

# neobis press

REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA · Nº162





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

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

# LA COLABORACIÓN

Editorial



Neobis acaba de participar en la organización de un ciclo de jornadas online junto con las organizaciones empresariales del sector, de Portugal, APIGRAF, y de Brasil, ABIGRAF.

Si bien es cierto que con APIGRAF ya venimos colaborando desde hace más de un año, intercambiando información, publicando en los medios, haciendo ponencias, etc., no es menos cierto que nunca nos habíamos planteado una experiencia de la naturaleza del evento celebrado. Un encuentro de empresarios de los tres países, en el que se inscribieron trescientas veintiocho personas y que ha contado con una audiencia media de más de cien asistentes.

De esta experiencia se ha podido aprender a través de los contenidos que se trataron, pero también hemos podido obtener diversas conclusiones relativas a los comportamientos sociales.

Primero de todo, debemos aceptar que la colaboración puede ser una realidad siempre que las personas implicadas así lo deseen. Las organizaciones por sí mismas se pueden perder en la inercia de lo cotidiano. Esto es igualmente trasladable a las empresas, no podemos seguir buscando excusas, si las empresas no colaboran más es porque las personas no lo desean.

Por otra parte, llama la atención el extraordinario interés de los empresarios portugueses. Un país con poco más de diez millones de habitantes, frente a los más de doscientos de Brasil y a los cuarenta y seis de España, consigue atraer al mayor número de asistentes. Algo está cambiando desde hace años en nuestro país vecino y deberíamos tomar conciencia de que, cada vez más, interactuamos en el mismo mercado gráfico.

Y una tercera conclusión podría ser cómo la penetración cada vez más evidente del mundo online nos abre un abanico de posibilidades todavía no exploradas y universaliza el acceso a un mundo de relación y de conocimiento que antes contaba con más barreras de entrada.

No obstante lo anterior, es posible que algunas personas consideren suficientes estos nuevos sistemas de comunicación.

Pero hay otra forma de verlo, el ser humano solo tiene sentido en un mundo de relaciones humanizadas y la tecnología, si es considerada algo más que un medio a nuestro servicio, deshumaniza las relaciones. Si los asuntos de la salud nos lo permiten, seguiremos celebrando eventos presenciales.

**Edita**

Asociación Empresarial de la Comunicación Gráfica.  
Adherida a la Confederación Empresarial de Madrid  
(CEIM).

**Edificio Arcade**

Rufino González 23 Bis, 2º - 2ª · 28037 Madrid  
T 912 437 400 · F 912 403 091  
E info@neobis.es · W www.neobis.es

**Director**

Jesús Alarcón

**Coordinadora**

Susana Navarro

**Colaboradores**

Javier Rodríguez Borlado  
José Antonio Pompa  
Rosario Trasobares  
Carlos Granado  
Marco Antonio Lozano  
David García  
Alberto Martín  
Olga Merino Suárez  
Sergio Ródenas  
Carlos Utsá

**Publicidad neobispress**

info@neobis.es

**Diseño y maquetación**

Eduardo Molina Varas

**Autor de portada**

David López Melchor, estudiante de segundo  
curso del Ciclo Formativo de Diseño y Edición  
de Publicaciones Impresas y Multimedia, IES  
Luis Buñuel, Madrid.

**Imprime**

Estudios Gráficos Europeos, S.A.  
Dep. Leg. M. 9.805-2000

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

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

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

Algunas páginas han sido diseñadas utilizando  
recursos gráficos de uso libre de Freepik.com.

## SUMARIO

### ASOCIACIÓN AL DÍA

- 5 **NEOBIS, APIGRAF Y ABIGRAF ORGANIZAN EL EVENTO "JUNTOS CAUSAMOS BUENA IMPRESIÓN... ¡ONLINE!"**
- 10 **CONOCEMOS A DAVID LÓPEZ MELCHOR CUARTO FINALISTA DE LA IV EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS "DISEÑA LA PORTADA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA"**
- 11 **ENTREVISTA A GRUPO SIGNE**

### DESCUBRIENDO EL SECTOR

- 19 **UN MUNDO DIGITALIZADO**
- 22 **NUEVAS NECESIDADES FORMATIVAS EN LA INDUSTRIA GRÁFICA**
- 28 **HEIDELBERG PONE A PRUEBA SU NUEVA PLATAFORMA ZAIKIO**
- 30 **CANON, GALARDONADA CON DOS PRESTIGIOSOS PREMIOS "PRODUCT OF THE YEAR" DE PRINTING UNITED ALLIANCE**
- 32 **LECTA LANZA SU NUEVO PAPEL ESTUCADO RECICLADO RECYTAL MATT**
- 34 **XEROX PRESENTA SUS SOLUCIONES FLEXIBLES Y CONECTADAS PARA UNA NUEVA FORMA DE TRABAJAR**
- 36 **SAPPI LIFT OFF**



### SOLUCIONES NEOBIS

- 39 TRABAJO A DISTANCIA
- 42 ¿Y AHORA QUÉ? CÓMO AFRONTAR EL NUEVO ESCENARIO SURGIDO TRAS LA PANDEMIA
- 44 COMPENSACIÓN DE BASES IMPONIBLES NEGATIVAS DE EJERCICIOS ANTERIORES

### TE INTERESA

- 47 RECOMENDACIONES DE SEGURIDAD EN LA UTILIZACIÓN DE REDES PRIVADAS VIRTUALES (VPN'S)
- 49 EL SECTOR DE LA ENERGÍA
- 54 PROTECCIÓN DE DATOS EN LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
- 56 JUNTOS, SEGUIMOS ADELANTE

### EL SECTOR EN VERDE

- 58 EL ACEITE DE PALMA Y SU PROBLEMÁTICA AMBIENTAL Y SOCIAL

### TU TIEMPO

- 61 LA ISLA BONITA - UN SUEÑO A NUESTRO ALCANCE
- 64 LECTURA RECOMENDADA



**asociación**  
**al Día**  
NEOBIS PRESS 162



**NEOBIS, APIGRAF Y ABIGRAF  
ORGANIZAN EL EVENTO**

# **JUNTOS CAUSAMOS BUENA IMPRE- SIÓN... ¡ONLINE!**

LAS ASOCIACIONES APIGRAF, ABIGRAF Y NEOBIS HAN REUNIDO A MÁS DE 300 PARTICIPANTES DE LA INDUSTRIA GRÁFICA DE PORTUGAL, BRASIL Y ESPAÑA. EL IMPACTO DE LA CRISIS PANDÉMICA EN LAS EMPRESAS Y LAS PERSPECTIVAS DE FUTURO FUERON LOS TEMAS DEBATIDOS



Los días 10, 11 y 12 de noviembre tuvo lugar un encuentro online del sector de la industria gráfica de Brasil, Portugal y España.

La pandemia provocada por el coronavirus SARS-COV2 ha potenciado el uso de nuevas herramientas digitales, que a su vez han propiciado esta oportunidad de colaboración, reuniendo en un espacio virtual a participantes de diversos países.

Aprovechando las sinergias creadas entre las asociaciones de empresarios gráficos de Portugal (APIGRAF), Brasil (ABIGRAF) y España (NEOBIS), el evento **“Juntos causamos buena impresión... ¡Online!”** ha reunido a empresarios, proveedores, académicos, docentes, estudiantes y socios del sector de la comunicación gráfica y del papel durante tres días para debatir temas que interesan a todos en este momento: ¿Qué impacto tiene la crisis pandémica en las empresas? ¿Cuáles son las perspectivas de futuro?

Con la “visión de futuro” como tema central, este evento ha conseguido un **triple objetivo:**

1. Programar un calendario de colaboración: el sector está vivo, las asociaciones que lo representan están activas y los emprendedores que lo integran comparten dinámicas comunes.
2. Encontrar sinergias, perspectivas similares de diferentes países, pero con un enfoque común.
3. Trabajo en red entre emprendedores de los tres países.

El evento se ha desarrollado partiendo de una perspectiva sectorial, pasando por una visión nacional, para cerrar con un acercamiento al mercado global, desde el punto de vista de las innovaciones tecnológicas.

Se abordaron los siguientes temas:





# JUNTOS CAUSAMOS BUENA IMPRESIÓN... ONLINE!



Colaboran:



## LA INDUSTRIA EN LA POST PANDEMIA: ¿QUÉ HA CAMBIADO EN EL MERCADO?

Los presidentes de las tres asociaciones, José Manuel Lopes de Castro, Presidente de APIGRAF, Levi Ceregato, Presidente de ABIGRAF y Álvaro García Barbero, Presidente de NEOBIS, aportaron su perspectiva sobre el impacto de la crisis actual en las empresas de los tres países.

Contamos también con la participación de empresarios del sector que intercambiaron sus experiencias sobre la adaptación a la nueva realidad. Paulino Pinto Ribeiro, de la empresa Finieco (Portugal), Fábio Gabriel dos Santos, representante de Leograf Gráfica e Editora (Brasil) y Nacho Manero, CEO de b2Pack (España) presentaron el panorama de sus compañías antes del Covid-19, el impacto que está teniendo la crisis y los retos a los que se enfrentan las compañías de la industria gráfica en un futuro próximo.

## 2021: ¿QUÉ ESPERAR?

En esta jornada, especialistas del sector de la comunicación gráfica aportaron datos económicos del sector y analizaron las posibles acciones a realizar para afrontar la crisis.

Luís Miguel Ribeiro, Presidente de la Asociación de Empresarios de Portugal, compartió las medidas económicas, empresariales, de infraestructuras, etc. que se están llevando a cabo en Portugal; Jesús Alarcón, Secretario General de NEOBIS, analizó el futuro del sector sobre la base de las características humanas de las cuatro generaciones que en este momento conviven y que actúan tanto como profesionales como consumidores. También señaló la importancia de las actitudes personales y su impacto sobre las emociones ante los diferentes acontecimientos.

Wagner Silva, Gerente General de ABIGRAF, explicó el perfil de la industria gráfica brasileña, la evolución de la producción desde el año 2019, la actividad industrial en general y los retos futuros.

Por último, Alexandre Keese, Director de Fespa Brasil, comentó los nuevos modelos de negocio que se están perfilando y los cambios en la industria propiciados por los clientes, así como por los procesos de eficiencia.

## INNOVACIONES EN TECNOLOGÍA, PRODUCCIÓN Y PRODUCTOS: LO QUE VIENE

El último día se dedicó a las innovaciones tecnológicas y a las “nuevas formas de hacer”. Intervino, en primer lugar, Francisco Cachinero, Professional Print Sales Manager de Canon España, que expuso la visión de su compañía sobre las oportunidades del mercado y el valor que aportan las soluciones de Canon a los productos.

A continuación, Roland Krapp, Head of Print Media Center de Heidelberg, dio a conocer todos los productos a disposición de las empresas para lograr la transformación digital y la excelencia operativa.

Andy Lima, Director de Marketing de World Wide Generation Digital Strategist, presentó, desde una perspectiva global, su visión sobre cómo se debe posicionar la industria gráfica y visual después de la pandemia, las nuevas formas de trabajar y las cuestiones que influirán en la toma de decisiones y en los avances empresariales del mundo.

El evento se clausuró por los presidentes de las tres asociaciones que resumieron sus conclusiones y valoraron positivamente la celebración del congreso.

# Recytaal Matt

EVOLUCIONA  
NATURALMENTE



Evoluciona naturalmente y disfruta de resultados únicos en tus impresiones con Recytaal Matt, la nueva gama de papeles estucado reciclados de alta calidad fabricada por Lecta. Recytaal matt, con fibras 100% recicladas, fomenta la economía circular, generando menos residuos. Además, dispone de las certificaciones de gestión ambiental más exigentes. **Es tu elección natural para todo tipo de impresiones y acabados, por un mundo más sostenible.**

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

A portrait of David López Melchor, a young man with short dark hair and a light beard, looking slightly to the left. The background is a blurred city street at night with bokeh lights.

# CONOCEMOS A DAVID LÓPEZ MELCHOR

Con el perfil de David López Melchor, **cuarto finalista del Concurso “Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica”**, damos por finalizado el ciclo de entrevistas que nos han permitido acercarnos y conocer un poco a los estudiantes que participaron en la IV edición.

David tiene 25 años y finalizó el segundo curso del ciclo de Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia, en el IES Luis Buñuel.

Esto es lo que nos cuenta sobre él:

“Vivimos en una sociedad en la que si no te reconocen desde pequeño ciertas aptitudes, se supone que no las tienes. Nos enseñan que si no destacas en algo, no puedes llegar a hacerlo nunca. Pues yo digo NO.

Sólo hace falta explorarnos, vivir experiencias y no determinar a las personas por sus aptitudes naturales. Vengo del mundo de la administración y tras un mal momento personal, decidí cuestionar toda mi vida y empezar de cero.

Pensé que para saber a qué quiero dedicar mi vida, primero necesito saber quién soy, no quién me han dicho que soy.

No es un proceso fácil, porque desarmarse a uno mismo, mirarse delante del espejo, con todo

lo bueno y todo lo malo y hablar contigo mismo, preguntarte quién eres y no saber responderte es muy duro. Entonces decidí empezar a vivir de la manera que yo consideraba que me gustaba, a probar a hacer todo aquello que consideraba que me hacía ser una mejor versión de mí.

Descubrí la fotografía. Empecé a salir a lugares nuevos, comprobé que mediante la fotografía podía captar y dar forma a mis emociones a través de la edición, así que me puse a buscar cómo transformar todo aquello.

Después de tres años he entendido que lo principal para vivir es la actitud, que no es otra cosa que decidir cómo afrontar tu vida. Luego viene todo lo demás, lo personal, lo profesional y con trabajo, perseverancia e ilusión ya tienes lo más difícil hecho.

Y este soy yo, un soñador que dice que los sueños se trabajan, un idealista que nunca dejará de trabajar por sus ideas, una persona realista y que trabaja día a día en tomarse la vida con alegría.

