

neobis press

REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA • Nº142



HartmannShop

Nuestra nueva tienda Online
“La forma más cómoda de comprar”



www.hartmannshop.es

La forma más cómoda de comprar. Entre y compruébelo.
Nuestra tienda online le ofrece el más completo catálogo de consumibles/recambios con la garantía Hartmann-Heidelberg. Acceda desde su ordenador, smartphone o tableta y si tiene cualquier duda consúltenos. www.HartmannShop.es.

Hartmann

a Heidelberg Company
Tel. +34 93475-8000 • www.hartmann.es
www.hartmannshop.es

HEIDELBERG

EDITORIAL ¡GRACIAS MILLÁN!

Querido Millán,

Hace unos días nos dejaste a una edad temprana y como consecuencia de una rápida y fatal enfermedad. Empresario perteneciente al grupo de los que supieron aunar una brillante carrera profesional con una dedicación eficaz y entregada a las tareas asociativas de la actividad gráfica.

Habiendo sido una persona tan conocida en todos los ámbitos de nuestro sector es casi superfluo hacer una semblanza de tu trayectoria profesional, no obstante es obligado hacer una mención de lo que ha representado tu figura en conjunto dentro del ámbito gráfico.

A ti, Millán, te correspondió desde joven pertenecer a la generación que tuvo que afrontar los cambios tecnológicos que han conmocionado, en los últimos treinta años, al sector gráfico en general y más especialmente a las actividades de preimpresión. Ello te obligó a ir desarrollando, con una visión amplia y con la estrecha y eficaz colaboración de tu hermana M^a Carmen, una serie de tareas profesionales que han ido diferenciando a tu empresa desde su originaria especialidad gráfica hasta consolidarla como importante suministradora de servicios relacionados con la imagen.

Otro aspecto que es preciso destacar es el de tu intervención en actividades asociativas. Fue en la Asociación de empresarios de Preimpresión (APRES) donde comenzaste a participar en este tipo de organizaciones. Tras bastante resistencia por tu parte llegaste a ocupar la presidencia de esta entidad al tiempo que formabas parte de la Junta directiva de nuestra Asociación. Como consecuencia de tu pertenencia a esta Junta,

fuiste nombrado miembro de los órganos directivos de CEIM. Pero quizá, el cargo que más apreciaste y en el que entendiste que podías prestar un mejor servicio al sector fue el de Presidente de la Federación Nacional de Industrias Gráficas (FEIGRAF), puesto que lo ocupaste durante unos años en los que tu labor no fue sencilla. En definitiva, fue mucha e importante la labor que desarrollaste en el terreno asociativo.

Esta labor, que no siempre es apreciada, es la que te queremos reconocer. Gracias Millán por tu dedicación y por tu interés. Gracias por tus iniciativas y por la atención que siempre prestaste a tus compañeros y colaboradores. Y gracias Millán por la honestidad y nobleza con que cumpliste este compromiso.

En cuanto a tu actitud personal siempre manifestabas considerarte una persona normal. Hacías gala de sencillez que matizabas habitualmente con humor teñido siempre por tu acérrimo madrileñismo. Pero nunca fuiste una persona que pasases desapercibida para cuantos te conocimos, pues siempre hiciste patentes claramente tus ideas, marcando tu criterio en cuantos asuntos tuviste ocasión de intervenir. En cualquier caso, tu muerte significa una pérdida verdaderamente sensible para todos. En primer lugar para todo el entorno de tu familia, a la que reiteramos nuestro más sentido pésame institucional, y también para el ámbito profesional en el que te desarrollaste y en el que nos has dejado tantos recuerdos.

La forma más apropiada para despedirnos de ti sería con una de tus famosas comparaciones "Nos has dejado más solos que..." mejor téminala tú. Seguro que lo harás con más ingenio y sabrás provocarnos una carcajada, como siempre. También esto lo echaremos de menos.

Querido Millán, no siempre con las palabras conseguimos expresar la intensidad de nuestro sentimiento, ya sabes, las cosas del corazón se transmiten mejor de otra manera, pero queremos dejar para siempre el testimonio de nuestra gratitud y cariño. Hasta siempre Millán



Millán García Moreno
Gran persona, amigo
y profesional siempre
al servicio del sector.

STAFF



Nº 142

Edita

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

Edificio Arcade
Rufino González 23 Bis, 2º - 2ª
28037 Madrid
Tel.: 912 437 400 · Fax: 912 403 091
Email: info@neobis.es
Web: www.neobis.es

Director

Jesús Alarcón

Redactora Jefe

Ana Álvarez-Rementería Calvo

Colaboradores

José Antonio Pompa
Rosario Trasobares
Carlos Lao
Jesús García Jiménez

Diseño y maquetación

www.eduardomolina.es

Imprime

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

El interior de este número de la **Revista Neobis** ha sido impreso en papel Creator Star de 125 gr/m² y la cubierta en papel Creator Star de 225 gr/m², cedidos a nuestra Asociación por TORRASPAPEL DISTRIBUCIÓN.

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

Varios recursos gráficos utilizados en la maquetación de este número están diseñados por freepik.com.

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

05

ASOCIACIÓN AL DÍA

LA FIESTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

Presentación de la estrategia y nueva imagen de marca de la asociación

18

DESCUBRIENDO EL SECTOR

VOGUE LIKE A PAINTING



30

SOLUCIONES NEOBIS

GESTIONAMOS PERSONAS

De la deshumanización de las relaciones laborales vienen muchos de los problemas

TE INTERESA

¿POR QUÉ UNAS PERSONAS APRENDEN MÁS RÁPIDO QUE OTRAS?



52

EL SECTOR EN VERDE

ECODISEÑO: DISEÑO SOSTENIBLE EN ARTES GRÁFICAS

SUMARIO



ASOCIACIÓN AL DÍA

ENTREVISTA

Gráficas Francisco del Moral

10



23

DESCUBRIENDO EL SECTOR

MOVIMIENTO MAKER

Impresión 3D: la tercera revolución industrial

34

SOLUCIONES NEOBIS

¿CÓMO AFECTA A MI PENSIÓN DE JUBILACIÓN EL FACTOR SOSTENIBILIDAD?

TE INTERESA

EL 67% DE LAS EMPRESAS EUROPEAS HAN SUFRIDO UN CIBER-ATAQUE

40



42

44

TE INTERESA

¿ANTE UN NUEVO MODELO DE EMPRESA FAMILIAR?

57

TU TIEMPO

CRÍMENES, TORTAS DE TXANTXIGORRI Y EL VALLE DEL BAZTÁN





asociación **al Día**

NEOBIS PRESS 142

LA FIESTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

NEOBIS, ASOCIACIÓN DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA, PRESENTÓ SU NUEVA ESTRATEGIA E IMAGEN DE MARCA EN UN EVENTO CELEBRADO EL PASADO 6 DE OCTUBRE DURANTE LA SEGUNDA EDICIÓN DE C!PRINT MADRID

NEOBIS, LAS
SENSACIONES
DE LO NUEVO
¿TE VIENES O
TE QUEDAS?

5 | NEOBIS Octubre-Diciembre 2015

“El mundo ha cambiado y con él nuestro sector” así comenzaba el vídeo de presentación de neobis; y con este mismo sentimiento de evolución recibieron la nueva filosofía de la Asociación de la Comunicación Gráfica los 200 asistentes al evento.



Con la magia de los Doctores Sonrisa de Fundación Theodora, AGM evolucionaba sobre el escenario hacia neobis. A continuación, Álvaro García Barbero, presidente de la Asociación, agradeció a todos los asistentes su apoyo y recordaba la importancia de colaboración entre las empresas para conseguir que la innovación sea el motor que mueva el sector: “Un camino largo pero ilusionante que debemos recorrer juntos y en el que no existe el fracaso, ya que la única forma de fracaso es no intentarlo”.

El vídeo finalizaba con un viaje por la plataforma digital de neobis. Una plataforma personalizada para el sector en la que impera la filosofía del networking y la participación.

Ofrece un buscador de empresas, diferentes modelos de mensajería instantánea, foros, encuestas, información, servicios on-line, blogs, tablón de anuncios y canales de suministradores entre otras herramientas. Esta red profesional se desarrolla siguiendo las nuevas necesidades de las empresas de la comunicación gráfica y pretende aunar fuerzas para fomentar la permanencia en activo de las mismas.

neobis estrena logo en el Pabellón de Cristal de Madrid.



NEOBIS, LAS SENSACIONES DE LO NUEVO ¿TE VIENES O TE QUEDAS?



Los Doctores Sonrisa Melosita y Zito de Fundación Theodora, consiguieron sacarnos más de una sonrisa y hacernos **#FelicesporNarices** con las divertidas narices azules que repartieron a los invitados y que por supuesto no dudamos en ponernos. Y lo más importante, gracias a la colaboración de la Fundación y neobis, los Doctores Sonrisa han podido visitar a 80 niños hospitalizados. Enhorabuena por vuestro trabajo y gracias por vuestro apoyo en el lanzamiento de neobis, la nueva Asociación de la Comunicación Gráfica.

Queremos aprovechar estas páginas de neobis press para dar las gracias a todos los que nos habéis apoyado en este proceso de evolu-

ción y transformación, sin vosotros no hubiese sido posible. Todo el equipo neobis seguirá trabajando para conseguir la Asociación de la Comunicación Gráfica que todos soñamos.

¿NOS SIGUES?

neobis quiere que todos sus asociados y usuarios estén informados en tiempo real y por diferentes medios.

Por ello, neobis ha lanzado sus canales de Twitter y Facebook. Queremos conocer tus inquietudes y tus intereses. Queremos tener una conversación fluida con tu empresa en la red.



@neobis_acg

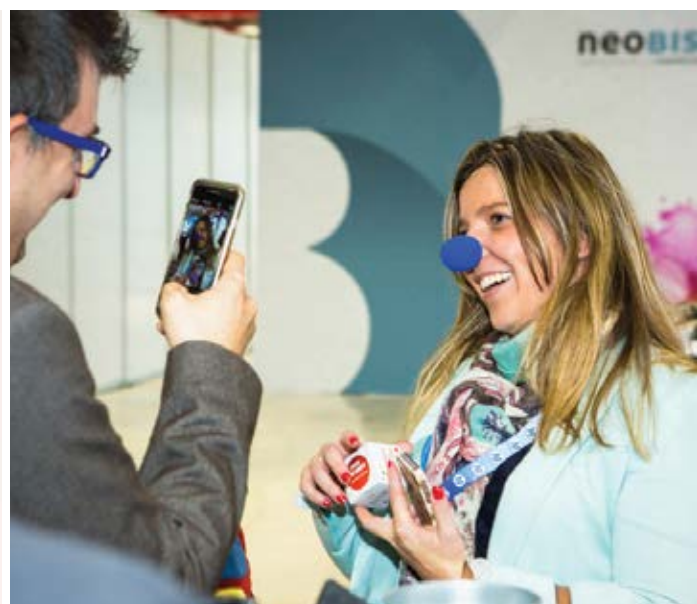


AsociacionNeobis



Equipo neobis con su Presidente, Álvaro García y Secretario General, Jesús Alarcón.







SEGUNDA EDICIÓN DE C!PRINT MADRID

LA SEGUNDA EDICIÓN DE C!PRINT MADRID CELEBRADA EL PASADO MES DE OCTUBRE EN EL PABELLÓN DE CRISTAL DE LA CASA DE CAMPO FUE UN ÉXITO TOTAL. CON 10.691 VISITANTES, LO QUE REPRESENTA UN AUMENTO DEL 42% RESPECTO AL AÑO PASADO, C!PRINT SE INSCRIBE COMO EL NUEVO EVENTO NACIONAL DE REFERENCIA QUE REÚNE A TODOS LOS PROFESIONALES DEL SECTOR

El número de visitantes equivale a 6.635 empresas, un 68% más respecto al año pasado. En efecto, el salón alcanzó sus objetivos principales, reuniendo todos los eslabones de la cadena del mercado de la comunicación visual.



C!Print atrajo a los profesionales tradicionales del sector, pero también acogió a agencias de comunicación, diseñadores y creativos además de a distribuidores de marketing directo y textil promocional. Todo ello gracias a su posicionamiento innovador, que ha hecho que C!Print seduzca a los nuevos actores del mercado todavía no presentes en muchas otras ferias.

Con un aumento del 49% respecto al año pasado, los 211 expositores de C!Print ofrecieron una perfecta representación del mercado de la comunicación gráfica: fabricantes, proveedores de máquinas, consumibles, soportes de impresión y también proveedores de servicios.

