

neobis press

REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA • Nº166

NO DIGAS
QUE NO
TIENES
TIEMPO,

Tiempo



PORQUE **TIEMPO**
es lo único que tienes



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).

Con cierta frecuencia, podemos encontrar reflexiones de articulistas del mundo de la prensa y la economía que hacen referencia a las similitudes entre el mercado de libre competencia y la Teoría de la evolución que Charles Darwin estableció en su libro, **El origen de las especies**. En estos casos se suele utilizar aquella frase de que las especies que sobreviven no son las más fuertes sino las que mejor se adaptan, estableciendo así analogías entre la evolución biológica y la permanencia de la actividad de las empresas.



En los momentos actuales cabría hacerse algunas preguntas: ¿Qué es sobrevivir? ¿Qué es ser fuerte? ¿Qué es adaptarse? ¿A qué hay que adaptarse? ¿Qué es evolución?

En nuestro sector hay hechos que son comprobables: ninguno de los tres grupos empresariales considerados los más fuertes hace una década, permanecen hoy. Cuando los tres más fuertes no logran sobrevivir, inmediatamente otros tres pasan a ser los más fuertes pero, en ese trance, el ecosistema queda devaluado.

Esta teoría de la evolución, en el ámbito empresarial, no siempre se cumplirá, porque se puede ser a la vez el más fuerte y el que mejor se adapte. No resistimos por nuestra fortaleza sino por nuestra adaptabilidad. Es decir, la carrera por ser el que más ingresos obtenga y por el crecimiento debería ser aparcada en beneficio de la mera sostenibilidad.

Editorial



Sobrevivir es permanecer activo cuando los demás han cesado en la actividad pero ¿Merece la pena sobrevivir a cualquier precio? ¿Es sobrevivir el objetivo? Parece ser que para sobrevivir hay que adaptarse, pero de cara a ese objetivo de permanencia no es lo mismo adaptarse de forma pasiva que de forma activa. En este momento que atraviesa la mayor parte de la Industria gráfica hay quienes se están adaptando a la realidad y no por ello van camino de sobrevivir. Conviene interiorizar que resistir no es adaptarse y que

SELECCIÓN NATURAL

reaccionar no es actuar. En ambos casos, quien hace lo primero transita a merced de elementos que no controla.

La adaptación activa no persigue la resistencia ni la reacción, entiende que lo que cambia permanentemente es el medio y sus reglas de juego. La adaptación activa requiere de la misma agilidad para aprender que para desaprender. Es esta actitud la que nos acerca a la supervivencia.

Por último, entendemos la evolución como algo positivo, pero en realidad es solo una transformación de procesos que se va experimentando. El juicio de lo que es bueno y lo que no, depende exclusivamente de quién experimenta esa transformación. Lo más aconsejable sería adaptarnos a los cambios y dejar de adjetivarlos negativamente. Entre otras cosas porque nada cambiará, más allá de nuestras propias emociones.

Edita

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

Edificio Arcade

Rufino González 23 Bis, 2º - 2ª · 28037 Madrid

T 912 437 400 · F 912 403 091

E info@neobis.es · W www.neobis.es

Director

Jesús Alarcón

Coordinadora

Susana Navarro

Colaboradores

Carlos Granado

Carlos Utasá

Ana García Zafra

Marco Antonio Lozano

Paulo Dourado

Rosario Trasobares

José Antonio Pompa

Sergio Ródenas

Publicidad neobispress

info@neobis.es

Diseño y maquetación

Eduardo Molina Varas

Autor de la portada

José Manuel Pulgarín, alumno de 2º Curso del Grado
de Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y
Multimedia del IES Luis Buñuel, de Madrid.

Imprime

Estudios Gráficos Europeos, S.A.

Dep. Leg. M. 9.805-2000

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

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

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

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

SUMARIO

ASOCIACIÓN AL DÍA

5 LA ASOCIACIÓN NEOBIS PARTICIPA EN DIGICOM 21

6 NEOBIS LANZA LA SEXTA EDICIÓN DEL CONCURSO DISEÑA LA PORTADA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

7 JOSÉ M. PULGARÍN, TERCER FINALISTA DE LA V EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS

8 ENTREVISTA A ANCARES ARTES GRÁFICAS

DESCUBRIENDO EL SECTOR

13 IBERGUM S.A. RECIBE EL PREMIO PYME DEL AÑO GUADALAJARA Y EL PREMIO EXCELENCIA EMPRESARIAL 2021

16 ¿PRONÓSTICOS? ¡SOLO AL FINAL DEL JUEGO!

18 MATERIALES DE PRODUCCIÓN EN ARTES GRÁFICAS

20 ANTIGUOS ALUMNOS: UN LUJO DE COLABORADORES

24 DIGICOM BATE RÉCORD DE AFLUENCIA Y SE CONSOLIDA COMO LA FERIA REFERENTE DEL SECTOR DE LA IMPRESIÓN DIGITAL Y COMUNICACIÓN VISUAL

26 CANON PRESENTÓ EN FESPA 2021 LA COLORADO 1630 Y LA ARIZONA 135

28 EL SECTOR DEL LIBRO ESTÁ DANDO PASOS DECIDIDOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD DE SU ACTIVIDAD

30 HEILDELBURG. LA TECNOLOGÍA DEL ROBOT APILADOR SATHFOLDER P-STACKER



- 32 **GRAPHISPAG 2022 ACELERARÁ LA REACTIVACIÓN DE LA INDUSTRIA GRÁFICA Y LA COMUNICACIÓN VISUAL**
- 34 **SAPPI. DESAFÍOS DE LA AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE EN LA IMPRENTA**
- 36 **XEROX BRILLA EN FESPA 2021 CON SOLUCIONES MÁS ALLÁ DEL COLOR TRADICIONAL**
- 38 **FUJIFILM AMPLÍA SU POTENTE CATÁLOGO DE PRODUCTOS CON UNA PRENSA DIGITAL QUE EMPLEA TECNOLOGÍA DE TÓNER SECO**
- 40 **LAS IMPRESORAS DE GRAN FORMATO DE HP PERMITEN REDUCIR PLAZOS DE ENTREGA Y MEJORAN LA CALIDAD**

SOLUCIONES NEOBIS

- 43 **¿DISPONE TU EMPRESA DE UN PROTOCOLO DE USO DE DISPOSITIVOS DIGITALES PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL PERSONAL?**
- 46 **¿ES NECESARIA UNA NUEVA APUESTA EUROPEA POR LA REINDUSTRIALIZACIÓN?**
- 51 **VALOR REAL VS VALOR: IMPLICACIONES FISCALES**

TE INTERESA

- 54 **CIBERSEGUROS: "TERCERIZANDO" EL RIESGO EN CIBERSEGURIDAD**

EL SECTOR EN VERDE

- 57 **NUEVA NORMATIVA SOBRE USO DE MARCA FSC®**

TU TIEMPO

- 61 **CHEFCHAOUEN LA PERLA DEL NORTE, MARRUECOS**
- 64 **LECTURA RECOMENDADA**



asociación
al Día
NEOBIS PRESS 166



LA ASOCIACIÓN NEOBIS PARTICIPA EN DIGICOM 21

La Asociación Empresarial de la Comunicación Gráfica (neobis), miembro del Comité Organizador de DIGICOM, tuvo presencia en la Feria con un stand corporativo y participó en el programa de conferencias y debates.

Desde hace años, la Asociación Empresarial de la Comunicación Gráfica respalda todas las iniciativas feriales, por considerar que constituyen espacios de colaboración, informativos, pedagógicos y de clara productividad para los empresarios.

neobis presentó un espacio sostenible e integrador en el que se transmitió la filosofía y los pilares básicos de la Asociación. La información y el asesoramiento especializados a las empresas son, claramente, los elementos troncales de la actividad asociativa. También se dio visibilidad a uno de los conceptos que

constituye la razón de ser de neobis, el humanismo empresarial.

La Asociación trabaja, con vocación integradora, por el reconocimiento social de la actividad empresarial. Acompaña a las personas y a las empresas en situaciones críticas o en procesos de transformación para que sigan activas y contribuir, así, con la defensa de los intereses de la sociedad.

Asimismo, el secretario general, Jesús Alarcón, participó en el programa de conferencias analizando los nuevos paradigmas y el impacto que la transformación digital tiene en el sector de la Comunicación Gráfica y Visual. También moderó un interesante debate sobre nuevos materiales, aplicaciones y retos de la Impresión Digital.





El objetivo es fomentar y reconocer la creatividad de los estudiantes que están cursando algún ciclo de Formación Profesional de la familia de Artes Gráficas. Un año más y con la colaboración de Canon, promueve la iniciativa de que sean los jóvenes quienes diseñen las portadas de los próximos números de la revista neobispress.

Los centros de las diferentes Comunidades Autónomas que hayan decidido participar podrán enviar hasta el 28 de enero de 2022 los diseños que consideren, con un máximo de diez por centro.

El jurado, compuesto por: Raúl García Magán, director general de GRUPO-NEO; Daniel Fernández, responsable de marketing de Lucam; Raquel García, dirección, diseño y creatividad y preimpresión de Grupo AGA; Jesús Terciado, director de

diseño gráfico de Advantia Comunicación Gráfica; Natalia Martín, responsable de comunicación de Gráficas Aries y Susana Navarro, coordinadora de la revista neobispress seleccionarán 10 trabajos finalistas y votarán los trabajos antes del 9 de febrero.

El 10 de febrero a las 12:00 horas se subirán las imágenes de los diseños finalistas a la página de Facebook de neobis.

Los finalistas tendrán **hasta el 17 de febrero, a las 12:00 horas** para conseguir el mayor número de likes y me encanta en la foto de su diseño. Ese mismo día se publicará el diseño ganador.

El diseño ganador será la portada del número 167 de neobispress difundida a 1.000 empresarios del sector de la Comunicación Gráfica de nuestro país.

También recibirá una cámara **EOS M200 Black + EF-M 15-45mm f/3.5-6.3 IS** y contará con una entrevista publicada en este mismo número de la revista de la Asociación de la Comunicación Gráfica.

El tema sobre el que tienen que trabajar los estudiantes es de libre inspiración, pero siempre relacionado y con alusión a cualquiera de los diversos aspectos representativos de la Comunicación Gráfica y Visual.

neobis no ha puesto límites a la creatividad y quiere dejar volar el ingenio de los participantes, por lo que **hay que esperar al 17 de febrero para descubrir la portada del número 167 de neobispress.**

Además, como en años anteriores, **los tres finalistas verán su proyecto como portada de los sucesivos números de la revista neobispress y recibirá cada uno de ellos una cámara Zoemini S.**

**TU DISEÑO
DIRECTO A
1.000 EMPRESAS
DEL SECTOR
GRÁFICO
ESPAÑOL**

TERCER FINALISTA DEL V CONCURSO NEOBISPRESS

PERFIL DE JOSÉ MANUEL PULGARÍN SILVA, ALUMNO DEL IES LUIS BUÑUEL

¿Cuál fue tu motivación para estudiar el grado de Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia?

Este grado significa para mí una piedra más de lo que quiero construir; mi motivación es aprender más, no solo técnicamente, sino también adquirir más cultura visual a través de lo que puedo ver en mis compañeros y profesores; aprender a trabajar y formarme con la experiencia de otros.

¿Qué significado tiene tu proyecto finalista?

¿Cómo fue tu experiencia en el concurso?

Mi proyecto se basa en la frase que escuché, *"no digas que no tienes tiempo porque tiempo es lo único que tienes"*. Muchas veces dejamos de hacer ciertas cosas porque decimos que no tenemos tiempo; sin embargo, este se nos da cuando nacemos, es lo único realmente nuestro y en mi opinión, somos aquello a lo que dedicamos la mayor parte de nuestro tiempo.

¿Qué es para ti la comunicación gráfica?

La comunicación como tal es la capacidad de los seres vivos de comunicarse entre ellos; así la comunicación gráfica para mí consiste en la posibilidad que tenemos de comunicarnos y de transmitir a través de materiales gráficos, desde los más simples hasta los más extravagantes.



¿A qué te gustaría dedicarte?

Me encantaría trabajar en el mundo de las Artes Gráficas. Aunque aun no puedo especificar en qué área, tengo claro que quiero estar en el sector gráfico.





ENTREVISTA A ANCARES ARTES GRÁFICAS

EN ESTE NÚMERO HEMOS ENTREVISTADO A ÁNGEL, MANUEL Y ADRIÁN CARMONA, RESPONSABLES DE ANCARES ARTES GRÁFICAS, UNA EMPRESA DE TERCERA GENERACIÓN PARA LA QUE SOLO EXISTEN OPORTUNIDADES

cer calidad y servicio a nuestros clientes, apoyándose en modernos sistemas de producción, dirigidos por un personal profesional y cualificado.

Nuestro padre trabajó desde muy joven en el sector de artes gráficas, llegando a ser jefe de producción y planificación en grandes industrias gráficas del sector en Madrid.

Su inquietud cambió al nacer sus hijos, momento en que decidió crear una empresa propia, que pudiera dejarnos un futuro propio y seguro por el que luchar, sin depender de nadie más.

Nos dejó en 1987, año en que sus hijos asumimos la responsabilidad de sacar adelante



Ángel, Adrián y Manuel Carmona, responsables de Ancares Artes Gráficas.

¿Cuál fue el origen de Ancares Artes Gráficas?

Ancares Artes Gráficas es una empresa creada por D. ANgel CARmona ESpaña en 1979 cuyo principal objetivo ha sido siempre ofre-

su proyecto y herencia, y aunque muy jóvenes, hemos demostrado haber aprendido sus lecciones, tanto las formativas propias del sector, como las de lucha y compromiso.

Hoy en día ANCARES Artes Gráficas es una empresa con clientes nacionales e internacionales que lucha por su futuro en un entorno difícil que nos obliga a tener una mente abierta, pendientes siempre de las nuevas tecnologías del sector, que nos puedan ofrecer nuevas oportunidades de negocio.

Tenemos ya la tercera generación en marcha, todo un reto para el momento en el que vivimos, dispuesta a llevar a ANCARES Artes Gráficas a lo más alto.