Para concluir me gustaría citar una frase de FITO de la canción “Hasta que cuente diez”, que llevo por bandera en mi vida:

*“Serán mis pasos, no el camino”.*

# ENTREVISTA A GRUPO SIGNE

OS PRESENTAMOS A UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN EL DISEÑO Y DESARROLLO DE SOLUCIONES DE SEGURIDAD DOCUMENTAL

EL PRESIDENTE DEL GRUPO SIGNE, EDUARDO QUINTERO, NOS ABRE LAS PUERTAS A UN APASIONANTE MERCADO DEL QUE SON REFERENTE MUNDIAL

## ¿Cuál es el origen de Signe?

Signe es una empresa familiar, que se constituye en 1982 por José Luis Pinedo. Nace con una clara vocación de lucha contra la falsificación documental. Nuestro primer logro fue el desarrollo de un dispositivo mecánico de sobremesa para la inserción de golpes en seco

en documentos oficiales y profesionales, que recibió el Premio Petit de la Feria Simo. La eficacia es la clave del éxito a la hora de proteger un documento. Hay que analizar muy detenidamente su vulnerabilidad. Muchas veces nos empeñamos en aplicar técnicas de protección excesivamente complejas que requieren de sofisticados instrumentos de verificación. La combinación del ingenio y el profundo conocimiento de las artes gráficas de nuestro fundador, fueron los dos factores decisivos para posicionarnos en un complejo mercado que estaba en manos de las grandes industrias de la seguridad documental europeas y de las Casas de la Moneda.

## ¿Cuáles son las claves para conseguir que una empresa como Signe siga siendo un proyecto viable? ¿Qué os diferencia en el mercado?

Son muchos los factores que hacen de Signe un grupo con un gran futuro empresarial. Toda nuestra trayectoria la hemos centrado



Eduardo Quintero,  
Presidente del  
Grupo Signe.

en nuestra adaptación a las necesidades del cliente y en la evolución del mercado. Nuestra inversión en maquinaria, formación y tecnología nos ha permitido desarrollar soluciones revolucionarias que han forjado la confianza de nuestros clientes. Somos una empresa colaboradora, que asesora con honestidad y que ofrece soluciones basadas en criterios objetivos. Al final, la recompensa real, más allá de los resultados, te llega por el reconocimiento al trabajo bien hecho.

Somos, sin duda, un equipo muy comprometido con la empresa, que busca un mismo objetivo: nuestro crecimiento y adaptación al entorno social y económico. Hemos evolucionado con la tecnología y hemos sabido abordar de una forma sostenible, la internacionalización en Latinoamérica de la mano de nuestro socio Thomas Greg & Sons, referente de la seguridad documental en el continente americano. En apenas cuatro años, hemos consolidado con Thomas Signe nuestra presencia en Colombia, Perú, Chile, República Dominicana y Brasil, aportando soluciones tecnológicas muy vanguardistas, basadas en la firma electrónica y en la tecnología blockchain.

Además, hemos sido capaces de diversificar nuestra producción y nuestras inversiones, siempre teniendo a la seguridad como factor de cohesión: la prevención del fraude, la lucha contra el blanqueo de capitales, la certificación electrónica, la tecnología blockchain y la ciberseguridad, son algunos de los sectores que forman parte de nuestro crecimiento.

También ha sido determinante la implantación de las políticas de calidad de producto, de nuestros procesos productivos, de la seguridad de nuestras instalaciones, del intercambio seguro de la información y del medio ambiente. Las acreditaciones que hemos obtenido han permitido ofrecer a nuestros clientes una garantía de nuestro compromiso con la excelencia.



Por último, un factor clave de nuestra continuidad, ha sido el compromiso de nuestra plantilla y la incorporación de nuevos profesionales en la dirección de los proyectos más vanguardistas y disruptivos.

**Sois una empresa líder en soluciones de seguridad documental, un sector en continua evolución y con un alto nivel de exigencia,**



Impresión de  
Documentos de  
Identidad y viaje.

### ¿cómo afronta Signe este desafío?

El sector de las artes gráficas de seguridad se ha transformado en los últimos años. Cada vez más, hay una clara tendencia hacia sistemas de protección mixtos, en los que las nuevas tecnologías son parte esencial de los documentos que imprimimos y personalizamos. En el año 2009 nos acreditamos como Prestadores de Servicios de Certificación, dotan-

do a nuestros documentos de la protección de la firma electrónica.

La adaptación de nuestro negocio a los nuevos requerimientos del mercado nos ha servido para crecer con fuerza en un sector en el que la competitividad y la optimización de los recursos es decisiva para abordar nuevos negocios vinculados a la seguridad digital, de-



sarrollando plataformas que ofrecen soluciones integrales para múltiples sectores y áreas de negocio, garantizando la inmutabilidad y la trazabilidad de los intercambios de información que se producen, mediante su certificación con tecnología Blockchain. Nuestras soluciones se basan en la incorporación de las tecnologías más disruptivas orientadas a la creación de identidades digitales, no sólo de personas sino también de procesos y productos, con la consecuente prevención del fraude a partir de sistemas de auditoría inteligente. Recientemente, hemos lanzado al mercado, a través de nuestra empresa tecnológica Signe-Block, las plataformas URUK y Gouze.

### ¿Cuál es la situación actual de las nuevas tecnologías en el sector gráfico?

La investigación y las nuevas tecnologías son parte fundamental de la evolución del sector gráfico. Por ello, tenemos suscritos acuerdos de colaboración con empresas del sector cuántico, que investigan y desarrollan para nosotros soluciones para la prevención del fraude en el mercado de los artículos de lujo; hemos invertido en empresas que desarrollan soluciones criptográficas inteligentes; colaboramos con empresas en el desarrollo de nuevos soportes. En definitiva, para crecer es esencial seguir invirtiendo en nuevas soluciones tecnológicas aplicables al sector de la industria gráfica.

### ¿Cómo ves el mercado del sector de la seguridad documental en España? ¿Cómo se comporta la demanda?

La seguridad documental es, sin duda, una de las principales preocupaciones de todos los estados. La protección de los documentos de identificación, de las credenciales profesionales, de los documentos de pago, y de cualquier otro documento con valor económico susceptible de ser falsificado, en cualquiera de sus formatos, debe de ser objetivo primordial de los gobiernos en su lucha contra la prevención del fraude. El papel, los documentos electrónicos y las transacciones, tienen que estar cada día mejor protegidos con sis-





temas de detección sencillos y eficaces, que se nutran de los nuevos desarrollos y de las nuevas tecnologías.

### ¿Cuál creéis que es el futuro del sector al que os dedicáis? ¿Cuál es la apuesta de Signe?

Tenemos que seguir apostando por el modelo híbrido papel –soporte electrónico–, pero somos conscientes de que, en la balanza, cada vez tendrá más peso el documento electrónico. Ello no significa la necesaria desaparición del soporte papel, pero hay que estar preparados para el futuro. Precisamente, porque la evolución de la demanda está cambiando, cada vez invertimos más recursos en el desarrollo de soluciones tecnológicas para la protección de documentos: la firma electrónica, blockchain, IoT, la ciberseguridad, han irrumpido con fuerza para ayudarnos a frenar el avance del fraude en todos los sectores de nuestra economía.

### ¿Consideráis clave la actuación empresarial respetuosa con el medio ambiente y los recursos naturales? ¿Es una ventaja competitiva?

Siempre hemos sido unos firmes defensores de la lucha contra el deterioro del medio ambiente. Todos formamos parte de un planeta que debemos preservar y conservar. Desgraciadamente, son muchos los intereses económicos que están poniendo en riesgo su habitabilidad y las consecuencias futuras serán desastrosas si no ponemos, entre todos, remedio. No debemos obviar nuestra firme responsabilidad en hacer que los procesos productivos sean respetuosos con la naturaleza. Por eso, en el año 2003, implantamos el sistema de gestión ambiental cuyo seguimiento y mejora, por parte de todo el equipo directivo, forma parte de nuestro firme compromiso con la naturaleza. Además, hacemos un gran esfuerzo en la formación de nuestro equipo en el respeto al medio ambiente, estableciendo políticas internas de concienciación. Más que una ventaja competitiva, considero que es un requerimiento del mercado y una responsabilidad social de las empresas.



Documentos notariales. SNS, Sello Notarial de Seguridad.



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

Sin duda, el corporativismo es esencial en el desarrollo de cualquier actividad. Formamos parte de un colectivo de empresas en el que debemos apoyarnos. Más allá de la lógica y leal competencia empresarial, es esencial que exista una asociación como neobis, capaz de defender y aunar nuestros intereses, que nos mantenga informados de la evolución de nuestro sector, de la legislación vigente, de las ayudas que se nos ofrecen; que nos asista en la toma de decisiones, que nos represente y facilite nuestra participación; una asociación con la que compartir éxitos y fracasos y, que además, ofrezca un amplio elenco de servicios.

### ¿Cómo os ha afectado la actual crisis del COVID-19, alguna enseñanza positiva?

Como todas las empresas de nuestro sector, hemos padecido una importante ralentización de nuestra producción. Al inicio de la pandemia, tuvimos un desabastecimiento de alcohol isopropílico, que se desvió para la necesaria preparación de geles hidroalcohólicos. Además, hemos sufrido el cierre de la administración y la consecuente suspensión de los procedimientos de contratación pública. Pero, gracias a que contamos con una excelente infraestructura tecnológica, hemos podido atender desde nuestras casas, con absoluta normalidad, todos los pedidos de personalización.

De hecho, nuestros clientes nos han felicitado por haber mantenido el mismo nivel de servicio durante los peores momentos de la pandemia.



Impresión de documentos académicos.  
Títulos Oficiales Universitarios,  
Títulos oficiales no universitarios.



Por otro lado, todo el negocio basado en las nuevas tecnologías ha experimentado un importante crecimiento y hemos tenido una gran demanda para la implantación de soluciones para la firma electrónica de documentos.

Hemos obtenido muchas enseñanzas positivas. Considero que somos muy afortunados por contar con un gran equipo de profesionales capaz de adaptarse a las difíciles circunstancias que hemos vivido y que, además, nos ha manifestado su apoyo incondicional desde el principio de la crisis. Hemos mantenido, siempre, un frente de unidad que no se ha resquebrajado ni en los peores momentos de la pandemia. Hemos fomentado el contacto con los equipos y la información ha fluido con absoluta transparencia. Todos estos ingredientes nos han ayudado en la toma de

decisiones y nos han mostrado que somos capaces de reaccionar positivamente ante circunstancias muy adversas, fortaleciendo nuestra estructura productiva y organizativa para adaptarnos a un nuevo entorno socio económico, en el que hemos, incluso, incrementando el nivel de exigencia y de servicio.

### **Como empresario, ¿cómo dibujarías el futuro empresarial a corto plazo?**

En estos momentos, desgraciadamente, la situación económica mundial está a merced de la pandemia. La evolución de las empresas va a depender de la evolución de la situación sanitaria y de nuestra capacidad de adaptación y resistencia.

Sin duda, las previsiones son muy pesimistas y desgraciadamente serán muchas las empresas que, lastradas por la situación, se vean obligadas al cierre en los próximos meses. Me gustaría ser más optimista, pero tenemos que estar preparados para vivir momentos muy duros.

### **¿Qué buscas en las personas de tu equipo?**

Capacidad de trabajo, implicación, reflexión en la toma de decisiones, empatía, sinceridad y honestidad. Soy un firme defensor del trabajo en equipo. Considero esencial para el buen funcionamiento de las empresas la fusión de las mentes de sus directivos, con capacidades y habilidades dispares, puestas al servicio de un objetivo común.

### **¿Qué te relaja tras un frenético día de trabajo?**

Sin lugar a duda, un buen libro.

### **Un lugar donde perderte.**

La familia, los amigos y cualquier lugar del mundo. Me gusta mucho viajar porque no solo te enriquece culturalmente, sino que el conocimiento de otras formas de vida, distintas a las de nuestro país, te enseñan a ser mejor persona.





# DESCUBRIENDO EL SECTOR

NEOBIS PRESS 162



# UN MUNDO DIGITALIZADO

**AUTOR:** Jesús Alarcón Fernández, Secretario General de neobis

Este artículo no pretende ser un ejercicio de ciencia ficción. Antes 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, está llegando 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 condiciones de vida y, cómo no, también afecta a la forma de entender la empresa y los

mercados. Además, algunas de estas reglas son inéditas e incomprensibles para quienes, inútilmente, las comparan con las preexistentes.

En esta época, 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 la vista puesta en 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.

**Lo más productivo es estar atento a lo que viene, sin juzgarlo,** sin ofrecer resistencia al cambio, aceptarlo y tratar de sumarnos a ello a modo de oportunidad. Si hacemos esto, nos vamos a ahorrar mucho sufrimiento, porque hay algunas máximas que ya no son discutibles: todo lo que se pueda digitalizar se digitalizará, todo lo que se pueda conectar se conectará, lo que se pueda compartir, se compartirá y lo que se pueda analizar y automatizar, se hará. Oponernos a esta realidad sería tan absurdo como que alguien hubiera intentado frenar los avances del neolítico o de la revolución industrial. Así las cosas, debemos reflexionar sobre qué se quiere decir cuando se habla de transformación digital.

Lo primero que debemos saber es que digitalizarse no es transformarse. Digitalizarse es solo eso, digitalizarse. Igual que vivir en USA no es ser americano, aunque hablemos un inglés perfecto. Seremos americanos cuando pensemos y sintamos como ellos.

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 en la colaboración, reside su fortaleza.

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, coches, patinetes, 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, pero 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.

A modo de conclusión, debemos entender que para convivir de igual a igual, además de digitalizarnos, debemos transformarnos. Y para ello, es imprescindible modificar sensiblemente la estructura de pensamiento y los sistemas de creencias. La dificultad estriba en que ambas cosas están vinculadas a nuestro ego y para vencerlo hay que tener, además de una buena apertura de mente, una gran dosis de valentía.

Como podemos observar, la digitalización es un adiestramiento tecnológico que se puede aprender. Pero la transformación es una experiencia personal del individuo que se ha de querer experimentar. Ambas cuestiones son voluntarias, pero la primera es externa y la segunda interna. Es decir, una es material y la otra espiritual.





**AUTOR:** Javier Rodríguez Borlado.  
Director Técnico de Tajamar FP+  
Professional Education

# NUEVAS NECESIDADES FORMATIVAS EN LA INDUSTRIA GRÁFICA

Llevamos años oyendo hablar de la velocidad de los cambios en nuestro sector, tanto tecnológicos como de hábitos de consumo, y cuando pensábamos que ya íbamos muy rápido, llegó la pandemia que, de la noche a la mañana, introdujo cambios que se suponía que requeri-

rían años. Algunos de estos cambios son coyunturales y en cuanto se pudo se volvió a la situación anterior, pero otros han venido para quedarse, la pandemia ha ejercido de catalizador precipitando que se produzcan a una velocidad mucho mayor.

# Nuestra familia se acaba de hacer más grande !



La evolución de la impresión.

