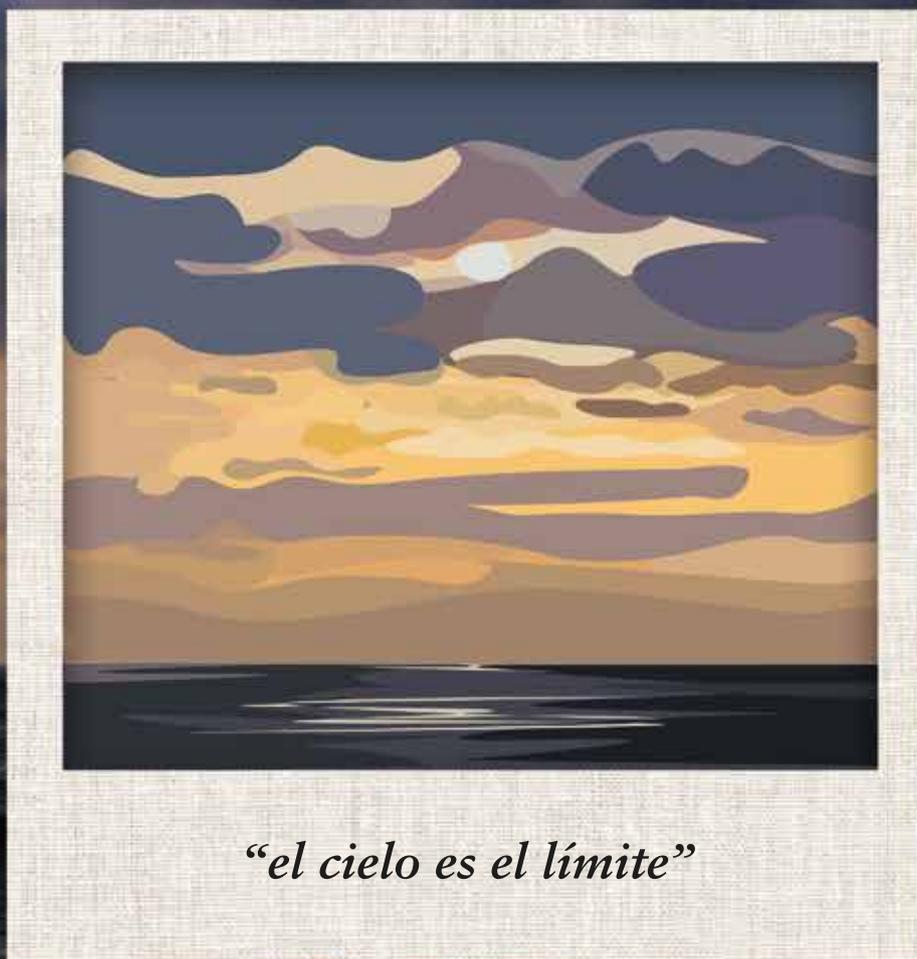


neobis press

REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA • Nº172



“el cielo es el límite”



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

UN NUEVO CONVENIO COLECTIVO

Editorial

En el mes de junio se ha firmado el Convenio Colectivo Estatal del sector. Probablemente ha sido una de las negociaciones colectivas más complejas de los últimos años, siendo diversos los factores que han originado estas dificultades. Por una parte los importantes y acelerados incrementos del salario mínimo interprofesional, lo que supuso que determinados niveles salariales se vieran superados por el mismo; junto con los cambios normativos de los últimos años, como la reforma laboral en materia de contratación. Por otro, la diversidad de tamaño de las empresas y la heterogeneidad de actividades y de éxito, lo que desemboca en un escenario de intereses contrapuestos que no hacen más que dificultar la necesaria unidad de acción en la negociación.

Agradecer la generosidad de las empresas asociadas, que son quienes contribuyen a la existencia y mantenimiento de neobis, que a su vez las representa en FEIGRAF. Una de las razones de ser de una asociación empresarial es precisamente la representación de las empresas en la negociación colectiva, cuyo resultado beneficia finalmente al conjunto, tanto a las empresas asociadas a organizaciones como a las que no.

El Convenio Colectivo no es solamente una norma laboral, también es una imagen del sector y un instrumento para modernizarlo, sin perder de vista las necesidades de las empresas, ya que sin estas, nada tendría sentido.



Son muchos los cambios sociales que se vienen produciendo en los últimos años, entre ellos el hecho de que las nuevas generaciones valoran, cada vez más su tiempo y las posibilidades de conciliación, en términos generales. De la mano de esta realidad, encontramos el problema de empleo existente y la dificultad para retener talento. Pues bien, la negociación colectiva ha de recoger medidas que contribuyan a solventarlo.

Si la sociedad, la economía, el sector, las empresas y las personas están cambiando, el Convenio Colectivo tiene que ajustarse al momento.

Edita

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

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

Director

José Antonio Pompa Garayzábal

Coordinadora

Susana Navarro

Colaboradores

Paulo Dourado
Jesús Alarcón
Olga Merino Suárez
Gonzalo Antúnez Cid
Rosario Trasobares
Sandra Fariña
Ángela Collado
Carlos Granado
Sandra Robles López
Sergio Ródenas
Carlos Utasá

Publicidad neobispress

info@neobis.es

Diseño y maquetación

Eduardo Molina Varas

Autora de la portada

Marycielo Raquel Cholan Carhuas, alumna de 1º del Ciclo Formativo de Grado Medio de Diseño y Edición de publicaciones impresas y multimedia, IES Pando, de Oviedo.

Imprime

Lince Artes Gráficas, S.L.
Dep. Leg. M. 9.805-2000

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

Se han utilizado recursos gráficos de 123rf.com para el diseño de algunas páginas de este número.

Los acabados de la portada son gentileza del GRUPONEO, S.L.

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



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



SUMARIO

ASOCIACIÓN AL DÍA

- 5 ENTREGA DEL PREMIO DE LA VII EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS A JUANDIEGO TRUJILLO
- 7 MARYCIELO RAQUEL CHOLAN, PRIMERA FINALISTA DEL VII CONCURSO NEOBISPRESS
- 8 LA JUNTA DIRECTIVA DE NEOBIS VISITA EL CUSTOMER EXPERIENCE CENTER DE CANON
- 11 ENTREVISTA A FRANCO L. GÓMEZ, DIRECTOR GENERAL DE ONELINEPRINTERS ESPAÑA

DESCUBRIENDO EL SECTOR

- 14 EL LIBRO IMPRESO ES SINÓNIMO DE INNOVACIÓN
- 16 EL SENTIDO DEL TRABAJO
- 19 RECONOCIMIENTO DE LOC ESPAÑA ANTONIO JÓDAR MORENO
- 20 LIDERAZGO Y BIENESTAR EMOCIONAL EN LAS ORGANIZACIONES
- 22 FP, DE NUEVO UN GRAN RETO
- 26 KYOCERA: MEJORA DE LA CALIDAD, RENDIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN
- 28 HEIDELBERG PRESENTA EL NUEVO SISTEMA DE IMPRESIÓN PARA FLEXOGRAFÍA BOARDMASTER EN INTERPACK 2023
- 30 CANON PRESENTA SUS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y APLICACIONES EN EL "MAKE IT BIG" DE FESPA 2023
- 32 LA INDUSTRIA DE LA IMPRESIÓN DEBE DAR UN PASO ADELANTE EN LA DESCARBONIZA-



CIÓN, Y SAPPÍ YA ESTÁ EN MARCHA

- 34 EXPOSITORES CONFIRMADOS EN C!PRINT MADRID 2023
- 36 OPQ: HORIZON AFV-566FKT, PLEGADORA EN CRUZ TOTALMENTE AUTOMÁTICA
- 37 LA CADENA DE VALOR DEL PAPEL CELEBRA SU CITA ANUAL EN #SÍPAPEL

SOLUCIONES NEOBIS

- 40 CONSULTORÍA NEOBIS
- 42 EL DEPARTAMENTO DE RR.HH DE TU EMPRESA, ¿FACILITA O ENTORPECE TUS

PROCESOS INTERNOS?

- 44 EL NUEVO CONVENIO COLECTIVO: UN REFLEJO DEL FUTURO DEL SECTOR
- 47 LA NUEVA GESTIÓN DE LOS PARTES DE IT, AHORA DESDE LA PRÁCTICA
- 50 ENTREVISTA A CARLOS GRANADO, CEO DE ESTUDIO DE EMPRESAS S.A.

TE INTERESA

- 55 OBLIGACIÓN PARA LAS ARTES GRÁFICAS DE REALIZAR LAS DECLARACIONES ANUALES DE ENVASES

EL SECTOR EN VERDE

- 58 HUELLA DE CARBONO Y FORMULARIOS MEDIOAMBIENTALES DE CLIENTES

TU TIEMPO

- 61 ISLANDIA, AVENTURA SIN LÍMITES
- 64 LECTURA RECOMENDADA



asociación
al Día

NEOBIS PRESS 172



ENTREGA DEL PREMIO DE LA VII EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS A **JUANDIEGO TRUJILLO**

EL PASADO 9 DE MARZO TUVO LUGAR LA ENTREGA DEL PREMIO DE LA VII EDICIÓN DEL CONCURSO NEOBISPRESS "DISEÑA LA PORTADA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA"

Juandiego Trujillo es alumno de segundo curso del Ciclo Formativo de Grado Medio de Preimpresión Digital, en el Colegio Tajamar y recibe el premio, una cámara Canon EOS 250D.

Su proyecto fue la portada del número 171 de la revista de la Comunicación Gráfica neo-



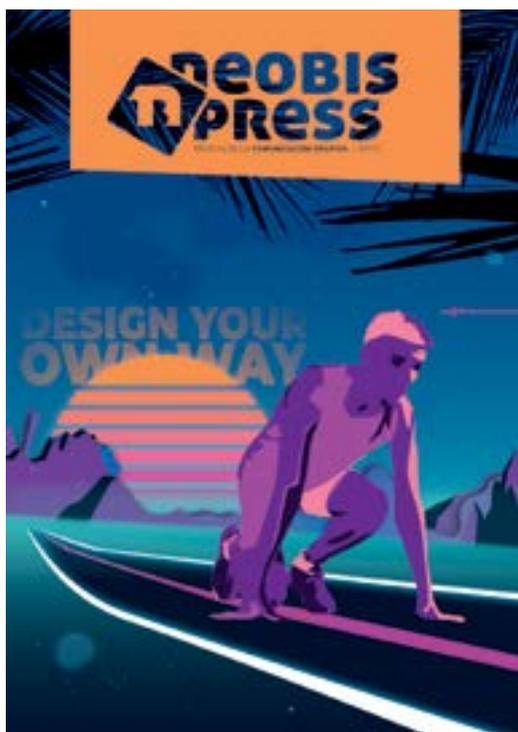
Juandiego Trujillo
junto a Álvaro García
Barbero y Francisco
Cachinero.



bispress. Francisco Cachinero, Production Business Marketing Manager de Canon España le entrega el premio al ganador y el Presidente de neobis, Álvaro García Barbero, le entrega el diploma de participación.

Abrió el acto Juan María Ortiz de Urbina, profesor del ciclo de Preimpresión Digital de Tajamar, dando la bienvenida a los asistentes y recordando con orgullo que Tajamar haya ganado dos de las siete ediciones. Comenta que el concurso "Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica" ya está consolidado y los centros esperan cada año la convocatoria. Supone un ejemplo de colaboración y de implicación de la empresa en la Formación Profesional. Valora positivamente la visibilidad que el concurso da al trabajo de los jóvenes y el nivel de calidad de los mismos.

A continuación, Juandiego dirigió unas palabras a sus compañeros animándoles a poner toda su ilusión y ganas a la hora de hacer los pequeños trabajos en clase como preámbulo al trabajo que realizarán en las empresas en un futuro. También explicó los aspectos técnicos de su diseño inspirado en el estilo artístico Synthwave.



Diseño ganador y portada del número 171 de la revista de la Comunicación Gráfica neobispress.

Francisco Cachinero, Production Business Marketing Manager de Canon España, transmitió la enhorabuena a todos los finalistas por su gran talento y, en especial, a Juandiego Trujillo por el excelente proyecto presentado. En nombre de Canon, agradeció a neobis la organización del concurso, por el papel que desempeña en la promoción y el impulso del talento más joven y por dar la oportunidad a Canon de patrocinar iniciativas tan enriquecedoras como esta.

Se trata de la colaboración con futuros profesionales del sector que serán prospectores de Canon o clientes de la marca. También valoró la dedicación y el esfuerzo de los centros de formación y de sus profesores para inspirar y formar. Por último, manifestó que para Canon supone un orgullo entregar el premio a un estudiante con talento y proyección.

El presidente de neobis, Álvaro García Barbero, agradeció a Tajamar su hospitalidad y reconoció la profesionalidad que demuestran sus profesores y alumnos. Así como el apoyo de Canon a la formación del sector patrocinando el concurso desde su comienzo, hace 7 años. Se dirigió a los alumnos señalando que su futuro profesional depende de la polivalencia, flexibilidad y formación continua que cada uno tenga para poder adaptarse a los cambios.

Les animó a aprovechar la formación que reciben en las aulas ya que será muy valiosa en su futuro profesional, esta ha sido su experiencia.

Felicita a Juandiego por la calidad de su trabajo y, en general, a todas las alumnas y alumnos que han participado y les invita a leer la entrevista al ganador, publicada en la revista neobispress.

Finalmente, el presidente animó a los estudiantes a que disfruten de su formación profesional, de su trabajo y que no olviden los valores de las personas que tanta importancia tienen luego en la formación de equipos en la vida laboral.

PERFIL DE MARYCIELO RAQUEL CHOLAN CARHUAS

PRIMERA FINALISTA DEL VII
CONCURSO NEOBISPRESS Y ALUMNA
DEL IES PANDO DE OVIEDO

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

Nací en Perú y cuando llegué a España me llamó la atención la importancia que se da a la inclusión de personas con algún tipo de discapacidad, una de ellas es la utilización del lenguaje braille y por eso quise incluirlo en la idea de la portada, con un mensaje que trata de ser inspirador y motivador para transmitir que los límites son subjetivos y se pueden superar.

¿Cuál fue tu motivación para estudiar el curso de Diseño y Edición de Publicaciones impresas y multimedia?