PLUG & PLAY, EL CORAZÓN CREATIVO DEL SALÓN

Si C!Print es considerado como un evento diferente e innovador, orientado al posicionamiento y poniendo la creatividad en el corazón del salón, es gracias al espacio Plug & Play.

El taller ha mostrado de manera concreta más de 150 aplicaciones innovadoras, viniendo de 10 técnicas diferentes de personalización, dedicadas al mundo de la decoración y del retail: adhesivo personalizado, covering de mobiliario, papel pintado, textil decorativo, impresión 3D, sublimación gran formato...

C!PRINT MADRID 2016

Después de este gran éxito, C!Print Madrid pone ya en marcha la organización de su tercera edición (4, 5 y 6 de octubre de 2016) con el fin de ir siempre más lejos para garantizar la satisfacción de sus expositores y visitantes.



NEOBIS EN C!PRINT

La Asociación de la Comunicación Gráfica estuvo presente como expositor por segundo año consecutivo en C!print Madrid. Pero esta vez de una manera diferente, ya que presentaba la nueva Asociación, su nueva imagen de marca y su plataforma digital.

Más de 400 visitantes pudieron navegar por primera vez por la red social profesional de la Comunicación Gráfica. El asombro, la ilusión y la innovación fueron las sensaciones que les transmitió a todos la plataforma digital de la Asociación y por ello no han dudado en probarla. Así que podemos decir que gracias a C!Print, neobis ha llegado a las sedes de cientos de empresas en España.





Responsables de los distintos departamentos de Gráficas Francisco del Moral.

NEOBIS NACE CON VOCACIÓN INTEGRADORA, CONSCIENTES DE QUE LA UNIÓN DE LOS EMPRESARIOS TENDRÁ COMO CONSECUENCIA UN MEJOR DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA. TAMBIÉN SE TRATA DE UNA PLATAFORMA ABIERTA A TODOS AQUELLOS QUE SIENTAN QUE FORMAN PARTE DE UN COLECTIVO Y QUE SUS APORTACIONES PUEDEN MEJORAR LA SALUD EMPRESARIAL DE TODOS Y, POR SUPUESTO, LA PROPIA.

Esta entrevista responde a ese segundo escenario, un empresario que tenía claro desde un principio que no importa el lugar físico en el que se encuentre su sede, que lo que importa es el límite que cada uno le quiera poner a su estrategia. ¿Visionario? No, ¿realista? Sí.

Empresas realistas con ganas de conocer lo que hacen los demás, de aprender y de buscar

sinergias que generen éxitos. Este es el caso de Gráficas Francisco del Moral que lleva 17 años acompañando a la Asociación desde Andújar y a quien va dirigida esta entrevista de neobis press. Os invitamos a seguir leyendo y conocer las opiniones de su fundador y actual Director, Francisco del Moral.

¿Cómo definirías la historia de Gráficas Francisco del Moral?

Gráficas Francisco del Moral S.A. nace en Andújar (Jaén), en el valle del Guadalquivir, en 1992, en principio como pequeña imprenta comercial, donde desarrollaban sus tareas cuatro personas y que poco a poco va transformándose, incorporando equipos y colaboradores en Preimpresión, Diseño e Impresión en distintos sistemas y acabados.

Nuestra Empresa, prácticamente desde sus inicios pertenece a AGM, ahora neobis, a pesar de estar en otra zona geográfica, porque

sabiendo de nuestras limitaciones, siempre hemos visto a la Asociación como una ventana por donde mirar y otear el horizonte de nuestro sector de servicios gráficos, donde compartir experiencias, aprender y actualizarnos, en definitiva, de tener la oportunidad de ser más y mejores.

El desarrollo de nuestra historia transcurre como otras muchas empresas de nuestro sector, va creciendo y desarrollándose con continuas actualizaciones e inversiones en equipos y maquinaria así como en formación de nuestros colaboradores, ampliación y cambio de instalaciones, hasta llegar donde estamos hoy: en Andújar, a pie de la Autovía de Andalucía, en unas modernas instalaciones repartidas en 35.000 m² de zonas ajardinadas, aparcamientos y servicios generales para un taller de unos 4.800 m² y en el que desde el día de hoy trabajamos unas 62 personas atendiendo toda la geografía nacional con tecnología digital, offset, flexografía, tipografía y diversos acabados.

¿Y el presente?

El presente es un momento de cambio de escenario lo que estamos viviendo. A la difícil y complicada situación económica que hemos vivido y que nos está tocando vivir en general, se ha sumado un profundo cambio tecnológico en nuestro sector. Nuestro sector ha cambiado y sigue haciéndolo de manera irreversible, lo que ayer mismo fue, hoy es diferente. Lo de ayer es viejo y solo vale lo de hoy... el presente.

Las nuevas tecnologías en el 3D, digital, sistemas láser, comunicación on-line, etc., priman sobre los anteriores sistemas y organizaciones.

Los clientes son más exigentes y están mucho más preparados, saben lo que quieren y por qué lo quieren y nuestras empresas de "servicios gráficos" deben de prepararse y hacer esfuerzos efectivos para mantener la lealtad de estos clientes.

Vivimos momentos de cambio, y nuestro sector tiene que estar y adaptarse a este cambio,



Fachada principal
de la sede de
Gráficas del Moral
en Andújar, Jaén.



que por otro lado “refuerza” y es necesario.

¿Cuáles han sido las claves para conseguir que Gráficas Francisco del Moral, estando en Andújar, pase a prestar servicios en toda la Península en sólo 20 años?

Desde el principio, aun siendo conscientes de nuestra situación geográfica, en Gráficas Francisco del Moral S.A., nos fijamos como objetivo de empresa el atender no solamente nuestra área geográfica más cercana sino servir y atender de manera ordenada otros clientes, otras zonas, otros mercados y otros productos.

El Gran Corso movía sus ejércitos a pasos mucho más rápidos que sus adversarios al grito de “movilidad, movilidad, movilidad”. Nuestra clave, salvando situaciones y otras circunstancias es “servicio, servicio, servicio”.

¿Os atreveríais con el resto del mundo?

Nunca damos por descartada ninguna posibilidad pero queremos ser realistas y sabemos de nuestras posibilidades y circunstancias.

Nosotros no exportamos directamente, pero nuestros productos por medio de los clientes

a los que atendemos llegan a los mercados de todo el mundo.

¿Cómo dibujarías el futuro de Gráficas Francisco del Moral?

El futuro es un gran lienzo donde pintar y plasmar, una acción temporal que todavía no ha sucedido y es muy aventurado hablar sobre el futuro. Lo único seguro del futuro es que todo cambiará y que tanto la complejidad, los sistemas, la gestión y la filosofía de las empresas serán diferentes.

Nosotros de momento dibujamos nuestro futuro partido a partido, trazo a trazo, en la creencia de que lo más inminente es lo digital y el mundo on-line, siendo conscientes de que las oportunidades surgen casi siempre en los cambios.

Nuestro sector tiene futuro, pero será muy diferente y ahora mismo sería muy atrevido dibujar ese futuro.

¿Qué te parece el cambio de la Asociación?

En Gráficas Francisco del Moral S.A., nos parece que se trata de una acción/proyecto necesario para liderar el cambio del sector, para aprovechar la globalización, poniendo al alcan-

Equipo de Producción de Gráficas Francisco del Moral.



ce de todos los beneficios del conocimiento, el talento, las buenas prácticas de empresa, señales que las nuevas tecnologías ponen al alcance de todos.

Se trata sin duda de un cambio de proceso para el sector y las empresas que lo forman.

¿Y la nueva plataforma de neobis?

La nueva plataforma de neobis nos parece un medio abierto, ágil, activo y atento a las nuevas necesidades del sector, donde compartir información, participar en eventos, conocer de una manera amplia y sencilla todo lo relacionado con la empresa en general y con el sector gráfico y de comunicación en particular.

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

Si, en estos momentos de cambio y dadas las circunstancias en las que se desenvuelve todo y especialmente nuestro sector, es el momento de unir más y mejor a los empresarios del sector gráfico y de la comunicación, para poder de una manera más abierta y atenta toda la información y recursos, para de este modo ser más ágiles y eficientes.

Como empresario, ¿qué buscas en las personas de tu equipo?

Ante todo que sean buenas personas, sinceros, honestos y respetuosos con los que les rodean. Capaces y comprometidos con su trabajo y con su equipo.

¿Cómo definirías a Francisco en pocas palabras?

Amante de su familia, de su trabajo, emotivo, activo y constante.

¿Cuál es tu filosofía de vida?

Trato de ser respetuoso con todo el mundo, amable con muchos, íntimo de pocos, amigo de algunos y enemigo de nadie, me cuesta mucho trabajo sentir rencor de manera permanente.

¿Qué le relaja a Francisco tras un frenético día de trabajo?

La familia, estar con mi mujer y mis hijas, hablar, compartir con ellas, es lo mejor del día, son los mejores momentos... me aportan mucho y me hacen sentir una persona feliz y afortunada.

¿Te gusta ejercer de Ilturgitano?

Creo que todos en mayor o menor medida somos y nos imbuimos de las peculiaridades de un lugar o zona. Me siento orgulloso de mi pueblo, Andújar, de sus costumbres y de su gente. Pero no, no ejerzo de iliturgitano, al menos de manera consciente.

Puedes recomendarnos 3 lugares de la provincia de Jaén

El Parque Natural de Andújar, con sus ríos Jándula y Yeguas (afluentes del Guadalquivir) y su fauna de ciervos, lince ibérico, águilas imperiales, toros bravos, etc.

La Sierra de Cazorla y Las Villas, donde nace el Guadalquivir en su vertiente atlántica y el río Segura en su vertiente Mediterránea.

Y las ciudades de Úbeda y Baeza, cunas del renacimiento y ciudades declaradas patrimonio de la Humanidad, dos ciudades repletas de historia donde el tiempo se detiene en sus palacios, iglesias, etc.

Un lugar, una fecha y un color

Me cuesta mucho concretar "un lugar, una fecha y un color", y más teniendo ya una cierta trayectoria vital, pero me atreveré a decir como lugar Chiclana y sus playas de Cádiz, una fecha el 19-10-94, el día de mi mujer, el mes de mi hija mayor y el año de nacimiento de mi pequeña Isabel, y como color el azul, me relaja y a la vez me aporta seguridad.

Gráficas

Francisco del Moral, s.a.



INVERCOTE!

BEYOND EXPECTATIONS



La belleza de lo puro y natural

Cartulina Gráfica fabricada con fibra virgen procedente de bosques gestionados sosteniblemente, para los trabajos más exclusivos en packaging y comunicación gráfica.

Invercote es la cartulina preferida por las principales marcas en todo el mundo por su durabilidad y versatilidad para el diseño y la creatividad.

Made by **IGGESUND**, empresa fundada en 1685 y parte del grupo industrial forestal **HOLMEN**

Producto certificado FSC®



DESCUBRIENDO el SECTOR

NEOBIS PRESS 142

LA FÁBRICA DE LA ILUSIÓN CON KODAK Y LA ONCE



El pasado 29 de octubre, un nutrido grupo de profesionales, compuesto por empresas del sector gráfico, prensa profesional y representantes de Kodak, tuvimos la oportunidad de conocer de primera mano las ventajas que ha supuesto para La ONCE la instalación de diez cabezales Kodak Prosper S-Series en sus rotativas para llevar a cabo dato variable.

Roberto Sánchez, Managing Director Kodak Iberia, abrió la jornada haciendo un repaso por la historia de Kodak y detallando su situación actual. Según Sánchez, “el liderazgo tecnológico de Kodak se basa en tres pilares: su conocimiento de la ciencia de los materiales, su conocimiento de la imagen digital y su capacidad de poder imprimir imagen sobre cualquier superficie. La conjunción de estos tres conocimientos son los que permiten este liderazgo manteniendo siempre nuestro compromiso con la sostenibilidad”.

A continuación, Francisco José Palao, Director de Operaciones y del Centro Logístico y de Producción de Productos de juego de la ONCE, habló de la labor social de La ONCE cuyo objetivo es **contribuir a la plena inclusión social de las personas con discapacidad, contribuyendo a hacer efectivo el principio de igualdad de oportunidades y no discriminación**. Para ello cuentan con los ingresos generados por la venta de los diversos juegos de azar que comercializan y que se imprimen en esta planta de Madrid a la que denominan “La fábrica de la ilusión”.

