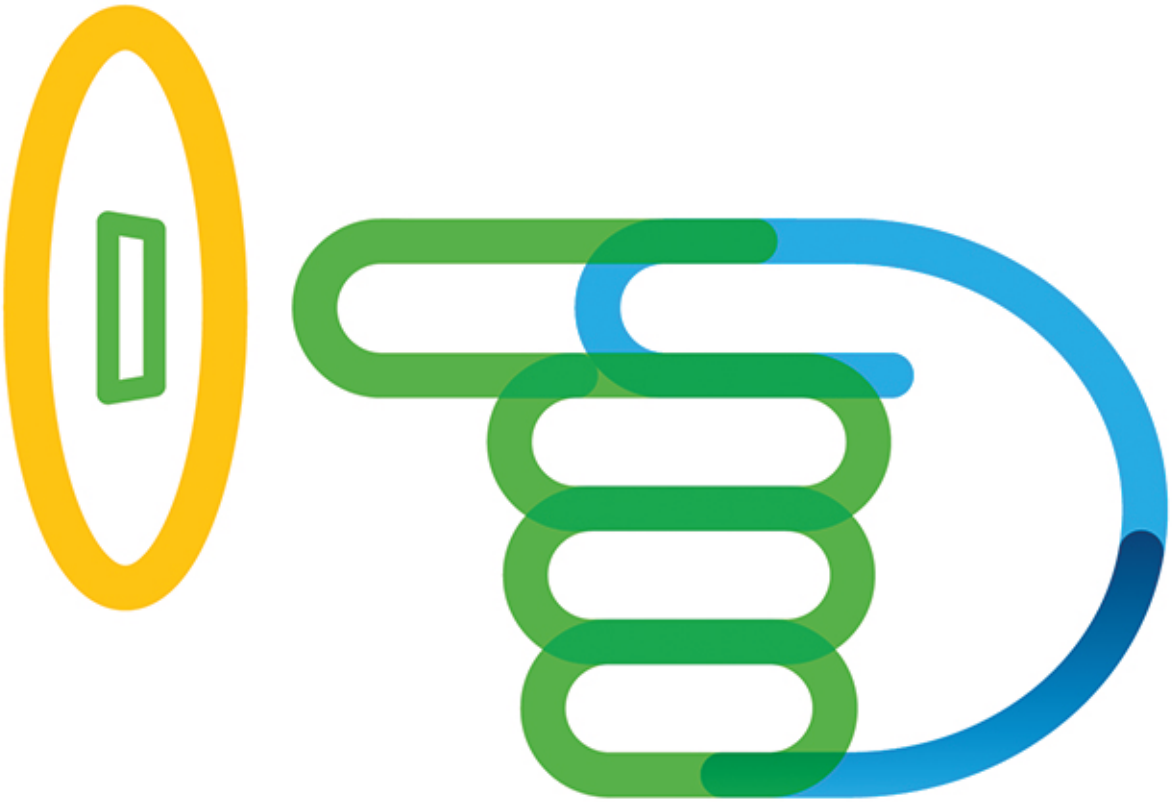
neobis PRESS

REVISTA DE LA **COMUNICACIÓN GRÁFICA** · Nº145

Equipment

“Simply Smart”
La clave del éxito

En un entorno industrial, que evoluciona rápidamente, las imprentas necesitan mejorar su eficacia de forma continua y responder a las demandas globales de los clientes finales en menos tiempo y de forma más flexible.
Heidelberg trabaja para simplificar lo innecesario.
heidelberg.com/es



HEIDELBERG

Heidelberg Spain, S.L.U.
Crta. de l'Hospitalet, 98-108. 08940 Cornellà de Ll. (Bcn)
Teléfono 93475 80 00 heidelberg.hsp@heidelberg.com

Editorial

LA ERA DE LA COLABORACIÓN

Han transcurrido dos tercios del año y el sector, analizado en su conjunto, continúa con una inercia parecida a ejercicios anteriores, tanto en los aspectos positivos como en aquellos que son menos amables. Acudiendo al socorrido e improductivo mal de muchos, nos podría aliviar el hecho de que tenemos una situación similar a la del resto de países, excluyendo siempre a algunos del este de Europa, que desde hace años vienen creciendo.

Este modelo de competencia mundial en el que se mueve la economía podría estar tocando a su fin o destinado a unos pocos elegidos que sean capaces de ganar a los demás. En todo caso, serán el resultado de la selección natural que se está produciendo como consecuencia de la exigencia de crecimiento permanente en un mercado que, al fin y al cabo, es finito. Ni siquiera en los Estados Unidos, donde casi nadie discute la economía de libre mercado, se están librando de la reducción del número de empresas en el sector.

Nada podemos hacer si la sociedad decide que ya no necesita un producto, eso no nos debe preocupar, habrá otros productos y otras actividades. Lo mismo pasa con las tecnologías: las cosas se producirán como se tengan que producir en cada momento.

Lo que sí parece auténticamente preocupante es que ni nuestro sector, ni otros, acaban de darse cuenta de que el modelo de competencia basado en la búsqueda del monopolio y la necesidad de superar a los competidores conduce a la inestabilidad emocional y económica. Esta vieja idea, que ya lleva más de un cuarto de siglo entre nosotros, de que el empresario ha de buscar siempre el estrechamiento de la competencia y el ensanchamiento del mercado y de que el objetivo de una empresa es exclusivamente obtener el máximo beneficio y crecer, tiene poco recorrido después de la globalización de la economía y, además, no se soporta ni desde el punto de vista social, ni político, y mucho menos desde el económico.

La respuesta natural a esta situación la estamos viendo todos los días con experiencias de economía colaborativa, casi siempre protagonizadas por personas pertenecientes a las nuevas generaciones. Ese es el mundo que viene y que nos debe servir de espejo. Se trata de ver lo que la economía colaborativa nos presenta y sumarnos a ello. Enrocados en lo de siempre acabaremos en lo de siempre.

Nos podríamos plantear: ¿Para qué necesitamos cada uno nuestro proyecto? ¿Para qué cada uno su nave? ¿Para qué cada uno la última tecnología? Otros llegarán con voluntad de compartir todo un proyecto porque ya lo hacen en otros sectores y porque se mueven en el colaboracionismo como modelo de sociedad. De verdad, ¿tienen que ser otros?

STAFF

neobis press
REVISTA DE LA
COMUNICACIÓN GRÁFICA

Nº **145**

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
Sergio Ródenas
Juan Bayón

Publicidad neobis press
Andrés Díaz — publicidad@neobis.es

Diseño y maquetación
www.eduardomolina.es

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

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

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

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

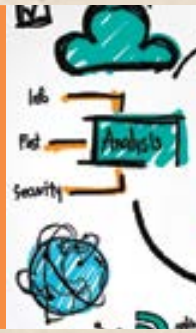
La **revista neobis press** no se hace responsable ni necesariamente comparte las opiniones y manifestaciones aparecidas en las distintas secciones de la misma.

06
ASOCIACIÓN AL DÍA
INFORME ESTADÍSTICO DE LA INDUSTRIA PAPELERA
Y actualización de la Memoria de Sostenibilidad

14
DESCUBRIENDO EL SECTOR
NANOGRAPHY
¿Estamos ante una nueva era de la impresión?

26
DESCUBRIENDO EL SECTOR
GRUPO FORLETTER SE SUMA AL CAMBIO TECNOLÓGICO OFFSETH-UV

42
TE INTERESA
BIG DATA
El concepto de moda



53
NOVEDADES
POR LA LUCHA CONTRA LA ENFERMEDAD ELA
Unidos por esta buena causa: la triatleta Virginia Berasategi y Encuadernación Ferreiro

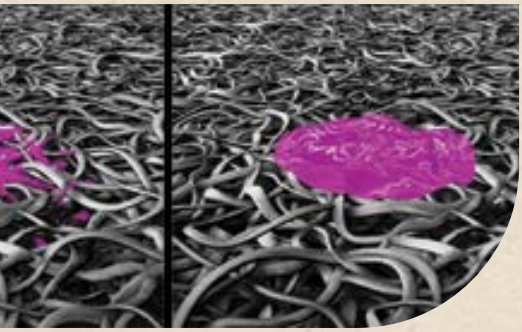
SUMARIO

ASOCIACIÓN AL DÍA

ENTREVISTA

En esta ocasión entrevistamos a uno de los fundadores de PAVIMAR, empresa líder en el sector de la encuadernación industrial de grapa.

09



18

DESCUBRIENDO EL SECTOR

EL MUNDO QUE VIENE

La digitalización del mundo es un hecho imparable que trae sus propias reglas y que también afecta a la forma de entender la empresa.

34

SOLUCIONES NEOBIS

PRESTACIONES ABONADAS POR EL FOGASA

SOLUCIONES NEOBIS

ESTADO EMOCIONAL

¿Cómo influye en la Productividad?

38

50

EL SECTOR EN VERDE

ECOETIQUETAS E IMPRESIÓN

Requisitos y restricciones de uso

57

TU TIEMPO

ISLANDIA, LA ISLA DE HIELO Y FUEGO

Una de las maravillas geológicas más impresionantes del mundo

asociación
aL Día
NEOBIS PRESS 145

NEOBIS VISITA LA LA ESCUELA TALLER MERCATOR DEL CENTRO GEOGRÁFICO DEL EJÉRCITO DE TIERRA

La Escuela Taller "Mercator" es un proyecto mixto de formación y empleo del Centro Geográfico del Ejército de Tierra Ministerio de Defensa subvencionado por el Servicio Público de Empleo Estatal (Ministerio de Empleo y Seguridad Social). **Tiene dos especialidades formativas** asociadas a los certificados de profesionalidad de **"Levantamientos y Replanteos"** y **"Operaciones de encuadernación industrial en rústica y tapa dura",** con una duración de 18 meses.

La filosofía de fondo de la ET "Mercator" es formar personas mediante experiencias enriquecedoras y generar actitudes positivas que les lleven a un dominio de sus competencias profesionales y a un conocimiento de sí mismos y de su entorno que favorezca el desarrollo integral de estos chicos y chicas en exclusión social.

La formación está asentada en un programa de formación eminentemente práctico y motivador, basada en la metodología de "aprender trabajando" y cuyos **CUATRO objetivos** son:

1. Apoyar y coordinarse con el Centro Geográfico del Ejército en función de sus necesidades.

2. Facilitar la inserción profesional en el mercado de trabajo de sus alumnos durante y al finalizar la ET.

3. Motivar y fomentar su regreso a la formación reglada trazando itinerarios formativos según sus objetivos profesionales.

4. Mejorar su cualificación profesional y aspectos socio-personales para mejorar sus competencias y su empleabilidad.

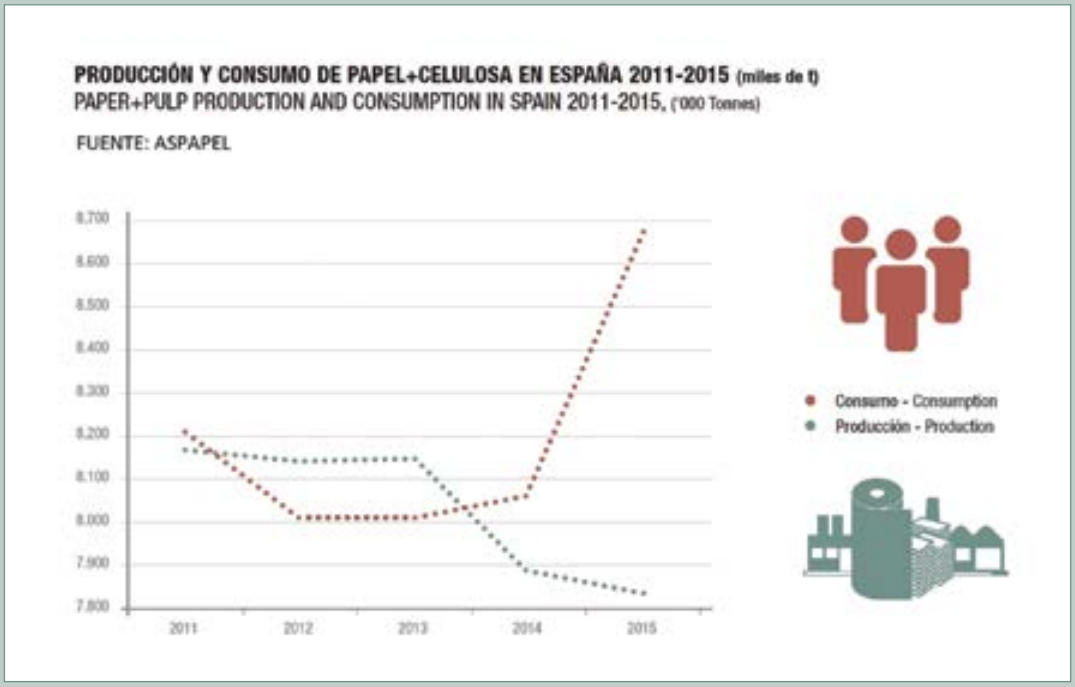
Todos los alumnos interesados ya forman parte de la **bolsa de empleo de neobis** para poder así facilitar CVs con experiencia y formación concreta a las empresas asociadas que lo necesiten.

PRESENTACIÓN DEL INFORME ESTADÍSTICO DE LA INDUSTRIA PAPELERA

El 5 de julio, Enrique Isidro y Carlos Reinoso, presidente y director general respectivamente de ASPAPEL, citaron a un nutrido grupo de periodistas para dar a conocer los datos de la industria papelera española en 2015 además de actualizar la Memoria de Sostenibilidad del sector.

El ejercicio 2015 es el del inicio de la recuperación del sector, que ve por fin crecer la producción papelera, aunque lejos todavía de poder aprovechar el tirón de la demanda interna. **El 2,6% de incremento en la producción papelera está aún muy por debajo del 5,6% de crecimiento del mercado interior,** que se ha cubierto en buena parte con la importación, que registra un aumento de 2,3%. **Las exportaciones de papel retroceden** por la **pérdida de la competitividad derivada de la reforma energética** y disminuyeron en 2015 el 4,1%.