## Conozca la familia

**ROLAND 700** Evolution *Elite*

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

**ROLAND 700** Evolution *Speed*

**NUEVA** Aplicaciones de alto volumen, 20.000 hojas por hora.

**ROLAND 700** Evolution *Lite*

**NUEVA** La misma calidad legendaria, especificaciones de nivel básicas.

**ROLAND 900** Evolution

**NUEVA** La muy esperada plataforma Evolution para gran formato.

[evolution@manrolandsheetfed.com](mailto:evolution@manrolandsheetfed.com)

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

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

Una compañía del Holding Langley plc.

**manroland**  
sheetfed

WE ARE PRINT.®

**Estos cambios generan nuevos conocimientos y habilidades que van a demandar las empresas** y que, por lo tanto, las escuelas deben de ser capaces de transmitir a los alumnos para prepararlos de la mejor manera posible a su incorporación al mundo laboral. Dentro de estas habilidades habría que distinguir entre las técnicas propias del sector específico y ese otro amplísimo campo de **habilidades transversales** o Soft Skills cada vez más demandadas por las empresas. En este artículo nos vamos a fijar solo en algunos aspectos de las primeras.

Una de las actividades que más ha crecido durante el todavía reciente confinamiento ha sido el **comercio electrónico**, impuesto en algunos momentos por la imposibilidad de que las personas salieran a la calle, pero que se ha instalado como una necesidad de cualquier empresa. A la industria gráfica esto le afecta de dos maneras distintas: en sus necesidades propias y en las de otras empresas.

Tanto particulares como empresas se han visto forzados a hacer todo desde casa y han visto que en algunas ocasiones esto tiene sus ventajas y se han hecho a ello, por lo tanto, es ahora mucho más necesario disponer de un portal on-line desde donde nuestros clientes puedan pedirnos nuestros productos. Ya era una tendencia y muchas empresas tenían plataformas Web to Print para permitir a sus clientes que solicitaran sus servicios de impresión a través de la Web, ya fueran modelos B2B o B2C, pero de la noche a la mañana se ha visto como algo, no ya conveniente, sino casi obligatorio.

Esto, por un lado, va a demandar de personas que sepan crear y mantener esos servicios on-line. En Tajamar, hace ya cuatro años presentamos un proyecto propio en el ciclo de Impresión Digital que incluye contenidos relacionados con la **comercialización online de productos gráficos**, precisamente para que los alumnos de impresión tuvieran una primera formación en este campo. Pero las empresas no solo van a necesitar arrancar y mantener una tienda online, sino que también

van a tener que adaptar la tipología de los productos que ofrecen, y la manera de vender los nuevos servicios que quieren comercializar.

Este cambio afecta a la inmensa mayoría de los productos que se ofertan, lo que ha disparado la venta on-line y, por tanto, el packaging asociado a los envíos correspondientes a esa venta. Hace unos meses leía un artículo de una empresa dedicada al cartón que presentaba una nueva solución de packaging para la comercialización online de huevos frescos. Posiblemente no sea fácil encontrar un producto más complejo de comercializar online.

Precisamente por este crecimiento que se veía venir, pero que la pandemia ha precipita-





# BIG DATA

do, es por lo que grandes empresas suministradoras de maquinaria de impresión llevan años invirtiendo en el desarrollo de equipos de impresión inkjet sobre cartón ondulado que permita una impresión personalizada de ese packaging, cada vez a velocidades mayores. A esto se le suma el **Big-data**, retroalimentado y acelerado por ese crecimiento de la venta online, que hace que los que realizan esos envíos, tengan un conocimiento cada vez más preciso de sus clientes; preferencias, poder adquisitivo, hábitos de compra, localización etc. Ya se está hablando del **envío predictivo**, que consiste en predecir qué es lo que el usuario va a comprar, basado en todo el conocimiento que tienen de él, y enviárselo a casa antes de que se lo compre.

Todo esto es simplemente teniendo en cuenta el conocimiento “pasivo” que tienen las empresas de sus usuarios, a través de la información que estos les facilitan de forma gratuita en la mayoría de las ocasiones, a cambio de ventajas que tiene para ellos que esas empresas dispongan de sus datos; a esto habría que añadir cómo las redes sociales no solo monitorizan los gustos u opiniones de sus usuarios, sino también cómo influyen de forma positiva en ellos, principalmente con el fin de ser capaces de predecir aún más sus comportamientos y, por tanto, incrementar sus ventas.

La combinación de los tres factores comentados puede convertir al packaging en un gran elemento de promoción, que no solo sirva para



transportar un producto, sino que entre a formar una parte importante de ese marketing multicanal, con una impresión personalizada y de gran calidad en el envío que el usuario está esperando con un código QR único que lleve a una landing page personalizada, perfectamente adaptada a cada cliente en cada producto que compra; y todo esto a una escala muy grande dado que afecta a todos los sectores.

Este nuevo enfoque del packaging demandará un **nuevo perfil de profesional** de la industria gráfica que tenga conocimientos de diseño estructural junto con conceptos de diseño gráfico, de impresión, de comercialización online, de sostenibilidad etc. Desde Tajamar preparamos un programa formativo de alta especialización en diseño estructural y procesos de producción en la industria del packaging que trata de cubrir precisamente algunos de estos aspectos.

La gasolina que alimenta este motor son los datos. El Internet de las cosas, con sensores y tarjetas RFID o NFC en cada dispositivo, los asistentes virtuales cada vez más perfecciona-

dos e instalados por defecto en muchos dispositivos móviles o en equipos caseros y la infraestructura que trae la conectividad 5G van a incrementar la obtención y el tratamiento de estos datos de forma exponencial. Este es un campo enorme y muy distinto al de la industria gráfica y no parece factible un único programa que abarque ambas materias, pero sí que se pueden plantear **dobles grados o equipos multidisciplinares** donde cada integrante aporte su conocimiento específico.

Este es solo un aspecto de esos cambios profundos que la pandemia ha acelerado y que va a requerir un nuevo perfil de profesional de cara a poder satisfacer las necesidades de la industria. Se ve cada vez más **necesaria esa colaboración estrecha entre las empresas de la comunicación gráfica y los centros de formación** para ir en sintonía, identificando las nuevas necesidades y formando a los jóvenes para que estén preparados para satisfacerlas. Esta colaboración beneficia a todos los actores implicados, empresas, centros de formación y alumnos y, como consecuencia, a la sociedad en general.

# DIGICOM

FERIA DE IMPRESIÓN DIGITAL Y COMUNICACIÓN VISUAL

ORGANIZAN:

 theWorld.com world



IFEMA  
Feria de  
Madrid

14 - 16 / SEPTIEMBRE

2021

MUESTRA TODO TU POTENCIAL

RESERVA TU ESPACIO  
TE ESPERAMOS

EN COINCIDENCIA CON:

 **PROMO  
GIFT**

SALÓN INTERNACIONAL DEL OBJETO PROMOCIONAL  
Y MAQUINARIA PARA PERSONALIZACIÓN

[WWW.DIGICOMEXPO.ES](http://WWW.DIGICOMEXPO.ES)

# HEIDELBERG PONE A PRUEBA SU NUEVA PLATAFORMA ZAIKIO

MEINDERS & ELSTERMANN Y SAPPI PARTICIPAN EN LA PRUEBA PILOTO Y OPTIMIZAN SUS PROCESOS DE COMPRAS DIGITALES

- **M&E Druckhaus** utiliza una plataforma industrial para automatizar la adquisición de papel.
- **Sappi** acelera la digitalización de los procesos comerciales.
- **Zaikio** abierto a todos en la industria.

Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg) está iniciando la fase piloto de su plataforma digital para la industria gráfica Zaikio, lanzada este verano, en colaboración con la imprenta Meinders & Elstermann GmbH & Co. KG (M&E) y el fabricante líder de papel Sappi.

**Zaikio permite que las imprentas se conecten con los proveedores de forma automática, proporcionando un puente entre los sistemas de IT de la imprenta y sus proveedores.** M&E y Sappi utilizarán la plataforma para optimizar su proceso digital de adquisición de papel. Los pedidos de M&E se recopilarán en el sistema gestión de información (MIS. En su caso, Prinect Business Manager), y se registrarán como pedidos con precios actualizados en todo momento. Tras la aprobación por parte del personal de adquisiciones, estos pedidos se transferirán directamente al sistema ERP de Sappi, que corresponderá proporcionando al sistema de pedidos información sobre la disponibilidad y las opciones de entrega. Todo este proceso sienta las bases para pedidos totalmente automatizados en los que intervienen varios factores, como el consumo actual de papel o los niveles de

existencias. Como cliente piloto, M&E proporciona feedback constante, algo de vital importancia para continuar con el desarrollo de la plataforma Zaikio.

**Mantener la competitividad optimizando los procesos** es un enfoque fundamental para M&E. Con sus instalaciones en Belm, cerca de Osnabrück, al norte de Alemania, esta consagrada empresa cuenta con alrededor de 150 empleados, y su producción se centra principalmente en productos comerciales para los clientes más exigentes de la industria. La producción ya es muy eficiente gracias a la última tecnología de Heidelberg, pero la reciente fusión de M&E con Ortmeier Medien GmbH, ha hecho que la compañía adquiera dos nuevas instalaciones y 200 empleados que ha añadido a su plantilla ya existente. Por todo ello, se ha hecho imperativo aumentar la automatización y eficiencia de los procesos. Gran parte de los pedidos de papel se realizan a través de IGEPA con el proveedor más importante, Sappi.

Sappi es un proveedor global líder en productos y soluciones sostenibles de fibra de madera. También produce pulpa de disolución, packaging y papeles especiales, papel pintado, biomateriales y bioenergía. Sappi emplea a 12.500 personas en todo el mundo y produce, entre otras cosas, aproximadamente cinco millones de toneladas de papel al año, que posteriormente distribuye a más de 150 países en todo el mundo.

Tanto para M&E como para Sappi, la automatización y digitalización completas de numerosos procesos de adquisición es **una herramienta clave para impulsar la productividad y reducir los costes**.

“Está en el corazón de la estrategia de Sappi hacer que los medios impresos sean más rápidos, más eficientes e incluso más competitivos para resaltar su relevancia y viabilidad futura en la combinación de medios. Por lo tanto, acogemos con gran satisfacción el establecimiento de una plataforma digital para la industria de la impresión. Esto nos da la oportunidad de acercarnos a nuestros clientes finales y al mismo tiempo, digitalizar las relaciones comerciales, especialmente en el segmento estándar, lo que nos permite mejorar los niveles de servicio, reducir las tasas de error y, al mismo tiempo, aumentar significativamente la eficiencia”, comenta Flavio Froehli, director de ventas de impresión comercial de Sappi.

Jens Rauschen, Director General de M&E, agrega: “Nos complace poder aumentar signi-

ficativamente la automatización de nuestros procesos de adquisición con el equipo de Zaikio y Sappi. El concepto de Zaikio nos ha convencido. Integrando la plataforma en nuestra base de procesos, esperamos reducir las numerosas interfaces en el proceso de pedido y aumentar significativamente la productividad general en esta área”.

“Poder tener a dos gigantes de la industria como son M&E y Sappi en nuestro programa piloto inmediatamente después de su lanzamiento, nos da muchísima confianza. Con ello, enviamos una señal importante al resto de actores de la industria, alentándolos también a involucrarse”, señala el Director General de Zaikio, Matthias Prinz.

Las empresas de impresión y los proveedores pueden conocer todas las posibilidades de “adquisiciones zaikio” y registrarse para una versión beta en [www.Zaikio.Com/procurement](http://www.Zaikio.Com/procurement). Zaikio dará a todos los usuarios registrados acceso a la plataforma de adquisiciones y, paso a paso, les ayudará a comenzar.

Zaikio es una plataforma digital que permite, entre otras cosas, procesos de adquisición automatizados entre M&E Druckhaus y Sappi.



**ZAIKIO**

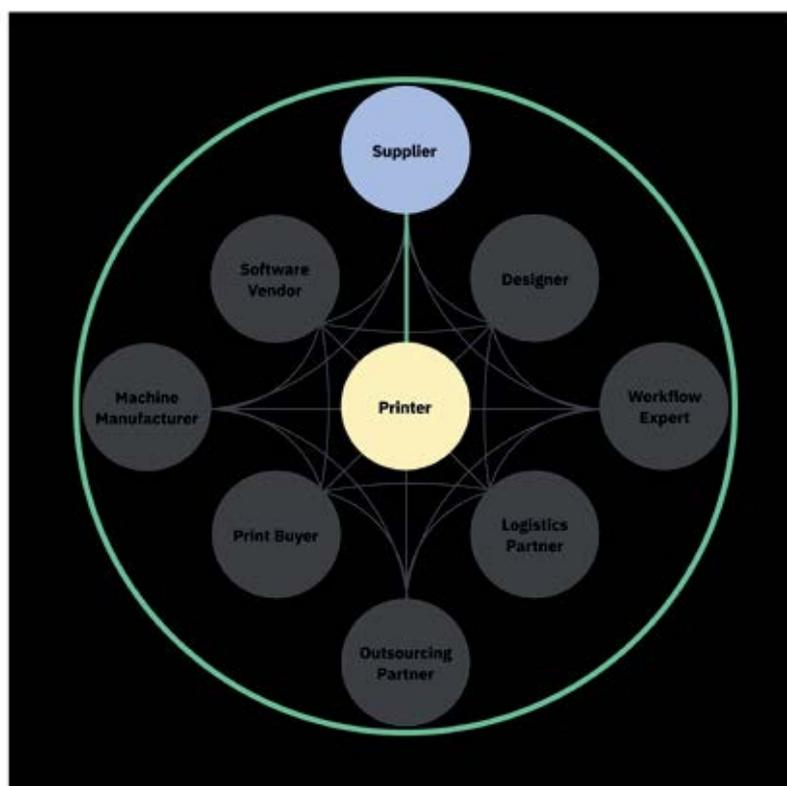
+

**sappi**

+



**M&E Druckhaus**



# CANON, GALARDONADA CON DOS PRESTIGIOSOS PREMIOS «PRODUCT OF THE YEAR» DE PRINTING UNITED ALLIANCE

CANON HA OBTENIDO LOS PREMIOS "PRODUCT OF THE YEAR" EN LAS CATEGORÍAS "DIGITAL INKS - UV" Y "AUTOMATION EQUIPMENT (PRINT/POST-PRINT)" EN EL CONCURSO ANUAL QUE ORGANIZA PRINTING UNITED ALLIANCE. SELECCIONADAS ENTRE MÁS DE 200 CANDIDATAS PERTENECIENTES A 85 CATEGORÍAS, LAS TINTAS UVGEL 460 Y LA SOLUCIÓN UVGEL WALLPAPER FACTORY DE CANON HAN RESULTADO PREMIADAS POR LAS VENTAJAS QUE APORTAN A LOS CLIENTES Y POR SU INNOVACIÓN EN EL MERCADO DEL GRAN FORMATO



UVgel Wallpaper Factory de Canon recibe el premio "Product of the Year" en la categoría "Automation Equipment (print/post-print)" en el concurso auspiciado por PRINTING United Alliance.