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

Siempre hemos priorizado dar una atención personalizada a nuestros clientes, en la que buscamos ofrecer soluciones eficaces a sus necesidades, además de que nunca dejamos de investigar nuevas formas de mejorar, crecer e innovar, siendo uno de nuestros pilares en la atención a los clientes, la flexibilidad para ofrecerles el mejor servicio.

¿Qué os diferencia en el mercado del sector de la impresión comercial en España?

Aportamos soluciones gráficas a las necesidades de cualquier producto impreso que nuestros clientes pueden tener, lo que nos aporta valor como empresa.

Los clientes necesitan respuestas a sus necesidades diarias y empresas de su confianza en las que poder delegarlas, con la intención de facilitar y agilizar los objetivos que se proponen cada día con garantías.

ANCARES Artes Gráficas es una empresa creada por D. Ángel Carmona España en 1979.



¿Cómo afrontáis el desafío de la digitalización del sector?

No lo vemos como un desafío, sino como una oportunidad.

Tendemos a ver la evolución como un desafío y un problema, cuando no es así.

Los cambios llegan para quedarse, y debemos de entenderlos y aprender de ellos, para sacar el máximo provecho que nos puedan ofrecer y hacernos mejores.

Debemos de entender la digitalización, en todos sus conceptos, como futuro para nuestras empresas.

¿Cómo dibujáis el futuro empresarial más cercano?

Es evidente que la situación es muy complicada, el futuro incierto, y que el Covid19 lo ha hecho todavía más difícil. Tenemos que buscar las ayudas y financiación que nos puedan aportar las diferentes administraciones públicas y europeas, que nos permitan recuperar las pérdidas asumidas por las empresas, para garantizar el futuro de las mismas y los puestos de trabajo que de ellas dependen.

¡Somos Héroes!, aquellos que hemos conseguido mantener nuestros proyectos, conscientes de todos los cambios que hemos tenido y sabido asumir, porque todo ha cambiado.

El futuro de cada uno está en sus manos, conscientes de que no sobrevive el más grande, ni el más fuerte, sino el que mejor se adapta a los cambios.

¿Qué buscáis en vuestro equipo de trabajo?

Buscamos compromiso y responsabilidad en la labor que cada uno realiza, flexibilidad que permita atender los trabajos en los tiempos asignados y capacidad de improvisación que permitan resolver las dificultades que puedan surgir durante la elaboración de los mismos.

¿Consideras clave la actuación empresarial respetuosa con el medio ambiente y los recursos naturales?

La concienciación medioambiental es clave para mantener nuestro futuro y el de las generaciones venideras.

En ANCARES Artes Gráficas cumplimos con toda la normativa medioambiental y control de calidad, siendo tratados todos y cada uno de los residuos por gestoras homologadas en medio ambiente.

Estamos convencidos que aquellas empresas que no lo entiendan así, no tienen garantizado su futuro, al ser uno de los apartados más valorados por los clientes.

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

Como socios, ya veteranos, siempre nos ha servido de apoyo para desarrollar nuestra actividad, crecer y estar siempre bien informados sobre todos los aspectos que nos afectan como empresa.

La información es lo que nos permite ser mejores ante los retos que tenemos que afrontar de una forma exitosa, lo que hace necesaria una asociación como neobis.

Adrián, ¿qué te hizo dedicarte a la empresa con tu padre?

Mi atención por la empresa viene cuando empecé a comprender los diferentes procesos de producción, que despertaron mi interés, y es cuando empecé a planteármelo como mi futuro, además de que trabajar con mi padre no tiene precio, ya que es la persona a la que más admiro.

Manuel, si sólo pudieras dar un consejo a tu hijo Adrián, ¿cuál sería?

Le diría que crea en sí mismo y confíe en aquellas decisiones que tome de forma seria y meditada, para aplicarlas hasta su fin con compromiso y decisión, consciente de que es lo que debe de hacer.



¿Qué es lo que os relaja tras un día frenético de trabajo?

Ángel: Ejercicio y música.

Manuel: Buscar un tiempo de ejercicio, relajación y Meditación, seguido de una cerveza fría.

Adrián: Una cerveza con los amigos, o en su defecto, un buen libro de ciencia ficción o fantasía.

¿Un lugar donde perderos?

Ángel: Jávea es casi un lugar perfecto

Manuel: La montaña.

Adrián: Una carretera con curvas.

¿Un lugar y una fecha?

Ángel: Lisboa, primer viaje conduciendo, en los ochenta...

Manuel: Los fines de semana.

Adrián: Una noche de vivac en la montaña.



Adrián Carmona, tercera generación de la empresa ilusionado por los retos de futuro.





Descubriendo **el sector**

NEOBIS PRESS 166



Enrique y Silvia Arconada reciben el premio Excelencia Empresarial 2021 a la empresa con mayor expansión internacional.



IBERGUM S.A. RECIBE EL PREMIO PYME DEL AÑO GUADALAJARA Y EL PREMIO EXCELEN- CIA EMPRESARIAL 2021

El 22 de septiembre de 2021, Enrique Arconada, director general de Ibergum S.A., y Silvia Arconada, directora de administración y socios mayoritarios de la compañía, recogieron de manos de Javier Arriola, secretario general de CEOE-CEPYME Guadalajara, el

premio **Pyme del Año** en su accésit **expansión internacional**.

Los Premios Pyme que organizan Banco Santander y Cámara de Comercio de España, en colaboración con La Tribuna de Guadalajara



Enrique Arconada
recibe el premio
Pyme del Año en su
accésit *expansión
internacional*.



y CEOE-Cepyme, tienen como objetivo reconocer a las empresas que trabajan por la generación de empleo y riqueza y son punteras en su sector, en competencia con marcas internacionales.

Ibergum S.A. está especializada en la fabricación de papel engomado y cuenta con un equipo de treinta personas. Con una experiencia comercial exterior de más de cuarenta años, el porcentaje de ventas actual a nivel internacional es del 80% de su producción, **exportando a más de 38 países de los cinco continentes**, circunstancias que han sido valoradas por el jurado para la concesión del galardón. Cuenta con un equipo de profesionales multidisciplinar formado por 32 personas.

"Agradezco mucho esta distinción. Este premio es ilusionante y motivador y nos anima a seguir trabajando y mejorando de forma continua. Estoy orgulloso de coordinar un equipo que con su trabajo y dedicación diaria nos permite llegar con nuestros productos a tantos mercados", ha señalado Enrique Arconada en el momento de recibir el premio.

Asimismo, el pasado 20 de noviembre, CEOE-CEPYME Guadalajara hizo entrega

a Enrique Arconada del **premio Excelencia Empresarial 2021** a la empresa con **mayor expansión internacional**.

Con la intervención de la presidenta de CEOE-CEPYME Guadalajara, María Soledad García, Alberto Rojo, alcalde de Guadalajara, el presidente de Diputación de Guadalajara, José Luis Vega y la consejera de Bienestar Social de la JJCC de Castilla-La Mancha, Bárbara García Torijano, la gala congregó, con todas las medidas de seguridad, a más de medio millar de personas, empresariado y destacadas personalidades de la vida social de la provincia.

En la *Noche de la Economía Alcarreña* se destacó la valentía, honestidad, esfuerzo y compromiso social de las empresas.

"Dirigir un equipo con un grado de compromiso alto como el que tiene la empresa es muy importante y, sobre todo, muy gratificante. Sin el equipo humano de Ibergum esto no hubiera sido posible". Señaló Enrique Arconada.

Los premios **Excelencia Empresarial** ponen en valor y dan visibilidad al tejido empresarial de la provincia y reconoce a las empresas más destacadas del año en las diferentes categorías.



HP INDIGO OPORTUNIDADES ILIMITADAS POR MENOS

Prensas digitales reacondicionadas certificadas

Prensa digital
**HP
INDIGO**

10000



Aprovecha nuevas oportunidades de negocio con
una prensa CPO pensada para su expansión.¹

■ IMPRESIÓN DE GRAN CALIDAD

Eleva tu oferta con la tecnología de tintas líquidas Indigo Electroink, una gestión del color y un corte inigualables.

■ GARANTÍA AMPLIADA²

Con una garantía de fábrica de 6 meses, puedes estar seguro de que cada prensa cuenta con la calidad de HP Indigo.

■ VERSATILIDAD INCOMPARABLE³

Actualiza cualquier plataforma en cualquier momento, para garantizar que tu prensa y tu inversión estén a la última.

[1] La disponibilidad de la prensa digital HP Indigo reacondicionada varía en función de la tasa de devolución de prensas y la ubicación geográfica. Contacta a tu representante local de HP Indigo para consultar la disponibilidad. [2] La sustitución proactiva se realiza solo en piezas con mucho desgaste. Los parámetros de desgaste varía en función de la pieza específica. Se emplearán partes nuevas para la sustitución. Las cubiertas de la prensa no se cambian y pueden presentar pequeños defectos visuales (como arañazos, etc.). La prensa conserva su número de serie y contador de impresiones originales. [3] Las prensas digitales HP Indigo reacondicionadas pueden disfrutar de la misma capacidad de actualización que sus modelos originales, en función de la disponibilidad del producto.

© Copyright 2021 HP Development Company, L.P. La información aquí contenida está sujeta a cambios sin previo aviso.

ESCANÉAME





¿PRONÓSTICOS? ¡SOLO AL FINAL DEL JUEGO!

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

Hace unos años, cuando un periodista se enfrentó a un futbolista al inicio de un partido sobre cuáles eran sus expectativas para el resultado final, éste respondió: “¿pronósticos? ¡Solo al final del juego!”

La frase se dio a conocer en Portugal y se ha utilizado desde entonces para reflejar la imposibilidad de predecir el futuro cuando los factores de imprevisibilidad son tales que ni siquiera la experiencia de situaciones pasadas similares ayuda a planificar nada.

De hecho, estamos atravesando momen-

tos de absoluta incertidumbre. Ni siquiera quienes poseen la información más fiable y actualizada son capaces de anticipar lo que sucederá a nivel socioeconómico en el corto plazo.

Vayamos por partes: ¿qué se sabe hasta ahora? A nivel de salud pública y ante todo, sabemos que las vacunas ayudan a reducir sustancialmente el número de muertes y casos graves de enfermedades causadas por el virus SARS-COV2. También sabemos que en países con altas tasas de vacunación, como Portugal y España, el impacto de las nuevas

oleadas de la enfermedad es mucho menor que en los países denominados “avanzados”, donde las poblaciones son altamente resistentes a la vacunación como en Alemania o Suiza, por dar dos ejemplos.

También sabemos, que dado el mundo global en el que vivimos, un “estornudo” en Sudáfrica provocará inevitablemente una ola de preocupación en el mundo, lo que conducirá a medidas proteccionistas de contención.

En el momento de escribir este artículo, se están iniciando discusiones en la Unión Europea sobre la obligación de la vacunación como una medida profiláctica esencial para evitar la aparición de nuevas oleadas de COVID-19.

A nivel económico, sabemos que cualquier medida para restringir el movimiento de personas y mercancías tiene un impacto inmediato en las economías de los países y que la logística del mundo occidental depende de factores que no controla, por ejemplo, la capacidad de respuesta a la producción en China y otros países asiáticos a los que se trasladaron las fábricas en el pasado, es decir, la fabricación de “chips”, “semiconductores” y materias primas esenciales.

Pero todo lo demás es impredecible: no sabemos cuántas variantes más de la enfermedad aparecerán, cuál será la fecha de caducidad de las vacunas administradas y si serán efectivas frente a las nuevas variantes, cuándo retomaremos la actividad económica normal y qué capacidad tiene el mundo occidental para responder a problemas con el movimiento de personas y mercancías.

A todo esto, tenemos el problema de la “crisis energética”: los países productores de petróleo, agobiados por la abrupta reducción del consumo mundial en 2020 con los “confinamientos”, intentan recuperar el lucro cesante y la OPEP declara casi semanalmente que no aumenten la producción para bajar los precios. Por otro lado, los factores de producción de energía “limpia” tienen un costo elevado y el mundo sigue girando a diferentes velocidades en este tema.

Para un emprendedor que tiene que tomar decisiones estratégicas a corto y medio plazo para su empresa no es fácil navegar en este mar de incertidumbre. ¿Cuándo volverán las cosas a la normalidad? Como diría João Pinto, el jugador del Fútbol Club Oporto del que hablaba al principio del artículo, “¿Pronósticos? ¡Solo al final del juego!”



MATERIALES DE PRODUCCIÓN EN ARTES GRÁFICAS

El pasado 28 de octubre tuvo lugar en el Teatro Txetxo Sada del IES Puerta Bonita, la presentación de la tercera edición del libro **“Materiales de producción en artes gráficas”** por la **Editorial ARAL**.

La iluminación del acto la realizaron los alumnos de 1º de Iluminación, captación y tratamiento de la imagen, el sonido por los de 2º de Sonido y la producción por los de 1º de Producción de audiovisuales y espectáculos del IES Puerta Bonita.

Con la asistencia de más de cincuenta personas, la conducción del mismo correspondió a Antonio Martín Coello, socio fundador de la Editorial ARAL, CEO de la empresa ARIES Grupo de Comunicación y vicepresidente de la asociación neobis. Antonio Martín, con un tono muy ameno y divertido, hizo un breve análisis histórico de cómo surgió la idea de crear una editorial cuyo principal objetivo era la realización de publicaciones técnicas de artes gráficas.

También hizo referencia a las numerosas tertulias de trabajo mantenidas con uno de los autores y la pasión que ambos compartían por conseguir dicho objetivo.

Así se creó la Editorial ARAL con la edición del primer libro titulado “Procesos de impresión offset” de José Chuvieco Salinero, en el año 2003. En años sucesivos, surgieron otros títulos especializados que componen su catálogo de publicaciones.

Respecto a esta tercera edición del libro “Materiales de producción en artes gráficas” comentó que la primera edición se publicó en 2005, la segunda en el año 2017 y en este año 2021, la tercera.

A continuación, invitó a Álvaro García Barbero, presidente de neobis y CEO del GRUPO AGA a que pronunciara unas palabras.

Álvaro García hizo un breve análisis sobre la situación actual del sector gráfico y señaló que el volumen de facturación no había descendido a pesar de la pandemia.

Destacó la importancia de la actualización de esta edición ya que el sector se encuentra inmerso en una revolución de materiales de todo tipo y condición.