Desde siempre, a través de mi familia he estado en contacto con el arte, con la música, la pintura, el baile... y estoy convencida de que he sido creada para crear. Con el tiempo mis intereses han ido enfocándose hacia el mundo editorial y encontrar este ciclo de Formación Profesional ha sido el complemento perfecto para lo que tanto me gusta.

¿Qué significado tiene tu proyecto finalista? ¿Cómo fue tu experiencia en el concurso?

Me gusta mucho la fotografía y me interesa el proceso gráfico y creativo, pensar una idea y transformarla. Para realizar la portada utilicé una imagen que tomé en una de mis playas preferidas, en Perú, y traté de generar un efecto de fotografía captada con una cámara

Polaroid para reflejar la inmediatez y la captura del instante. Esa imagen significa mucho para mí porque cuando la hice supe que mi familia y yo nos trasladábamos a España, esto marcó un antes y un después en mi vida.

He contado con el apoyo de mi familia, profesores, compañeros y amigos, que me acompañaron desde el inicio. Me hicieron sentir ganadora por el hecho de participar y que no hubiera posible sin la ayuda y guía de mi profesora Covadonga Díaz.

¿Qué es para ti la formación en la comunicación gráfica?

Un proceso que se vale de un conjunto de herramientas creativas que nos permiten transmitir un mensaje ya sea de manera directa o indirecta pero siempre de forma visual. Está presente en todo nuestro entorno, generando impacto y cambio. Estoy aún en primer curso pero, cuando finalice, mi intención es seguir formándome para mejorar.

¿A qué te gustaría dedicarte?

En el futuro y con el tiempo me encantaría formar mi propia empresa de artes gráficas, siempre he querido tener una marca propia artística.

Marycielo Raquel Cholán recibe el premio de manos de la directora del IES Pando, Dolores Pevida.





LA JUNTA DIRECTIVA DE NEOBIS VISITA EL CUSTOMER EXPERIENCE CENTER DE CANON

El pasado mes de marzo, la Junta Directiva de la Asociación de la Comunicación Gráfica celebró su reunión mensual en la sede madrileña de Canon, atendiendo a la invitación de la compañía para conocer su nuevo espacio.

Recibió al grupo Luis Olaya, Production Prin-

ting & Business Services Director, que les dio la bienvenida y les presentó al resto del equipo que acompañó a neobis durante su visita. Álvaro García Barbero, presidente de la Asociación, agradeció a Canon su recibimiento y el ofrecimiento de sus instalaciones. También valoró positivamente la relación entre ambas

Nuestra familia se acaba de hacer más grande !



La evolución de la impresión.

Conozca la familia

ROLAND 700 Evolution *Elite*

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

ROLAND 700 Evolution *Speed*

NUEVA Aplicaciones de alto volumen, 20.000 hojas por hora.

ROLAND 700 Evolution *Lite*

NUEVA La misma calidad legendaria, especificaciones de nivel básicas.

ROLAND 900 Evolution

NUEVA La muy esperada plataforma Evolution para gran formato.

evolution@manrolandsheetfed.com

manrolandsheetfed.com

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

Una compañía del Holding Langley plc.

manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

instituciones basada en la colaboración de acciones que redundan en beneficio de todos los actores del sector. Asimismo, les transmitió, en su nombre y en el de la Junta Directiva, la felicitación por el nuevo espacio que han creado, ya que permite visibilizar la tecnología de Canon así como su comportamiento y aplicaciones in situ.

Los visitantes pudieron encontrar en este espacio soluciones de impresión de oficina y equipos de impresión profesional, que van desde soluciones para volúmenes pequeños hasta impresoras de gran formato.

Raúl González, Customer Experience Center Supervisor, mostró a neobis equipos como **la serie imagePRESS V**. Plataforma convertida en una potente familia de prensas de producción de tóner a color. Esta serie ofrece una mayor automatización y proporciona una nueva perspectiva al diseño de las prensas digitales de tóner, lo que la convierte en una solución fiable para que los proveedores de

servicios de impresión produzcan una amplia gama de trabajos en una sola prensa.

Igualmente, presentó **la serie Colorado**, de la familia de impresoras UVgel rollo a rollo de Canon. Esta serie ofrece alta productividad, calidad de impresión y versatilidad. Gracias al uso de las tintas UVgel, estos equipos producen impresiones increíblemente nítidas en una amplia gama de colores.

Por último, comprobaron el funcionamiento de **la serie Arizona**. Una impresora plana que ofrece una calidad y versatilidad de impresión óptimas para aplicaciones en soportes rígidos y flexibles. Con disponibilidad de tamaños de mesa extragrandes, además de tinta o barniz blanco opcional.

Finalmente, Javier Tabernero, presidente y consejero delegado de Canon España y Portugal, dirigió unas palabras a la junta directiva de neobis y les ofreció las instalaciones para futuros proyectos.

Raúl González muestra las soluciones de impresión.





ENTREVISTA A

FRANCO L. GÓMEZ

DIRECTOR GENERAL DE ONLINEPRINTERS ESPAÑA

Onlineprinters España ofrece el servicio ParaHoy desde principios de año. ¿En qué consiste exactamente y cómo lo reciben los clientes?

Los clientes de la zona de Madrid tienen la opción de contratar el "Servicio ParaHoy" y recibir su producto recién impreso y de alta calidad el mismo día de su realización. Con esto, queríamos centrarnos aún más en el servicio y la orientación al cliente. El servicio ha tenido un gran comienzo y estamos impacientes por ver cómo evoluciona. Acompañamos el lanzamiento con publicidad en los autobuses,

una bonita medida que llamó la atención de muchos.

¿A qué se dedican? ¿Cuál es su especialidad?

Ofrecemos alrededor de 5.000 diferentes que nuestros clientes pueden configurar y encargar las 24 horas del día a través de nuestra tienda en línea. Utilizamos máquinas de última generación para imprimir productos para cubrir sus necesidades de marketing, como flyers o folletos, y papelería comercial, como membretes o tarjetas de visita. Los clientes también pueden encargar la impresión indi-



Franco L. Gómez,
Director General
de Onlineprinters
España.





En Onlineprinters, los clientes pueden configurar y encargar las soluciones que deseen de entre 5.000 productos las 24 horas del día.



vidual de productos para ferias y publicidad, artículos promocionales, ropa y envases. Los productos favoritos de los clientes españoles son los flyers, los folletos plegados, las revistas y los carteles. Representan alrededor del 70% de nuestro volumen de impresión. Las soluciones individuales personalizadas para empresas completan nuestra oferta.

¿Tienen también actividad internacional?

Desde 2020 formamos parte del Grupo Onlineprinters, con 1.700 empleados y sedes en seis países. En total, gestionamos más de 20 tiendas web en nueve idiomas. Esto significa que contamos con una amplia red de producción que nos permite ahorrar en rutas de transporte y también ayudarnos mutuamente en caso de cuellos de botella en la producción.

¿En qué le beneficia formar parte de este grupo?

En los últimos tres años hemos modernizado y reconvertido por completo la producción y las ventas al modelo de negocio de impresión en línea. Gracias al alto nivel de estandarización y a muchos procesos automatizados, juntos hemos convertido una imprenta tradicional en

una imprenta online muy eficiente. Y el grupo también se beneficia a la inversa: Onlineprinters ya estaba activa con una tienda en España desde 2011, pero con su propio centro de producción, los clientes españoles reciben sus pedidos aún más rápido y mejor.

¿Cómo ve el futuro de la empresa y del sector?

Vemos mucho potencial en ambos. Como empresa, seguimos trabajando en la modernización de nuestros procesos y plazos de entrega para ser aún más eficientes y orientados al cliente. Asociaciones como Neobis representan la viabilidad futura de toda la industria. La cohesión y el intercambio que se producen en su seno demuestran que creemos en la impresión como modelo de negocio.

Y por último, una pregunta personal: ¿Qué libro nos recomendaría?

“Patria” de Fernando Aramburu: A pesar de ser una historia ficticia se asemeja mucho a las vivencias de las víctimas del terrorismo con la convivencia con sus presuntos verdugos. Es una historia recomendable para conocer el ambiente del País Vasco en aquella época.



Descubriendo el sector

NEOBIS PRESS 172

EL LIBRO IMPRESO ES SINÓNIMO DE INNOVACIÓN Y ESTE ES (TAMBIÉN) EL PODER DE LA IMPRESIÓN

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



En Portugal, nos gusta ser pioneros en la adopción de nuevas tecnologías, muchas veces no apoyando en estudios, experiencias pasadas o probadas en otros países. En pocas palabras, nos gusta tener la última versión del teléfono móvil o tener el último dispositivo.

A pesar de esto, somos ávidos compradores de libros impresos en papel y nuestros jóvenes en edad escolar en su mayoría prefieren estudiar en libros impresos. Y no solo en nuestro país, sino que, según estudios contrastados, la opción es transversal a otros países.

Por ejemplo, según una encuesta reciente de la American University en Washington DC, en los Estados Unidos de América, el 92% de los estudiantes universitarios prefieren los libros impresos a los digitales para una lectura seria (Baron, Words Onscreen: the Fate of Reading in a Digital World). Por no hablar de la famosa declaración de Stavanger (www.ereadcost.eu/stavanger-declaration) que identificó los beneficios de la lectura como apoyo físico al aprendizaje.

"Son estudios, que dicen poco. ¿Has visto que en un solo dispositivo puedes tener cientos de libros digitales? ¿Has pensado en llevarte todos esos libros?", me preguntó un amigo en una reunión de verano, cuando yo defendía la causa del libro impreso y él defendía las virtudes de los dispositivos de lectura digital. A lo que respondí: *"¿cuántos libros has leído este verano?"*. Justo terminando el primero.

En esa conversación, incluso reconocí lo pesado que era llevar un libro a la playa (un libro de 400 páginas pesa, en promedio, 500 gramos, unos 300 gramos más que un dispositivo de lectura de libros electrónicos), pero respondí que, a cambio, no importaba que me descuidara al dejarlo sobre la toalla mientras me baño en el mar, sin necesidad de esconder el apetecible artilugio de miradas ajenas y de la arena que, al parecer, existe en todas las playas...

Es decir, ya sea a nivel macro o micro, sigo sin

entender los argumentos de quienes optan por los libros digitales frente a los físicos.

En Portugal, sin ninguna base científica, pero solo influenciados por la percepción de que lo digital es sinónimo de modernidad e innovación, hay personas con responsabilidades institucionales (incluidas las vinculadas al sector del libro) que empiezan a defender la "causa digital" como el futuro de los libros. Nuestro gobierno también es pionero en poner en marcha experiencias en el nivel educativo más joven utilizando tabletas y libros de texto digitales, con futuras consecuencias generacionales para el estudio.

Es solo que la generación joven es mucho más inteligente que la mía, que nació en los años 70, en un mundo analógico. Tienen acceso a mucha más información, adquieren habilidades multitarea mucho antes, tienen mayor capacidad crítica y visión global (porque están en contacto diario con otras realidades, en otros países y partes del globo). Estas son las virtudes que les han aportado las tecnologías.

Cualquiera de nosotros se asombra ante la capacidad que tiene un niño que aún no sabe leer para dominar cualquier aparato electrónico. Pero, ¿por qué siguen prefiriendo los libros impresos para la "lectura seria"? ¿Y por qué seguimos batiendo récords en número de visitantes a las ferias del libro en todo el mundo? (La Bienal de São Paulo, que tuvo lugar en julio de 2022, tuvo más de 660.000 visitantes, en su mayoría jóvenes, que compraron la impresionante cifra de 4,5 millones de libros).

¿No deberían los que toman decisiones en el país abstenerse de forzar una elección solo porque perciben que un libro digital es "innovador" y "moderno"? ¿Y darnos cuenta de que la tecnología forma parte de nuestra vida pero que, sobre todo, seguimos siendo humanos, con características intrínsecas que nos llevan a elegir el libro impreso como base de nuestro conocimiento y aprendizaje?





EL SENTIDO DEL TRABAJO

AUTOR: Jesús Alarcón Fernández, Coach Ejecutivo y Sistémico.

“Elige un trabajo que te guste y no tendrás que trabajar ni un solo día de tu vida”. Esta frase, atribuida a Confucio, nos puede ayudar a descubrir si las actividades que conforman nuestro trabajo nos proporcionan placer o son pura inercia.

La actividad es un concepto muy amplio, aunque desde hace algún tiempo se suele identificar con lo económico. La actividad es mucho más, es lo que da sentido a nuestra vida. Los seres humanos no hemos nacido para la pasividad y a través de nuestras actividades, los individuos nos relacionamos con el mundo exterior. Por eso es tan importante que aquello a lo que nos dedicamos tenga sentido, de lo contrario, lo más probable es que nuestra vida tampoco lo tenga, al menos de forma plena.

Los seres humanos mantenemos actividades en todos los ámbitos de nuestra vida. Estas

actividades siempre persiguen satisfacer necesidades materiales, necesidades emocionales o ambas. Cuando aquello a lo que dedicamos nuestro tiempo no logra satisfacer las necesidades que tenemos planteadas, nos enfrentamos a tres opciones:

La primera, cambiar de actividad y poner el foco en otra con las que sí logremos satisfacer nuestras necesidades. La segunda, renunciar a la necesidad planteada y que la aceptación presida nuestra vida. Y, en tercer lugar, quedarnos a sobrellevar nuestra zona de confort como buenamente podamos.

A mi juicio, esta última no debería ser una opción porque nos empuja hacia escenarios poco deseables. En estos casos es habitual vivir instalados en la frustración y carentes de ilusión. Viviremos con miedo y aparecerán signos de desidia y mal humor. Buscaremos culpables

externos que justifiquen nuestras actitudes y nos convertiremos en víctimas perfectas, enmascarando nuestra propia incapacidad para actuar y, aunque sea de modo inconsciente, renunciaremos a hacernos los dueños de nuestras vidas. Esto va a ser así en cualquier situación que no funcione y no nos atrevamos a resolver, ya sea una relación de pareja, familiar, laboral o mercantil. Sabemos que tenemos que actuar pero la realidad es que no siempre reaccionamos, quizá porque el miedo a lo desconocido es más poderoso que la seguridad que nos proporciona nuestro marco de realidad cotidiana. En este espacio de seguridad no esperamos sobresaltos, ni precisamos realizar esfuerzos extraordinarios, aparentemente tenemos todo bajo control.