## UVGEL WALLPAPER FACTORY



A partir de la valoración que realizan un grupo de expertos analistas del sector, el concurso "Product of the Year", que organiza anualmente PRINTING United Alliance, promociona productos que desempeñan un papel esencial en los avances del sector de la impresión. Elegidas para la categoría de premios "Digital Ink - UV", las tintas UVgel 460 de Canon constituyen un componente clave en las impresoras de gran formato y soporte flexible, como la Colorado 1650. Las tintas UVgel tienen un efecto "gelificante" instantáneo y exclusivo en contacto con el soporte que proporciona una precisión excepcional en la colocación de las gotas y una calidad uniforme del color.

El proceso de impresión con tintas UVgel no depende de la evaporación ni del calor, lo que permite disponer de impresiones instantáneas, incluso en soportes sensibles a las altas temperaturas. Por otro lado, las tintas UVgel son sumamente resistentes y duraderas, lo que significa que no precisan realizar una laminación adicional y, además, su flexibilidad las convierte en la solución ideal para aplicaciones de larga duración.

En el caso de la Colorado 1650, **Jeffrey Vermaat, copropietario de la empresa neerlandesa De Resolutie**, uno de los principales proveedores de papel pintado en Europa cuyos productos se comercializan en 75 países, comenta: "El motivo que nos llevó a instalar la Colorado responde simplemente al hecho de que se trata de una impresora industrial que ofrece nuevas posibilidades de impresión y de soporte gracias a su exclusiva tinta en gel. Es una impresora fiable, con un sistema de control de la calidad ciertamente único".

Las impresiones se caracterizan por un aspecto mate aterciopelado inigualable, unido a una gran gama de colores. Y gracias a la resistencia a los arañazos y a la solidez de la propia tinta, las impresiones de la Colorado se procesan y se secan al instante, y están listas para ser entregadas a los clientes.

Ganadora de la categoría "Automation Equipment (print/post-print)", UVgel Wallpaper Factory es una solución completa y totalmente integrada que facilita la producción digital masiva de decoración mural personalizada. La Wallpaper Factory, cuya presentación tuvo lugar en mayo de 2020, integra perfectamente la impresora Colorado 1650 UVgel con funciones de acabado y manipulación de soportes de varios módulos de Fotoba, entre los que figura el Jumbo Roll Loader, el Cutter XLD170 WP y el Rewinder REW162, que mejoran la eficiencia de la producción y posibilitan un ciclo de fabricación totalmente automatizado e ininterrumpido.

Esta nueva solución permite a los proveedores de servicios de impresión, a las instalaciones de impresión industriales y a los especialistas en decoración de interiores diversificar su negocio y mejorar sus ofertas basadas en papeles murales personalizados.

**Dirk Brouns, Vice President de Large Format Graphics en Canon Production Printing**, comenta: "Hemos colaborado estrechamente con nuestros clientes y con nuestros socios para innovar día tras día en nuestras soluciones para gráficos de gran formato y resulta muy reconfortante ver que estas soluciones cuentan con el reconocimiento generalizado tanto del sector como de nuestros clientes. La tinta UVgel es la piedra angular de nuestra tecnología exclusiva y los beneficios para nuestros clientes son innumerables. Gracias a Wallpaper Factory, podemos sacar partido de nuestro sistema Colorado y crear oportunidades orientadas a este segmento del mercado que está en pleno auge."

Y continúa diciendo: "El pasado año, la impresora Colorado 1650 resultó premiada por su versatilidad, calidad de impresión y facilidad de uso, y ahora estamos encantados al ver que este año las tintas UVgel y la solución UVgel Wallpaper Factory de Canon también han sido reconocidas y galardonadas."





# LECTA LANZA SU NUEVO PAPEL ESTUCADO RECICLADO RECYTAL MATT

informes medioambientales o financieros, anuncios publicitarios, marketing directo...

Recytral Matt es la elección natural para todo tipo de impresiones y acabados de alta calidad, por un mundo más sostenible.

## LECTA

Lecta es una compañía europea líder en la fabricación y distribución de papeles especiales para etiquetas y embalaje flexible, papel estucado y no estucado para edición e impresión comercial y otros soportes de impresión de alto valor añadido.

Todos los centros productivos de Lecta disponen de las certificaciones de gestión ambiental más exigentes - ISO 14001 y EMAS -, de cadena de custodia PEFC™ y FSC®, además de las certificaciones de eficiencia energética ISO 50001, de calidad ISO 9001 y de seguridad y salud en el trabajo ISO 45001.

Más información sobre el nuevo papel estucado reciclado Recytral Matt en el apartado de productos de [www.torrasdistribucion.com](http://www.torrasdistribucion.com) y [www.lecta.com](http://www.lecta.com)

Lecta sigue firme en su compromiso medioambiental y apuesta por la sostenibilidad, ofreciendo soluciones papeleras naturales que son siempre garantía de calidad. Por ello, presenta Recytral Matt, su nuevo papel estucado ligero dos caras de agradable textura y sutil tono blanco natural, obtenido a partir de fibras 100% recicladas bajo criterios de absoluto respeto al medio ambiente, fomentando la economía circular al generar menos residuos.

La gama Recytral Matt tiene la certificación FSC® C011032 de Cadena de Custodia y está disponible en gramajes de 115 a 240 g/m<sup>2</sup> en hojas y bobinas. Gracias a su ligera capa de estuco, ofrece magníficos resultados en la reproducción de imágenes en color sin perder su esencia reciclada, siendo sus aplicaciones más habituales libros, catálogos, revistas, folletos, carpetas, calendarios,

**PARA EVOLUCIONAR  
NATURALMENTE HACÍA  
RESULTADOS ÚNICOS  
DE IMPRESIÓN**

## NUEVA TROQUELADORA AUTOMÁTICA DE CARTÓN Y CARTÓN CONTRAENCOLADO DE GRAN FORMATO

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

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



Otros servicios:

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

Atención telefónica las 24 horas.  
**91 699 27 92**

Entrega y recogida de mercancía.



# XEROX PRESENTA SUS SOLUCIONES FLEXIBLES Y CONECTADAS PARA UNA NUEVA FORMA DE TRABAJAR



MPS-and-Connect  
Key-Technology.

Xerox anuncia una completa gama de soluciones y equipos, liderados por la gama Xerox AltaLink 8100, orientados a cubrir todos los retos y necesidades de las empresas en un tiempo que trae consigo una nueva forma de trabajar. La situación generada por la COVID-19 ha desplazado de las oficinas a los domicilios la fuerza de trabajo, un modelo que se va a mantener en el tiempo.

Según los resultados del estudio de Xerox sobre el Futuro del Trabajo (Vanson Vourne, junio 2020), el 82% de la fuerza laboral de las organizaciones regresará a su oficina en un lapso de 12 a 18 meses de media. De cara al regreso, que en algunas ciudades ha comenzado en septiembre, las empresas están invirtiendo en nuevos recursos para ser compatibles con una fuerza de trabajo híbrida. El 56% busca aumentar sus presupuestos de tecnología, según este estudio, ya que es el único medio que facilita el acceso a los sistemas desde la oficina y en remoto.

*“Como estamos viendo desde hace meses, los empleados no están regresando a la oficina todos a la vez, o incluso en las condiciones que tenían antes, pero la necesidad de que las empresas puedan trabajar con una fuerza de trabajo híbrida permanecerá por tiempo indefinido”,* manifiesta **Luis Heras, director de Marketing de la Entidad Sur de Xerox.** *“Sin embargo, que el hogar haya pasado a ser para muchos el nuevo entorno de trabajo puede derivar en brechas de seguridad si no se contemplan medidas. Una de las conclusiones del estudio es que las empresas procurarán invertir en nuevas tecnologías y buscarán aumentar sus capacidades con herramientas que aceleren sus procesos de transformación digital”.*

Por este motivo, los responsables de negocio han posicionado como una prioridad en su agenda la inversión en tecnologías colaborativas, que permitan compartir información de manera segura. El trabajador en remoto debe tener acceso a todas las aplicaciones y recursos para mantener su nivel de productividad inden-

dientemente del lugar desde donde trabaje.

La estrategia de Xerox para habilitar un entorno laboral efectivo contempla:

- La instalación sencilla de redes y controladores para conectar equipos multifunción como **Xerox B215** y **WorkCentre 6515**, que facilitan a los empleados remotos la impresión, copiado y escaneo directamente al correo electrónico.
- Los usuarios más avanzados pueden contar con **Xerox App Gallery**, que hace posible la conexión segura de equipos como **VersaLink B405** con todas las aplicaciones corporativas, entre las que se incluyen herramientas de productividad en la nube de fabricantes líderes, como Microsoft o Salesforce.

Cualquiera de estos equipos incorpora opciones de asistencia remota para mantenimiento y solicitud de consumibles. Con esta propuesta, Xerox garantiza un entorno protegido, donde la colaboración eficiente, el almacenamiento y uso compartido de información de manera segura y el cumplimiento normativo en gestión documental están garantizados.

## MEJORANDO LA PRODUCTIVIDAD EN LA OFICINA HÍBRIDA

Los empleados pasan de media un tercio de su jornada buscando información, una situación que puede ser solventada con **Xerox DocuShare**, una de las soluciones más innovadoras para la oficina híbrida. Se trata de una plataforma de gestión de contenidos que captura y digitaliza documentos, ayuda a encontrar y compartir archivos de forma sencilla y los conserva y enruta con flujos de trabajo automatizados en un solo paso.

Asimismo, DocuShare se integra con un equipo multifunción y con otros sistemas clave para facilitar la subida y transferencia de archivos. Las conexiones cifradas entre el equipo y la solución alojada en la nube garantiza

una seguridad completa durante todo el ciclo de vida de los documentos.

## ALTALINK 8100, UN ALIADO PARA TRANSFORMAR LA OFICINA

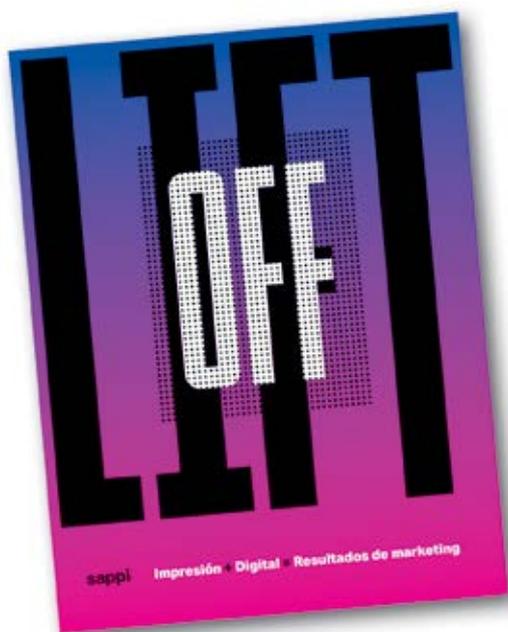
Los nuevos multifuncionales (MFP) **Xerox AltaLink® C8100** y **Xerox AltaLink B8100** ayudan a mantener mejor el entorno de trabajo flexible de hoy en día, colaborando con las empresas a la hora de acelerar su transformación digital con el acceso al ecosistema de aplicaciones ConnectKey®.

Además de sus funcionalidades de impresión, la serie 8100 de AltaLink ayuda a acelerar la digitalización en el lugar de trabajo con un escaneado ultrarrápido de hasta 270 imágenes por minuto. Combinadas con las aplicaciones ConnectKey, estos multifuncionales ofrecen a las organizaciones el mejor asistente para el lugar de trabajo y el mejor aliado en el camino hacia la transformación digital.

Estos equipos tienden un puente entre el mundo físico y el digital con aplicaciones innovadoras como **Xerox Note Converter**, que convierte la escritura a mano en documentos de texto editables, y **Xerox Audio Documents**, que crea archivos de audio a partir de texto. Asimismo, en el apartado de seguridad, la serie AltaLink 8100 está dotada de la máxima de seguridad gracias a la integración con las herramientas de McAfee, LogRhythm y Splunk Security Information and Event Management (SIEM).

Para **Macarena Perlado, Workplace Solutions Expert de Xerox España**, *"Xerox trabaja constantemente para ser relevante en el mundo actual, investigando en profundidad cuáles son las necesidades reales de las empresas. La oficina híbrida, con trabajo en remoto y presencial, va a permanecer como modelo dominante para las organizaciones. Nuestra misión, como demuestran nuestras nuevas soluciones de hardware y software, es convertir estos entornos en los más efectivos y productivos y garantizar así un retorno de la inversión"*.





# sappi

## LIFT OFF

En los últimos años, Sappi se ha propuesto establecerse no sólo como proveedor líder del Mercado papelero sino como defensor principal de la industria gráfica.

Trabajando con sus clientes como socios y profundamente comprometido con el éxito del medio impreso, la Compañía no duda en invertir su presupuesto de marketing en herramientas que muestren la sorprendente efectividad de la impresión a las marcas modernas.

**Lift Off** es la última de estas herramientas, una nueva publicación de Sappi que explora y explica cómo la combinación del medio impreso y el digital es una potente fórmula para transformar los resultados de marketing.

Después de todo, hay una razón por la que **nueve de cada diez personas** recuerdan una marca después de haber recibido su publicidad en el buzón. O por qué las campañas que incluyen revistas consiguen un **161% de mejora** en la captación de clientes. Y por qué, con ese mismo propósito, el buzoneo inteligente de catálogos impresos durante períodos clave puede generar un **ROI de entre un 300% y un 900%**.

Y no hay ningún motivo por el que cada vez más marcas, anunciantes y empresas de consumo adopten este marketing estratégico.

Los estimulantes artículos de la revista *Lift Off*, las perspectivas e interesantes casos prácticos expuestos, proporcionan además contenidos de marketing para todo tipo de imprentas.

De hecho, cuando la impresión forma parte de una campaña multicanal –junto a, o en conjunto con el digital– impulsa de manera espectacular la efectividad del marketing. Siempre ha sido así pero ahora, en el mundo emergente post-Covid, más que nunca.

Es el momento para que más profesionales del marketing y marcas conozcan estos datos y actúen.

**Lift Off está aquí para ayudarle a despegar.**

Para más herramientas e información sobre el valor único que proporciona la impresión al marketing mix, visite [sappipapers.com](http://sappipapers.com).