Asimismo, agradeció a los autores del manual su contribución para que tanto los alumnos



como los profesionales puedan disponer de unos contenidos técnicos tan amplios y actualizados dando, así, sentido a la actividad gráfica.

Luego intervinieron los autores del libro, Jesús García Jiménez y Juan José Rodríguez Rodríguez que, a petición de Antonio Martín, respondieron a sus preguntas y compartieron divertidas y entrañables anécdotas.

Explicaron que, gracias a la gran amistad que les une, resultó muy sencillo coordinarse entre ellos para escribir los contenidos. Se mostraron gratamente sorprendidos por el éxito de ventas de todas las ediciones y de que se utilicen como contenido curricular de los ciclos formativos de artes gráficas y de referencia para la preparación de oposiciones de la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre o del profesorado de artes gráficas.

Expusieron que el tema tratado es de especial relevancia dada la gran variedad de materiales potencialmente imprimibles, la cantidad de sistemas de impresión implicados y los potenciales productos que se pueden obte-

ner. Es una lectura acorde a la actualidad, más ecológica y sostenible. Todas las claves se hallan contenidas en el libro. Desde la primera edición se dedicaba un capítulo a los aspectos medioambientales pudiendo constatar los cambios que el sector va implementando en su día a día con el incremento de las certificaciones medioambientales, la clara apuesta por la cadena de custodia, la paulatina sustitución de plásticos por otros materiales biodegradables – reciclables – reutilizables, el incremento del uso de tintas en base agua y retirada de compuestos nocivos, etc.

Clausuró el acto el Director del IES Puerta Bonita, Luis García Domínguez, agradeciendo a la Editorial ARAL la elección del Centro para la presentación del libro, a los autores por el buen trabajo desempeñado a lo largo de tantos años y que ha quedado reflejado en el manual, a Álvaro García por su intervención y, en general, a todos los participantes por su asistencia. A continuación, les invitó a degustar el catering ofrecido por los alumnos de cocina de la UFIL Puerta Bonita, en los jardines del Claustro del Centro.



Antonio Martín Coello, Vicepresidente de neobis junto a los, coautores del libro, **Jesús García Jiménez** y **Juan José Rodríguez Rodríguez**.





ANTIGUOS ALUMNOS: UN LUJO DE COLABORADORES

AUTORA: Ana García Zafra,
Profesora del Departamento
de Artes Gráficas de
Salesianos de Atocha

Desde que los colegios salesianos comenzaron a funcionar, hace más de un siglo, tuvieron siempre la consideración de extender lo más posible la red de colaboradores y amigos de Don Bosco en forma y nombre de “familia”, en la que tuvieron especial protagonismo los Antiguos Alumnos. Es esta una asociación como tal, con estatutos legales, y con una cierta estructura que permite que generaciones enteras de personas formadas en alguno de nuestros centros mantengan una estrecha vinculación alrededor de esa experiencia educativa que tan definitiva ha sido para muchas de ellas.

En Salesianos Atocha (y en todos los colegios salesianos, especialmente aquellos que ofertan estudios de formación profesional) sabemos que esa relación personal que establecemos con los chicos y chicas que pasan por nuestras aulas, es una fuente de riqueza de la que solo surgen iniciativas positivas. Y es así no porque lo digan unos estatutos, sino porque sale del corazón. Tenemos la gran suerte de contar con un carisma y un entorno que forja amistades más allá de los papeles (a veces algo enfrentados, como no puede ser menos) de profesor y alumno, que da a veces sus mejores frutos cuando ya nos podemos ver

libres de las implicaciones que guarda cada una de esas posiciones en el tablero educativo. Tanto es esto así que, de alguna manera, en nuestro funcionamiento habitual contamos con una red de colaboradores esporádicos o continuos que se nutre de nuestros ex alumnos. Os contamos algo más.

Como muchos de vosotros ya sabréis, además del itinerario educativo completo de una formación reglada, en nuestros centros impartimos otra formación que va o bien dirigida al personal de empresas de diferentes sectores productivos, o bien a personas en situación de desempleo, a la vez que también se diseñan cursos que cubren una formación más especializada dirigida a profesionales en activo o alumnos con ganas de seguir aprendiendo (formación tipo máster). Para todos estos casos solemos contar con los profesores del centro, pero es también bastante habitual que estas formaciones tan específicas se apoyen en educadores externos, cuyos conocimientos y manera de trabajar estén acreditados. Es ahí donde algunos de nuestros chicos encajan, puesto que el contacto continuo con ellos nos permite tener una idea clara de qué es lo que pueden aportar en cuanto a innovación.

No olvidemos que, debido a la alta demanda de técnicos de formación profesional que hay en nuestro país, en pocos años un alumno puede haber pasado por algunas de las empresas más punteras de determinados sectores, convirtiéndose en una figura esencial del desarrollo tecnológico que siempre buscamos.

Por otra parte, algunos de nuestros centros apuestan por ofrecer cursos estables de entre seis y diez meses de duración, de formación ampliada. Se imparten fuera del horario habitual de clases, normalmente por la tarde y, en general, buscan profundizar en conocimientos que ya se han empezado a impartir en ciclos de grado superior. El perfil del alumno es un adulto con deseos de reciclarse o jóvenes que desean mejorar su currículum antes de lanzarse completamente al mundo laboral. Estos cursos se desarrollan en gran parte con la aportación de nuestros antiguos alumnos, que nos ayudan tanto en el diseño de las materias a

tener en cuenta, como en la propia impartición de las clases. La experiencia, hasta ahora, no ha podido ser más positiva.

Uno de los momentos más especiales para todos los colegios salesianos es la celebración de la fiesta de San Juan Bosco, el 31 de enero. Solemos preparar varios eventos que marquen, durante una semana, la fecha tan señalada que es para nosotros nuestra conmemoración más importante, junto con la de M^a Auxiliadora. Hay competiciones deportivas, visitas a empresas, actividades lúdicas, y charlas formativas. Solemos contar con nuestros ex alumnos para que vengan a ofrecer su perspectiva a los chicos y chicas que están empezando a estudiar la formación profesional con nosotros, y que se encuentran con una gran falta de motivación en muchos casos. El punto de vista de alguien cercano, que no hacía mucho ocupaba esos asientos, es sin duda mucho más eficaz que lo que cualquier





DIGICOM BATE RÉCORD DE AFLUENCIA Y SE CONSOLIDA COMO LA FERIA REFERENTE DEL SECTOR DE LA IMPRESIÓN DIGITAL Y COMUNICACIÓN VISUAL

DIGICOM Y PROMOGIFT ACOGIERON A LO LARGO DE TRES DÍAS, A 5.137 VISITANTES PROFESIONALES

DIGICOM, la feria referente para la industria gráfica y la comunicación visual, que se celebró durante tres días junto a la feria del Regalo Promocional, **PROMOGIFT**, cerró su segunda edición acogiendo a **más de 5.100 asistentes en Feria de Madrid**.

Entre ambos eventos se congregaron más de 125 expositores.



LA PRÓXIMA EDICIÓN DE DIGICOM, QUE SE CELEBRARÁ DEL 20 AL 22 DE SEPTIEMBRE DE 2022 EN EL HALL 8 DE IFEMA, YA CUENTA CON MÁS DE 40 EXPOSITORES CONFIRMADOS

El negocio generado en dicha edición, y la buena acogida por parte de los participantes, favoreció que más del **80% de las empresas** expositoras hayan confirmado su participación en la **próxima edición**, que tendrá lugar los días **20, 21 y 22 de septiembre en**





IFEMA. Entre ellos se encuentra Digidelta, Afford, Soluciones Integrales Rotulista, Poster & Panel, SwissQprint, Banderas Garsan, Cash Display, M2M, CopyPrint, Imazu, Alarsis, Dicavesa, Modico, Banderas VDK, ClickPrinting, Grupo FB, STI Card, Victor Andujar o Hilos Madeira, entre otros.

En ambos eventos se congregaron más de 125 expositores presentando las novedades de más de 300 marcas entre las que destacan **Mimaki, Roland, Epson, HP, SwissQprint, Brother, Ricoh, Mutoh, Sawgrass, Afford, Durapress, Siser, Sefa, OKI...**

“Estamos muy satisfechos del número de asistentes que han acudido, después de dos años tan difíciles para el sector de los eventos”, ha asegurado María José Sánchez, Directora de DIGICOM y PROMOGIFT.

Los profesionales asistentes se han englobado en **diferentes perfiles** como impresores, reclamistas, diseñadores, rotulistas, empresas de comunicación y publicidad, distribuidores, interioristas y decoradores, entre otros.

Javier Rodríguez, Director General de **Grupo Panorama** detalló que “fue una gozada volver a retomar la actividad ferial y los encuentros del sector en un Digicom 2021 con muchos más visitantes de los esperados”.

DIGICOM contó con un grupo de **ponentes destacados** que, durante los tres días del evento, analizaron las oportunidades y dificultades por las que ha pasado el sector a lo largo de la pandemia. La **impresión 3D**, las tendencias en la **personalización**, los **materiales y retos** de la impresión digital y la gestión de los **centros de impresión** en momentos de COVID fueron algunos de los temas tratados.

Los comités organizadores de DIGICOM y PROMOGIFT trabajaron para que ambas ferias fueran un referente en el mercado promoviendo la recuperación de los sectores partícipes y el crecimiento económico del país. Es por ello, los dos certámenes se celebraron en un entorno completamente seguro gracias a las medias sanitarias implantadas por IFEMA MADRID en sus recintos.



Los comités organizadores de Digicom y Promogift trabajaron para que ambas ferias fueran un referente en el mercado.





CANON PRESENTÓ EN FESPA 2021 LA COLORADO 1630 Y LA ARIZONA 135



Durante la feria FESPA Global Print Expo 2021, Canon mostró sus últimas impresoras.

Durante la feria FESPA Global Print Expo 2021 (celebrada del 12 al 15 de octubre de 2021 en Ámsterdam, Países Bajos, stand 1-F95), Canon exhibió, por primera vez, y en un evento internacional en directo sus impresoras Colorado 1630 y Arizona 135 GT, la nueva inversión inteligente de la marca. Se trata de soluciones gráficas integrales de gran formato que permiten a los clientes expandirse a nuevos mercados. Con estos equipos Canon quiere inspirar a los asistentes a través de su amplia gama de aplicaciones, ofreciendo a los rotulistas y a los proveedores de servicios de impresión una muestra de color.

La presentación de la nueva **Colorado 1630** permitirá a rotulistas, imprentas comerciales y proveedores de servicios de impresión conocer de qué modo pueden acceder a todas las ventajas de la tecnología UVgel de la mano de una estrategia de inversión inteligente. La arquitectura modular de la Colorado 1630 ayuda a los usuarios a configurar la impresora de acuerdo con las necesidades particulares de su negocio, añadiendo opciones como el FLXfinish –una técnica de curado LED que aporta flexibilidad para un acabado mate o brillante a cada impresión–, un segundo rollo de soporte y la impresión a doble cara, y todo sin necesidad de recurrir al servicio técnico.

La instalación de producción "**UVgel Wallpaper Factory**", que incluye la **Colorado 1650** y el **Jumbo Roll Loader** motorizado de Fotoba, el **JRL 170**, en combinación con la **Cutter XLD 170WP** y el **Rewinder REW 162**, muestra una solución completa de principio a fin para nuevos clientes y usuarios actuales de la Colorado 1650. La Wallpaper Factory de la Colorado está diseñada para obtener el máximo rendimiento y, con la instalación, los clientes disponen de una solución totalmente automatizada para fabricar papel pintado personalizado de alta calidad, uno de los sectores industriales de más rápido crecimiento. Consciente de la importancia de este segmento de mercado, Canon se ha unido a la Global Wallcoverings Association (IGI), acreditada como una fuente de información valiosa, completa y autorizada para la industria de los revestimientos decorativos.

Como muestra de una auténtica "UVgel Universal Factory", una segunda Colorado 1650 estuvo conectada en el stand de la marca a un Jumbo Roll Rewinder y a un Jumbo Roll Loader de Fotoba, para mostrar de qué forma los clientes pueden imprimir aplicaciones de tiradas largas sin necesidad de un operario, lo que permite una producción 24 horas al día, 365 días al año.

La impresora de mesa plana **Arizona 135 GT**, lanzada en junio de este año, fue otra de las novedades del stand. Para los impresores que buscan expandirse en la industria gráfica de gran formato o para aquellos que buscan diversificarse en nuevas aplicaciones, la Arizona 135 GT abre la puerta a un amplio abanico de nuevas oportunidades, ofreciendo los beneficios probados de la galardonada serie Arizona de Canon a un nivel de inversión inteligente. La Arizona 135 GT, la única impresora de su clase con una opción para imprimir en soportes flexibles (RMO) y ampliable in situ, producirá impresiones táctiles ayudada del software **Arizona Xpert** en una amplia gama de soportes rígidos y flexibles.

La **Arizona 2380 XTF** destacará cómo los clientes pueden mejorar la eficiencia operativa

y alimentar las oportunidades de crecimiento a través de nuevas aplicaciones. Diseñada en torno a la **tecnología Arizona FLOW**, los usuarios pueden aumentar la productividad en más de un 20 % al minimizar la necesidad de enmascarar y encintar, además de trabajar con soportes más complejos, como el cartón, la madera y el vidrio. La impresora de mesa plana también imprimirá una gama de aplicaciones con textura mediante el software **Touchstone**, que ayuda a los usuarios a crear productos de impresión de gran valor, como aplicaciones de decoración de interiores, braille, reproducción de obras de arte y expositores de puntos de venta.

ProCare, el modelo de servicios posventa consolidado para las impresoras Colorado, ahora también está disponible para la serie de impresoras de mesa plana Arizona.

EL NUEVO SISTEMA DE TINTAS DE LA ARIZONA AUMENTA LA VERSATILIDAD DE LAS APLICACIONES

En FESPA 2021, Canon también mostró por primera vez las prestaciones de su nuevo sistema de tintas LED UV en la Arizona 135 GT. El nuevo **sistema de tintas IJC358** incorpora propiedades adhesivas de primer nivel, de ahí que resulte ideal para aplicaciones industriales que implican la impresión en materiales más complejos, como los plásticos. La mayor flexibilidad de la IJC358 también aumenta las probabilidades de que la tinta permanezca adherida al soporte, no solo durante los procesos de acabado sino también durante la aplicación del soporte acabado a una superficie, como una pared o un cristal.