Aplicaciones de dato variable

Luis Virgos, Regional Sales Manager EISD Kodak Prosper S-Series, repasó las múltiples aplicaciones que posibilita la tecnología Kodak Stream en la que se basan los cabezales Prosper, además de explicar los fundamentos de

este desarrollo. Según Virgos, “el núcleo de la tecnología Stream es una placa de silicio compuesta de 2.496 orificios rodeados de calentadores. Estos calientan brevemente la tinta que sale y hacen que varíe la tensión de superficie creando gotas a 400kHz. Variando la frecuencia de los calentadores se crean gotas de dos tamaños (3,2 y 11) y mediante un flujo de aire se deflactan las gotas pequeñas hacia una zona de recogida mientras que las gotas de 11 pl caen sobre el papel”.

La gama Prosper S-Series está compuesta por cuatro tipos de cabezales (S5, S10, S20 y S30) cada uno de ellos adecuado para una tipología de trabajo determinada. Por ejemplo, el cabezal S10, que es el que se ha instalado en La ONCE, es el adecuado para trabajos de loterías, formularios, identificación de packaging, direct mail, etc. Todos estos cabezales cuentan con características comunes como su tamaño de 105 mm/4.16” de ancho de impresión y un controlador IJPDS para mayor productividad. Además, se usan con tintas base agua, ofrecen una excelente calidad de imagen y productividad offset, están diseñados para un mantenimiento sencillo y bajo coste, son actualizables y se pueden unir digitalmente (stitching).

Virgos explica que la impresión híbrida es adecuada para aquellas aplicaciones en las que sólo es necesario incluir una parte de información variable y mantener la calidad y los costes de la impresión de la producción en offset. Esta impresión de dato variable se puede hacer mediante el inkjet tanto en negro, como en color de realce, como en full color.

Experiencia de La ONCE

Jesús Rodríguez, Director Técnico del Centro Logístico y de Producción de Productos de Juego de La ONCE, inició su presentación remontrándose a los primeros contactos de la empresa con la tecnología inkjet a finales de los años 90. En aquel momento no se decidieron por la misma ya que la resolución que ofrecía era insuficiente para imprimir las codificaciones de los productos de juego, dice Rodríguez.

LA ONCE MUESTRA EN UNA JORNADA DE PUERTAS ABIERTAS CÓMO LA INCORPORACIÓN DE LA TECNOLOGÍA KODAK PROSPER HA MEJORADO SU PRODUCCIÓN CON EL DATO VARIABLE

Se decantaron por la tecnología láser, pero en previsión de una evolución positiva del inkjet se dejó un hueco en las dos prensas por si en un futuro se decidía incorporar el inkjet, tal y como así ha sido finalmente, tras la obsolescencia de la tecnología láser. Rodríguez explica que en 2012 se analizaron varias tecnologías como el “drop on demand” piezoeléctrica y térmica y el “continuous inkjet” de Kodak, y se llevaron a cabo diversas pruebas de calidad y de velocidad, puesto que se buscaba una velocidad estable de 200 m/min.



Tras esta investigación Rodríguez explica que fue la tecnología de Kodak la elegida por diversos motivos, como la calidad de impresión, la perfecta integración en las rotativas, el que hubiera un solo interlocutor en el proyecto, la calidad del cabezal en cuanto a duración, previsión de averías y mantenimiento, el coste reducido de los consumibles y la solidez de la empresa.



VOGUE LIKE A PAINTING

COMO DIJO CARTIER-BRESSON, "...EL DIBUJO Y LA FOTOGRAFÍA PARTEN DE UN MISMO PUNTO: EL ACTO DE MIRAR; LUEGO EL DIBUJO ES UNA ELABORACIÓN DE LA REALIDAD, Y LA FOTOGRAFÍA UN MOMENTO SUPREMO CAPTURADO EN UN SOLO INSTANTE"

LUCAM, empresa del sector especializada en libro de arte, ha realizado la fotomecánica del catálogo de la exposición fotográfica que acogió el Museo Thyssen-Bornemisza el pasado verano: *Vogue like a painting*. Una muestra con sesenta y una imágenes de inspiración pictórica, procedentes de los archivos de la revista Vogue y realizadas por algunos de los fotógrafos más destacados de las últimas tres décadas.

Las fotografías de esta muestra fueron seleccionadas por tener las características que tradicionalmente se atribuyen a la pintura. En al-

gunas se utiliza el relieve escultórico y en otras la luz tiene una factura pictórica. Muchas de las imágenes nos hacen pensar en cuadros y artistas concretos. Algunas obras imitan géneros bien definidos; los retratos de grupo británicos del siglo XVIII, que son simbólicamente narrativos, o la mujer en *deshabillé*. Otras ilustran de manera literal la idea central de la exposición con la presencia de la pintura en las modelos o reproduciendo texturas pictóricas como en las impresiones artesanales de Nick Knight, pero también hay referencias directas a piezas icónicas de la historia del arte como



CAMILLA AKRANS, MUJER SÓLA, 2010
(A SINGLE WOMAN)

VOGUE LIKE A PAINTING
Del 30 de junio al 12 de octubre de 2015
Museo Thyssen-Bornemisza, Madrid



SHEILA METZNER. UMA PATOU, 1986

VOGUE LIKE A PAINTING
Del 30 de junio al 12 de octubre de 2015
Museo Thyssen-Bornemisza, Madrid

Girl with the pearl earring de Erwin Blumenfeld, versionando la famosa *Joven de la perla* de Vermeer, los bodegones de Grant Cornett o las instantáneas de Peter Lindbergh, inspiradas en cuadros de Paul Gauguin.

El hilo común que recorre toda la muestra es, como afirma la comisaria de *Vogue like a painting* Debra Smith, una suerte de ralentización: “una atemporalidad en la pose de las modelos; una especie de lapso mental en el que todo está muy, muy quieto”.

Yolanda Sacristán, directora de Vogue España, explica que “fue Vogue la precursora de la fotografía de moda cuando, ya en la década de 1920, empezó a reemplazar sus portadas ilustradas por imágenes de artistas tan revolucionarios como Edward Steichen, quien llevaba

desde 1911 experimentando con el retrato de moda. Fue él mismo junto con otros grandes colaboradores de Vogue -Cecil Beaton, Horst P. Horst e Irving Penn- principalmente, quienes transformaron el género en una forma de arte excepcional, sentando las bases de la fotografía moderna”.

En neobis press, además de contar con estas palabras de la comisaria de la exposición y de la directora de Vogue, hemos podido conocer **el punto de vista de Carlos Fernández, Director de LUCAM, sobre la fotografía como arte y el catálogo de exposiciones como memoria cierta de las mismas.**

**PUEDA HABER ARTE
EN CUALQUIERA DE
LAS COSAS QUE HAGA
UN HOMBRE Y POR
SUPUESTO EN LA
FOTOGRAFÍA**

¿Es la fotografía un arte?

Lo primero sería definir qué es Arte y ese es un tema complicado puesto que hay múltiples definiciones y a cuál mejor. Juan Manuel Castro Prieto, Premio Nacional de Fotografía 2015, es escéptico en cuanto a que un fotógrafo pueda ser un artista. Como comentario elemental, él cree que el fotógrafo es un profesional que se vale de una depurada técnica.

Para mí, Arte es cualquier acción humana que rebasa los estándares de la estética provocando nuestras emociones. Si esto es así, puede haber arte en cualquiera de las cosas que haga un hombre y por supuesto en la fotografía.

¿Existe alguna diferencia a la hora de tratar la imagen de una pintura o una fotografía de este tipo?

Sí, existen diferencias claras. Aunque el medio utilizado para las dos técnicas es el fotográfico los conceptos finales son distintos.

Las reproducciones fotográficas pretenden llevar al papel los valores técnicos y estéticos de la propia fotografía, es decir, la imagen y la relación con su luz, sea en color o blanco y negro. Mientras que en las reproducciones de pintura, incluso en las de escultura, lo que se pretende es mostrar la obra en relación a las condiciones de observación en la que se encuentra, tanto de conservación como de visualización.

¿Cuáles son las principales características que debe tener un libro de arte?

La característica principal de un libro de arte es que finalmente sea la memoria cierta de la exposición. Aquí el libro en papel gana al libro digital porque cualquier exposición que pretenda perdurar y ser recordada, deberá tener editado un libro impreso en el que aparezcan las imágenes expuestas y los textos del autor y los colaboradores de la publicación.

Esto obliga a que la edición deba de ser muy cuidada en todos los aspectos que condicionan la publicación, desde la idea y diseño a la encuadernación, estando siempre a la altura de la exposición, de las obras que la componen y de la institución o instituciones que la organizan y patrocinan.

¿Qué es lo que os piden vuestros clientes y por lo que escogen a LUCAM?

Los clientes esperan de nosotros un alto grado de fidelidad en las reproducciones y la seguridad de que el trabajo de preimpresión cumplirá con garantías los estándares de calidad. No es posible hacer una buena publicación de arte con una mala fotomecánica. Por resumirlo, creo que la fiabilidad y solvencia profesional son las cualidades que garantizan la calidad y economía de nuestros trabajos.

¿Cómo consigue una empresa ser especialista en libro de arte?

Pues sinceramente no lo sé. Nosotros nunca pretendimos especializarnos en hacer libros de arte, éramos una fotomecánica que hacía un buen trabajo y que además era muy fiable en imprenta. Poco a poco nos fuimos centrando en este segmento y aquí seguimos. En definitiva, creo que las mismas razones que hay en la respuesta a la pregunta anterior, fiabilidad y servicio. Eso hace que un sector tan serio como el libro de arte nos seleccione entre otros.



TUS NIKE IMPRESAS EN CASA



NIKE, COMPAÑÍA LÍDER DE EQUIPAMIENTO DEPORTIVO, QUIERE QUE SUS CLIENTES SE IMPRIMAN EN CASA SUS PROPIAS ZAPATILLAS GRACIAS A LA IMPRESIÓN 3D, A FIN DE QUE NO TENGAN LA NECESIDAD DE DESPLAZARSE A NINGUNA TIENDA DE LA CADENA

AUTOR: Imprimalia 3D

La idea es imparable cuando se trata de reducir los tiempos de entrega. En este caso, según comentaba Eric Sprunk, COO de la firma, el comprador recibirá las instrucciones de sus zapatillas, después de comprarlas online, para elaborarlas directamente en su casa. Incluso podrían personalizarlas en la web de Nike antes de comprar el archivo.

El único problema sería el de las impresoras 3D, ya que pocas personas las poseen todavía, aunque con la progresiva bajada de sus precios son cada día más asequibles.

Para solventar este posible freno, Nike, y también Adidas, han pensado ofrecer a los clientes que no tengan una impresora 3D la posibilidad de acudir directamente a una de sus tiendas que estará equipada con todo tipo de máquinas para que puedan realizar la impresión tridimensional allí mismo. Un proceso que también reducirá los tiempos de entrega aunque se asimile más a la compra tradicional.

MOVIMIENTO MAKER

IMPRESIÓN 3D: LA TERCERA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

AUTOR: Imprimalia 3D

LOS TRAJES IMPRESOS EN 3D HAN SIDO LOS GRANDES PROTAGONISTAS DE LA SEMANA DE LA MODA DE LOS PAÍSES BAJOS, CELEBRADA ENTRE EL 17 Y EL 25 DE OCTUBRE DE 2015 EN EINDHOVEN. SEIS MODELOS, CREADOS CON ESTA TECNOLOGÍA ANTICIPAN YA LA IDEA DE QUE LA IMPRESIÓN 3D VA CAMINO DE SUPONER UNA REVOLUCIÓN COMO EN SU DÍA LO HIZO EL PRÊT-À-PORTER (LITERALMENTE, LISTO PARA LLEVAR) A LA HORA DE SUSTITUIR LA CONFECCIÓN A MEDIDA

Particular interés ha suscitado la iniciativa del diseñador holandés Martijn van Strien, el cual ha creado **una start-up dedicada a personalizar ropa cuyo diseño en 3D es descargable y se puede llevar a imprimir o cortar con una cortadora láser en un FabLab o Makerspace cercano.**

El denominado **Colectivo Post-Couture ofrece una alternativa al sistema textil actual.** Afirmar que en los últimos años la ropa ha sido tratada cada vez más como un producto desechable: se dirige a un número muy amplio de personas con grandes pedidos para reducir los precios, pero a costa de explotar la mano de obra barata del Tercer Mundo y de dañar el medio ambiente.

El colectivo holandés ofrece como alternativa **una producción de ropa sostenible y asequible, basada en un diseño de código abierto y usando la tecnología del siglo XXI.** Se



DESCUBRIENDO EL SECTOR



proclama a sí mismo como **la primera marca de moda que se implica en el movimiento maker y en la Tercera Revolución Industrial (impresión 3D).**

Su primera colección se compone de seis piezas arquetípicas desarrolladas específicamente para ser producidas con un 'lasser cutter' y montadas por el usuario final.