Y mientras visita la página, pida su propio ejemplar impreso de *Lift Off* (disponible en castellano).



\*10% de descuento sobre el valor sin IVA de las mercancías de esta categoría (Embalajes con tamaños de configuración libre).  
CODE: **EMBALAJES2020**. Válido hasta el **30/01/2021**. No acumulable con otras ofertas. No es posible un pago en efectivo.



Novedad en la tienda: embalajes.

Descuento presentación del

**10 %\***



Más de 1 millón de clientes satisfechos



30 años de experiencia como imprenta



Servicio competente



Envío estándar gratuito



**ONLINEPRINTERS**

IMPRIMOS CALIDAD AL MEJOR PRECIO



# SOLUCIONES

NEOBIS PRESS 162 **neOBIS**

FUTURE →

# TRABAJO A DISTANCIA

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

## REQUISITOS PARA HABLAR DE TRABAJO A DISTANCIA

- Ha de tratarse de una prestación que no requiera la presencia física de la persona en el centro de trabajo.
- En un período de 3 meses, es necesario que al menos el 30 por 100 de la jornada o más (en cómputo diario, semanal, mensual...) se desarrolle fuera del centro de trabajo.
- En términos generales, ha de existir acuerdo entre las partes (voluntariedad), es decir, no puede imponerlo ninguna de las partes; además, en caso de acuerdo, este puede ser reversible.

Si no se supera el umbral del 30 por 100, no nos encontraremos ante un supuesto de trabajo a distancia y no habrá que recoger acuerdo alguno por escrito, pero hay que gestionar bien aquel límite y controlar que no se supere.

EL PASADO 23 DE SEPTIEMBRE SE PUBLICÓ EN EL BOE EL REAL DECRETO - LEY 28/2020, QUE REGULA EL TRABAJO A DISTANCIA, ENTENDIENDO POR TAL LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL DESDE EL DOMICILIO DE LA PERSONA TRABAJADORA O EN EL LUGAR ELEGIDO POR ESTA, DE MANERA REGULAR

Especial mención hay que hacer en el supuesto de que un trabajador solicite trabajar a distancia (siempre que el contenido de la prestación lo permitiese) como medio de conciliación de la vida laboral y familiar o por realizar estudios para la obtención de un título académico o profesional, ya que sí sería factible una solicitud de la persona trabajadora y, en este caso, la empre-



sa debería justificar el motivo para no acceder a dicha solicitud. Habrá que esperar a ver cómo resuelven los juzgados y tribunales esta cuestión con la entrada en vigor de la norma.

## SITUACIONES A TENER EN CUENTA

En estos momentos, hemos de distinguir entre el trabajo a distancia que se esté llevando a cabo como medida vinculada al Covid-19, el trabajo a distancia que se viniese desarrollando con anterioridad a la entrada en vigor de la norma que estamos tratando y el que surja con posterioridad.

En el supuesto de que se esté produciendo trabajo a distancia como medida de contención sanitaria vinculada al Covid-19, se podrá mantener la misma, estando obligada la empresa a dotar de los medios, equipos, herramientas y consumibles que exija el desarrollo del trabajo, así como el mantenimiento que resulte necesario. Respecto a la compensación de posibles gastos que pudiera sufrir el trabajador, la norma se remite a los convenios colectivos de aplicación y, de momento, el Convenio del Sector nada dice al respecto. Es recomendable que la empresa esté siempre en condiciones de acreditar que estos supuestos de trabajo a distancia tienen causa en la medida de contención sanitaria.

Respecto de las situaciones de trabajo a distancia existentes a la entrada en vigor del Real Decreto-ley, la norma les será aplicable íntegramente. En el caso de nuestro sector, en principio, las partes tienen un plazo de tres meses para formalizar el acuerdo que a continuación indicaremos y que será el que regule las condiciones de la modalidad de trabajo a distancia concreta.

En el caso de trabajo a distancia posterior a

la entrada en vigor del Real Decreto-ley, además de lo indicado al exponer los requisitos, la clave está en **la necesidad de realizar un acuerdo por escrito con el trabajador**, entregando copia del mismo a la representación legal de los trabajadores en el plazo de 10 días y esta copia, a su vez, ha de enviarse a la oficina de empleo. El acuerdo ha de contener, como mínimo y con carácter obligatorio:

- Inventario de medios, equipos y herramientas necesarios para el desarrollo de la actividad (incluyendo consumibles y elementos muebles), así como el período de renovación de cada elemento.
- Gastos que pudiera tener y forma de la cuantificación de la compensación que, obligatoriamente, ha de abonar la empresa, así como el momento y la forma en que se realizará.
- Horario.
- Porcentaje y distribución entre trabajo presencial y trabajo a distancia.
- Centro de trabajo al que se queda adscrito.
- Lugar en que la persona trabajadora desarrollará su actividad a distancia.
- Plazos de preaviso para el ejercicio de las situaciones de reversibilidad.
- Medios de control de la actividad por parte de la empresa.
- Procedimientos a seguir en caso de dificultades técnicas que impidan el desarrollo de la actividad a distancia.
- Instrucciones sobre protección de datos, en las que han de haber participado los representantes legales de los trabajadores. Instrucciones en materia de seguridad de la información, previa información a los representantes.
- Duración del acuerdo de trabajo a distancia.

La norma hace referencia continuamente al desarrollo que los convenios colectivos pueden hacer en esta materia, pero el Convenio Colectivo del Sector no lo ha abordado hasta ahora; no olvidemos que, en términos generales, se trata de un sector en el que el trabajo ha de realizarse de manera presencial.

## CONTACTA CON NEOBIS

 912 437 400

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

# APUESTA

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

# ¡VALORÍZATE!



Gestión de residuos  
peligrosos y no peligrosos



Consultoría  
medioambiental



Transporte y  
autorizaciones propias

Síguenos en:



Socio colaborador de:



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

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



valorización medioambiental

# ¿Y AHORA QUÉ? CÓMO AFRONTAR EL NUEVO ESCENARIO SURGIDO TRAS LA PANDEMIA

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

Si algo es constante en los cambios de ciclo histórico es que se modifican las reglas de juego en la economía y la pandemia de la Covid-19 no va a ser una excepción. Es más, todos estamos comprobando de manera directa que las cosas ya no son cómo hace unos meses (la forma de relacionarse, de hacer negocios, los tiempos, los cambios etc.). Pero, aunque podamos prever escenarios a los que nos podamos enfrentar, todas “las reglas del juego” todavía no han terminado de estable-

cerse, lo que provoca que muchas de las nuevas realidades a las que nos tengamos que enfrentar sean inciertas o todavía no estén consolidadas.

En este artículo, vamos a ofrecer una serie de herramientas o de bases sobre las que afrontar los nuevos retos que os surjan en vuestras empresas:

## **ESTRATEGIA EMPRESARIAL**

Fundamental absolutamente. No podemos convertirnos en un barco sin rumbo por la incertidumbre. Cuanta más incertidumbre general, más claros debemos de tener nuestros objetivos, es decir, nuestra misión y nuestra visión de las que hablamos en estas páginas hace unos números de neobispress.

## **FOCALIZAR NUESTROS ESFUERZOS EN LO QUE MEJOR HACEMOS PARA NUESTRA EMPRESA**

Seguramente todos habéis tenido la sensación en estos meses de que ante el agobio, ante tantas cosas por afrontar, habéis empezado siete u ocho cosas a la vez sin centraros en una en concreto. En este aspecto hay que incidir en dos puntos:





**CONTACTA  
CON NEOBIS**

912 437 400 

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

- Seguro que hay una o varias partes dentro de la gestión de tu empresa que se te da mejor por formación o por experiencia (o ambas): gestión de la producción, labores comerciales, labores administrativas, diseño etc. Focaliza tus esfuerzos en dar lo mejor de ti a tu empresa en lo que mejor sabes hacer, ya que el aprovechamiento de tu tiempo para tu actividad será máximo.
- Aprende a delegar aquellas tareas que no dominas o que desconoces completamente. Que tu labor se concrete en este punto en la supervisión de que se consiguen los objetivos que te has marcado. El delegar se puede concretar tanto en trabajadores de tu propia empresa como en la contratación de servicios externos, ya que en estos casos, la rapidez, la experiencia y, sobre todo, el que tú puedas focalizar tus esfuerzos en

aquello que dominas y que tienen una rentabilidad directa en tu empresa, es un plus. Desde neobis, ponemos a tu disposición todo nuestro catálogo de soluciones para tu empresa a tal efecto.

### **NO CERRARNOS A NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y A NUEVAS FORMAS DE NEGOCIO**

Actualmente están surgiendo productos que precisan de la industria de la Comunicación Gráfica y que pueden suponer una fuente de ingresos no prevista. Así como es importante no dejar de lado formas de colaboración con otras empresas mutuamente beneficiosas.

En los momentos en que se plantean nuevos escenarios para los negocios estos son los pilares para construir nuestra actividad en pos de los beneficios y del éxito.





# COMPENSACIÓN DE BASES IMPONIBLES NEGATIVAS DE EJERCICIOS ANTERIORES

**AUTOR:** Carlos Granado Guijarro,  
Colaborador Consultoría  
Mercantil y Fiscal de neobis

Probablemente, la situación vivida a consecuencia de la pandemia generada por el COVID-19, nos haga pensar que aplicar a nuestras compañías una estrategia de colaboración nos hará menos vulnerables frente a los tiempos de dificultades que puedan afectarnos pero también más eficaces y rentables, lo que nos permitirá ser más competitivos y mejorar nuestro desarrollo y crecimiento.

En nuestros días, existen innumerables operaciones en los mercados que tratan de mejorar las perspectivas de los intervinientes, a través de las más diversas formas de colaboración. Sin embargo, a la hora de elegir nuestro modelo de cooperación con otra u otras compañías, es importante que seamos certeros en la identificación de las necesidades que pretendemos cubrir así como los objetivos que anhelamos.

Sin duda, una de las motivaciones más potentes que mueve el interés de las compañías por otras del sector es la reducción de costes buscando mejorar la rentabilidad. Y dentro de esa reducción, suele ser verdaderamente relevante la **partida dedicada al pago de impuestos**. En base a ello, existe una creencia generalizada consistente en que la adquisición de empresas que hayan registrado **bases imponibles negativas** en ejercicios previos permitirá, una vez seamos capaces de voltear la situación y convertir sus cuentas de pérdidas y ganancias en positivas, reducir prácticamente en su totalidad el pago de Impuestos sobre Sociedades al resultar de aplicación la compensación de aquellas, al amparo de lo dispuesto en el artículo 26 de la Ley 27/2014, reguladora de dicho Impuesto.

Lo primero que hay que decir sobre esto es que mientras la Agencia Tributaria no haya prestado conformidad, dichas bases imponibles negativas son susceptibles de corrección y, por tanto, resulta conveniente efectuar sobre ellas una revisión detallada, con carácter previo.

Dicho lo anterior, se ha de exponer también que existen determinadas restricciones a la compensación que deben ser consideradas antes de adoptar la decisión definitiva sobre la operación societaria que se pretende acometer, sea fusión, compraventa de participaciones/acciones o cualquier otra, si esa posible fiscalidad favorable es la razón fundamental que la motiva. En primer lugar, se ha de determinar el porcentaje actual de accionariado que se mantiene en la mercantil en la que se va a participar y cuál será el que resulte después de la integración.

En concreto, si se va a participar en un porcentaje igual o superior a la mitad del capital social y en los ejercicios en que se generaron las bases imponibles dicha participación era inferior al 25%, el ajuste de la base imponible no opera automáticamente y habrá que cumplir las siguientes **condiciones para que resulte de aplicación de pleno derecho el mecanismo de compensación de bases**

#### **imponibles negativas previas:**

1. La compañía "pretendida" debe tener presentadas las autoliquidaciones por Impuesto sobre Sociedades, al menos de los tres últimos ejercicios, ya que, de no haberlo hecho, existiría causa para que fuera dada de baja en el índice de entidades del Ministerio.
2. También debe haber mantenido la actividad que venía desarrollando o, si esta ha cesado, no deben haber transcurrido más de tres meses desde la interrupción.
3. Y por último, pero no menos relevante, más del 50 % de sus activos deben estar afectos a la actividad económica y, por tanto, no debe ser considerada como entidad patrimonial.

Y, en segundo lugar, se ha de revisar también detalladamente la **actividad que realice la compañía y el C.N.A.E.** en que se encuadra. Y todo ello porque en base a este criterio también existen condiciones que deben cumplirse de cara a poder aprovechar aquellas bases imponibles negativas de las que hablábamos anteriormente:

1. La compañía no comenzará una nueva actividad tras la operación, a nivel de tres dígitos de C.N.A.E. de diferencia.
2. Y si lo hace, el importe neto de la cifra de negocio que alcance en esta nueva actividad, no debe ser superior al 50 % del importe medio alcanzado por la sociedad en los dos ejercicios anteriores a la adquisición.

Por último, siempre resulta conveniente **consultar a los asesores fiscales y responsables tributarios de las compañías las operaciones susceptibles de ejecución antes de adoptar la decisión**, dado que el análisis y valoración de aquellas por un especialista minimiza el riesgo de incurrir en contingencias fiscales, que pueden llegar a ser muy relevantes.





Te  
**INTERESA**  
NEOBIS PRESS 162



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

# RECOMENDACIONES DE SEGURIDAD EN LA UTILIZACIÓN DE REDES PRIVADAS VIRTUALES (VPN'S)

Para muchas empresas el teletrabajo ha supuesto tener que adoptar medidas especiales para que sus trabajadores pudieran seguir desarrollando sus funciones desde casa. **El mayor reto es permitir el acceso a la información empresarial con el menor riesgo e inversión posibles.** Para ello, la solución más eficaz y comúnmente adoptada es

la implementación de redes privadas virtuales (VPN, del inglés Virtual Private Network), llamadas así porque se emplea una red privada (virtualmente hablando) en un canal público (Internet).

Una VPN no es una red física como tal, como podría ser la intranet corporativa, sino una



red que se implementa sobre un canal seguro para poder transmitir la información sensible, estratégica o corporativa, de forma encapsulada y cifrada para evitar que pueda ser vista y utilizada por terceros.

El uso de este tipo de **redes VPN en la empresa abarata los costes logísticos**, permitiendo el acceso seguro a la información desde cualquier sitio con acceso a Internet y aportando privacidad absoluta a las comunicaciones. Conseguir que todo esto funcione conlleva la adopción de medidas de seguridad eficaces en cuanto a la adecuada autenticación de los usuarios y el cifrado de la información para evitar el robo de la misma.