En consonancia con el eslogan de FESPA 2021, "Bringing Colour Back", o el regreso del color, los visitantes se inspiraron en todo el stand a través de una amplia gama de aplicaciones gráficas en color y de gran formato bajo el lema de Canon: "A Taste of Colour", el sabor del color, y que incluye carteles, pancartas, gráficos para suelos retroiluminados de doble cara, papel pintado, cartón, rotulación de vehículos y películas de transferencia textil.



EL SECTOR DEL LIBRO ESTÁ DANDO PASOS DECIDIDOS HACIA LA SOSTENIBILIDAD DE SU ACTIVIDAD

Toda la cadena del libro está haciendo muchos esfuerzos por dar una respuesta firme a la problemática medioambiental y para minimizar su huella de carbono. Así se han expresado los participantes en las mesas que se han celebrado para debatir sobre la sostenibilidad y la economía circular en el sector en el segundo día de las Jornadas profesionales que se desarrollaron en Liber 2021, la feria internacional del libro.

“Muy pocos sectores han invertido tanto como las industrias de la cadena del libro en España para avanzar en su sostenibilidad, y lo hemos hecho por convencimiento y porque cada vez existe mayor preocupación en nuestros clientes –libreros y lectores– por esta problemática”, ha señalado Víctor Benayas, director de producción de Penguin Random House Grupo Editorial, en la mesa *“La industria del libro en defensa del Medio Ambiente”*. En ella, Jesús Alarcón, secretario general de Neobis, Asociación de la Comunicación Gráfica, ha apuntado que *“el libro en papel se encuentra sometido a un permanente examen que no se está realizando a otros productos como los dispositivos electrónicos”*.

Existe la convicción en el sector de que, a pesar de los esfuerzos realizados para explicar qué se está haciendo en la cadena del libro, se mantiene *“una falsa idea de que el uso del papel como materia prima del libro está produciendo un agotamiento de los recursos forestales. En el año 2000, España solo tenía 14,4 millones de hectáreas. Ahora, en 2021, gracias a la labor de la industria del papel, tenemos 18,6 millones: ha habido un aumento de 4 millones 200 mil hectáreas de bosque, de monte arbolado”*, ha señalado José Causí, director Forestal de la Asociación Española de Fabricantes de Pasta, Papel y Cartón (ASPAPL).

Uno de los aspectos que mayor influencia está teniendo en la transformación sostenible del sector es la certificación. *“La certificación se está convirtiendo en una herramienta extraordinaria. Ya no solo en el ámbito de los bosques sostenibles y la producción de papel, sino en el conjunto de la cadena, en las tintas, con el uso de aceites vegeta-*



Participantes de la mesa sobre la sostenibilidad y la economía circular en el sector del libro.

El sector está invirtiendo en tecnología para asegurar la certificación de las materias primas, papel, tintas y plástico, así como de los procesos de fabricación y distribución.

Las Jornadas de Liber también han analizado el papel de las bibliotecas durante la pandemia y el reto que tienen de recuperar los usuarios y atraer a los jóvenes.



les, en el reciclaje, en la valorización. Si hace unos años resultaba difícil encontrar empresas certificadas, hoy son cada vez más las empresas que ya cuentan con ellos”, ha explicado José Ramón González, jefe del Servicio de Publicación del Organismo Autónomo de Parques Nacionales, en la mesa “El libro en papel: economía circular y cultura para una sociedad resiliente”.

Existe el convencimiento de que la apuesta por la sostenibilidad “es un factor de competitividad, de ahí que la certificación sea un elemento necesario. Hay una cuestión clara, es que el sector está dispuesto a actuar en aquellos lugares en los que haya posibilidades de mejora”, ha apuntado Víctor Benayas. Es por ello que, como se señaló en estas mesas, el sector está invirtiendo en tecnología para asegurar la certificación de las materias primas, papel, tintas y plástico, así como de los procesos de fabricación y distribución.

En esta línea, Carlos Reinoso, director General de ASPAPEL señaló que el sector tiene en marcha un proyecto que ha denominado **‘Papel, bicircularidad descarbonizada’** que, aprovechando los fondos europeos permite acelerar la transformación del sector para conseguir la descarbonización, así como su transformación digital.

Si la autoexigencia resulta importante, también lo va a ser la legislación que viene. Como explicó Marta Angoloti, jefa de Área de la Madera de la Subdirección General de Política Forestal y Lucha contra la Desertificación

del Ministerio para la Transición Ecológica, la UE está a punto de presentar un borrador de reglamento que pretende regular el uso de materia prima que genere deforestación, aún estando permitida en los países de origen. En este sentido, Angoloti señaló que la normativa realizada para la madera va a servir de base para este borrador.

EL RETO DE LAS BIBLIOTECAS COMO CENTRO DE ATRACCIÓN A LOS JÓVENES

Otro de los temas tratados durante las jornadas se centró en analizar el papel de las bibliotecas como espacios capaces de atraer a los jóvenes y despertar su interés por la lectura. Este es uno de los principales retos al que deben enfrentarse las bibliotecas hoy en día: “los jóvenes buscan relacionarse, juntarse con amigos, por lo que debemos intentar que la biblioteca cumpla ese papel social de encuentro de los jóvenes a través de iniciativas atractivas para ellos”, señaló Rocío de Isasa, editora de Harper Kids.

En la misma línea, Elena Martínez, librera de la librería Serendipias, subrayó la necesidad de utilizar las redes sociales para acercarse a los jóvenes: “hay que estar al día en lo que ellos leen, entender qué les mueve y, para eso, las redes sociales y las plataformas digitales son una herramienta clave, como es el caso de Tik Tok donde los booktokers son ahora los nuevos influencers de libros”. En todo caso, como afirmó Elisa Yuste, consultora en lectura y cultura, “hay muchos tipos de lectura y la biblioteca tiene que ser cómplice en todos los tipos”.



HEIDELBERG DA UN PASO MÁS EN POSTIMPRESIÓN: LA TECNOLOGÍA DEL ROBOT APILADOR SATHFOLDER P-STACKER

ASEGURA QUE LAS IMPRENTAS
PUEDAN BENEFICIARSE DE
UNA PRODUCCIÓN DE
PLEGADO AUTÓNOMA
DURANTE TODO EL PROCESO

**P-STACKER
AUMENTA LA
PRODUCCIÓN
TOTAL DE SALIDA
DE AUMÜLLER
HASTA UNOS
18.000 PLIEGOS
POR HORA**

Esto es lo que las imprentas han estado esperando: el Stahlfolder P-Stackers de Heidelberg. La tecnología robot se encarga de las firmas a la salida de la plegadora y las coloca en los palets de forma totalmente automática. En la actualidad, ya son muchos los clientes que están produciendo usando la tecnología Push to Stop de P-Stacker, lanzado por Heidelberg el año pasado. El robot se ha estado usando en las imprentas Aumüller Druck GmbH & Co. KG (Aumüller Druck), en Resensburg, y en Meinders & Elstermann GmbH & Co. KG (Meinders & Elstermann), en Blem. Ambas compañías, centradas en impresión comercial, llevan varios meses usando esta nueva tecnología, y las dos han experimentado una aceleración en sus líneas de producción con el modo Push to Stop. Heidelberg es el primer fabricante en el mundo en introducir el principio de la filosofía Push to Stop en la tecnología Offset y en aplicarla a las máquinas

de plegado Stahlfolder, lo cual ha animado a Aumüller Druck y a Meinders & Elstermann a integrar completamente sus procesos dentro de la tecnología Prinect, ambas con un control y monitorización automatizados de sus líneas de producción por una parte, y con el registro de los datos operativos por otro.

La estructura habitual de los pedidos de Aumüller Druck implica un alto volumen de tiradas cortas. La compañía opera con cuatro Speedmaster con tecnología Push to Stop, y cinco plegadoras de alto rendimiento, dos de las cuales, Stahlfolder TX 82, y tres Stahlfolder TX 96 (en funcionamiento desde 2014 y 2016 respectivamente). En todas ellas, un alimentador PFX introduce las hojas en el sistema de plegado en formación de pila.

“Gracias a la tecnología Stahlfolder TX de Heidelberg, hemos duplicado nuestra salida de 40.000 hojas por turno a 80.000”, comenta Volker Dollinger, miembro del equipo directivo de Aumüller Druck y responsable de la producción. Con el P-Stacker, la producción ha aumentado todavía más, alrededor de un 25%. La Stahlfolder TX 96 puede imprimir hasta 110.000 firmas de 16 páginas por turno. Además, la máquina es altamente autónoma. Con la producción Push to Stop, el sistema es informado de los múltiples cambios de firma a través de un código de barras impreso, que es leído por una cámara en el alimenta-

dor de la pegadora. “Al eliminar las tareas físicas, los operadores pueden maximizar el rendimiento de la plegadora para adaptarse al producto que se está plegando y a la calidad del papel”, dice Dollinger.

El flujo de trabajo se optimiza aún más, adoptando el patrón de apilamiento adecuado. Las diferentes firmas se detectan automáticamente y se colocan en pilas separadas. Por ejemplo, como señala Dollinger, se utiliza un esquema de cinco paquetes por capa para tiradas de impresión de hasta aproximadamente 4.000 firmas. Se forman dos torres en un palet europeo o una torre cada una en dos palets desechables. Si la tirada excede las 4.000 firmas, se utiliza un esquema de doce, con el P-Stacker construyendo una torre de doce paquetes por capa en el palet.

Dependiendo de si la postimpresión se realiza en encuadernadora o en una encuadernadora encoladora, las firmas deben apilarse con la primera página hacia arriba o hacia abajo. Si bien esta tarea se dejaba anteriormente al operador del sistema de plegado, ahora puede llevarla a cabo el P-Stacker, con su brazo robótico agarrando los paquetes en la unidad de alineación desde la parte delantera o trasera. Asimismo, el P-Stacker también puede insertar capas intermedias automáticamente.

MEINDERS & ELSTERMANN, AL FRENTE DE LA DIGITALIZACIÓN

Cuando se trata de automatización, Meinders & Elstermann siempre han sido pioneros. En 2013, la compañía fue usuario piloto de la Stahlfolder TX 96 con un sistema de alimentación en escalerilla. Más tarde, en agosto de 2018, la



compañía probaba la Stahlfolder TH 82, el primer sistema de plegado del mundo equipado con funciones Push to Stop, con un sistema de cambio de firma totalmente automático.

Meinders & Elstermann han dado un paso más hacia adelante maximizando su producción neta de salida, equipándose con dos Stahlfolder TX 96 y una Stahlfolder TH 82-P con P-Stacker, consiguiendo así un proceso completamente automático. Gracias al robot, el modo de producción Push to Stop puede usarse en todo su potencial. “Con esta solución, esperamos incrementar nuestra efectividad de nuestros equipos (OEE) de un 40 a un 60% a lo largo de todo el proceso de producción”, explica Jens Rauschen, Director ejecutivo de Meinders & Elstermann.

Jörg Dähnhardt, Director de Postimpresión de Heidelberg, añade: “Al combinar la robótica de P-Stacker con nuestras plegadoras Stahlfolder, estamos cerrando una brecha de automatización significativa, impulsando la producción de impresión autónoma y la Smart Print Shop”.



Con el P-Stacker, Aumüller Druck ha aumentado su producción aproximadamente un 25%.

Una Stahlfolder TX 96 puede imprimir hasta 110.000 firmas de 16 páginas por turno.





GRAPHISPAG 2022

ACELERARÁ LA REACTIVACIÓN DE LA INDUSTRIA GRÁFICA Y LA COMUNICACIÓN VISUAL

Graphispag 2022, la feria de referencia en el mercado ibérico para la industria gráfica y la comunicación visual, se prepara para contribuir a acelerar la recuperación sectorial, facilitando el necesario reencuentro de empresas y profesionales para compartir técnicas, conocimientos, experiencias y soluciones prácticas. El salón –que **tendrá lugar del 24 al 27 de mayo en coincidencia con Hispack**–, mostrará las últimas tendencias en tecnología gráfica, soportes, materiales, tintas, acabados y herramientas innovadoras a quienes imprimen y comunican.

En esta edición, el salón, organizado por Fira de Barcelona en colaboración con Graphispag Asociación, tiene como objetivo aportar

respuestas a los grandes retos actuales del sector como la sostenibilidad, la digitalización y la automatización de procesos productivos y comerciales. Por ello presentará una oferta comercial transversal, integrando todos los sistemas de impresión, tanto los tradicionales, como los digitales en auge, así como también los más avanzados (funcional, 3D o printed-electronics) con aplicación en sectores industriales.

El presidente del comité organizador de Graphispag, Xavier Armengou, se muestra convencido del papel que tendrá el salón a la hora de dinamizar de forma eficaz el mercado de la impresión: *“Es ilusionante volver a reunirnos de nuevo como sector para dejar atrás este período*

tan complejo. Es momento de aprovechar la plataforma que nos brinda este evento para impulsar la actividad de nuestras empresas; conocer tecnología, innovación y otras formas de trabajar que generen productos gráficos de alto valor añadido para múltiples sectores; compartir experiencias y conocimientos; y decidir, de forma compartida, cómo queremos que sea nuestra industria”.

MÁS SINERGIAS CON EL PACKAGING

En su decimosexta edición, Graphispag incrementará especialmente las sinergias con el mundo del envase, embalaje y etiquetas, una de las especialidades gráficas que más crece. En este sentido, su coincidencia en fechas y recinto con la feria líder de packaging, proceso y logística Hispack supone aumentar notablemente su poder de convocatoria en este segmento y potenciar el sector de oferta de materiales, común en ambos salones.

Las marcas, los fabricantes y los impresores de envases, embalajes y etiquetas encontrarán en Graphispag nuevas aplicaciones gráficas para su actividad: desde impresión digital para tiradas cortas y personalización de packaging, hasta nuevos diseños, formas y acabados para destacar en el lineal; prototipaje de envases; incorporación de sensores impresos para conseguir embalajes inteligentes o sistemas de antifalsificación, entre otras.