El crecimiento en el sector papel se hizo esperar hasta abril de 2015, pese a que el consumo interno había empezado a crecer ya en 2014. Todo hacía suponer que se produciría un importante despegue de la producción en el momento en que los mercados interiores y exteriores se reactivaran; pero el impacto en



Y LA ACTUALIZACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

la competitividad del sector del incremento de los costes energéticos derivados de la reforma eléctrica retrasó y debilitó la recuperación.

Con respecto a la **celulosa,** el cierre de una planta a finales del año anterior supuso un descenso de la producción en 2015 de casi un 12%. Sin embargo, la producción de celulosa integrada, la producida para autoconsumo, se incrementó el 0,8%.

Con **16.320 empleos directos, 85.000 indirectos y 76 plantas de producción de celulosa y papel,** el sector **facturó 4.156 millones de euros** en 2015.

Los diversos factores de incertidumbre, generados no solo en España sino también en Europa y en el ámbito mundial, están **dificultando la consolidación de una recuperación económica, todavía frágil.**

La **necesidad de promover la reindustrialización** para reforzar la incipiente recuperación es en estos momentos objetivo prioritario en España y en Europa. Y la industria papelera española es el motor de una potente cadena de valor, de creación de empleo y riqueza. Desde las plantaciones forestales para papel, pasando por la fabricación de celulosa y papel y su transformación en una enorme variedad de productos papeleros, hasta su recogida y tratamiento para su reciclaje final en una fábrica papelera, **la cadena de papel supone el 3% del PIB español.**

RECUPERACIÓN ASIMÉTRICA PARA LOS DISTINTOS TIPOS DE PAPEL

- Papeles para cartón ondulado: **+ 8,2%**
- Papeles para cartón estucado: **+ 6,8%**
- Otros papeles para embalajes: **+ 9,3%**
- Papeles para usos higiénicos y sanitarios: **+ 5,3%**
- Papeles gráficos: **- 0,1%**

"El **reto fundamental** ahora –explicó el presidente de ASPAPEL, Enrique Isidro- es **la consolidación de esta incipiente y aún frágil recuperación.** Para ello es necesario mejorar las condiciones de competitividad, crear un caldo de cultivo en el que pueda desarrollarse la actividad industrial. Y eso pasa por un precio competitivo de la energía para la industria, el desarrollo de infraestructuras y una regulación que permita mejorar la logística y el transporte, la defensa de los intereses de la industria española y europea en el marco de la política comercial de la UE y el estímulo a la I+D+i. **Es imprescindible innovar en procesos para conseguir productos más competitivos".**

NEOBIS TE TRAE NUEVAS PROMOCIONES

MÁS DE UN 20% DE DESCUENTO EN TU SEGURO ADESLAS COMPLETA + DENTAL

neobis y SegurCaixa Adeslas, primera compañía de seguros de salud de España, firman un acuerdo de colaboración para poner a disposición de los asociados neobis, trabajadores y familiares directos el seguro **Adeslas Completa + Dental** con un precio más competitivo.

Adeslas Completa es un seguro que incluye amplias coberturas tanto en medicina primaria, especialidades y medios de diagnóstico, como en urgencias y hospitalización. El seguro dental, también incluido en la tarifa, te da acceso a una gran variedad de servicios sin coste adicional: urgencias, limpiezas de boca, consulta de diagnóstico, fluorizaciones, educación bucal y precios especiales en todos los tratamientos con importantes ahorros sobre el precio medio de mercado.

Si eres asociado neobis consulta las tarifas que la Asociación de la Comunicación Gráfica y SegurCaixa Adeslas han preparado para ti con más de un 20% de descuento en cualquier rango de edad.

ADEMÁS, RECUERDA QUE SIGUEN DISPONIBLES LAS SIGUIENTES PROMOCIONES NEOBIS

¡Hasta un 35% de descuento en Lyreco!

¡Ni un trabajo sin cobrar con ASNEF Empresas! CUOTAS DE 40 Y 50 €

¡Tu trabajo merece un **Premio LETRA! Inscríbete con un 15% de descuento adicional**

Reserva en **NH Hoteles y MELIA Hoteles con descuento** (5% y 7% respectivamente)

10% DE DESCUENTO BARCELÓ HOTELS & RESORTS

Barceló Hotels & Resorts firma un acuerdo de colaboración con neobis por el que ofrece a sus empresas asociadas –empresarios y trabajadores- un 10% de descuento sobre el mejor precio Barcelo.com, acumulable a las ofertas vigentes en el momento de reservar. Entra en la plataforma digital de neobis o llámanos y obtén el código de descuento, podrás utilizarlo en tus viajes de trabajo y de ocio. ¿Has decidido ya tu próximo destino?

PAVIMAR
ENTREVISTA

Cuando hablamos de artes gráficas no sólo incluimos la impresión, como en toda cadena productiva hay diferentes fases y la de la encuadernación es aquella en la que se le pone el lazo al paquete o la guinda al pastel para entregar el pedido.

En este número de neobis press nos hemos acercado a PAVIMAR, empresa líder en el sector de la encuadernación industrial de grapa. Hemos visitado sus nuevas instalaciones de Móstoles y hemos corroborado que la imagen de desorden y trapos sucios que revelaban series como "Cuéntame" ya son cosa del pasado. Los 7.000 m^2 de la nueva nave de PAVIMAR nos trasladan a un sector innovador, moderno y puntero en tecnología en el que la reinvención está muy presente.

Hemos tenido la oportunidad de hablar largo y tendido con uno de sus fundadores y su hijo, ambos Julián Lozano, porque PAVIMAR es una de esas empresas en las que están conviviendo y trabajando codo con codo dos generaciones para que el relevo, nada fácil en temas empresariales, sea impecable el día de mañana y lo que creó el padre lo pueda continuar y mejorar el hijo para que perdure durante muchos años.

¿Cómo se fundó PAVIMAR? ¿Por qué una empresa de encuadernación?

Pavimar se fundó en un momento de apogeo del sector de las AA.GG. entre cuatro amigos que de una u otra manera estaban relacionados o vinculados con el sector. Las circunstancias fueron cambiando y al final sólo quedó un socio que ha sido el que ha llevado la encuadernación a la situación en la que nos encontramos hoy.

¿Por qué una encuadernación? Creemos que básicamente porque dentro de las opciones que teníamos, era la que mejor conocíamos y la que suponía unas barreras de entrada menores.

¿Qué supone para PAVIMAR esta nueva sede de 7.000 metros cuadrados?

Lo supone todo. Es una nave en propiedad, es decir, existe un proyecto y una intención clara de permanecer en el sector durante muchos años. La nueva sede supone no sólo un cambio estético sino una reinvención. La imagen de la

Familia Lozano: Julián padre flanquedao por sus hijos Julián y Ángel.

empresa ha salido muy reforzada de cara al exterior pero es a nivel operativo donde la mejora será más notable. Estas instalaciones nos darán la oportunidad de pensar en otras cosas.

¿Qué es lo que os ha animado a invertir en una época de tanto cambio?

Es un proyecto que llevaba latente varios años. En Algete estábamos de alquiler. En Villaverde también... y aunque fuimos mejorando de una ubicación a otra, ningún emplazamiento se adecuaba a nuestras necesidades ni daba la imagen que queríamos proyectar.

En tiempos de crisis, si se puede, manda la renovación aunque parece que navegar contra corriente no te deja fuerzas para esa renovación necesaria.

En un sector tan castigado como el nuestro, en el que han desaparecido tantas y tantas empresas, un cambio, una mejora o un paso adelante pueden suponer una ventaja competitiva determinante. Esa ha sido nuestra apuesta y estamos encantados con ella.

¿Cómo se encuentra el sector de la encuadernación?

El sector de la encuadernación (de grapa) ha estado muy atomizado, disperso y, en apariencia, poco sólido y estructurado. La crisis ha barrido la mayoría de las pequeñas encuadernaciones y algunas de las de mayor capacidad.

Los precios no son los de antaño. Hay que producir mucho para mantenerte y no arrastrar pérdidas. Si los precios son bajos, tienes que ser más rentable, aumentar tu productividad y reducir tus costes, que al final se traduce en buena maquinaria y organización.

La maquinaria es cara y el tiempo de amortización muy largo. Es complejo para un taller acometer un proyecto de renovación y mejora productiva en la situación en la que se encuentra el sector y sin esta mejora, las posibilidades de supervivencia a medio o largo plazo son muy bajas.

Quedan pocas encuadernaciones con capacidad y, en nuestra opinión, sólo aquellas que consigan esas mejoras de productividad subsistirán y encontrarán su posición de privilegio en el mercado.

¿Qué diferencia a PAVIMAR dentro del sector?

No sabemos exactamente qué nos diferencia porque no conocemos en profundidad ni la filosofía ni la forma de trabajar de otras empresas pero sí sabemos lo que nos identifica.

Tenemos un compromiso serio con nuestros clientes, es fundamental que nos vean como una extensión de su negocio ya que nosotros les vemos como una prolongación del nuestro.

La comunicación constante con el cliente, la planificación de los trabajos, la creación de

Interior y fachada principal de la nueva sede de Pavimar.

los procesos internos necesarios que nos han permitido ser más eficientes y productivos así como la renovación y actualización continua de la maquinaria, nos han facilitado mantener unos altos estándares de calidad garantizando plazos de entrega y volumen de producción.

Por otro lado, nuestra capacidad productiva nos sitúa en una posición de ventaja a la hora de optar a trabajos de gran tirada.

En drupa, ¿cuáles son las mayores innovaciones presentadas en temas de encuadernación?
La verdad es que todo giraba en torno a la impresión digital, orientado a tiradas muy pequeñas y mínimas o nulas pérdidas de tiempo en cambios de un formato a otro.

Lo más novedoso fue el nuevo sistema de corte de Müller Martini (InifiniTrim) que te permite programar un formato para un solo ejemplar y cambiar de formato para la siguiente tirada sin perder apenas tiempo con un amplio catálogo de formatos.

En lo que a grapa se refiere, la principal novedad fue la Primera MC totalmente automatizada que te da unos tiempos de cambio muy cortos y unas velocidades de producción bastante atractivas. Una joya.

¿Qué máquinas y/o software necesita la encuadernación para seguir siendo competitiva?
La encuadernación necesita automatizarse lo máximo posible. Necesitas máquinas rápidas en las que los cambios de un formato o de un trabajo a otro lleven poco tiempo.

Los costes de personal en la encuadernación suponen un altísimo porcentaje de la partida de gastos y reducir estos costes implica una mejora sustancial del resultado y mayores posibilidades competitivas.

En este sentido, los alimentadores automáticos y los paletizadores son elementos fundamentales para conseguir ese ahorro a la vez que nos ayudan a aumentar las velocidades de producción.

Por otro lado, conocer en cualquier momento y desde cualquier lugar el estado de las máquinas, la producción, velocidades, tiempos de cambio, paradas, etc... es un objetivo que tenemos muy presente y sobre el que estamos trabajando. En este sentido, existen aplicaciones que nos permiten gestionar esta información (aunque sólo sea aplicable a las máquinas más modernas).

¿Cuál creéis que será el futuro de las revistas y los catálogos en papel?
La pregunta del millón... no lo sabemos, la crisis y las nuevas tecnologías son los principales enemigos de las publicaciones en papel. Las revistas no son un producto de primera necesidad, van íntimamente ligadas a la publicidad y en tiempos de crisis entre que cae la publicidad y que es una de las primeras cosas de las que podemos prescindir, muchas publicaciones desaparecen y otras muchas bajan significativamente su paginación.

Entiendo que en el medio plazo, con una previsible recuperación económica, el número de cabeceras se mantendrá estable e incluso debería tener un aumento moderado (sin llegar nunca a los niveles de hace 10 años). El tema de los catálogos es distinto. La publicidad online no parece funcionar y la publicidad en papel sigue teniendo buena aceptación.

¿Qué opináis sobre la forma de afrontar el cambio de la Asociación?
Vivimos en un mundo digital, global e hiperconectado, caracterizado por el cambio social y tecnológico continuo y acelerado. Un mundo en constante transformación que incide y se retroalimenta de cambios en la forma de ver las cosas, en los comportamientos cotidianos, en las actitudes y en los valores, convirtiendo a profesionales, clientes y mercados en tensores de cambio en función de nuevas demandas y necesidades que no son satisfechas por las formas y negocios convencionales.

Estamos ante una transformación con base tecnológica, que usa como carburante la información y el conocimiento, y que está siendo dirigida por un rápido, aunque heterogéneo, ritmo de adopción social que da lugar a una nueva economía, inestable, compleja y digital. Una economía en la que empresas de nueva generación, más digitales, ágiles y veloces, tratan de ganar terreno a empresas consolidadas de magnífica trayectoria que intuyen un futuro incierto y que están inmersas en un intenso proceso de digitalización.

La transformación digital no es un tema tecnológico sino una cuestión de visión, estrategia, cultura organizativa y rediseño de procesos. La clave es ver esta transformación como una oportunidad que permita combinar inteligentemente prácticas y formas de hacer que nos siguen dando resultado con nuevas técnicas y habilidades que nos conecten con los resultados del futuro.

Las organizaciones que tienen la cultura adecuada y el talento necesario resuelven magníficamente estos objetivos estratégicos y en este sentido neobis ha realizado un trabajo excelente.

¿Julián, qué te hizo dejar tu carrera como ingeniero de teleco y volcarte en la empresa de tu padre?
Volver a tener vida y darle continuidad al proyecto de mi padre. Durante más de 10 años participé en proyectos internacionales que me suponían pasar entre 100 y 150 días de media al año fuera de España. Llega un momento en el que necesitas cambiar de ritmo de vida y para mí llegó en 2008. Aprovechando un programa de bajas incentivadas decidí dejar el mundo de las telecomunicaciones y apostar por el de las artes gráficas. No me arrepiento.

