treventi Viajes.

**FUENTES CONSULTADAS:** Viking Cruises, Croisi Europe y Un Mundo de Cruceros.

No hace falta cruzar los mares para poder disfrutar de la vida a bordo de la que presumen los grandes cruceros. Los cruceros fluviales tienen un encanto propio, porque gran parte de su éxito no está en sus paradas, sino en las vistas de las que los pasajeros disfrutaron en su recorrido por algunos de los ríos más famosos. Los cruceros fluviales nos permiten conocer los mejores paisajes de Europa mientras disfrutamos de las ventajas de la vida a bordo.

## CRUCERO POR EL DUERO

Para los que buscan unas vacaciones cerca de casa, pero con un toque diferente, nada mejor que reservar el crucero fluvial que recorre el impresionante río Duero atravesando paisajes repletos de viñedos. El itinerario comienza en Lisboa y hace un recorrido de 10 días subiendo hasta Oporto –con parada en sus famosas

bodegas– y con la posibilidad de realizar todo tipo de excursiones.

## CRUCERO POR LA REGIÓN DE BURDEOS

Itinerarios de 8 días para los apasionados del buen vino que incluye los ríos Garona, Girande y Dordoña. El recorrido pasa entre colinas que albergan más de 9.000 bodegas donde se producen alrededor de 700 millones de botellas de vino al año, entre los que se encuentran algunos como el Saint-Emilion, el Medoc y el Sauternes. El viaje comienza y termina en el puerto de Burdeos, aunque también pasa un tiempo en la ciudad de Blaye.

También podremos disfrutar de las famosas trufas en Périgord, crear tu propia mezcla de coñac en la destilería Camus o saborear las



Itinerarios de 8 días para los apasionados del buen vino que incluye los ríos Garona, Girande y Dordoña





*En esta página:* Sin duda uno de los preferidos por los viajeros. El crucero atraviesa 10 países y 4 capitales: Viena, Bratislava, Budapest y Belgrado.

*En la página siguiente, arriba:* Desde su origen en los Alpes, el Rin es testigo de castillos y paisajísticos pueblos vinícolas en su recorrido que atraviesa Suiza, Francia, Alemania y Países Bajos.

mejores ostras de Francia recién sacadas de la bahía de Arcachon.

### CRUCERO POR EL SENA

Aunque no tienen el tamaño de los que recorren los grandes ríos, la flota de cruceros fluviales por el Sena tiene un encanto especial. A bordo de estos barcos podrás descubrir no solo la gastronomía y el vino francés, sino también algunos de los tesoros culturales más emblemáticos como la Torre Eiffel, ya que se atraca prácticamente a los pies de este símbolo parisino. Hay varios itinerarios que incluyen París entre sus paradas, como el circular de 8 días que también para en Normandía; o el que comienza en la ciudad de Londres y conmemora durante 11 días el 'Día D', catalizador para la liberación de Europa Occidental de la ocupación alemana que el próximo año cumplirá 85 años.

### CRUCERO POR EL DANUBIO

El itinerario por el Danubio –al que algunas navieras llaman 'Vals del Danubio'– es sin

duda uno de los preferidos por los viajeros que adoran los cruceros fluviales. El barco hace su travesía por este río cuyo caudal atraviesa 10 países y 4 capitales: Viena, Bratislava, Budapest y Belgrado. Durante el viaje de una semana, podrás visitar grandes ciudades como Budapest o Viena y también descubrir algunas menos conocidas pero espectaculares como Passau, una de las ciudades más antiguas de Baviera donde en un punto podrás visualizar la confluencia de 3 ríos: el Danubio, el Inn y el Ilz.

### CRUCERO POR EL RIN

Desde su origen en los Alpes, el Rin es testigo de castillos y paisajísticos pueblos vinícolas en su recorrido que atraviesa Suiza, Francia, Alemania y Países Bajos. Esto convierte al Rin en una de las mejores "carreteras" para los cruceros fluviales. Gran parte del itinerario se realiza en Alemania para que los amantes del vino visiten en sus excursiones los viñedos de los que salen los famosos Riesling. Para descubrir el Rin tienes la opción de realizar iti-





nerarios de 8 días que se centran en este río en exclusiva o ampliar tus vacaciones para optar por itinerarios de hasta 15 días que circulan entre Ámsterdam y Budapest pasando también por el Danubio.

## CRUCERO POR EL VOLGA

Un crucero fluvial por el Volga –el río más largo y caudaloso de Europa– de Moscú a San Petersburgo o viceversa es adentrarse en la historia de Rusia, descubrir bellas ciudades y lugares con encanto. Durante la travesía tendremos oportunidad única de visitar interesantes ciudades imperiales como Moscú, Uglich, Yaroslavl, Goritsy, Kizhi, Mandroga, San Petersburgo. Además, existe la posibilidad de combinar con otras rutas como la del Mar



Caspio y un sinfín de interesantes excursiones. Podemos disfrutar de todos estos increíbles cruceros con navieras como: Viking, Croisi Europe, River Side y muchas otras.

Sin duda, una gran alternativa de viaje que pone más el foco en el destino que en la vida a bordo como hacen los grandes cruceros.



Un crucero fluvial por el Volga, de Moscú a San Petersburgo o viceversa, es adentrarse en la historia de Rusia, descubrir bellas ciudades y lugares con encanto.