En la actualidad es posible utilizar redes VPN desplegándolas internamente a través del servicio de TI de la empresa, o contratando servicios de terceros. Si optamos por el uso de VPN de terceros, el despliegue, configuración y seguridad son mantenidos por el proveedor, lo que facilita a la empresa comenzar con su actividad en el menor tiempo posible, despreocupándose de la configuración de los equipos necesarios. Sin embargo, la gestión de la red, su seguridad y su velocidad, así como la privacidad, dependerán del nivel que el proveedor haya implementado. Conviene recordar también que en la contratación de servicios de terceros, se considera una **práctica recomendable firmar un acuerdo de confidencialidad y de nivel de servicios o SLA** (Service Level Agreement), para poder disponer de unas garantías por escrito.

Por el contrario, desplegar una VPN a través de los conocimientos del departamento de TI de la empresa, supone mayores costes en cuanto a equipos y configuración, así como personal cualificado. A cambio, permite controlar la seguridad, privacidad y mejora el ancho de banda, evitando conexiones de intermediarios en la nube y posibles cortes de servicio ajenos a la empresa.

En ambos casos, emplear un túnel privado o

VPN para transmitir información tiene una serie de ventajas frente a hacerlo directamente a través de Internet:

- **AUTENTICACIÓN VERIFICADA**

El usuario que utiliza el túnel es quien dice ser gracias a un certificado intercambiado entre el cliente y servidor.

- **INTEGRIDAD DE LOS DATOS**

El empleo de hashes permite verificar que los datos que se transmiten no han sufrido modificaciones entre las partes legítimas de transmisión.

- **CONFIDENCIALIDAD**

Gracias al empleo de técnicas de cifrado cada vez más avanzadas, nadie podrá acceder a la información.

- **USO DE LA RED INTERNA EMPRESARIAL**

Como si se estuviera delante del ordenador de la empresa, permitiendo que a la persona que conecta se le apliquen las directivas de seguridad de la red empresarial y los permisos de acceso correspondientes.

- **PERMITEN EL USO DE REDES ABIERTAS CON SEGURIDAD**

Por ejemplo, en el aeropuerto o en una cafetería. En estos casos, la información que enviamos a través de una red wifi no segura, viaja por su propio túnel (encapsulada) y de manera ilegible (cifrada), y solo el destinatario legítimo al final del túnel puede descifrar la información y acceder a ella.

Sin duda, nos encontramos ante la solución más idónea, en términos de ciberseguridad, a la hora de conectarnos de manera remota a los servicios de la empresa, garantizando que la información que se transmite por este tipo de red se hará de manera completamente confidencial e íntegra.

# EL SECTOR DE LA ENERGÍA

**AUTOR:** David García Herce, CEO de Brener Energy Brokers

Brener Energy Brokers es una firma de servicios profesionales relacionados con la consultoría y el asesoramiento en materias de adquisición, gestión y correcto aprovechamiento de la energía en los ámbitos industrial e institucional.

Nuestra misión es la de dar una respuesta profesional, eficaz e inmediata, a la creciente necesidad de las empresas por reducir los costes que representa la adquisición de la energía. Las empresas pueden rentabilizar al máximo el coste energético confiando la gestión integral a nuestros profesionales cualificados.

En este artículo explicamos los conceptos generales del sector de la energía, el funcionamiento del mercado y algunos supuestos y prácticas habituales:

## COMPRA DE ENERGÍA VS. EFICIENCIA ENERGÉTICA

Normalmente se destinan grandes recursos en la eficiencia energética para consumir menos y nos olvidamos de algo tanto o más importante como es la negociación del precio del kWh.

El objeto de la “compra de la energía” es reducir el coste de la misma y consiste en la negociación del precio de la electricidad o del gas, es decir, establecer el precio en euros al que se quiere pagar el kWh mediante un modelo optimizado de compra.

El objeto de la “eficiencia energética” es reducir el consumo de energía adoptando una serie de medidas y prácticas en las instalaciones para consumir menos kWh. La correcta aplicación de estas medidas permite reducir costes y promover la sostenibilidad económica, política y ambiental.

La combinación de las dos prácticas es lo que lleva a un verdadero control del consumo / gasto de energía en las empresas.

## ¿SABES QUE PUEDES COMPRAR LA ENERGÍA QUE CONSUMAS DENTRO DE 10 AÑOS?

¿Y si pudieses comprar la gasolina que necesitas en varios años cuando ésta esté más barata? Únicamente deberías solventar el problema de donde almacenarla. En el caso de la energía puedes adquirir los kWh a un buen precio hoy, sin necesidad de almacenarlos, para disponer de ellos en el futuro y sin tener que esperar al vencimiento de tu actual contrato para poder comprarlos.

## PRÉSTAMOS ¿A TIPO FIJO O VARIABLE?

Si pedimos un préstamo a tipo fijo, damos por sentado que ello conlleva unos sobrecostes más elevados que si lo realizamos a un tipo variable y ambas formas tienen diferentes riesgos, por lo tanto requieren de un análisis previo. Entonces ¿por qué siempre compramos la energía de la misma forma sin analizarlo?



## OBTENCIÓN DE RESULTADOS ¡QUIERO PAGAR MENOS!

Con un asesoramiento profesional en la gestión de compra de la energía se pueden conseguir resultados de mayor impacto económico que con grandes inversiones destinadas a eficiencia energética.

## LOS MERCADOS MANDAN

El precio de la electricidad y del gas depende de los mercados y en muchas ocasiones de variables difíciles de predecir como son la cotización del barril de Brent o el tipo de cambio Euro/Dólar. Los mercados de la energía se asemejan en su funcionamiento a las “bolsas de valores”, siendo las “acciones” nuestros consumos en kWh, por lo que un conocimiento exhaustivo del mercado es la herramienta fundamental para determinar cuándo y cómo pueden ser los mejores momentos para realizar la compra.

## ASESOR LABORAL, FISCAL, JURÍDICO... ¿Y ASESOR ENERGÉTICO?

Estamos frente a un sector cuyo funcionamiento general es de compleja comprensión. Por un lado, el Estado regula una parte de nuestro coste energético y, por otro lado, existen centenares de compañías comercializadoras que controlan el resto del coste. Si a esto le añadimos otros factores externos que influyen en los precios finales, se nos plantea un escenario en el que resulta difícil elegir la opción más rentable para nuestro negocio. Los servicios de un asesor energético cualificado siempre resultarán rentables para la empresa.

## EL VOLUMEN NO ES LO QUE MÁS IMPORTA

Por defecto, tendemos a pensar que cuanto más consumo tengamos mucho mejor precio obtendremos y esto no es del todo exacto. Está claro que el volumen de consumo es un factor importante en la negociación pero ni mucho menos es el único ni el de mayor relevancia. Nuestra experiencia dicta que a menudo es mucho más importante el “cuando” que el “cuanto”.

## CAMBIO DEL RÉGIMEN TARIFARIO Y NUEVA METODOLOGÍA PARA EL CÁLCULO DE PEAJES Y DISTRIBUCIÓN DE LA ELECTRICIDAD EN ABRIL DE 2021

El próximo 1 de abril de 2021 se producirá el nuevo cambio tarifario a nivel nacional que será el mayor cambio regulatorio que se produce en los últimos 20 años.

Una mala adaptación a las nuevas tarifas eléctricas puede desembocar en pérdidas durante 2021 para las empresas.

Las empresas que ya tengan digitalizado este proceso serán mucho más eficaces a la hora de elaborar una estimación inteligente de qué tarifa contratar.

La mayoría de empresas ni siquiera sabe cómo va a afectarles el nuevo cambio tarifario en España. ¿Qué cambio se van a producir? ¿Cómo debo adaptar la tarifa eléctrica, optimizar potencias, evitar penalizaciones, reclamar facturas?

## ¿EN QUÉ NOS AFECTARÁN ESTOS CAMBIOS?

La tarifa 3.0A se sustituye por la nueva 3.0TD que es la que tienen principalmente las pequeñas y medianas empresas y pasarán de tener 3 periodos a tener 6, tanto de energía como potencia.

Con respecto al cambio de los horarios de los periodos, deberemos estudiar cómo se reparten las horas para intentar llevar nuestros consumos a los periodos más baratos.

Otro cambio importante en las tarifas 3.0TD es la facturación de la potencia. Con las nuevas tarifas se cobrará por un lado la potencia contratada y por otro las penalizaciones por excesos de potencia. Estas penalizaciones se calcularán de forma diferente para los suministros de más o menos de 50 kW de potencia máxima contratada.

Las tarifas 3.1A, 6.1A, 6.2A, 6.3A Y 6.4A ac-

tales se sustituyen por las nuevas tarifas 6.1TD, 6.2TD, 6.3TD y 6.4TD en este caso el mayor cambio lo van a sufrir las que venían de una tarifa 3.1A ya que pasaran como en el caso de las tarifas 3.0 de tener 3 periodos a tener 6, tanto en energía cómo en potencia.

Exponemos un ejemplo de las tarifas actuales y el nuevo modelo que entrará en vigor a partir de abril.

Todos los clientes de BRENER ya están siendo informados de este cambio normativo.

### TARIFAS ACTUALES (2020) - 3.1A

Hora/mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Fines de semana y festivos Nacionales
00 a 01h	P3												
01 a 02h	P3												
02 a 03h	P3												
03 a 04h	P3												
04 a 05h	P3												
05 a 06h	P3												
06 a 07h	P3												
07 a 08h	P3												
08 a 09h	P2	P3											
09 a 10h	P2	P3											
10 a 11h	P2	P2	P2	P1	P2	P3							
11 a 12h	P2	P2	P2	P1	P2	P3							
12 a 13h	P2	P2	P2	P1	P2	P3							
13 a 14h	P2	P2	P2	P1	P2	P3							
14 a 15h	P2	P2	P2	P1	P2	P3							
15 a 16h	P2	P2	P2	P1	P2	P3							
16 a 17h	P2	P3											
17 a 18h	P1	P1	P1	P2	P1	P3							
18 a 19h	P1	P1	P1	P2	P1	P2							
19 a 20h	P1	P1	P1	P2	P1	P2							
20 a 21h	P1	P1	P1	P2	P1	P2							
21 a 22h	P1	P1	P1	P2	P1	P2							
22 a 23h	P1	P1	P1	P2	P1	P2							
23 a 24h	P2												

\*La tarifa 3.0A son 4 horas de P1.

### NUEVAS TARIFAS (01/04/2021) - 6.1TD, 6.2TD, 6.3TD, 6.4TD

Hora/mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Fines de semana y festivos Nacionales
00 a 01h	P6												
01 a 02h	P6												
02 a 03h	P6												
03 a 04h	P6												
04 a 05h	P6												
05 a 06h	P6												
06 a 07h	P6												
07 a 08h	P6												
08 a 09h	P2	P2	P3	P5	P5	P4	P2	P4	P4	P5	P3	P2	P6
09 a 10h	P1	P1	P2	P4	P4	P3	P1	P3	P3	P4	P2	P1	P6
10 a 11h	P1	P1	P2	P4	P4	P3	P1	P3	P3	P4	P2	P1	P6
11 a 12h	P1	P1	P2	P4	P4	P3	P1	P3	P3	P4	P2	P1	P6
12 a 13h	P1	P1	P2	P4	P4	P3	P1	P3	P3	P4	P2	P1	P6
13 a 14h	P1	P1	P2	P4	P4	P3	P1	P3	P3	P4	P2	P1	P6
14 a 15h	P2	P2	P3	P5	P5	P4	P2	P4	P4	P5	P3	P2	P6
15 a 16h	P2	P2	P3	P5	P5	P4	P2	P4	P4	P5	P3	P2	P6
16 a 17h	P2	P2	P3	P5	P5	P4	P2	P4	P4	P5	P3	P2	P6
17 a 18h	P2	P2	P3	P5	P5	P4	P2	P4	P4	P5	P3	P2	P6
18 a 19h	P1	P1	P2	P4	P4	P3	P1	P3	P3	P4	P2	P1	P6
19 a 20h	P1	P1	P2	P4	P4	P3	P1	P3	P3	P4	P2	P1	P6
20 a 21h	P1	P1	P2	P4	P4	P3	P1	P3	P3	P4	P2	P1	P6
21 a 22h	P1	P1	P2	P4	P4	P3	P1	P3	P3	P4	P2	P1	P6
22 a 23h	P2	P2	P3	P5	P5	P4	P2	P4	P4	P5	P3	P2	P6
23 a 24h	P2	P2	P3	P5	P5	P4	P2	P4	P4	P5	P3	P2	P6

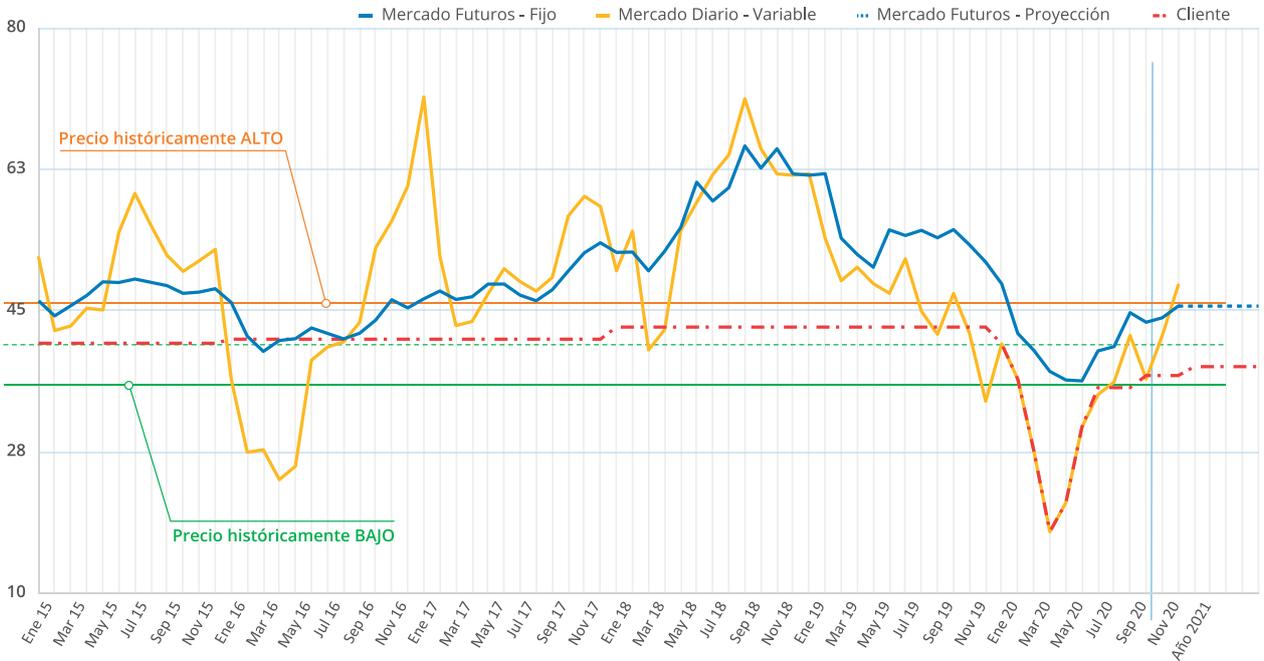
\*Si su tarifa actual es una 6.1A, 6.2A, 6.3A, 6.4A cambia a la nueva tarifa indicada.