Sois una empresa familiar, ¿cuáles son las claves del éxito para el traspaso entre generaciones?
Creemos que es fundamental la formación y capacitación de todos los miembros de la familia para acceder y desempeñar su función en la empresa.

La transición, el traspaso de poderes, debe ser tranquilo dando oportunidad a que se vayan fundiendo poco a poco la tradición con la innovación y que la nueva hornada pueda absorber y aprovechar la experiencia acumulada por la generación saliente.

Julián, si sólo le pudieras dar un consejo a tu hijo ¿cuál sería?
Que valore lo que tiene, muchas veces solo valoramos lo que nos rodea cuando nos falta.

Le recordaría lo que me costó crear PAVIMAR y el esfuerzo que me supuso. Que valore lo que se ha encontrado y lo cuide. Mi ilusión sería que este proyecto perdure mucho tiempo y que mis hijos se preocupen por el como yo lo hice en su día y sigo haciendo.

¿Qué es lo que más os ayuda a desconectar del trabajo?
Julián hijo: Mis hijos
Julián padre: La verdad que pocas veces he desconectado, pero desde que he visto que mis hijos se preocupan y responsabilizan de la empresa me resulta más fácil evadirme en casa o en alguna escapada a la playa.

Un lugar, una fecha y un color
Julián hijo: Estadio Soccer City de Johannesburgo, Sudáfrica, el 11 de julio de 2010 y La Roja.
Julián padre: La Sierra de Gredos, el 2 de mayo de 1970 y el azul.

DESCUBRIENDO EL SECTOR

NEOBIS PRESS 145

TECNOLOGÍA NANOG

¿UN NUEVO MODE

COMBINACIÓN DE VERSATILIDAD Y RENTABILIDAD CON LAS TIRADAS DE IMPRESIÓN CORTAS DE LA DIGITAL Y CON LAS CALIDADES Y PRODUCTIVIDAD DEL OFFSET ¿ESTAMOS ANTE UNA NUEVA ERA DE LA IMPRESIÓN?

RAPHY
LO DE IMPRESIÓN?

En el mercado de las artes gráficas, el 98% de las páginas no se imprimen en tecnología digital, sino que se aplica tecnología que básicamente tiene una antigüedad de 500 años. Una de las principales razones es porque, cuando los procesos de impresión digital modernos aplican tinta directamente al papel, la tinta húmeda penetra en el papel y numerosas partículas de pigmento terminan debajo de la superficie y no actúan como elementos eficaces para la absorción de luz.

Asimismo, cuando se imprimen múltiples colores uno sobre el otro, la cantidad de tinta húmeda que puede aplicarse al papel es limitada. Cualquier cantidad de tinta que se aplique por encima de este límite no se adhiere a las capas anteriores y lo que es aún más importante, la tinta húmeda no puede secarse correctamente sobre el sustrato, lo que puede producir manchas de tinta en las hojas impresas. Esta limitación es válida para todos los procesos de impresión, desde offset hasta inyección de tinta/impresión digital.

La nueva tecnología Nanography o Nanographic Printing, presentada por Landa en drupa 2016, aporta la innovación de utilizar pigmentos de tamaño nanométrico para absorber mucha más luz que otros pigmentos y, además, permite obtener imágenes con puntos ultra nítidos con una uniformidad extrema-

Visión aumentada de la calidad de los puntos de impresión con inyección de tinta versus los impresos con tecnología Nanográphy.

damente alta, con brillo elevado y una amplia gama de colores, que abarca al menos un 15% más de colores que la impresión offset.

Muchas de las ventajas de este proceso de impresión se consiguen al eliminar la absorción del material portador de la tinta líquida por parte de la base. Además, los pigmentos de tamaño ultra pequeño, y su capacidad para formar una capa muy fina de tinta, permiten realizar impresión digital a velocidades muy elevadas; la capacidad de imprimir sobre papeles normales sin tratar, estucados o no estucados y prácticamente sobre cualquier película de envasado plástico; y la producción de imágenes resistentes a la abrasión y los arañazos.

LA TINTA

Podemos considerar que **una de las claves de esta nueva tecnología es la tinta.** Al igual que numerosos materiales adquieren propiedades inesperadas cuando se reducen a un tamaño de nanopartículas, Landa observó que **los pigmentos de tinta reducidos a escala nanométrica se convierten en colorantes inusualmente potentes.**

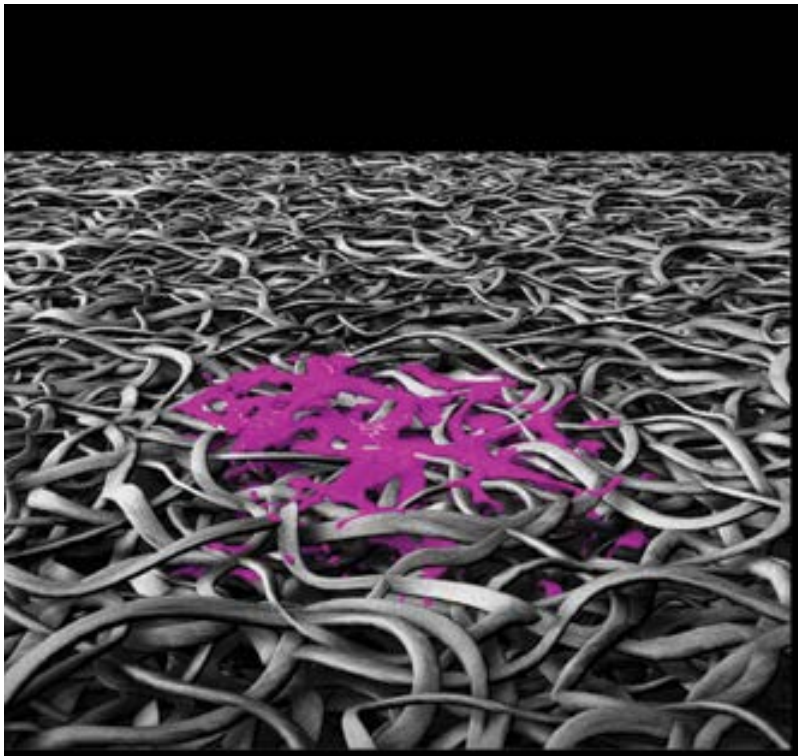
De este modo, la empresa Israelí trabajó en el desarrollo de tintas que contienen partículas de pigmento de tamaño ultrapequeño del orden de decenas de nanómetros. Para hacernos una idea, las tintas offset de gran calidad presentan un tamaño de partícula de aproximadamente 500 nm, al menos diez veces más grandes que estas nuevas tintas. Además, es una tinta a base de agua, respetuosa con el medioambiente y tiene un rango luminoso más amplio que cualquier otro proceso de impresión cubriendo más colores Pantone que la impresión offset.

¿CÓMO ES EL PROCESO DE IMPRESIÓN NANOGRAPHIC?

El proceso de impresión "Nanographic" se inicia con la inyección de miles de millones de gotas de esta tinta que acabamos de ver. Además, estas no se expulsan directamente sobre la base, como en el caso del proceso de inyección de tinta tradicional, sino que se expulsa desde inyectores de tinta que están instalados en barras de impresión, sobre una mantilla situada a una distancia de 1-2 mm.

Cada barra de impresión imprime un color específico, y la configuración de las ocho barras permite disponer de dos barras para cada color. Esto, combinado con la duplicación de la velocidad del sistema de manejo de papel, permite duplicar la productividad sin disminuir la calidad de impresión.

La inyección de gotas de tinta sobre la mantilla se sincroniza con exactitud para obtener una



CUALQUIER TINTA SOBRE PAPEL

precisión muy elevada entre separaciones de impresión y conseguir un exacto registro.

A medida que cada "nano gota" de tinta alcanza la mantilla caliente, se extiende y pierde rápidamente su agua, lo que reduce aún más el espesor. Cuando se evapora el agua completamente, la tinta se convierte en una película polimérica seca ultra fina sobre la mantilla.

Cuando se presiona esta capa de 500 nm para que entre en contacto con el soporte de impresión para realizar la transferencia, se adhiere con fuerza al mismo sin penetrarlo. Así, las imágenes son fuertes, resistentes a la abrasión, no requieren proceso de secado posterior y no dejan residuos de tinta sobre la mantilla, por lo que se simplifica el proceso de impresión de doble cara y puede procesarse de forma inmediata el resultado impreso, incluso con el equipo de acabado más agresivo, justo a la salida de la prensa.

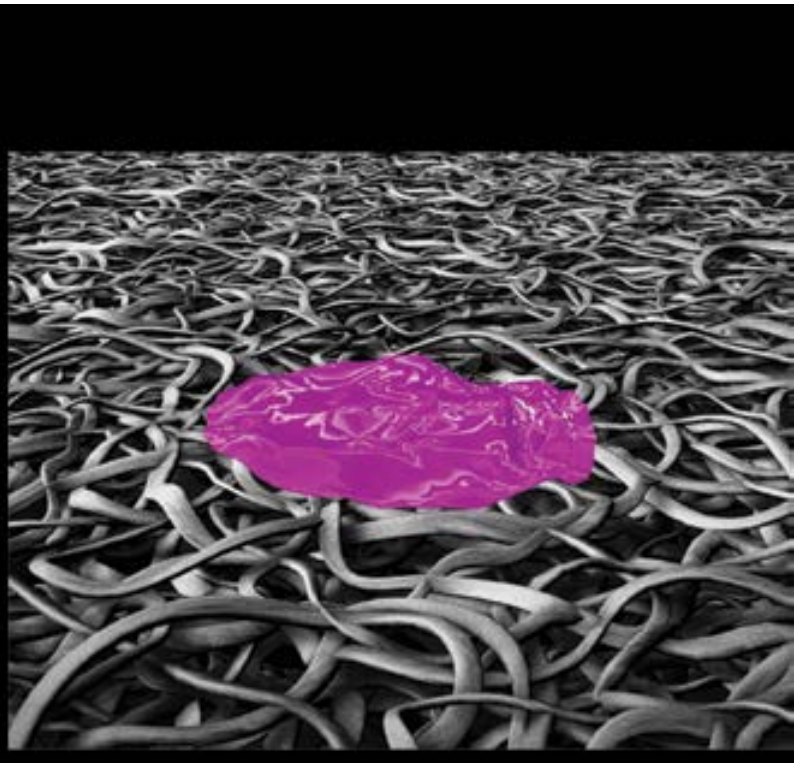
PUNTOS DE INYECCIÓN DE TINTA VERSUS PUNTOS DE IMPRESIÓN NANOGRAPHY

Los puntos de inyección de tinta se caracterizan por la deficiente definición de los bordes, debido a la capilaridad de la tinta acuosa que provoca que las fibras de papel absorban y se empapen de agua. Por otro lado, los puntos impresos en offset son más nítidos que los obtenidos por inyección, pero también presentan bordes irregulares debido a la capilaridad de la tinta.

Con esta nueva tecnología, las gotas forman una película de tinta seca cuando se aplican sobre el papel u otros soportes y, a diferencia de las tintas húmedas de aplicación directa, no penetran en las fibras del papel. Por lo tanto, esta película no las empapa y al mismo tiempo se adapta directamente desde la aspereza superficial hasta la topografía de las fibras de papel individuales para crear una lámina en la superficie que permite aplicar la tinta de una forma precisa y extremadamente eficiente. Esto explica la capacidad de absorción de esta tecnología al brillo del papel y de reproducir puntos con bordes absolutamente agudos y de elevada uniformidad óptica.

CONCLUSIÓN

Es una nueva tecnología que establece una nueva categoría de impresión. Explota los menores plazos de entrega, la reducción de residuos, la capacidad de imprimir tiradas cortas y el dato variable de la impresión digital y ofrece las calidades de impresión offset.



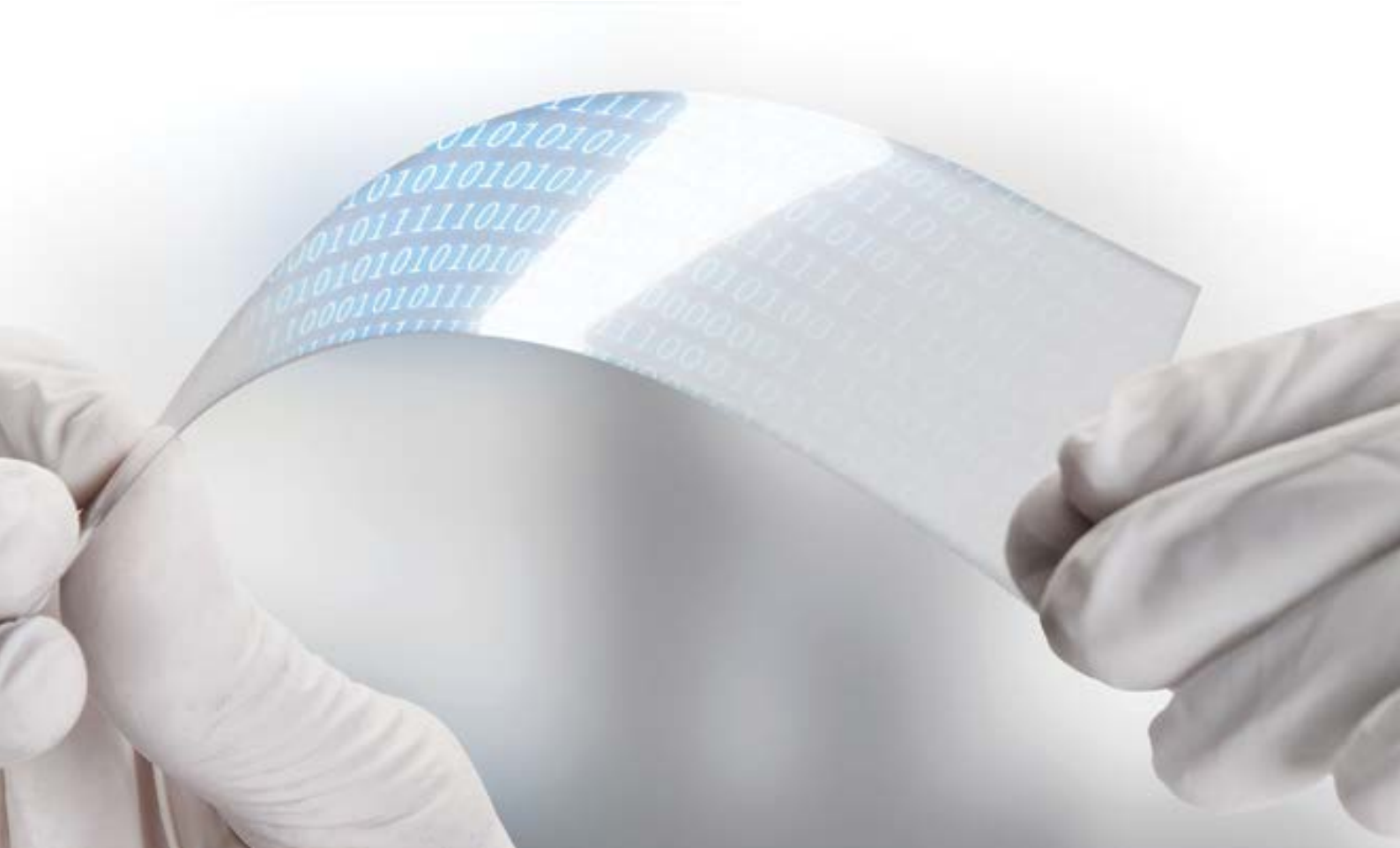
Comparativa microscópica de la impresión sobre papel de cualquier tinta versus la impresión Nanography.

