



REVISTA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA • Nº173

Communicate with

and

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



RESULTADO DE LAS ENCUESTAS DE COYUNTURA

EDITORIAL

Es consustancial a los seres humanos estar continuamente tomando decisiones, en el caso concreto de los empresarios, las decisiones adoptadas no sólo afectan al destino de la empresa, sino al de muchas personas. Gestionar una empresa en el día de hoy es gestionar tecnología, finanzas, medio ambiente, trabajadores y trabajadoras...; y gestionar parte del futuro, en definitiva. Qué duda cabe de que disponer de toda la información posible es fundamental.

De nuevo la Asociación pone en marcha una encuesta de coyuntura y, en esta ocasión, por el importante número de respuestas recibidas, estimamos que las empresas consideran de utilidad esta herramienta y los datos que aporta, superándose el celo histórico del empresario de la comunicación gráfica a la hora de facilitar incluso la información pública que puede obtenerse en los registros.

Ayudar a que este tipo de fuente de información sea lo más completa posible es ser consciente de que la gestión del presente tiene incidencia tangible en la cuenta de resul-

tados y que, **un mínimo de reflexión acerca del futuro, ayudará a gestionar el presente y a posicionar mejor la empresa ante los cambios del mercado.**

Próximamente, todos los empresarios que han participado contestando a la breve encuesta de coyuntura recibirán los resultados de la misma, tanto a nivel global del sector, como por subsectores. Estamos seguros de que el riesgo en la toma de decisiones puede minimizarse si somos capaces de seguir una metodología y entre todos logramos mayor información. También consideramos muy importante que el empresario pueda contar con la información surgida de la experiencia y sensación de sus compañeros de actividad.

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

Jesús Alarcón
Paulo Dourado
Rosario Trasobares
Sandra Fariña
Ana Buil Vizoso
Javier Forero Sánchez
Laura Sanz de Siria
Sandra Robles López
Sergio Ródenas
Carlos Utasá

Publicidad neobispress

info@neobis.es

Diseño y maquetación

Eduardo Molina Varas

Autor de la portada

Alejandro Indigne Acosta, alumno de 1º del ciclo de Grado Superior, de Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia, CIPFP Ciutat de l'Aprenent de Valencia.

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.

Para el diseño de algunas páginas se han utilizado recursos gráficos de Freepik.com.

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 PERFIL DE ALEJANDRO INDIGNE ACOSTA
SEGUNDO FINALISTA DEL VII CONCURSO
NEOBISPRESS**
- 6 NEOBIS IMPARTE FORMACIÓN EN
GESTIÓN DE PERSONAL**
- 8 INFORME DE COYUNTURA DE NEOBIS**
- 12 ENTREVISTA A CARLOS FERNÁNDEZ
Y A DANIEL FERNÁNDEZ PROPIETARIO
Y CEO DE LUCAM**

DESCUBRIENDO EL SECTOR

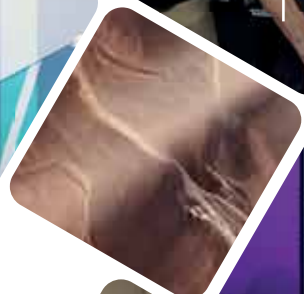
- 19 LAS PERSONAS TAMBIÉN CUENTAN**
- 22 UN NUEVO MUNDO MARAVILLOSO**
- 24 INTRODUTOR AUTOMÁTICO DE
GUARDAS HORIZON ESF-1000**
- 26 TECNOLOGÍA INKJET COLOR DE KYOCERA
PARA PRODUCIR MÁS DE 5 MILLONES DE
PAPELETAS ELECTORALES EN 8 DÍAS**
- 28 DATALINE CONTINÚA SU CRECIMIENTO
EUROPEO CON LA ADQUISICIÓN DE
PALMART**
- 30 HEIDELBERG SPAIN, 60 AÑOS DE HISTORIA**



12



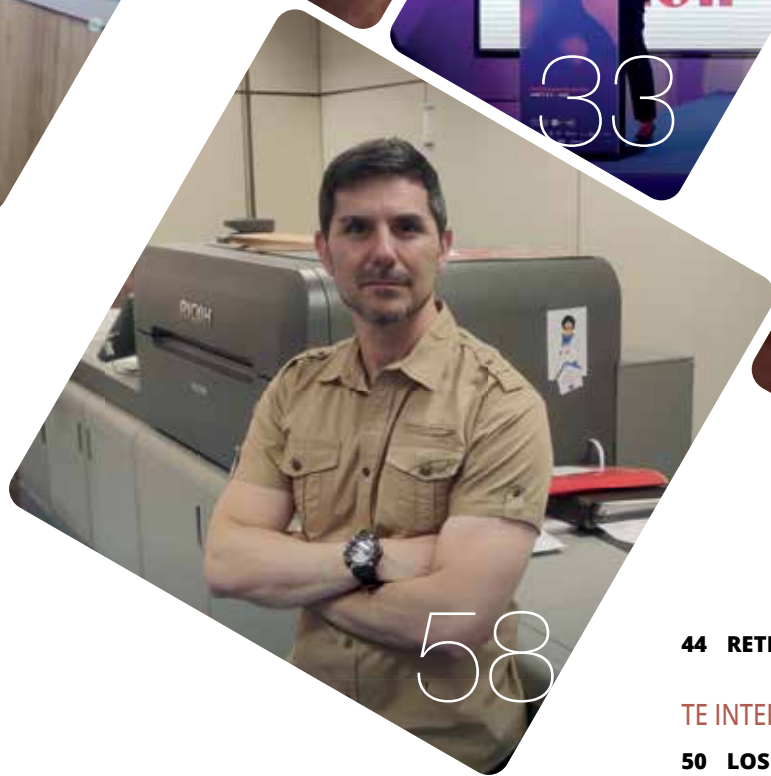
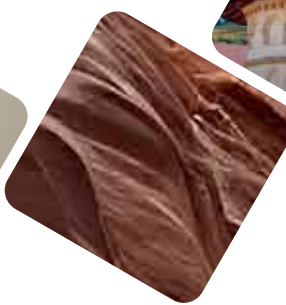
20



33



61



58

33 CANON ESPAÑA PRESENTÓ NEXTGEN BOOKS, UN FORO INTERNACIONAL CENTRADO ESTA EDICIÓN EN LA SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA EDITORIAL

SOLUCIONES NEOBIS

- 36 CONSULTORÍA NEOBIS**
- 38 ¿QUÉ ES EL LIDERAZGO COLABORATIVO Y CÓMO SE PUEDE APLICAR A NUESTRO SECTOR?**
- 40 LA INDISCIPLINA FRENTE AL PODER DE DIRECCIÓN: ¿CUÁNDO ES SANCIONABLE Y CUÁNDO ESTÁ JUSTIFICADA?**

44 RETENCIÓN DE IRPF EN LOS SALARIOS

TE INTERESA

- 50 LOS CANALES DE DENUNCIAS**
- 54 LA RESPONSABILIDAD AMPLIADA DEL PRODUCTOR (RAP) EN EL SECTOR DE LAS ARTES GRÁFICAS DESPUÉS DE LA INFORMACIÓN ANUAL**

EL SECTOR EN VERDE

- 58 SERGIO RÓDENAS COLABORADOR DE LA CONSULTORÍA DE MEDIO AMBIENTE DE NEOBIS**

TU TIEMPO

- 61 RUMANIA, MONASTERIOS DE MOLDAVIA**
- 64 LECTURA RECOMENDADA**



asociación
al día

NEOBIS PRESS 173

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

Para la creación de esta portada, me he inspirado en el estilo gráfico suizo y en la obra de Massimo Vignelli. He jugado con el tamaño de la tipografía, con los colores y con la relación figura-fondo, dándole un enfoque máximo a la palabra.

¿Cuál fue tu motivación para estudiar el ciclo de Grado Superior, de Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia?

Mis estudios anteriores no tienen nada que ver con los actuales. Estudié un grado medio de Administración y un grado superior de Enseñanza y Animación Socio-deportiva, pero quise probar con lo que era mi hobby desde que tenía 8 años: la edición y creación de imágenes y vídeos con el ordenador. Siempre he sido una persona muy curiosa, y eso me ha llevado a desarrollar mi creatividad. Mi motivación actual, es potenciar mis conocimientos en diseño gráfico, y en un futuro, poder dedicarme a ello.

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

En esta portada he querido representar una de las ideas que significa el “arte” como tal para mí: una de las mejores formas de transmitir un mensaje.

Por muy escondido que esté ese mensaje, siempre será entendido. “Comunicate a través del arte”. Como experiencia, fue un buen ejercicio de creatividad.

¿Qué es para ti la comunicación gráfica?

La comunicación gráfica, es la manera de proyectar un mensaje y llamar la atención de forma concisa. Por muy simple que parezca algo gráficamente, dándole una vuelta, le puedes mejorar su significado.

¿Crees que tu formación es acorde a las exigencias del mercado?

Espero encontrar trabajo tanto de diseñador como de preimpresor. Creo que las prácticas que realizamos en segundo nos dan una buena

PERFIL DE ALEJANDRO INDIGNE ACOSTA

ALUMNO DEL CIPFP CIUTAT DE L'APRENT
DE VALENCIA SEGUNDO FINALISTA DEL VII
CONCURSO NEOBISPRESS



oportunidad para incorporarnos al mercado laboral, incluso me planteo la posibilidad de solicitar un programa Erasmus.

¿A qué te gustaría dedicarte?

Al diseño gráfico y a la creatividad. Tal vez, a las aplicaciones interactivas con finalidades sociales.

Para finalizar, ¿qué libro recomendarías?

No soy muy aficionado a la lectura, pertenezco a una generación influenciada por el audiovisual. Me gusta la animación, las series y leo muchos contenidos a través de las redes sociales.



Luz Ponce, profesora del CIPFP Ciutat de l'Aprenent, entrega la cámara Canon al alumno Alejandro Indigne Acosta.



NEOBIS IMPARTE FORMACIÓN EN GESTIÓN DE PERSONAL

EN EL MES DE JUNIO, EL EQUIPO DE LA ASESORÍA JURÍDICA Y GESTIÓN LABORAL DE NEOBIS IMPARTIÓ EL CURSO DE "FORMACIÓN EN GESTIÓN DE PERSONAL" DE DOCE HORAS DIVIDIDO EN CUATRO MÓDULOS

En el primer módulo se trataron los **derechos y obligaciones en una relación laboral**. Rosario Trasobares explicó la normativa básica y los principios del derecho laboral haciendo especial referencia al Convenio Colectivo Estatal. Se centró en el poder de dirección y la extensión del mismo en la relación laboral; también expuso los derechos de los trabajadores y las acciones y medidas que se derivan de los mismos.

Sandra Fariña trató en profundidad los tipos de contratos existentes y las modalidades que más interesan a las empresas del sector de la Comunicación Gráfica, según sus características y necesidades.

A continuación, Ana Buil mostró cómo se



realiza el proceso de comunicación de la contratación para hacer el registro de cualquier contrato en el Servicio Público de Empleo. Los asistentes pudieron aprender el funcionamiento de la web "Contrat@" del Ministerio de Empleo que permite tramitar online cualquier contrato de forma telemática.

Todas las cuestiones relacionadas con **la jornada y el tiempo de descanso** se abarcaron en el módulo segundo. Las abogadas de la asociación, Rosario Trasobares y Sandra Fariña, analizaron cuál es el tiempo de trabajo y en qué consiste el tiempo de descanso, así como el calendario laboral y la distribución de la jornada según la regulación del Convenio Colectivo del sector.

La sesión finalizó con temas como las horas extraordinarias, el registro de jornada, los permisos retribuidos y la adaptación de la jornada.



El módulo tercero fue eminentemente práctico e impartido por Ángela Collado y Olga Peinado, técnicos del departamento de Consultoría y Gestión laboral. Se centraron en conceptos fundamentales como el **salario y los tipos de contingencias**.

Analizaron la estructura de una nómina, la base de cotización, los tipos de contingencias, la prestación por incapacidad, etc. El informe del registro salarial se trató ampliamente por la obligatoriedad que supone su cumplimiento para las empresas.

Para terminar, se enumeraron las novedades en los **procesos de Incapacidad Temporal** y cómo afectan a las empresas del sector de la Comunicación Gráfica.

El curso acabó el día 22 de junio con el cuarto módulo sobre la **modificación y extinción de la relación laboral**. Se describieron las

opciones que tiene un trabajador ante una modificación sustancial de las condiciones de trabajo. Explicaron las formas de extinción de un contrato de trabajo y las formalidades que hay que tener en cuenta en un despido.

Al finalizar cada módulo, los asistentes pudieron expresar el grado de satisfacción de su participación en el curso a través de un cuestionario de valoración, siendo el resultado muy positivo.

Tal y como los propios asistentes han indicado, además de la claridad de las explicaciones y de cómo se han tratado los diferentes temas enfocados a las casuísticas concretas del sector, lo más destacable ha sido poder poner en común y compartir muchos de los retos y problemas existentes en las diferentes empresas en materia laboral y cómo se han enfocado, tratado y resuelto en las mismas en cada caso concreto.



En el centro de la imagen, de izquierda a derecha: Ana Buil, Consultoría y Gestión laboral, Rosario Trasobares y Sandra Fariña, letradas de la Asesoría Jurídico-Laboral.



INFORME DE COYUNTURA DE NEOBIS

LA ASOCIACIÓN ACABA DE ELABORAR
EL BARÓMETRO DEL SECTOR DE LA
COMUNICACIÓN GRÁFICA, COMO
RESULTADO DE LAS ENCUESTAS
CONTESTADAS POR UN NÚMERO
IMPORTANTE DE SOCIOS

POR UN LADO, SE ANALIZA LA REALIDAD
DE CÓMO HA SIDO EL PRIMER SEMESTRE
DE 2023 Y, POR OTRO, LAS SENSACIONES
Y EXPECTATIVAS PARA EL SEGUNDO



Además del estudio de tendencias del sector que se presenta en el primer trimestre de cada año, basado en datos objetivos extraídos de las cuentas presentadas por las empresas en el Registro Mercantil, neobis considera importante disponer de información sobre las predicciones de los empresarios.

El importante número de respuestas obtenidas ha hecho posible trabajar para ofrecer información tanto del sector, en general, como de los diferentes subsectores.

En la presentación del estudio del sector, que tuvo lugar el pasado mes de marzo, ya se realizó una encuesta entre los asistentes con el objetivo de conocer las perspectivas que se tenían respecto del año 2023. El sector en

conjunto mostraba unas sensaciones muy positivas, ya que se preveía un incremento del volumen de negocio y de los resultados, así como una significativa voluntad de invertir; únicamente no se mejoraba en los datos relativos a los márgenes de beneficio. Pues bien, los resultados de las últimas encuestas han confirmado que **el primer semestre del año ha sido positivo, en términos generales, respecto de los parámetros mencionados, quedando tan sólo por debajo de las expectativas iniciales la voluntad de invertir, la cual no es que empeore, sino que simplemente no aumenta.**

Apreciamos variaciones significativas al interpretar las expectativas el segundo semestre de 2023, en comparación con el primero.



