258 2on trimestre 2017

GREMI

INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

PUBLICACIÓ DEL GREMI DE LA INDÚSTRIA I LA COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

©TONIPRIM

El Gremi omple les Caves Codorníu per lliurar els millors treballs gràfics de l'any

Primeros pasos en la venta online

Aprovecha Linkedin para promover tus servicios gráficos

5 consejos para publicar posts de éxito

HEIDELBERG

Heidelberg Spain, SLU.
Carretera de l'Hospitalet, 98-108
08940 Cornellà de ll. Bcn
Teléfono +34 475 80 00, www.heidelberg.com/es
Heidelberg.Hsp@Heidelberg.com

Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya
Gran Via de les Corts Catalanes, 645, 6è
08010 Barcelona
Tel. 93 481 31 61 - Fax 93 481 31 73
gremi@gremi.net - www.gremi.net

Coordinació
Ricard Sánchez

Disseny gràfic i maquetació
Quim Macià

Redacció
Quim Macià - jmacia@gremi.net
Gran Via de les Corts Catalanes, 645, 6è
08010 Barcelona
Tel. 93 481 31 61 - Fax 93 481 31 73

Publicitat
Marina Corominas - revista@gremi.net
Gran Via de les Corts Catalanes, 645, 6è
08010 Barcelona
Tel. 93 481 31 61 - Fax 93 481 31 73

Publicitat en el Directori
Quim Macià - jmacia@gremi.net
Gran Via de les Corts Catalanes, 645, 6è
08010 Barcelona
Tel. 93 481 31 61 - Fax 93 481 31 73

Col·laboren en aquest número
César Bla, Cristina Casellas,
Enrique San Juan, Eudald Aymerich,
Eugènia Àlvarez, Gemma Mompart,
José Mª Hernando, Màrius Gil,
Marta Vecino i Xavier Esteban.

Impressió: Norprint, S.A.
Plastificat portada: Pelical
Tractament portada: Disgraf Servei, S.L.
Paper coberta: NeoStar Matt FSC® 200 gsm subministrat per Comart, S.A.
Paper interior: NeoStar Matt FSC® 115 gsm subministrat per Comart, S.A.

D. L. B.-3764/1978
El Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya no es responsabilitza necessàriament de les opinions contingudes en els articles publicats.

"és una oportunitat molt interessant per incorporar joves a les nostres empreses"

IBAN CID
President

EDITORIAL

Tanquem el primer semestre de l'any i cal destacar que hi ha hagut a nivell gremial una intensa activitat en la borsa de treball que vindria a confirmar-nos un repunt de l'activitat que confiem sigui durador. Com veureu en aquest número de la revista cal destacar la bona participació dels agremiats en la nostra festa i en el conjunt de les activitats que han estat programades.

Pel que fa a l'activitat de l'Escola, vull destacar l'alt índex d'inserció dels nostres alumnes. Enguany la totalitat dels alumnes de formació reglada que han acabat els seus estudis s'han incorporat al món del treball dins les diferents activitats del nostre sector, i els alumnes participants en altres programes estan realitzant pràctiques al sector i és previst que més del 70% siguin contractats de forma estable. El proper mes de setembre s'inicia un nou curs i una nova convocatòria de formació especialitzada pels joves en situació d'atur o sense continuïtat escolar. Aquests programes ofereixen un ampli ventall de possibilitats de realització de pràctiques a l'empresa, és una oportunitat molt interessant per incorporar joves a les nostres empreses i conèixer les seves capacitats. Per experiència pròpia us he de dir que els estudiants de la nostra Escola són treballadors competents i qualificats. Per conèixer les condicions d'incorporació d'aquests alumnes us animo a sol·licitar informació a la secretaria de l'Escola i del Gremi.

Us desitjo unes bones vacances i que la tornada de l'estiu es confirmi i consolidi la recuperació de l'activitat.