EL MUNDO QUE VIENE

AUTOR: Jesús Alarcón, Secretario General neobis

REALMENTE ESTE ARTÍCULO NO PRETENDE SER UN EJERCICIO DE CIENCIA FICCIÓN. AL CONTRARIO, COMO SE DICE FRECUENTEMENTE, ESTÁ BASADO EN HECHOS REALES. HECHOS QUE SE OBSERVAN DESDE LA CONSCIENCIA Y QUE EN VERDAD SON SEÑALES INEQUÍVOCAS QUE PERMITEN PROYECTAR EL FUTURO Y PREVISUALIZAR PARTE DE NUESTRAS PRÓXIMAS CONDICIONES DE VIDA

BASTA CON ESTAR MEDIANAMENTE INFORMADOS Y OBSERVAR CON ATENCIÓN LOS COMPORTAMIENTOS DE LAS PERSONAS DIGITALES PARA SABER CÓMO ES EL MUNDO QUE VIENE, QUE POR CIERTO, LLEGA MUCHO MÁS DEPRISA DE LO QUE IMAGINAMOS



El asunto es que **la digitalización del mundo es un hecho imparable que trae sus propias reglas y que también afecta a la forma de entender la empresa.** Además, algunas de estas reglas son inéditas e incomprensibles para quienes, inútilmente, las comparan con las preexistentes. Lo más productivo es estar atento a lo que viene, no juzgarlo, aceptarlo y tratar de sumarnos a ello a modo de oportunidad. Porque hay algunas máximas que ya no son discutibles: todo lo que se pueda digitalizar se digitalizará y todo lo que se pueda conectar se conectará.

En esta etapa, al igual que en otros momentos de la historia, se puede observar que hay personas que desean vivir "como siempre" y otras que observan el mundo con los ojos de lo emergente, la diferencia reside en aceptar y normalizar las nuevas condiciones y retos. Estamos en plena transición hacia un mundo inimaginable donde iremos perdiendo nuestra capacidad para sorprendernos por los avances y descubrimientos que la ciencia nos va a ofrecer. Y esto, casi siempre genera una lógica inestabilidad y algo de confrontación entre personas que defienden modelos de sociedad diferentes.

A veces cometemos el error de pensar que nuestra presencia en las redes sociales, disponer de página web, utilizar WhatsApp y el uso habitual del correo electrónico, nos convierte en personas digitales. No es suficiente, simplemente tenemos un mayor nivel de alfabetización digital que los que no utilizan esos entornos, pero **estamos lejos de pensar en digital. Los nuevos actores piensan en soluciones digitales para todo,** y comparten y participan constantemente porque ésta es su nueva forma de entender el mundo. Y precisamente ahí reside **su fortaleza: en la colaboración.**

Estas personas hacen casi todo de forma diferente: viven conectados con los demás, organizan sus viajes a través de redes de colaboración, están abiertos a comer en domicilios particulares donde se cocina para ellos que, por supuesto, encuentran en Internet, emprenden pensando en la Red, se financian o apoyan otros proyectos a través de páginas de Crowdfunding, se forman a través de centros virtuales, controlan cosas tan dispares como su salud o el banco desde sus apps y utilizan un largo etcétera de servicios a través de sus dispositivos móviles.

A las anteriores actitudes hay que añadir estas otras: **están dispuestos a pagar por el uso de las cosas pero no necesitan poseerlas.** La música, las películas, los libros, bicicletas… podrían ser un buen ejemplo. **Trabajan para vivir,** preferiblemente en aquello que realmente les gusta, porque no quieren desperdiciar su vida en situaciones que no les hagan felices. Tampoco están dispuestos a admitir protocolos o jerarquías que ellos consideren improductivos.

Son conscientes de que **esta nueva concepción de la sociedad desborda a las personas con estructura de pensamiento clásica,** simplemente están convencidos de la obsolescencia de lo anterior y lo rechazan por desfasado. En realidad, con mayor o menor intensidad, **se trata de un impacto generacional como el que cada uno de nosotros pudo vivir en su momento, pero con una gran diferencia: los cambios tecnológicos y sociales se producen a velocidad de vértigo.**

Así las cosas, debemos admitir que el modelo de competencia actual podría tener muchas dificultades para seguir desarrollándose de la misma manera con empleados que tienen un perfil y unas prioridades profesionales tan diferentes. Es más que probable que el mundo de la empresa y el modelo de competencia necesitarán su correspondiente adaptación. En principio, en la Industria Gráfica, sabemos que la digitalización afectará al diseño de productos y a los procesos de producción, mantenimiento, logística y ventas. Esto va a significar un esfuerzo superlativo en la dirección y desarrollo de personas, al tener que abordar una significativa renovación de las plantillas, bien a través de la formación, cuando sea factible en función de las condiciones culturales o generacionales, bien a través de la incorporación de nuevos perfiles digitales.

> “Solo con una visión consciente de la situación y una voluntad decidida se podrán canalizar los cambios organizacionales que las empresas van a requerir.

Decía anteriormente que la fortaleza de las personas digitales reside en que resuelven todo a través de los espacios de colaboración, y así es. **Ahora son ellos los que como usuarios son más protagonistas que nunca.** No necesitan que tu empresa les diga cuánto de maravilloso tiene tu producto o servicio, ya te lo dirán ellos cuando lo encuentren en la Red. Porque ellos forman parte de la comunidad que lo validará y participará de forma determinante en la toma de decisiones de los demás. Cuando alguien te compre algo, habrá verificado previamente lo que la Comunidad dice de ese producto o servicio. Y, por supuesto, si tu producto no está en la Red, ya sea bueno o malo, será más difícil que lo encuentren. Es como si no existiese.

Alguien puede tener la tentación de pensar que las plataformas digitales, que trastocan el

NO SE TRATA DE LLEVAR INTERNET A TU EMPRESA, SINO TU EMPRESA A INTERNET

orden establecido en algunos sectores como el del transporte de viajeros, la hostelería, la restauración, la venta de segunda mano, etc., deben desaparecer por ilegales, alegales o porque compiten deslealmente. Bueno, pues eso no parece que vaya a suceder. Podemos aspirar a regularlas y a asegurarnos que esos modelos de negocio sean más transparentes y paguen impuestos, pero no se podrán cerrar porque cuentan con el apoyo de los usuarios. Nacerán una y otra vez porque son una necesidad que ya goza del beneplácito de la sociedad.

Las empresas que lo detectan, surgen para cubrir esa necesidad porque conocen perfectamente el comportamiento de este tipo de usuarios. **Ya no se trata de "machacar" con tu producto para incrementar las ventas, sino de cubrir alguna de esas necesidades.** De hecho, se dice que no se trata de llevar Internet a tu empresa, sino tu empresa a Internet.

Tal y como apuntaba con anterioridad, desde la actividad empresarial habrá que preguntarse, sin prejuicios, **cómo afecta todo esto**

al negocio, porque el cambio no ha hecho más que empezar. **¿Tenemos que seguir produciendo lo mismo y de la misma manera? ¿Cómo hemos de publicitarnos? ¿Somos capaces de previsualizar el nuevo escenario? ¿Estamos cada uno de nosotros preparados para gestionar este cambio? ¿Contamos con las personas adecuadas para llevar a cabo una transformación de estas características?**

Es cierto que todos estos cambios se tienen que originar a ritmos digeribles por la sociedad pero ello no obsta para que se estén produciendo más deprisa de lo que imaginamos. Quizá no seamos conscientes de que se producen, porque penetran en la sociedad de forma asimétrica, por capas, pero lo cierto es que hay entornos donde ya se trabaja exclusivamente con la vista puesta en un mundo donde personas y cosas estarán conectadas.

En definitiva, **se trata de incorporarte a los colectivos que aceptan prematuramente la sistematización del cambio,** aquellos que asumen que la zona de confort en la que ahora toca instalarse es la del cambio permanente.

Como prueba de este vertiginoso cambio en nuestro sector, pueden servir los siguientes ejemplos:

- Se viene hablando desde hace cuatro o cinco años del grafeno como el material del futuro que iba o que va a cambiar el mundo. Ahora ya, **sin que apenas se haya visto el grafeno, unos investigadores de la Universidad de Stanford hablan de un "súper material" llamado "estaneno" que, según dicen, mejora las expectativas del grafeno.** Parece ser que en el terreno de los materiales se está produciendo una de las más importantes revoluciones que determinará el futuro de nuestros productos y sus funcionalidades.

  Los expertos opinan que los resultados de las investigaciones actuales invadirán lo cotidiano y serán visibles para la sociedad en aproximadamente una década.

- La Universidad Nova de Lisboa ha patentado el **chip de celulosa** a partir de una bacteria que se obtiene del vinagre. Tan barato, natural y ecológico como eso. Este hallazgo proyecta revolucionar nuestra actividad con aplicaciones inéditas en la Industria Gráfica.

Además de este par de ejemplos, en la mente de todos están los avances en inteligencia artificial, los coches autónomos, los drones y sus múltiples aplicaciones, los adelantos en neurociencia, la biotecnología... Todas estas disciplinas estaban fuera del foco de la sociedad hace apenas diez años, o al menos apenas se oía nada acerca de ellas, salvo que uno tuviese una implicación directa o un interés específico en esas actividades.

> Sobreviven las especies que colaboran y se exterminan las que compiten.
>
> *Charles Darwin*

En cualquier caso, **vivimos tiempos de incertidumbre porque, aunque los sistemas tienen tendencia a la evolución, los cambios ahora son muy evidentes.** Encontraremos las respuestas que necesitamos porque el sistema es sabio y creativo y está capacitado para ello. Y al final, todo se ordenará y los integrantes del sistema, es decir, todos los seres humanos, encontraremos nuestro rol en el nuevo escenario. Esto va a ser así, con nuestra colaboración o sin ella, porque forma parte de los principios básicos que rigen el comportamiento de los sistemas.

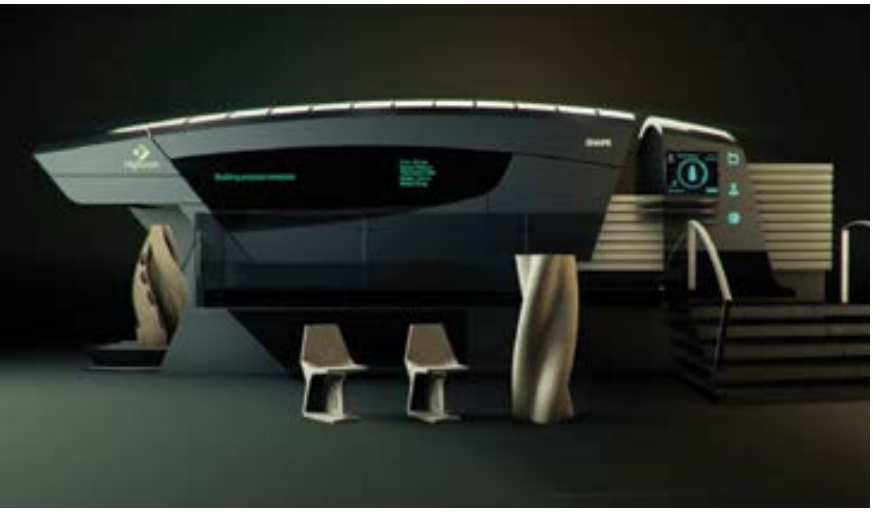
Mientras tanto, me quedo con las palabras del profesor Ignacio Martínez de Mendizábal, que puso de manifiesto lo que la ciencia, ya desde Darwin, opina acerca de los modelos de competencia en la evolución de las especies y de los ecosistemas: desde el razonamiento científico, dijo que "sobreviven las especies que colaboran y se exterminan las que compiten."