Otra forma de proceder, ya que las cosas no van a cambiar solo porque lo deseemos, es hacernos conscientes de nuestra situación y

tratar de descubrir lo que sucede y por qué sucede. Es decir, hemos de decidir si queremos vivir apasionadamente comprometidos haciendo lo que da significado a nuestra vida o ser víctimas de nuestras necesidades, aunque esto implique formalizar una de las mayores renuncias que podemos llevar a cabo: vivir de manera no consciente. En ambos casos, conscientes o no de lo que decidamos, somos los únicos responsables de nuestra elección.

Pero volvamos al trabajo como actividad principal. Hasta ahora, más adelante ya veremos cuál será nuestra realidad tecnológica, el trabajo es la actividad que permite a las personas participar en la producción de los bienes y servicios necesarios para la vida. Pero el trabajo es también un medio de integración social, ya que es una de las formas de conexión del ser humano con la sociedad y, para que sea productivo para cada individuo, se ha



de realizar de forma libre y responsable. Ejercido en estas condiciones, el trabajo dignifica. Cuando el trabajo tiene significado para quien lo realiza, el dinero u otras formas de retribución material o emocional que se reciban, dejan de ser un fin y pasan a ser una consecuencia. En este caso, posicionamos la finalidad de nuestro trabajo en lugares más elevados de nuestra estructura psicoespiritual.

Hoy está muy extendido el otorgar y aceptar subvenciones individuales. Cuando recibes algo a cambio de nada lo más habitual es que no te estén ayudando, es posible que te estén intentando comprar. Con la lógica excepción de quien realmente lo necesita.

No todos los seres humanos tienen ese nivel de consciencia, queremos conseguir responsablemente nuestros bienes y vivir con dignidad nuestra aportación a la sociedad, necesitamos sentir que somos leales integrantes del colectivo. Lo más frecuente, es que estemos más preparados para dar que para pedir, y que otros nos cubran permanentemente las necesidades, nos pasaría alguna factura psicológica más pronto que tarde.

Así las cosas, cierto es que en el trabajo aplicamos nuestros conocimientos pero, en un sentido más profundo, el trabajo, sea o no remunerado, puede ser una expresión de nuestros más altos niveles de consciencia. A través de la percepción, la intuición y la creatividad las sociedades evolucionan.

En resumen, entendido de forma plena y teniendo en cuenta su dimensión económica, de integración social, su dimensión psicológica y espiritual, el trabajo, además de una muestra de solidaridad con el resto de la sociedad, puede ser una vía fundamental para lograr el equilibrio emocional. Teniendo en cuenta el tiempo que dedicamos al trabajo, no parece posible eludir su impacto en nuestra calidad de vida emocional.

Permíteme que te invite a una reflexión íntima: ¿Cuál es el ideal auténtico de tu vida? ¿Qué es aquello con lo que en realidad fluyes? Según tu respuesta sabrás si tiene sentido lo que haces y si la vida que llevas es coherente con el ideal.



RECONOCIMIENTO DE LOC ESPAÑA A ANTONIO JÓDAR MORENO

Loc España quiere mostrar su afecto y reconocimiento a Antonio Jódar Moreno, tras una vida dedicada a las artes gráficas.

Comenzó a trabajar con 14 años en Cartonajes Jubany. Su cometido en sus inicios fueron las tareas propias de “botones”. Fue ascendiendo rápidamente gracias a la pasión que ponía en los procesos de producción y la dedicación en su trabajo.

Con 23 años, y recién casado con su esposa Amparo, asume el reto de crear y dirigir una fábrica de etiquetas, nace así lo que ha sido y será su casa durante casi 40 años, Loc España.

Durante su trayectoria profesional, Antonio ha conocido la evolución de todos los procesos de industria gráfica y de las tecnologías; desde la encuadernación manual cosiendo libros hasta la última tecnología de nuestros

días que pasa por máquinas digitales, tinteros automáticos y visión artificial.

Zoilo López, actual CEO de Loc, destaca la implicación permanente de Antonio y su predisposición a colaborar con los diferentes equipos que se han ido formando en la compañía, su capacidad de trabajo y carácter aglutinador son características de su personalidad que han contribuido a la buena trayectoria de la empresa.

En definitiva, la honestidad, la dedicación, la generosidad, la lealtad y la humildad son valores de Antonio que han marcado la convivencia de los equipos.

“Antonio, como dices, y seguiremos diciendo, has dejado claro que llevas la tinta en la sangre, gracias por tu trabajo, conocimiento y por haber sido mi padre laboral todos estos años”.



LIDERAZGO Y BIENESTAR EMOCIONAL EN LAS ORGANIZACIONES

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

El día 30 de Mayo ha tenido lugar en el Colegio Oficial de la Psicología de Madrid, una Jornada sobre Liderazgo y Bienestar Emocional en las Organizaciones, organizada por el Grupo de Trabajo de Salud Laboral, y el Grupo de Formación y Liderazgo del Colegio.

En dicha jornada se puso de manifiesto como tendencia que se consolida, tanto en PYMES como en grandes compañías, un cambio que está calando actualmente y que se inició en la pandemia a dos niveles. Por una parte, a nivel de las organizaciones se constata un interés y preocupación creciente por incluir el bienestar emocional, como parte fundamental de la salud laboral, invirtiendo recursos y poniendo en marcha proyectos para crear hábitos saludables y cuidar a las personas. Por otro lado, los empleados demandan una atención personalizada a sus necesidades, pudiendo compatibilizar su desarrollo personal con el profesional, buscando para ello, espacios de trabajo saludables y positivos.

Es por ello que la principal tendencia y necesidad de las organizaciones en el momento actual es la apuesta por un estilo de liderazgo más humano y positivo, que pueda tener repercusión en el bienestar de las personas y en la sostenibilidad de la organización, gestionando las emociones y necesidades de los equipos. Este nuevo estilo pasa por dar seguridad en los espacios de trabajo, ser empáticos y buscar un equilibrio entre la actividad profesional y personal que facilite el desarrollo de las personas

a todos los niveles. Como aspecto esencial y reto a futuro, se plantea la gestión de las necesidades que los diferentes grupos generacionales que conviven en las organizaciones, potenciando las fortalezas de cada uno de ellos y generando espacios y sinergias que puedan complementar las capacidades y recursos disponibles. En este sentido y en lo referido al cuidado del empleado, se ha de considerar la personalización de los planes y políticas de salud, adaptando sus potencialidades a las necesidades y perfiles de los trabajadores, lo que constituye un reto que deberán asumir, no solo las organizaciones, sino los líderes.

En esta jornada intervinieron personalidades del mundo académico, D^ª Pilar Rojo, PhD. Dir. del Programa de Dirección de Coaching Ejecutivo IECENTER for Health, well-being and Happiness y D. Francisco Gil Rodríguez. PhD Catedrático Psicología Social, del Trabajo de la Universidad Complutense, así como del mundo empresarial. En este ámbito y junto a la presencia y aportación de directivos de RRHH de grandes empresas, se plantearon las diferentes tendencias y retos en las políticas de RRHH y gestión emocional de las personas, a cargo de D. Angel Javier Vicente. Director Organización, Transformación y Negocios Diversificación. COFARES, D. Juan Manuel Chicote. Director del Departamento de Personas de DKV, D. Fernando Lallana Fernandez. Director HEINEKEN workplace & wellbeing Manager, D. María Orellana Clemente. Directora de RRHH de España y Portugal AON y D. Raúl Fernández, Director de Relaciones Laborales y Bienestar Laboral. Alsea.

En representación de las PYME y sobre el tema: **Liderazgo y gestión emocional de equipos en la PYME, ¿es posible?** Intervinieron D^ª. Inmaculada Peiro. Directora General AGREMIA y **D. Álvaro García Barbero. Director Gerente. CEO Graficas AGA, y Presidente de NEOBIS**, con referentes y ejemplos de liderazgo transformacional y positivo, exponiendo su experiencia y visión llevada a la práctica en sus organizaciones.



DISEÑO
PERSONALIZACIÓN
PRODUCCIÓN

#8

19.20.21
SEPTIEMBRE 2023
IFEMA MADRID



A STEP TO THE FUTURE*

**200
EXPOSITORES**

SALÓN REFERENTE NACIONAL
DE IMPRESIÓN, COMUNICACIÓN
VISUAL Y PERSONALIZACIÓN

Dentro de C!Print



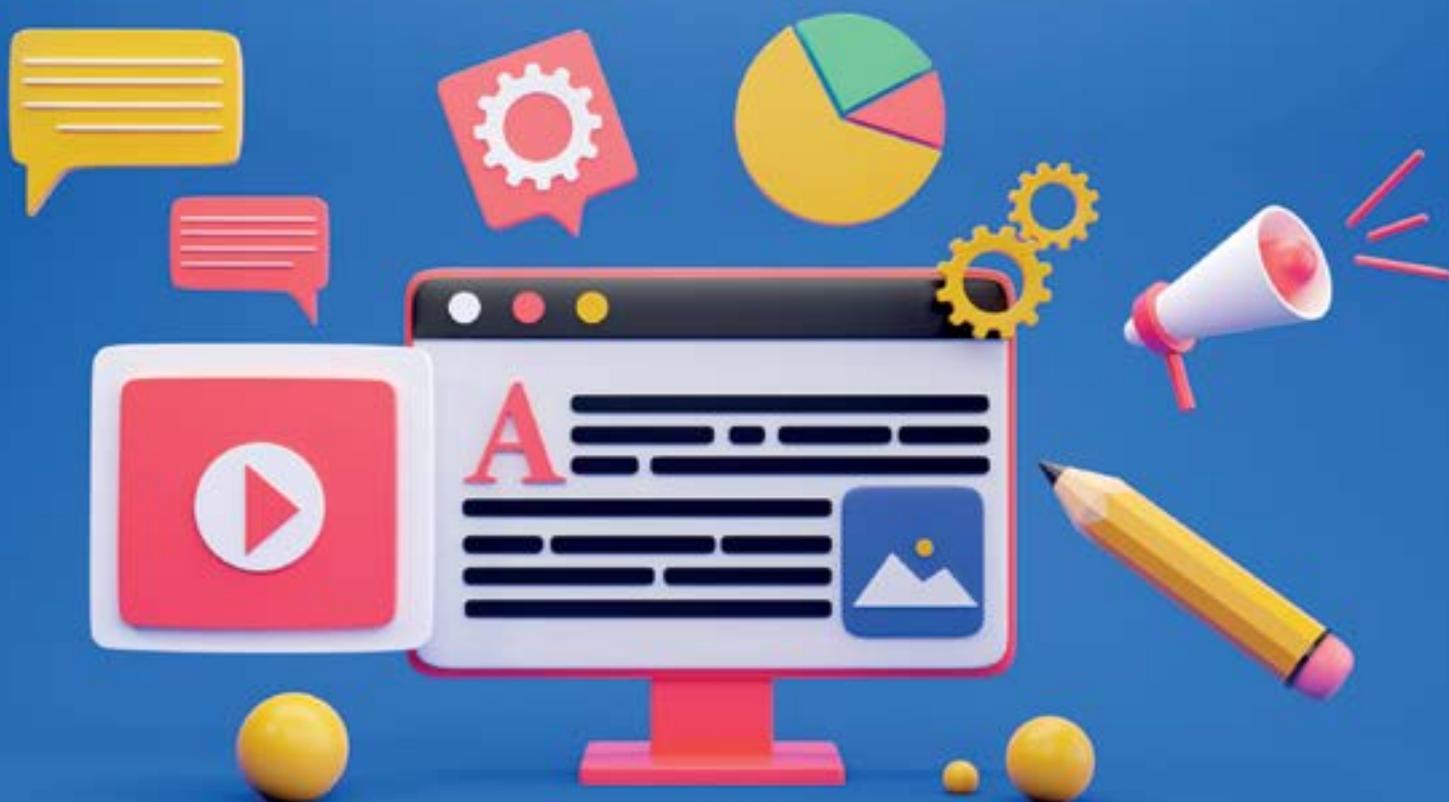
Un evento
infoprodigital



Solicita tu pase en salon-cprint.es
Código invitación P-NEOCPM23

FP, DE NUEVO UN GRAN RETO

AUTOR: Gonzalo Antúnez Cid, Director de Formación Profesional de Tajamar.



La Formación Profesional, tras varios años de intenso trabajo en España a todos los niveles, se enfrenta a un periodo de transformación de gran calado, que probablemente no se haya visto antes en la historia reciente de nuestro país.

Recientemente se ha aprobado una ley, pendiente de que en muy breve espacio de tiempo se desarrolle por Real Decreto, que pretende *la constitución y ordenación de un Sistema de Formación Profesional al servicio de un régimen de formación y acompañamiento profesionales que sea capaz de responder con flexibilidad a los intereses, las expectativas y las aspiraciones de cualificación profesional de las personas a lo largo de su vida.*

Esta Ley Orgánica de ordenación e integración de la FP en España, aprobada en el mes de marzo de 2022, pretende reformar todo el sistema de formación profesional para adecuarlo a las necesidades actuales y futuras de la sociedad española, aproximando las soluciones aportadas a un nuevo modelo más acorde al de otros países de nuestro entorno.

Es una necesidad perentoria, en multitud de sectores y, en particular, en el sector gráfico, la adecuación del sistema de formación profesional, de cara a garantizar que se logra cubrir tanto el relevo generacional como la aparición de nuevos perfiles de alta cualificación técnica. Esta formación ya no volverá a ser “una y para siempre”, se refuerza algo que el mercado laboral lleva ya tiempo asentando: la necesidad de diseñar un aprendizaje a lo largo de toda la vida, que permita, por un lado, el crecimiento personal de los trabajadores conforme a sus expectativas vitales y, por otro, mejorar la capacidad de las plantillas de las empresas para seguir acometiendo con éxito sus desafíos, a menudo asociados a nuevos desarrollos tecnológicos.

La nueva ley integra toda la formación profesional en cinco niveles o “grados” (A, B, C, D y E), de menor a mayor cualificación y duración.

Además, integra estos grados de forma modular, de manera que los profesionales puedan diseñar e ir construyendo su formación incorporando pequeños módulos, de cara a completar con ellos formaciones de mayor nivel, y así sucesivamente. El objetivo es que las empresas y sus trabajadores diseñen sus formaciones con flexibilidad, adecuándolas a sus necesidades y circunstancias de forma sencilla a lo largo del tiempo. Se recoge también la posibilidad de facilitar a millones de trabajadores que en la actualidad no tienen ninguna capacitación acreditada, pero que llevan muchos años ejerciendo una profesión, el acceso sencillo y directo a dicha acreditación, directamente a través de los centros formativos autorizados.