Bon estiu! ❖

Més de 10 anys
donant assessorament al Gremi

ASSESSORAMENT PRESENCIAL A LES OFICINES DEL GREMI

- Contracte d'assegurances
- Anàlisi de cobertures
- Interpretació / revisió de sinistres
- Risk management (gerència de riscos)

PRODUCTES AMB COBERTURES I SERVEIS EXCLUSIUS

- Garantia tot risc accidental
- Responsabilitat civil empreses
- Tot risc danys materials
- Caució i Crèdit
- Responsabilitat mediambiental
- Responsabilitat civil d'administradors i directius

GRUPMACH, S.L.
Correduria de Seguros
Corredoria d'Assegurances

C/ Muntaner, 479 5è 3a • 08021 Barcelona
Tel. 93 30197 08 • 661 533 353
ricardo.sanmartin@grupmach.es • www.grupmach.es

SUMARI

6
ACTUALITAT DEL GREMI
- Missa commemorativa Gràfics 2017.
- El Gremi omple les Caves Codorníu per lliurar els millors treballs gràfics de l'any.
- La gestió dels riscos i les oportunitats segons ISO 9001:2015.
- Impuesto sobre los activos no productivos de las personas jurídicas.
- Assemblea general i conferència amb José García Montalvo.
- Actes i seminaris.

22
ESCOLA ANTONI ALGUERÓ
- HP cedeix a l'EAA la impressora d'etiquetes HP INDIGO WS 4500.
- Exposició de treballs dels alumnes de l'EAA.
- Algueró Challenge.

26
SERIGRAFIA
- ¿Qué es la risografía?

28
VENTAS
- La formación y la formación comercial en la empresa gráfica. 2ª parte.

30
LEAN MANAGEMENT
- Procesos estables.

32
ACTUALIDAD DEL SECTOR
- Cuida a tu cliente interno o será el principal freno de la evolución de la empresa.
- Electrónica impresa ¿Océano azul?
- Grifoll Print Promotions, la estrategia de las nuevas ideas.
- Cydeyeg adquiere la nueva Speedmaster XL106-6+L.
- Sesiones de trabajo Industria 4.0.
- Noticias del sector.

48
INTERNET
- Primeros pasos de la venta online.

54
REDES SOCIALES
- Aprovecha Linkedin para promover tus servicios gráficos.
- 5 consejos para publicar posts de éxito.

Missa commemorativa Gràfics 2017
SANT JOAN ANTE PORTAM LATINAM

El 5 de maig va tindre lloc a la Basílica de Santa Maria del Mar la missa commemorativa per celebrar la festivitat del nostre patró Sant Joan Ante Portam Latinam on van assistir més d'un centenar de gràfics. L'acte va comptar amb un concert a càrrec del Cor de Cambra Anton Bruckner que va interpretar diverses peces de Händel, Bach, Schubert, Mozart, entre d'altres. ❖

El Gremi omple les Caves Codorníu per lliurar els premis dels millors treballs gràfics de l'any

Reportatge fotogràfic de Toni Prim

Eudald Aymerich - Monmar Comunicació

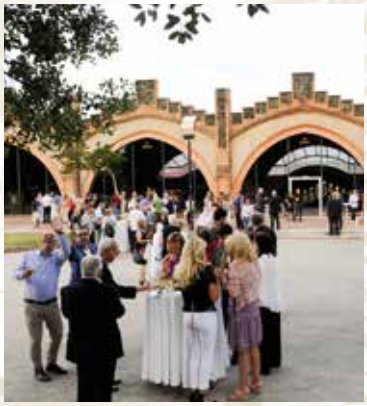
El Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya va donar a conèixer el 2 de juny en la seva tradicional gala anual els guanyadors del Concurs d'Arts Gràfiques, certamen de prestigi que premia els millors treballs gràfics de l'any. L'acte, molt concorregut, va tindre lloc a l'espectacular conjunt modernista de les Caves Codorníu de Sant Sadurní d'Anoia on va reunir prop de 400 persones. La gala va comptar amb l'actuació de l'humorista Jordi Ríos, conegut per les seves imitacions en programes de TV3, que ha exercit de mestre de cerimònies.

L'acte va començar amb la intervenció d'Iban Cid, president del Gremi, que va manifestar la seva satisfacció per la resposta de la convocatòria tenint en compte que és "la primera vegada que s'ha dut a terme fora de la ciutat de Barcelona". Cid va repassar en la seva intervenció l'actualitat del Gremi i de l'Escola Antoni Algueró i va pronosticar, a partir de l'índex de la producció industrial, "un creixement del sector del 3% del valor afegit fins a finals d'any".

A continuació, es van lliurar els premis de la 66ª edició del Concurs d'Arts Gràfiques i que distingeixen els millors productes gràfics realitzats per empreses i professionals agremiats durant l'any passat en diferents categories.