Los diseños, minimalistas y ligeramente futuristas, se cortan sobre una tela que está compuesta por un material 3D de punto suave al

tacto, transpirable y lo suficientemente fuerte para soportar este método creativo innovador.

Según Post-Couture, la estructura refinada de la tela fluye muy bien alrededor del cuerpo. **El material está realizado a partir de botellas PET recicladas y puede reciclarse de nuevo tras ser utilizado.**

El cliente recibe las prendas como si fueran un kit de construcción realizado a medida y tras descargarse el diseño digital puede acudir a cortarlo en un FabLab o Makerspace cercano en su localidad. El precio del diseño oscila entre los 40 y los 130 euros.

El colectivo holandés afirma que **esta forma de producir ropa tan cerca del usuario final supone un valor añadido que la moda producida de forma masiva nunca podrá aportar.**

La producción en los FabLab y Makerspaces locales sólo se realiza cuando se venden los diseños previamente, por lo que el stock que se acumula en las tiendas será cosa del pasado.

Cuando los clientes introducen las medidas de su cuerpo, el diseño de los vestidos se adapta a su talla y una vez que seleccionan el material de su preferencia la prenda estará lista para su producción en el punto más cercano.

El archivo con el diseño digital se puede personalizar también antes de la producción alterando, por ejemplo, la longitud del vestido. Una vez cortadas las piezas de la tela, pueden ser montadas por el usuario sin necesidad de usar máquinas de coser u otros equipos, ya que gracias a su sistema innovador en las costuras de la prenda ésta se puede montar siguiendo unas sencillas instrucciones.

Además, los diseños ofrecen la oportunidad de montarlos y configurarlos una y otra vez, cambiando materiales y/o colores.



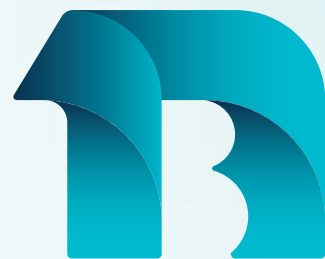


SOLUCIONES

NEOBIS PRESS 142 **neobis**

SOLUCIONES

neobis



ACOMPANIAMIENTO FINANCIERO

CONOCE TODAS LAS VÍAS DE FINANCIACIÓN QUE TIENES A TU ALCANCE

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



ASESORAMIENTO MERCANTIL

DESPEJA CUALQUIER DUDA LEGAL SOBRE TU EMPRESA

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



ASESORAMIENTO FISCAL

HACEMOS MÁS FÁCIL LA GESTIÓN DE LAS OBLIGACIONES FISCALES

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



AHORRO ENERGÉTICO

REDUCE TUS FACTURAS ENERGÉTICAS

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

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



GESTIÓN DE NÓMINAS

ESPECIALISTAS EN GESTIÓN DE NÓMINAS DEL SECTOR

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





ASESORAMIENTO CONTABLE

EL MEJOR SOPORTE PARA TU CONTABILIDAD

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



ASESORAMIENTO JURÍDICO-LABORAL

ABOGADOS ESPECIALIZADOS, A TU DISPOSICIÓN

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



GESTIÓN DE FORMACIÓN

HAZ CRECER A TU EQUIPO CON LA MEJOR FORMACIÓN

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



GESTIÓN DE AYUDAS Y SUBVENCIONES

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

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



IMPAGADOS Y RECOBRO DE DEUDAS

NI UN SOLO TRABAJO SIN COBRAR

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

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



MEDIOAMBIENTE

TE AYUDAMOS A SER MÁS "VERDE"

Asesoramiento integral en materia medioambiental, desde actuaciones puntuales (implantaciones, auditorías, formación, estudios) hasta la externalización de los departamentos de medioambiente, calidad y cadena de custodia.





ASESORAMIENTO DE SEGUROS

REDUCE EL COSTE DE TUS SEGUROS

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



AUDITORÍA RESPONSABILIDAD ADMINISTRADORES

CONOCE TUS OBLIGACIONES COMO ADMINISTRADOR

Te ofrecemos una auditoría para:

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



RETRIBUCIÓN LIGADA A PRODUCTIVIDAD

IMPLANTA UN MODELO DE RETRIBUCIÓN EFICIENTE

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



COACHING EJECUTIVO Y DE EQUIPOS

ENCUENTRA EL CAMINO MÁS EFICAZ PARA ALCANZAR TUS METAS

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



PROTOCOLO FAMILIAR

ASEGURA UNA CONTINUIDAD EXITOSA DE TU EMPRESA FAMILIAR

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



neobis
ASOCIACIÓN DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

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



LLEGÓ LA HORA...



... de la nueva tecnología Komori H-UV.

Si crees que ya lo has visto todo en el mundo de la impresión offset comercial, es que todavía no has visto trabajar una máquina Komori con sistema H-UV. Cuando lo veas, entenderás porque muchos pensamos que ha nacido una nueva forma de entender y de trabajar el negocio de la impresión comercial. Tienes que verlo. Verlo para creerlo. Porque ya es real. Sólo falta que tú te lo creas. Y muchos no creemos sin ver.



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

KOMORI

GESTIONAMOS PERSONAS

AUTORA: Rosario Trasobares, Asesoría Jurídico Laboral.

EL TRABAJO DE UN PROFESIONAL QUE SE DEDICA A LOS RECURSOS HUMANOS, EN CUALQUIERA DE SUS ÁMBITOS, IMPLICA EL TRATO DIRECTO CON PERSONAS. GENERALMENTE, HABLAMOS, SIN PARARNOS A PENSAR, DE RECURSOS HUMANOS, COMO SE HABLA DE LOS RECURSOS DE UNA EMPRESA TALES COMO LAS MÁQUINAS, LAS TINTAS O EL PAPEL. HABLAR ASÍ DESHUMANIZA Y, SI DESHUMANIZAMOS, ESTAMOS PERDIENDO LA NOTA CARACTERÍSTICA DE ESTE TRABAJO. NO SE PUEDE “GESTIONAR” IGUAL UNA MÁQUINA QUE A UNA PERSONA, Y DE LA DESHUMANIZACIÓN DE LAS RELACIONES LABORALES VIENEN MUCHOS DE LOS PROBLEMAS TALES COMO LA FALTA DE MOTIVACIÓN, LA FALTA DE LIDERAZGO, LA INCAPACIDAD PARA RETENER EL TALENTO ETC...

Desde mi punto de vista, prefiero hablar de **los trabajadores como una ventaja competitiva**. Si el lector de este artículo se para a pensar un momento en su empresa, seguro que le viene a la cabeza un nombre de una persona en concreto que para el desarrollo de su actividad es o fue fundamental y que ese trabajador es o fue insustituible por sus aportaciones. **Las personas aportan a las organizaciones de manera que las puede distinguir o puede generar que el proyecto empresarial sea un auténtico éxito.**

De la misma manera, los problemas con las personas que forman parte de una empresa son complejos y no se solucionan llamando a un técnico que cambia una pieza en media hora y todo vuelve a funcionar con normalidad. Pero, sin embargo, en media hora sí que se pueden deteriorar significativamente las Relaciones Laborales en la empresa y volver a reconstruirlas lleva tiempo, se necesita un profesional cualificado y se corre el riesgo de que nunca vuelvan a un estado óptimo, si no se gestionan cambiando los puntos adecuados.

Deshumanizar las Relaciones Laborales, no es la solución, es el problema. Además, es un problema arraigado y, en muchos casos, que ni siquiera está identificado como tal, lo que hace más difícil su solución en el corto o, incluso en el medio plazo.

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

Pensar en los trabajadores de nuestra empresa como un recurso y no como en una ventaja competitiva es otro problema. **Si consideramos que cada miembro de nuestra plantilla puede aportar y crecer, debemos realizar una adecuada política de Dirección de Personas desde el inicio:** proceso de selección, formación, motivación, liderazgo, política retributiva, gestión de la carrera profesional y retención del talento, son **las herramientas clave para que las Relaciones Laborales de nuestra empresa supongan un beneficio directo en el éxito de nuestra organización.**



CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

AUTOR: José Antonio Pompa, Asesoría Jurídico Laboral.

Son muchas las consecuencias negativas de no acordarse o asignarse incorrectamente los niveles profesionales a cada puesto de trabajo y a cada trabajador, tanto desde un punto de vista funcional, como salarial y económico. Es fundamental clasificar correctamente a los trabajadores en el nivel profesional que les corresponde, ya que de esta forma se podrá exigir al trabajador un determinado nivel de responsabilidad y autonomía y, a su vez, percibirá una retribución acorde a éstas y a las funciones realizadas. Pero, **¿dónde están las diferencias entre los tipos de oficialías recogidas en el convenio colectivo del sector?**

Las diferencias las encontramos en 3 aspectos fundamentales:

- **Manejo de la tecnología:** sólo ha de ser oficial cualificado quien domine completamente la tecnología del grupo profesional que se trate, especialista quien no domine totalmente dicha tecnología y oficial quien domine sólo parte de la tecnología.
- **Responsabilidad:** tanto un oficial cualificado como un especialista tienen total responsabilidad en la ejecución de los trabajos que se le encarguen (la diferencia está en que el primero puede ejecutar cualquier tipo de trabajo de su especialidad); el oficial tiene una responsabilidad limitada.
- **Autonomía:** la diferencia entre un oficial cualificado y un especialista radica en que



¿OFICIAL, OFICIAL ESPECIALISTA, OFICIAL CUALIFICADO O AUXILIAR DE TALLER?

al segundo hay que darle instrucciones, por lo que tiene una autonomía más débil; el oficial no tiene plena autonomía.

Considero importante advertir sobre los riesgos de una práctica habitual en el sector y que a medio y largo plazo conlleva consecuencias negativas, tanto para el trabajador, como para la empresa.

Es frecuente reconocer a aquellos trabajadores que están comprometidos con la empresa y que se esfuerzan en el día a día con un aumento de nivel profesional, pero ¿realmente está preparado el trabajador, domina completamente la tecnología que maneja, será igual su rendimiento ante una exigencia

de completa responsabilidad y autonomía?, si la respuesta es negativa o no está clara, este tipo de supuestos puede solventarse con un aumento salarial (al ser posible objetivado) u otro tipo de incentivo o reconocimiento, pero no concediéndole un rango que puede convertirse en una carga para ambas partes.

Pasamos a analizar **la figura del auxiliar de taller**, que ha de ser ocupado por quien desarrolle funciones de carácter auxiliar en cualquier sección del taller (impresión, encuadernación, mantenimiento, etc.). Pues bien, **son muchos los auxiliares de taller que prestan servicios manejando máquinas (aunque sean labores sencillas), a cargo de un oficial de la especialidad concreta o incluso sin él, realidad de la que se pueden derivar consecuencias negativas para la empresa** en el caso de que se produzca un accidente laboral, se exija responsabilidad al trabajador por trabajos mal hechos o éste decida reclamar un nivel profesional superior (con el salario correspondiente).

El manejo de las máquinas ha de quedar reservado a los oficiales de cada especialidad, a quienes sí se les puede exigir responsabilidad, dependiendo del nivel de cada uno, evitándose riesgos que pueden suponer un alto coste para la empresa.

Hemos de concluir resaltando **la importancia de cuidar la clasificación profesional de los trabajadores de la empresa, ya que no dar a esta materia la importancia que realmente tiene supondrá un coste importante para la empresa.**

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



¿CÓMO AFECTA A MI **PENSIÓN** **DE JUBILACIÓN** EL FACTOR **SOSTENIBILIDAD?**

EL FACTOR SOSTENIBILIDAD SE HA CREADO COMO HERRAMIENTA PARA REPARTIR DE UNA FORMA MÁS EFICIENTE LOS RECURSOS DISPONIBLES EN LA SEGURIDAD SOCIAL ANTE INCREMENTOS DE LA ESPERANZA DE VIDA



AUTOR: Calor Lao, Asesoría de seguros.

El aumento de los años que un individuo espera vivir es siempre una buena noticia porque evidencia los avances en la calidad de vida de la sociedad. No obstante, vivir más años implica, a su vez, que la Seguridad Social pagará las pensiones por jubilación durante más tiempo, independientemente de los cotizados por cada uno de los ciudadanos.

A esto hay que añadir que el modesto y decreciente número de nacimientos reduce el número de futuros trabajadores cotizantes, lo que dificulta la sostenibilidad del sistema de la Seguridad Social.