La Formación Profesional lleva tiempo ganando prestigio en la sociedad, gracias al empuje de todos los agentes implicados, acorde a las necesidades reales de incorporación al mercado laboral que plantean las empresas en España, que cada vez demandan más técnicos cualificados y menos personal con estudios universitarios o sin cualificación. Con el nuevo sistema se pretende modernizar la FP para atraer talento desde la base, y facilitar así que los jóvenes españoles encuentren un puesto de trabajo cualificado, a la vez que las empresas ven satisfechas sus necesidades de dichos perfiles, cada vez más difíciles de cubrir.

Para ello, la nueva ley plantea la generalización del carácter dual de la formación, dando mayor protagonismo a las empresas, que deberán responsabilizarse, de forma coordinada con los centros de formación, de la impartición de determinados conocimientos y competencias. Las empresas siempre han sido muy importantes en la formación, pero ahora el protagonismo deberá ser mayor, si cabe, lo que requerirá un esfuerzo muy importante por su parte, que redundará en una mejor capacitación de los candidatos que, en el futuro, se incorporen a sus plantillas y, así, una mayor competitividad.

La implantación de este nuevo sistema es todo un desafío a todos los niveles. Requerirá un



esfuerzo normativo enorme de adaptación de las actuales formaciones. Por parte de los centros supondrá, en la mayoría de los casos, una transformación radical de su organización, en especial de su relación con las empresas de su entorno. La colaboración de los centros educativos con las empresas será clave en el éxito del proceso. Las empresas, para poder asumir el desafío tendrán que hacer un gran esfuerzo para disponer de tutores en sus plantillas y abordar satisfactoriamente la estancia de los alumnos durante un mayor tiempo en sus instalaciones, hasta mil horas, impartiendoles la parte que les corresponda de la formación, en estrecha coordinación con los centros formativos. Y la administración pública deberá ser capaz de crear un marco legal y normativo consensuado con todos los agentes implicados, que facilite tanto a los centros de formación y a las empresas desempeñar ese nuevo protagonismo que se les exige.

Nos encontramos ante un desafío que ya está en marcha. Muchas adaptaciones normativas ya estarán en funcionamiento el 1 de septiembre de 2023, y se prevé que todas las enseñan-

zas ya estén en marcha conforme a la nueva ley, según su grado, entre enero y septiembre de 2024. A esta ley la acompaña el conocido como “estatuto del becario”, que también está en trámite administrativo y que condicionará muy significativamente la puesta en marcha del nuevo modelo formativo, pues la definición formal del vínculo entre empresas y alumnos, con su mayor o menor coste y simplicidad, será clave para que todos los agentes implicados en el sistema puedan asumir responsablemente el papel que tienen asignado. El mayor consenso y coordinación posible entre las administraciones, tanto de la rama educativa como laboral, con los centros de formación y con las empresas será el fundamento del éxito de esta reforma.

Esperamos que, en pocos años, podamos recoger el fruto del esfuerzo realizado: que las empresas vean satisfechas sus necesidades de profesionales técnicos cualificados y de que los jóvenes y trabajadores vean atractivo el nuevo sistema y tengan facilidad para incorporarse al mismo, así como seguir formándose a lo largo de su vida.



Liber

Feria Internacional del Libro

País invitado de honor



Ministry of Culture and National Heritage
Republic of Poland



Patrocinan



ICEX España
Exportación e Inversiones



AC/E
Acción Cultural
Española



MADRID

cultura y deportes | **MADRID**



Colabora



04-06
Octubre
2023

Recinto Ferial
ifema.es



FEDERACIÓN DE GREMIOS
DE EDITORES DE ESPAÑA





MEJORA DE LA CALIDAD, RENDIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN GRACIAS A LA TECNOLOGÍA INKJET COLOR DE KYOCERA

Kyocera Document Solutions España ha contribuido a mejorar la producción de libros de corta tirada a Producciones Digitales Pulmen gracias al equipo de impresión con tecnología Inkjet color de alta velocidad TASKalfa Pro 15000c, que le ha permitido optimizar sus flujos de trabajo y proporcionar fiabilidad, flexibilidad y consistencia, con la impresión de hasta

150 páginas por minuto, lo que supone hasta un millón de A4 mensuales.

Producciones Digitales Pulmen nació en 2012 como una empresa de servicios para imprentas en el suministro de planchas y para editoriales en la impresión de libros y todo el proceso de finalización del mismo. Desde sus

orígenes, ha experimentado importantes niveles de crecimiento manteniéndose a la vanguardia de las últimas tecnologías en el mundo de la impresión digital.

Por su parte, Kyocera Document Solutions España está liderando la innovación tecnológica con sus sistemas de impresión de inyección de tinta en alta producción. La compañía cuenta con una amplia experiencia en el desarrollo de cabezales piezoeléctricos Inkjet. Este conocimiento de la industria, que se remonta a más de 15 años, le ha impulsado a desarrollar su equipo de inyección de tinta de alto volumen, 100% tecnología propia. TASKalfa Pro 15000c se revela así, como un dispositivo excepcional en términos de velocidad y eficiencia energéticas.



Producciones Digitales Pulmen apostó por el sistema Inkjet color de Kyocera al ser la opción más competitiva del mercado y la más sostenible y respetuosa con el medio ambiente. En

este sentido, la impresión por inyección de tinta reduce significativamente el consumo de energía, al no necesitar calor para fijar; un reflejo del histórico compromiso de Kyocera con el medio ambiente, que es una insignia en el diseño de todos sus equipos.

“En Pulmen teníamos un vacío en el que Kyocera podía ayudarnos perfectamente a la hora de hacer libros de corta tirada. Vimos en la TASKalfa Pro 15000c una apuesta segura no solo a nivel de producción, también nos decantamos por su criterio de eficiencia, un importante valor diferencial para nosotros”, destaca Fernando García, gerente de Producciones Digitales Pulmen.

“Con la incorporación del equipo de inyección de tinta de hoja cortada de alto volumen TASKalfa Pro 15000c, Producciones Digitales Pulmen ha podido atender la demanda de las tiradas más cortas y garantizar la calidad y la consistencia del color en tiradas largas. Algo muy importante que hasta ahora no podía realizar con los equipos de alta producción offset pero que con nuestra solución de TASKalfa Pro 15000c lo ha conseguido”, asegura Miguel Valadé, Production Print Manager de Kyocera.

Alejandro Brea, director general de Lagom Group, distribuidor autorizado de Kyocera en Madrid y partner colaborador para este reto con Producciones Digitales Pulmen, reconoce que *“TASKalfa Pro 15000c ha satisfecho la necesidad del cliente, cambiando su producción a 100% en color, mejorando los costes y siendo más competitivos, igualando prácticamente los costes de blanco y negro”.*

En esta línea de innovación se encaja la incorporación de TASKalfa Pro 15000c para ofrecer el mejor servicio a Producciones Digitales Pulmen y garantizar la proyección de su negocio a futuro. TASKalfa Pro 15000c es un dispositivo excepcional que ya permite a Producciones Digitales Pulmen alcanzar altos niveles de producción de la manera más sostenible.



Miguel Valadé,
Production Print
Manager de Kyocera.





HEIDELBERG PRESENTA EL NUEVO SISTEMA DE IMPRESIÓN PARA FLEXOGRAFÍA BOARDMASTER EN INTERPACK 2023 AUMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD EN LA PRODUCCIÓN DE ENVASES DEL 200%



El escáner previo a la impresión Heidelberg Intellimatch garantiza la calidad de impresión y el ajuste completamente automático y correcto de las unidades de impresión.

Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg) presenta en primicia mundial el nuevo sistema de impresión Heidelberg Boardmaster para el segmento de la impresión de cartón plegable de gran tirada. Este sistema de impresión flexográfica en línea, con una disponibilidad de máquina de hasta el 90% y una velocidad de impresión máxima de 600 metros por minuto, duplica la productividad y reduce drásticamente el coste total de la producción de envases industriales. A medida que la demanda global de productos envasados continúa creciendo, la impresión de etiquetas y envases está experimentando un crecimiento estructural, convirtiéndose en un segmento clave y de gran importancia para Heidelberg.

"Con el estreno mundial de la Heidelberg

Boardmaster, estamos dando respuesta a los desafíos a los que los clientes del mercado de envases se enfrentan cada día: la presión de los costes, la escasez de mano de obra cualificada y la necesidad de optimizar la productividad y la sostenibilidad", explica el CEO de Heidelberg, el Dr. Ludwin Monz.

Heidelberg ha presentado el sistema Boardmaster durante la reciente Interpack 2023. Esta feria, que se ha desarrollado entre los días 4 y 10 de mayo en Düsseldorf, es una de los principales eventos comerciales del mundo para el segmento de envases.

La impresión flexográfica es ahora la tecnología número uno en el mercado de envases y continúa beneficiándose del crecimiento global

mente estable y significativo del packaging y las etiquetas. Ya se utiliza para producir aproximadamente el 15% del volumen total del cartón plegable y esta proporción sigue aumentando, con un crecimiento por encima del promedio del 2,4% en la impresión de envases.

LAS MARCAS ESTÁN UTILIZANDO CADA VEZ MÁS OPCIONES SOSTENIBLES DE CARTÓN PLEGABLE

Las grandes marcas están cada vez más interesadas en combinar la calidad de impresión con una mayor sostenibilidad y capacidad de reciclaje en todo su portafolio de envases, y cada vez se alejan más del plástico. En el sector alimentario, el plástico sigue siendo el material de embalaje dominante. Según un estudio reciente de Smithers, sin embargo, la proporción de envases a base de fibras hechas de materiales como el cartón y el papel superarán al plástico a medio plazo y asumirán el primer lugar con una proporción de más del 40%. En este aspecto, la nueva Heidelberg Boardmaster es especialmente adecuada para las aplicaciones de cartón plegable del sector de alimentos y bebidas, que están ganando popularidad en todo el mundo debido a una creciente demanda global de productos envasados.

HEIDELBERG BOARDMASTER REDUCE EL COSTE TOTAL DE LA PRODUCCIÓN DE CARTÓN PLEGABLE DE GRAN TIRADA

"Heidelberg Boardmaster permite a los productores de envases industriales reducir significativamente sus costes operativos. Con sus numerosos beneficios para los clientes, Boardmaster también proporciona una alternativa atractiva para muchos usuarios que hasta ahora habían optado por la impresión offset en hojas de gran formato (VLF)", comenta Christian Steinmassl, responsable del segmento de envases en Heidelberg.

La Boardmaster fue desarrollado completamente desde cero en el centro de producción de Heidelberg para la impresión de cartón plegable de alto volumen, en la planta de Weiden, en Baviera.

- El trabajo de desarrollo se llevó a cabo en estrecha colaboración con clientes internacionales de envasado y se tuvieron en cuenta sus principales desafíos: la presión en los costes, la escasez de personal cualificado y la necesidad de optimizar la productividad y la sostenibilidad. Los primeros sistemas ya se han instalado.
- Cada estación tiene dos unidades de impresión. Mientras una unidad está ocupada con la producción, la segunda se está preparando para el próximo trabajo de impresión. Dependiendo de la configuración, es posible una disponibilidad de la máquina de hasta el 90% en producción.
- La velocidad de impresión es de hasta 600 metros por minuto, lo que corresponde a alrededor de 38.000 hojas de impresión en formato 6 (ancho de hoja de 148 centímetros) por hora.
- Se pueden procesar sustratos con gramajes entre 70 y 800 gramos por m².
- Dependiendo del concepto de acabado posterior (bobina a bobina, bobina a cortadora o bobina a troqueladora), es posible evitar perder tiempo durante la producción.
- El escáner de preimpresión Heidelberg Intellimatch garantiza la calidad de impresión, asegurando también que las unidades de impresión estén ajustadas correctamente y de forma completamente automática.
- La conservación de recursos es un punto focal clave:
 - Menos de diez metros de residuos de papel por cambio de trabajo
 - Mayor eficiencia energética en función de la productividad, en comparación con la impresión offset
 - Recuperación de aire caliente generado
 - El uso de tintas a base de agua mejora la reciclabilidad del material.
 - Se garantiza una alta seguridad de inversión, ya que el diseño modular del sistema significa que los usuarios pueden crecer de acuerdo con los requisitos del mercado y adaptar la configuración de la máquina a las condiciones del mercado cambiante.



CANON PRESENTA SUS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y APLICACIONES EN EL "MAKE IT BIG" DE FESPA 2023 PARA INSPIRAR AL SECTOR GRÁFICO DE GRAN FORMATO

En la FESPA de este año, que ha tenido lugar del 23 al 26 de mayo en Berlín, Canon ha buscado inspirar a los proveedores de servicios de impresión (PSP) para que amplíen su oferta de productos mostrándoles una serie de aplicaciones de impresión del mundo real. Entre ellas se incluyen la venta al por menor, los puntos de venta (POS), la decoración de interiores o los envases personalizados, la mayoría de las cuales se imprimen en directo aprovechando las últimas incorporaciones de impresoras digitales de gran formato a las familias Arizona, Colorado e imagePROGRAF de Canon.

El stand de Canon (pabellón B2, estand B10) en FESPA 2023 contó con un entorno simulado de venta al por menor y hostelería que dará sobradas muestras del potencial creativo y comercial de una amplia gama de gráficos de gran formato, incluida la decoración de interiores y la producción de envases. En el stand, los visitantes podrán experimentar aplicaciones de impresión, desde gráficos promocionales hasta señalización de espacios y rótulos, pasando por decoración y envases, todos ellos elementos pensados para contribuir a crear el ambiente y la experiencia del cliente adecuados dentro de la tienda. Las impresiones se realizarán con una gran

variedad de tecnologías de producción de gran formato de Canon y los visitantes también podrán contemplar una amplia gama de muestras reales de los clientes.

Canon presentó la nueva incorporación a la familia Arizona, su serie de impresoras de arquitectura de mesa plana, y los visitantes tuvieron la oportunidad de ver en acción a este modelo real, productivo, versátil, preciso y muy eficiente. Las impresoras Arizona pueden trabajar con una amplia variedad de sustratos rígidos y flexibles, incluidos los soportes más difíciles como el cartón, la madera o el vidrio, ideales para el sector minorista o de la hostelería. Canon también anunciará una nueva innovación en la gama de impresoras Arizona como parte del software de flujo de trabajo PRISMA XL Suite.