Les empreses premiades, prop d'una vintena, van ser Indústria Gráfica Cayfosa (Premi Llibre en Impressió Òfset); Encuadernaciones Bardenas (Premi Llibre en Enquadernació Industrial); Pix Fix (Premi Llibre en Preimpressió); The Folio Club – Sfera Print Space (Premi Llibre en Impressió Digital); Guimar Solucions Gràfiques (Premi Catàleg en Impressió Digital); Art Plus Serigrafía (Premi Cartell en Serigrafia); Opal Tech (Premi Impressión en Gran Format); A Dos Disseny Amb Cartró (Premi Estoig); Cideyeg (Premi Acabats en Estoig); Chemence Graphics Spain (Premi Packaging); Rotas Iberica – Etiquetas Adhesivas (Premi Etiqueta en Serigrafia); Gràfiques Lappí Martorell (Premi Etiqueta en Impressió Òfset); Moderngrab (Premi Sleeve); El Taller - Estudi de Serigrafia (Premi Diversos en Serigrafia); Artrok (Premi Impressió Làser); i Novoprint (Premi Expositor i Premi Noves Aplicacions Tecnològiques). El Premi Extraordinari Piràmide Gremial al treball que, per la seva qualitat, destaca entre les obres guardonades va ser per a Litografía Rosés - SYL. Els premiats van rebre una litografia i un diploma.

L'acte va estar precedit per una visita dels assistents a les Caves Codorníu, conjunt arquitectònic d'estil modernista que va ser construït per l'arquitecte Josep Puig i Cadafalch entre 1902 i 1915 i que està considerat bé cultural d'interès nacional; en l'actualitat és la seu de Codorníu, empresa líder del sector del cava. La Gala Gràfica va comptar en aquesta edició amb el suport de les empreses Comart, Heidelberg, HP, Kodak, Agfa, Esko, Ricoh i Sign-Tronic.



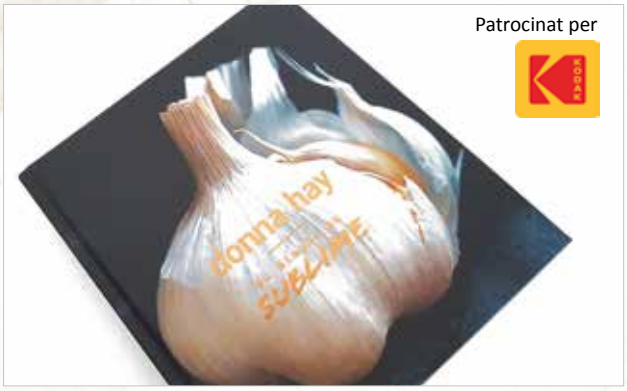
La gala gràfica d'aquest any va comptar amb l'actuació de l'humorista Jordi Ríos, conegut per les seves imitacions als programes de televisió Crackòvia i Polònia, acompanyat de l'actriu Mònica Pérez.

El Gremi ha editat un video amb un recull d'imatges de la Gala Gràfica. El podeu veure a la web del Gremi www.gremi.net

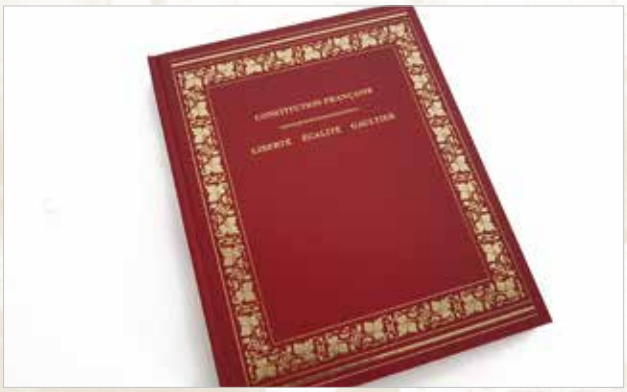
...i si voleu veure la retransmissió en directe de la Gala, la teniu disponible al Periscope o Twitter del Gremi (@GremiIndGrafCat)