DE LOS DATOS ANALIZADOS SE DESPRENDE QUE DISMINUIRÁ, LEVEMENTE, EL VOLUMEN DE NEGOCIO, EL MARGEN DE BENEFICIO, LA CREACIÓN DE EMPLEO Y LA SUBCONTRATACIÓN, MANTENIÉNDOSE ESTABLE LA INTENCIÓN DE INVERTIR

A modo de resumen, los resultados de las encuestas en cada uno de los **principales sub-sectores**, son los siguientes:

DIGITAL GRAN FORMATO

La realidad es que en el primer semestre se

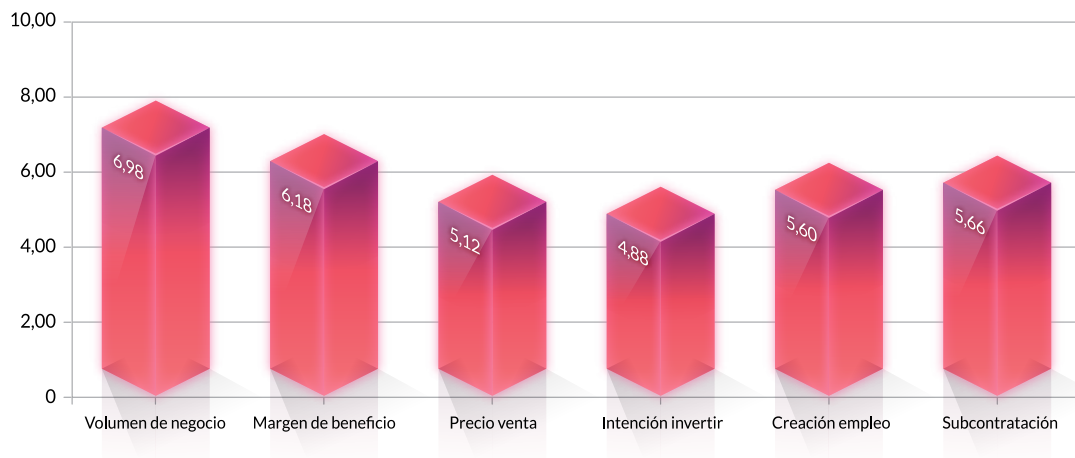
ha incrementado de manera considerable el volumen de negocio y el margen de beneficio y que se mantendrán en el segundo. Ha habido creación de empleo en el primer semestre y un ligero aumento de subcontrataciones, pero con una previsible caída en ambos en la segunda parte del año. Se prevé que los precios de venta se mantengan a lo largo de todo el ejercicio.

ETIQUETAS

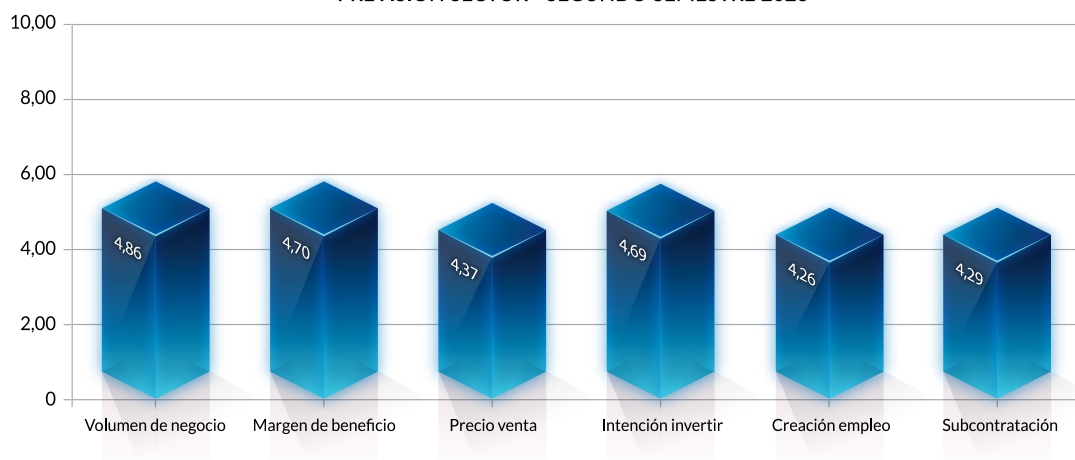
En el primer período crece el volumen de negocio y la creación de empleo, manteniéndose en el segundo. En los primeros meses del año se han mantenido los márgenes de beneficio y la subcontratación, reduciéndose en el segundo semestre. Han disminuido los precios y se mantiene la tendencia.



EVOLUCIÓN DEL SECTOR - PRIMER SEMESTRE 2023



PREVISIÓN SECTOR - SEGUNDO SEMESTRE 2023



LIBRO

Destacar el importante aumento del volumen de negocio en el primer semestre, reduciéndose de manera notable en el segundo. En menor medida, se observa que ha aumentado el margen, la subcontratación y los precios, reduciéndose todo ello también en la segunda etapa del año.

PACKAGING

El volumen de negocio, el margen de beneficio, la subcontratación y la creación de empleo aumentaron en el primer semestre, manteniéndose en el segundo.

IMPRESIÓN COMERCIAL

El volumen de negocio, margen de beneficio y subcontratación se incrementan, previniéndose una ligera reducción del aumento en

el segundo semestre del año. Los precios y la creación de empleo han crecido en menor medida en el primer semestre y se mantendrán en el segundo.

ENCUADERNACIÓN

Durante todo el año se mantendrá el volumen de negocio, el margen de beneficio y los precios; por otro lado, en el primer semestre disminuyó la creación de empleo, tendencia que se mantendrá durante todo el ejercicio.

Agradecemos a todas las empresas que ya han participado y que han recibido el estudio pormenorizado que hemos realizado y animamos a todas las empresas asociadas a participar en las próximas encuestas de coyuntura que se realizarán semestralmente.

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.





ENTREVISTA A CARLOS FERNÁNDEZ Y A DANIEL FERNÁNDEZ PROPIETARIO Y CEO DE LUCAM

A través de esta entrevista hemos podido conocer mejor el alma de una empresa que apostó en el momento adecuado por la preimpresión digital y cuyo objetivo es alcanzar el máximo de calidad en sus publicaciones.

Aunque Lucam es una empresa conocida por gran parte del sector de la Comunicación Gráfica, Carlos, cuéntanos ¿cuál fue el origen de Lucam?

Nuestra empresa surge a principios de los

años ochenta por la inquietud de tres profesionales gráficos que pensábamos que las publicaciones que se hacían entonces no alcanzaban la calidad de las que se hacían en Europa y por supuesto en EE.UU.

Observábamos que había un espacio en el mundo de la edición de libros de prestigio, que las empresas de fotomecánica y fotocomposición de entonces no cubrían y creímos que esa era nuestra oportunidad.

Montamos un pequeño gabinete de servicios gráficos en nuestro tiempo libre, que en menos de un año exigió nuestra plena dedicación y la contratación de los primeros profesionales que nos acompañaron durante años.

¿Cómo ha evolucionado la empresa? ¿Recuerdas algún momento decisivo reseñable en su historia?

Lo cierto es que ha sido un tiempo apasionante y duro. Lucam nació justo cuando los primeros equipos de autoedición llegaban para competir con los carísimos sistemas de tratamiento de texto y de imagen que dominaban los sectores de fotocomposición y fotomecánica.

A los responsables, técnicos y económicos de aquellas modernas empresas, siempre en punta tecnológica, se nos hacía impensable que la fotocomposición y la fotomecánica llegasen a sufrir, por la llegada de la autoedición, la crisis que en muy poco tiempo se llevó por delante a la mayoría de las empresas con inversiones y plantillas desproporcionadas para el cambio provocado y la fuerte caída en los precios de venta de nuestros productos.

Nosotros tuvimos la suerte de llegar justo en el momento en el que había que optar por uno de los caminos y no nos equivocamos. Valoramos los cambios que ya anunciaba la llegada del mundo digital y cómo este afectaría a las comunicaciones y no lo dudamos, *apostamos claramente por hacer una rápida transición desde las artes gráficas analógicas a la preimpresión digital.*

¿Qué características os diferencian en el sector de la preimpresión? ¿Qué valor añadido aporta Lucam?

La característica principal me atrevo a decir que es la *fiabilidad*. Las pruebas de color, que el cliente valida para la imprenta, en Lucam nunca han producido resultados inesperados.

Y como valor añadido, sin duda la calidad que aseguramos a cualquier encargo de fotomecánica que se nos confía para ser impreso.

EL LIBRO COMO OBJETO NOS NECESITA PARA MANTENER SU ESTATUS DE BELLEZA Y CULTURA

Sin un trabajo de fotomecánica profesional, es imposible hacer un trabajo de impresión de buena calidad.

Con sinceridad creo que durante estos años hemos conseguido que nuestro trabajo mantenga un estándar de calidad alto, siempre a la altura de la exigencia de nuestros clientes y cumpliendo la premisa que nos habíamos marcado en nuestros inicios de alcanzar los máximos de calidad de las publicaciones. Nunca hemos ahorrado esfuerzos técnicos ni tecnológicos para *dar más de lo que el cliente esperaba en su encargo.*

Teniendo en cuenta los problemas que afectan al sector, ¿cuáles son las claves para que la empresa siga siendo un proyecto viable y competitivo?

Puede que esté contestada en la respuesta anterior. Creer en el libro como un elemento elemental, vital y digno de mantener para las generaciones futuras.

No quiero imaginar un futuro que hurte a nuestros niños y niñas, a los jóvenes en general, la pasión por la lectura y la relación con los libros. Abrir un libro es siempre una aventura singular e inigualable que no se debe perder. Hacer buenos libros y además hacerlos bellos es un noble empeño.

¿Cómo describirías el futuro empresarial más cercano? ¿Es prometedor?

Personalmente creo que el mundo de la empresa es consustancial al hombre y que nace en el mismo momento en que un ser humano tiene una idea para progresar.

Desde entonces no se ha parado jamás. Tantas se hundieron y otras tantas nacieron nuevas. Por tanto, si esto es así, *el futuro empresarial*



Preimpresión
realizada para el
próximo catálogo de
la exposición "Maes-
tras", del Museo
Nacional Thyssen-
Bornemisza.



es tan prometedor como lo sea la existencia de los hombres y mujeres que cada día se levantan con la idea de progresar.

Como empresario, ¿qué opinión tienes sobre la economía colaborativa?

Necesaria. Es más, siempre ha sido fundamental. Creo que los grandes descubrimientos y trabajos individuales se quedaron en la rueda, el fuego y algunas vacunas y seguro que precisaron de colaboraciones próximas.

Vivimos una época en la que estamos exigiendo muchos recursos a nuestro planeta y el tiempo va en nuestra contra. La sociedad está volviendo la mirada a formas de producir más económicas y que comprometan menos el medio ambiente. La economía colaborativa maneja conceptos ancestrales de los hombres a los que dota de las herramientas de nuestra época. Casi nada es nuevo. Todo se ha hecho ya a lo largo de estos siglos, pero con otros medios y un léxico menos... tecnológico.

En consumo, el trueque posiblemente sería un buen ejemplo.

En medio ambiente, el envase circular que durante siglos hemos venido usando.

En conocimiento, hay infinidad de ejemplos. Las antiguas academias, el silbo gomero o el filandón berciano.

En producción, las cooperativas agrícolas, industriales, de construcción, etc., son una constante en la historia de la humanidad.

Y así todos y cada uno de los conceptos que se tienen en cuenta en la economía colaborativa. *Cuando vamos juntos somos mejores y contaminamos menos.*

Nos gustaría también conocer la conciencia ecológica de la empresa con la sostenibilidad y la relación con el medio ambiente.

Siempre hemos tenido conciencia ecológica y





Tratamiento de imágenes en un equipo estandarizado bajo la norma ISO 12647.

sabemos que somos depositarios de un bien que debemos conservar de la mejor forma posible para las generaciones futuras.

Nos sentimos beligerantes en la defensa del planeta y vemos en el papel un elemento ecológico reciclable que puede ayudar a la menor contaminación y a la sostenibilidad de nuestro planeta. Esto en contra del plástico por su nivel de contaminación y de elementos informáticos, mucho más costosos, contaminantes y que hacen un uso irracional de agua y materias primas en la fabricación de los componentes electrónicos.

Como anécdota del siglo pasado, puedo comentar que cuando en nuestra fotomecánica uno de los servicios que ofrecía a las imprentas eran los montajes para el pasado de planchas, había imprentas que nos exigían que fijáramos los fotolitos con sprays adhesivos,

que contenían CO₂, mucho más productivos y que además evitaban los efectos de “flow” en las tramas. Jamás los utilizamos por su efecto contaminante de la capa de ozono y del entorno inmediato. Resolvimos las diferencias con profesionalidad. Perdimos algunos pedidos, que nunca pusieron en riesgo la continuidad de la empresa, pero ganamos salud y sin contaminar.

Somos una de las dos primeras empresas gráficas en certificarse en EMAS, de la Comunidad de Madrid. Desde el 26 de agosto de 2004 en Lucam hacemos auditorías medioambientales de forma voluntaria que nos permiten llevar un control para minimizar el impacto de nuestra empresa.

¿Qué requisitos crees indispensables para formar un equipo de trabajo? ¿Qué destacarías de las personas que trabajan en Lucam?





Equipo de trabajo
de Lucam.

Lucam ha creído en la formación como base imprescindible a partir de la cual se debe hacer un buen equipo de trabajo.

Siempre hemos mantenido una estrecha relación con las Escuelas de Formación Profesional, a quienes les estamos especialmente agradecidos por el esfuerzo en la mejor preparación de los estudiantes, impagable labor que vienen realizando durante tantos años.

Nos han servido para hacer cursos de formación continua del personal de plantilla que necesitaba adaptarse a tecnologías emergentes y sobre todo para nutrirnos de jóvenes estudiantes que han conformado nuestra plantilla.

Hoy los jóvenes llegan muy bien preparados y aunque no pueden conocer las particularidades de la propia empresa, su nivel de adaptación es rapidísimo y en muy poco tiempo son capaces de ponerse al nivel productivo de sus compañeros.

Las personas que conforman nuestra plantilla, saben desde el primer momento que la importancia de la calidad del trabajo prima sobre cualquier otro condicionante. Disfrutan de un ambiente serio en el trabajo pero relajado y distendido de presión por parte de la empresa. Valoran que cuando un cliente nos confía una publicación, pone en nuestro poder un nivel de confianza al que no podemos defraudar.

¿Qué valor crees que aporta una asociación como Neobis a Lucam?

Siempre hemos pertenecido, es más, hemos creído en la Asociación, antes cuando era AGM y ahora que es Neobis. Asociarse es fácil, solo hay que inscribirse y satisfacer las cuotas, pero *nosotros creemos en el asociacionismo activo y para ello procuramos participar en cuantas acciones nos son posibles.*

No sé si algún empresario que lea esto habrá sentido “la soledad del empresario”, yo sí y es muy dura.

Neobis ostenta la representación del empre-

sariado gráfico ante los órganos de la administración, sociales y empresariales. Eso que queda recogido en una sencilla frase supone un nivel de gestión enorme que habitualmente lleva a cabo una junta directiva compuesta por empresarios que ceden su tiempo y que se apoyan en un grupo de grandes profesionales que trabajan en beneficio de nuestro sector.

La asesoría, gestión y defensa laboral de nuestra asociación tiene un nivel de calidad que solo podemos valorar adecuadamente quienes la hemos disfrutado y sobre todo quienes la hemos podido comparar.

Explicar lo que Neobis puede hacer por el empresario es un ejercicio largo y prolijo. Tan solo puedo decir que en la *Asociación tengo un socio/colaborador rentable con el que jamás me he sentido solo.*

Daniel, ¿qué te hizo continuar con la empresa de tu padre? ¿Cómo estáis realizando el relevo generacional?