EJEMPLO

Una persona que se jubile con 65 años en 2015 (cuando hay una esperanza de vida establecida en 20 años más) cobraría una pensión mensual de 1.000€ (su esperanza de vida se sitúa en los 85 años); previsiblemente, la persona que se jubile en 2024, con los mismos años cotizados y la misma edad, recibirá una pensión de 933€ porque viviría 1,7 años más. Ambos recibirán el mismo dinero en total, pero en el segundo caso se distribuye en un tiempo mayor.

El factor de sostenibilidad se aplicará por primera vez en 2019 al importe inicial de las nuevas pensiones de jubilación. Se aplicará un factor de ajuste en función de la mejora experimentada por la esperanza de vida de los pensionistas a los 67 años. **Su misión es mantener la proporcionalidad entre las aportaciones al sistema y las prestaciones obtenidas del mismo durante toda la jubilación, garantizando la equidad intergeneracional.**

garantizando la equidad intergeneracional.

Este sistema garantiza que el Estado pueda afrontar el pago de las pensiones aun cuando se incremente la esperanza de vida de los pensionistas.

¿PUEDE DISMINUIR MI PENSIÓN POR EL FACTOR DE SOSTENIBILIDAD?

Sí, aunque el total percibido durante toda la jubilación sería el mismo, la pensión percibida en cada paga sería menor. La introducción del factor sostenibilidad en el cálculo de nuestra pensión implica ligar la esperanza de vida con la cuantía de la pensión en el momento de acceder a la jubilación.

Esto supone que, **a medida que aumente la esperanza de vida de la población, la cuantía mensual de la pensión irá disminuyendo poco a poco de forma proporcional. Esto no significa necesariamente que la cantidad total disminuya sino que se va a disfrutar durante más tiempo, por lo que la pensión mensual se reduce.**

A partir de 2019, cuando entra en vigor el factor de sostenibilidad, ante el incremento de la esperanza de vida, se reducirá la pensión de jubilación. Esta reducción será acumulativa, de forma que las mejoras de esperanza de vida registradas, por ejemplo, en el periodo 2019-2024 se añadirán a los incrementos de esperanza de vida en el periodo 2025-2029.

En términos simplificados, por cada punto porcentual de aumento de la esperanza de vida se producirá una bajada de un punto porcentual de la pensión pública por jubilación en el momento de causarse esta.

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





FORMACIÓN DE CALIDAD EN EL SECTOR GRÁFICO

¿CUÁL ES LA FORMACIÓN MÁS ADECUADA —LÉASE EFICIENTE Y EFECTIVA— PARA LOS EMPLEADOS, ACTUALES Y POR VENIR, DE LA EMPRESA GRÁFICA TANTO DEL PRESENTE COMO DEL FUTURO?

AUTOR: Jesús García Jiménez, profesor Departamento Artes Gráficas, Salesianos de Atocha.

La necesaria formación para nuestro sector pasa por formar mandos directivos, mandos intermedios y técnicos así como auxiliares de diversos tipos. La formación que tenemos implantada, sin entrar en detalles de leyes que se suceden sin solución de continuidad asociadas a los devenires políticos, viene a establecer tres categorías claras: la formación reglada, **la formación continua** y **la formación ocupacional**. Todos estos

tipos de formación pueden tener carácter público, en régimen de concierto o ser formación estrictamente privada.

En cuanto a las necesidades de las empresas para cubrir puestos de trabajo se complementan con los requisitos más comunes:

MANDOS DIRECTIVOS

Si la empresa recurre al mercado laboral de-

mandará estudios universitarios aderezados con algún máster especializado, idiomas y experiencia contrastada. Si opta por la promoción interna, estos requisitos en algunos casos pueden obviarse y pasa a ser más valorada la promoción atendiendo a la valía personal y la formación continua, aunque corre el peligro de basarse en criterios poco objetivos y por lo tanto dañinos a largo plazo.

MANDOS INTERMEDIOS

Los mandos intermedios también pueden ser contratados desde el mercado laboral. En este caso los técnicos de grado superior se hallan en una excelente disposición para acceder a tales empleos, si bien lo más adecuado en estos casos es que procedan de promoción interna tras un tiempo de adquisición de experiencia y con la formación complementaria continua necesaria.

TITULADOS TÉCNICOS

Los titulados técnicos de grado superior y de grado medio son los candidatos ideales para cubrir, de forma inmediata y con productividad asegurada a muy corto plazo, los puestos de técnicos en las distintas áreas de la empresa. En la actualidad existe un buen sistema para que estos titulados se integren en las empresas aun sin terminar sus estudios, como requisito necesario (formación en centro de trabajo) y ciertamente este modelo está funcionando.

AUXILIARES

Los auxiliares pueden perfectamente proceder de la formación profesional básica, (antes Programas de capacitación profesional inicial), que como quiera que se llamen ahora, o en el futuro, son un magnífico vivero para chicos que, en su corta vida pueden haber pasado serias dificultades y que tras el paso por estos estudios pueden hallar su oportunidad e integrarse con capacitación contrastada en nuestras empresas o proseguir los estudios que hemos mencionado.

PRESENTE Y FUTURO DE LA FORMACIÓN PARA EL SECTOR GRÁFICO

Los ingleses, que son muy prácticos a la hora de nombrar las cosas, denominan a los estudios de formación profesional "*Vocational Studies*", lo que podemos traducir con literalidad: estudios vocacionales, lo cual ya de por sí es un concepto bonito para trabajar.

El caso es que la formación para el sector gráfico en este país comienza cojeando en los niveles más elevados ya que **no existen estudios específicos de rango universitario en relación con nuestro campo**, a diferencia de países en los que nos podemos y debiéramos reflejar: Alemania, Inglaterra, Estados Unidos... de ahí que las empresas deban acudir a titulados superiores con estudios no directamente relacionados con la actividad gráfica y que por lo tanto necesitan un periodo de adaptación que puede ser más o menos largo. Nada malo en sí mismo, algún que otro gran profesional conocemos que se ha incorporado de esta manera a nuestras empresas... Lógicamente la situación ideal pasaría por la formación específica en este campo.

Donde estamos fuertes, barramos para casa, es sin duda en la formación profesional. Independientemente de los planes de estudio, lo cierto es que nuestras aulas se llenan de alumnos con ganas de hacer carrera en nuestro sector, lo que habla mucho a favor de la salud del mismo a pesar de la perpetua crisis en la que nos hallamos. Los empresarios siguen confiando en los centros de formación, acogiendo a nuestros alumnos en formación y mostrando la debida consideración por los profesores; los proveedores nos confían sus máquinas cada vez más, herramientas y materiales con la positiva idea que si ayudan a los centros se ayudan a sí y los resultados son evidentes ya que los alumnos pueden utilizar sus equipos y si han quedado satisfechos los demandarán en las empresas a las que se incorporen, serán futuros mandos, etc.





En cuanto a **la formación continua o formación para empresas**, ésta tiene por lo general un carácter privado aunque en buena medida subvencionado, y bien gestionada es una formación absolutamente necesaria, imperativa diríamos, para los empleados. Más aún en un sector como el nuestro, condenado sin remedio al cambio continuo. En esta formación jugamos un importante papel los centros de formación especializados y sin duda redonda en la mejora profesional de los trabajadores y en la deseada productividad.

Por lo que respecta a la formación ocupacional, observamos que está pasando por periodos extraños de cambios, diluyéndose en nomenclaturas varias y conceptos vagos que, por un lado incrementan los controles en la formación que se imparte (herencia de malas gestiones pasadas) y por otro dan carta blanca en este tipo de formación altamente especializada a empresas que no son precisamente especialistas en este campo (¿autoescuelas dando formación sobre edición y artes gráficas?), por lo que sería de interés un seguimiento exhaustivo por parte de las asociaciones que velan por los intereses del sector.

En definitiva, la formación en relación con las artes gráficas “pinta bien” podríamos decir. ¿Puede mejorar? Rotundamente sí, no obstante obtiene buena nota y con el esfuerzo de todos los implicados se pueden realizar los ajustes pertinentes.

touch the future

May 31 - June 10, 2016
Düsseldorf/Germany



FERIAS>Consulting

Especialistas en Ferias en Alemania

Oficina propia con personal español

Stand, traductores y asistencias

Viaje seguro con nuestros vuelos y hoteles recomendados

Consulten salidas garantizadas o soliciten presupuesto a medida

5% de descuento
a todos los asociados

neobis
ASOCIACIÓN DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA



Te INTERESA

NEOBIS PRESS 142

EL 67% DE LAS EMPRESAS EUROPEAS HAN SUFRIDO UN CIBER-ATAQUE

SEGÚN EL ESTUDIO DE FIREEYE Y PAC EL GASTO EMPRESARIAL DE UN ATAQUE ASCIENDE A 75.000€, POR ESO ES FUNDAMENTAL ESTAR PREPARADO, YA QUE EL 100% DE LAS COMPAÑÍAS HAN SIDO O SERÁN ATACADAS A CORTO PLAZO

Las empresas están cambiando su enfoque de gasto en ciberseguridad pasando del tradicional **Prevenir&Proteger** a **Detectar&Responder** según concluye el nuevo estudio realizado por FireEye, líder mundial en detección de ciberataques avanzados, la consultora Pierre Audoin Consultants (PAC), HP, Telefónica y Resilient Systems. Los resultados muestran que este cambio se debe a la constatación por parte de las compañías de que **los ataques cibernéticos son inevitables**.

"Las empresas están tomando conciencia de lo inevitable de un ataque cibernético", asegura Duncan Brown, director de investigación de PAC y co-autor del estudio. "En lugar de gastar la mayor parte del presupuesto de seguridad en prevenir, las compañías asumirán un enfoque

más equilibrado de los presupuestos para ataques cibernéticos".

Las entidades también tienen que hacer frente a su preparación en caso de brechas cibernéticas. **"Vimos que el 86% de las empresas creen estar preparadas para un ataque, sin embargo, el 39% no cuenta con un plan para estar preparados ante un problema cibernético, lo que sugiere que algunas empresas niegan la realidad o están mal informadas acerca del verdadero estado de su preparación",** agregó Brown.

LA IMPORTANCIA DE ESTAR SIEMPRE PREPARADO ANTE UN CIBERATAQUE

"Los ataques cibernéticos se han vuelto cada vez más personalizados, dando lugar a que

muchas más organizaciones estén comprometidas y que el impacto sobre el negocio sea mucho mayor”, comenta Greg Day, CTO y VP EMEA de FireEye. “Esto demuestra que las empresas ya no pueden permitirse el lujo de centrarse exclusivamente en la defensa, necesitan equilibrarlo con una respuesta a incidentes. ¿Pero están las compañías realmente preparadas? El estudio muestra que actualmente **hay una falta de alineación entre la confianza que las empresas tienen en su capacidad de respuesta ante un ataque y sus capacidades reales**. La mayor diferencia son los conocimientos de las personas, algo que, la mayoría de las veces, no se puede solucionar rápidamente. Los requisitos propuestos para la nueva legislación de la UE supondrán un reto importante para muchos”.

“Como defensores tenemos que tener en mente que nosotros tenemos que hacer lo correcto todo el tiempo, mientras que los atacantes solo necesitan tener suerte una vez”, afirma Arthur Wong, vicepresidente senior de servicios de seguridad de HP. “En el entorno de amenazas actuales ya no es una cuestión de “si serás atacado” sino de “cuándo lo serás” y cómo respondas al inevitable ataque puede tener consecuencias a largo plazo sobre tu negocio y la reputación de tu marca”.

LA EXTERNALIZACIÓN ES LO HABITUAL

En contraste con la dotación de recursos para seguridad cibernética de la mayoría de las empresas, la contratación de la prestación de “respuesta a incidentes” a terceros es lo más habitual según el estudio. **“El 69% de las empresas utilizan recursos externos para responder ante un incidente cibernético”**, declara Brown. “Este uso de los servicios de terceros para la “respuesta a incidentes” es una estrategia a largo plazo, ya que las empresas planean utilizar especialistas cuando sea necesario”.

La mayoría de los CISO (Chief Information Security Officers) se preocupan por la exter-

nalización de la seguridad porque lo perciben como una pérdida de visibilidad y control. Sin embargo, “con la “respuesta a incidentes” es mejor contar con un recurso externo a la espera de lo que pueda pasar que tener que desviar la atención del personal interno de sus responsabilidades fundamentales cuando se produce un ataque”, concluye Brown.