A CONTINUACIÓ REPRODUIM LES IMATGES DEL LLIURAMENT DE PREMIS I ELS TREBALLS GUARDONATS

Empreses premiades a la 66ena edició del concurs d'arts gràfiques 2017

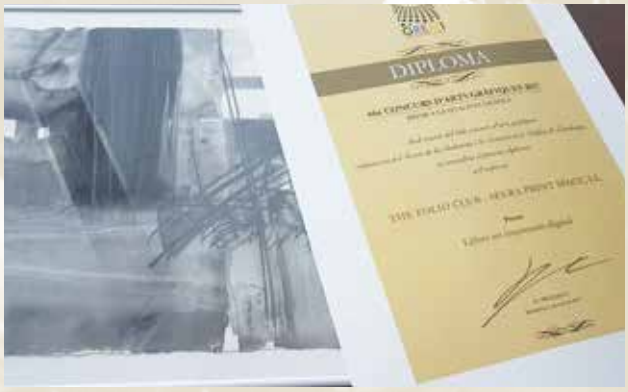


INDUSTRIA GRÁFICA CAYFOSA, S.A. → **Premi LLIBRE EN IMPRESSIÓ ÒFSET patrocinat per KODAK**



ENCUADERNACIONES BARDENAS, S.A. → **Premi LLIBRE EN ENQUADERNACIÓ INDUSTRIAL**

PIX FIX, S.L. → **Premi LLIBRE EN PREIMPRESSIÓ**



THE FOLIO CLUB - SFERA PRINT SPACE, S.L. → **Premi LLIBRE EN IMPRESSIÓ DIGITAL**

Empreses premiades a la 66ena edició del concurs d'arts gràfiques 2017

GUIMAR SOLUCIONS GRÀFIQUES, S.L. → **Premi CATÀLEG EN IMPRESSIÓ DIGITAL**

ART PLUS SERIGRAFÍA, S.L. → **Premi CARTELL EN SERIGRAFIA**

OPAL TECH, S.L. → **Premi IMPRESSIÓ EN GRAN FORMAT**

A DOS DISSENY AMB CARTRÓ, S.L. → **Premi ESTOIG**

© TONIPRIM

Empreses premiades a la 66ena edició del concurs d'arts gràfiques 2017

CIDEYEG, S.A. → **Premi ACABATS EN ESTOIG**

CHEMENCE GRAPHICS SPAIN, S.L. → **Premi PACKAGING**

ROTAS IBERICA - ETIQUETAS ADHESIVAS, S.L. → **Premi ETIQUETA EN SERIGRAFIA**

GRÀFIQUES LAPPÍ MARTORELL, S.L.U. → **Premi ETIQUETA EN IMPRESSIÓ ÒFSET**

Empreses premiades a la 66ena edició del concurs d'arts gràfiques 2017

MODERNGRAB, S.A. → **Premi SLEEVE**

EL TALLER - ESTUDI DE SERIGRAFIA → **Premi VARIS EN SERIGRAFIA**

ARTROK, S.L. → **Premi IMPRESSIÓ LÀSER**

NOVOPRINT, S.A. → **Premi EXPOSITOR i Premi NOVES APLICACIONS TECNOLÒGIQUES**

© TONIPRIM

PREMI PIRÀMIDE GREMIAL al millor treball presentat a la 66ena edició del concurs d'arts gràfiques 2017

LITOGRAFIA ROSÉS, S.A. / SYL → **Premi PIRÀMIDE GREMIAL**

JURAT QUALIFICADOR DE LA 66ena EDICIÓ DEL CONCURS D'ARTS GRÀFIQUES 2017

El dia 18 de maig es va reunir el jurat qualificador de la 66ena edició del concurs d'arts gràfiques 2017, composat pels Srs. Lluis Comajoan, Jordi Fort i Francesc Xavier Matas, els quals per unanimitat van acordar d'atorgar els 18 premis de les diferentes especialitats i categories. Aquest any, el premi Piràmide Gremial, considerat el millor treball de tots, va recaure a l'empresa Litografia Rosés, S.A. / SYL.

EL GREMI VOL AGRAÏR LA COL·LABORACIÓ DELS PATROCINADORS DE LA 66ENA EDICIÓ DEL CONCURS D'ARTS GRÀFIQUES I DE LA GALA GRÀFICA 2017.

comart · HEIDELBERG · hp · KODAK · AGFA · Agfa · ESKO · RICOH imagine. change. · SignTronic

Impresora de ETIQUETAS ADHESIVAS Y FILMS

Alta velocidad inkjet - drop on demand
En combinación con la tecnología de curado UV LED

Tintas de secado **UV-LED** (WCMYK)
Ancho de material 250/350 mm
Ancho de impresión 216/324 mm
Tipos de sustratos imprimibles,
papel autoadhesivo con o sin imprimación
films como PET, BOPP, PE, foil oro/plata,
materiales brillo/mate
Producto final, etiquetas adhesivas, embalaje
flexible, blíster farmacéuticos, etc