La recientemente lanzada serie M de la Colorado, la última incorporación a esta archipremiada familia, hizo su debut en directo en Europa, con el fin de mostrar a los PSP y a las fábricas de impresión las ventajas de su modularidad y de su capacidad de actualización sobre el terreno. La exclusiva tecnología FLXfinish+, junto con la nueva opción de tinta blanca, dieron buena cuenta de la amplia gama de aplicaciones que puede imprimir, desde



papeles pintados brillantes y atrevidos hasta gráficos para ventanas y rótulos frontales y retroiluminados de gran impacto. Los visitantes vieron en directo las impresoras de las series Arizona y Colorado durante las demostraciones que tuvieron lugar en inglés y alemán.

En reconocimiento al desarrollo y al crecimiento sostenido del mercado del papel mural digital y de las oportunidades que ofrece para transformar los espacios, la **"UVgel Wallpaper Factory"** mostró a los clientes de qué modo estos equipos son capaces de imprimir grandes volúmenes de papel mural de forma desatendida durante las 24 horas del día. Esta solución integral, compartida en el stand de Canon y en el stand vecino de Fotoba, puso de manifiesto la capacidad de la **serie M de la Colorado** cuando se utiliza en línea con los módulos de corte, rebobinado y alimentador de rollo de Fotoba para producir una gran variedad de revestimientos murales. El stand de Fotoba también contó con la presencia de la **"UVgel Print Factory"**,

la solución de bobinas Jumbo para producir aplicaciones de UVgel de gran volumen totalmente automatizadas.

La **imagePROGRAF GP-4000** (44 pulgadas) mostró las prestaciones de la familia Canon imagePROGRAF de impresoras de soporte flexible de calidad fotográfica, dando vida a las imágenes de la campaña con una calidad de impresión excepcional y una amplia gama de colores. Gracias a sus once colores, incluido el rosa fluorescente, la imagePROGRAF GP-4000 puede crear efectos visuales de gran impacto, desde tonos pastel hasta neón. También está calibrada con PANTONE™, lo que resulta ideal para impresiones de aplicaciones gráficas como cartelería y materiales para puntos de venta en colores de marca.

Bajo el lema general **"Make It BIG"**, los proveedores y diseñadores de gráficos de gran formato vieron trabajos que van más allá de los límites, animándolos a crear nuevos productos que dejen una impresión duradera.



Nueva Colorado de la serie M, una impresora modular



LA INDUSTRIA DE LA IMPRESIÓN DEBE DAR UN PASO ADELANTE EN LA DESCARBONIZACIÓN, Y SAPPI YA ESTÁ EN MARCHA

La industria de la impresión está haciendo un buen trabajo defendiendo los beneficios de la reciclabilidad del papel y su lugar en la economía circular. Pero ante los imperativos del cambio climático, y aunque existen iniciativas y compromisos para reducir las emisiones netas, o el Pacto Verde Europeo, que aboga por un continente neutro desde el punto de vista climático, todavía se puede hacer mucho más.

La **descarbonización** –la reducción o eliminación de las emisiones de dióxido de carbono durante los procesos de producción– desempeña un papel crucial en la lucha contra el cambio climático, y es algo a lo que Sappi se ha comprometido como parte de su estrategia de sostenibilidad.

En 2020, Sappi Europa publicó su hoja de ruta para la descarbonización, en la que se describen los objetivos de sostenibilidad relacionados con la energía que deben alcanzarse para 2025. Esto incluye una reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en un 25% junto con un aumento del 11% en energía renovable (ambos en comparación con 2019). La estrategia se basa en tres prioridades principales: abandonar el carbón y pasarse a la biomasa neutra en carbono o al gas natural; obtener más electricidad verde de la red; y

mejorar la "eficiencia" de las nueve fábricas europeas para mejorar la eficiencia energética. Con este fin, Sappi Europa está llevando a cabo más de 80 proyectos de aquí a 2025.

Una de las iniciativas clave ha sido la **modernización de la caldera de la fábrica de Gratkorn**, en Austria. La planta produce Magno, el papel estucado sin madera líder del mercado de Sappi. Anteriormente utilizaba carbón como una de sus fuentes de energía, pero en septiembre de 2022, tras la finalización de su nueva caldera, cambió a biomasa y gas natural. El proyecto, que ha costado 35 millones de euros y ha tardado tres años en ejecutarse, reduce la huella de carbono de la fábrica en un 30% (en comparación con antes de la modernización). La biomasa se obtiene de corteza, serrín y astillas de madera, así como de residuos del proceso de fabricación de pasta.

Sappi también está eliminando progresivamente el uso de carbón en otras dos de sus fábricas. Con una inversión de 16 millones de euros, la **fábrica de Kirkniemi**, en Finlandia, donde se produce la gama de papeles para publicaciones **Galerie**, está pasando del carbón a la biomasa. Una vez finalizado el proyecto este año, la fábrica reducirá en un 90% sus emisiones de gases de efecto invernadero, con lo que

ahorrrará unas 230.000 toneladas de dióxido de carbono al año.

Además el año pasado, la **fábrica de Stoc-kstadt** (Alemania) desmanteló su propia caldera de carbón: se espera que el cambio a biomasa y gas natural ahorre 100.000 toneladas de CO² al año. Y la **fábrica de Maastricht** (Países Bajos), por su parte, ha instalado una nueva caldera que utiliza electricidad renovable. La "e-caldera", un proyecto de 6 millones de euros que comenzó en 2021, convierte la energía eléctrica solar y eólica en vapor para alimentar la planta. Se espera reducir las emisiones un 13% respecto a 2019.

Otras iniciativas de descarbonización se centran en la eficiencia y la optimización de procesos. Por ejemplo, la **fábrica de Carmignano** (Italia) se modernizó con una planta de cogeneración en 2021. La nueva tecnología extrae energía de forma más eficiente, de modo que se necesita menos combustible para realizar la misma cantidad de trabajo. También en 2021, la **fábrica Alfeld** de Sappi en Alemania amplió su planta de evaporación para capturar más licor negro, un residuo de la producción de pasta que puede utilizarse como biocombustible renovable. El nuevo sistema hace más eficiente la producción de pasta y proporciona biocombustible adicional a la planta.

La hoja de ruta de descarbonización de Sappi Europa forma parte de los objetivos medioambientales globales de Sappi, que ha

establecido metas alineadas con siete de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas**. Consciente de la urgencia de actuar para limitar el aumento de la temperatura global a 1,5 °C, Sappi se ha comprometido a reducir las emisiones de carbono en un 41,5% por tonelada de producto para 2030.





EXPOSITORES CONFIRMADOS EN C!PRINT MADRID 2023

Los próximos 19, 20 y 21 de septiembre en el pabellón 9 de IFEMA MADRID, tendrá lugar la octava edición del Salón C!Print. Durante tres días, los profesionales del sector de la impresión, la comunicación visual y la personalización podrán ver las últimas innovaciones en tecnología y aplicaciones. Entre ellas las de sus sponsors Platinum, Digidelta/Mimaki; Gold, Epson, Hexis, HP y Roland DG; y Silver, Realisaprint.es.

Los principales fabricantes y distribuidores

del mercado mostrarán sus innovaciones en tecnología, aplicaciones y materiales, y es que ya han confirmado su presencia Ezedichi, Ferpa Graphic - Knf, Framun Techno, Grupo Woon, Hatapress & Garments Slu, Inglet Slu, J. Pujol - Epson Protexile Partner, M2M Sistemas, Mecanumeric, Modico Graphics, Plastgrommet, St-Control, swissQprint Spain S.L., Trotec Laser, VZZ, Widinovations, Yotta Iberia, 3M, Brigal, Digital Market, Endutex, Exaprint, Fujifilm, Gcc - X-Trong Laser Group, Grupo FB - Brother, Grupo Universal, Legon Digital, Plasticos Carrera, Rotutech, Spandex o Condair.

Los especialistas del pequeño formato, la personalización y el objeto y textil promocional que han confirmado su asistencia en la octava edición de C!Print Madrid son: Color-Dec España, Grupo Sdt, Hisarnox, Madeira, Melco International Llc, Photo Center 3D, Printmytransfer.com, Puntoqpack, Saati Ibérica, Sipcards, Sti Card, Sublimet, Tajima-Dst, Transfertpress, Tu Diras S.L., Happyjapan Emb y Serviprinter (Co-Expositores M2M), Idealtruss, Kor Distribuciones Tecnológicas, Poli-



mer Tecnic, Cabolisan, Condair, Badge4u, Id Gamax, Joylu Sport, Nurimar Monti.

Además, los expositores especialistas en comunicación luminosa, señalética o rotulación que no faltarán a la cita, son A1 Publicidad Y Marketing S.L., Adivin Beach Flag, Adsystem, Apil, Color Dance, Imazu, Lambrequins Du Sud, Mondial Power Led S.L., Signled.

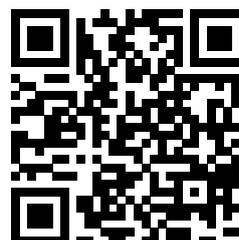
NUEVOS EXPOSITORES EN 2023

Esta nueva edición de C!Print Madrid en Recinto Ferial de IFEMA MADRID será una ocasión única para mostrar en un entorno cómodo y accesible toda la tecnología y nuevos soportes a los visitantes. No han querido perderse esta edición tan esperada, nuevos expositores durante este 2023 como: All For Printing, Dicavesa, Banderas VDK, Hangzhou Soyang Technologies Co.,Ltd, Poster And Panel, Talawin, Anbor, Grupo Solitium, Tauler Laminating, Rascal Industry, Riso Ibérica, Soluciones Integrales para el Rotulista, Ultima Displays, Comerca Soluciones de Comunicación, Hilos Madeira Ibérica S.A., Imprivic, Rook Láser Weld, Impressive World, Artisjet,

Rotulos Mzs, Ohmyneon Signsplaza, Modular Signs, Jumar Sport, Purple Mustard, Confeymas Tobarra S.L., Ooh Magazine, Labelys.Es, Impretienda, Mb3d Rótulos Corpóreos, Northern Design, Rotula Tú Mismo, Servikorte, o Revestimiento Vinilico.

También estarán presentes con stand, partners de C!Print Madrid: asociaciones sectoriales como Fespa España Asociación, Aseigraf, Aserluz, AFPE, Neobis e Impriclub, y prensa especializada como Alabrent, AP Digitales, El Publicista, Prosign e Interempresas.

Los visitantes interesados en acudir al evento ya pueden solicitar su acreditación profesional en la web oficial del salón: www.salon-cprint.es. Puede acceder a ella directamente escaneando este código QR:



PLEGADORA HORIZON AFV-566FKT PLEGADORA EN CRUZ TOTALMENTE AUTOMÁTICA MÁXIMOS AUTOMATISMOS Y POSIBILIDADES

El hecho de ser la quinta generación de plegadoras Horizon 56AF, hace pensar en una máquina sólida y consistente, pero la realidad es que Horizon va más allá. Revoluciona el mercado con la AFV-566FKT cuya principal característica pasa por ser la plegadora industrial con los cambios de trabajo más rápidos del mundo en su rango. Esto se consigue a través de una automatización en los ajustes y posicionamientos impensables para sus competidores, donde con un solo indicador de papel, la plegadora realiza los ajustes necesarios para cada una de sus bolsas, lo que supone un considerable ahorro en tiempos de preparación, reducir al mínimo el desperdicio de papel así como los errores de producción. Además por primera vez el control del equipo desde la pantalla táctil es total, tanto en los propios ajustes de baterías y bolsas como en las correcciones del plegado, lo que supone un manejo mucho más sencillo e intuitivo, reduciendo las necesidades de un operador experto.

Esta plegadora parte de una configuración de 6 bolsas en paralelo + plegado de cuchilla en cruz y dos bolsas bajo cuchilla, lo que permite

múltiples disposiciones. El formato máximo es de 560x900 mm, y posee una amplísima gama de configuraciones, donde añadiendo diferentes módulos como perforación, puntos de cola en línea, o calandras para prensado, puede personalizarse y adaptarse a las necesidades de cada taller. Igualmente permite trabajar con un rango de papeles y gramajes desde 40 hasta 250gr.

A todas estas características técnicas hay que añadirle el software de gestión de Horizon, iCe Link, ya instalado de serie, lo que nos permite de una manera sencilla monitorizar completamente la producción de la plegadora en tiempo real, desde cualquier dispositivo conectado a internet, incluso obtener distintos análisis de productividad, o programar tareas de mantenimiento.

Las necesidades actuales de la industria gráfica hacen que los equipos de plegado industrial sean lo más automáticos y productivos posibles. Una vez más OPQ Systems Maquinaria Gráfica, en esta ocasión de la mano de Horizon refuerza y afianza la posición de líder indiscutible en los equipos de postimpresión, ofreciendo todo tipo de avances y desarrollos tecnológicos.



#SÍPAPEL



LA CADENA DE VALOR DEL PAPEL CELEBRA SU CITA ANUAL EN UNA NUEVA EDICIÓN #SÍPAPEL

SÍPAPEL, organizado por ASPAPEL y en colaboración con las organizaciones que configuran la cadena de valor del papel (industria papelera, industria del cartón, industrias transformadoras, impresores, editores, artes gráficas y empresas recuperadoras de papel, cartón y envases), ha tenido lugar en el Auditorio del Museo Nacional Reina Sofía de Madrid, bajo el marco de #Sípapel.

Durante el evento, conducido por la periodista Marta Reyero y que ha contado con la actriz Eva Ugarte como la voz narrativa de los microrelatos del papel, se han abordado las temáticas de la Sostenibilidad y la Innovación, dos pilares fundamentales sobre los que la cadena de valor del papel construye su futuro, haciendo honor a un material que por su versatilidad y su comportamiento medioambiental está



Ganadores de la VI Edición de los Premios "Los Valores del Papel".



protagonizando un creciente proceso de sustitución de otros materiales.

Para profundizar en estos dos puntos, ASPAPEL ha contado con las intervenciones de Ana Gascón, directora de Estrategia de Sostenibilidad de Envases para Europa en The Coca-Cola Company, quién ha recalcado que “como industria, nuestra responsabilidad es seguir garantizando la seguridad de los envases y, al mismo tiempo, apostar por la innovación y el ecodiseño para que esos envases sean cada vez más sostenibles. En ese proceso, el cartón y el papel tienen actualmente un rol protagonista”.