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- El **67% de las empresas experimentó una brecha de seguridad** el último año y el 100% ha sido atacada en algún momento del pasado.
- Las empresas tienen **dificultades para detectar infracciones** cibernéticas: el 69% tarda entre uno y seis meses en descubrir un ataque.
- El **64%** de las empresas europeas creen que **el panorama de ciberataques está empeorando**, frente al 28% que considera que está igual que el pasado año y el 9% que afirma que está mejorando.
- Las empresas gastan el 77% de sus presupuestos de seguridad en un **enfoque tradicional Prevenir&Proteger** utilizando soluciones end-point y firewalls.
- Sin embargo, el gasto está evolucionando hacia la capacidad Detectar&Responder, que representa el 23% del gasto actual pero que aumentará hasta un 39% en dos años. Este cambio es la respuesta a las crecientes amenazas a la seguridad cibernética.
- El **coste de un ataque de seguridad** es cada vez más alto, siendo el gasto directo medio para una compañía de **75.000€**, a lo que hay que sumar la pérdida de negocio y reputación.





¿POR QUÉ UNAS PERSONAS APRENDEN MÁS RÁPIDO QUE OTRAS? ¡PORQUE SABEN DESCONECTAR!

AUTORA: Sarah Romero, redactora de Muy Interesante.

Todos conocemos a alguien que tiene una capacidad asombrosa de aprender una nueva habilidad en cuestión de minutos; sin embargo, otros necesitan de más tiempo o mucha más práctica. ¿Por qué sucede esto? Un equipo de científicos de la Universidad de California

en Santa Bárbara, de la Universidad de Pennsylvania y de la Universidad Johns Hopkins (EE.UU.) realizó un experimento con objeto de encontrar la respuesta a esta pregunta. Sus resultados han revelado **qué ocurre en nuestro cerebro durante el proceso de aprendizaje.**

PARECE CONTRADICTORIO QUE ESTANDO HASTA ARRIBA DE TRABAJO, ENCIMA TENGAS QUE PARAR Y "PERDER TIEMPO", PERO ESTÁ COMPROBADO QUE LA CALIDAD DE NUESTRO TRABAJO ESTÁ MUY CONDICIONADA POR NUESTRO ESTADO MENTAL. SI QUIERES SER EFICIENTE HAZ DESCANSOS CADA 90-120 MINUTOS ¡NO SOMOS ROBOTS!



Para ello, contaron con un grupo de participantes a los que, mientras aprendían a jugar un sencillo juego de notas y colores, los expertos medían las conexiones en distintas áreas del cerebro. Los voluntarios tenían que reproducir las secuencias de notas a través de unos botones tan rápido como pudieran en base a unos códigos que aparecían en una pantalla. Una vez terminado el experimento, se pidió a los participantes que practicaran en sus casas durante las siguientes seis semanas.

Los voluntarios tenían que reproducir las secuencias de notas a través de unos botones tan rápido como pudieran en base a unos códigos que aparecían en una pantalla. Una vez terminado el experimento, se pidió a los participantes que practicaran en sus casas durante las siguientes seis semanas.

A las dos, cuatro y seis semanas tras el estudio inicial se realizaron idénticas pruebas con objeto de ver el avance en la práctica del juego y el cambio en sus cerebros. Así, **algunos de los participantes presentaban una velocidad inusitada a la hora de aprender nuevas secuencias musicales y otros aprendieron de una forma mucho más gradual.**

Los escáneres cerebrales revelaron que la actividad neuronal de los primeros (los que aprendieron muy rápido) era diferente a la del segundo grupo que necesitó más tiempo para ello. En concreto, las regiones de procesamiento visual y motor presentaban una alta conectividad durante los primeros ensayos pero, a medida que avanzaba el experimento, ambas zonas se iban volviendo más autónomas. En los participantes que aprendieron más rápido se constató una disminución de la actividad neuronal en la corteza frontal y en la corteza cingulada anterior, ambos vinculados a lo que se conoce como función ejecutiva.

La función ejecutiva define habilidades cognitivas como la autorregulación de las tareas, la capacidad para desempañarlas de forma adecuada, la formación de planes, la anticipación y establecimiento de metas o el inicio de actividades.

Así, el experimento reveló que la **"desconexión de la función ejecutiva puede ayudar a aprender otro tipo de tareas. Son las personas que pueden apagar la comunicación de esta parte de su cerebro más rápidamente las que presentan tiempos de aprendizaje más cortos"**, explica Scott Grafton, coautor del estudio.



¿ANTE UN NUEVO MODELO DE EMPRESA FAMILIAR?



LA ENCUESTA MUNDIAL DE LA EMPRESA FAMILIAR 2014, ELABORADA POR PWC, RECOGE LA VISIÓN DE 2.378 EMPRESARIOS DE COMPAÑÍAS FAMILIARES DE TODO EL MUNDO, 37 DE ESPAÑA, SOBRE LAS INQUIETUDES Y LOS DESAFÍOS DEL PRESENTE Y DEL FUTURO

AUTOR: PwC

Las empresas familiares españolas son más optimistas que sus homólogos mundiales sobre la evolución futura de sus negocios.

Así lo asegura el 92% de los encuestados españoles —70% en el mundo—, que espera crecer de forma sostenida durante los próximos cinco años. Pero para ser capaces de alcanzar el crecimiento previsto, las compañías familiares, más allá de su origen, son bastante coincidentes a la hora de señalar **los retos a los que se enfrentan**. La internacionalización, la capacidad para transformarse a la misma velocidad que lo hace el mercado, saber adaptarse al nuevo entorno digital y sacar el mayor partido posible de las nuevas tendencias globales son algunos de ellos.

1. CADA VEZ MÁS INTERNACIONALES

Actualmente, el 25% de los ingresos de las empresas familiares de todo el mundo viene de las exportaciones. Un peso que esperan aumentar hasta el 32% en los próximos cinco años. En este contexto, las empresas familiares españolas se presentan no solo como unas de las más internacionalizadas —38% de sus ingresos vienen de mercados distintos al español— sino como de las más ambiciosas: pretenden alcanzar el 50% en los próximos cinco años. Estos datos son, sin embargo, solo una cara de la moneda. A pesar de la apuesta generalizada por otros mercados, pocos son los

empresarios familiares —aquí los españoles no son distintos— que esperan ir a mercados en los que actualmente no se encuentran. La mayoría de ellos se van a limitar a seguir creciendo en aquellos países vecinos, con mayores afinidades culturales y de idioma.

2. TRANSFORMARSE RÁPIDO Y EN UN CONTEXTO DIFÍCIL

La reorganización de sus compañías —59%—, y el desarrollo de nuevos productos y negocios —43%— son los dos principales desafíos internos a los que se enfrentan las empresas familiares españolas. Le siguen la falta de talento y la dificultad para financiarse, que preocupa más a los empresarios familiares españoles que al resto. En cuanto a los factores externos, el 62% de los encuestados nacionales apunta a las condiciones del mercado y la inestabilidad del euro como cuestiones clave; y el 43% a la nueva regulación.

3. FAMILIAR Y DIGITAL

Los empresarios familiares españoles son conscientes de la importancia de lo digital en sus negocios. El 73% asegura que la transición a lo digital les ayudará a aumentar el nivel de conocimiento de sus compañías y el 59% es consciente del impacto tangible que puede tener en sus negocios. Sin embargo, todavía les queda mucho por hacer en este ámbito: el 59% reconoce que todavía no han adaptado sus organizaciones al nuevo entorno digital.

4. SENSIBLES A LOS CAMBIOS DEMOGRÁFICOS Y A LOS AVANCES TECNOLÓGICOS

Los avances tecnológicos, los cambios demográficos y la escasez de recursos naturales son las tres tendencias mundiales que más preocupan a las compañías familiares españolas. El mundo de los negocios se ha vuelto más disruptivo que nunca y las compañías ganadoras serán aquellas lo suficientemente ágiles y flexibles para adaptarse a los nuevos tiempos y hacer las inversiones necesarias. Este último aspecto es especialmente sensible para las empresas familiares, que tradicionalmente



tienen una mayor dificultad de acceso a la financiación, ya se bancaria o de los mercados.

DE GESTORES A PROPIETARIOS

Entender la diferencia entre propietario y gestor se está convirtiendo en una cuestión cada vez más relevante en las empresas familiares de todo el mundo. El informe revela que la figura del propietario familiar “exclusivamente”, se puede ir imponiendo durante los próximos años. El 32% de los empresarios encuestados tiene previsto transmitir a la próxima generación la propiedad de sus compañías pero no la gestión, una cifra siete puntos por encima de la registrada en nuestra encuesta de 2012.



PROFESIONALIZARSE: PROCESOS, GOBIERNO Y GESTIÓN DEL TALENTO

A lo largo y ancho de nuestro informe, los encuestados de todo el mundo **insisten en la necesidad de ahondar en la profesionalización de la empresa familiar en tres aspectos concretos: los procesos, el gobierno corporativo y la atracción y gestión del talento.**

- En el caso de los procesos, muchas compañías familiares tienen todavía camino que

recorrer en la mejora en la eficiencia de sus operaciones y en el uso de las tecnologías de la información para mejorar la productividad y reducir sus costes.

- El gobierno corporativo es otro ámbito en donde los empresarios creen que tiene margen de mejora y donde estiman que contar con consejeros no ejecutivos con experiencia, puede ser muy beneficioso para sus organizaciones. No obstante, reconocen que la percepción generalizada de que los consejos de las empresas familiares son más conflictivos que los de las convencionales constituye un obstáculo a la hora de captar a estos externos. En el caso de España, el 76% de las empresas encuestadas, frente al 65% a nivel global, aseguran contar en el Consejo con externos ajenos a la familia y a la empresa.
- Por último, contar con los sistemas que les permita gestionar, atraer y fidelizar el talento se está convirtiendo en un aspecto cada vez más relevante. Cada vez más a menudo, las empresas familiares están compitiendo con los planes de carrera de las grandes multinacionales y deben tener una oferta de valor para sus profesionales.

LA SUCESIÓN Y LOS CONFLICTOS INTERNOS

La sucesión sigue siendo una cuestión importante para todas las empresas familiares, independientemente de su localización. En España, sólo el 19% de este tipo de compañías tiene un plan de sucesión sólido y documentado. En el mundo, este porcentaje es del 16%. Otra de las cuestiones capitales es la de contar con mecanismos claros para la resolución de conflictos. En España, el 90% de las empresas familiares encuestadas asegura tener, al menos, algún tipo de procedimiento establecido para este tipo de situaciones. A nivel global, esta proporción es del 83%. Finalmente, el informe incluye un análisis sobre cómo está cambiando el papel de los *family offices* en las compañías familiares de todo el mundo.



el sector **en verde**

NEOBIS PRESS 142

DISEÑO SOSTENIBLE EN ARTES GRÁFICAS

¿QUÉ SE PUEDE DECIR RESPECTO AL ECODISEÑO Y AL DISEÑO SOSTENIBLE EN ARTES GRÁFICAS? AUNQUE BIEN ES CIERTO QUE ES UNA DE LAS INDUSTRIAS QUE MÁS HAN CONTAMINADO A LO LARGO DE LA HISTORIA, EN ESTE ARTÍCULO QUIERO MOSTRAROS CÓMO ES POSIBLE DISEÑAR TENIENDO EN CUENTA EL ECODISEÑO Y EL DISEÑO SOSTENIBLE, ¿OS APETECE SABERLO?

AUTOR: Miguel Álvarez Casasola @makertan, Creativo Analítico y Blogger en LaPrestampa



**SCAN
QR-CODE**

Tutorial de la plataforma
escanea el código



Hay muchas cosas que pueden hacerse en el ámbito del ecodiseño que afectan al proceso gráfico y en general a la industria de artes gráficas. Son decisiones complicadas ya que hay que sopesar cuidadosamente detalles como los costes, el impacto visual o la legibilidad. Un gran ejemplo de la cantidad de variables a determinar lo podemos encontrar en un trabajo de ecodiseño del profesor de ingeniería Química: Joan Riveradelvall Pons.

DISEÑO

Es una parte fundamental ya que teniendo en cuenta la sostenibilidad podemos cambiar desde la base muchas decisiones para diseñar productos más respetuosos y/o sostenibles con el mundo que nos rodea. Algunos ejemplos son:

- **Tipografía:** Tanto la elección de una tipografía (hay tipografías consideradas ya

ecológicas) como variables como el tamaño pueden ser importantes si su destino va a un soporte impreso. No es sólo por la cantidad de tinta gastada sino porque además podemos reducir el número de hojas impresas variando el cuerpo 1 o 2 puntos.