Cabezal de impresión Kyocera (Drop on Demand)
el más rápido del mundo
Tamaño de gota ajustable de 3pl hasta13pl
Resolución de impresión 600 x 600 dpi y/o 600 x 1200 dpi
Velocidad máxima hasta **50 metros/min**
Secador UV LED con bajo consumo de energía y refrigerado
por agua para la impresión de todo tipo de films
No genera ozono

Visítenos en: Stand 9 A61

Feimar

Shiki

25 - 28 September • Brussels
LABELEXPO EUROPE 2017
www.labelexpo-europe.com

Feimar Import, S.L. NIF. B 64584790 | C/ Bailén, 20, 3º 2ª - 08010 Barcelona | Tel + 34 696 56 74 20
email: info@feimar.cat - www.feimar.cat

CURS D'ESPECIALITZACIÓ EN GESTIÓ LABORAL

Durant els mesos de maig i juny el Gremi va realitzar el curs d'especialització en gestió laboral impartit per Magistrats, Catedràtics i Advocats del món laboral com Jordi García Viña, José de Quintana Pellicer, Avarí Chico, Sara Pose i Mateo Argerich.

1a Jornada: TEMPS DE TREBALL a càrrec del **Sr. Jordi García Viña**, catedràtic de Dret del Treball i Seguretat Social de la Universitat de Barcelona.

2a Jornada: TEMPORALITAT EN EL TREBALL a càrrec de **l'Ilm. Sr. José de Quintana Pellicer**, Magistrat del T. S. J. Catalunya.

3a Jornada: PROCEDIMENT SANCIONADOR a càrrec de la **Sra. Ayarí Chico Herrera**, Inspectora de Treball i Seguretat Social.

4a Jornada: UN QUINQUENI DE REFORMA LABORAL a càrrec de **l'Ilma. Sra. Sara Pose Vidal**, Magistrada del T. S. J. Catalunya.

5a Jornada: MODIFICACIONS DE CONDICIONS DE TREBALL a càrrec del **Sr. Mateo Argerich**, advocat de l'Il·lustre Col·legi de Barcelona

Assistents a l'última jornada del curs en gestió laboral junt amb el **Sr. Ricard Sánchez**, secretari General del Gremi i el **Sr. Mateo Argerich**, advocat i assessor laboral del Gremi.

LA GESTIÓ DELS RISCOS I LES OPORTUNITATS SEGONS ISO 9001:2015

MARTA VECINO

Assessora en medi ambient, qualitat i seguretat i salut del Gremi

La nova versió de la norma ISO 9001:2015 ha incorporat molts canvis respecte a la versió anterior, però una de les més importants es la Gestió dels Riscos i les Oportunitats. Al ser la norma ISO 9001 una norma transversal, universal i generalista, no concreta mecanismes, operatives ni mètodes específics per tractar els riscos i les oportunitats, ja que cada organització utilitzarà els més adients, però ens indica que hem de tenir en compte:

- **La comprensió de l'organització i el seu context**
- **La comprensió de les necessitats i expectatives de les parts interessades**

És a dir, entendre la nostra pròpia organització: quins són els seus valors, la cultura, el seu propòsit, quin tipus de gerència tenim, com és el personal i la interacció entre departaments, la pròpia infraestructura física: espais, dimensions, ubicació, maquinària, tecnologia, recursos en general, quin tipus de producte o servei oferim, quina innovació apliquem a aquests productes i serveis, etc.

I comprendre el context extern a l'organització: tipologia de clients, d'usuaris finals, el mercat, la competència, els nostres proveïdors, l'entorn legal, financer, tecnològic, econòmic, tant sigui del sector, com del territori, legislació que ens aplica i àmbit de les nostres actuacions, etc.

Un cop compreses aquestes qüestions, i les necessitats i expectatives de totes les parts interessades, internes i externes, cal identificar els riscos i oportunitats associats i determinar quins cal abordar. Un mètode útil pot ser avaluar el risc que hem identificat tenint en compte l'impacte o les conseqüències que té, i la probabilitat de que passi. Una taula de correspondència impacte/probabilitat ens pot ajudar a valorar el risc i començar a prendre accions amb un ordre de prioritats.