Por su parte María Albalá, directora del HUB de Innovación de ESIC, ha señalado que “la innovación es un punto clave, no solo para las compañías e instituciones españolas, sino a nivel mundial. Durante los últimos años, y en un contexto tan complejo como el que vivimos, esta necesidad se ha hecho más palpable. Muchas organizaciones han comprobado como aquellas iniciativas que se han liderado desde la innovación servían especialmente para resolver retos que, de otro modo, no se hubieran podido materializar de una forma tan rápida y ágil”.

Eduardo Querol,
presidente de Aspa-
pel, abre el acto.



PREMIOS VALORES DEL PAPEL

Durante #Sípapel, además, se ha celebrado la

VI Edición de Los Premios “Los Valores del Papel”, que están destinados a galardonar a personas o empresas, que desarrollen actividades o iniciativas relacionadas con los valores del papel, poniendo el foco en cinco atributos característicos de esta materia, que son los que engloban los cinco grandes premios.

Los premiados de este año han sido **El Museo Nacional del Prado** con el Premio Valioso, por su exposición “El maestro del papel. Castillas para aprender a dibujar de los siglos XVII al XIX”, en la que el papel da soporte a este instrumento formativo de gran valor artístico; la **Fundación Prodis** con el Premio Natural por los elementos que desarrollan en papel dentro de su Centro Especial de Empleo; **Unilever** con el Premio Renovable por su decidida apuesta por la sostenibilidad y la circularidad en sus envases y especialmente en sus nuevos envases circulares y envases compostables Carte D’Or hechos de cartón recubierto de biopolímero; **Ariel** con el Premio Innovador por su apuesta de sustitución y compromiso de conseguir de Ariel PODS envases que sean reciclables, reutilizables o compostables, con utilización segura e información integral; y **Santiago Muñoz Machado**, director de la Real Academia Española, con el Premio Especial por su trayectoria intelectual con más de cincuenta libros publicados, que incluyen obras de carácter jurídico, estudios históricos, ensayos y narraciones. Además de su amplia bibliografía, reconocida con galardones como el Premio Nacional de Historia de España o el Premio Nacional de Literatura en la modalidad de Ensayo, el Jurado ha destacado su labor como director de la Real Academia Española.

Esta edición supone el culmen de las dos anteriores, #Repapel en 2018, que marcó las claves que definen a este sector (Reindustrialización, Reinversión, Resiliencia, Renovabilidad y Reciclabilidad); y #DIpapel en 2019, donde se puso de manifiesto la importancia para el futuro de la economía de la cadena del valor del papel.





SOLUCIONES

NEOBIS PRESS 172

neobis

neobis

ASOCIACIÓN DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

CONSULTORÍA NEOBIS

ASESORAMIENTO MERCANTIL

Despeja cualquier duda legal sobre tu empresa

El asociado obtiene una información clara y consejo profesional y personalizado que le permita adoptar en cada momento las mejores decisiones (reestructuración societaria, fusiones y adquisiciones, reducciones o ampliaciones de capital, etc).

ASESORAMIENTO FISCAL Y CONTABLE

Hacemos más fácil la gestión de las obligaciones fiscales

CONSULTORÍA ENERGÉTICA

Reduce tus facturas energéticas

Las empresas asociadas cuentan con el asesoramiento para la adquisición, gestión y correcto aprovechamiento de la energía en los ámbitos industrial e institucional.

El servicio ofrece una respuesta profesional, eficaz e inmediata, a la creciente necesidad de las empresas por reducir el incremento del coste energético.

GESTIÓN DE AYUDAS Y SUBVENCIONES

Consigue las ayudas y subvenciones a las que puede acceder tu empresa

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

CONSULTORÍA Y GESTIÓN LABORAL

Especialistas en gestión de nóminas del sector
Más de 120 empresas confían ya la gestión de

Ofrecemos a la empresa la información necesaria para el correcto cumplimiento de las obligaciones fiscales exigidas por el ordenamiento jurídico tributario y facilitamos la posibilidad de conocer el estado financiero de la misma.

sus nóminas a neobis. Un servicio especializado en el sector de la comunicación gráfica, con un trato personal y cercano, en completa coordinación con las asesorías laboral y fiscal. Además, podrás solicitar estudios de contratación, salariales, registros retributivos, etc.

ASESORAMIENTO JURÍDICO-LABORAL

Abogados especializados, a tu disposición

Te ofrecemos el más amplio abanico de servicios jurídicos laborales llevado a cabo por abogados especializados en el sector de la comunicación gráfica y que participan directamente en la negociación del Convenio Colectivo Estatal de Artes Gráficas, Manipulados de Papel, Manipulados de Cartón, Editoriales e Industrias Auxiliares.

MEDIO AMBIENTE

Te ayudamos a ser más "Sostenible"

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

ASESORAMIENTO DE SEGUROS, SEGUROS DE CRÉDITO Y AVALES

Reduce el coste de tus seguros

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

COACHING EJECUTIVO Y DE EQUIPOS

Encuentra el camino más eficaz para alcanzar tus metas

Mediante la metodología CORAOPS, acompañamos a los equipos de trabajo de tu empresa en el descubrimiento, la definición y la optimi-

zación de sus objetivos para conseguir resultados extraordinarios.

IMPAGADOS Y RECOBRO DE DEUDAS

Evitar al máximo los impagados

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

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

CONTRATACIÓN PÚBLICA Y DERECHO ADMINISTRATIVO

Te ayudamos a trabajar con la administración del estado

Consultoría de contratación pública y derecho administrativo. Consulta con los expertos 100% especializados en esta materia

CONCURSOS PÚBLICOS

Te informamos sobre la oferta de contratación pública

Publicamos en la plataforma neobis avisos periódicos de los concursos publicados en los Boletines Oficiales

COMPLIANCE

Establece las políticas y procedimientos adecuados

Asesoramiento para garantizar que tu empresa cumple con el marco normativo aplicable.





**EL DEPARTAMENTO DE
RR.HH DE TU EMPRESA,
¿FACILITA O
ENTORPECE TUS
PROCESOS
INTERNOS?**

AUTORA: Rosario Trasobares Almagro, Consultoría Jurídico-Laboral neobis

Todo, absolutamente todo, va a un ritmo muy rápido y, si no lo sigues, te quedas fuera. De esta velocidad del mundo actual hemos hablado largo y tendido en estas mismas páginas, así como de la importancia de adaptarnos ya no sólo para sobrevivir, sino también para buscar el éxito de nuestra organización. Sin embargo, las empresas son un todo conformado por muchas partes que tienen que moverse a la misma velocidad para conseguir hacerla andar. Si unas partes van más rápido que otras, no conseguiremos movernos, si no que nos caeremos al suelo.

Dentro de todos los departamentos que pueden conformar una empresa, el departamento de RR.HH es vital para que todas las partes de la empresa caminen hacia una misma dirección. Sin embargo, en muchas ocasiones desde la dirección general de la compañía no se entiende así o se desconoce este papel, porque no se potencia como se debiera o porque se entiende la gestión de personas como algo más administrativo y, por lo tanto, estanco. Sin embargo, para que las empresas funcionen ágilmente y que sus partes conformen un todo, el departamento de RR.HH debe ser facilitador de procesos internos, nunca frenarlos o directamente pararlos. Por ejemplo, si hemos captado una nueva línea de negocio para nuestra empresa con visos de una alta rentabilidad y necesitamos contratar personal especializado para desarrollarla, no podemos tener un departamento de RR.HH lento en los procesos de selección y contratación. Debe ser ágil y eficaz para permitir desarrollar esta nueva línea de negocio, antes de que alguien se nos adelante y perdamos cualquier ventaja competitiva que pudiéramos tener.

Pero y, aquí radica la gran pregunta, ¿cómo deben ser las personas que contratemos para desarrollar las funciones de este departamento?:

- Deben ser proactivas y resolutivas, es decir, tienen que saber detectar las necesidades de la empresa antes de que sea notoria su existencia. Es decir, tienen que



tener capacidad de visión de futuro y de anticipación.

- Han de conocer con profundidad nuestra misión, nuestra visión y nuestros procesos internos para adaptarse y adaptarlos. Es decir, saber cómo somos para, en base a eso, darnos lo que podemos necesitar pero también ser agente facilitador del cambio, en aquellos procesos que sean susceptibles de mejora, sobre todo, desde un punto de vista de la intervención de las personas que forman la plantilla de la empresa.
- Es necesario que sean personas en constante evolución, estudio y adaptación para que todas las novedades que se vayan generando en nuestro entorno, faciliten la adaptación y la asimilación por parte de la empresa.

Sin todas estas ideas claras, sin estas capacidades y actitudes, un departamento de gestión de personas se convertirá en lo que entorpezca nuestros procesos internos, evitando el desarrollo de nuestro negocio desde parámetros de viabilidad y rentabilidad.

**CONTACTA
CON NEOBIS**

912 437 400 

rtrasobares@neobis.es 





EL NUEVO CONVENIO COLECTIVO: UN REFLEJO DEL FUTURO DEL SECTOR

AUTORA: Sandra Fariña Cabrera.
Consultoría Jurídico-Laboral neobis

La negociación colectiva es, sin duda, una de las herramientas más importantes de diálogo social que existe en nuestro sistema jurídico. A través de ella, organizaciones empresariales y sindicatos moldean las condiciones de trabajo de todo un sector, construyendo así, los pilares de unas buenas relaciones laborales que redunden, no solo en una mejor productividad para las empresas, sino en el bienestar social de las personas trabajadoras y de la sociedad en general.

En este sentido, la representación empresarial del sector de la comunicación gráfica, en este año 2023, se enfrentaba a un doble reto en la negociación del nuevo Convenio Colectivo: por un lado, a la inminente exigencia por parte de los sindicatos de una considerable subida de los salarios, alentada por el aumento del Salario Mínimo Interprofesional, que llegó a superar los niveles salariales más bajos del Convenio y, por otro lado, al contexto social y legislativo en el que ha sido continuo

el debate sobre el aumento de los derechos sociales de las personas trabajadoras, como son, la modificación de los contratos temporales, la posibilidad de ampliar los permisos retribuidos ante la previsible Ley de Familias, los incentivos para disminuir la jornada laboral, las nuevas situaciones especiales de incapacidad temporal, etc...

En este contexto se han desarrollado las reuniones, en las que se ha discutido, entre las partes intervinientes, sobre todas las novedades a incluir en el nuevo Convenio Colectivo. Tras arduas negociaciones, y un conato de huelga, resuelto gracias al diálogo social, se firmó un acuerdo a principios de junio. El nuevo Convenio nos deja en una situación que podemos definir como una mirada hacia el futuro y una modernización de un texto que no puede quedarse fuera de juego en materia de derechos sociales. Toca en este punto, por tanto, hacer un recorrido por las principales modificaciones.

En primer lugar, llama la atención que no nos encontramos ante un Convenio a 2 años, como se ha venido pactando en las últimas ocasiones, sino que estamos ante una vigencia de 3 años, abarcando por tanto, hasta 2025. Este cambio se plantea, en gran medida, para facilitar a las empresas la implantación de los cambios que trae consigo el nuevo Convenio, entre los que se encuentra, por supuesto, el salario. De este modo, se pacta una subida del 4,75 % en las tablas para el año 2023, para el 2024 un 3,25 % y para el 2025 un 3,00 %; es decir, hablamos de un 11 % en 3 años que permite una mayor previsión a la hora de plantear la economía de las empresas en los próximos años. Es destacable, además, en cuanto al salario, los cambios introducidos en el complemento de nocturnidad: pasa del 25,00 % al 30,00 % y a un 35,00 % en días festivos.

Otra de las principales novedades es la reducción de la jornada máxima anual de trabajo efectivo, a partir del 1 de enero de 2025, que pasa de ser de 1.768 a 1.760 horas. De

nuevo, la duración de 3 años juega un papel fundamental en la incidencia que estas modificaciones tendrán en el tejido empresarial, permitiendo una mejor planificación. Este cambio viene promovido por los continuos debates en la sociedad sobre la reducción de jornada en las empresas, que empieza a ser, cada vez más, la tendencia hacia la que transitan las relaciones laborales del futuro. No podemos olvidar que se han aprobado convocatorias para la concesión de ayudas dirigidas al impulso de la mejora de la productividad en PYMES industriales, a través de proyectos piloto de reducción de la jornada laboral, es decir, cada vez se fomenta más este modelo de producción, buscando el punto intermedio entre el beneficio para las empresas y las personas trabajadoras. Por tanto, nuestro Convenio se ve en la conveniencia de no dar la espalda a dichas corrientes predominantes.

Otro de los caballos de batalla que han marcado esta negociación son los permisos retribuidos a los que tiene derecho la plantilla. Se incluye un permiso de 12 horas anuales para acompañar a hijos e hijas, así como familiares dependientes, a consultas médicas. De esta forma, nos amoldamos a la sociedad actual en la que se venía reclamando un permiso de este tipo, no ya a nivel de Convenio, sino que abarcara a todas las personas trabajadoras, independientemente de su sector profesional. En este sentido, ha sido clave la amplia publicidad que ha tenido el proyecto sobre la Ley de Familias, que ha suscitado un profundo debate en la sociedad sobre este tema.

Por último, hay que destacar la labor de adaptación normativa que ha tenido lugar durante las negociaciones, para adecuar los textos del Convenio Colectivo al Real Decreto-ley 32/2021 publicado en diciembre de 2021, en el que se modificaba ampliamente los tipos de contratación vigentes. Uno de los principales problemas que causó al sector dicha norma, fue la reducción a 6 meses de los contratos por circunstancias de la producción, puesto que, hasta ese momento, se podían celebrar



hasta de 12 meses. Por tanto, uno de los objetivos de la parte empresarial debía ser un aumento de dichos 6 meses, para facilitar este tipo de contratación a las empresas.

De este modo, finalmente se consiguió que el contrato por circunstancias de la producción tenga las siguientes vigencias:

A. El periodo máximo establecido en la normativa laboral vigente para contratos temporales tanto en plantilla propia como en los contratos de puesta a disposición de las Empresas de Trabajo Temporal.

B. De más de 6 meses y hasta 9 meses para contratos temporales en la plantilla propia.

C. De más de nueve meses y hasta doce meses para contratos temporales

en la plantilla propia; con la obligación en cada empresa de contratar o transformar a contratos indefinidos, a lo largo del año natural siguiente, un mínimo del 20% del número de los contratos de este apartado (c), que hayan finalizado en el año natural previo.