Al mismo tiempo, Graphispag mostrará soluciones gráficas concretas para el mundo editorial, el diseño, la publicidad y el gran formato, la impresión comercial y promocional, el retail, la decoración e interiorismo y la impresión industrial (textil, automoción, cerámica, mobiliario), entre otros muchos sectores. Para ello, Graphispag 2022 pondrá el foco en el impresor, agente clave en la cadena de valor del producto gráfico ya que, *“por conocimiento, experiencia y saber hacer, es quien mejor puede responder a las necesidades de la demanda final, incorporando la última innovación del sector”*, asegura Xavier Armengou.

La personalización, los nuevos soportes, materiales y tintas más sostenibles, así como la última tecnología de impresión y acabados mar-

carán esta edición. Los resultados de su uso y aplicación se verán en una gran área central donde se expondrán productos gráficos dirigidos a estos sectores compradores. Las muestras, realizadas por empresas de servicios gráficos propuestas por los expositores, servirán para conocer la versatilidad y las posibilidades creativas, funcionales y de comunicación que la impresión ofrece especialmente en los sectores donde más se está notando la reactivación como el textil, la impresión comercial, publicidad exterior y promocional o los eventos.

En esta línea, el director de Graphispag, Josep Alcaraz, subraya: *“nuestro objetivo es facilitar el negocio, el conocimiento y la transferencia de innovación en el sector de la industria gráfica y la comunicación visual, haciendo protagonistas a los agentes que imprimen, tanto las empresas de servicios gráficos, como los sectores industriales y clientes finales”.*

Asimismo, Graphispag se convertirá en un importante foro sectorial para la industria gráfica y la comunicación visual. El programa de conferencias y jornadas del evento estará muy orientado a que los impresores puedan actualizar conocimientos en aspectos relacionados con el desarrollo de negocio, la gestión de la productividad, la digitalización y la “premiumización” de los productos gráficos. Habrá también ponencias específicas sobre impresión de packaging compartidas con Hispack, así como para profesionales de sectores compradores de productos impresos como la publicidad y el marketing, el diseño, la fotografía, el interiorismo o la moda.

REFERENTE SECTORIAL PARA SECTORES DEMANDA

En su pasada convocatoria, celebrada en 2019, Graphispag atrajo 22.500 visitantes. Por sectores, el 33% de los asistentes desarrollaba su actividad en el ámbito de los servicios gráficos; el 15% provenía del mundo del diseño y la comunicación; el 37% de sectores industriales, fabricantes y distribuidores, mientras que el 6% correspondió a marcas y usuario final. El porcentaje restante incluyó otros colectivos (formación, entidades y asociaciones, consultoría, prensa, etc.).





sappi

LOS ARGUMENTOS PARA ADOPTAR LA AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE SON DEMASIADO FUERTES PARA IGNORARLOS

UN BENEFICIO CLAVE ES QUE LIBERA LOS CUELLOS DE BOTELLA: LAS INEFICIENCIAS Y LAS LIMITACIONES DE LA FABRICACIÓN QUE OBSTACULIZAN LA PRODUCTIVIDAD Y LAS GANANCIAS. INCLUSO UN GRADO MODESTO DE AUTOMATIZACIÓN YA CONTRIBUYE EN GRAN MEDIDA A MEJORAR LA VELOCIDAD DE PRODUCCIÓN Y LA PRODUCTIVIDAD

DESAFÍOS DE LA AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE EN LA IMPRENTA

Hace unos años, los impresores se mostraban escépticos acerca de si podrían obtener dichos beneficios. Había una sensación generalizada de que el cambio requería demasiado trabajo y que los costos de implementación serían demasiado altos para que fueran sostenibles.

OBSTÁCULOS FINANCIEROS

Ya hemos mencionado el costo percibido de la automatización. Esto es algo que muchos impresores no ven. Pero la automatización podría ayudar a mejorar la salud financiera de las operaciones de impresión incluso a corto plazo. Los

períodos de recuperación de las adaptaciones del flujo de trabajo suelen ser muy cortos. Además, los modelos de arrendamiento y alquiler, así como el software como servicio (SaaS), ahora también están disponibles para software y flujos de trabajo que ayudan a distribuir el costo durante un período de tiempo.

Poco a poco, los impresores se están dando cuenta de que retrasar la inversión en la automatización del flujo de trabajo significa frenar el potencial de crecimiento, algo que ninguna empresa de impresión puede permitirse en un

entorno en el que el crecimiento y los beneficios son cada vez más importantes.

OBSTÁCULO DE DATOS

Quizás el cambio de mentalidad se debe al aumento del número de trabajos cada vez más pequeños que llega a resultar abrumador para los especialistas de la impresión.

Otro obstáculo es la incompatibilidad entre los sistemas informáticos de gestión y el siguiente flujo de trabajo de producción, sistemas que todavía presentan interfaces exóticas o inexistentes. Existe el temor de que el salto tecnológico resulte demasiado grande desde donde se encuentran los procesos actualmente.

Sin embargo, hay software disponible que puede suavizar y acelerar la transición y ayudar con la transmisión de datos entre máquinas. Para producir de manera eficiente, también se necesita una solución que analice automáticamente qué trabajos encajan y luego los sugiera para un formato de impresión común. Lo que lleva al siguiente obstáculo...

OBSTÁCULO DE INTEGRACIÓN

Se requieren múltiples programas informáticos para superar estos obstáculos y hacer que la automatización sea exitosa.

Sin embargo, debido a un mercado fragmentado, el software de imposición y producción no siempre son compatibles entre ellos. Esto deja a los impresores luchando por una plataforma de conectividad, que pueda conectar los sistemas existentes de una manera totalmente integrada y estandarizada.

Zaikio (www.zaikio.com), una plataforma de digitalización para la industria de la impresión, está demostrando ser esa solución. Conectar empresas de impresión con clientes, propietarios de marcas, proveedores, fabricantes de software y equipos en una plataforma abierta significa que todos pueden comunicarse e intercambiar datos en igualdad de condiciones.

Dado que reducir los gastos de mano de obra y eliminar los toques innecesarios es exactamente lo que la automatización del flujo de trabajo debe lograr, esto por sí solo subraya la importancia de agregar más automatización donde sea que exista la necesidad.

OBSTÁCULO DE ACTITUD

Quizás el mayor obstáculo, sin embargo, es intentar cambiar la mentalidad, repensar las rutas de producción establecidas y, si es necesario, descartarlas. Las personas son la clave de cualquier negocio y al mismo tiempo son el factor que podría estar frenando su avance. Una investigación ha mostrado que depender de mano de obra costosa o procesos de alto contacto es la gran causa de los cuellos de botella en la producción de impresión.

Dado que reducir los gastos de mano de obra y eliminar los toques innecesarios es exactamente lo que la automatización del flujo de trabajo debe lograr, esto por sí solo subraya la importancia de agregar más automatización donde sea que exista la necesidad.

El valor empresarial que viene con la automatización del flujo de trabajo se extiende más allá de una mayor eficiencia, una mejor gestión del tiempo y una organización más eficaz. La automatización del flujo de trabajo puede mejorar todas las funciones comerciales, desde la logística hasta el servicio al cliente. Ahora es el momento de dar ese salto de fe y construir una plataforma para superar continuamente a la competencia.

Puede descargar la Guía completa de Zipcon Consulting y Sappi con el código QR:



XEROX BRILLA EN FESPA 2021 CON SOLUCIONES MÁS ALLÁ DEL COLOR TRADICIONAL



En medio de la reactivación presencial de ferias y exposiciones a nivel mundial, la participación de Xerox en las ediciones FESPA Brasil se enfocó en soluciones innovadoras para el entorno de la impresión digital con el objetivo de facilitar el trabajo e incrementar la oferta de servicios de los proveedores de impresión. Mostramos como seguimos evolucionando más allá del CMYK gracias a acabados, tamaños, aplicaciones, software y procesos para todo tamaño de empresas.

“Más allá del CMYK es fruto de la imaginación. Es una fuerza impulsora en el mercado que puede ayudar a los impresores a crecer más rápido y hacerse notar. Queremos que den vida a la impresión con dorados reales, plateados relucientes, fluorescentes vibrantes y capas versátiles de blanco y transparente”. “Nos queda claro que el mundo cambió en todos los sentidos, por ello los impresores requieren de software, aplicaciones, impresoras, tintas y acabados que creen un impacto sorprendente para que sus clientes tengan mejores resultados. En Xerox contamos con la primera plataforma digital en línea de seis colores del mundo, la cual ofrece una calidad de imagen asombrosa, efectos sensoriales y tonos metálicos deslumbrantes, en una sola pasada”, Ezequiel Bardas, Director General de Xerox Mexicana y Líder de la estrategia de Artes Gráficas en LATAM.

En México también estuvimos presentes, a tra-

vés de nuestro canal “SD Soluciones Digitales”, donde hubo promociones especiales y los asistentes pudieron descubrir más sobre uno de nuestros equipos, la prensa Versant.

INNOVACIONES PRESENTADAS EN FESPA QUE MARCAN TENDENCIA EN EL SECTOR GRÁFICO

- **Confident Color:** nuestras prensas están diseñadas para ofrecer calidad de color lista para imprimir desde la primera hasta la última hoja. Confident Color es la suma de tecnologías, experiencia en asesoramiento, herramientas de desarrollo comercial, soluciones personalizadas y socios que permitirán que no rechaces más trabajos que pidan PANTONE® exacto.
- **FreeFlow Core:** proporciona un nivel extraordinario de flexibilidad, funcionamiento avanzado de flujos de trabajo y administración de color en las prensas de producción Xerox. Mejora la productividad al crear colas de impresión de procesamiento en paralelo y programables, que pueden volver a utilizarse.
- **XMPie:** potencia el poder del marketing gracias a campañas impresas con datos variables e integra PersonalEffect®StoreFlow™, la solución de software todo en uno de Web a impresión, para crear y administrar tiendas en línea y portales de marketing.

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.

FUJIFILM AMPLÍA SU POTENTE CATÁLOGO DE PRODUCTOS CON UNA PRENSA DIGITAL QUE EMPLEA TECNOLOGÍA DE TÓNER SECO

Presenta dos series del modelo Revoria Press, la Revoria Press PC1120 y la Revoria Press E1.

Fujifilm incorpora potentes productos que emplean tecnología de tóner seco a su oferta de impresoras profesionales con el lanzamiento de dos modelos de impresoras de producción bajo la nueva marca Revoria: **Revoria Press PC1120**, una impresora de producción en color para el mercado profesional de gama alta, y **Revoria Press E1 Series**, una impresora de producción monocromo para la impresión bajo demanda, que sirven tanto para uso profesional como de oficina. Estos dos modelos nuevos se comercializarán a partir del 1 de octubre en Alemania, Italia, Portugal y España.

Impresora en color de gama alta Revoria Press PC1120, para el mercado profesional.



Presentación de la Revoria PressTM PC1120

Diseñada para ayudar a las empresas de impresión en su expansión empresarial y para que puedan aumentar su productividad con nuevas aplicaciones, IA y tecnologías de automatización.

- Equipada con un motor de impresión de seis colores y una pasada, incluye hasta dos tóneres especiales que permiten usar oro, plata, transparente, blanco y rosa además de los tóneres CMYK básicos.
- Las funciones Air Suction FeederNota 1 y Static Eliminator Nota 1 proporcionan una gran estabilidad en la alimentación del papel y facilitan el trabajo con una gran variedad de papeles (por ejemplo, papel estucado cohesivo y papel film).
- Los datos de la imagen se dividen automáticamente en cinco colores: cian, magenta, amarillo, negro (CMYK) y rosa.



- La inteligencia artificial (IA) permite realizar correcciones automáticas para las imágenes fotográficas.
- Imprime a una velocidad elevada de 120 páginas por minuto (A4 horizontal) logrando una alta definición y copias con una resolución máxima de 2400 ppp gracias a su tóner Super EA-EcoNota 2, que destaca por tener las partículas de tóner más pequeñas del mercado.
- El alimentador permite gestionar distintos gramajes de papel, desde un papel fino de 52 gsm a papeles gruesos de 400 gsm.
- Una versátil gama de procesamiento posterior en línea que puede utilizarse para el plegado de papel, el grapado, el corte a tres bandas y el grapado con acabado de lomo cuadrado.
- El servidor de impresión de alto rendimiento (Revoria Flow PC11) lleva a cabo el procesamiento de RIP con una resolución de 1200 x 1200 ppp y 10 bits por color (1024 gradaciones), lo que permite generar datos de imágenes de alta calidad.

PRESENTACIÓN DE LA REVORIA PRESS TM E1 SERIES

Una máquina que eleva el listón de las aplicaciones monocromo gracias a su excelente calidad de imagen y su amplia gama de aplicaciones.

- Imprime a una velocidad elevada de 136 páginas por minutoNota 3, logrando una

alta definición y copias con una resolución máxima de 2400 ppp gracias a su tóner EA-EcoNota 2 LGKNota 4, con un tamaño extremadamente pequeño de partículas de tóner.

- La función Air Suction FeederNota 1 (alimentador por aspiración del aire) permite una salida continua estable y de alta velocidad para una gran variedad de papel, como el papel preimpreso que utiliza polvo y el papel estucado cohesivo.
- El alimentador permite gestionar distintos gramajes de papel, desde un papel fino de 52 gsm hasta papeles gruesos de 350 gsm; la bandeja de papel es compatible con distintos tamaños de papel para impresión, desde papeles pequeños de 100 x 148 mm hasta papeles largosNota 1 de 330 mm x 660 mm.
- Una versátil gama de procesamiento posterior en línea que puede utilizarse para el plegado de papel, el grapado, el corte a tres bandas y el grapado con acabado de lomo cuadrado.
- La función SIQA (Simple Image Quality Adjustment) corrige automáticamente la calidad de la imagen escaneando un gráfico de calibración, lo que mejora la eficiencia de las correcciones en la calidad de las imágenes.
- Equipada con funciones de copia y escaneado para los trabajos de oficina.

Impresora monocroma Revoria Press E1 Series, tanto para uso profesional como de oficina.