Hace más de 13 años que trabajo en Lucam. Al principio, surgió de forma natural. Me pareció una buena oportunidad de conocer de cerca el entorno profesional que durante tantos años había observado como mero espectador. Durante este camino, no solo he aprendido, sino que me he contagiado de la pasión y la dedicación de cada profesional que forma parte de Lucam. Desde luego, mi padre ha tenido y tiene un papel crucial en mi deseo de continuar con este proyecto, es una inspiración y un referente.

Como imaginaréis, la transición generacional tiene sus aristas y en ocasiones, es complejo de gestionar. Sin embargo, como casi todo en la vida, la actitud es clave y en nuestro caso, a esto se le suma la *ilusión y el firme compromiso por el éxito de nuestro proyecto común.*

Carlos, ¿qué consejo importante darías a Daniel?

No soy muy amigo de dar consejos. Creo más en el ejemplo. Espero haber sido un ejemplo

que le ayude a seguir con nuestra empresa y que pueda desarrollar su propio proyecto.

Carlos, ¿qué te relaja tras un día intenso de trabajo?

A mí siempre me ha relajado llegar a casa al finalizar la jornada laboral y ver a mi familia con sus necesidades vitales cubiertas. Antiguamente, en que las jornadas eran mucho más largas en este sector, cuando llegaba a casa los chicos ya dormían y verlos dormir tranquilos y en paz, me producía un bienestar difícil de expresar.

¿Un lugar donde perderte? Una fecha importante

Entiendo la frase, pero yo no quiero perderme, más bien me busco constantemente. Camino siempre que puedo por el monte mientras escucho música o podcast de mi interés.

Con mi edad son muchas las fechas importantes e inolvidables y me resulta imposible señalar una. Cuando me he puesto a valorarlas noto que casi todas tienen que ver con mi familia por lo tanto creo que tienen un nivel de intimidad que seguro no será de interés para nadie más.

Como apasionados de los libros, ¿qué lecturas nos recomendáis?

— El Quijote

Sé que no es la primera vez que lo recomiendo, pero también sé que hay muchas personas a quienes les cuesta encontrarse con él y es una pena porque es una joya que todos deberíamos poder disfrutar.

— Rebelión en la granja, de George Orwell

Una distopía en la que vemos infinidad de reflejos de nuestra sociedad y que por tanto puede llegar a ser posible.

— A sangre y fuego, de Manuel Chaves Nogales

Un libro de relatos de nuestra guerra civil desde un punto de vista equidistante –como se dice ahora– en donde el maravilloso prólogo es de los textos más reveladores sobre la estupidez y crueldad.





Descubriendo el sector

NEOBIS PRESS 173

LAS PERSONAS TAMBIÉN CUENTAN

AUTOR: Jesús Alarcón Fernández, Coach Ejecutivo y Sistémico.

Se pueden observar cambios evidentes en los empresarios del sector en materia de gestión de las diferentes áreas de la empresa, nada que ver con aquel sector de hace poco más de una década. Pero, si bien es cierto que la transformación es incuestionable, no es menos cierto que esta se ha producido de forma asimétrica en las distintas áreas de la empresa. Podríamos decir que la parte tecnológica, que viene facilitada por los suministradores, ha seguido un proceso de gestión diferente a otras disciplinas como puede ser lo ocurrido con la dirección de las personas.

Cierto es, como antes citaba, que los suministradores arrastran a las empresas a adaptar-

se a los cambios tecnológicos, pero también ocurre que se tiene muy interiorizada la implicación de la tecnología con la producción, y esta con la facturación, y esta, a su vez, con el resultado.

QUIZÁ HAYA PODIDO LLEGAR EL MOMENTO DE REPENSAR LA ESCALA DE VALORES

Dicho esto la pregunta es obligada ¿Acaso las personas no tienen las mismas implicaciones? Es evidente que la respuesta es afirmativa. Pero podemos ir más allá: Con personas y sin



tecnología podemos obtener alguna producción, con tecnología y sin personas no sacaremos nada, más allá de un montón de chatarra. Es posible que pronto la robótica establezca lo contrario pero siempre delante del robot habrá una persona. Quizá haya podido llegar el momento de repensar la escala de valores y equilibrar las posiciones que otorgamos a cada cuestión. O a lo mejor, ya vamos tarde. Los proveedores de maquinaria y de materias primas, así como los clientes nos presionan porque están situados en una posición de dominio sobre nuestra empresa, pero la solución no es asfixiar a las personas. Y no lo es porque esta actitud, más pronto que tarde, nos pasará factura y no nos podremos quejar del escaso atractivo del sector para algunos colectivos de jóvenes.

Las empresas están constituidas por personas que sienten y padecen, con independencia del rol que deba asumir cada una de ellas. En este ámbito de las relaciones humanas, existen pactos laborales basados en criterios objetivos que regulan las relaciones profesionales y que, habitualmente, todas las partes firmantes entienden. En lo que más carencias tenemos, al menos de forma aparente, es en el establecimiento de **pactos personales que regulen las relaciones propiamente humanas.**

Al final, **un buen intercambio afectivo** produce las corrientes emocionales adecuadas para construir un clima laboral positivo, que según algunos expertos **puede llegar a constituir**

hasta un tercio de la cuenta de resultados de cualquier empresa. Para mayor abundamiento, se estima que aproximadamente el setenta por ciento de ese tercio es responsabilidad de las personas que ejercen funciones de liderazgo.

Merece un análisis particular el hecho de que muchos de los



conflictos laborales tengan su justificación y sus orígenes en cuestiones de honor. Con toda lógica, por ser estas objetivas como decíamos antes, cada vez es menos habitual que las cláusulas contractuales sean el detonante de los conflictos. Los pactos laborales se cumplen o no se cumplen y sólo hay conflicto cuando existen problemas de interpretación.

EL ACTIVO MÁS IMPORTANTE CON EL QUE CUENTA UNA COMPAÑÍA ES EL COLECTIVO HUMANO

Por el contrario, cuando no existe pacto personal todo está sujeto a la doble interpretación, al imperio de la jerarquía, al ejercicio del poder, dando la espalda al hecho de que quien va a determinar el clima y el posicionamiento de las personas ante ellas mismas y ante las cosas son las actitudes afectivas.

Sin entrar en más profundidades ni valoraciones, trabajadores y empresarios estamos invitados a realizar algunas reflexiones en materia de la aplicación de las lealtades, de la elección de los mandos intermedios y sus habilidades, de la conciliación de la vida laboral. En definitiva, de las políticas enfocadas a la dirección y desarrollo de personas.

Debemos enterrar la idea de que incrementar la productividad es trabajar más horas y poner el foco en aspectos tales como las condiciones de trabajo, la organización de la producción, objetivación de salarios, elevación del nivel profesional de los trabajadores, selección adecuada de mandos intermedios.

No es un secreto a día de hoy que el activo más importante con el que cuenta una compañía es el colectivo humano, tanto por su condición natural como por su incidencia económica y, sin embargo, su gestión no está acorde con su importancia.





UN NUEVO MUNDO MARAVILLOSO

AUTOR: Paulo Dorado, Director de comunicación de APIGRAF – paulo.dourado@apigraf.pt

Son privilegiados los de mi generación, científicamente denominada “generación X”, que designa a los nacidos en los años 70 y 80 del siglo pasado. Hablo en el sentido estricto del término, sin consideraciones demográficas, sociales o educativas. Sólo me refiero a la ventaja de ser testigo de acontecimientos disruptivos en nuestra sociedad. Como cuando los hermanos Wright rompieron barreras gravitacionales hasta entonces inimaginables, o cuando Gutenberg inventó su tipografía de tipos móviles que arrebató el conocimiento exclusivo a una clase favorecida.

Este es el nuevo renacimiento, con una ventaja temporal. Miguel Ángel, Boticelli o Leonardo da Vinci probablemente no se dieron

cuenta del impacto que tendrían en la humanidad con sus creaciones. Sin duda, Elon Musk tiene esta conciencia, al igual que Steve Jobs, Jeff Bezos o Mark Zuckerberg. Estos son los artistas de nuestro tiempo, aquellos que con sus inventos cambiaron la forma de existir del mundo.

Hoy en día todo sucede a mayor velocidad. Durante décadas, hemos visto avances tecnológicos que impactan en nuestra vida diaria y que, en un pasado no muy lejano, tardaron el doble en convertirse en realidad. Tomemos el ejemplo del acceso gratuito y universal a Internet, que hace poco más de medio siglo era una herramienta desconocida para el común de los mortales, sólo destinada a fines

militares. O el GPS, o el portátil, o el teléfono inteligente o muchas otras soluciones.

Los de mi generación aún recuerdan que para comunicarse con alguien por escrito a distancia había que coger una hoja de papel, poner en ella palabras escritas con un bolígrafo o, para algunos, ya con un teclado, doblarla, ponerla en un sobre, pegar un sello, escribir la dirección del destinatario y llevarla a un buzón. Y esperar la respuesta, si ese fuera el caso.

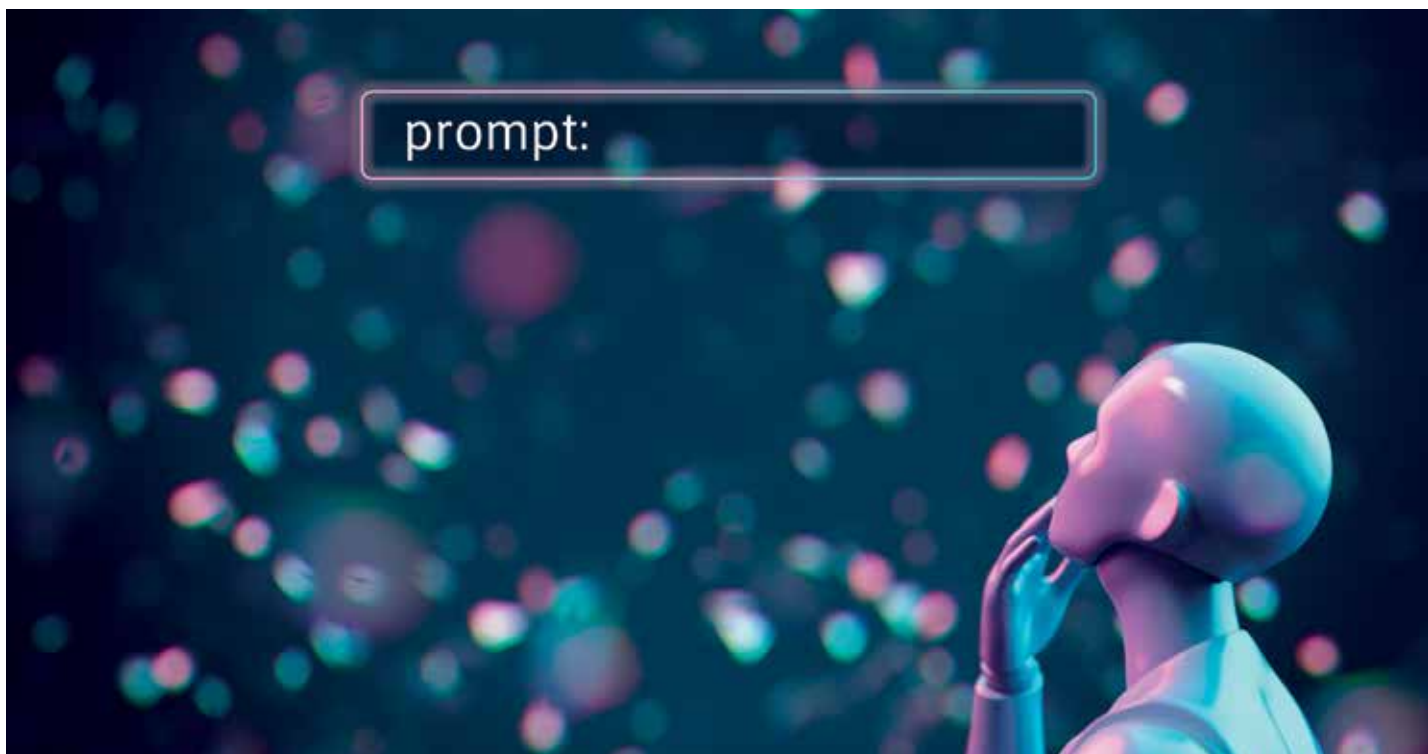
El mismo proceso ahora se realiza al instante. Whatsapp o sms. Sencillo, rápido e inmediato.

Y ahora, la **inteligencia artificial**. Algunos entendidos dirán que lleva aquí décadas. Sí, porque Internet duró mucho tiempo sin tener tanta universalidad y libre acceso. Pero, de repente, nos encontramos ante una nueva herramienta de procesamiento de información que ya no es pasiva, que aprende de nuestros hábitos. Ese que está en el sistema de navegación de nuestro coche y ya sabe que a una hora determinada probablemente volvemos a casa y por eso nos sugiere esa ruta, sin que se lo

preguntemos. O uno que, de forma dinámica, interactúa con nosotros, dándonos respuestas más o menos correctas a preguntas más o menos bien formuladas.

Pero este mundo nuevo y feliz, por ser tan perturbador y abrumador, encuentra resistencias, como ocurrió en el Renacimiento, o en todos los momentos de la historia cuando la dificultad implica mantenerse al día con el cambio. Luís de Camões los retrató deliciosamente en su personaje O Velho do Restelo, en la obra maestra "Os Lusíadas".

Vivimos en un mundo de metadatos, de información servida en lotes en el que, de repente, tenemos acceso a todo de forma inmediata y no filtrada. La gran habilidad hoy en día es lo que se conoce como "*prompt*", es decir, saber hacer las preguntas adecuadas para obtener respuestas específicas de estas nuevas herramientas. Nosotros, los analógicos, tenemos que saber interactuar en un mundo digital. Debemos, sobre todo, adaptarnos y no quedarnos aferrados a un pasado que ya no existe.



INTRODUCTOR AUTOMÁTICO DE GUARDAS HORIZON ESF-1000

HORIZON APUESTA DEFINITIVAMENTE POR LA ENCUADERNACIÓN DE LIBROS EN TAPA DURA PARA TIRADAS DIGITALES

Contando con las principales características del fabricante Japonés, como son el máximo nivel de automatismos, que permite un sistema de cambios de formato inmediatos, así como la garantía de calidad de sus equipos.

La línea de encuadernación **“Horizon Case Binding”** permite incluso combinar la encuadernación en rústica y tapa dura de manera simultánea por lo que abre un gran abanico de posibilidades y configuraciones. En este caso nos detendremos en el novedoso **sistema de introductor de guardas delantera y trasera “Horizon ESF-1000”**.

El equipo permite alimentación automática desde bobina o manual donde el operador únicamente depositará el bloque en una cinta transportadora.

Podemos partir desde hoja suelta, bloque pegado, libro cosido o plegado, el sistema reconocerá cualquiera de ellos e introducirá las guardas siguiendo los parámetros indica-

dos en la pantalla táctil o en el propio código de barras.

Los alimentadores de guardas delantera y trasera son de carga continua, por lo que en ningún caso requiere parar la producción para alimentar los dípticos.

El sistema permite colocar las guardas con un desmentido entre 0 y 6 mm, de esta forma quedará el espacio suficiente para el posterior fresado si fuese necesario y de manera personalizada 1 a 1.