Por último, son destacables las nuevas redacciones en materia de formación y en materia de contratos formativos; así como en materia de movilidad funcional, que se adapta a la legislación vigente, clarificando y simplificando el Convenio en este sentido. Además, se incorpora un nuevo capítulo sobre el trabajo a distancia para ajustar el Convenio a la normativa actual, en relación a los puestos de trabajo del sector en los que sea posible la prestación de servicios en esta modalidad.

En definitiva, y como hemos venido diciendo, el nuevo Convenio Colectivo mira hacia adelante, adaptándose a la sociedad y se prepara para los escenarios en los que se van a representar las relaciones laborales del futuro.

CONTACTA CON NEOBIS

 912 437 400

 sfarina@neobis.es





LA NUEVA GESTIÓN DE LOS PARTES DE IT, AHORA DESDE LA PRÁCTICA

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

En el artículo del número anterior de la revista, os detallábamos los nuevos cambios que se establecieron desde el 1 de abril con la aprobación del Real Decreto 1060/2022, de 27 de diciembre, respecto a la gestión de las IT por parte del INSS.

Por hacer un breve resumen, os hablábamos de la duración que pueden tener los distintos procesos de Incapacidad Temporal (IT) y que se suprimía la obligación de los médicos de entregar a los trabajadores y trabajadoras copia en papel para la empresa de los partes



FALTA DE INFORMACIÓN

Sobre la base de que los trabajadores y trabajadoras ya no tienen obligación de entregar parte médico a la empresa y cuando la información por el canal habitual se retrasa (aunque son excepciones, en neobis hemos tenido casos de bajas que han llegado el mes siguiente) pasamos a depender de la información que ellos y ellas nos proporcionan.

Sucede en algunas ocasiones, que la persona trabajadora ha comunicado a su superior directo que le han dado la baja médica y se encuentra en situación de Incapacidad Temporal, pero ni uno ni otro lo han transmitido al departamento de personal o Recursos Humanos. Y se dan casos en los que una persona que causa baja médica, no lo comunica por ninguna vía a su empresa, aun cuando se solicita que se comuniquen estas situaciones.

Es este escenario, es normal que se produzcan momentos de incertidumbre ante la situación en la que se encuentra esa persona y si es necesario sustituirla en su puesto de trabajo y durante cuánto tiempo. Incluso podría tratarse de una baja voluntaria por incomparecencia o se podrían producir despidos por ausencias injustificadas, llegando a judicializarse casos por un mal funcionamiento de sistema o por problemas de comunicación. Precisamente, la idea es de trabajar en una buena dirección, con el objetivo de evitar la mayoría de estas incidencias.

UNA BUENA COMUNICACIÓN: LA CLAVE PARA SALVAR ESTAS SITUACIONES

Continuando con la idea anterior, la clave para optimizar estas situaciones es fortalecer los canales de comunicación con las personas trabajadoras para que sean conscientes de qué deben informar, a quién deben dirigirse en la empresa y qué posibles efectos puede tener no hacerlo.

Las consecuencias son sobre todo de organización y administrativas: podría ser necesario

sustituir a la persona que se ausenta (ya sea contratando a alguien o con ayuda de algún otro compañero o compañera) y se podrían producir errores en el abono de las nóminas, sobre todo en bajas que se producen a final de mes, o en los seguros sociales, etc. que van a implicar que se rectifiquen nóminas de forma tardía y que el cierre del proceso mensual se retrase.

Por eso es fundamental hacer partícipes a las personas trabajadoras de la importancia que tiene informar de estas incidencias, considerando que sus aportaciones son imprescindibles para el correcto funcionamiento de la producción y de la organización de la empresa, como una parte más de su engraje.

Para facilitar la comunicación de estas situaciones, hay empresas que se plantean la opción de contratar portales del empleado, otras que consideran suficiente la comunicación con el superior directo, algunas en las que además hay que informar al departamento de personal y otras que se ponen en contacto con la persona trabajadora cuando consideran que podría tratarse de un caso de baja médica... Pero, como vemos, todas pasan por el refuerzo de la comunicación con la plantilla.

Desde **neobis** os recomendamos fomentar una comunicación muy fluida e incluso redactar un "protocolo de actuación" con un enfoque positivo, constructivo y hasta consensuado con el personal, para que cada empleado o empleada sepa qué comunicar, por qué canal y a quién debe dirigirse, de forma que la información llegue correctamente a quien corresponde para facilitar la organización interna de la empresa, tanto a nivel productivo como administrativo.

**CONTACTA
CON NEOBIS**

912 437 400 

acollado@neobis.es 





ENTREVISTA A CARLOS GRANADO, CEO DE ESTUDIO DE EMPRESAS S.A.

Neobis colabora desde hace 10 años con Carlos Granado como asesor fiscal y mercantil. Carlos representa a un equipo de profesionales especializado en dar servicio a empresas y autónomos con vocación de ayudarles a tener una estructura jurídico-fiscal adecuada a sus necesidades.

Su especialización, involucración y responsabilidad han hecho que la asociación colabore con estos profesionales que acompañan a las empresas en la consecución de sus objetivos profesionales.

Hemos querido charlar con Carlos para conocer su opinión sobre los temas que preocupan a las empresas del sector.

Carlos, ¿cómo fue tu toma de contacto con el sector de la Comunicación Gráfica?

Lo primero que he de reseñar es que es un gusto trabajar con este sector tan importante dentro de la actividad económica de nuestro país y, a la vez tan particular, por sus características más esenciales, entre las cuales resaltaría la creatividad y la innovación.

La primera vez que me asomé al gremio de las Artes Gráficas, cuando aún la denominación de la Asociación era AGM, fue gracias a José Antonio Pompa, actual secretario general de neobis.

Con él había compartido ya algunas “batallas” profesionales y en un momento determinado me ofreció colaborar con una empresa miembro de la asociación mediante la emisión de un Informe Pericial.

Aquella colaboración funcionó realmente bien y me permitió tomar un conocimiento preliminar de la realidad del sector.

A partir de ahí, José Antonio me presentó a Jesús Alarcón, su predecesor en el cargo, y entre los tres pensamos que podríamos crear un sistema de colaboración entre la asociación y nuestro Despacho, Estudio de Empresas, S.A., del que pudieran beneficiarse las personas físicas y jurídicas que forman parte del ecosistema neobis.

Aprovecho, por cierto, para mostrar mi reconocimiento a una persona como Jesús Alarcón que, además de unos extraordinarios valores humanos, ha compartido con nosotros una trayectoria profesional digna de elogio.

¿En qué consiste vuestro apoyo profesional a las empresas de Neobis?

Nuestro objetivo principal en la colaboración con neobis es poner a disposición de todos sus miembros los profesionales que trabajamos en Estudio de Empresas, S.A., tratando de solventar las dudas, principalmente de carácter fiscal y mercantil, que les puedan surgir en el tráfico ordinario de sus actividades.

¿Qué temas preocupan a las empresas?

Después de todos estos años acompañando al sector en su devenir casi diario, creo que hemos podido tomar un conocimiento bastante amplio de las cuestiones que más preocupan a los miembros de neobis y entre ellas resaltaría dos principales:

1. La transición hacia un modelo productivo muy diferente al que durante años predominó en el sector de las Artes Gráficas.
2. Las crecientes dificultades que suponen las novedades normativas, principalmente en materia tributaria y especialmente en este último año con el llamado “impuesto al plástico”.

Carlos, ¿nos puedes resumir cuáles son las posibles soluciones a esas dificultades?

Respecto a la primera de ellas, es decir, el modo en que se debe afrontar un nuevo escenario, en el que hay menos participantes, de menor tamaño muchos de ellos, y no sólo en cuanto a su volumen de facturación sino también en cuanto a medios materiales y humanos que son necesarios para el desarrollo de los trabajos. Un contexto profundamente vinculado a los avances tecnológicos que abruman en nuestros días al sector, nuestra apuesta decidida es la **colaboración**.

Creemos que ha llegado el momento de buscar sinergias entre los actores participantes de esta actividad, de manera que se apoyen unos a otros para que no quede un cliente sin atender o una máquina sin producir. O lo que es lo mismo, por ejemplo, que si mi segundo turno de producción ha quedado en el aire porque el encargo que pensaba recibir de mi cliente se retrasa, en vez de eliminarlo y asumir los costes económicos y anímicos de tal decisión, pueda servir para cubrir un exceso puntual de trabajo que tiene esa otra compañía que está dentro de mi mismo sector y que no debo considerar como ajena, competencia o, en último extremo, rival o enemiga.

Y respecto a la segunda, la “lucha” contra la burocracia, el cumplimiento normativo y evitar el régimen sancionador que habitualmente acompaña a las nuevas disposiciones legales, nuestra recomendación siempre va a ser la **formación**.

Pensamos que las compañías de este sector,





Carlos Granado,
CEO de Estudio
de Empresas S.A.

como de otros en realidad, deben contar con profesionales que conozcan la legislación y se preocupen de estudiar el modo de aplicarla. Bien contando con equipos dedicados a ello dentro de las propias compañías o bien externalizando esta labor, pero siempre estando a la vanguardia.

No hay nada más triste que conseguir sacar adelante un trabajo con el enorme esfuerzo y riesgo que supone y, una vez terminado, recibir una notificación, por ejemplo, de la Agencia Tributaria o de la Tesorería de la Seguridad Social, reclamando un importe similar al facturado por el trabajo terminado, por haber liquidado mal un I.V.A. o haber cotizado de manera errónea por algún trabajador.

¿Podrías señalar alguna peculiaridad de las empresas del sector de la Comunicación Gráfica?

En los últimos años, principalmente desde la crisis derivada de la aparición del COVID-19, detectamos que se ha instalado entre las empresas del sector un nuevo reto consistente en reestructurar la actividad económica diferenciando claramente lo que es el negocio de las artes gráficas, propiamente dicho, del resto de unidades productivas que, por inercia de lo que se venía manteniendo en períodos previos, normalmente se encontraba integrado en aquel, restando capacidad en la toma de decisiones empresariales.

Así, hemos visto cómo negocios realmente prósperos, se resentían por la carga en sus cuentas de pérdidas y ganancias de los gastos derivados de enormes patrimonios inmobiliarios que figuraban en sus activos.

O cómo negociaciones bastante avanzadas para la unión de dos compañías, perfectamente complementarias, se venían abajo por discrepancias en la valoración de sus acciones, al tener confundidos los patrimonios de las propias compañías y de sus socios mayoritarios.

Pensamos que dejar atrás usos y costumbres de otras épocas y apostar por conocer exactamente en qué consiste el negocio que cada entidad desarrolla, sea impresión, encuadernación, o lo que cada uno sepa hacer mejor, va a ayudar de manera definitiva a la toma de decisiones en el futuro lo cual redundará, sin duda, en la evolución positiva tanto de las propias compañías como del conjunto del sector.

GRUPO
NEO



www.gruponeo.com



NUEVA FORMADORA DE CAJAS CÓNICAS



**SOLUCIONES EN
POST-IMPRESIÓN
Y ACABADOS**



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



Te
INTERESA

NEOBIS PRESS 172



OBLIGACIÓN PARA LAS ARTES GRÁFICAS DE REALIZAR LAS DECLARACIONES ANUALES DE ENVASES

AUTORA: Laura Sanz de Siria, Secretaria General de CONFECOI, Coordinadora del SCRAP IMPLICA.

El sector de las artes gráficas, como envasadores, tienen ciertas responsabilidades y obligaciones respecto a los envases en los que almacena y transporta sus productos. Una de ellas es la de realizar la Información anual de envases ¿Cuándo? Pronto, se acaba el plazo el próximo 31 de julio para la primera de ellas que será la del 2021.

En diciembre de 2022 entró en vigor el Real Decreto 1055/2022 de Envases y Residuos de envases, introduciendo algunos cambios respecto a la legislación y que atañen a las empresas del sector pinturas:

- Desarrolla el régimen de responsabilidad ampliada del productor (RAP) para todos

los envases, ampliándose a envases comerciales e industriales.

- Exige una información anual y concisa sobre todos los envases puestos en el mercado.
- Introduce medidas orientadas a la prevención de residuos: el fomento de la venta a granel de alimentos, el aumento de envases reutilizables, y la promoción del reciclado y marcado de productos.

RESPONSABILIDAD AMPLIADA DEL PRODUCTOR RAP

Supone un cambio radical del modelo actual de la gestión de residuos de envases en las empresas. Hasta ahora, eran los clientes finales quienes se hacían cargo de la financiación



y gestión de los residuos de los envases de las mercancías que recibían. Con la entrada en vigor del Real Decreto de Envases y Residuos de Envases esa responsabilidad pasa al productor de producto.

Las empresas fabricantes tendrán que hacerse cargo de los residuos de envases y embalajes de tipo industrial y comercial que acaban en las instalaciones de su cliente final, con el consiguiente coste y con importantes nuevas necesidades organizativas para las empresas.

¿Y qué más obligaciones hay?

INFORMACIÓN ANUAL DE ENVASES

Una de las obligaciones principales de este Real Decreto es el deber de información.

Para poder cumplir con él es obligatorio para los envasadores nacionales o internacionales, adquirientes e importadores de la UE o fuera de la UE registrarse en el Registro de productores de producto en el MITERD.

Una vez inscritos se debe dar información sobre los envases puestos en el mercado nacional mediante la Información anual de envases. Dicha información se dará telemáticamente en la misma sección de la página web que el Registro de Productores de Producto (Dirección de Calidad y Evaluación Ambiental) antes del 31 de marzo todos los años, pero este año piden un doble reporte de los años 2021 y 2022 para los cuales los plazos son los siguientes:

- Para el año 2021: Del 01/05/2023 al 31/07/2023
- Para el año 2022: Del 31/07/2023 al 31/10/2023

¿QUIÉN DEBE INSCRIBIRSE?

Los productores de producto inscritos en la sección de envases del Registro, o sus representantes autorizados.

Si ha introducido producto procedente del mercado internacional y si los productores de producto extranjeros no han designado un representante autorizado en España es el pri-

mer distribuidor o comerciante del producto envasado con sede en España el que debe realizar la Información Anual de envases.