Les accions han d'anar adreçades a:

- **Reduir l'impacte negatiu o augmentar l'impacte positiu**
- **Reduir o augmentar la probabilitat de que passi**
- **Assumir un efecte potencial advers per tal de perseguir una oportunitat**
- **Acceptar el risc de manera informada per la impossibilitat d'abordar-lo**
- **Compartir el risc o la oportunitat**

Caldrà fer seguiment de les decisions i accions preses, per tal d'avaluar la eficàcia i comprovar si han tingut l'efecte desitjat, i s'han assolit els objectius que buscàvem. Llavors podrem tornar a avaluar els riscos i comprovar si s'ha rebaixat o augmentat l'impacte o la probabilitat, i tornar a començar.:

DETERMINAR QÜESTIONS INTERNES I EXTERNES PERTINENTS

↓

IDENTIFICAR NECESSITATS. I EXPECTATIVES DE LES PARTS INTERESSADES

↓

DETERMINAR ELS RISCOS I LES OPORTUNITATS QUE CAL ABORDAR

↓

ANALITZAR ELS RISCOS I LES OPORTUNITATS

↓

AVALUAR ELS RISCOS I LES OPORTUNITATS

↓

TRACTAR ELS RISCOS I LES OPORTUNITATS

↓

AVALUAR LES ACCIONS PRESES I ACTUAR

Workshop "Com potenciar les relacions comercials amb Linkedin"

Els dies 29 i 31 de maig es va impartir el Workshop "Com potenciar les relacions comercials amb Linkedin" a càrrec de Gemma Mompart, Consultora d'empreses, formadora i especialista en comunicació i estratègia digital. ❖

Jornada "Teoria i pràctica en el càlcul del cost/hora"

Jornada "Teoria i pràctica en el càlcul del cost/hora" impartida al Gremi el 21 de juny a càrrec de Jaume Casals, de RCC Casals Consultants, S. A. ❖

ASSEMBLEA GENERAL I CONFERÈNCIA AMB JOSÉ GARCÍA MONTALVO

Catedràtic d'Economia de la Universitat Pompeu Fabra

Dimecres 28 de juny es va celebrar l'assemblea general al Gremi on es va presentar el resultat de comptes de l'exercici 2016, el qual va ser aprovat pels assistents a l'assemblea. Van ser nomenats censors de comptes per a l'exercici 2017 a Víctor Trillo de l'empresa Liberdúplex i a José A. Fernández de Grupo Miralles. A continuació, José García Montalvo, catedràtic d'Economia de la Universitat Pompeu Fabra, va donar la conferència "Situació i perspectives de l'economia espanyola en l'era de la incertesa" en la que ens va donar una visió a curt plaç sobre les perspectives econòmiques internacionals i d'Espanya; el nou paper del sector financer i el mercat inmobiliari; l'atur, en particular juvenil i productivitat; i una visió a llarg plaç d'Espanya i la segona revolució de les màquines (o la quarta revolució industrial). ❖

IMPUESTO SOBRE LOS ACTIVOS NO PRODUCTIVOS DE LAS PERSONAS JURÍDICAS

El presente artículo informa sobre el establecimiento de un nuevo tributo autonómico denominado **"Impuesto sobre los activos no productivos de las personas jurídicas"**, introducido por medio de la Ley 6/2017, de 9 de mayo.

Dicho tributo grava la tenencia, por parte de (i) personas jurídicas y de (ii) entidades que, sin tener personalidad jurídica, constituyan una unidad económica o patrimonio separado susceptible de imposición, de los siguientes activos cuando **sean no productivos y estén situados en Catalunya:**

• Bienes inmuebles
• Vehículos a motor de potencia igual o superior a 200 caballos, embarcaciones de recreo y aeronaves.
• Objetos de arte y antigüedades con un valor superior al que establece la Ley del Patrimonio histórico.
• Joyas.

Respecto al **concepto de activo no productivo**, se establece que tienen tal consideración:

• Aquellos que sean **cedidos de forma gratuita** a los propietarios, socios y partícipes del sujeto pasivo o personas vinculados a éstos, directamente o por medio de entidades participadas por cualquiera de ellos, y que se destinen total o parcialmente a uso propio o aprovechamiento privado, salvo que utilizarlos constituya retribución en especie, de acuerdo con lo previsto por la normativa del IRPF. En el caso de que el bien sea utilizado parcialmente para fines particulares, se considera activo no productivo solo la parte o proporción que se destina a esa finalidad.