En definitiva, el sistema actúa de forma inteligente y podrá utilizar distintos sistemas de encuadernación, con la mínima intervención humana, algo impensable hasta ahora, una vez más OPQ Systems Maquinaria Gráfica, en esta ocasión de la mano de Horizon ofrece todo tipo de avances y desarrollos tecnológicos en los sistemas de producción de libros.



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.



TECNOLOGÍA INKJET COLOR DE KYOCERA PARA PRODUCIR MÁS DE 5 MILLONES DE PAPELETAS ELECTORALES EN 8 DÍAS

TASKALFA PRO 15000C PERMITIÓ A EQUIPO POSTAL, EMPRESA ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN MASIVA, REALIZAR 5 MILLONES DE IMPRESIONES EN 8 DÍAS PARA LAS ELECCIONES LOCALES Y GANAR EN AGILIDAD, INMEDIATEZ Y COMPETITIVIDAD EN TODAS SUS OPERACIONES



Modelo TASKalfa Pro 15000c.

Equipo Postal, empresa referencia en marketing directo de envíos postales situada en Madrid que ofrece soluciones integrales para la gestión de comunicaciones masivas, desde la consultoría documental hasta el depósito en el canal postal para la distribución o integración en entornos digitales, confió en Kyocera para superar el reto de imprimir un alto volumen de documentos del censo electoral y cartas de los partidos políticos con motivo de las elecciones autonómicas y municipales de 2023.

El mercado de la impresión y el marketing directo requiere una inmediatez y productividad elevada, y en este sentido los requerimientos de velocidad, accesibilidad, inme-

diatez, comodidad y flexibilidad son cada vez más críticos. Es en este contexto en el que **Kyocera está liderando la innovación tecnológica con sus sistemas de impresión de inyección de tinta en alta producción, hoja cortada.** Con un conocimiento de la industria que se remonta a más de 15 años con el desarrollo de cabezales piezoeléctricos Inkjet base agua, el desarrollo de su equipo 100% tecnología propia era el paso natural, dado con TASKalfa Pro 15000c, un dispositivo excepcional en términos de velocidad y eficiencia energéticas.

Ante la aparición de estas nuevas necesidades, impulsar la productividad de las empresas

manteniendo otros aspectos como la rentabilidad económica y mejorar, a su vez, la responsabilidad medio ambiental, se convierte en todo un reto, que se incrementa cuando se trata además de garantizar la continuidad de las operaciones en un momento de gran exigencia dentro del sector de la comunicación masiva.

En la actualidad Equipo Postal cuenta con un volumen de impresión en torno a 1 millón de A4 mensuales, sumado a la necesidad de imprimir un alto volumen de documentos del censo electoral y cartas de los partidos políticos con motivo de las elecciones autonómicas

En este sentido, la solución procedió de la innovadora inyección de tinta base agua de TASKalfa Pro 15000c. Miguel Valadé, Production Print Manager de Kyocera, planteó una configuración completa con cuatro cajones de entrada de alta capacidad y dos stacker con una autonomía de 14.000 páginas A4 en hoja cortada para *“atender al gran volumen de impresiones a realizar permitiendo mantener el equipo trabajando el máximo tiempo posible de forma autónoma”*.

La tecnología Inkjet base agua de Kyocera ha permitido ofrecer a Equipo Postal tiempos de

entrega mucho más reducidos con una calidad estable y a la vez ser responsable con el medio ambiente gracias a un consumo de energía muy reducido. Además, la personalización a gran escala, en la que los costes de la impresión en color son muy similares a los de blanco y negro con tecnología láser, es otro aspecto clave de la tecnología Inkjet base agua de Kyocera. Estos beneficios han posibilitado *“realizar impresiones de los trabajos de principio a fin, sin paradas y manteniendo la calidad y el color en todas las páginas. Hemos aumentado nuestra productividad al*

tiempo que conseguimos un importante ahorro energético”, afirma su director general.

La incorporación de TASKalfa Pro 15000c no solo ha permitido superar estos retos de impresión en las elecciones locales, sino que ha dado lugar a una optimización de su operativa que hacen que estén preparados para responder con gran agilidad a futuros desafíos. De esta manera, la colaboración con Kyocera da lugar a una sinergia entre oportunidades de negocio y mejoras para el servicio de sus clientes.

cas y municipales que requería de una producción de más de 5 millones de impresiones en tan solo 8 días, fue lo que llevó a la empresa a decidirse por el equipo Inkjet de Kyocera.

La compañía se encontraba con una *“tecnología láser que impedía llegar a tiempo debido al elevado número de intervenciones técnicas que requería y conseguir una estabilidad homogénea en la calidad, colorimetría y producción de nuestros trabajos”*, en palabras de su director general Alberto Colorado.



Miguel Valadé,
Production Print
Manager de Kyocera



DATA LINE CONTINÚA SU CRECIMIENTO EUROPEO CON LA ADQUISICIÓN DE PALMART

De ahora en adelante, Palmart continuará como Dataline. Palmart es líder del mercado en España desde hace años y, al igual que Dataline, se centra en rentabilizar la industria de la impresión y el embalaje a través del software ERP/MIS. Dataline refuerza de este modo su posición de liderazgo en el mercado europeo y prosigue su crecimiento constante.

PALMART

Palmart es un reconocido desarrollador de software en España que ha estado activo en la industria de la impresión española y latinoamericana durante más de 25 años. Más de 200 empresas utilizan a diario el software ERP de Palmart para la estimación, CRM, web-to-print, facturación, expedición, compras, planificación e informes y esto en empresas de impresión comercial y gran formato, así como de etiquetas y envases. Con doce empleados apasionados, Palmart cuenta con un gran equipo: su experiencia y buena conexión con el mercado español marca la diferencia cada día en una industria de impresión cambiante.

DATA LINE EN ESPAÑA

Dataline ha logrado una posición de liderazgo consolidada en su sector desde 1997. Inicialmente, el éxito de Dataline comenzó en los mercados belga y holandés, pero desde 2016 la empresa también se ha forjado una sólida reputación en la mayoría de los países europeos, incluida España.

Dirk Deroo, director general de Dataline, está muy satisfecho con esta adquisición: *"La industria española de la impresión es desde hace varios años un **mercado de crecimiento estratégico con mucho potencial** para Dataline, donde ya cuenta con unos 20 clientes. Con un*

socio fuerte como Palmart, ahora podemos garantizar un anclaje sólido y servir aún mejor a nuestros clientes españoles. Con esta inversión no sólo añadimos a nuestra empresa una valiosa cartera de clientes, sino también un equipo de especialistas experimentados y motivados."

ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO EUROPEA

Dataline aplica una estrategia de crecimiento europeo. Está invirtiendo fuertemente en **mercados extranjeros donde hay espacio para soluciones de software innovadoras** al servicio de las empresas de producción gráfica.

Dirk Deroo añade: *"Para ser y seguir siendo un socio fiable y con éxito para las empresas de producción gráfica de toda Europa, es necesario ofrecer nuestra experiencia en productos y mercados cerca del usuario y en el idioma local. Es importante que un software MIS/ERP tenga suficientes usuarios. Al perseguir el aumento de escala, Dataline puede alcanzar dos objetivos principales. En primer lugar, nuestra escala nos permite seguir construyendo sobre nuestra ventaja innovadora. En segundo lugar, podemos desplegar aún más un amplio equipo de expertos para guiar las implantaciones y el soporte cerca del cliente. Así que la adquisición de Palmart encaja perfectamente en esta estrategia."*

Dataline lleva muchos años trabajando con Cyan como socio distribuidor. Cyan ve la adquisición de Palmart como algo especialmente halagüeño: se traduce en más recursos y empleados en España para el soporte. Desde múltiples ubicaciones estratégicas en España, Cyan consigue ofrecer un contacto personalizado con el cliente de cualquier empresa gráfica.



De izquierda a derecha: Francisco Pérez Ferrús (Director Dataline Soluciones), Dirk Deroo (CEO Dataline), Miguel Pérez Ferrando (Jefe operaciones Dataline Soluciones) y Andy Willaert (COO Dataline).

EL FUTURO DE DATALINE EN ESPAÑA

Palmart se incorporará de forma **inmediata e integral** a Dataline. Esto creará una poderosa simbiosis que se extenderá a todos los aspectos del negocio: marketing, ventas, formación y servicio de asistencia.

Según Dirk Deroo, este nuevo paso representa una interesante **fertilización cruzada** en el campo del desarrollo de software: *"El intercambio de experiencia y la aceleración de las innovaciones beneficiarán también a la industria española. Para Dataline, los numerosos clientes y usuarios de Palmart son fundamentales, por lo que nos comprometemos a hacer todo lo posible para que la integración se realice sin contratiempos."*

Francisco Pérez Ferrús, actual Director General de Palmart, confirmó: *"La adquisición de Palmart por parte de Dataline llega en el momento perfecto para nosotros. Como fuerza europea innovadora, comparten nuestra visión del desarrollo del software y del mercado. Estamos decididos a que, gracias al respaldo del líder del mercado europeo, nuestros clientes puedan contar con una organización más sólida y altamente profesional."*

ACERCA DE DATALINE SOLUTIONS

Dataline Solutions sabe lo que necesitan las empresas de impresión para agilizar sus pro-

cesos, automatizar sus flujos de trabajo y aumentar sus beneficios. Su **software MIS/ERP de alta calidad MultiPress** fue desarrollado específicamente para satisfacer las necesidades de las empresas de impresión modernas de todos los tamaños y tecnologías de producción.

Dataline fue fundada en 1997 por el CEO Dirk Deroo. Su visión era clara: modernizar las empresas de producción impresa con la automatización, la digitalización y la mejora de los procesos. El proceso administrativo de una empresa de medios impresos consta de varios pasos complejos, a menudo exclusivos de la industria gráfica. Un software general que no esté específicamente desarrollado para la industria de la impresión no ayuda en absoluto a una empresa de impresión. Para satisfacer esta necesidad, Dataline desarrolló el software MultiPress MIS/ERP.

Ahora, con más de 80 empleados en 4 oficinas (Brujas en Bélgica, Limmen en los Países Bajos, París en Francia y Willingen en Alemania) y una red de socios certificados en toda Europa, este innovador líder del sector se ha ganado la confianza de más de 1.000 empresas de medios impresos. El equipo de Dataline se compromete a ofrecer una calidad de servicio excepcional y está decidido a seguir siendo la referencia preferente.

www.dataline.eu – www.multipress.biz



HEIDELBERG SPAIN, 60 AÑOS DE HISTORIA



HAN PASADO 60 AÑOS DESDE QUE EL 22 DE ENERO DE 1963 HANS G. HARTMANN FUNDASE MAQUINARIA ARTES GRÁFICAS HARTMANN

En todo este tiempo, el mercado de la impresión ha evolucionado de forma transversal, rápida y radical, siempre siguiendo las dinámicas y las tendencias del resto de sectores. Hemos transitado desde tiempos de abundancia y el “todo es posible”, a la conciencia de la escasez de los recursos y el “no hay avance para la sociedad, el planeta y la economía sin control, respeto y reflexión constante”. Hoy, Heidelberg Spain, una compañía 100% integrada en el grupo internacional Heidelberg Druckmaschinen, A.G., es consciente de las necesidades actuales y, a la vez, heredera de una historia y de una filosofía de trabajo que hemos mantenido, redirigiéndola, rediseñándola y aplicándole nuevos enfoques en función de las exigencias contextuales y de las tendencias de cada momento. Rescatado de una publicación de 1974, leemos: “Hartmann sabe que la satisfacción del cliente es el mejor seguro para su propio futuro”. Han pasado 60 años y seguimos fieles a la misma filosofía. Hartmann nació gracias a una familia vinculada estrechamente con la industria gráfica.

Allá por 1730, el convento de San José de Barcelona, un centro de Carmelitas Descalzas, escondía tras sus muros la fundición tipográfica más importante de España. El dato parece una anécdota histórica, pero lo que fue un convento, se convirtió después de un incendio en el mercado más carismático de Barcelona, la Boquería, y lo que fue la fundición tipográfica, pasó de mano en mano y de local en local hasta que en 1885 fue comprada por Bauersche Giesserei de Frankfurt. En el año 1898, Georg Hartmann adquirió la empresa alemana, junto con su filial española. En los años 20 del siglo XX, la fundición llegó a su máximo esplendor, enrolando en sus filas a los mejores diseñadores de tipografías e incluyendo en sus catálogos tipos tan carismáticos como la FUTURA de Paul Renner. Con Carlos Hartmann ya se iniciaron las relaciones con Heidelberg y en los años 60, los tres hijos de Carlos decidieron separar las compañías, especializándose en tres líneas de negocio, cada una de ellas dedicada a diferentes áreas del mundo de la imprenta.



Han pasado muchos años desde que Hans G. Hartmann fundase Maquinaria Artes Gráficas Hartmann. Meses antes de iniciar la actividad, Ana Grau fue contratada como secretaria de dirección, cargo que ocupó en Hartmann por más de 50 años y tal como ella relata, *“...hablamos de las condiciones y me dieron 5.000 pesetas para comprar una máquina de escribir y material de oficina, el despacho improvisado fue la terraza de la emblemática terraza del Sandor (café situado en la plaza Francesc Macià), ...La confianza ha sido un factor básico en nuestra forma de trabajar y nuestros clientes lo han entendido siempre como uno de nuestros principales activos...”*. HEIDELBERG Spain sigue trabajando con la misma filosofía, heredada de personas como Ana, que han hecho posible este proyecto.

NO IMPORTA EL NOMBRE, NOS INTERESA MANTENER EL ESPÍRITU

Cumplir años para nosotros no es el guion de una cronología, es la correspondencia temporal entre el reconocimiento, la experiencia y la confianza del mercado. Desde 1963, la compañía crece rápidamente y cambia varias veces de local, hasta que se establece en la calle Viladomat 110 de Barcelona. Finalmente, en los 70 y en un emplazamiento que fue propiedad de Fundición Tipográfica Nacional, empresa comprada por los hermanos Hartmann, se construye el nuevo edificio, obra de Xavier Busquets, arquitecto conocido por haber firmado el colegio de Arquitectos de Barcelona. La sede de Cornellà acogerá las oficinas centrales, talleres y centro de demostraciones. Actualmente, es donde reside la actividad



Portada de la Gaceta, publicación que editaba Hartmann en los años 70. El gráfico corresponde a la inauguración del edificio principal diseñado por el arquitecto Xavier Busquets. La empresa se trasladó de Viladomat, en Barcelona, a las actuales instalaciones, en Cornellà de Llobregat.



De izquierda a derecha, **imagen 1:** Publicidad de la Fundación Tipográfica Neufville, en 1918. Esta sede fue también uno de los primeros domicilios de Maquinaria Artes Gráficas Hartmann.

Imagen 2: Las instalaciones que actualmente ocupa Heidelberg Spain pertenecieron a Fundación Tipográfica Nacional, propietaria de la tipografía "Electra".

Imagen 3: Publicidad de puertas abiertas de M.A.G. Hartmann en 1967.



de la delegación en España de Heidelberg Druckmaschinen, A.G.