Asimismo, si se ha asumido un acuerdo voluntario con fabricantes, adquirientes o importadores y los productores de producto les han cedido su RAP serán el fabricante, importador o adquiriente en el que realice la Información anual de envases. Siempre y cuando se cumpla además que pongan en el mercado envases de servicio y < de 50 toneladas de envases comerciales e industriales.

TIPOS DE INFORMACIONES

Hay dos tipos de Informaciones: Información simplificada y ordinaria.

- La información simplificada es un poco mas sencilla y reducida y la pueden realizar: los productores de producto que introduzcan en el mercado < 15 toneladas de envases al año; plataformas de comercio electrónico; y el primer distribuidor o comerciante del producto envasado con sede en España. Estas dos últimas opciones cuando se introduzcan en el mercado productos envasados procedentes de fuera de España y el productor no haya designado representante autorizado.
- En el resto de los casos debe realizarse la Información ordinaria.

Antes de comenzar a realizar la Información debemos tener claro qué tipo de tipologías y categorías de envases; Datos de identificación del productor o representante; y materiales de los envases vamos introducir en el Registro.

¿Estás preparado? Si tienes alguna duda IMPLICA te ayuda, hemos elaborado para todos nuestros adheridos workshops técnicos sobre cómo hacer las declaraciones, así como unas guías explicativas

Para más información:
info@confecoi.com
info@somosimplica.com
www.somosimplica.com



**el sector
en verde**

NEOBIS PRESS 172



HUELLA DE CARBONO Y FORMULARIOS MEDIOAMBIENTALES DE CLIENTES

AUTOR: Sergio Ródenas Esteban,
colaborador Consultoría Medio Ambiente neobis

Rellenar formularios de clientes en los que se pide información sobre el desempeño medioambiental de nuestra empresa es cada vez más habitual en las empresas del sector y uno de los puntos que suele generar más quebraderos de cabeza es la parte en la que se deben suministrar datos relativos a las

emisiones de CO₂ o a la huella de carbono.

¿QUÉ ES EXACTAMENTE LA HUELLA DE CARBONO? ¿CUÁLES SON LOS DATOS QUE PUEDO OBTENER FÁCILMENTE?

Se puede definir la huella de carbono como el

cálculo de la totalidad de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por un individuo, organización, evento o producto de forma directa e indirecta. El principal problema al que nos enfrentamos es que no es habitual disponer de datos directos, y por eso el cálculo de la huella de carbono se apoya en otro concepto importante, el factor de emisión, que vincula una determinada actividad o producto con la cantidad de gases de efecto invernadero por unidad de producto u otro parámetro estandarizado.

Por ejemplo, producir un metro cúbico de gas natural tiene un factor de emisión asociado de 2,16 kg de "CO₂ equivalente" (la principal unidad de medida en los cálculos de huella de carbono).

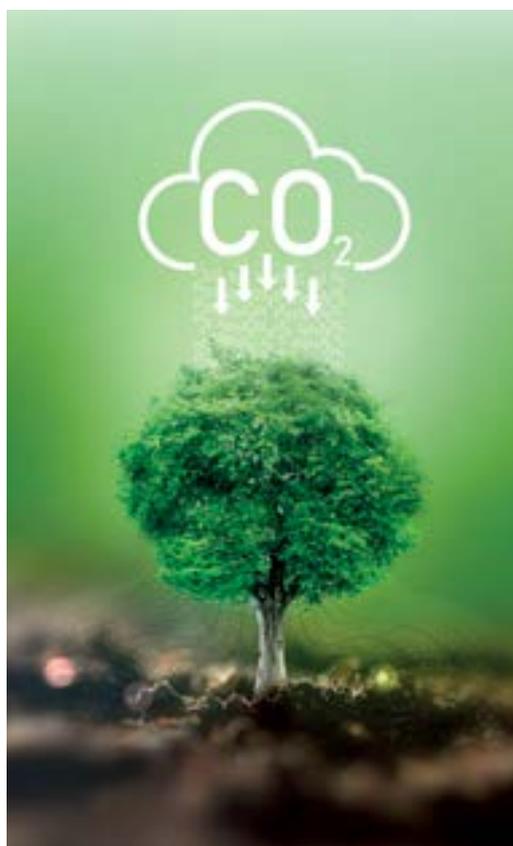
Actualmente existen dos formas consensuadas de calcular la Huella de Carbono:

- La Huella de Carbono CORPORATIVA, contabiliza las emisiones de Gases de Efecto Invernadero de todas las actividades que lleva a cabo una organización, incluyendo las emisiones derivadas del consumo energético de los edificios que ocupa, las procedentes de los procesos industriales y las generadas por los vehículos que se utilicen. Por norma general, este es el dato que se suele solicitar en los formularios de corte ambiental que remiten algunos clientes a las empresas del sector.
- La Huella de Carbono DE PRODUCTO contabiliza los gases con efecto invernadero emitidos durante todo el ciclo de vida de un producto o servicio: desde la extracción de las materias primas, pasando por el procesado y fabricación y distribución, hasta la etapa de uso y final de la vida útil (depósito, reutilización o reciclado).

Actualmente calcular la huella de carbono de una organización suele ser factible, ya que los factores de emisión necesarios como el consumo eléctrico, emisiones de vehículos o el gas natural son accesibles directamente a tra-

vés de las facturas de las comercializadoras, bases de datos públicas, fichas técnicas de los fabricantes o incluso pueden ser proporcionados por organismos estatales. Estos datos son relativamente fáciles de encontrar y con un poco de trabajo por nuestra parte podemos responder las preguntas habituales que nos hacen algunos clientes.

Sin embargo, calcular la huella de producto es un cálculo mucho más complejo ya que hay que conseguir acceso a factores de emisión, como los asociados a las principales materias primas utilizadas en su fabricación, los de los productos químicos, los asociados a operacio-



nes de subcontratistas, etc. que no son públicos y que solo están disponibles, en algunos casos, en herramientas de cálculo especializadas con alto coste o utilizando servicios de consultoría especializada en el cálculo de huella de carbono o el análisis de ciclo de vida.



TU Tiempo

NEOBIS PRESS 172

ISLANDIA

AVENTURA SIN LÍMITES

AUTOR: Carlos Utasá, Treventi Viajes. **FUENTES CONSULTADAS:** Oficina de Turismo de Islandia.

Islandia es uno de esos destinos que nos deja boquiabiertos nada más aterrizar. Con paisajes realmente impresionantes es un país perfecto para recorrerlo en coche o autocaravana, con un par de semanas de vacaciones podemos plantearnos realizar una ruta circular a la isla en la que disfrutar de glaciares, cascadas, volcanes, playas de arena negra, lagunas glaciares, y algún que otro arco iris que te dejará sin palabras. Conocida como la tierra de hielo y fuego, Islandia es un destino que puede ser visitado durante todo el año, aunque si vas por primera vez, sea recomendable hacerlo en la época estival.

REIKIAVIK

Sean cuales sean las preferencias del visitante, Reikiavik siempre tiene algo que ofrecerle.

Tanto si buscamos el ajetreo energético de una ciudad cosmopolita, como la vibrante energía termal de la tierra bajo sus pies, o la tranquila y verde energía del paisaje que rodea la ciudad, la vista a la capital promete no defraudar. Un buen modo de experimentar la energía pura de Reikiavik es acudir a alguno de los numerosos balnearios o piscinas de la ciudad, allí podremos disfrutar de un baño, o de un saludable remojón en sus pozas calientes.

La magnífica naturaleza que rodea Reikiavik convierte a esta ciudad en única para los más aventureros que pueden escoger entre un amplio número de actividades, como la pesca del salmón, una partida de golf a medianoche, navegación, escalada, caminatas por el glaciar, excursiones a caballo o el avistamiento



La magnífica naturaleza que rodea Reikiavik convierte a esta ciudad en única.





El volcán Fagradalsfjall, a 30 kilómetros de Reikiavik, es un área muy activa por la divergencia de dos placas tectónicas.

de ballenas; todas forman parte del atractivo de la capital y pueden realizarse en un solo día, con tiempo para estar de vuelta en la ciudad para la cena. Reikiavik se enorgullece de tener una excelente gama de restaurantes de calidad, renombrados por su cocina creativa y sus frescos ingredientes locales. No debe-

mos olvidar probar el marisco, la ternera o la caza que encontrará en casi todos los menús.

EL OESTE

En el Oeste y los Fiordos del Oeste se palpa la historia geológica de Islandia, desde su creación, hace 15-16 millones de años, hasta la colonización en el siglo IX, cuando la actividad volcánica cesó en la zona. Las rocas más antiguas están en Kögur y las más jóvenes al fondo de Borgarfjörður. Esta historia se refleja en la diversidad paisajística, con toda clase de volcanes y geotermia, desde fuentes de agua mineral hasta el géiser más caudaloso de Europa, el Deildartunguhver. Uno de los lugares que mejor evidencian el vulcanismo es Snæfellsnes, con su mítico Snæfells-jökull y su parque nacional, enmarcado en un municipio de Turismo Sostenible, certificado por el Green Globe 21.

EL NORTE

Bajo el sol de medianoche contemplaremos acogedoras comarcas, montañas espectacu-



lares, islas frente a las costas y una tierra viva que hacen del Norte de Islandia un mundo único. Al oeste los volcanes hacen tiempo terminaron su cometido y desde la desaparición de los glaciares las corrientes fluviales han moldeado un paisaje de contornos suaves, atravesado por ríos salmoneros.

EL ESTE

En el Este de Islandia, el visitante se sorprenderá por la variedad y los contrastes del paisaje. Aquí encontrará desde impresionantes fiordos hasta simpáticos y tranquilos pueblos pesqueros, desde fértiles y boscosos valles hasta fenómenos geológicos únicos; y como telón de fondo, impresionantes montañas y, más allá, el glaciar Vatnajökull.

Su cultura y diversión también están garantizadas, en verano se celebra como mínimo un acontecimiento festivo por semana del más variado temario: historia, música, golf, arte, senderismo, arte para y por los jóvenes, amor, pesca... ¡cualquier cosa!

EL SUR

Aquí todo es distinto. En ninguna parte como en Reykjavik y Þingvellir queda tan patente cómo las placas continentales de Eurasia y América se alejan la una de la otra, unos 2 cm al año. Þingvellir es el lugar histórico más famoso del país; aquí los islandeses fundaron su parlamento en el año 930 y celebraron sus asambleas anuales hasta 1798. También fue el escenario de varias sagas y fue convertido en parque nacional en la primera mitad del siglo XX y declarado Patrimonio de la Humanidad en 2004. Otro lugar histórico de la zona es Skálholt, sede episcopal y centro eclesialístico desde el siglo XI hasta finales del XVIII.

Islandia es sin duda una isla que ofrece al viajero un amplio abanico de experiencias, independientemente de la época en que se visite el país. Naturaleza, volcanes, auroras boreales, actividades culturales y un sinfín de aventuras que nos obligarán a visitarla seguramente en más de una ocasión.



A la izquierda: En ninguna parte como en Reykjavik y Þingvellir queda tan patente cómo las placas continentales de Eurasia y América se alejan la una de la otra.

A la derecha: El mejor momento para ver la aurora boreal tiene lugar entre septiembre y abril.



LECTURA RECOMENDADA

Libro recomendado por Franco L. Gómez,
Director General de Onlineprinters España:

PATRIA

Fernando Aramburu

A pesar de ser una historia ficticia se asemeja mucho a las vivencias de las víctimas del terrorismo con la convivencia con sus presuntos verdugos. Es una historia recomendable para conocer el ambiente del País Vasco en aquella época.

CARTAS A UN JOVEN POETA

Rainer Maria Rilke

Es interesante conocer a través de la poesía las ideas del autor y su concepción del mundo.

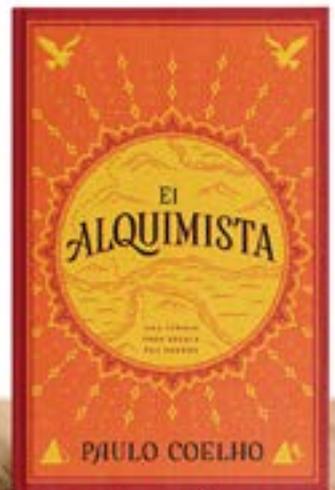
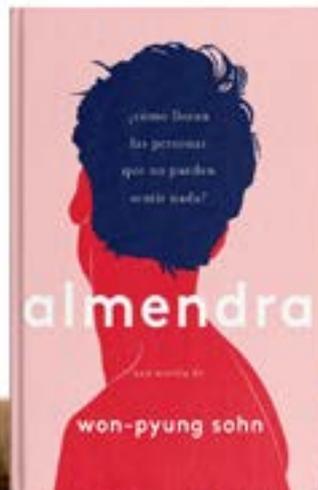
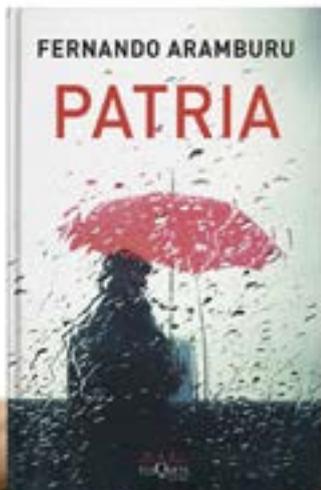
ALMENDRA

Won-Pyung Sohn

Es una historia sobre crecer, descubrirse a uno mismo y aceptar que la ayuda no siempre viene por donde la esperamos.

...

Libros recomendados por Marycielo Raquel Cholan Carhuas, Primera finalista del VII Concurso neobispres "Diseña la Portada de la Comunicación Gráfica":





Nueva Speedmaster con IA. La máquina más inteligente del mercado.

La implementación de la inteligencia artificial ofrece ventajas extraordinarias para el sector de la impresión.

Descubra la nueva generación Speedmaster: Soluciones innovadoras para la impresión comercial, de etiquetas y de embalajes. Experimente un rendimiento sin precedentes gracias a los asistentes inteligentes, la automatización integral y los procesos de producción simplificados.



Horizon

StitchLiner Mark III

la nueva generación

- ✓ Olvídense de plegar cuadernillos.
- ✓ Alta producción, hasta 6.000 revistas/hora (12.000 en doble producción).
- ✓ Cambios ultra rápidos.
- ✓ Acabados premium con hendidos, grapado a caballete y corte trilateral.
- ✓ Formato de hasta 35 x 63 cm.
- ✓ Alimentación de impresión digital.



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