Todas las facturas eléctricas se componen de hasta 26 conceptos, siendo el coste de

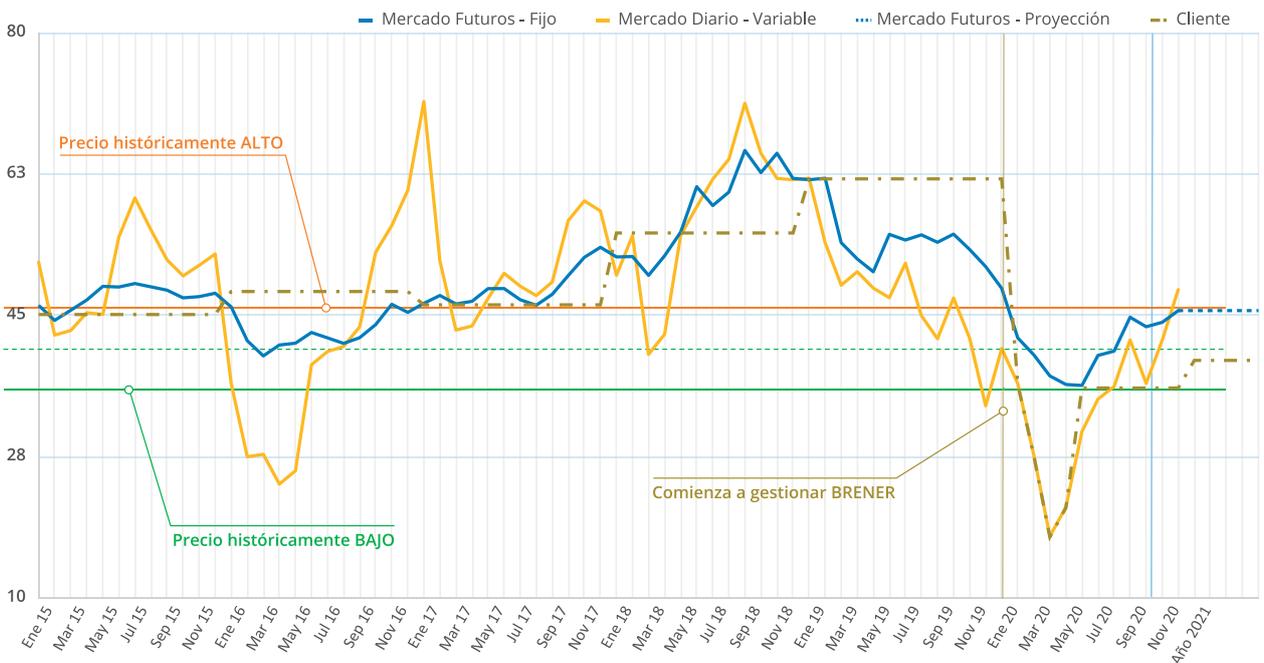
mercado el principal concepto que puede suponer entre el 40-50% de nuestra factura.



### EJEMPLO EVOLUCIÓN DE COMPRA EN EL MERCADO ELÉCTRICO DE EMPRESA GESTIONADA POR BRENER DURANTE LOS ÚLTIMOS 6 AÑOS DEL SECTOR ARTES GRÁFICAS



### EJEMPLO EVOLUCIÓN DE COMPRA EN EL MERCADO ELÉCTRICO DE EMPRESA GRUPO NEOBIS QUE SE EMPIEZA A GESTIONAR A PRIMEROS DE 2020



Nota: ambos clientes en abril de 2020 en pleno estado de alarma cuando los mercados de la energía se hundieron a mínimos históricos se les informó y se ejecutaron compras en el mercado a futuros para todo el periodo comprendido desde julio de 2020 hasta diciembre de 2021.

Cuerpo offset, alma digital.

# OFFSET **ROAD**

...Y OLVÍDATE DE MUCHOS LÍMITES



## Impremia IS 29 KOMORI CORPORATION

En el camino hacia  
la fusión offset-digital



- Tecnología impresión inkjet UV en hoja.
- Formato máximo: 585 x 750 mm.
- Resolución: 1.200 x 1.200 dpi.
- Grosos de 0,06-0,6 mm en impresión una cara y 0,06-0,45 mm en volteo.
- Velocidad máxima: 3.000 iph una cara y 1.500 iph en volteo.
- Imprime en un amplísimo abanico de materiales y/o soportes.
- No exige trabajar papeles especiales, previamente tratados o certificados.
- Alta calidad de impresión tipo offset.
- Curado LED-UV instantáneo.



902 906 980 - [info@omcsae.com](mailto:info@omcsae.com)

**KOMORI**



# PROTECCIÓN DE DATOS EN LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

**AUTOR:** Alberto Martín San Cristóbal,  
Director General de Alaro Avant

La aprobación de la Ley Orgánica 5/2018 de 5 de diciembre, de protección de datos de carácter personal y garantía de los derechos digitales (LOPD) ha complementado al Reglamento 2016/679 General de Protección de Datos (RGPD), que entró en vigor el 25 de mayo de 2018, en aquellas cuestiones que el legislador comunitario había reservado para que cada uno de los Estados Miembros estableciese sus propios criterios, añadiendo nuevas obligaciones o ampliando las ya previstas en el RGPD.

**El nuevo sistema de protección de la privacidad implica un cambio en la cultura** de las diferentes entidades del sector público y privado que tratan datos de carácter personal, al pasarse de un sistema reactivo a un sistema proactivo en el que la privacidad debe estar presente en todas las fases del ciclo de

vida del dato, desde antes de su obtención hasta su destrucción, pasando por todas las diferentes fases del tratamiento.

Desde Alaro Avant entendemos que, por la peculiaridad del Sector de la Comunicación Gráfica, las empresas necesitan cumplir las obligaciones que impone tanto el **Reglamento Europeo de Protección de Datos** (RGPD) como la mencionada nueva LOPD, por varios motivos:

## 1. TELETRABAJO

El teletrabajo es un concepto que cada vez las empresas tienen más presente como una forma de llevar a cabo la jornada laboral. La emergencia sanitaria originada por la COVID-19 ha disparado esta modalidad laboral de manera repentina y en Alaro Avant hemos detectado

que en la mayoría de los casos no se han tenido en cuenta las medidas de seguridad suficientes para asegurar la confidencialidad en el tratamiento de datos personales.

## 2. TRABAJO EN RED

Hay proyectos de impresión que utilizan múltiples socios para el desarrollo de diferentes campañas de envío directo por correo lo cual, disminuye el control sobre el tratamiento de los datos (una empresa para encartes, otra para cotejar documentación, etc.)

## 3. IDENTIFICACIÓN DE "RESPONSABLE DE TRATAMIENTO" Y "ENCARGADO DE TRATAMIENTO"

Una labor prioritaria para todas las empresas del sector es identificar si la empresa estaría clasificada como **Responsable de Tratamiento** (determina los fines y los medios para los que se tratarán los datos personales) o **Encargado de Tratamiento** (trata los datos en nombre del responsable del tratamiento).

## 4. REGISTRO DE ACTIVIDADES DE TRATAMIENTO

Tanto los responsables del tratamiento de datos como los procesadores de datos deben mantener registro de las actividades de tratamiento de datos.

El RGPD regula en su artículo 30 el denominado "Registro de actividades de tratamiento" que sustituye la inscripción de ficheros (vigente con la anterior LOPD 15/1999) y establece que cada responsable y, en su caso, el encargado del tratamiento, llevarán un registro de las actividades de tratamiento efectuadas bajo su responsabilidad.

## 5. DERECHOS DE CLIENTES

Es esencial que una empresa de la Comunicación Gráfica facilite el ejercicio de los derechos de información, de acceso, de rectificación, de supresión o derecho al olvido, de limitación al tratamiento, de portabilidad de los datos, de oposición y de no ser objeto de

decisiones individuales automatizadas. Al tratarse de empresas que procesan datos, podría requerírseles que ayudasen a los responsables del tratamiento de datos con solicitudes de cancelación, localizando los datos personales concretos para destruirlos o eliminarlos a solicitud de un responsable del tratamiento de los datos.

## 6. SEGURIDAD Y PRIVACIDAD

Es obligatorio notificar a la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) toda brecha de seguridad que se produzca dentro de la empresa en un plazo máximo de 72 horas desde que se tiene conocimiento de la misma.

Para evitar sanciones y el daño de reputación que podría causar una violación de datos, las empresas deben mantener un estándar de seguridad lo más elevado posible.

## 7. PROTECCIÓN DE DATOS EN INTERNET

Con la llegada del Internet de las cosas y más dispositivos inalámbricos con acceso a redes, cada día surgen nuevas amenazas de ciberseguridad que tienen un gran impacto en las empresas. Desde Alaro Avant, entendemos que las impresoras modernas requieren un enfoque de seguridad multicapa que podría abarcar: detección de dispositivos, prevención de intrusiones, detección de datos y documentos, etc.

## 8. SANCIONES Y DAÑO REPUTACIONAL

Si una empresa del sector no cumpliera correctamente las obligaciones que impone el RGPD podría enfrentarse a multas de hasta 20 millones de euros o del 4% de la facturación global anual, de ambas cantidades la AEPD sancionaría con la mayor. Asimismo, hay que destacar el daño reputacional que esta situación ocasionaría a la imagen de la empresa, con el consecuente deterioro no sólo de la imagen sino de la pérdida de confianza de los clientes y el riesgo de rescisión de contratos e impacto negativo en los balances y cuentas de la empresa.





# JUNTOS, SEGUIMOS ADELANTE

**AUTORA:** Olga Merino Suárez, Coordinadora Regional de Prevención Madrid-Castilla la Mancha FREMAP

La adaptación de la actividad de las empresas al nuevo escenario de convivencia con el COVID19 en este nuevo periodo, requiere del **conocimiento, adopción y actualización de todas las medidas higiénico-sanitarias planteadas por las Autoridades en adecuación al momento de la pandemia en el que nos encontramos.**

Con objeto de contribuir a que las Pequeñas y Medianas Empresas puedan adecuarse al cumplimiento de la normativa vigente en relación con las medidas a implementar y minimizar los contagios por COVID-19 en el ámbito laboral, FREMAP ha elaborado una herramienta de auto-análisis para facilitar la valoración de los diferentes aspectos que se deben tener en consideración en los centros de trabajo.

Esta herramienta está compuesta por ocho cuestionarios diferenciados que resumen los aspectos más relevantes en relación a los criterios oficiales sobre los siguientes aspectos:

- Gestión de la exposición al COVID-19

- Medidas organizativas, distancias y aforos
- Medidas higiénicas
- Equipos de Protección individual/personal
- Ventilación/climatización
- Coordinación de Actividades Empresariales
- Almacenamiento, manejo y transporte de mercancías
- Gestión de residuos

Su contenido, junto con una amplia gama de material divulgativo, cursos online y sesiones webinar, está disponible en el apartado Coronavirus del Canal de Prevención de FREMAP: [https://prevencion.fremap.es/Doc%20VARIOS/Otros/COVID19\\_Checkea-t.pdf](https://prevencion.fremap.es/Doc%20VARIOS/Otros/COVID19_Checkea-t.pdf).

Por último y como complemento diferencial para las empresas asociadas a FREMAP, ponemos a disposición de las mismas la posibilidad de recibir asesoramiento técnico personalizado en relación con las medidas preventivas a implementar para evitar los contagios por COVID-19 a través de un especialista.

Puedes contactar con tu oficina FREMAP: [www.prevencion.fremap.es](http://www.prevencion.fremap.es)



# el sector **en verde**

NEOBIS PRESS 162

# EL ACEITE DE PALMA Y SU PROBLEMÁTICA AMBIENTAL Y SOCIAL

**AUTOR:** Sergio Ródenas, colaborador  
Consultoría Medioambiente neobis

Desde aproximadamente 2017 en España hemos vivido varias campañas en contra de este aceite vegetal obtenido principalmente de tres variedades de palma: *Dura*, *pisifera* y *tenera*.

Sin entrar en los problemas de salud que conlleva el consumo de grasas saturadas, a la palma le ha pasado, salvando las distancias, como al papel, esto es, que una parte de los consumidores la ha denostado en base a informaciones en redes sociales, grupos de whatsapp o a campañas publicitarias que solo mostraban lo malo asociado a su consumo.

No obstante, a día de hoy sigue siendo una materia prima utilizada por muchas y diversas industrias, no solo la alimentaria, en donde su uso alarga la vida de los productos y les aporta estabilidad y resulta fácil de almacenar al ser una materia semisólida. A nivel general, este aceite aporta otras ventajas a nivel productivo y socio-económico que hacen difícil su reemplazo a nivel global:

- La palma, sobre todo en su variedad *Tenera* es muy productiva, comparada con otros tipos de plantas que producen aceite vegetal (como aceite de girasol, soja u oliva). Implicaría usar una cantidad mu-

cho mayor de tierra, ya que las palmeras producen de 4 a 10 veces más aceite que otros cultivos por unidad de cultivo. Esto es un problema crítico, el uso de espacio natural, que también afecta a otros productos, como los biocombustibles.

- El aceite de palma juega un papel importante en la reducción de la pobreza en determinadas zonas. En Indonesia y Malasia, un total de 4,5 millones de personas se ganan la vida con la producción de aceite de palma. Muchas de esas personas han dejado atrás la precariedad por la demanda de este aceite y han conseguido acceder a una vida mejor gestionando plantaciones como pequeños propietarios, si bien sus tierras de cultivo son pequeñas en comparación con las plantaciones industriales, los pequeños agricultores representan aproximadamente el 40% de la producción mundial total de aceite de palma. Se estima que al menos 3 millones de personas se ganan la vida mediante pequeñas explotaciones de palma.