LAS IMPRESORAS DE GRAN FORMATO DE HP PERMITEN REDUCIR PLAZOS DE ENTREGA Y MEJORAN LA CALIDAD

LAS NUEVAS E INNOVADORAS IMPRESORAS HP DESIGNJET
MEJORAN EL RENDIMIENTO DE SUS APLICACIONES



HP ha presentado una nueva serie de dispositivos DesignJet para equipar a los profesionales de la impresión de gran formato con la tecnología necesaria para afrontar la nueva situación y que su negocio siga creciendo. Estas nuevas gamas también ofrecen una calidad fotográfica y de color avanzada, una mayor precisión y un nuevo potencial de aplicaciones gráficas, al tiempo que permiten mejorar la sostenibilidad.

Los dos nuevos dispositivos HP DesignJet Z Pro, ofrecen a los proveedores de servicios de impresión (PSP) y a los profesionales de sistemas de información geográfica (SIG) las últimas soluciones para producir impresiones profesionales de calidad fotográfica y mapas generados por SIG con gran precisión de color.

"Mientras nuestros clientes siguen lidiando con las fluctuantes condiciones de negocio tras un par de años excepcionalmente difíciles, sabemos que la ampliación de sus aplicaciones de impresión, la capacidad de moverse rápidamente y el excelente rendimiento gráfico y de color definen sus necesidades de impresión en gran formato", ha señalado Daniel Martínez, director general del Negocio de Gran Formato de HP. *"Por ello, presentamos las nuevas series HP DesignJet Z Pro, este portafolio está diseñado para ayudar a los usuarios a sortear la incertidumbre de la demanda, responder a plazos más ajustados y desbloquear el potencial no explotado de sus propias ofertas".*

LA MAYOR CALIDAD DE COLOR DE SU CLASE CON HP DESIGNJET

Con motivo del 30º aniversario del primer producto DesignJet, las nuevas HP DesignJet Z6 Pro y Z9+ Pro ofrecen a los PSP y a los profesionales de SIG, respectivamente, la mejor calidad y precisión fotográfica profesional de la historia, junto con las mejores funciones de seguridad.

Gracias a las tintas RGB cromáticas HP Vivid Photo, los usuarios de la HP DesignJet Z Pro

pueden conseguir ahora una cobertura de pantones del 93% (un 26% más de gama en comparación con la generación anterior) y producir impresiones con la calidad de imagen de una impresora de 12 tintas con sólo nueve.

Otras características adicionales, como los cabezales de impresión de arquitectura de boquilla de alta definición (HDNA) y la tecnología de doble gota, que reduce el grano visible y elimina la necesidad de utilizar tintas de color claro, prometen impresiones con detalles nítidos y contrastes deslumbrantes.

La HP DesignJet Z9+ Pro, que ofrece la gama de colores más amplia de su categoría, es la opción perfecta para los impresores que buscan una impresora de calidad fotográfica profesional. Los usuarios pueden personalizar los perfiles ICC para sus trabajos de impresión y conseguir la precisión y consistencia de color deseadas. Los PSP también tienen la opción de incluir el kit de mejora del brillo de HP para producir una uniformidad de brillo superior.

HP DesignJet Z6 Pro es la impresora de gran formato más segura del mercado, y promete la mejor protección de datos mediante comunicaciones cifradas y listas de control de acceso. Funciones como HP Connection Inspector, HP Secure Boot y Whitelisting garantizan la mejor protección de la red, dejando de lado todas las preocupaciones sobre la seguridad de los datos.

Tanto la HP DesignJet Z6 Pro como la Z9+ Pro también mejoran la eficiencia con el manejo de soportes más rápido, sin eje y con alimentación automática de rollos. La HP DesignJet Z6 Pro imprime el doble de rápido en papel normal con la misma calidad, mientras que la HP DesignJet Z9+ Pro permite una velocidad de impresión hasta un 18% más rápida en soportes fotográficos satinados y un 46% más rápida en lienzos.





SOLUCIONES

NEOBIS PRESS 166 **neobis**

¿DISPONE TU EMPRESA DE UN PROTOCOLO DE USO DE DISPOSITIVOS DIGITALES PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL PERSONAL?

AUTOR: José Antonio Pompa Garayzábal.
Director consultoría Jurídico-Laboral neobis

**CONTACTA
CON NEOBIS**

912 437 400 

japompa@neobis.es 

Son muchas las personas que prestan servicios en el sector de la comunicación gráfica a través de herramientas digitales e informáticas puestas a su disposición por las empresas, pero ¿nos hemos planteado qué consecuencias se pueden derivar de su uso? ¿Conocemos los derechos y obligaciones de cada parte en este ámbito? ¿Tenemos un protocolo que regule su utilización y sus límites?

El tema que abordamos tiene suma importancia en las relaciones laborales de hoy en día, ya que cada vez es más habitual la entrega o puesta a disposición de ordenadores, dispositivos móviles, accesos a internet, etc., a muchas de las personas que ocupan puestos en

las empresas; sin embargo, en determinados casos, no se está atendiendo ni a las obligaciones de las partes al respecto, ni a los riesgos que ello supone. Para que tomemos conciencia de la importancia del tema que tratamos, nada más y nada menos que una ley orgánica es la encargada de regular este asunto (son leyes orgánicas las relativas al desarrollo de los derechos fundamentales y de las libertades públicas).

La Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales es una norma que regula aspectos que afectan al orden laboral tales como:



- El derecho a la intimidad y el uso de dispositivos digitales.
- El derecho a la desconexión digital.
- El derecho a la intimidad frente al uso de dispositivos de videovigilancia y de grabación de sonidos.
- El derecho a la intimidad ante la utilización de sistemas de geolocalización.

Nos centramos en los dos primeros puntos. La clave en este asunto se encuentra en que las empresas han de establecer los criterios de utilización de los dispositivos digitales, ya que es una obligación establecida en la indicada norma. En la elaboración de este protocolo han de participar los representantes legales de las personas trabajadoras. El derecho fundamental que está en juego es el derecho a la intimidad, por lo que las normas que se establezcan han de tener en cuenta el mismo y respetarlo en todo momento.

Uno de los supuestos más claros en los que entra en conflicto el derecho a la intimidad de la persona trabajadora con el control informático de la empresa es, por ejemplo, cuando se hace imprescindible el acceso al contenido, información y mensajes de los dispositivos digitales puestos a disposición de aquella para comprobar algún tipo de incumplimiento. En estos casos, si no existe un protocolo conocido por el trabajador o trabajadora y no se respeta un procedimiento preestablecido con todas las garantías necesarias, podríamos encontrarnos ante una vulneración del derecho a la intimidad y al secreto de las comunicaciones, con todas las consecuencias que ello puede tener, pero que no es objeto de este artículo.

La recomendación es tener elaborado un documento con el conjunto de normas y criterios de utilización de los dispositivos digitales y móviles, con el aval de la representación legal de las personas trabajadoras, y que el mismo sea entregado al trabajador o trabajadora desde el mismo comienzo de la relación laboral, dejando constancia de su recepción. El contenido del protocolo ha de tener la complejidad

y amplitud que cada empresa considere necesario en su supuesto concreto, pero, al menos, consideramos fundamental que especifique:

- Qué se considera como dispositivos y medios digitales.
- Delimitación del uso que ha de darse a los mismos.
- Prohibiciones y obligaciones de la persona trabajadora.
- Posibilidades de control empresarial y procedimientos.
- Tratamiento de datos.
- Desconexión digital.

El trabajo a distancia, y más concretamente el teletrabajo, ha tenido un impulso motivado por la pandemia en la realidad laboral actual y, pese a que el tiempo dirá hasta dónde alcanzará su implantación, lo que sí está claro es que necesita una claridad en su inicio. La Ley 10/2021, de 9 de julio, de trabajo a distancia exige que en el contenido del acuerdo entre las partes se especifiquen los medios, equipos y herramientas necesarios para el desarrollo del trabajo, los medios de control empresarial de la actividad y las instrucciones en materia de seguridad de la información y protección de datos, entre otros contenidos. No cabe duda de que sin el protocolo al que hacemos referencia en el presente artículo, no podremos afrontar con seguridad el trabajo a distancia en la empresa.

Por último, haremos una referencia a la desconexión digital indicando que las empresas han de establecer una política en la que:

- se definan las modalidades de ejercicio del derecho a la desconexión para todos las personas, incluidos directivos;
- debe incluir acciones de formación y sensibilización del personal sobre un uso razonable de las herramientas tecnológicas;
- en particular, debe hacerse especial referencia al supuesto del trabajo a distancia, en su caso.

Esta política debe aprobarse previa audiencia de los representantes de los trabajadores.

FASSON®



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

<https://fassonsheets.lecta.com>

www.torrasdistribucion.com

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

¿ES NECESARIA UNA NUEVA APUESTA EUROPEA POR LA REINDUS- TRIALIZACIÓN?

Como sector tradicionalmente industrial, somos conocedores y sufridores directos de la pérdida de la capacidad industrial en España en las últimas décadas. Los datos lo reafirman: el Eurostat refleja que España no alcanza el objetivo marcado por la Unión Europea que fija que el 20 por ciento de su PIB provenga del sector industrial, tal y como se marcó en el Horizonte 2020 y, además, este porcentaje del PIB es inferior al de otros países de nuestro entorno. Esto implica dos graves problemas: el primero, que dependemos de otros países para conseguir gran parte de nuestros productos y, el segundo derivado del primero, que estamos viviendo el desabastecimiento de materias primas y productos.

Este problema no se está dando únicamente a nivel nacional, si no que todos los países desarrollados están en la misma situación pero, en el presente artículo, nos vamos a centrar principalmente en la Unión Europea y, por ende, en nuestro propio país a fin de entender lo que está ocurriendo.

La capacidad industrial de un país es importantísima, todas las grandes potencias de la historia han tenido una capacidad industrial que ha sido la base y sustento de ese poderío económico. Sólo tenemos que pensar en grandes países actuales como EE.UU, China, Alemania, Rusia... todos tienen una industria fuerte y poderosa (en unos casos más que en otros, pero ninguno está carente de ella.). El caso de China es el más singular de todos y el más angular para entender la situación actual. Desde hace décadas muchas de las industrias de la Unión Europea se han deslocalizado a China o a otros países asiáticos, beneficiándose de legislaciones laborales más laxas, trabajadores con menos derechos, suelo baratísimo etc. China ha sido quien mejor aprovechó esta oportunidad de dos maneras distintas. La primera, consiguió empleos (aunque fuera precarios) para una gran parte de su amplísima población que vivía en situaciones de extrema pobreza. La segunda, fácilmente consiguió la entrada a su territorio de tecnología, conoci-

mientos, productos que desconocía y que se dedicó a copiar y a producir significativamente más baratos que las industrias localizadas, produciéndose lógicamente una competencia en la que solamente se podía ganar por la vía de la calidad, no por la vía del precio.

Todos podemos recordar los primeros "Todo a 100" que hubo en España, esos bazares que vendían las cosas más básicas, pero también las más peregrinas a un precio imbatible pero con una vida útil y una calidad, vamos a decir, reducidas.

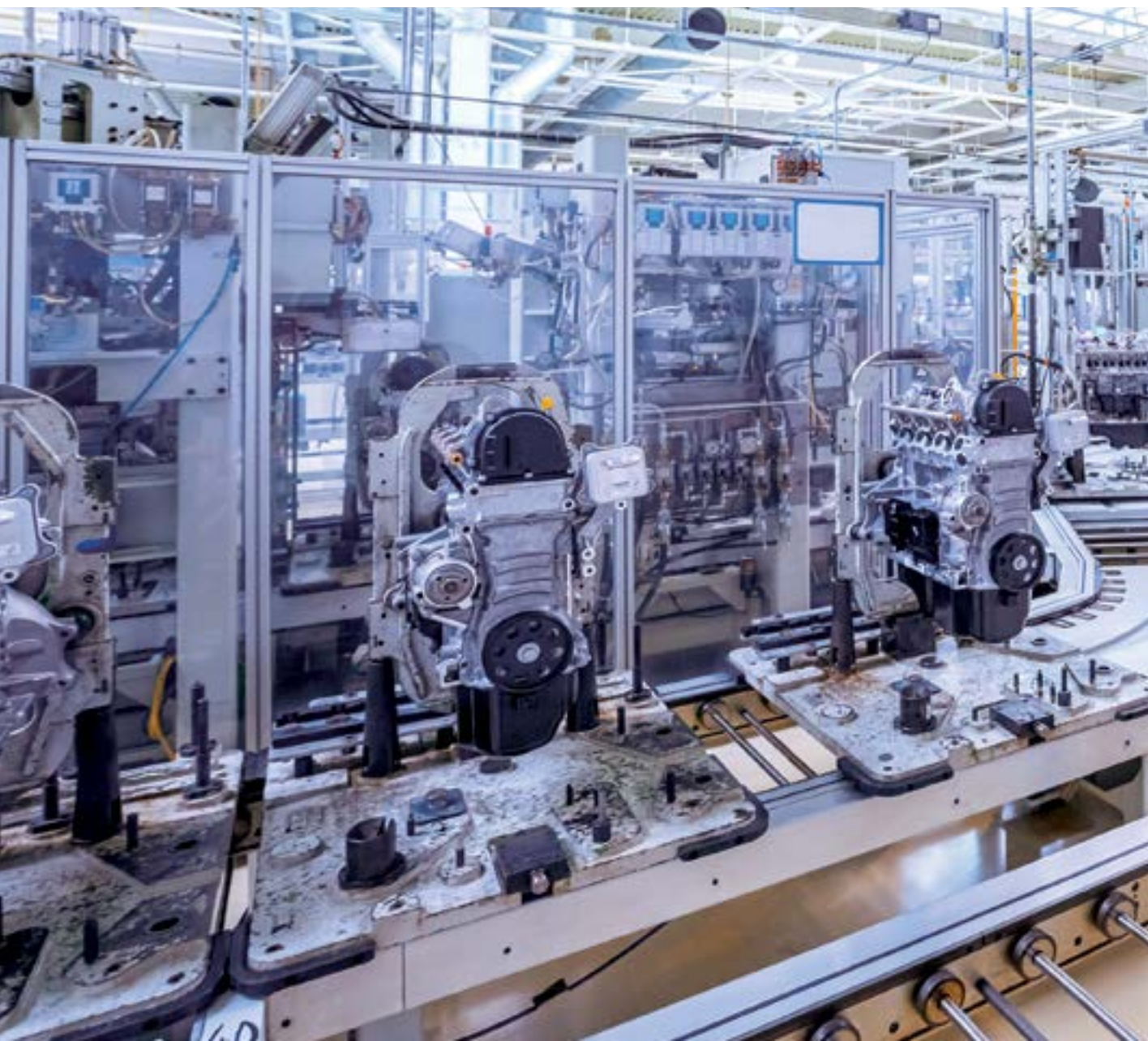
Sin embargo, con los años esta situación cambió. De China no solamente llegan productos de una calidad ínfima y copias de las invenciones occidentales, si no que cada vez China produce una mayor calidad y cuenta con productos y materias primas que ya no disponemos en Europa. Es más, China es inventora y patenta, lo que supone un cambio radical desde su estrategia inicial. Vamos a pensar en la necesidad acuciante de mascarillas durante las primeras semanas de la pandemia y la situación que se generó por falta de las mismas hasta que de China comenzaron a llegar en las cantidades necesarias. Actualmente, entre el bloqueo de los transportes o la falta de microchips o ciertos metales, la entrega de bienes como electrodomésticos o vehículos se está retrasando meses.