Visto así, sería indiscutible que las personas digitales han elegido un camino adecuado basado en la colaboración. Parece ser que la otra vía, tiene fecha de caducidad. En todo caso, **que cada uno elija libremente por dónde quiere transitar pero, eso sí, también debe asumir conscientemente la responsabilidad de su decisión.**

EL PAPEL EMPIEZA A GANAR TERRENO EN LA IMPRESIÓN 3D

AUTOR: Jorge Pérez, consultor en impresión 3D

IMPRESIÓN 3D Y PAPEL HABITUALMENTE NO HAN SIDO TERMINOLOGÍAS MUY COMPATIBLES ENTRE SÍ. AUNQUE EL TÉRMINO IMPRESIÓN 3D PROVIENE DEL USO DE INYECTORES DE TINTA SIMILARES A LOS DE LAS IMPRESORAS 'NORMALES' EN LA TECNOLOGÍA 'BINDER JETTING', EL PAPEL NO HA SIDO PRECISAMENTE UN MATERIAL MUY APRECIADO EN LA IMPRESIÓN 3D O FABRICACIÓN ADITIVA, HASTA AHORA



A día de hoy, la única empresa que ofrece impresoras 3D con papel como material de fabricación, es la irlandesa **Mcor.** Su tecnología permite construir modelos tridimensionales de gran precisión y de una sorprendente alta resistencia.

El punto diferenciador de Mcor es que puede fabricar objetos a color, a todo color queremos decir, por lo que se pueden fabricar modelos y prototipos visuales de gran realismo, o material de promoción.

La tecnología de impresión 3D con papel se engloba en la familia del 'Laminated Object Manufacturing' (LOM), que sería algo así como **fabricar objetos mediante superposición de láminas cortadas, cada una con la forma adecuada y pegadas entre sí.**

La empresa israelí **Highcon, conocida por sus máquinas para corte, troquelado y plegado, ha dado un salto cualitativo hacia el mundo en 3D,** cuando durante la pasada DRUPA 2016, desveló su **Shape, una cortadora de papel y cartón a la que le han dado una tercera dimensión.**

La firma llama a su tecnología Rapid Layer Manufacturing (fabricación rápida por capas) y realiza los objetos tridimensionales mediante el cortado y pegado de sucesivas hojas de papel.

Realmente, la empresa ya permitía realizar modelos 3D de esta forma con sus cortadoras y la ayuda de su software, pero la Shape está directamente enfocada hacia la fabricación aditiva, mejorando el proceso de forma global en precisión, tiempos de fabricación y facilidad de uso.

En el caso de la Shape, parece que el color no es por ahora una prioridad, que por cierto encarecería el producto de forma notable. Por lo poco que la empresa ha dejado ver, está más enfocado a la fabricación de objetos de gran tamaño, principalmente modelos conceptuales, moldes y piezas finales, para mobiliario de cartón por ejemplo. El tamaño previsto que pueden alcanzar los objetos fabricados por la Shape será de aproximadamente un metro cúbico como máximo.

De momento, sólo ha sido un anuncio y está previsto que la máquina esté disponible en 2019. Sólo queda por ver si cumplirá las expectativas e incluso si no aparecerá algún otro jugador en este tiempo que ofrezca algo similar.

RICOH
imagine. change.

Presentamos...

la Ricoh Pro™ VC60000

Un nuevo amanecer en tecnología de impresión de inyección de tinta para producción en color

- **Optimizada para su uso en artes gráficas: hasta 1200 x 1200 dpi con tamaño de gota variable y dinámico a nivel de píxel, utilizando las tintas de pigmentos a base de agua propias de Ricoh, con impresión sobre una amplia variedad de papeles**
- **Productividad: gran velocidad de impresión, hasta 120 m/min. con un volumen mensual de hasta 40 millones de impresiones**
- **Fiabilidad: basada en los cabezales de impresión piezoeléctricos de gran duración de Ricoh, y respaldada por la amplia experiencia en soporte y servicio de Ricoh**
- **Arquitectura y estándares abiertos: flexible y ampliable para satisfacer las necesidades futuras, con un nuevo controlador de última generación diseñado por Ricoh**

production.printing@ricoh.es

GRUPO FORLETTER SE SUMA AL CAMBIO TECNOLÓGICO OFFSET H-UV

David Martínez, director general de Grupo Forletter junto a Enrique Rodríguez director general de OMC.

Si algo ha caracterizado a la empresa madrileña Grupo Forletter, en sus casi 50 años de historia, ha sido el afán por reinventarse, haciendo de la especialización y la diversificación el motor de su desarrollo. Desde sus inicios como impresores a hoy en día, en que destaca como una empresa centrada en el mundo de la comunicación, ha ido incorporando todos aquellos procesos y tecnologías necesarios para ofrecer una mejor respuesta a las necesidades de sus clientes. De ahí que una de sus últimas inversiones haya sido la adquisición de un máquina offset Komori Lithrone G40, de 5 colores más torre de barniz, con la innovadora tecnología H-UV.

En 2.500 metros cuadrados, y con una cualificada plantilla de más de cuarenta personas que en momentos puntuales llega a ser de 150, disponen de la tecnología necesaria para dar respuesta a todas las necesidades de sus clientes en el campo de la comunicación: dise-

ño, página web, imagen corporativa, clubes de fidelización, impresión, manipulado... de forma centralizada y ofreciendo además creatividad, compromiso y ética.

DESCUBRIENDO LA TECNOLOGÍA H-UV DE KOMORI

Un paso más en este modelo de negocio de la compañía, basado en la diversificación, la especialización y en estar abiertos a cualquier nicho de mercado que tenga que ver con la comunicación, ha sido la incorporación, en septiembre de 2015, de una máquina offset **Komori Lithrone G40,** de 5 colores más torre de barniz, con la **innovadora tecnología H-UV.** *"Cuando nos decidimos a adquirir una nueva máquina* –explica David Martínez, Director General de Grupo Forletter– *analizamos toda la oferta disponible en el mercado y, aunque en ese momento Komori no entraba en nuestras expectativas porque teníamos en mente otro tipo de maquinaria, el descubrir la tecnología H-UV ofrecida por este fabricante* ***nos abrió los ojos a otro modelo de producción gráfica*** *que no estaba basado en tinta grasa convencional y que se podía aplicar al tema comercial y no exclusivamente a estuchería".*

Tres millones y medio de pliegos impresos en tres meses, más de 3.000 cambios de planchas en ese mismo periodo, un incremento de la productividad de un 40%... son algunas de las cifras manejadas por Forletter en relación a la nueva máquina. *"Es una máquina muy eficiente*

Parte del equipo humano de Grupo Forletter.

BUENA PARTE DEL MERCADO CONVENCIONAL, ESPECIALMENTE EL QUE TRABAJA CON ESTÁNDARES DE CALIDAD MUY ALTOS, TERMINARÁ MIGRANDO AL H-UV

gada", la valoración de la misma en los meses que lleva funcionando es muy positiva tanto por las prestaciones del equipo en sí como por el excelente servicio recibido por Komori y su empresa distribuidora en España, OMC. *"Teníamos claro que era el* ***momento oportuno para invertir en algo que nos hiciera diferentes*** *y que nos permitiera* ***ofrecer al mercado algo totalmente distinto,*** *sin abandonar nuestros trabajos habituales y el resultado está cumpliendo, e*

David Martínez López, director general de Grupo Forletter.

en tiradas largas porque imprime a 16.500 pliegos/hora –destaca David Martínez- *pero es* ***mucho más eficaz y versátil en tiradas cortas por la velocidad en los cambios en tira/retira.*** *Y esa es una ventaja que responde perfectamente a nuestro modelo de empresa, basado en un portfolio muy amplio de productos de pequeño volumen".*

Si bien la inversión en esta nueva máquina *"supuso una apuesta hasta cierto punto arriesgada",* la valoración de la misma en los meses que lleva funcionando es muy positiva tanto por las prestaciones del equipo en sí como por el excelente servicio recibido por Komori y su empresa distribuidora en España, OMC. *"Teníamos claro que era el* ***momento oportuno para invertir en algo que nos hiciera diferentes*** *y que nos permitiera* ***ofrecer al mercado algo totalmente distinto,*** *sin abandonar nuestros trabajos habituales y el resultado está cumpliendo, e incluso superando, nuestras expectativas". "Tan es así, -continúa David Martínez- que si valoramos todos los aspectos que forman parte del proceso de producción: el ahorro en tiempos, la calidad obtenida, la eficacia y seguridad en la impresión, la versatilidad, la opción de trabajar con numerosos soportes… puedo afirmar sin temor a equivocarme que* ***superan con creces a los de la impresión convencional,*** *incluso teniendo en cuenta el coste menos asequible de las tintas".*

SOLUCIONES
NEOBIS PRESS 145
NEOBIS

SOLUCIONES neobis

ACOMPAÑAMIENTO 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.

S.L. ASESORAMIENTO MERCANTIL

DESPEJA CUALQUIER DUDA LEGAL SOBRE TU EMPRESA

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

ASESORAMIENTO FISCAL

HACEMOS MÁS FÁCIL LA GESTIÓN DE LAS OBLIGACIONES FISCALES

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

AHORRO ENERGÉTICO

REDUCE TUS FACTURAS ENERGÉTICAS

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

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

IMPAGADOS Y RECOBRO DE DEUDAS

NI UN SOLO TRABAJO SIN COBRAR

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

- Prevención de 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.

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 deseas.

GESTIÓN DE AYUDAS Y SUBVENCIONES

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

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

GESTIÓN DE NÓMINAS

ESPECIALISTAS EN GESTIÓN DE NÓMINAS DEL SECTOR

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

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 autoría 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**

GRUPO NEO

www.gruponeo.com

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.

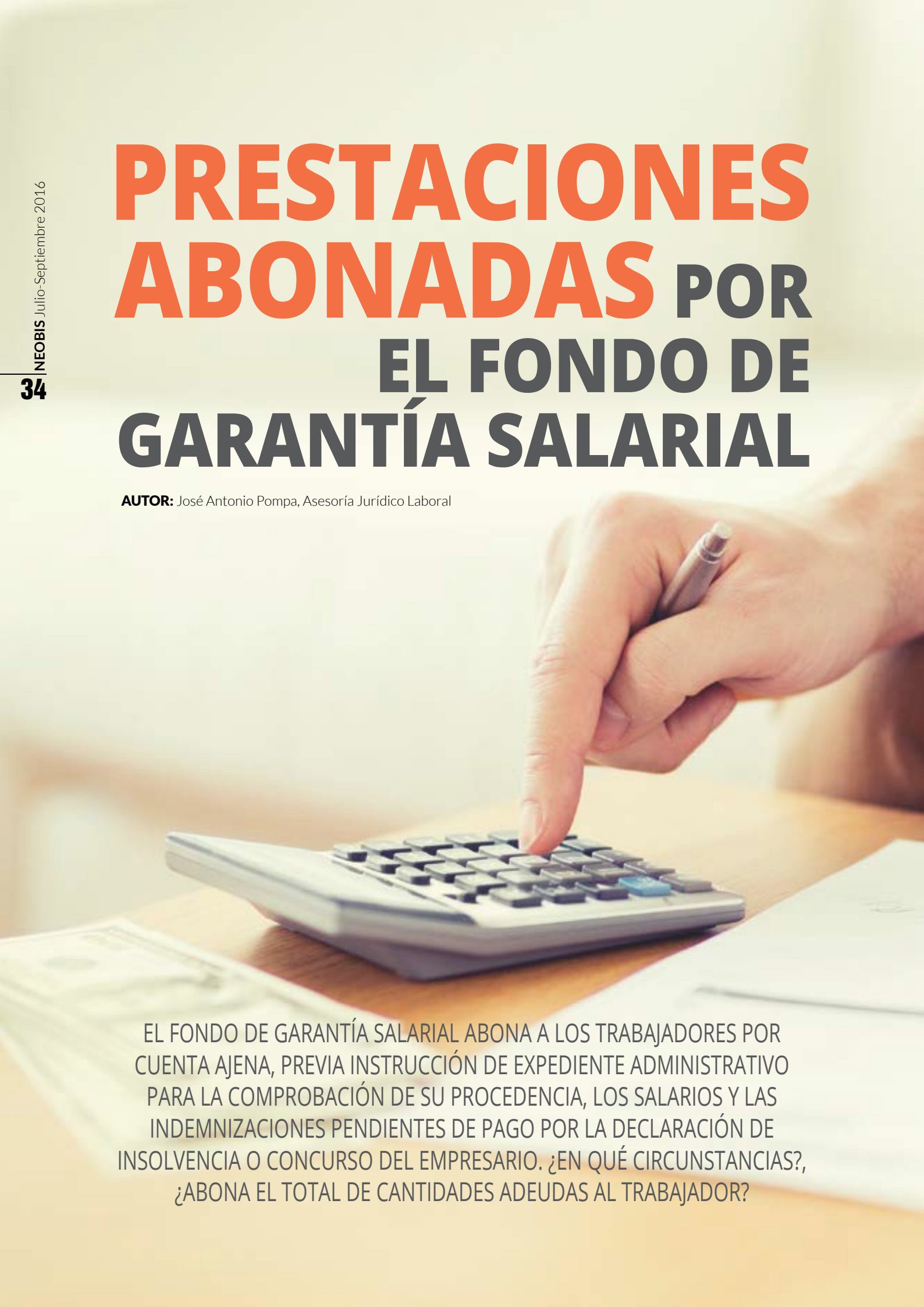
91 699 27 92

5000570 2439

Pol. Ciudad Industrial de Parla, C/Berlín 55-57, 28980 Parla (Madrid) · Tel.: 91 699 27 92 · Fax: 91 699 25 67

PRESTACIONES ABONADAS POR EL FONDO DE GARANTÍA SALARIAL

AUTOR: José Antonio Pompa, Asesoría Jurídico Laboral



EL FONDO DE GARANTÍA SALARIAL ABONA A LOS TRABAJADORES POR CUENTA AJENA, PREVIA INSTRUCCIÓN DE EXPEDIENTE ADMINISTRATIVO PARA LA COMPROBACIÓN DE SU PROCEDENCIA, LOS SALARIOS Y LAS INDEMNIZACIONES PENDIENTES DE PAGO POR LA DECLARACIÓN DE INSOLVENCIA O CONCURSO DEL EMPRESARIO. ¿EN QUÉ CIRCUNSTANCIAS?, ¿ABONA EL TOTAL DE CANTIDADES ADEUDAS AL TRABAJADOR?