Cuando intentamos explicar una larga historia en un limitado número de párrafos, nos vemos obligados a obviar datos interesantes, anécdotas curiosas o historias con historia; pero es inevitable, las historias largas requieren grandes sacrificios. Durante estos 60 años, hemos pertenecido a familias, a multinacionales holandesas como Buhrmann Tettersode, o Corporate Express, a empresas americanas como Staples y, finalmente, en 2015, entramos a formar parte de la familia HEIDELBERG. También podemos decir que la dirección de la compañía ha estado en manos de directivos brillantes, como el Dr. Hans Ph. Bock, Joaquín Solana, Vicente Tur, Javier de Quadras, Jose Luís Gutierrez o Gunnar Vogt. En 2015, durante la rueda de prensa que se organizó para hacer pública la compra de Hartmann por HEIDELBERG, Harald Weimer, consejero en aquel momento de HEIDELBERG, comentó *"Este negocio no son sólo cifras. Son muy importantes las personas y juntos podemos ser más fuertes"*.

Hoy, en España, respaldados por HEIDEL-

BERG, disponemos de una plantilla de más de 80 profesionales, de los cuales la mitad dan asistencia desde nuestro servicio técnico. Nuestro equipo de ventas está soportado por un gran número de soluciones de amplio espectro para el mercado gráfico, que va desde el software más avanzado, hasta míticas máquinas como la Speedmaster XL 106. Nuestro personal de oficinas y soporte son los responsables de que el engranaje funcione bien lubricado. Desde Wiesloch, nuestro centro logístico central ofrece 130.000 referencias en recambios originales y consumibles y nuestro Print Media Center destaca por ser el centro de demostraciones más grande de la industria gráfica mundial. Helpdesk, asistencia remota, formación, informes predictivos, inteligencia artificial, plataforma de eCommerce, contratos de servicio,... La lista es larga pero el espíritu es el mismo: escuchar, inspirarnos y ofrecer al mercado soluciones. Roland Krapp, director general de HEIDELBERG Spain, hace suyas las reflexiones que podíamos leer en aquel catálogo del 74, "solo si conseguimos el éxito de nuestros clientes conseguiremos cumplir nuestra misión. Y a mí me gustaría añadir, gracias por 60 años de confianza".



CANON ESPAÑA PRESENTÓ NEXTGEN BOOKS, UN FORO INTERNACIONAL CENTRADO ESTA EDICIÓN EN LA SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA EDITORIAL

EN EL MARCO DE READMAGINE, EVENTO DE REFERENCIA EN EL MUNDO EDITORIAL, NACE NEXTGEN BOOKS, UNA CONFERENCIA INTERNACIONAL ORGANIZADA POR CANON ESPAÑA QUE OFRECIÓ UNA PANORÁMICA SOBRE TEMAS RELACIONADOS CON EL MUNDO DEL LIBRO

Participantes en el debate sobre la eficiencia de la cadena de suministro del libro (de izquierda a derecha): Eric del Arco, Arantxa Mellado, Arturo Álvaro y Carlota del Amo.



En el marco de Readmagine, evento de referencia en el mundo editorial, nace NextGen Books, una conferencia internacional organizada por Canon España, que tiene por objeto ofreció una panorámica sobre temas relacionados con el mundo del libro.

Esta primera edición tuvo lugar el 9 de junio en la Casa del Lector, en Matadero de Madrid, analizó la sostenibilidad de los procesos de distribución editoriales desde el punto de vista de empresas de dentro y fuera del sector

EL PESO DE LA HUELLA DE CARBONO EDITORIAL

Tras la inauguración de la mano de Laura Clavero, directora de la división de Commercial Printing de Canon Iberia, Daniel Morales, director de Orange Foundation y RSC, expuso las iniciativas que Orange está llevando a cabo junto con otras empresas tecnológicas para reducir el impacto medioambiental en la industria de la telefonía móvil.

Posteriormente, Manuel Gil, consultor editorial en Antinomias Libro, planteó la necesidad de la “alfabetización carbónica” y de calcular la contaminación generada por la industria editorial española. Jordi Panyella, director de la editorial Pol.len y del Institut Català de l'Ecoedició, abordó la gestión de las publicaciones según criterios de sostenibilidad y planteó una

propuesta de doce criterios de ecoedición. Por último, la directora del departamento de sostenibilidad de Elsevier, Rachel Martin, explicó las conclusiones extraídas por Elsevier de la aplicación de un prototipo de etiqueta de consumo a los libros.

Desde el punto de vista del lector, Pepe Verdes, director de Librotea, reveló hasta qué punto están dispuestos los lectores a implicarse con la sostenibilidad editorial, según datos extraídos de una encuesta realizada entre los usuarios de la red social de lectura.

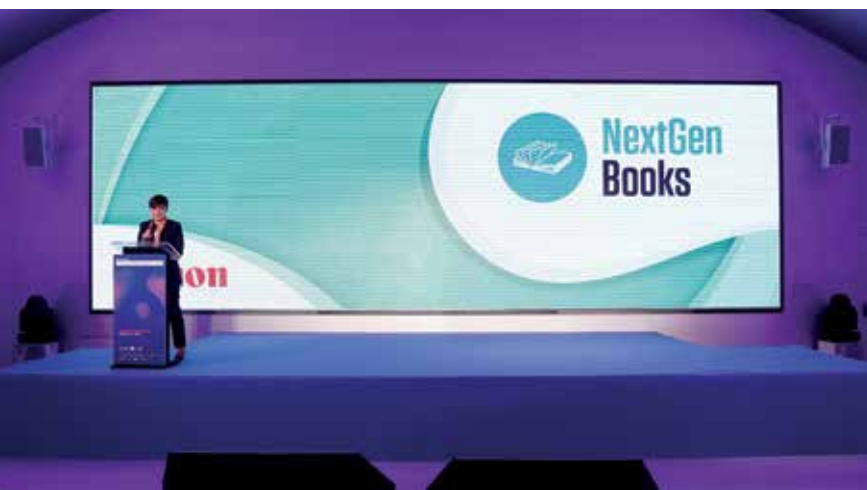
LA EFICIENCIA COMO BASE DE UNA MEJOR COMERCIALIZACIÓN

La sostenibilidad reclama procesos eficientes, pero la cadena de suministro del libro es altamente ineficiente: sobreproducción y devoluciones de libros complican unos procesos logísticos que de por sí plantean dudas en el sector. Sobre la base de estas premisas se abrió un debate entre una editora Carlota del Amo, directora de comunicación de Penguin Random House, un distribuidor, Arturo Álvaro, jefe de ventas de Logista, una impresora distribuidora en POD, Arantxa Mellado, directora de LiberExpress, y un librero, Eric del Arco, director de Documenta y presidente del Gremi de Llibreters de Catalunya.

La jornada concluyó con la presentación del Accelerator 2030, una iniciativa internacional e intersectorial para impulsar la sostenibilidad editorial, a cargo del director del Future Book Forum en Canon EMEA, Jörg Engelstadter, y de Rachel Martin.

Este evento reunió a expertos del sector editorial en Europa y se convirtió en un **punto de encuentro de referencia para abordar los retos del futuro en materia de sostenibilidad y eficiencia empresarial**. “Desde Canon estamos muy satisfechos de contribuir a la consolidación de un sector editorial más ecológico, eficiente y sostenible” afirma Laura Clavero, directora de la división de Commercial Printing de Canon Iberia.

Laura Clavero, directora de la división de Commercial Printing de Canon Iberia





SOLUCIONES

NEOBIS PRESS 173 **neobis**



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.

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

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.



¿QUÉ ES EL LIDERAZGO COLABORATIVO Y CÓMO SE PUEDE APLICAR A NUESTRO SECTOR?

AUTORA: Rosario Trasobares Almagro, Consultoría Jurídico-Laboral neobis

En el número anterior de la revista hablamos de la importancia de que el departamento de RR.HH de nuestra empresa fuera facilitador de nuestros procesos internos, que fuera visionario y que, en definitiva, fuera agente del cambio y del progreso en nuestra organización. En este artículo vamos a ir un paso más allá, vamos a hablar del liderazgo colaborativo y de su aplicación en nuestro sector. Vamos a explicar en qué consiste y, lo más importante, cómo se puede aplicar en el sector de la Comunicación Gráfica para maximizar sus ventajas en pos del cumplimiento de los objetivos fijados por cada organización empresarial.

Visualicemos por un momento cualquier organigrama empresarial: celdas, casillas, etc., con nombres y cargos dentro del que cuelgan más nombres y más cargos hasta formar un árbol que abarca toda la empresa. Sin embargo, bien sabemos que estos compartimentos que reflejan el organigrama de cualquier empresa no pueden ser estancos, porque impedirían su correcto funcionamiento. Imaginemos, por un momento, que “compras” no tuviera relación “presupuestos” o que el “taller” no la tuviera con el “almacén”. Sería un completo desastre y nuestra organización no podría dar un buen servicio a sus clientes, ser competitiva, tener margen de beneficios etc. Esta colaboración entre todos los departa-

mentos de la empresa la estamos viendo desde la base de la pirámide, pero ahora la vamos a ver desde la cúspide de la misma: desde los departamentos de dirección.

GRANDES COMPAÑÍAS COMO GOOGLE O FORD CADA VEZ TIENEN MÁS IMPLANTADO EL LIDERAZGO COLABORATIVO CON RESULTADOS MÁS QUE DESTACABLES

EL LIDERAZGO COLABORATIVO TIENE DOS VERTIENTES

- Por un lado, **todo el personal de dirección (CEO, Dirección Financiera, Dirección de Recursos Humanos, etc.), tiene que colaborar en el diseño de la estrategia de la empresa** con el fin de buscar todas las sinergias posibles entre los distintos departamentos y, sobre todo, que todos sean conocedores de la función de los demás para que la empresa funcione como una máquina perfectamente engrasada. En nuestro sector, muchas de nuestras empresas tienen un carácter familiar y, optar por un liderazgo colaborativo, no significa perder el control y la dirección de

CONTACTA CON NEOBIS

912 437 400 

rtrasobares@neobis.es 

la misma, porque al final, la decisión final sigue estando en manos de los propietarios o del CEO, pero no podemos dejar de lado las ventajas que nos puede otorgar este tipo de liderazgo en cuanto a aprovechamiento de potenciales y de sinergias.

- Por otro lado y, como ya hemos comentado en estas mismas páginas en alguna otra ocasión, no podemos dejar de lado la información que viene tanto de los mandos intermedios como del resto de personal de la empresa, conocedores del detalle del proceso productivo a un nivel que puede escapar a la dirección de la empresa y que pueden detectar sinergias no aprovechadas, defectos, detalles sin pulir, etc. **La comunicación debe ser bidireccional, ascendente y descendente**, sin

que eso suponga que el poder de dirección sea equitativo o se pierda desde la dirección, pero un adecuado flujo de información complementa e implementa toda la estrategia empresarial, ya que si la plantilla no puede comunicar fácilmente y por canales adecuados los puntos de mejora o conocer realmente que es lo que tienen que aportar dentro del proceso productivo, la estrategia fracasará en todo o en parte.

Como podemos ver, la empresa no puede estar “encarcelada” o limitada en las celdas de un organigrama, sino que tiene que ser un espacio abierto al flujo de información y al conocimiento de los procesos, para su implementación exitosa y su mejora constante.



LA INDISCIPLINA FRENTE AL PODER DE DIRECCIÓN: ¿CUÁNDO ES SANCIONABLE Y CUÁNDO ESTÁ JUSTIFICADA?

EL CONVENIO COLECTIVO ESTATAL DE ARTES GRÁFICAS ESTABLECE QUE SE CONSIDERARÁ FALTA MUY GRAVE, Y POR TANTO, SUSCEPTIBLE DE SER SANCIONADA HASTA CON EL DESPIDO: "LA INDISCIPLINA, LA DESOBEDIENCIA O LA NEGLIGENCIA EN EL TRABAJO EVIDENCIADAS DE FORMA GRAVE Y NOTORIAMENTE PERJUDICIAL PARA LA EMPRESA"

AUTORA: Sandra Fariña Cabrera. Consultoría Jurídico-Laboral neobis

No obstante, esta definición deja abierta la puerta a una enorme casuística que, en muchas ocasiones, puede suscitar dudas sobre los límites, tanto del poder de dirección de la empresa, como de aquello que se entiende por indisciplina de las personas trabajadoras.

En este sentido, **las empresas dedicadas a la comunicación gráfica están amparadas** tanto por el Estatuto de los Trabajadores (artículo 20), como por el propio Convenio (artículo 5.8), que definen el poder de dirección como la diligencia y colaboración que las personas trabajadoras le deben a la empresa en cumplimiento de la obligación de trabajar, contraída a través de la firma del contrato de trabajo. Así, la empresa (o la persona responsable en la que ésta delegue) posee la facultad de adoptar las órdenes o instrucciones en el ejercicio regular de sus facultades de dirección, partiendo del respeto, en todo caso, de la buena fe entre las partes.

Por ende, hablar de indisciplina de una persona trabajadora supone el incumplimiento, por ésta, de las obligaciones concretas marcadas por su puesto de trabajo, así como de las órdenes e instrucciones que hemos señalado previamente. Esta desobediencia, por tanto, se produce frente a mandatos claros y concretos de un superior, con competencia para emitirlos y siempre dentro del ámbito empresarial.

Sin embargo, como veníamos adelantando, simplemente hablar del poder de dirección o de indisciplina, no deja claro cuáles son las actitudes o circunstancias específicas que suponen una desobediencia grave y, por tanto, pueden sancionarse por parte del empresario. En contestación a estas cuestiones, amplia jurisprudencia ha venido entendiendo que, para que exista indisciplina se deben reunir unos **requisitos que amparen la posible sanción empresarial**:

- En primer lugar, hablaremos de la **gravedad de la conducta**, entendida la misma como la transcendencia que los hechos

puedan llegar a tener. Así, nuestro Convenio, hace referencia a dicho requisito cuando establece que la desobediencia debe acarrear consecuencias notoriamente perjudiciales para la empresa. Un ejemplo claro puede ser el siguiente: ante una orden de trabajo consistente en la impresión de unos determinados folletos, el responsable de línea ofrece una serie de instrucciones al oficial encargado de realizarla, sin que éste las cumpla, ocasionando así que el trabajo sea defectuoso y provocando, finalmente, la repetición del mismo; en este caso, si la conducta omisiva de la persona trabajadora llegara a producir un grave retraso en la entrega que ocasione, en última instancia, la pérdida de uno de los clientes más importantes de la empresa, estaríamos ante un caso de desobediencia grave que conlleva un notorio perjuicio para la empresa.

- Por su parte, el segundo de los requisitos que exige la jurisprudencia sería que la indisciplina **no tuviera una justificación**. Es decir, los tribunales entienden que si existe una causa que justifique la desobediencia, el tratamiento de los hechos por parte de la empresa debe ser más benigno que la imposición directa de un despido, el cual supone una de las sanciones más graves. En el ejemplo anterior, si a quien se le ordena la impresión de los folletos no es un oficial sino un auxiliar de taller, nos encontraríamos ante una desobediencia que, a pesar de suponer un perjuicio grave para la empresa, estaría justificada, puesto que un auxiliar no tiene el conocimiento necesario para desarrollar dicha tarea y, además, el Convenio prohíbe expresamente que se encargue del manejo, propiamente dicho, de máquinas. Así, esta actitud no se podría sancionar por indisciplina, puesto que está totalmente justificada.
- Por último, se debe **valorar si los hechos son o no culpables**, es decir, si la persona trabajadora es perfectamente consciente



de sus obligaciones y, aun así, las incumple. De esta forma, en el primer ejemplo, el oficial es conocedor de las instrucciones que le han requerido y decide, conscientemente, no llevarlas a cabo sin que exista justificación alguna para su comportamiento; en tal caso, estaríamos ante una indisciplina grave, injustificada y culpable, que podría ser sancionada.