La pregunta del millón es, ¿cómo ha conseguido China esto en apenas unas décadas? La respuesta tiene varias partes, pero creo que para empezar a contestar, debemos comenzar por entender la cultura asiática (esa gran desconocida), y nos vamos a adentrar en ella citando una frase de la cultura afgana tan cierta como terrorífica. Los talibanes detenidos por las fuerzas occidentales siempre les decían a los soldados lo mismo: vosotros tenéis los relojes, nosotros tenemos el tiempo. Dicho en pocas palabras y de manera llana, mientras que en los gobiernos occidentales se legisla para el problema de hoy y las noticias de mañana, China tiene un plan cuidadosamente preparado



de estrategia nacional e internacional que ha ido cumpliendo punto por punto desde hace décadas. Algo que cuadra con las mentalidades asiáticas y con la frase que acabo de citar. Han mirado no solamente al largo plazo, sino que han planeado su estrategia a décadas vista consiguiendo el éxito esperado. La diferencia es que mientras que ellos nos conocen muy bien, nosotros hemos desestimado a los que hemos tenido enfrente y no nos hemos molestado ni en entenderlos mínimamente. Ciertamente es que es muchísimo más fácil plantear este tipo de estrategias cuando el régimen político es una dictadura y no una democracia, pero no ha habido ningún consenso nacional y ni a nivel europeo para poner remedio a esta situación, porque no se ha sido capaz de prever que

nos estábamos metiendo en la boca del lobo. A pesar de estar viviendo esta situación de escasez, las medidas tomadas por la mayoría de los gobiernos europeos están apostando por medidas tendentes al subsidio y la ayuda social (que también son necesarias sobre todo para el momento concreto y sus necesidades más perentorias), pero no están creando un plan para la reindustrialización europea y para evitar la devastadora dependencia que tenemos de Asia y, en concreto, de China en esta materia. Hasta Bielorrusia nos está tosiendo, usando a migrantes en situaciones inhumanas como arma arrojadiza y nos amenazan con cortarnos el suministro energético. Pero ante una Unión Europea cada vez más débil, con falta de consenso en temas fundamentales y





18, 19 Y 20 ENERO
2022 | MADRID

IMAGEN
PERSONALIZACIÓN
DIGITAL

¡Te esperamos!

¡MUCHO MÁS QUE PR- INT!

Edición
#7

NETWORKING
DEMOSTRACIONES
WORKSHOPS
CONFERENCIAS
EVENTO HÍBRIDO



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



salon-cprint.es

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



CO×crea.

Con todas las medidas
de control sanitario
para garantizar tu
seguridad

de ganas y capacidad para ponerse en su sitio, poco nos pasa.

La situación de las últimas décadas ha sido muy cómoda para los gobiernos europeos. Vamos a pensar en el caso de nuestro país, durante años la construcción y el turismo fueron el motor económico del país. Había superávit en los fondos de las pensiones por el elevado número de cotizaciones que se tenían en el momento, basadas en un nivel relativamente bajo de paro y por ser los baby-boomers los cotizantes en ese momento. Después de la caída de la construcción como sector boyante, nos seguía quedando la baza del turismo que crecía cada año. Era

un crecimiento cómodo para los gobiernos que se iban sucediendo, ya que los negocios ligados al turismo de cualquier manera, directa o indirecta,

nacían sin apenas estímulo por parte de la Administración porque requieren de una inversión inicial relativamente pequeña en la mayoría de los casos. Sin embargo, las industrias necesitan de una inversión económica inicial importantísima, así como de nuevas inversiones para su adaptación a las nuevas tecnologías y necesidades actuales que, sin fomento y sin medios, pocos son los que se atreven a llevarlas a cabo.

Lamentablemente y si queremos seguir manteniendo en Europa el Estado del Bienestar, se debe apostar por una política real de reindustrialización con un plan a nivel europeo de obligada transposición a nivel nacional que fomenta con medios económicos y humanos, así como con ideas reales y efectivas, la vuelta de las industrias perdidas en las últimas décadas, el desarrollo de las existentes y el nacimiento de nuevas de ellas como garantía de prosperidad, futuro y autodesarrollo e independencia.

CONTACTA CON NEOBIS

📞 912 437 400

✉ rtrasobares@neobis.es





VALOR REAL VS VALOR: IMPLICACIONES FISCALES

AUTOR: Carlos Granado Guijarro,
C.E.O. de Estudio de Empresas, S.A.
c.granado@cemad.es

En el artículo anterior, hicimos ya referencia a la importancia de las disposiciones contenidas en la Ley 11/2021, de 9 de julio, de medidas de prevención y lucha contra el fraude fiscal, principalmente desde el punto de vista del Ordenamiento Tributario Español.

Y el día a día “fiscal” de nuestras empresas ha confirmado, punto por punto, su relevancia ya que la aplicación inmediata de muchas de aquellas modificaciones que apuntamos, por parte de la Agencia Tributaria, ha supuesto que la instrucción de sus procedimientos más recientes cuente con la consideración de la mencionada Ley.

Sin embargo, aún queda pendiente de desarrollar un último aspecto que no debe dejarse de lado pues sus efectos serán muy considerables en un futuro no demasiado lejano: la sustitución de la referencia al concepto “valor real”, que se venía aplicando hasta ahora, por

el concepto “valor” entendido este como valor de mercado.

Es cierto que, como tiene expuesto el Tribunal Supremo y a cuya doctrina se remite la Ley en su preámbulo, cuando exista un mercado de bienes como el que se pretenda transmitir, el valor real de los mismos debe aproximarse mucho al que se determine en ese mercado. Como expone la propia Agencia Tributaria, el valor equivale al “precio más probable por el cual podría venderse, entre partes independientes, un bien libre de cargas”.

Pero no siempre, y particularmente en el caso de bienes de naturaleza inmobiliaria, tenemos esa posibilidad.

Por ello, la Ley viene a articular un procedimiento diferente para otorgar valor a los bienes inmuebles, a efectos fiscales, que se aparta definitivamente de los que se venían manejando

hasta la fecha, como eran, en resumen, la aplicación de coeficientes sobre los valores catastrales determinados previamente y la propia comprobación “in situ” de la realidad del bien y su posterior valoración pericial, determinada según baremos básicamente objetivos.

En adelante, el valor de referencia que se deberá tomar como mínimo a efectos fiscales, tanto para el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales, como para el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones y el Impuesto sobre el Patrimonio, se determinará por la Dirección General del Catastro y, a efectos de garantizar la máxima seguridad jurídica, será publicado en su sede electrónica de manera periódica.

Pensemos en cuantas operaciones diarias se van a ver afectadas por esta modificación normativa para valorar en su justa medida el alcance de la misma: desde, por ejemplo, una herencia, a la compraventa de un inmueble afecto a actividad económica, pasando por la donación de la nuda propiedad de una vivienda o el encendido debate existente sobre la bonificación o no del Impuesto sobre el Patrimonio, tendrán que considerar esta variación legislativa.

A modo ilustrativo, observamos cómo queda redactado el artículo 10 del Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, tras las modificaciones introducidas por la Ley 11/2021, recordemos que de aplicación tanto a personas físicas como a personas jurídicas:

1. La base imponible está constituida por el valor del bien transmitido o del derecho que se constituya o ceda. Únicamente serán deducibles las cargas que disminuyan el valor de los bienes, pero no las deudas aunque estén garantizadas con prenda o hipoteca.

A efectos de este impuesto, salvo que resulte de aplicación alguna de las reglas contenidas en los apartados siguientes de este artículo o en los artículos siguientes,

se considerará valor de los bienes y derechos su valor de mercado. No obstante, si el valor declarado por los interesados, el precio o contraprestación pactada o ambos son superiores al valor de mercado, la mayor de esas magnitudes se tomará como base imponible.

Se entenderá por valor de mercado el precio más probable por el cual podría venderse, entre partes independientes, un bien libre de cargas.

2. En el caso de los bienes inmuebles, su valor será el valor de referencia previsto en la normativa reguladora del catastro inmobiliario, a la fecha de devengo del impuesto.

No obstante, si el valor del bien inmueble declarado por los interesados, el precio o contraprestación pactada, o ambos son superiores a su valor de referencia, se tomará como base imponible la mayor de estas magnitudes.

Cuando no exista valor de referencia o este no pueda ser certificado por la Dirección General del Catastro, la base imponible, sin perjuicio de la comprobación administrativa, será la mayor de las siguientes magnitudes: el valor declarado por los interesados, el precio o contraprestación pactada o el valor de mercado.

Por el momento, la Dirección General del Catastro se encuentra trabajando en la determinación de los valores de referencia para el ejercicio 2022, y será en el momento de su puesta a disposición de los contribuyentes cuando comprobemos la magnitud de la variación normativa que esto supone, aunque podemos avanzar que sin duda será singular, ya que los primeros mapas de valores, tanto urbanos como rústicos, que se han publicado el pasado 14 de octubre, a estos efectos, contienen información suficiente para que pensemos en que esta no es una cuestión de importancia menor.



Te **INTERESA**

NEOBIS PRESS 166

CIBERSEGUROS: "TERCERIZANDO" EL RIESGO EN CIBERSEGURIDAD

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

Una empresa previsorora debe conocer los riesgos de que se produzcan incidentes de ciberseguridad que puedan afectar a la continuidad del negocio. Este conocimiento sirve para valorar los efectos a corto y medio plazo ante amenazas reales, como verse afectado por un ransomware o una fuga de información, sufrir una intrusión u otros. Existen distintas opciones: aceptarlos, evitarlos, mitigarlos o transferirlos. Una forma particular de transferirlos es **contratar un ciberseguro**.

Es importante saber que actuar con previsión es fundamental para esquivar parcial o totalmente el daño que puede producir un eventual incidente de seguridad. Además, en el caso de que no sea posible evitarlo, estarás mejor preparado para proporcionar una respuesta contundente que minimice sus efectos.

Para empezar, hay que realizar un estudio de las amenazas que pueden afectar a la empresa, es decir, iniciar **un análisis de los riesgos**. A continuación, a la vista a los resultados obtenidos, es necesario **evaluar los riesgos** con más detalle, teniendo en cuenta la probabilidad de que ocurra cada amenaza, y valorar lo que costaría recuperarse, es decir, su impacto.

Con el objeto de **facilitar la toma de decisio-**

nes, se usa una herramienta conocida como **mapa de riesgos**, que permite evaluar de forma visual los datos obtenidos en el análisis previo. Estos mapas ayudarán a seleccionar la forma de gestión adecuada de cada riesgo concreto, según una prioridad establecida previamente. Una vez realizada la evaluación de los resultados obtenidos en el mapa de riesgos, el siguiente paso es **decidir** qué hacer respecto al tratamiento de cada uno de ellos.

¿CÓMO GESTIONAR UN RIESGO?

A la vista de los resultados del mapa de riesgos, la empresa puede decidirse a realizar las siguientes acciones para contrarrestar los efectos de cada posible riesgo:

- **Aceptar el riesgo:** esta opción es válida en los casos en los que si se materializase la amenaza, podría causar daños o perjuicios de cuantía poco notable. Dicho en otras palabras, es tolerable o son riesgos menores.
- **Evitar o eliminar el riesgo:** esta alternativa es la opuesta, para riesgos muy preocupantes. Consiste en cambiar nuestro proceso para esquivar ese riesgo, dejando de utilizar el sistema o elemento que está amenazado. La elegiremos en aquellas situaciones que son muy frecuentes (alta probabilidad) y con mucho impacto.
- **Reducirlo o mitigarlo:** en esta opción



tendremos que implantar medidas que ayuden a hacer desaparecer este riesgo, o por lo menos, minimizar sus efectos. Es útil para riesgos muy probables y de impacto medio o bajo.

- **Transferir el riesgo:** esta alternativa sirve en aquellas situaciones en las que el impacto es muy alto, aunque su probabilidad sea media o baja. Son riesgos excepcionales. En estos casos resulta ventajoso para la empresa que un tercero o una compañía filial se comprometa a reparar los daños.

TRANSFERENCIA DE RIESGOS

En aquellos riesgos en los que la empresa tenga que destinar una cantidad elevada de recursos para mitigar los efectos perniciosos del posible incidente, es conveniente estudiar la opción de la **transferencia** del riesgo a un tercero, que puede ser un *partner* tecnológico, un departamento de la empresa o una compañía aseguradora.

Una vía que está convirtiéndose en una solu-

ción muy interesante, es la **contratación de un ciberseguro**, que nos ayude a tratar las consecuencias negativas de la materialización de la amenaza. La aseguradora evaluará previamente a la firma del contrato todos los aspectos técnicos y de ciberseguridad que tiene la empresa en sus infraestructuras tecnológicas. Tras detectar vulnerabilidades, como configuraciones inseguras, sistemas no actualizados o falta de procedimientos o formación, exigirá las correcciones y mejoras necesarias para alcanzar un mínimo de seguridad antes de ofrecernos el seguro.