Desarrollamos brevemente los conceptos y cantidades garantizadas por el FOGASA.

SALARIOS

Son necesarias dos condiciones para que el FOGASA se haga cargo de salarios adeudados, una vez tramitado el correspondiente procedimiento administrativo iniciado con la solicitud del trabajador:

- Que el salario y su importe hayan sido reconocidos en acto de conciliación (ante el correspondiente servicio de mediación o judicial) o en sentencia.
- Que la empresa haya sido declarada en concurso o en situación de insolvencia.

Si se dan las anteriores dos circunstancias, el FOGASA abona las cantidades salariales adeudadas, pero con los siguientes límites:

- Abona un máximo de 120 días de salario;
- El salario adeudado no ha de ser superior al doble del salario mínimo interprofesional diario, lo que incluye la parte proporcional de pagas extraordinarias (máximo de 50,86 euros diarios para 2016; el FOGASA nunca abonará más de 6.103,2 euros por salarios adeudados).

INDEMNIZACIONES

Para que el FOGASA se haga cargo de indemnizaciones que hayan sido reconocidas en sentencia, auto, acto de conciliación judicial; también es necesario que la empresa se haya declarado insolvente o declarada en situación de concurso, correspondientes a extinciones contractuales.

Al igual que vimos con los salarios, en el caso de las indemnizaciones también existen límites respecto de las cuantías máximas a pagar, teniendo en cuenta para ello el salario y la antigüedad del trabajador. La cantidad máxima a abonar es una anualidad, sin que el salario diario, base del cálculo, pueda exceder del doble del salario mínimo interprofesional, con inclusión de la parte proporcional de pagas extraordinarias.

Así, la cantidad límite a abonar durante el 2016 por el FOGASA en concepto de indemnización asciende a 18.563,90 € (365 días por 50,86 € –doble del SMI diario con prorrata de extras–).

Desde el año 2012 ya no existe la posibilidad, para empresas de menos de 25 trabajadores, consistente en que el FOGASA abonaba el 40 por 100 de la indemnización legal que correspondía a los trabajadores (20 días de salario por año trabajado, con el límite máximo del salario equivalente a 12 mensualidades) cuya relación laboral se hubiera extinguido como consecuencia de un expediente de regulación de empleo o un despido objetivo por causas económicas, técnicas, organizativas o de producción.

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

ORGANIZACIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN MI EMPRESA

AUTORA: Tania Torremocha Cuenca,
Técnico Superior de PRL FREMAP

La organización de los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades preventivas se realizará por el empresario con arreglo a alguna de las siguientes **modalidades:**

- Asumiendo personalmente la actividad preventiva.
- Designando a uno o varios trabajadores para llevarla a cabo.
- Constituyendo un servicio de prevención propio.
- Constituyendo un servicio de prevención mancomunado.
- Recurriendo a un servicio de prevención ajeno.

Es **obligación del empresario** estructurar la acción preventiva por lo que podrá adoptar alguna de estas modalidades de organización en función del tamaño de la empresa y de los riesgos o la peligrosidad de las actividades desarrolladas en la misma.

La **Ley de prevención de riesgos laborales** ofrece un conjunto suficiente de posibilidades para organizar de manera racional y flexible el desarrollo de la acción preventiva, garantizando que el modelo de organización elegido es el adecuado para las necesidades de la empresa.

EL EMPRESARIO DEBE ESTABLECER UN SISTEMA ADECUADO DE GESTIÓN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES QUE ASEGURE EL FUNCIONAMIENTO DE TODAS LAS ACTIVIDADES PREVENTIVAS QUE SE DESARROLLEN EN EL ÁMBITO DE LA EMPRESA

¿PUEDE ASUMIR EL EMPRESARIO DIRECTAMENTE LA MATERIA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN SU EMPRESA?

El empresario podrá desarrollar personalmente la actividad de prevención, **con excepción de las actividades relativas a la vigilancia de la salud de los trabajadores, cuando concurran las siguientes condiciones:**

- Que se trate de una empresa hasta **diez trabajadores.**
- **Que las actividades desarrolladas en la empresa no estén consideradas de riesgo especial** (Anexo I del Reglamento de los Servicios de Prevención).
- Que el empresario **desarrolle de forma habitual su actividad profesional en el centro de trabajo.**
- Que tenga la capacidad correspondiente a las funciones preventivas que va a desarrollar de acuerdo con la regulación establecida.

Para **las empresas de 10 hasta 25 trabajadores** solamente se permitirá asumir al empresario la prevención si la empresa cuenta con un único centro de trabajo y se cumplan las condiciones anteriormente descritas.

Debe entenderse que **para las empresas de hasta 10 trabajadores** se mantiene el primer criterio que no marca esta limitación, por lo que en éstas se podrá asumir la prevención independientemente del número de centros de trabajo.

La vigilancia de la salud de los trabajadores, así como aquellas otras actividades preventivas no asumidas personalmente por el empresario, deberán cubrirse mediante el recurso a alguna de las restantes modalidades de organización preventiva previstas.

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

¿CÓMO INFLUYE EL ESTADO EMOCIONAL EN LA PRODUCTIVIDAD?

AUTORA: Rosario Trasobares Almagro
Asesoría Jurídico-Laboral

"EL TRABAJADOR CON SOBRECARGA DE TRABAJO RINDE MÁS" O "EL TRABAJADOR ESTRESADO ES EL MÁS PRODUCTIVO", SON DOS FRASES QUE APENAS CONTIENEN VERDADES

ES CIERTO, QUE HAY PERSONAS QUE, EN DETERMINADOS MOMENTOS, PUEDEN SER MÁS PRODUCTIVOS BAJO PRESIÓN, PERO EN EL MEDIO O EL LARGO PLAZO ESTO SE CONVIERTE EN UN IMPOSIBLE, YA QUE EL ESTRÉS ES UNA EMOCIÓN QUE BLOQUEA Y PRODUCE EL EFECTO CONTRARIO, HACE QUE DISMINUYA LA PRODUCTIVIDAD DE LOS TRABAJADORES

¿Por qué, sin embargo, esta creencia está tan arraigada en nuestros entornos laborales?

Por una razón simple, pero a la vez muy peligrosa, **muchos empresarios o directivos consideran que el trabajador que está tranquilo en su puesto de trabajo no está trabajando o rindiendo lo suficiente** o que esa tranquilidad es fruto de una carga de trabajo inferior a la que puede abarcar. **Con la sobrecarga de trabajo generamos el efecto contrario, el estrés bloquea al trabajador, lo enerva y hace que se vuelva más lento en su trabajo al querer ir más deprisa** y, sobre todo, que ante este estado de cerrazón mental pueda cometer más errores, fallos que de otra manera no se hubieran sucedido.

Vivimos en un mundo donde los tiempos se han acelerado gracias a las nuevas tecnologías (para bien y para mal), los horarios son amplios y complejos y las obligaciones actuales absorben mucho tiempo y dedicación. Al empleado normal ya no sólo le estresa el trabajo, sino que su propia vida personal actual en muchos casos también supone un cúmulo de preocupaciones, carreras etc. Por lo que si sumamos el estrés laboral al estrés personal puede ser un cóctel muy difícil de gestionar para el propio trabajador y para la propia empresa.

A esto tenemos que unir que esta situación de estrés general, no supone un hecho aislado de trabajadores concretos, sino que la mayoría de los empleados actualmente están inmersos en esta dinámica de estrés de la que en muchos casos ni siquiera son conscientes, porque es su rutina habitual y el de las personas de su entorno familiar, social y laboral. Es por esta razón que este es un fenómeno de tipo global al que se han de enfrentar las organizaciones empresariales hoy en día.

Las organizaciones empresariales no pueden solucionar, lógicamente, todos los problemas de sus empleados, pero sí instaurar rutinas y un reparto de trabajo que sean lógicas y abarcables. Es cierto que puede haber momentos con puntas de trabajo que deben ser afrontadas, pero eso no significa que haya que estar en esa punta en todo momento porque ya sabemos cuál es el resultado: el trabajador estresado no rinde más, es menos productivo.

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

Te
interesa
NEOBIS PRESS 145

BIG DATA, EL CONCEPTO DE MODA

AUTOR: Juan Bayón, consultor sistemas de gestión artes gráficas

PARECE UNA OBVIEDAD DECIR QUE AQUELLAS EMPRESAS QUE SEAN CAPACES DE EXPLOTAR TODA LA INFORMACIÓN DE LA QUE DISPONEN DE SU ACTIVIDAD, SERÁN LAS QUE SE LLEVEN EL GATO AL AGUA

TODAS LAS EMPRESAS INTERACTUAMOS DIARIAMENTE CON PROVEEDORES, CLIENTES, REGISTRAMOS EN ALGÚN SISTEMA (AUNQUE SEA UN EXCEL) TODAS NUESTRAS COMPRAS Y VENTAS

Desmenuzando un poco más, en esas compras que puedo hacer a diferentes proveedores existen factores que voy a usar para decidir a quién compro: precio, plazo de entrega, exclusividad, etc. En ventas, pues poco más o menos lo mismo, desde el artículo que he vendido/fabricado, unidades e importe, incluso distinguir dentro de la venta los costes internos de externos, qué unidades de negocio han intervenido, qué he gastado de materias primas y subcontrataciones.

Además seguro que registramos de alguna manera cada vez que visitamos a un cliente, cada vez que me llama para comunicarme una incidencia en un trabajo, nuestro contable podría hablarnos de la experiencia de cobro…

Si seguimos desmenuzando… podríamos estar una semana con el detalle de cada gestión realizada, y ese detalle nos llevaría otros detalles…

Toda esa información, organizada, podría ser nuestro Big Data.

En función de las herramientas que utilicemos para analizar la información, seremos capaces de confeccionar un "book" de fotos de nuestra empresa:

- La empresa
- Nuestras unidades de negocio
- Nuestros clientes
- Nuestros proveedores

Claro está, lo que nos interesa es que esa foto esté lo más actualizada posible, no hay nada más inútil que una información que tengo ahora pero la necesitaba hace una semana.

Entonces... gracias a disponer de mi información organizada, vamos a poder estudiar, por ejemplo, qué características tienen nuestros

clientes TOP 20, cuáles de esas características también las tienen otros clientes, y a cuáles de esos clientes les falta alguna característica que, si somos capaces de potenciarla (y para eso es indispensable conocerla) podrían ser también TOP.

Otro ejemplo muy interesante es llegar a conocer las desviaciones de coste en los productos que fabrico, y poder estudiarlo desde tipo de cliente, familia de producto o tipo de soporte imprimible que utilizo, entre otros. Sabemos que la velocidad de máquina puede verse afectada por la tirada, por el gramaje o incluso por el tipo de material. Las tintas o el tamaño de la mancha también pueden hacer variar esa velocidad.

Llegar a conocer ésta cuestión se torna indispensable, en el momento en el que mi forma de presupuestar sea en base a fórmulas, como presupuestar en base a millar color o millar plancha.

PERO... ¿QUÉ PUEDE APORTARME EL BIG DATA EN EL DÍA A DÍA?

Todo este estudio debería servirnos para saber qué tecla tocar en cada momento, en nuestra labor diaria. Pero tampoco se trata de marear a nuestros colaboradores con cantidad ingente de información, que tuvieran que utilizar en cualquier tarea o gestión a realizar.

Aquí es donde aparece **la necesidad de un sistema de gestión,** que además de facilitarnos nuestra labor diaria, sea capaz de avisarme de las posibles alertas que previamente hemos estudiado. Se me ocurren muchas, pero estaría muy bien que el sistema me avisara en caso de:

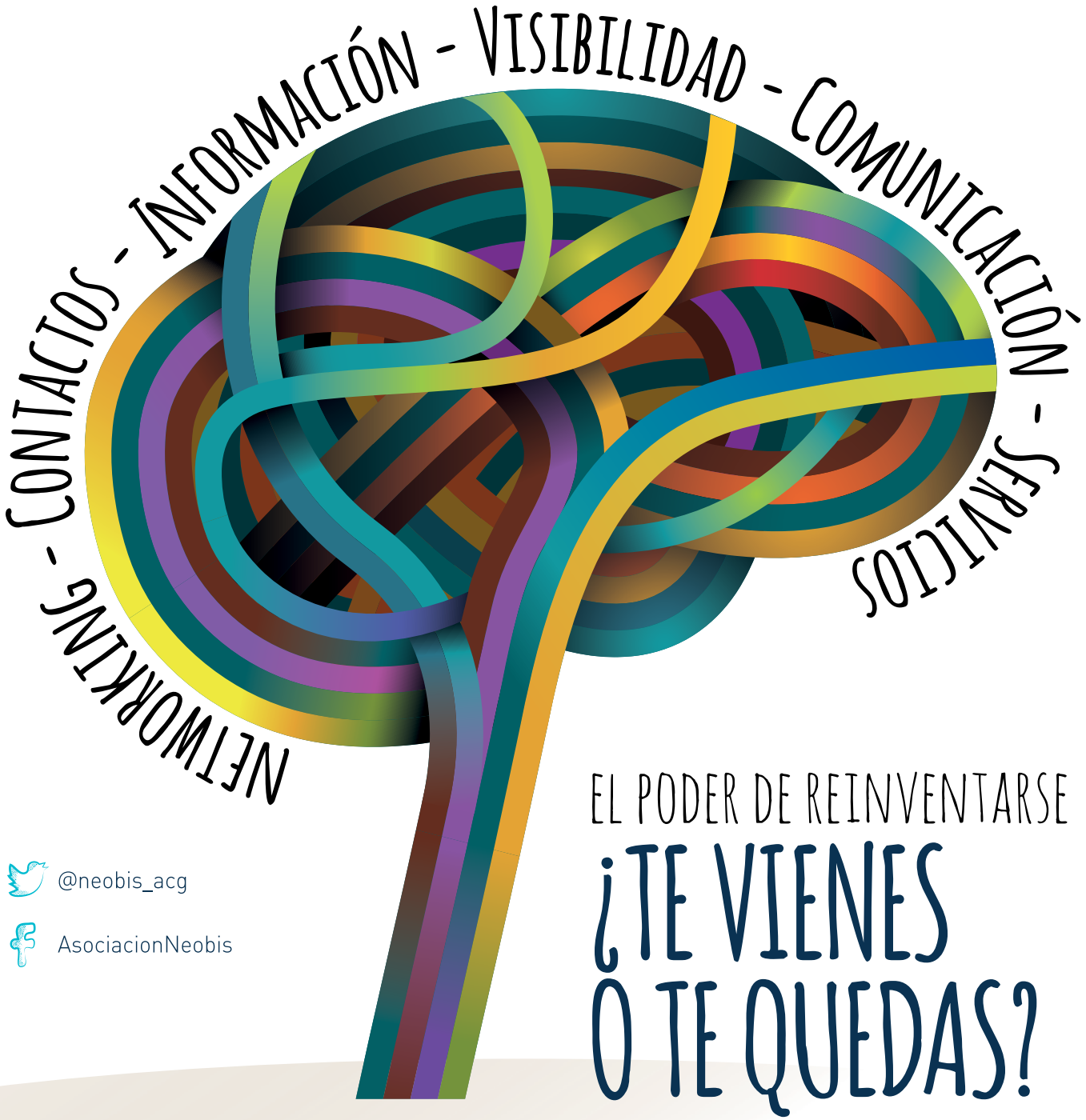
- Si presupuesto en base a fórmula (millar color), me gustaría saber si los costes de fabricación van en consonancia con los valores de la misma, o si estoy perdiendo dinero antes que el cliente me acepte el presupuesto.