Asimismo, es importante valorar el cumplimiento de todos los requisitos y las circunstancias en las que se ha producido el hecho concreto que pretendemos sancionar, puesto que también es muy importante la proporcionalidad de la sanción, en relación con la desobediencia producida. Para

ello, **es fundamental un buen asesoramiento**

CONTACTA CON NEOBIS

📞 912 437 400

✉️ sfarina@neobis.es

que evite futuras reclamaciones ante los Juzgados, puesto que, así como la normativa permite sancionar a las personas trabajadoras cuando se produce una situación de indisciplina, es cierto que, del mismo modo, se reconocen excepciones en las que dichas personas se podrán negar a cumplir las órdenes e instrucciones de la empresa, sin que esto suponga indisciplina.

Pues bien, algunas de estas situaciones son aquellas que están relacionadas, en su mayoría, con la vulneración de derechos o abuso de poder por parte de la empresa. Es decir, ante ciertas circunstancias, las personas trabajadoras podrán negarse a llevar a cabo dichas órdenes e instrucciones si las mismas atentan contra su dignidad, suponen cometer actos ilícitos o, incluso, pusieran en peligro su propia integridad.

De esta forma, podemos pensar en una persona que, siendo menor de 18 años, es instada por su responsable para que realice horas extras, siendo tal orden ilícita, ya que la normativa prohíbe que las personas trabajadoras menores de 18 años, realicen dichas horas sobre la jornada ordinaria. Del mismo modo, es indiscutible que una persona podrá negarse, por ejemplo, a llevar a cabo un trabajo en altura si el empresario no es capaz de ofrecer unas condiciones óptimas de seguridad: líneas de vida, un correcto andamiaje y demás prevenciones.

Como podemos ver, la indisciplina no es algo que podamos encuadrar como “blanco” o “negro”, tal y como ocurre la mayoría de las veces en las relaciones laborales, sino que tendremos que tener en cuenta multitud de detalles y matices, que pueden hacer que la balanza se decante por el lado de la empresa o por el de la persona trabajadora.



Consiga un efecto “wow” en su packaging



La gama Fusion de Sappi es conocida

por su impresionante brillo, blancura, rendimiento y comportamiento en la impresión. Gracias a la combinación de materias primas de primera calidad y a nuestra tecnología de estucado, sus productos, ahora más que nunca, tienen garantizado un efecto “¡Wow!”

Sin embargo, los beneficios ópticos y de impresión son sólo dos de las muchas ventajas de la gama Fusion, que le ayudarán a mantenerse por delante de la competencia.

¿Sabía que...

...Sappi se esfuerza constantemente por ampliar las posibilidades de su gama Fusion?

No satisfecha con tener un producto estucado una cara, Fusion Topliner, Sappi ofrece también dos variaciones de tono en su gama natural sin estucar, Fusion Nature Plus y Fusion Nature, ambos excelentes en procesos de impresión offset, flexo y digital.

Con la reciente incorporación de un 200 g/m² a la gama Topliner, Sappi sigue ampliando la relevancia de la gama más allá de su objetivo principal como containerboard.

La gama Fusion también puede utilizarse para otras aplicaciones como cubiertas de cajas rígidas, fundas y banderolas, bolsas de la compra y muchas más.

Además, Sappi añadirá próximamente una versión en gofrado.



Póngase en contacto con nosotros para obtener más información:

sappi-psp.com/containerboard

psp@sappi.com

Ventas.iberica@sappi.com (Sappi Ibérica)

RETENCIÓN DE IRPF EN LOS SALARIOS

AUTORA: Ana Buil Vizoso. Consultoría y Gestión Laboral neobis



EN ESTE ARTÍCULO HACEMOS UNA SERIE DE RECOMENDACIONES QUE ESTAN CENTRADAS EN LAS RETENCIONES DE IRPF QUE SE APLICAN EN NÓMINA, ANALIZANDO CÓMO RELLENAR CORRECTAMENTE EL MODELO 145 DE SITUACIÓN FAMILIAR Y CÓMO, POSTERIORMENTE, TRASLADAR ESTA INFORMACIÓN A CADA NÓMINA

Iniciamos el año 2024 y, como complemento a la gestión que cada empresa realiza sobre los salarios de sus empleados, deberás entregar a todos los trabajadores la “comunicación de datos al pagador”, Modelo 145, sobre los rendimientos del trabajo.

Este modelo es el documento que la empresa da a sus trabajadores para que éstos comuniquen su situación personal y familiar al objeto de que se apliquen correctamente las retenciones de IRPF en cada nómina a lo largo de todo el año.

Como norma general la comunicación de datos al pagador debe efectuarse antes del 1 de enero de cada año o, en el momento de la formalización del contrato. Si el trabajador, por circunstancias personales, prefiere que se le practique mayor retención, podrá comunicártelo en cualquier momento, pero es conveniente que quede constancia de la solicitud de cada trabajador.

APLICAR LA RETENCIÓN CORRECTA ES CRUCIAL

Si la empresa retiene de menos, el trabajador estará cobrando un neto superior, y el paga-

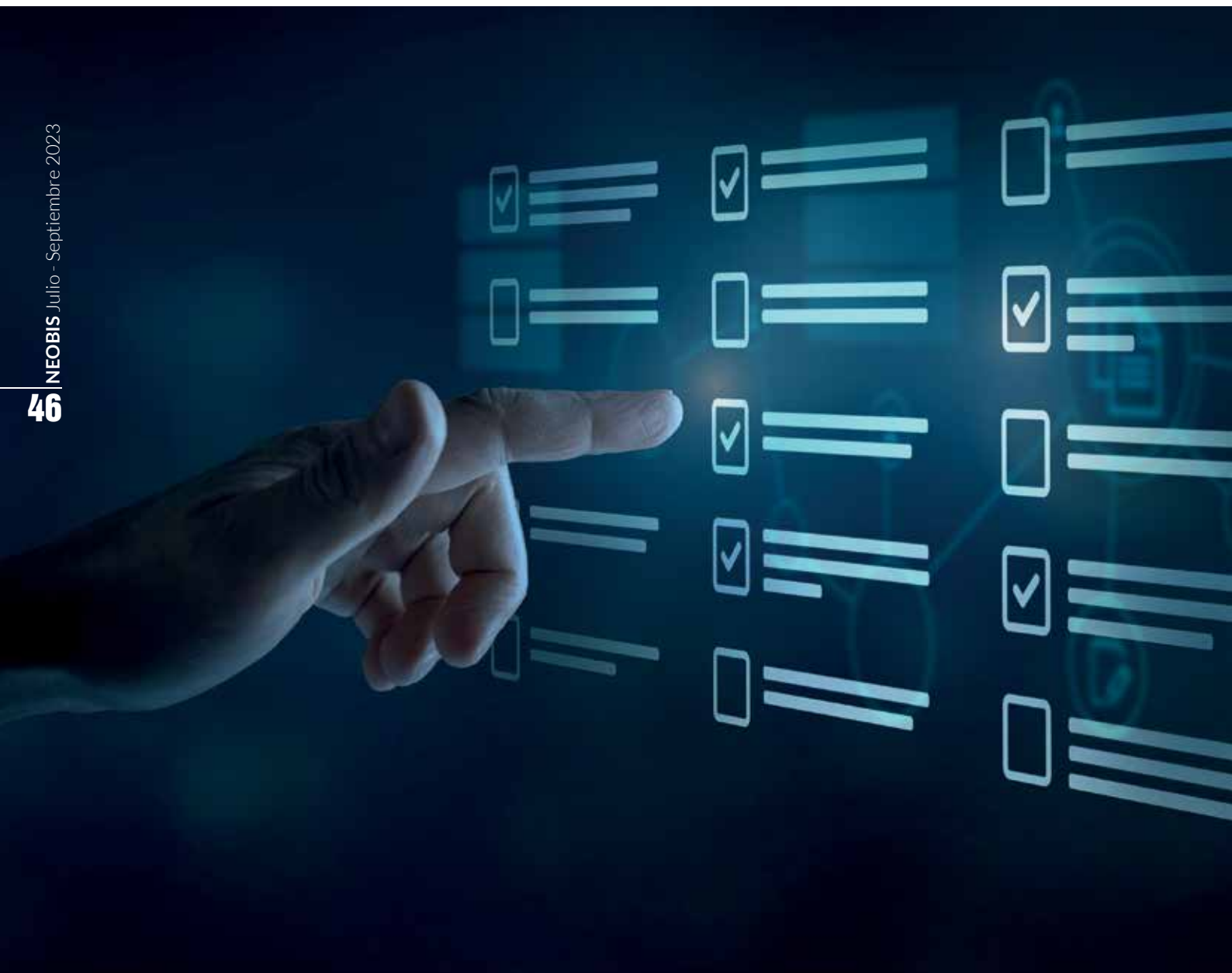
dor puede estar cometiendo una infracción tributaria y ser sancionado. Para intentar evitarlo es recomendable guardar una copia del Modelo 145 que cada trabajador haya entregado firmado, ya que ésta será la única prueba que se tendrá para demostrar a Hacienda que el tipo de retención aplicado es consecuencia de los datos aportados por cada empleado.

Por otro lado si se retiene de más al trabajador, éste percibirá menos cantidad neta en su nómina y tendrá que esperar a presentar su declaración de la renta para solicitar la devolución de lo retenido de más, en su caso.

Un resumen de cómo debería rellenarse correctamente el Modelo 145 sería el siguiente: La mayoría de los errores que se comenten son provocados por marcar erróneamente las casillas correspondientes a la situación familiar 1, 2 y 3.

En el caso de marcar la situación 1 será porque el trabajador tenga hijos que convivan exclusivamente con él y porque su situación sea: soltero, viudo, divorciado o separado. Pero en ningún caso el trabajador podrá estar casado. La situación 2 se deberá indicar exclusivamente cuando el perceptor esté casado y su





cónyuge no tenga ingresos. Es decir que, el cónyuge no trabaje ni perciba prestación por desempleo, y en todo caso sus ingresos no sobrepasen la cantidad de 1.500€ anuales.

La situación 3 será para cualquier contribuyente que se encuentre en cualquier situación distinta a las dos anteriores. Por ejemplo, solteros sin hijos, casados cuyo cónyuge trabaje o solteros o separados con hijos, cuando estos convivan también con el otro progenitor.

Además de estas tres circunstancias que son

determinantes para que las retenciones de IRPF se apliquen correctamente en cada nómina, existe la figura del doble pagador que consiste en que, dentro de un mismo año, el trabajador haya tenido que pasar por cualquiera de las siguientes situaciones:

- Un cambio de empleo que provoque que durante el mismo año haya trabajado en dos empresas distintas o más.
- Tener varios empleos a la vez o simultáneas trabajos y colaboraciones.



- Estar en paro y posteriormente trabajar en una empresa (o viceversa).

Podríamos decir que esta figura se ha convertido en una leyenda, ya que no necesariamente se va a tener que pagar más a Hacienda si he tenido dos pagadores en un año. Esta circunstancia solo vendrá motivada si el segundo pagador aplica las retenciones como si fuera el único pagador del año. Por lo tanto si se contrata a un trabajador en el mes de julio, por ejemplo, hay que hablar con el empleado para ver la conveniencia de apli-

car las retenciones como si hubiera estado el año completo.

UN EJEMPLO

Podría tratarse de un trabajador que haya trabajado para una sola empresa por un salario bruto de 32.000€, habrá pagado un IRPF del 17% y al hacer la declaración de la renta tiene todo cuadrado y no le sale ni a pagar ni a devolver. Por el contrario, tenemos otro trabajador que ha trabajado cada semestre en una empresa diferente, con un salario bruto anual también de 32.000; la primera empresa le retuvo un 17%, de 16.000€ pero, si somos la segunda empresa que le contrata y estimamos que solo se le va a pagar un sueldo bruto de 16.000€ en lo que resta de año y se le retiene un 9%, el resultado es que al hacer la declaración de la renta le saldría a pagar el 8% restante, como mínimo.

La conclusión es que el pago final por parte de la persona trabajadora por el IRPF, será la consecuencia de que el trabajador y la empresa se aseguren de comunicar la información necesaria para aplicar correctamente los porcentajes de IRPF en las nóminas, según sus circunstancias personales y familiares.

Podemos confirmar también que la conclusión será la misma si el trabajador ha tenido uno, dos o más pagadores, si en todo momento se aplican correctamente los porcentajes de IRPF, de esta manera no debería haber ningún problema ni sobresalto a la hora de realizar la declaración de la renta por parte del trabajador.

CONTACTA CON NEOBIS

912 437 400 

abuil@neobis.es 



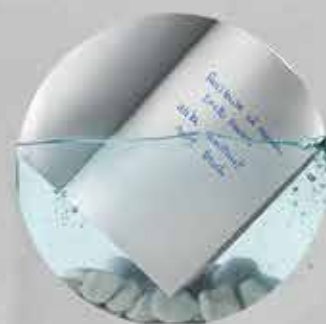


Te INTERESA

NEOBIS PRESS 173



SUAVE, RESISTENTE, IMPERMEABLE



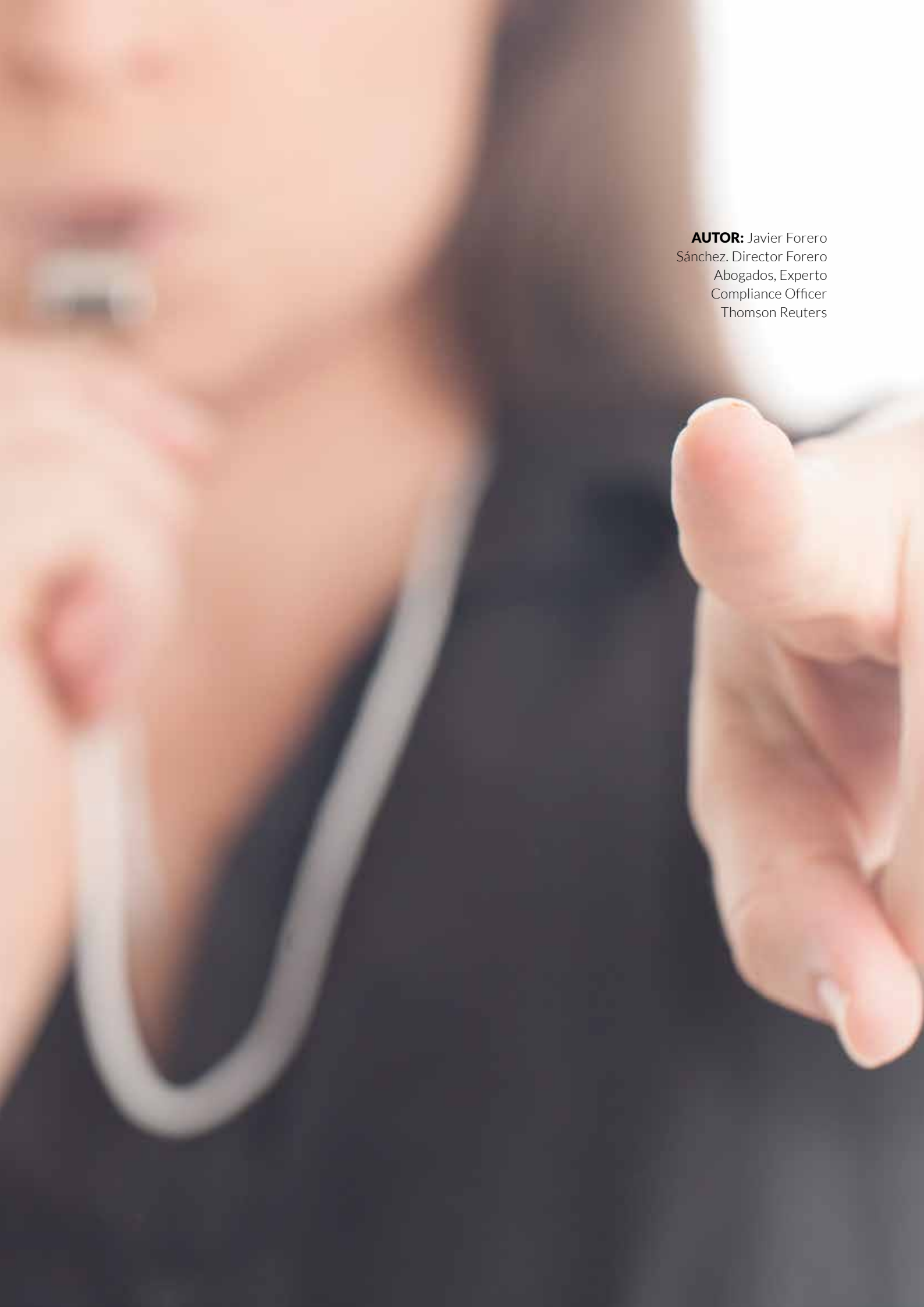
¡Solicita ya tu libreta de regalo elaborada
con este novedoso soporte!