- **Maquetaciones:** A la hora de diseñar las retículas y maquetas de los productos impresos cuestiones como el sangrado o un diseño a dos caras en vez de a una cobran importancia. Y es un problema grave ya que buscamos legibilidad e impacto visual sin perder de vista la parte ecológica del asunto.
- **Colores:** Hay que plantearse si de verdad es necesario hacer trabajos a cuatricromía o para ciertos usos puede servirnos con el uso de dos o tres tintas.
- **Ciclo de vida del producto:** Cuando se nos plantea hacer un trabajo impreso como puede ser un catálogo habría que valorar si **es necesario imprimir toda la oferta o bien sólo imprimir una parte y otra parte en formatos digitales**. ¿De qué sirve hacer un catálogo anual con 300 páginas si la mitad de

las ofertas variarán en uno o dos meses?, ¿no sería preferible hacerlo más corto y complementarlo con los recursos interactivos de los que ya disponemos?, ¿Y si fuese el medio impreso el que complementase al digital?...son opciones que hay que tener en cuenta.

Debemos valorar el ampliar la vida útil de un producto, en este sentido se ha llegado a hacer una máquina de impresión digital que reimprime el papel hasta en 5 ocasiones (maximizando la vida del papel).

- **Materiales:** Si queremos hacer diseño sostenible tenemos que entender que podemos emplear materiales con un menor impacto ambiental y/o reutilizables a pesar de que tengan un coste mayor (no siempre es así) y dependiendo del proyecto, hacer uso de las alternativas ecológicas de las que disponemos, la pasta al bisulfito por ejemplo en su proceso permite obtener energía. El papel reciclado es otra de las alternativas.
- **La interactividad ayuda:** Soluciones como el clickable paper, los códigos QR (en lugar de descripciones largas) o la realidad aumentada pueden hacernos mejorar la experiencia de usuario, reducir el impacto ambiental y consumir menos recursos (menos pliegos, menos consumo de tintas, menos cantidad de papel, una menor cantidad de planchas de impresión...).

Hay un ejemplo de realidad aumentada muy claro en IKEA, Cada año han ido reduciendo su catálogo impreso complementándolo con recursos interactivos. Ganando con ello en innovación, diferenciación y, por qué no decirlo, en sostenibilidad.

PREIMPRESIÓN, IMPRESIÓN Y POST-IMPRESIÓN

Si prácticamente todas o la mayoría de decisiones de ecodiseño se toman en la fase de diseño, podemos mencionar algunas que pueden ser claves a la hora de reducir el impacto ambiental y que corresponde en muchas ocasiones a la

pre-impresión, la impresión y a la post-impresión

- **Los papeles:** El uso de uno u otro tipo de papel puede condicionar y mucho en el impacto medioambiental, la ISO 14.000 habla largo y tendido de este punto, usar papeles de bajo peso suponen un ahorro grande.

- **Las tintas:** Existen técnicas para poder reducir el nivel de uso global de tintas impresas para un trabajo, estas son las técnicas UCR y GCR. Es interesante valorar esta opción ya que además de reducir el impacto ambiental generan un menor coste. También hay que saber que las tintas electrónicas contaminan.

- **Modelos de impresión:** ¿Con qué modelo se va a imprimir un trabajo? A la hora de elegir el modelo para imprimir un trabajo tenemos que tener en cuenta aparte de la calidad y el coste por copia, el impacto ambiental. Mientras que por ejemplo el huecogrado, el offset, la serigrafía y la flexografía generan planchas de impresión (siendo el huecogrado el sistema más contaminante) la impresión digital no genera plancha.

- **Planchas y películas:** Con decir que generan un alto porcentaje de los residuos de la industria (contando con los reveladores) es vital plantearse cuántas necesitamos (recordad que por ejemplo en offset hay una plancha para cada color).

- **Encuadernaciones:** ¿Es absolutamente imprescindible usar el hilo? ¿No podríamos usar anillas que contaminan menos? son cuestiones que deben plantearse pero también ofrecerse.

- **Barnizados y otros acabados:** ¿Es efectivamente una ventaja su aplicación?, ¿aportan algo más al diseño como para poder asumir su coste medioambiental?

Es muy recomendable el manual de greeninbooks en el que se habla de cómo hacer una buena ecoedición.





NEOBIS PRESS 142

novedades

DIN IMPRESORES reunió, por primera vez en su Historia, a representantes del sector de las artes gráficas así como a agencias de publicidad, clientes y proveedores en una cena aniversario donde se dio a conocer el *refresh brand* por la que ha pasado la imagen corporativa de la empresa tras 40 años de trayectoria. En la cena aniversario, que tuvo lugar el 22 de octubre en Kitchen Club, Cristina y Patricia García-Manso Hernández, propietarias y gerentes de DIN Impresores, presentaron la nueva web así como las nuevas incorporaciones tecnológicas por las que han apostado en este último año.

“Queremos pisar con fuerza este 2016. Para ello hemos hecho un gran esfuerzo económico en inversión tecnológica con la compra de maquinaria de última generación, que nos adentra de lleno en el universo del packaging, con una calidad excelente en el resultado final y ahorrando importantes costes para el cliente”, afirma Patricia. “Esta apuesta supone poner el foco a nuevos retos y metas. Por ello, tras casi medio siglo de experiencia en el sector, hemos querido refrescar nuestra imagen de marca y todos los soportes principales donde queda expuesta, como es el caso de la web, ahora sí, un reflejo fidedigno de nuestro trabajo, dedicación y espíritu actual”, añade Cristina.

Marcas de gran prestigio como Heidelberg, Antalis o Ricoh quisieron estar presentes en esta celebración a través de su sponsorización avalando, de este modo, la garantía y profesionalidad de DIN IMPRESORES, una empresa referente en la Comunidad de Madrid por su trayectoria, capacidad de adaptación y visión de futuro, sustentada en un modelo familiar con unos valores férreos que le han llevado a lo más alto en el gremio, tanto en atención, como facturación.

DIN IMPRESORES CELEBRA SU 40 ANIVERSARIO EN UN EVENTO SIN PRECEDENTES EN LAS ARTES GRÁFICAS

EL DERROCHE DE MODERNIDAD Y CREATIVIDAD EN EL EVENTO DEJÓ CLARA LA APUESTA Y LA FUERZA CON LA QUE DIN IMPRESORES SE ADENTRA EN SU NUEVA ETAPA.

Cerca de 100 personas se concentraron en Kitchen Club, un espacio minimalista que conquistó desde un primer momento a todos los invitados. A su llegada, un mimo se encargó de recibir a los invitados con la entrega de una margarita con el color corporativo de la empresa. Al fondo, al final del recorrido dibujado por una alfombra naranja de más de 50 metros de largo que vistió la noche de glamour y elegancia, Cristina y Patricia se encontraban con los asistentes en un gran photocall para inmortalizar su presencia y el momento.

Cristina y Patricia agradecieron a los presentes su presencia y la confianza depositada en DIN a lo largo de estos años. Unas palabras llenas de emoción que provocaron el aplauso de todos. Sois los mejores, exclamaba Cristina visiblemente emocionada en su intervención. A continuación se dio paso a una noche mágica cargada de creatividad, sorpresas y regalos que sin duda no dejaron indiferente a ninguno de los invitados.

A la izquierda: parte del equipo de Din Impresores ‘con las manos en la masa’. A la derecha: Cristina y Patricia en un momento divertido con el mimo encargado de animar este 40 Aniversario.



KOMORI INAUGURA SU NUEVO CENTRO GRÁFICO EN EUROPA

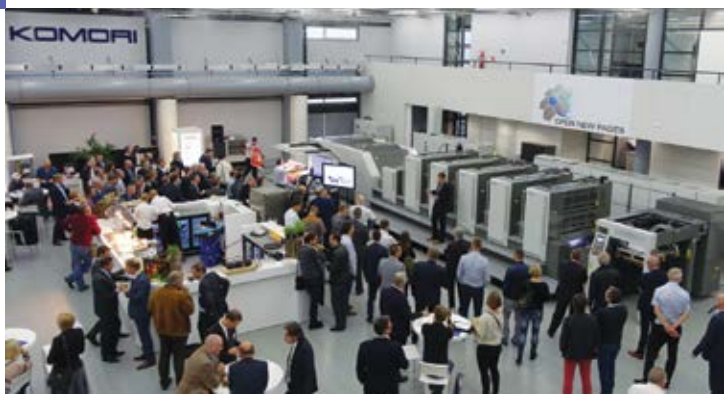
SATOSHI MOCHIDA, PRESIDENTE Y COO DE KOMORI CORPORATION, VIAJÓ DESDE TOKIO EL PASADO OCTUBRE PARA INAUGURAR EL NUEVO CENTRO GRÁFICO KOMORI (KGC) EN EUROPA, UBICADO EN LAS OFICINAS CENTRALES DE KOMORI EN UTRECHT (HOLANDA)

En su discurso inaugural, que contó con la presencia de Jan Van Zanen, alcalde de Utrecht, y de distintos invitados especiales de ámbito local e internacional, Mochida subrayó **la confianza de Komori en el futuro de la impresión**, la buena complementación de las tecnologías offset y digital, y la importancia que tiene para la empresa su orientación hacia ac-

tividades diversificadas: *“Komori ha pasado de ser un fabricante especializado de máquinas off-set a convertirse en un proveedor de soluciones de ingeniería de impresión, y confiamos plenamente en nuestra misión de ofrecer soluciones que abran nuevos caminos a nuestros clientes”.*

La industria gráfica ha cambiado mucho en los últimos años, pero Komori siempre ha sabido abordar su evolución escuchando y adaptándose al mercado, e incluso anticipándose a sus necesidades gracias a su filosofía del Kando, que busca ofrecer a los usuarios y clientes potenciales de Komori productos y servicios que superen sus expectativas. La suma de importantes iniciativas de I+D, colaboraciones tecnológicas con proveedores destacados de distintos ámbitos y programas de mejora continuada en el marco del **reconocido concepto japonés Kaizen ha permitido a Komori convertirse en el segundo proveedor de máquinas de alimentación a hoja en Europa, y en la empresa líder en secado de bajo consumo gracias a su aclamada tecnología de secado instantáneo H-UV**, que ahora también se utiliza en las rotativas.

El nuevo Centro Gráfico Komori se ha convertido en uno de los tres núcleos tecnológicos de Komori en el mundo, junto al KGC de Japón, un gran edificio dentro de la ultramoderna planta de Tsukuba de cero emisiones, y el KGC America, el centro de tecnología gráfica de Komori en EE.UU.





Crescendo® de WestRock, el cartón que ayuda a las marcas a destacar en el lineal

WestRock Company (NYSE: WRK), líder mundial en el sector del papel y de los envases de cartón, ha sido galardonado conjuntamente con Alzamora en los premios Pro Carton ECMA 2015. Es un reconocimiento al uso del cartón Crescendo® C1S (300 gsm) de WestRock en un envase excepcionalmente único, que fue diseñado y adaptado por Alzamora Packaging para Boffard (Mantequeras Arias), un fabricante de quesos seleccionados.

Crescendo fue escogido para este proyecto por diferentes razones. El diseño exclusivo en blanco y dorado necesitaba un cartón que ofreciera una base blanca limpia, combinada con una superficie suave tratada por ambos lados que permitía imprimir gráficos en alta calidad y acabados como los que se utilizan en este envase. Además, Crescendo también ofrece un aspecto de lujo y permite un troquelado limpio: otra singularidad del diseño de este envase.

“Estamos muy contentos de haber ganado este premio y agradecemos a Alzamora y a

WESTROCK CON ALZAMORA PACKAGING S.A. GANA EL PREMIO PRO CARTON ECMA

Mantequeras Arias (del grupo Savencia) por haber escogido nuestro material” afirmó Regina Knoll, directora de marketing de WestRock EMEA. “Crescendo era la solución perfecta para este reto. Cumplía con todas las exigencias de este proyecto, tanto en color, versatilidad y características mecánicas”.

La compañía WestRock es el resultado de la fusión entre MeadWestvaco y RockTenn, que tuvo lugar el 1 de julio de 2015.



¡DEJA QUE EL PAPEL HABLE POR SÍ MISMO!



Diseño ganador:
"Cyclusilda,
ayudando a los
más necesitados"
Alumnos: Paula Le-
chuga, Eva Martínez
y Sara Manglano.

Los alumnos del **IES Puerta Bonita** de Madrid, en colaboración con **Torraspapel Distribución** y **Arjowiggins Graphic**, han desarrollado la próxima campaña de marketing del papel 100% reciclado **Cyclus**, donde podremos construir a la oveja **Cyclusilda** y ayudar al planeta y a los más necesitados.