- Si he realizado un descuento por pronto pago, que no sea yo el que dilate la creación de esa factura, para poder enviarla al cliente lo antes posible (o que viaje con el producto terminado).

- Cuando presupuestamos, es muy posible que ese trabajo ya lo hayamos realizado, para ese cliente o para cualquier otro. En este caso lo que hacemos es duplicarlo y recalcular sus costes en base a la nueva cantidad. El sistema debe permitirme localizar la mejor opción, no sólo por características del trabajo o tamaños, sino incluso por un dato específico de una subcontratación, una nota de proveedor o lote o por una gestión realizada y reflejada en el CRM. **Pero... ¿Qué es un CRM?**

neobis

ASOCIACIÓN DE LA **COMUNICACIÓN GRÁFICA**



EL PODER DE REINVENTARSE

¿TE VIENES O TE QUEDAS?

@neobis_acg

AsociacionNeobis

www.neobis.es

912 437 400

info@neobis.es

AUTORA: Ana Álvarez- Rementería, marketing y comunicación neobis

¿POR QUÉ TRABAJAMOS?

SEGÚN UN INFORME PUBLICADO POR GALLUP, EL 63% DE LAS PERSONAS NO ESTÁN COMPROMETIDAS Y NI SIQUIERA SATISFECHAS CON SU TRABAJO

TAN SOLO EL 13% DE LOS 25 MILLONES DE TRABAJADORES ENCUESTADOS DE 189 PAÍSES DIFERENTES SE SIENTEN ATRAÍDAS POR SUS PUESTOS DE TRABAJO Y POR TANTO COMPROMETIDOS CON LO QUE HACEN

¿CUÁLES SON LAS CAUSAS DE ESTOS DATOS? ¿QUÉ PODEMOS HACER PARA DARLES LA VUELTA? REFLEXIONAMOS SOBRE EL LIBRO ***¿POR QUÉ TRABAJAMOS? EN BUSCA DE SENTIDO*** DE BARRY SCHWARTZ

TRANSFORMAR EL TRABAJO EN VOCACIÓN ES UNA OPCIÓN Y NADIE TE PROHÍBE QUE LO HAGAS

Según el inventor del libre mercado, Adam Smith, las personas no disfrutan trabajando en ninguna parte y la única razón por la que lo hacen son las compensaciones que se derivan de ello o lo que es lo mismo el salario y/o el éxito. Esta es la teoría del mundo capitalista que conocemos y sobre la que se construyó el tejido empresarial tras la Revolución Industrial y lo más importante, esto es lo que nos enseñan en el colegio y es el pan nuestro de cada día en nuestras conversaciones.

"Antes de esto, sin sugerir que el trabajo fuera una bendición, el trabajo de los granjeros, artesanos y tenderos, por arduo que fuera, les proporcionaba la oportunidad de utilizar su ingenio, disponían de mayor discrecionalidad y control sobre lo que hacían y les resultaba más fácil encontrar sentido y satisfacción en sus acciones laborales". Pero la necesidad de una mayor productividad y eficiencia hizo que aparecieran las cadenas de montaje y que las personas pasaran a especializarse en una parte de ella, repitiendo lo mismo hasta la saciedad, convirtiéndose en algo parecido a los robots.

"Las condiciones de trabajo humano generadas por la Revolución Industrial, y perpetuadas en parte gracias a las teorías de las ciencias sociales, **han impedido sistemáticamente que la gente se sienta realizada con su trabajo.** Y al hacerlo, han privado a las personas de una importante fuente de satisfacción, y encima han producido unos trabajadores inferiores".

Durante varias generaciones **hemos aceptado que trabajamos por dinero,** para poder vivir. **Pero ¿y si nos planteamos trabajar para algo más?** Seguro que más de uno al oír esta pregunta diría "eso solo se lo puede permitir la élite; los que tienen dinero son los que pueden permitirse tener un trabajo que les estimule; yo sin estudios no puedo aspirar a eso; para los que no llegamos a fin de mes eso es un lujo al que no podemos acceder…"

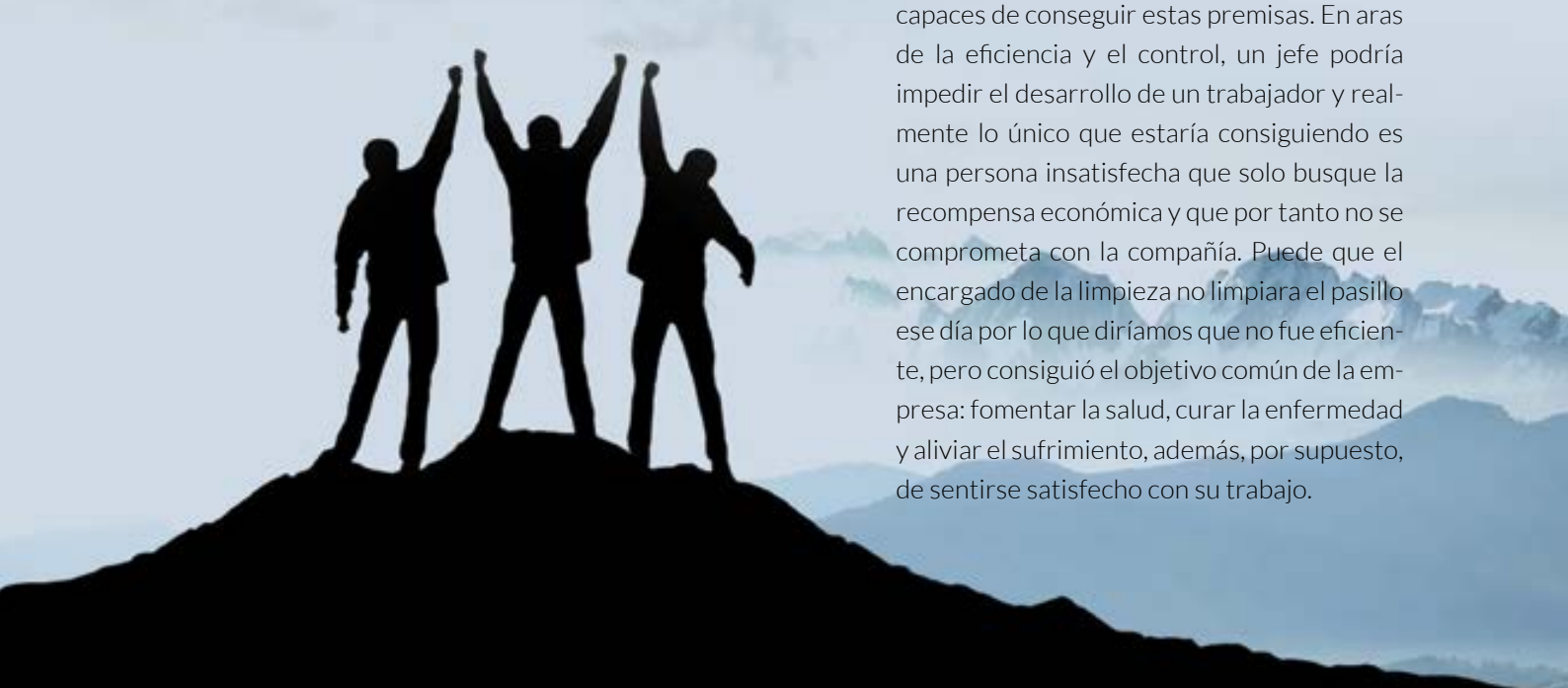
Estas reflexiones son el reflejo de lo que ha conseguido nuestra sociedad, pero igual que lo creamos podemos transformarlo.

Para empezar, debemos enseñar a nuestros hijos que todos los trabajos son válidos y necesarios y que deben poner todo su empeño en cada cosa que hagan, buscando en ello su realización personal y no tan solo una recompensa económica. **Hemos de empezar a formar personas satisfechas y no inconformistas frustrados por naturaleza.**

> **LO QUE DETERMINA LO QUE PIENSAN LAS PERSONAS DE SUS TRABAJOS ES, SOBRE TODO, LA ACTITUD Y LA CLASE DE TRABAJO**

DE LA ACTITUD debe ocuparse cada uno y sin duda en la educación está la clave. En uno de los ejemplos reales del libro ¿Por qué trabajamos? de Barry Schwartz hablan sobre los encargados de la limpieza de un hospital. Uno de los trabajadores se muestra satisfecho y comprometido con su trabajo pues su objetivo es el mismo que el de la empresa: fomentar la salud, curar la enfermedad y aliviar el sufrimiento. Esta persona, siendo encargado de la limpieza, trabaja con este fin y por tanto no se limita a limpiar de forma mecánica los espacios que le corresponden sino que considera su trabajo muy importante y en su día a día intenta ayudar a los pacientes. Por esta razón, un día decidió no limpiar el pasillo de una planta cuando le correspondía al ver que uno de los pacientes se disponía a dar su primer paseo, tan recomendado por los médicos, después de semanas en cama. Quizá no cumplió con su trabajo, pero consiguió algo mucho más importante, alcanzó los objetivos de la empresa y el bienestar de uno de los pacientes y sobre todo demostró su compromiso con su trabajo.

SOBRE LA CLASE DE TRABAJO, son los empresarios quienes deben hacerse cargo. "En su trabajo, las personas buscan la oportunidad de utilizar sus habilidades y de adquirir algunas más, quieren autonomía sobre la manera de desempeñarlo, sentir que forman parte de un grupo y que están rodeados de compañeros que respetan. Y lo más importante, quieren que su trabajo vaya dirigido a la consecución de una meta que sea valiosa y confiera un sentido a la labor que hacen". Las empresas deben organizar el trabajo de forma que las personas que las forman sean capaces de conseguir estas premisas. En aras de la eficiencia y el control, un jefe podría impedir el desarrollo de un trabajador y realmente lo único que estaría consiguiendo es una persona insatisfecha que solo busque la recompensa económica y que por tanto no se comprometa con la compañía. Puede que el encargado de la limpieza no limpiara el pasillo ese día por lo que diríamos que no fue eficiente, pero consiguió el objetivo común de la empresa: fomentar la salud, curar la enfermedad y aliviar el sufrimiento, además, por supuesto, de sentirse satisfecho con su trabajo.



EL SECTOR
en verde
NEOBIS PRESS 145

ECOETIQUETAS E IMPRESIÓN

AUTOR: Sergio Ródenas, colaborador Asesoría Medioambiente neobis

Algunas etiquetas o logos pueden ser utilizados sin requisito alguno, como el **"Moebius"** asociado al reciclado, pero otros **requieren licencias, certificados o aprobaciones específicas, pudiendo esto ser un problema para la imprenta** si el cliente o el diseñador no conoce los requisitos de estas marcas y los usa sin tener en cuenta estas limitaciones.

La primera y la más conocida por los impresores al estar directamente relacionada con el producto gráfico es **FSC®.** El Forest Stewardship Council A.C. (FSC) busca promover una gestión forestal ambientalmente apropiada, socialmente beneficiosa y económicamente viable de los bosques del mundo. Con la idea de crear un sistema de certificación a escala mundial, la Asamblea Fundadora del FSC se llevó a cabo en Toronto, Canadá en 1993. El logo de FSC **debe ser utilizado siempre con licencia asociada a un certificado en vigor,** que identifica a la imprenta, editor o fabricante del producto y **requiere una autorización previa a su uso por parte de una entidad de certificación.**

La segunda ecoetiqueta de la que hablaremos y que también está directamente relacionada con la impresión es **PEFC.** De forma similar a la anterior su objetivo es asegurar que los bosques del mundo sean gestionados de forma responsable, y que su multitud de funciones estén protegidas para generaciones presentes y futuras. Para ello cuenta con la colaboración de propietarios y empresas del sector forestal, que apostando por la certificación de sus bosques e industrias, están asegurando la sostenibilidad del sector. Su logo requiere también una **licencia asociada a un certificado,** pero siempre y cuando se respeten las normas de uso **no se requiere la autorización del uso** por parte de una entidad de certificación.