Pídela en torrasdistribucion@torraspapel.com

RESPALDADO POR LA EXIGENTE CERTIFICACIÓN
cradle to cradle®

Haz tu pedido e infórmate en www.torrasdistribucion.com





AUTOR: Javier Forero
Sánchez. Director Forero
Abogados, Experto
Compliance Officer
Thomson Reuters

LOS CANALES DE DENUNCIAS

UNA OBLIGACIÓN DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO PARA LAS EMPRESAS EN EL MARCO DE LA PREVENCIÓN DELICTIVA

En febrero de 2023 fue aprobada la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción. Esta Ley introduce la obligación de que determinadas empresas (además de Administraciones y otros organismos) implanten un Sistema interno de información en los siguientes plazos:

- Para empresas de más de 249 trabajadores el 13 de junio de 2023.
- Para empresas de 50 a 249 trabajadores el 1 de diciembre de 2023.

Esta ley, incorpora al Derecho español la Directiva (UE) 2019/1937 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de octubre de 2019, y está en línea con la corriente existente en el mundo anglosajón, que regula desde hace años la protección de los denominados **“whistleblowers”** (quien usa el silbato para dar la alerta). **Su finalidad fundamental es otorgar una protección adecuada frente a las represalias que puedan sufrir las personas físicas que informen sobre acciones u omisiones que puedan ser constitutivas de infracción penal o administrativa grave o muy grave o infracciones del Derecho de la Unión Europea.**

En el Título IX la ley establece un régimen sancionador con importantes sanciones económicas (desde 100.000€ a 1.000.000€ en

función de la gravedad) y gravosas sanciones accesorias (prohibición de obtener subvenciones u otros beneficios fiscales o prohibición de contratación con el sector público). Este catálogo sancionador, establece como infracción muy grave, entre otras, la del *“incumplimiento de la obligación de la disponer de un Sistema interno de información en los términos exigidos en esta ley”*, que podrá ser sancionado como falta muy grave (desde 600.001 a 1.000.000€ y accesorias antedichas).

A pesar de la gravedad de las sanciones, tanto desde el punto de vista económico como desde el punto de vista operativo (puede conllevar la imposibilidad de contratar con el sector público) los asesores jurídicos estamos constatando que las empresas (en especial, las pymes) no están implantando estos sistemas y que, salvo que se pongan manos a la obra en fechas próximas, no podrán implantarlo en las fechas antes detalladas.

Por esa causa, hemos determinado titular este artículo con palabras que llamen la atención del lector, empleando términos tales como el impactante sustantivo *“denuncias”*, a pesar de que el Sistema interno de información que impone la ley efectivamente incluye ese tipo de canales, pero el Sistema interno de información no es solo el canal.

Quiero decir que, las empresas no cumplirán este requisito legal limitándose a contratar de forma externalizada una de las



plataformas tecnológicas que están abarrotando con su publicidad nuestros buzones de correo, sino que **debe implantarse realmente un sistema de gestión empresarial que cumpla los requerimientos de la ley.** Todas las empresas, de una manera u otra, ya reciben, por distintos canales, información externa.

El propósito de la ley no es establecer un canal más, sino que pretende que las empresas

sistematicen sus canales internos de información ya existentes, de forma que establezcan cuál será el canal de información concreto que deberán utilizar los empleados, los autónomos, los accionistas, proveedores y contratistas, entre otros, para informar sobre acciones u omisiones que puedan ser constitutivas de infracción penal o administrativa grave o muy grave o infracciones del Derecho de la Unión Europea, y que se garantice la protección de esos informantes.



Con lo que llevamos dicho queda claro que, de lo que estamos hablando, no es del canal que utilizan nuestros clientes para dedicarnos “unas palabritas” cuando estiman inadecuada la calidad de nuestros productos (conocidos como “canales de calidad” o similares, de los que disponen normalmente aquellas empresas certificadas en sistemas de gestión de calidad), sino que hablamos de algo mucho más complejo, que entronca de forma directa con los sistemas de complian-

ce penal que fueron regulados en nuestro Código Penal desde el año 2015 y que siguen sin implantarse adecuadamente en la mayor parte de las pymes españolas –curiosamente, las grandes empresas cuentan con ellos casi en su totalidad. ¿Alguien se pregunta por qué?–.

Como corroboración de la afirmación anterior y de la estrecha vinculación de esta ley con los sistemas de **compliance penal**, voy a poner un ejemplo que será muy clarificador respecto de lo que llevo dicho: ya tenemos claro que la ley del informante obliga a las empresas a establecer un canal para que determinadas personas puedan informarlas de posibles acciones u omisiones de infracciones administrativas o delitos que pudieran estar ocurriendo en su seno. Ahora bien: ¿tenemos los medios corporativos y conocimientos necesarios para determinar cuándo una información que nos ha llegado por ese canal es infracción administrativa o delito? Y, en caso afirmativo, ¿disponemos del conocimiento y de los procedimientos de gestión interna adecuados para saber cómo proceder en estos casos?

Es decir, además del canal de información tenemos que contar con

otros medios para manejar una información tan delicada como la que nos ha llegado o nos pueda llegar, en unos tiempos y plazos perentorios y que un manejo deficiente o negligente pudiera agravar todavía más la situación que se nos ha comunicado.

EJEMPLO

Imaginemos que recibimos en ese canal que hemos contratado una información de que un empleado o empleada de nuestra empresa ha sido objeto de una agresión sexual en el ámbito empresarial. ¿Qué hacemos con esa información? ¿Cómo salvaguardamos la confidencialidad de la misma? ¿Cómo aseguramos que la persona que informa de tales hechos, sea o no la víctima, no será objeto de represalia por la persona que ha cometido los hechos? ¿Cómo discernimos si es una conducta delictiva o no? En fin, creo que con estos interrogantes se muestra que estamos ante una cuestión que no se limita a implantar una cuenta de correo o un canal de información determinado, sino que precisamos de un marco de gestión mucho más amplio, que enlaza con la responsabilidad que tiene el órgano de administración de las sociedades en lo referente al cumplimiento normativo y a la prevención de riesgos legales (entre los que se incluyen los penales) en el seno de estas.

Por ello nuestra propuesta pasa porque el Sistema interno de información no se intente implantar de forma aislada, sino que se enmarque en la implantación de un sistema de prevención del delito en la empresa, del que el canal del denunciante será una de sus piezas básicas. Pero eso lleva su tiempo y para cumplir los tiempos marcados por la ley, habría que **comenzar a actuar urgentemente**.





LA RESPONSABILIDAD AMPLIADA DEL PRODUCTOR (RAP) EN EL SECTOR DE LAS ARTES GRÁFICAS DESPUÉS DE LA INFORMACIÓN ANUAL

ERES ENVASADOR EN EL SECTOR DE LAS ARTES GRÁFICAS Y YA HAS REALIZADO EL REGISTRO DE PRODUCTORES DE PRODUCTO (RPP) Y LAS INFORMACIONES ANUALES DE ENVASES, TE PREGUNTARÁS ¿HE ACABADO YA DE CUMPLIR CON MI RESPONSABILIDAD DE PRODUCTOR DE PRODUCTO (RAP) COMO ENVASADOR? POR EL MOMENTO HAS CUMPLIDO, PERO LA RAP NUNCA ACABA, AHORA HAY QUE PREPARARSE PARA EL FUTURO 2024

AUTORAS: Laura Sanz de Siria, Secretaria General de CONFECOI, Coordinadora del SCRAP IMPLICA. Sandra Robles López, Área Técnica de CONFECOI y del SCRAP IMPLICA

¿Cuáles son estas obligaciones que hay que cumplir a partir de ahora?

El siguiente plazo establecido por el ministerio tiene que ver con el establecimiento de los SIRAP. Sabemos que existen dos tipos de RAP, la colectiva (SCRAP) o la individual (SIRAP). Si te estás planteando si necesitas un SIRAP

o no, no es obligatorio pero posiblemente sea conveniente para algunos tipos de envases que tienen peculiaridades en su gestión.

Lo que sí es obligatorio es cumplir con los plazos previstos en la legislación vigente: el RD 1055/2022 de envases y residuos de enva-

ses. Que indica en su Disposición transitoria tercera que para aquellos envasadores que vayan a crear un sistema RAP y no hayan tenido la obligación de participar en un Sistema Integrado de Gestión (SIG) antes de la entrada en vigor de este real decreto (diciembre de 2022) deben presentar la documentación oportuna a la **autoridad competente antes del 31 de diciembre de 2023.**

En el caso de SIRAP esto implica presentar la comunicación de un sistema individual y una garantía financiera a la comunidad autónoma donde tenga la sede social la empresa antes de acabar el año 2023.

¿Para qué tipo de envases puede ser interesante establecer un SIRAP?

Para aquellos envases con características propias y específicas de un determinado sector cuya gestión es por tanto particular y peculiar o bien para los que pueden prolongar su uso a más de un ciclo.

Dentro del sector de artes gráficas estos envases pueden ser GRG, pallets o envases metálicos reutilizables.

¿Qué es un envase reutilizable?

Como productor seguramente hayas aprovechado algún envase de un solo uso más de una vez intentando prolongar su uso. ¿Quién no ha enviado sus productos en pallets u otros envases de transporte, lo han recibido de vuelta y ha vuelto a mandar esos mismos envases? Desde un punto de vista medioambiental parece una buena medida preventiva en la generación de residuos pero en realidad muchos envases son extraviados y desperdiciados, resultando ser un problema serio.

Por eso desde la Unión Europea se están tomando medidas. Actualmente la nueva legislación sobre envases y residuos de envases regula el uso de cualquier envase que pueda tener varios ciclos a lo largo de su vida, in-

tentando por un lado promover el uso de los **envases reutilizables** frente a los de un solo uso; y por otro lado controlando su **trazabilidad** en todo momento para asegurar una buena gestión y aprovechamiento de todos los envases usados.

Para que un envase sea reutilizable debe por un lado cumplir los requisitos de la definición establecida en el RD 1055/2022:

ENVASE REUTILIZABLE: TODO AQUEL QUE HA SIDO CONCEBIDO, DISEÑADO Y COMERCIALIZADO PARA REALIZAR MÚLTIPLES CIRCUITOS O ROTACIONES A LO LARGO DE SU CICLO DE VIDA, SIENDO RELLENADO O REUTILIZADO CON EL MISMO FIN PARA EL QUE FUE CONCEBIDO



Y por otro lado debe cumplir con los requisitos establecidos en la norma europea UN 13429:2007 de febrero de 2005 para que un envase o embalaje sea clasificado como reutilizable, algunas de ellas relativas al reciclado del material y al reacondicionamiento del envase.

¿Hay algún requisito más que cumplir para tener un sistema de gestión para envases reutilizables?

El RD 1055/2022 de envases y residuos de envases establece en su artículo 46 *el establecimiento obligatorio del sistema de depósito, devolución y retorno (SDDR) para envases reutilizables*. Es decir, que para que un productor de producto pueda considerar su envase como “reutilizable” además de lo citado anteriormente tiene que crear un SDDR para ese tipo de envase.

En cuanto a las características de un SDDR se definen en este mismo artículo las modalidades en relación al propietario del envase para cada tipología de envase reutilizable: pudiendo cobrarse una fianza por el mismo hasta el poseedor final o bien ceder su derecho de uso a todos los eslabones de la cadena

mediante un
acuerdo
con o sin
depósito.

Todas las obligaciones citadas en

los anteriores párrafos relacionadas con los SDDR y la RAP deben ser cumplidas no por los productores de producto directamente si no por los sistemas individuales que estos creen (**SIRAP**) o por el colectivo al que estén adheridos (**SCRAP**), según este real decreto.

¿Cómo pueden los productores de producto cumplir con estas obligaciones normativas?

El **SCRAP IMPLICA** ofrece asistencia y asesoría para los envasadores que quieran establecer un **SIRAP** proponiendo modelos de gestión de envases reutilizables para distintas tipologías de envases y tipos de materiales con el objetivo de diseñar, constituir e implantar **SDDR**.

¿Y por qué IMPLICA?

Porque ...

...Estamos IMPLICADOS en la economía circular y en el cuidado del Medio Ambiente, desde la puesta en el mercado de los envases hasta su recuperación

...IMPLICAMOS a toda la cadena empresarial: fabricantes, envasadores, poseedores y gestores

...IMPLICACIÓN en un proyecto y una misión para nuestro planeta, sin un ánimo de lucro.

BUSCAMOS LA IMPLICACIÓN EN LA PREVENCIÓN, REUTILIZACIÓN Y RECICLADO DE ENVASES

En resumen, IMPLICA es el SCRAP integrador y circular que ayuda a las empresas a cumplir con su Responsabilidad RAP derivada de la nueva normativa sobre Envases en España.

Para más información:

info@confecoi.com

info@somosimplica.com

www.somosimplica.com





el sector en verde

NEOBIS PRESS 173



SERGIO RÓDENAS

COLABORADOR DE LA CONSULTORÍA DE MEDIO AMBIENTE DE NEOBIS

SERGIO RÓDENAS COLABORA CON NEOBIS DESDE
HACE 15 AÑOS COMO CONSULTOR MEDIOAMBIENTAL

HEMOS CHARLADO CON SERGIO PARA CONOCER SU OPINIÓN
SOBRE LOS TEMAS QUE PREOCUPAN A LAS EMPRESAS DEL
SECTOR EN RELACIÓN CON EL MEDIO AMBIENTE.

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

El contacto inicial es familiar y muy temprano, ya que mis padres han trabajado durante muchos años en el ámbito comercial de las imprentas. Mi madre ya se jubiló pero mi padre sigue relacionado con el sector de la Comunicación Gráfica. Mi relación laboral directa comenzó en el CIT (Centro de Innovación Tecnológica para las Artes Gráficas) constituido por la Asociación Gremial de Empresarios de Artes Gráficas de Madrid, donde empecé a aplicar mis conocimientos medioambientales al sector gráfico.