En la actualidad se ha comenzado a hablar más de las implicaciones medioambientales de la palma, y es cierto que, en varias regiones



(Sudeste asiático, principalmente) el cultivo de palma aceitera ha provocado, y sigue provocando, deforestación y amenazando especies en extinción. En algunos casos las plantaciones de aceite de palma se han establecido sin consultar a las comunidades locales sobre el uso de sus tierras y algunas empresas vinculadas a este producto incluso han sido responsables de desplazar por la fuerza de su entorno a personas o comunidades. También se conocen violaciones de los derechos de los trabajadores o incluso hay muertes que parecen estar vinculadas a este cultivo en Centroamérica.

Sin embargo, también es necesario hablar de las acciones que se toman para minimizar este impacto, o de aquellas organizaciones que luchan contra ello, como la “Mesa Redonda del Aceite de Palma Sostenible” o RSPO. Esta organización es el equivalente a las certificaciones forestales tan conocidas en Europa (Ampliamente extendidas en el sector gráfico, como FSC® o PEFC) y sus principales objetivos son:

- Evitar que bosques primarios o áreas que contengan concentraciones significativas de

biodiversidad, ecosistemas frágiles, o áreas que sean fundamentales para satisfacer las necesidades culturales básicas o tradicionales de las comunidades locales (áreas de alto valor de conservación), puedan ser sustituidas por plantaciones de palma.

- Reducir el uso de pesticidas e incendios en las plantaciones.
- Fomentar el trato justo de los trabajadores de acuerdo con las normas de derechos laborales locales e internacionales.
- Someter a un proceso de información y consulta a las comunidades locales antes del desarrollo de nuevas plantaciones en sus tierras.

Para conseguir estos objetivos esta organización desarrolla planes estratégicos para minimizar el impacto ambiental de la palma a diferentes niveles y fomentar el consumo de aceite y derivados procedentes de plantaciones, industrias manufactureras y de procesado, que están certificadas contra una serie de normas y estándares que cubren el proceso desde la plantación hasta la venta del producto al consumidor final.





**TU**  
**Tiempo**

NEOBIS PRESS 162



# UN SUEÑO A NUESTRO ALCANCE LA ISLA BONITA

**AUTOR:** Carlos Utasá, Q-Travel. **FUENTES CONSULTADAS:** Patronato de Turismo de Gran Canaria

Después de un año insólito lleno de restricciones, seguimos soñando día tras día con ese merecido viaje pendiente; pues bien, pensemos en los destinos a nuestro alcance que, aún en estos tiempos tan complicados, es posible visitar para disfrutar de nuestra anhelada escapada.

En el archipiélago canario existen siete islas mayores inmersas en el Océano Atlántico que destacan por su originalidad paisajística, riqueza cultural y gastronómica única. Hoy nos centraremos en una de ellas, la Isla de La Palma.

**Por sus increíbles paisajes, sus imponentes volcanes, sus profundos bosques, sus acogedoras playas, y por sus cielos llenos de estrellas, esta isla es conocida como “La Isla Bonita”.** Un destino seguro, cuyo principal atributo es su calidad medioambiental, señal inequívoca de un ambiente sano.

Sin llegar a ser propiamente un destino de sol y playa, **destaca, sobre todo, por su limpieza y por la pureza del agua, así como por sus paisajes vírgenes e impresionantes acantilados.** En sus playas te dará la sensación de estar solo y descubrirás que la palabra “abarrotada” es totalmente desconocida. Playas dignas de pasar un día en ella son, entre otras: Puerto de Naos y Charco Verde (Los Llanos de Aridane), Los Guirres o la del Puerto (Tazacorte), la Zamora o Echentive (Fuentcaliente), Los Cancajos (Breña Baja), Bajamar (Breña Alta), la de Santa Cruz de La Palma y Nogales (Puntallana). No podemos olvidar las piscinas naturales como La Fajana (Barlovento) y Charco Azul (San Andrés y Sauces).

Postres, licores, frutas, frutos secos, carnes y pescados forman parte de la extensa lista de productos locales que conforman la gastronomía palmera, donde coexisten una cocina



En el extremo septentrional de la Caldera de Taburiente, se encuentra este dique de piedra basáltica (origen volcánico) llamado La Pared de Roberto.





**Parque Nacional  
de La Caldera de  
Taburiente.**

sencilla y tradicional con una más elaborada y vanguardista. De entrante, pídete unos chicharrones, un queso asado con mojo o, simplemente, queso fresco. Si eres de cuchara, no puedes dejar pasar las garbanzas, la sopa de picadillo o el potaje de trigo. De plato principal, carne de cabra en salsa, carne de cerdo a la brasa, conejo, cabrito, costillas con mojo y piñas (mazorcas). Si te decantas por el pescado, una vieja guisada, un alfonsiño frito o un buen filete de patudo (atún rojo) a la plancha. Todo ello aderezado con las papas arrugadas con mojo rojo para la carne y verde para pescados. De postre, Bienmesabe, Príncipe Alberto, Quesillo, almendrados y la fruta ... ¡que no falte la fruta! ... Plátanos, naranjas, aguacates, mangos ... Lo que tú quieras. Con un clima como el de la isla, no es de extrañar que sea un vergel de frutas.

Dentro de “**La Reserva Mundial de la Biosfera La Palma**”, como fue denominada por la UNESCO en 2002, podemos encontrar el **Parque Nacional de La Caldera de Tabu-**

**riente**, único por sus formaciones geológicas, flora e increíbles paisajes.

En el centro de visitantes nos aconsejarán sobre lo que este parque puede ofrecernos y la mejor forma de organizar la visita. Desde los miradores que lo bordean nos haremos una idea de la extensión total del mismo y podremos planear, según nuestro estado de forma, las diferentes rutas a realizar; el más visitado es el **Mirador de la Cumbrecita** por sus espectaculares vistas de La Caldera. Si practicamos habitualmente senderismo y somos caminantes experimentados, podremos optar por rutas complejas como la que une el Lomo de las chozas con el **Mirador de la Cancelita**; donde, con una dificultad alta, podremos recorrer 8,6 km con un desnivel de 737 m en unas cinco horas. Esta ruta comienza con un descenso moderado seguido de un fuerte ascenso que nos llevará hasta las mejores vistas del **Roque de la Zarza**, que se alza sobre el pinar. Por el camino sortearemos acantilados y atravesaremos barranquillos y estrechos caminos como



el acceso al **Barranco del Paso Malo**, donde la visión de los precipicios desaconseja el recorrido a personas con vértigo. Existen todo tipo de rutas, desde poco más de una hora hasta rutas de más de siete horas, y para todas ellas se recomienda cierta forma física del visitante.

En definitiva, si queremos disfrutar en un mismo viaje de sol, playa, naturaleza y exquisita gastronomía, debemos visitar, al menos una vez en la vida, “La Isla Bonita”.



*De arriba a abajo:* Playa de Nogales. / Plato típico canario: papas arrugás con mojo picón rojo y verde. / La Cascada de Colores. No es de origen natural, se construyó para contener el agua de la Caldera. El hierro fundamentalmente ha coloreado la pared. Combinado con el musgo y la tierra negra volcánica crean un espectro cromático de matices impresionantes.



# LECTURA RECOMENDADA

Libro recomendado por Eduardo Quintero, Presidente del Grupo Signe:

## **PATRIA**

**Fernando Aramburu**

*Este libro muestra un crudo reflejo de la realidad social que supuso la ETA en el País Vasco. Un retrato fiel de dos realidades enfrentadas, con la búsqueda de la verdad y la necesidad del perdón.*

.....

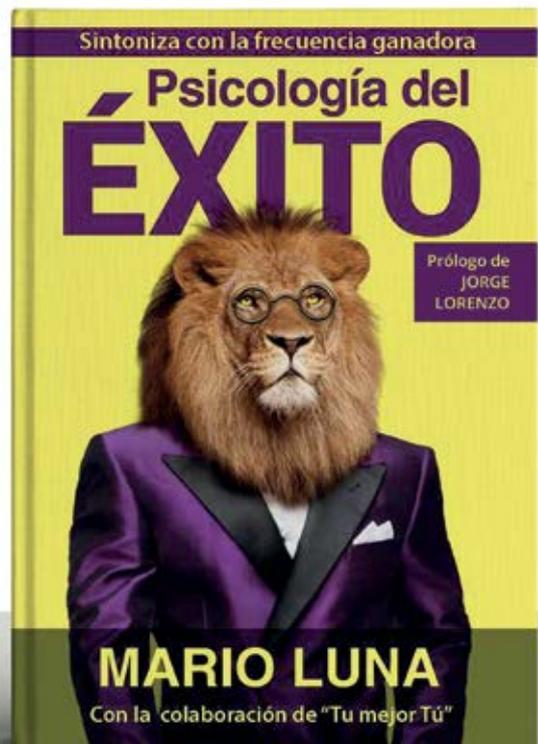
Libro recomendado por David López, estudiante de segundo curso del Ciclo Formativo

de Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia, IES Luis Buñuel, Madrid:

## **PSICOLOGÍA DEL ÉXITO**

**Mario Luna**

*Creo que es un libro para todo aquel que se sienta perdido y tenga ganas de empezar de cero. Que tenga ganas de comerse el mundo, que quiera sacar la mejor versión de sí mismo, que quiera aprender a quererse, aprender a conocerse y sobre todo que quiera conocimiento. Como todo, hay que saber que la verdad absoluta no existe y más en este tipo de libros de coaching.*



# Horizon

DA UN GRAN PASO MÁS EN LA HISTORIA DE LOS EQUIPOS DE ENCUADERNACIÓN

## LA NUEVA ENCUADERNADORA HORIZON BQ-500FC PUR/EVA

- ✓ La BQ-500FC PUR/EVA añade importantes mejoras funcionales, reduciendo aún más el tiempo de ajuste e incrementando la velocidad de producción.
- ✓ Gracias a la nueva entrada a las mordazas, la BQ-500 puede alimentarse de forma automática con tacos de hoja suelta o cuadernillos.
- ✓ Incorpora de serie la conectividad iCE LiNK, la cual permite la conexión remota a la encuadernadora en tiempo real desde cualquier parte y dispositivo.



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

Vacuomatic

follant

MOHR

OPQ  
SYSTEMS

Concentrol<sup>®</sup>  
Chemical Solutions

UCHIDA

APR  
SOLUTIONS<sup>®</sup>

JBI

BUSCH

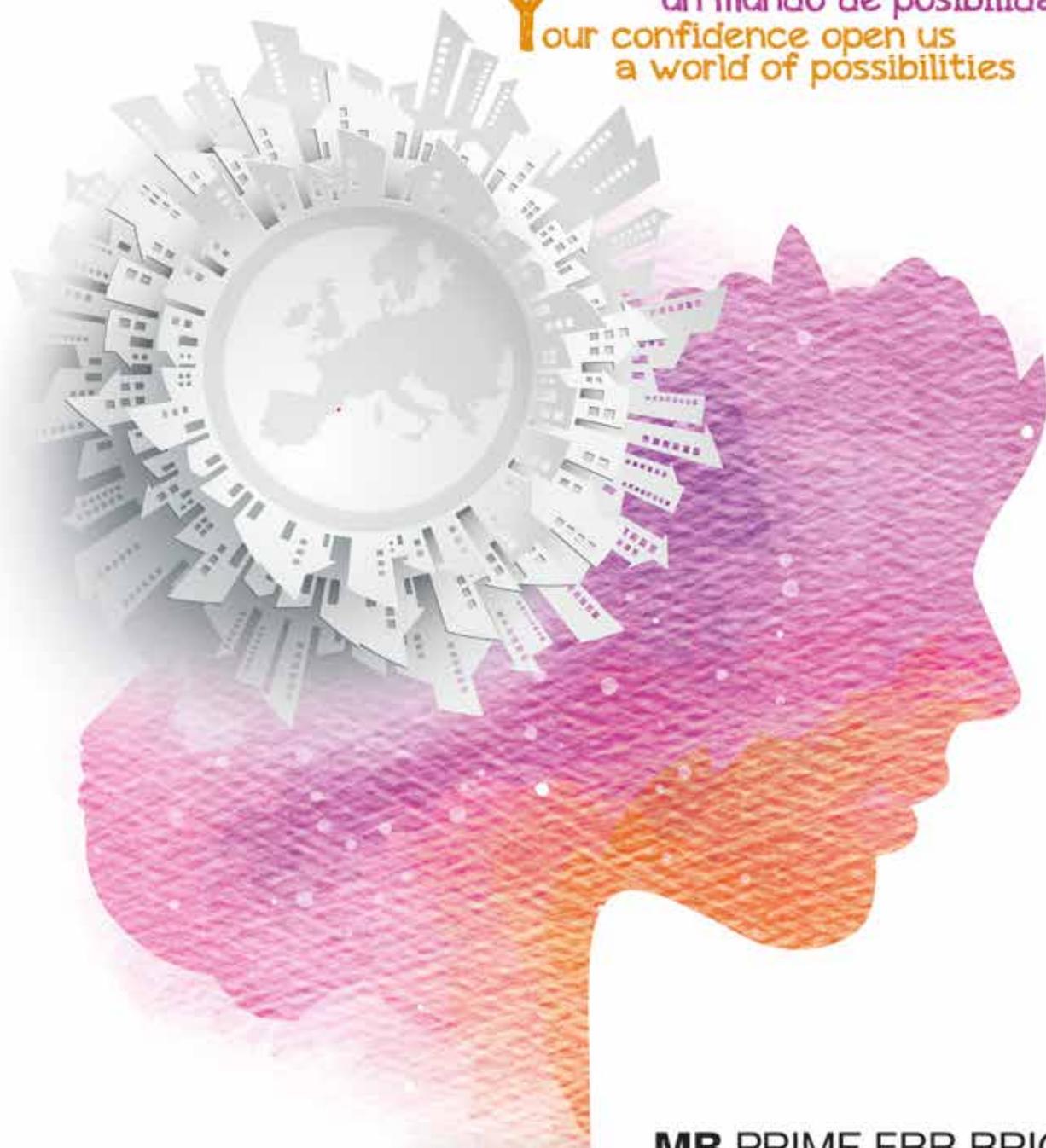
Maquinaria Gráfica, S.L.  
desde 1996

Tech ni Fold

Henkel

Horizon

**S**u confianza nos abre  
un mundo de posibilidades  
**Y**our confidence open us  
a world of possibilities



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



**MB PRIME FBB BRIGHT**  
**MB PRO FBB BRIGHT**  
**MB CLASSIC FBB**

¡NUEVAS REFERENCIAS,  
DESCÚBRELAS!

LISBOA - MADRID - BARCELONA - LYON