Otra etiqueta relacionada con el producto gráfico y con el papel es la **Ecoetiqueta Europea "Ecolabel".** Creada en el año 1992, la Etiqueta Ecológica Europea constituye una parte importante de la política comunitaria de instrumentos voluntarios de ayuda a las empresas y a los consumidores para mejorar su actuación ambiental. El objetivo es promover productos que pueden reducir los efectos ambientales adversos, en comparación con otros productos de su misma categoría, contribuyendo así a un uso eficaz de los recursos y a un elevado nivel de protección

del medio ambiente. **Su uso es restringido** a grupos de producto específicos entre los que se encuentra el papel impreso. Su uso es restringido a aquellos productos a los que se le ha concedido dicha etiqueta, **debe portar un numero de licencia y está protegida por la legislación europea.**

Existen otras etiquetas que sin estar directamente relacionadas con el producto gráfico empiezan a ser bastante comunes en los embalajes, catálogos o memorias medioambientales de las empresas asociadas a la fabricación y distribución de alimentos:

La primera es una etiqueta asociada al uso de **productos derivados de la palma, RSPO Roundtable on Sustainable Palm Oil** (Mesa Redonda sobre el Aceite de Palma Sostenible). RSPO fue fundada en 2004 como respuesta a la imagen negativa que la industria de aceite de palma estaba generando por sus impactos sociales y medioambientales. Al igual que FSC fue creada por un conjunto de partes interesadas como productores, sociedad civil, gobiernos y compradores. Para usar su logo **se requiere disponer de una licencia emitida por RSPO** al producto de palma o productos derivados, pero **no demanda aprobaciones específicas.**

La segunda es **UTZ,** una etiqueta que permite a **los productores de café, cacao y té** demostrar que operan de manera responsable, conforme a estrictos estándares sociales y medioambientales. UTZ fue creada en 2002 originalmente como UTZ Kapeh, que significa 'buen café' en el idioma Maya, el Quiché. Fue fundado por Nick Bocklandt, un cultivador de café belga de Guatemala, y Ward de Groote, un tostador de café holandés, con el objetivo de implementar la sostenibilidad a gran escala en el mercado mundial. El uso de su etiqueta tanto en embalajes como a nivel promocional **requiere de una aprobación directa de la organización.**

CADA VEZ SON MÁS LOS PRODUCTOS QUE PORTAN SU PROPIA ECOETIQUETA, Y CADA VEZ SON MÁS LOS IMPRESORES QUE DEBEN ENFRENTARSE A CLIENTES QUE DEMANDAN SUS PRODUCTOS GRÁFICOS INCLUYENDO DICHAS ETIQUETAS

novedades
NEOBIS PRESS 145

LA TRIATLETA VIRGINIA BERASATEGI Y ENCUADERNACIÓN FERREIRO UNIDOS POR LA LUCHA CONTRA LA ENFERMEDAD ELA

SIGUE A VIRGINIA BERASATEGI:

@3vir

Bir Bera

birbera

El pasado 17 de mayo, la triatleta Virginia Berasategi visitó las instalaciones de Encuadernación Ferreiro, y pasó un agradable rato con algunos de sus empleados, demostrando a todos lo grande que es como persona y como atleta, que hasta ese momento había ganado las dos pruebas en las que había participado tras su regreso: SIN PALABRAS.

Berasategi volvía a la competición el pasado mes de abril con fines estrictamente benéficos y en Encuadernación Ferreiro están muy orgullosos de poder aportar su pequeño granito de arena a dicho proyecto. En éste regreso, el objetivo de Virginia Berasategi es ayudar en los avances en la lucha contra la enfermedad ELA (Esclerosis Lateral Amiotrófica) con su **PROYECTO SIEMPRE ADELANTE.**

Encuadernación Ferreiro presume de haber tenido la oportunidad de conocer a una grandísima persona y le da especial importancia a todo lo que podría definir a Virginia: espíritu de superación ante la adversidad, fuerza de voluntad, capacidad de sacrificio e innumerables calificativos que ayudarían a comprender los logros tan difíciles que ha alcanzado ésta admirable deportista, que además ha dado la cara sin dudarlo cuando la situación lo ha requerido.

Conoce la Asociación Siempre Adelante escaneando con tu móvil el siguiente código:

SCAN QR-CODE

Para ir a la web escanea el código

HP SIGUE REINVENTANDO LA IMPRESIÓN CON LA INTRODUCCIÓN DE LA TECNOLOGÍA EDGE PRINTING PARA LA IMPRESIÓN DE CANTOS PINTADOS

HP Inc. ha anunciado la introducción de su nueva tecnología de impresión de cantos Edge Printing, que permite a los usuarios imprimir una imagen en el borde frontal o lateral de un libro por primera vez.

La nueva función, que forma parte de la herramienta de impresión de datos variables SmartStream Designer de HP, divide automáticamente una imagen seleccionada en secciones, de acuerdo con el número de páginas del libro, antes de imprimir las secciones de forma consecutiva en el borde de cada página. La nueva aplicación también tiene la capacidad de imprimir una imagen continua a través de los lomos de una colección de libros, para proporcionar un impacto visual impresionante cuando las colecciones están en exposición.

"En HP Indigo siempre buscamos reinventar las posibilidades de imprimir, garantizando que nuestros clientes puedan proporcionar productos que van más allá de sus expectativas. La nueva función Edge Printing de SmartStream Designer es un ejemplo perfecto de esto," comenta Gershon Alon, Director de Soluciones de Workflow de HP Indigo. "Ya hemos sido capaces de completar el primer pedido de clientes para productos creados con HP Edge Printing, y hemos constatado que hay un elevado interés en las nuevas aplicaciones que lo están haciendo posible. Esperamos ver muchos más clientes disfrutando de la nueva libertad creativa que proporciona esta tecnología."

Tórculo Comunicación Gráfica, compañía española especializada en la impresión comercial y de libros, con sede en Santiago de Compostela, ha sido el primer cliente de HP Indigo que ha probado la tecnología, explorando las potencialidades para productos personalizados, como cuadernos, libros y novelas.

"Como cliente de HP desde hace muchos años, estábamos muy interesados en probar su última propuesta", explica Jacobo Bermejo, CEO de Tórculo. "El hecho de que HP esté constantemente innovando y creando nuevas posibilidades de impresión es una de las razones por las que somos capaces de mantenernos a la cabeza de nuestra industria, proporcionando a nuestros clientes productos nuevos y de vanguardia. Ya hemos finalizado nuestro primer pedido de libros con los cantos pintados en la prensa digital HP Indigo 10000 y estamos convencidos de que tendremos muchos más pedidos, dada la excepcionalidad de esta nueva herramienta".

HP Edge Printing es una de las numerosas nuevas funciones introducidas como parte de la última actualización de HP SmartStream Designer. La última edición, HP SmartStream Designer 11, también cuenta con una actualización de su reconocido plug-in HP SmartStream Mosaic, que permite la creación automática de millones de diseños únicos basados en patrones, y conocido por su utilización por marcas como Diet Coke, Bud Light y BrandOpus.

TU
TIEMPO
NEOBIS PRESS 145

ISLANDIA LA ISLA DE HIELO Y FUEGO

FUENTE: El blog de Paco Nadal

Islandia, un país europeo que, aun estando cerca, en realidad toca América. Combinando la sofisticación cosmopolita con encanto y cordialidad, se ha convertido en un destino al alza en una época en la que muchos viajeros van a la búsqueda de lugares originales, no masificados, y una naturaleza en estado puro.

Islandia, la Isla de Hielo y Fuego, elegida por Lonely Planet como uno de los mejores destinos del planeta es una de las maravillas geológicas más impresionantes del mundo donde volcanes, coladas de lava, auroras boreales, glaciares, géiseres, acantilados y espectaculares cascadas representan la naturaleza más salvaje en espacios inmensos llenos de luz y energía.

Descubre el paisaje más fascinante, auténtico, salvaje, absolutamente magnético y deslumbrante naturaleza que atrapa para siempre.

AURORAS BOREALES

Uno de los fenómenos más maravillosos, inolvidables e imprevisibles de la naturaleza.

Banderas de **colores fluorescentes** cruzan en la oscuridad convirtiendo el cielo en un caleidoscopio de colores en el que formas amorfas y onduladas pugnan unas contra otras por hacerse un hueco en el espacio. El mejor periodo para ver auroras boreales en Islandia es entre finales de agosto y mediados de abril.

Increíble cañón de Fjaðrárgljúfur al sur de Islandia *(foto de Andrés Nieto Porras).*

SKÓGAFOSS

Para muchos, la catarata más bella de Islandia, un país que si por algo destaca es por tener cientos de bellas cascadas. Está junto al pueblo de Skogar y la cortina de agua que cae es tan brutal y continua que nadie ha podido ir detrás de ella a comprobar si es cierta la leyenda de que un jefe vikingo escondió allí un tesoro *(foto de Mitchel Jones).*

LAGUNA DEL GLACIAR BREIÐAMERKURJÖKULL

Uno de los parajes más bellos del sur de Islandia. El Breiðamerkurjökull es una de las lenguas del gran glaciar Vatnajökull, la mayor masa de hielo que queda en Islandia. Los bloques de hielo que se desprenden del frente glaciar quedan nadando durante meses en esta impresionante laguna *(foto de Greenzowie).*

AURORA BOREAL Y PARQUE NACIONAL SKAFTAFELL

Es la joya natural del sur de Islandia. Ocupa una buena parte del glaciar Vatnajökull y es el mejor lugar de la isla para ver lenguas glaciares, caminar sobre hielos, ver cascadas, observar la fauna y la flora local y hacer rutas senderistas *(foto de Mark Smith).*

DYRHÓLAEY

En la punta sur de la isla, en la localidad de Vik la acción de los volcanes ha generado kilómetros de largas y oscuras playas de lava y otros materiales piroclásticos. Un paisaje digno del Averno, que queda magnificado los días grises y ventosos *(foto de Dan "Catching Up").*

GULLFOSS

Uno de los accidentes geológicos más impactantes de una isla que parece un libro abierto de geología. El río Hvítá tropieza con una gigantesca grieta de 20 metros de ancho y 2,5 kilómetros de largo y se precipita por ella con un estruendo ensordecedor *(foto de Simon Pearson).*

LECTURA RECOMENDADA

EL DÍA QUE ESPAÑA DERROTÓ A INGLATERRA

Pablo Victoria

Recomendado por Julián Lozano, Gerente de PAVIMAR Gráficas, S.L.

"Tanto éste, como el siguiente, son ejemplos de valentía, orgullo, nobleza y honor, valores que hoy en día parecen desprender un olor a naftalina y que convendría orear y lucir con gallardía".

"Siempre tengo cerca este libro, una obra sobre la batalla de Cartagena de Indias en la que Blas de Lezo, tuerto, manco y cojo destrozó la mayor armada inglesa hasta la 2ª guerra mundial. Consiguió resistir el ataque de 195 navíos ingleses y 24.000 hombres con apenas 6 barcos y 2.800 soldados durante el Siglo XVIII".

ESPAÑA CONTRAATACA

Pablo Victoria

"Otro ejemplo, algo menos conocido, sobre la contribución española a la independencia de los EE.UU. a través de la figura de uno de los personajes más influyentes y desconocidos de la Historia de España y de EE.UU: Bernardo de Gálvez".

COSAS QUE LOS NIETOS DEBERÍAN SABER

Mark Oliver Everett

Recomendado por Virginia Berasategi, triatleta de élite

"No sé, tal vez fue por el momento en el que lo leí, que me enganchó desde la primera página. Y es que a veces las desgracias dan lugar a las mejores canciones, y en este caso a una autobiografía musical que me llegó muy mucho. A la muerte de su padre le siguió la de su madre, la de una tía en uno de los aviones del 11S, la de su representante, su hermana suicidada... Everett, cantante y cabeza del grupo Eels e hijo del físico cuántico Hugh Everett vivió todo esto, pero la música le salvo y gracias a ella y a su idea de lo que él quería en sus discos, consiguió triunfar y salir adelante… y seguir vivo, que es al final de lo que trata el libro, de ¡¡vivir!!".

AGUACERO

Luis Roso

Recomendado por Juan Bayón, consultor sistemas de gestión artes gráficas

"Está escrita con tanto detalle que te sumerge en la atmosfera del Madrid de los años 50, con heridas de una guerra aun por cerrar". Me ha gustado tanto que me lo he leído del tirón.

OPQ SYSTEMS

Maquinaria Gráfica, S.L. desde 1996

Vuestro especialista en post impresión.

20 años 1996 - 2016

LA COMBINACIÓN PERFECTA:

Horizon

ENCUADERNADORA BQ-280 PUR + TRILATERAL HT-30C

ENCUADERNADORA DE COLA PUR QUE INCORPORA LOS AVANCES TECNOLÓGICOS DE MODELOS SUPERIORES:

BQ-280 PUR

Los cambios de formato y ajustes se realizan desde la pantalla táctil.
Equipada con un intuitivo introductor de medidas de grosor del taco del libro.
La limpieza de la cola se realiza de forma automática.
La BQ-280 también puede trabajar con cola EVA de bajo punto de fusión.

GUILLOTINA TRILATERAL AUTOMÁTICA QUE COMPLEMENTA PERFECTAMENTE A LA ENCUADERNADORA BQ-280 PUR:

HT-30C

¡ Un único operario para los dos equipos !

FINANCIAMOS SUS EQUIPOS, CONSÚLTENOS Y SE SORPRENDERÁ

SOLICITE DEMOSTRACIÓN SIN COMPROMISO

Horizon · Schneider Senator · JBI · Graphic Wizard · Vacuumatic · KAS · Caslon Limited · Tech hi Fold · foliant · Henkel · BUSCH

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

Tel. 671 625 405 - 902 104 009 - info@opqsystems.net - www.opqsystems.net

Su confianza nos abre
un mundo de posibilidades

Your confidence open us
a world of possibilities

Servicio de corte
y entrega a medida

Cut service and
tailor made delivery

comart
comartsa.com

Simwhite
Simwhite cx
Simcote

¡NUEVAS REFERENCIAS,
DESCÚBRELAS!

LISBOA - MADRID - BARCELONA - LYON