Desde entonces he mantenido un contacto directo con las empresas gráficas a través de la Federación Empresarial de Industrias Gráficas de España (FEIGRAF), la Asociación Gremial de Empresarios de Artes Gráficas de Madrid (AGM) y, ahora, la Asociación Empresarial de la Comunicación Gráfica (NEOBIS).

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

Principalmente, resolver dudas que normalmente tienen que ver con la legislación medioambiental. Esta legislación está en constante evolución y resulta difícil su seguimiento por aquellas empresas que no tienen personal especializado, que son la mayoría. En otros casos, consiste en brindar servicios de consultoría especializada como la elaboración de informes medioambientales para la Administración, la implantación de sistemas de gestión relacionados con el medioambiente, auditorías internas, diagnósticos de cumplimiento legal, etc.

¿Cuáles son las principales inquietudes que te transmiten las empresas de la Comunicación Gráfica respecto a la Sostenibilidad? ¿A qué retos se enfrentan?

Normalmente son cuestiones relacionadas con requisitos exigidos por los clientes o dudas sobre como afectan determinadas regulaciones medioambientales a sus empresas.

El principal reto al que se enfrentan es que los clientes, actualmente, ya no se conforman con saber que imprimes bien o mal, o si eres puntual con las entregas, o si compites en precio con otro; sino que, para dar cumplimiento a sus propias políticas de compra “sostenible”, “bombardean” a las empresas con cuestionarios o requisitos relacionados con temas medioambientales en los que solicitan información sobre su eficiencia energética, su huella de carbono, la sostenibilidad de sus materias primas, la gestión de sus residuos, buenas prácticas, etc. En muchos casos, estos formularios son complejos y requieren de apoyo externo para cumplimentarlos correctamente. También se enfrentan a clientes, que para poder trabajar con ellos, piden una cartera de certificaciones relacionada con el medioambiente y requisitos sociales bastante extensos.

Sergio, ¿nos puedes resumir cuáles son las posibles soluciones a las dificultades que tienen que afrontar?

Pues es importante que las empresas cuenten con personal interno con conocimientos específicos o con apoyo externo especializado, porque la perspectiva, a corto plazo, es que el medioambiente va a seguir siendo una herramienta de venta prioritaria para muchos clientes.

¿Podrías señalar alguna peculiaridad común a las empresas del sector de la Comunicación Gráfica? ¿Qué consejos básicos darías para que sean más sostenibles?

¿Una peculiaridad? Que prácticamente todos trabajan con papel, una materia prima que correctamente gestionada, es renovable, de origen natural y que contribuye a mantener la superficie forestal. En cuanto a sostenibilidad, siempre empezaría en conseguir una gestión de los residuos adecuada, con una correcta segregación y almacenamiento, después intentaría reducir mis emisiones de compuestos orgánicos volátiles, que son aquellas relacionadas con el uso de disolventes y finalmente trabajaría en la reducción en origen del consumo energético.





TU Tiempo

NEOBIS PRESS 173



RUMANIA

MONASTERIOS DE MOLDAVIA

AUTOR: Carlos Utasá, Treventi Viajes. **FUENTES CONSULTADAS:** Travel to Romania (Operador rumano)

Con un paisaje variado y una superficie de 237.502 km², Rumanía se revela en los ojos de los visitantes extranjeros mostrándole lo que mejor la representa: lugares de interés turístico, cultura, espiritualidad, tradiciones, la hospitalidad de la gente y los paisajes de leyenda todavía sin descubrir, los productos orgánicos, los Cárpatos, el Delta del Danubio, el Mar Negro, Transilvania, Fortalezas medievales, monasterios, Drácula, el Mar Negro, los deportes extremos, tratamientos de spa; en definitiva, más de 31 espacios protegidos por la UNESCO y más de 400 áreas protegidas.

En este artículo, nos centraremos en el incalculable valor de los numerosos monasterios que presenta una de las principales regiones de este cercano, pero desconocido país.

LOS MONASTERIOS DE MOLDAVIA

Los monasterios de la región rumana de Moldavia representan uno de los puntos turísticos más importantes de Rumanía. La cercanía entre ellos permite hacer un circuito de uno o dos días que nos enseñará la peculiar arquitectura y los estilos de vida de una comunidad monástica aún viva hoy en día. La ciudad de Tîrgu Neamţ es, al igual que sucede con Suceava para los monasterios de Bucovina, el punto neurálgico en torno al que encontramos los principales centros monásticos moldavos.

La visita a los monasterios se puede llevar a cabo por cuenta propia o en tour que nos traslade entre ellos sin preocuparnos por conducir o encontrarlos, y con la posibilidad de conocerlos a fondo, incluso durmiendo en alguno de ellos.



El monasterio de Neamţ es el más antiguo de Moldavia (siglo XIV) y conocido como el Jerusalén de los ortodoxos rumanos





El monasterio de Agapia es de estilo bizantino-neoclásico con temáticas de la tradición rumana.

MONASTERIO DE NEAMT

El más interesante y cuya visita debemos priorizar es el Monasterio de Neamt, el más antiguo de Moldavia (siglo XIV) y conocido como el Jerusalén de los ortodoxos rumanos. La iglesia actual es de 1497, siendo fundada por Esteban el Grande, en el emplazamiento

donde antes hubo otras iglesias (una de ellas destruida en el terremoto de 1471). Neamt fue un centro cultural muy relevante durante la edad media, hospedando a copistas y miniaturistas cuyo oficio aún hoy se conserva. La biblioteca de Neamt conserva más de 20.000 volúmenes de gran valor artístico e histórico, siendo una de las más importantes de Rumanía. Otro de los tesoros es el icono de María pintado en el año 665 en Israel, regalo del emperador bizantino Ion VIII.

MONASTERIO DE SECU

A 18 km de Tirgu Neamt está el monasterio de Secu, cuya iglesia del siglo XVI combina elementos de arquitectura moldava y munteña. Construido con la forma de una antigua fortaleza medieval, protegido por muros y torres de defensa, defendía también la tumba del arquitecto Nestor Ureche, además de la impresionante colección de objetos religiosos, especialmente de orfebrería.

MONASTERIO DE AGAPIA

Otro de los enclaves significativos es el Mo-



nasterio de Agapia, casi convertido en un pueblo monacal donde hoy en día viven centenares de monjas que se dedican a labores agrícolas y confección de objetos religiosos, iconos, tejidos, cerámicas que son vendidos a otras iglesias y por supuesto a los turistas. Fue fundada a mediados del siglo XVII y la decoración del monasterio en estilo bizantino-neoclásico con temáticas de la tradición rumana es obra del afamado pintor Nicolae Grigorescu en 1858-60.

MONASTERIO DE VARATEC

El de Varatec es uno de los monasterios más recientes ya que desde la fundación en el siglo XVI ha sido objeto de numerosas remodelaciones. La actual es de 1808, siguiendo el estilo moldavo tradicional. Este complejo se compone del monasterio "Adormirea Maicii Domnului", de la iglesia "Schimbarea la Fata", y de la de "San Juan Baptisterio". Alberga la tumba del poeta Mihai Eminescu, Veronica Micle, y exhibe una colección de arte medieval.

MONASTERIO DE BISTRITA

Cerca de Horezu, a unos 6 km al noroeste encontramos el monasterio de Bistrita, de 1856, si bien se edificó sobre una iglesia medieval de 1406. Destacan los frescos del interior, el icono de Santa Ana de la iglesia del monasterio, la tumba del príncipe moldavo Alexandru cel Bun, y las pinturas murales bizantinas de la capilla de la antigua enfermería.

Finalmente, el monasterio de Durau (siglo XVII), obra de uno de los hijos del gobernante Vasile Lupu, y cuyas pinturas las culminó Nicolae Tonitza con su equipo de aprendices, entre los que sobresalía Corneliu Baba.

Si aún tenemos tiempo podemos acercarnos a los monasterios de Sihastria, con su increíble interior, Pangarati (1560) y Sihla, a 6km de Sihastria; un santuario (1725) donde se dice que Santa Teodora vivió y rezó y donde cada 7 de agosto fieles de toda Rumanía llegan en peregrinaje.

Sin duda, esta puede ser una original e interesante extensión de nuestro viaje a Rumanía.



A la izquierda: En Bistrita se encuentra el monasterio de 1856, aunque se edificó sobre una iglesia medieval de 1406.

A la derecha: El monasterio de Varatec uno de los monasterios más recientes ya que desde la fundación en el siglo XVI ha sido objeto de numerosas remodelaciones



LECTURA RECOMENDADA

Libros recomendados por Carlos Fernández,
de LUCAM.

EL QUIJOTE

Miguel de Cervantes

Sé que no es la primera vez que lo recomiendo, pero también sé que hay muchas personas a quienes les cuesta encontrarse con él y es una pena porque es una joya que todos deberíamos poder disfrutar.

REBELIÓN EN LA GRANJA

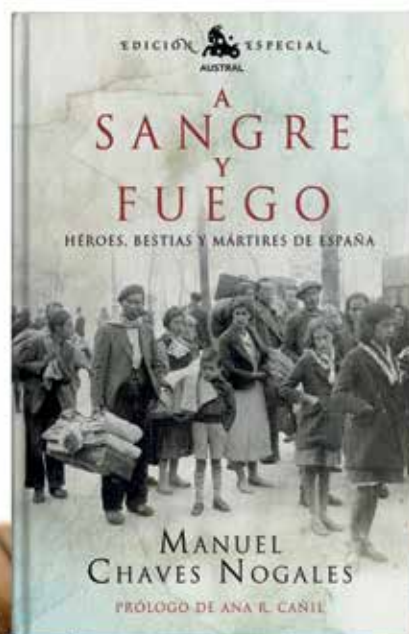
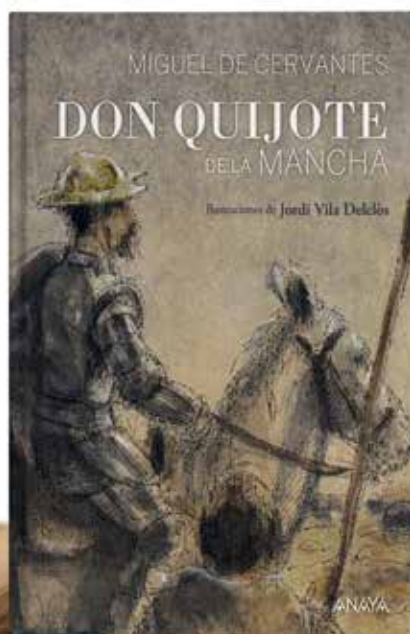
George Orwell

Una distopía en la que vemos infinidad de reflejos de nuestra sociedad y que por tanto puede llegar a ser posible.

A SANGRE Y FUEGO

Manuel Chaves Nogales

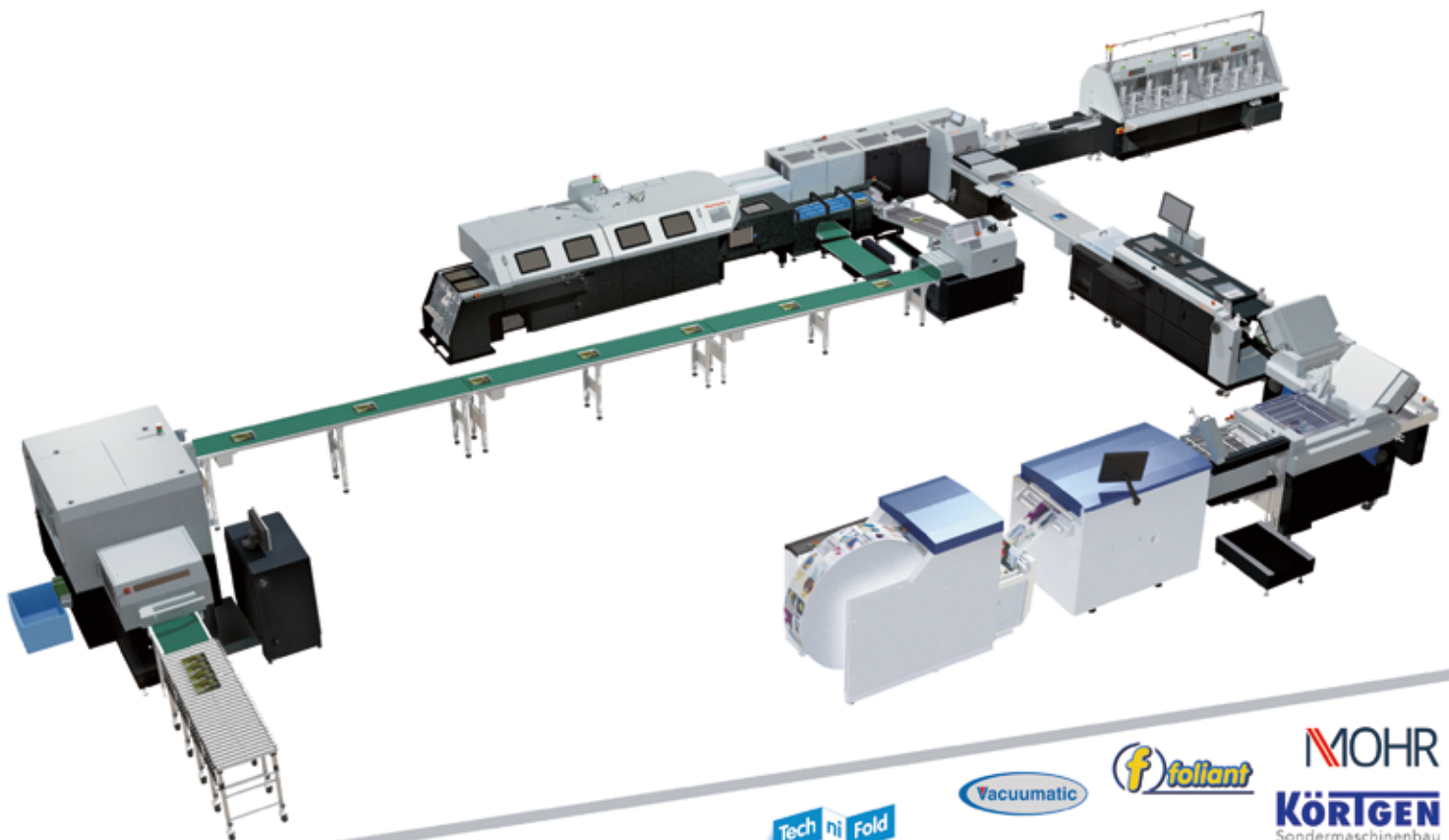
Un libro de relatos de nuestra guerra civil desde un punto de vista equidistante –como se dice ahora– en donde el maravilloso prólogo es de los textos más reveladores sobre la estupidez y crueldad.



SMART BINDING SYSTEM

Los sistemas de encuadernación inteligente Horizon, han revolucionado la producción de libros en los últimos años, con múltiples posibilidades de configuración, permiten producciones de hasta 4.000 libros hora con la mínima intervención del operador.

- ✓ Solución de encuadernación para impresión offset y / o digital.
- ✓ Posibilidad de alimentación desde bobina, cuadernillo offset, bloques cosidos, incluso bloques de hojas sueltas.
- ✓ Control de integridad totalmente automatizado que garantiza seguridad y precisión hasta en la producción de libro 1 a 1.
- ✓ El intuitivo software de Horizon permite facilitar las tareas al operador, para el resultado más profesional del modo más eficiente.





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.