Del segundo curso de "Diseño y Producción Editorial" y de "Producción en Industrias de Artes Gráficas", los alumnos han trabajado durante cerca de seis meses para presentar varias propuestas, en total 11 trabajos donde

destaca la calidad de los mismos, tanto en presentación, idea, diseño y ejecución. De todos ellos se escogieron 3 finalistas, siendo "**Cyclusilda, ayudando a los más necesitados**" la propuesta ganadora.

Con esta campaña, se invita a todos aquellos que reciban el mailing postal a que pongan "guapa" a la oveja **Cyclusilda**, enviando a **Torraspapel Distribución** su foto más simpática. Con ello, entrarían en el sorteo de un premio de 500€ que donarán a una de las ONG's planteadas en las bases de la promoción.

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

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

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

...sino como acaban

entrega y recogida de mercancía
atención telefónica 24hrs.

91 699 27 92



TU Tiempo

NEOBIS PRESS 142

CRÍMENES, TORTAS DE TXANTXIGORRI Y EL VALLE DEL BAZTÁN

LES PROONGO UN VIAJE LITERARIO PERO CUYOS CAPÍTULOS VAN A HACER UN RECORRIDO DUAL: CONTARÁN CRÍMENES, INVESTIGACIONES POLICIALES, LEYENDAS SOBRE PERSONAJES COMO EL "BASAJAUN", LAS "LAMIAS" O LA "MARI" Y AL MISMO TIEMPO SU NARRACIÓN MUY PEGADA A NAVARRA, NOS DESCUBRIRÁ UN VALLE DEL BAZTÁN, REAL Y TAN ATRACTIVO QUE MUCHOS QUERRÁN VISITARLO Y RECORRERLO PARA SENTIRSE MÁS CERCA DE LA DESCRIPCIÓN QUE DE ÉL HACE LA ESCRITORA DONOSTIARRA DOLORES REDONDO

AUTORA: Inmaculada López Vadillo, periodista.

Les confieso que visité este Valle antes de leerme la "Trilogía de Baztán". Apenas había comenzado la lectura de "El guardián invisible". Me aguardaban por leer "Legado en los huesos", y "Ofrenda a la tormenta". No sé si es lo más adecuado. Siempre tengo dudas si escoger primero el libro y luego la versión cinematográfica o hacerlo justo al revés. Si cae entre sus manos este artículo y deciden visitar la zona habré conseguido interesarles y creo que no se sentirán defraudados.

La inspectora Amaia Salazar, alta, delgada de piernas largas, rubia (con el pelo recogido en un moño sobre todo cuando tiene entre sus manos un caso complicado), se convierte en la mejor cicerone de este recorrido geográfico por un Valle repleto de criaturas de la mitología vasco-navarra descritas a la perfección por





el padre José Miguel de Barándiarán, sacerdote, y antropólogo guipuzcoano gracias al que no olvidaremos quién es el “Tarttalo”. El relato mezcla al “basajaun”, el señor de los bosques, con las “lamias” bellísimas mujeres con “pies de oca” o la “Mari” señora a cuya morada hay que entrar de frente y salir caminando hacia atrás, sin atreverse a coger nada. Criaturas en las que no cree una incrédula Amaia Salazar frente a la certidumbre de su tía Engrasi.

Todas ellas habitantes de un valle en el que como describe Dolores Redondo “la naturaleza nos protege –susurró–, mirando alrededor y apreciando la belleza de las altas copas de los árboles que formaban a ambos lados del camino una barrera natural y umbría, en la que apenas llegaba a penetrar la luz”.

LA LITERATURA HACE TURISMO

Elizondo es la localidad en la que transcurre gran parte de la trama y por tanto es lugar de obligada visita. Un lugar mágico, en el que les recomiendo visitar el puente de Muniartea y escuchar el rumor atronador de su presa. “La lluvia” –narra la autora– “no había dejado de caer en todo el día, y una presencia húmeda, como una tumba de Baztán, se coló en el coche

haciéndole sentir de pronto una rabia incontenible hacia aquel maldito lugar. El agua, el río, el empedrado medieval y todo el dolor sobre el que se había edificado”.

“Añoró de pronto las noches de verano en que las luces que iluminaban la presa solían estar encendidas, proporcionándole el aspecto casi idílico de postal que se veía en las fotos turísticas...” “Legado en los huesos”.

Frente a la Plaza se encuentra el **Ayuntamiento de Baztán**, edificio del siglo XVII donde se reúne la Junta General de Baztán, institución de origen medieval que gobierna todo el valle. En una esquina –no olviden echarle un vistazo– a la “botil harri”, una piedra que se utilizaba en el juego de “laxoa”, la modalidad de piedra vasca más antigua.

“Caminó hacia la curva del río atraída por las luces anaranjadas de la plaza.....rebasó la fuente de las lamias y se detuvo en la esquina del ayuntamiento para tocar brevemente la superficie suave de la “botil harri” con una mano mientras con la otra aprisionaba el sobre que viajaba en su bolsillo... como si el papel contuviese las última trazas de vida de su autora”.



Muy cerca de allí, a apenas unos pocos metros, **en la calle Santiago está la Pastelería Malkorra**. En sus vitrinas exhiben con orgullo los libros de Dolores Redondo junto a **las tortas txantxigorri**. Un dulce que aparece en el pubis de las niñas asesinadas en la primera entrega de esta trilogía y que han vuelto a hornear para deleite de los amantes de los sabores fuertes: huevos, chicharrones de cerdo y manteca. "Nosotros hemos actualizado un poco los sabores para hacerlos más actuales" me cuenta una de sus empleadas.

En la calle un grupo de mujeres peregrinas buscando las localizaciones de la novela se dejan aconsejar por las empleadas de **Malkorra** que bien podría ser el horno de la familia de Amaia Salazar, el lugar donde su madre casi le arrebató la vida tras susurrarle muchas noches: "Duerme, duerme pequeña zorra, la ama no te comerá esta noche".

"Al llegar al Trinquete giró a la derecha para ir al único lugar donde en aquel momento podría estar sola. Palpó en su bolsillo la suavidad del cordel de nailon con el que su padre había sujetado aquella llave que años atrás... y la deslizó en la cerradura del almacén". El

escenario del **obrador Mantecadas Salazar** en realidad es hoy la vivienda de dos ancianas solteras, la casa Errota Zañenea. Detalles que les contarán pormenorizadamente dos vecinos José María Ondikol y Beatriz Ruiz Larrinaga creadores de visitas guiadas por los escenarios donde discurren las novelas. Las reservas que no dejan de crecer como los lectores de Dolores Redondo pueden hacerse en la web: **elguardianinvisible.com**

Un paseo por sus calles repletas de iglesias, de casas de indios trufadas en sus fachadas de blasones huella imborrable de una riqueza de otro tiempo, palacios, **casas solariegas como Ospitalenea**, antiguo hospital medieval que albergaba a los peregrinos del Camino de Santiago. No olviden visitar **la Iglesia lugar clave en el que se celebran los funerales de muchas de las víctimas de la trilogía**. Fíjense en una de sus torres encontrarán referencias a un dibujo de una cebada y una corona. Es un homenaje a Braulio Uriarte, creador de la cerveza Coronita, que financió parte de su reconstrucción y los cementerios el de Elizondo y el de Ainhoa.

Un recorrido que recomiendo recale también en **el Molino del Infierno** "Infernuko Errota". "Condujo por la carretera desde Elizondo hacia Oronoz-Mugaire y tomó el desvío a Orabi-dea, uno de los lugares menos transitados del valle, en el que el tiempo parecía haberse detenido manteniendo intactos campos, case-ríos y todo el encanto y la potencia natural de un paraje tan hermoso como feroz". "....James le había convencido para visitar el Infernuko Errota, uno de los lugares más mágicos y especiales de Baztán".

En enero del 2016 está previsto que comience el rodaje de "El guardián invisible" dirigido por el director navarro Fernando González Molina. Una oportunidad para recorrer a través de la pantalla estos lugares que acabo de describirles con tanto deleite. **Pueden leer antes la Trilogía o esperar a ver la película pero no dejen de visitar el Valle de Baztán.**



LECTURA RECOMENDADA

LOS 88 PELDAÑOS DEL ÉXITO

Anxo Pérez

Recomendado por: Francisco del Moral, Fundador y Director de Gráficas Francisco del Moral.

“Lo recomiendo porque está escrito por un joven emprendedor Anxo Perez. Salido de una pequeña ciudad de Galicia, que marchó sólo con 17 años y sin medios a EEUU donde después de estudiar y trabajar en múltiples oficios, se graduó en la universidad. Ha trabajado para el FBI, y en la ONU, ha sido interprete de Barack Obama, actor de cine y protagonista de un largometraje, ha publicado varios discos, ha sido director de un coro de Gospel, toca seis instrumentos musicales, cuenta con cinco titulaciones universitarias y domina nueve idiomas. Es fundador y mente creadora de 8Belts, el revolucionario método que garantiza hablar un idioma como el chino en menos de ocho meses. Su empresa en sus tres primeros años de vida ha pasado de tres a 60 personas y ha experimentado un crecimiento de más del dos mil por ciento. Es un buen libro en el que puedes encontrar frases como...

Mantén tu ilusión.

*Cuando la lagrima asome,
Cuando el miedo te azote,
Cuando el mar te abandone,
Mantén tu ilusión.*



EL ASESINO DE LA PEDRERA

Aro Sainz de la Maza

Recomendado por: Inmaculada López Vadillo, periodista.

“Una novela trepidante con la Barcelona de Gaudí como telón de fondo espacial en el que se desarrolla una trama de crímenes espectaculares por su puesta en escena que te atrapan desde el inicio. No es un tópico, empiezas a leer y no quieres parar. La galería de personajes desde el inspector Milo Malard a la jueza Susana Cabot y la subinspectora Rebeca Mercader presentan fuertes descripciones psicológicas que te envuelven en un relato entretenido y vivaz”

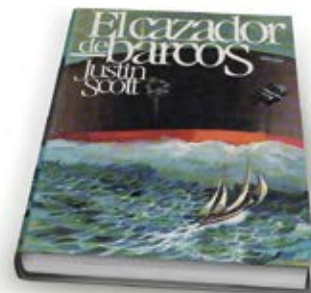


EL CAZADOR DE BARCOS

Justin Scott

“Uno de los mejores relatos de la literatura marítima”

Recomendado por: Susana Navarro, Relaciones Institucionales de neobis.



LA SOLUCIÓN PARA CADA NIVEL DE PRODUCCIÓN

PLEGADORAS HORIZON



PF-P330

PLEGADORA DE SUCCIÓN DE 2 BOLSAS.
MUY FÁCIL DE PROGRAMAR.
TOTALMENTE AUTOMÁTICA.
FORMATO MÁXIMO A3 PLUS.



PF-40L

PLEGADORA DE SUCCIÓN DE 2 BOLSAS.
AJUSTES AUTOMÁTICOS.
IDEAL PARA FORMATOS DE
HASTA 320X630 MM.



AFC-746F + PFU

PLEGADORA EN CRUZ AUTOMÁTICA.
CONFIGURACIÓN ESTÁNDAR: 6 BOLSAS
+ CUCHILLA + BOLSA + CUCHILLA.
AMPLIABLE A 32 PÁGINAS CON CUCHILLA
MÓVIL.
ALIMENTADOR DE PALETS, ROTARY O
DE MESA.
FORMATO: 740 X 1.100 MM.

AFC-566F

PLEGADORA TOTALMENTE AUTOMÁTICA
INCLUSO LA BATERIA DE RODILLOS.
COMPUESTA POR 6 BOLSAS + 1
CUCHILLA + 2 BOLSAS LATERALES.
PUEDE REALIZAR DOBLE PRODUCCIÓN,
HENDIDOS, PERFORADOS, ENCOLADOS,
ETC.
FORMATO MÁXIMO: 560 X 750 MM.



FINANCIAMOS SUS EQUIPOS, CONSÚLTENOS Y SE SORPRENDERÁ

SOLICITE DEMOSTRACIÓN SIN COMPROMISO

«La confianza es como un papel, una vez que la pierdes, arrugas el papel y nunca más volverá a ser como antes»

Carol Ann



Por eso, en COMART llevamos 50 años gozando de la confianza de nuestros clientes. Y es que, nosotros, con el papel no jugamos.



www.comartsa.com



COMART está especializado en la comercialización de una amplia gama de papeles y cartones de primera calidad. Además, ofrecemos un servicio de corte a medida con unos plazos de entrega mínimos.



Simwhite - Simcote

C/ Severo Ochoa, nº22 - P.I. Las Monjas - 45224 Seseña, Toledo
Teléfono 91 893 64 32