Es muy importante tener en cuenta las condiciones que establezca la aseguradora, ya que, como ocurren con otras modalidades de seguros (automóvil, hogar, etc.) no estarán cubiertos los incidentes que sean atribuibles a nuestra empresa por comportamientos ilícitos o intencionados, como puede ser la vulneración de las normativas en vigor en materia de comercio electrónico o de protección de datos.





el sector **en verde**

NEOBIS PRESS 166



NUEVA NORMATIVA SOBRE USO DE MARCA FSC®

AUTOR: Sergio Ródenas, colaborador, Consultoría Medioambiente neobis

El estándar de “Requisitos para el uso de marcas registradas FSC® por parte de titulares de certificados FSC-STD-50-001 V2-1” ya está aquí. Aprobado el 31 de mayo de 2021 entrará en vigor el 1 de enero de 2022.

Como viene siendo habitual en todos los cambios de normativa que hace el *Forest Stewardship Council*® habrá un periodo de transición en el que convivirán la norma actual, en versión 2-0, con la versión 2-1.

Mientras dure ese periodo, desde el 1 de enero de 2022 hasta el 30 de junio de 2024, se podrán utilizar tanto las versiones nuevas

de los logos y etiquetas como las que se han venido utilizando hasta ahora.

Cuando el periodo de transición expire, las existencias de productos etiquetados y materiales promocionales que ya habían sido aprobados como correctos conforme a versiones anteriores de los estándares de marcas registradas del FSC podrían seguir usándose y distribuyéndose.

Es decir, si tengo unos folletos corporativos con logos FSC, aprobados de acuerdo a la anterior norma en stock, y quedase stock en 2025 podría seguir entregándolos a los clientes.



El estándar abarca el uso de las marcas registradas FSC en productos certificados, el uso para promoción de esos productos certificados y el uso para promoción del estatus de la empresa como titular de un certificado en cadena de custodia. En resumidas cuentas, cualquier uso de las marcas FSC que no sea interno, deberá respetar los requisitos de dicha normativa.

Como principales cambios encontramos una modificación de las leyendas que acompañan a los logos/etiquetas FSC MIXTO y que se actualiza del actual ww“Procedentes de fuentes responsables” a “Apoyando la silvicultura responsable”. Si bien es un cambio menor, afecta a la etiqueta más utilizada por el sector de la comunicación.

También se han realizado una serie de aclaraciones al respecto de las marcas FSC y lo que se entiende como “Madera Controlada”, al no ser esta una materia prima que se utilice en el sector de la comunicación gráfica, solo hay que tener en cuenta que las marcas del FSC no pueden utilizarse para promocionar ese tipo de materiales.

Una pregunta que se harán bastantes usuarios de estos certificados al leer estas líneas será ¿Seguirá siendo necesario que las entidades de certificación aprueben todos los usos de las marcas en productos y elementos promocionales que realicen las empresas? La respuesta es sí, eso no ha variado, todo uso de marca deberá ser aprobado previamente antes de su uso.



APUESTA

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

¡VALORÍZATE!



Gestión de residuos
peligrosos y no peligrosos



Consultoría
medioambiental



Transporte y
autorizaciones propias

Síguenos en:



Socio colaborador de:



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

www.valorizacionmedioambiental.com
comercial@valorizacionmedioambiental.com



valorización medioambiental



TU Tiempo

NEOBIS PRESS 166

CHEFCHAOUEN

LA PERLA DEL NORTE, MARRUECOS

AUTOR: Carlos Utasá, Q-Travel.

FUENTES CONSULTADAS: Oficina de turismo de Marruecos y DUAOC (Agencia mayorista de viajes)

Llamada Chaouen por sus fundadores los bereberes en el siglo XV, fue ciudad de acogida de moriscos y judíos expulsados de España que crearon en este enclave único y medio montañoso su preciosa y encantadora medina.

Conocida como “la ciudad azul” por los edificios azules de diferentes tonalidades de su casco antiguo, se localiza en las montañas Rif situadas al noroeste de Marruecos; siendo capital de la provincia del mismo nombre en la región de Tánger-Tetuán, con una población de más de 40.000 habitantes.

Si bien su acceso más habitual es como excursión desde Fez o Tánger cuando realizamos viajes organizados desde nuestra ciudad; podemos incluirla en nuestra ruta sea cual sea nuestro itinerario: En coche desde Ceuta o lle-

gando en vuelo directo desde Madrid o Barcelona a Tánger; siempre con parada obligada en la ciudad de Tetuán, cuya antigua medina está declarada Patrimonio de la Humanidad.

Nuestra visita a Chefchaouen comenzará por su puerta principal, desde donde iniciaremos nuestro **paseo para disfrutar de todos los encantos de su medina**. Este acceso se encuentra en la zona sur y se dispone con un arco de entrada que podremos localizar en la calle principal que cruza esta pequeña ciudad de oeste a este.

Desde el arco subiremos por un estrecho callejón, que más que callejón es un verdadero zoco lleno de tiendas de souvenirs, ropa y artesanías que nos llevará al centro neurálgico de la medina, la plaza Uta el-Hamman. Ya en



Chefchaouen conocida como “la ciudad azul” se localiza en las montañas Rif situadas al noroeste de Marruecos.





Foto inferior: La Gran Mezquita del siglo XV muestra una torre octogonal, configuración muy poco habitual en las mezquitas de Marruecos.

el corazón de la medina, podremos contemplar la alcazaba o kasba; fortaleza restaurada en cuyo interior podremos visitar un pequeño museo etnográfico de tres plantas que nos hace un recorrido muy interesante por algunos de los oficios y costumbres de la cultura marroquí, que curiosamente conservan la mayoría de ciudades y pueblos. También nos

llama la atención la **Gran Mezquita** del siglo XV, la cual muestra una torre octogonal, configuración muy poco habitual en las mezquitas de Marruecos. En esta famosa plaza podremos encontrar infinidad de terrazas, cafés y restaurantes; apreciando siempre una gran animación tanto de gentes locales como de turistas.

Continuaremos nuestra visita subiendo por sus distintas callejuelas hasta llegar a la parte más alta donde, si bien seguiremos encontrando tiendas de artesanos locales, comenzaremos a vislumbrar el verdadero encanto de Chefchaouen; la zona residencial que encierra los rincones más característicos donde las estampas de las fachadas con su peculiar color azul dan paso a escalinatas, patios interiores, pasajes con arcos y un sinfín de arquitecturas típicas que harán las delicias de los aficionados a la fotografía.

Gracias a los artesanos locales de esta zona de



la medina, podremos hacernos una idea más fiel de sus costumbres y forma de vida gracias a sus pinturas, cerámicas, artesanías forjadas en hierro, esculturas, etc.; siendo casi imposible no llevarnos alguno de estos artículos de recuerdo; eso sí, siempre después del imprescindible “regateo”.

Durante la visita podremos deleitarnos con un refrescante zumo de naranja por poco más de 50 céntimos, recién exprimido justo antes de servirlo. Dentro de las compras típicas, también podremos adquirir tintes y sus famosas chilabas de lana con capucha, las cuales lleva casi toda la población en la época invernal. Para culminar nuestro paseo, seguiremos subiendo hasta llegar al arco de salida que se abre en la zona norte de la muralla, para después bajar a la cascada y los lavaderos; una zona muy frecuentada en días festivos por visitantes, sobre todo marroquíes, los cuales se refrescan en las pozas que se forman en esta garganta por donde baja el agua.

Allí podremos ver a las campesinas ataviadas con sus trajes típicos y coloridos gorros de paja, las cuales ganan alguna propina dejándose fotografiar con los turistas.

A la hora de comer, no todos los restaurantes de la plaza Uta el-Hamman están recomendados para turistas; algunos de los establecimientos típicos son: Restaurante El Hassan (en la parte alta de la plaza) y Casa Aladín, con un mirador cubierto y terraza que lo convierten en uno de los más frecuentados. En ambos podrás degustar las mejores especialidades marroquíes por unos 10€ el menú. Después de nuestra visita, podremos descansar en alguna de las terrazas de la plaza degustando un típico té verde con azúcar y hojas frescas de menta.

Sin duda Chefchaouen es uno de los secretos mejor guardados del país que no debemos dudar en visitar cuando viajemos a Marruecos.



A la izquierda: Desde el arco de entrada subiremos por un estrecho callejón lleno de tiendas de souvenirs, ropa y artesanías que nos llevará al centro neurálgico de la medina, la plaza Uta el-Hamman.

A la derecha: La zona residencial encierra rincones característicos con fachadas que dan paso a escalinatas, patios interiores, pasajes con arcos y un sinfín de arquitecturas típicas.



LECTURA RECOMENDADA

Libro recomendado por José Manuel Pulgarín alumno de 2º curso de Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia en el IES Luis Buñuel, Madrid:

EL CORREDOR DEL LABERINTO

James Dashne

Es un libro dinámico en el que abunda la acción, poco predecible y con un final inesperado que me atrapó de principio a fin.

.....

Libro recomendado por Ángel Carmona, de Ancares Artes Gráficas:

LA HISTORIA INTERMINABLE

Michael Ende

Es difícil escoger, pero recuerdo la lectura de este libro, pude disfrutarlo antes de que la película definiese sus escenarios.

Libro recomendado por Manuel Carmona, de Ancares Artes Gráficas:

PSICOLOGÍA DE LA PERSUASIÓN

Robert Cialdini

Considero que la Psicología mueve las diferentes sociedades en función de su cultura y grado de conocimiento

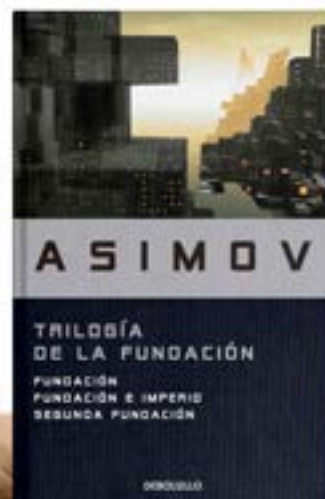
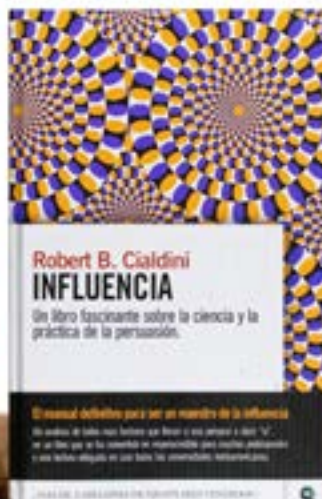
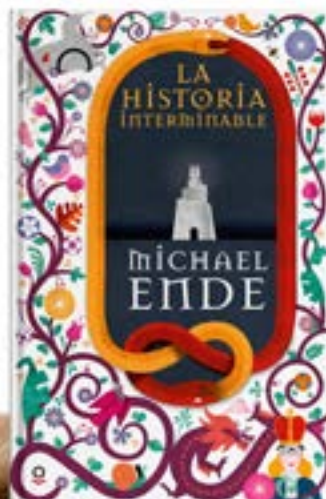
.....

Libro recomendado por Adrián Carmona, de Ancares Artes Gráficas:

FUNDACIÓN

Isaac Asimov

Es una trilogía que cuenta la historia de un planeta que pasa por varias crisis y cómo las supera fortaleciéndose en el camino.





Horizon

StitchLiner Mark III

la **nueva** generación

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



www.opqsystems.net

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

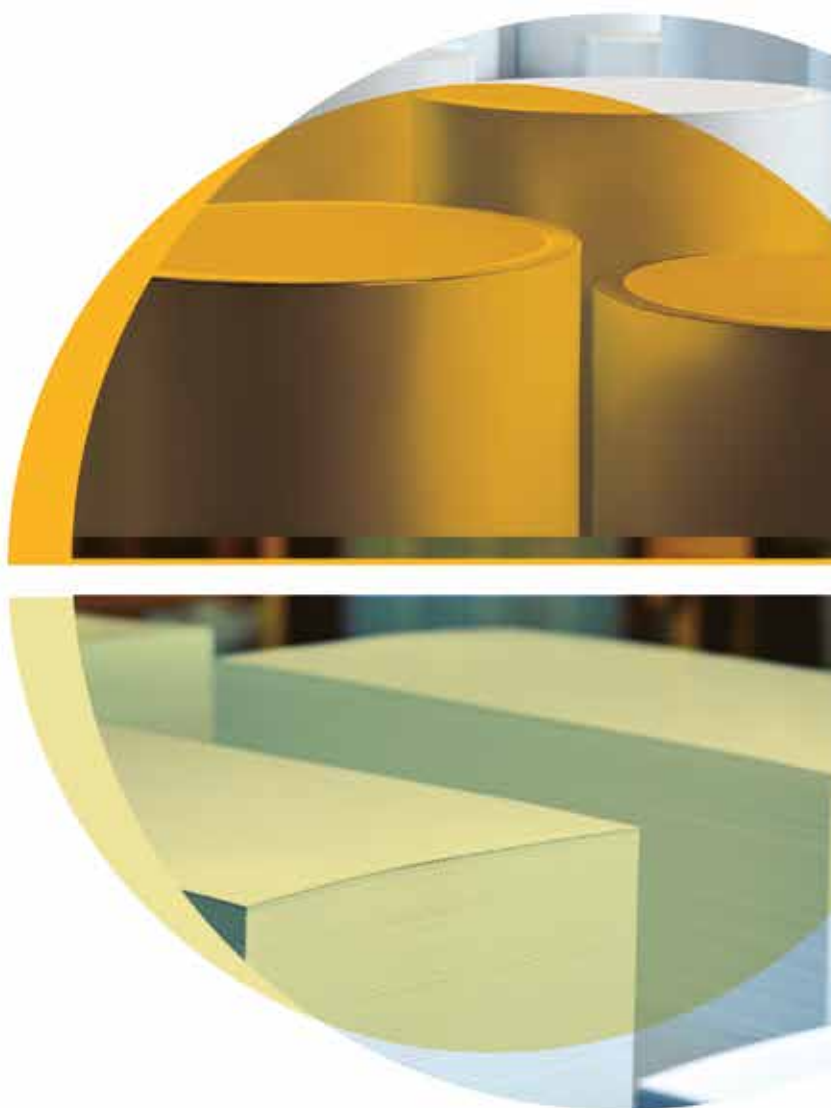


Maquinaria Gráfica, S.L.
desde 1996

Horizon

PAPELES Y CARTONES PARA LA INDUSTRIA GRÁFICA

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



PAPEL Y CARTÓN

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

comart@comartsa.com

www.comartsa.com