# LECTURA RECOMENDADA

Libros recomendados por José Antonio Pompa Garayzábal, secretario general de neobis

## EL ALQUIMISTA IMPACIENTE

**Lorenzo Silva**

*Uno de esos libros que empiezas a leer y no puedes parar hasta que lo terminas. No solo una gran trama, sino perfectamente escrito.*

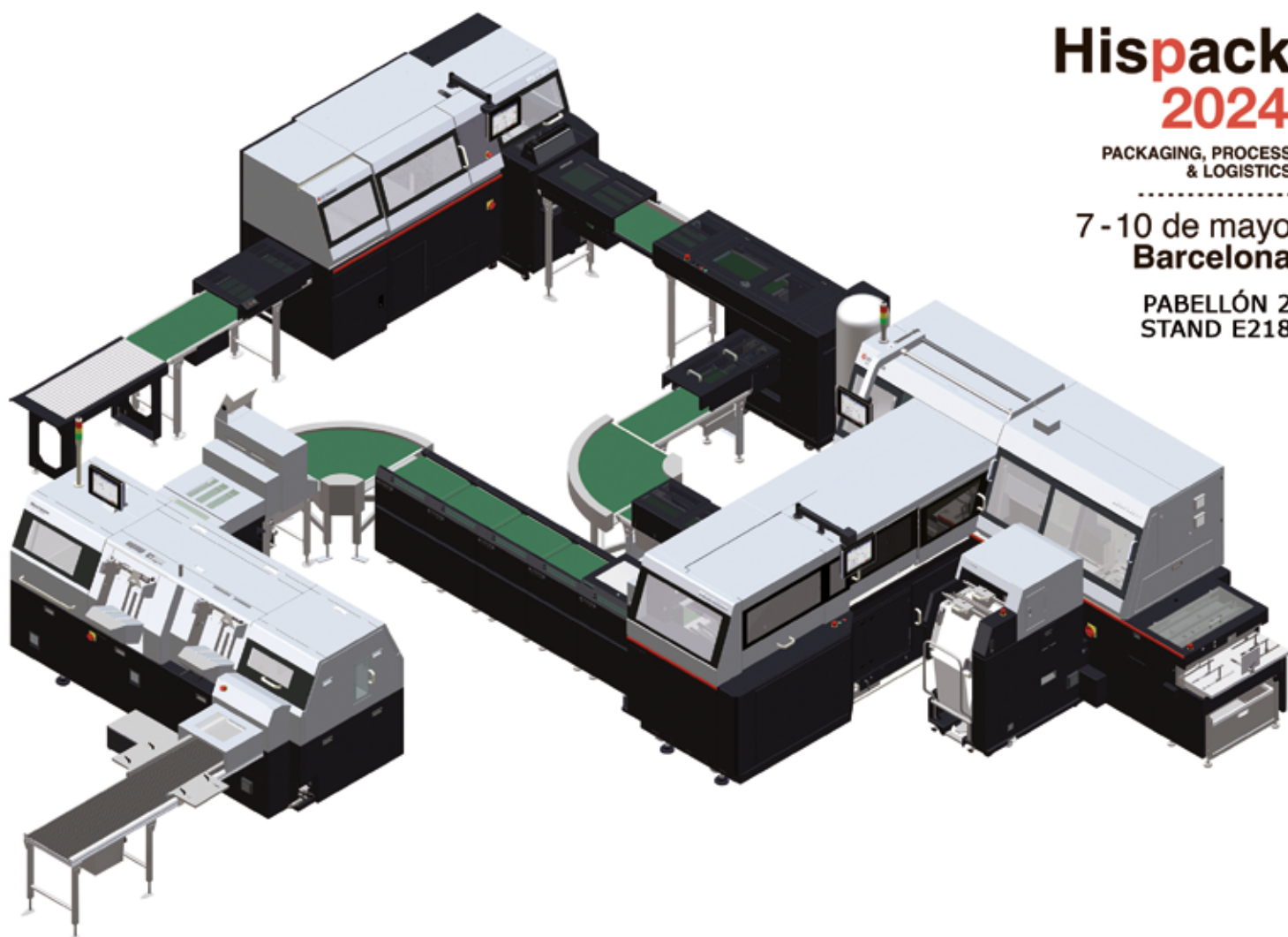
## SUPERPODERES DEL ÉXITO PARA GENTE NORMAL

**Mago More**

*Este libro te ofrece motivación, optimismo inteligente, recetas para una vida sana y equilibrio.*



## EQUIPO AUTOMÁTICO DE ENCUADERNACIÓN MIXTO TAPA DURA / CONVENCIONAL CON SOLAPAS



**Hispack  
2024**

PACKAGING, PROCESS  
& LOGISTICS

7-10 de mayo  
**Barcelona**

PABELLÓN 2  
STAND E218

Encuadradora BQ-500FC PUR/EVA en línea con trilateral HT-300 con corte de libros con solapa y sistema de alimentación automática de hoja suelta LBF-500.

La BQ-500FC PUR/EVA añade importantes mejoras funcionales, reduciendo aún más el tiempo de ajuste e incrementando la velocidad de producción.

El sistema LBF-500 parte de una cinta donde se colocan los bloques del libro, bien sea hoja suelta, cuadernillos plegados o bloque cosido.

Incorpora de serie la conectividad iCE LINK, la cual permite la conexión remota a la encuadradora en tiempo real desde cualquier parte y dispositivo.



Hable con nosotros  
hoy mismo: 919 902 175  
info@opqsystems.net



**UNFOLD  
YOUR  
POTENTIAL**

## ¿Cómo puedo alcanzar todo mi potencial?

Desafíe, cambie, mejore. Eleve su rendimiento actual al siguiente nivel y prepare su empresa para el futuro con nuestra amplia gama de productos, servicios y soluciones integrales.

→ [drupa.heidelberg.com/es](https://drupa.heidelberg.com/es)



Descubra más sobre nuestras soluciones en drupa 2024, del 28 de mayo al 7 de junio.

**HEIDELBERG**