• **Aquellos de los que se ceda el uso, mediante precio**, a los propietarios, socios y partícipes del sujeto pasivo o a personas físicas vinculadas a éstos, o a entidades participadas por cualquiera de ellos, para ser destinados total o parcialmente a usos o aprovechamientos privados, salvo que los propietarios, socios, partícipes o personas vinculadas satisfagan por la cesión del bien el precio de mercado, trabajen de manera efectiva en la sociedad y perciban por ello una retribución de importe superior al precio de cesión [1]. Se consideran activos productivos los que son arrendados a precio de mercado a los propietarios, socios y partícipes o a personas vinculadas a éstos, o a entidades participadas por cualquiera de ellos, y son destinados al ejercicio de una actividad económica.

• Aquellos que **no estén afectos a ninguna actividad** económica o servicio público. Son activos afectos a una actividad económica los que, como factor o medio de producción, se utilicen en la explotación de la actividad económica del sujeto pasivo. A estos efectos, no se consideran bienes no productivos los que tienen un precio de adquisición que no supera el importe de los beneficios no distribuidos obtenidos por la entidad, siempre que provengan del desarrollo de actividades económicas, con el límite del importe de los beneficios obtenidos tanto en el mismo año de adquisición como en los diez años anteriores.

Se asemejan a ello los dividendos que proceden de valores que otorguen, al menos, el 5% de los derechos de voto y se posean con la finalidad de dirigir y gestionar la participación, siempre que, efectos fiscales, se disponga de la correspondiente organización de medios materiales y personales y la entidad participada no tenga como actividad principal la gestión de un patrimonio mobiliario o inmobiliario, en los términos del Impuesto sobre Patrimonio. Los ingresos obtenidos por la entidad participada han de proceder, al menos en un 90%, del desarrollo de actividades económicas.

No obstante lo anterior, los activos no se consideran improductivos en ningún caso:

• Si se destinan a la utilización y uso de los mismos por parte de trabajadores no propietarios, no socios o no partícipes de la sociedad o entidad y constituyen rendimiento en especie de éstos.

• Si se destinan a los servicios económicos y socioculturales del personal al servicio de la actividad.

La **base imponible del impuesto** está constituida por la suma de los valores de los activos no productivos. Sobre dicha base imponible resulta aplicable una **escala de gravamen** con 8 tramos, los cuales oscilan entre el **0,210 %** y el **2,75 %.**

El impuesto se devenga el día 1 de enero de cada año, con excepción del presente **2017**, para el que el **devengo** del impuesto se producirá el próximo **30 de junio.**

Como exención a destacar, conviene señalar que están exentos de este tributo los bienes inmuebles de las fundaciones, siempre que se destinen, de manera exclusiva, a sus fines propios no lucrativos.

La Ley 6/2017 se encuentra **pendiente de desarrollo reglamentario**, con el que esperamos que las numerosas dudas que suscita el nuevo tributo sean aclaradas. En otros puntos pendientes de concretar, se halla el plazo de declaración del impuesto, el cual no se menciona en la Ley 6/2017. ❖

[1] La concurrencia de estos requisitos puede resultar, en la práctica, conflictiva, por lo que ya se anuncia una posible modificación.

HP cedeix a l'EAA la impressora d'etiquetes HP INDIGO WS 4500

Aquest mes de maig ha quedat instal·lada la impressora d'etiquetes HP INDIGO WS 4500 que HP ha cedit a l'Escola. Amb aquesta nova impressora l'Escola amplia el seu parc de maquinària per oferir una formació més àmplia en impressió digital.

La premsa HP Indigo ws4500 incorpora una funció de canvi ràpid de la tinta permet als usuaris canviar els colors directes sense interrompre el procés de producció. En situacions de producció real, això significa que els convertidors tenen al seu abast una possibilitat sense precedents, la de canviar d'un treball a un altre amb un temps d'inactivitat virtualment inexistent, no només té prestacions per obtenir colors personalitzats amb llicència Pantone, sinó que aquests siguin utilitzats sense detenir la premsa, un factor que millora la rendibilitat de treballs individuals, així com la productivitat. Ofereix funcions addicionals, prestacions i avantatges de gran valor, com per exemple les solucions Esko opcionals que poden reduir el temps que es triga a obtenir l'equivalència de colors fins a en un 50%, fan d'aquesta premsa una solució rendible per a la impressió d'etiquetes i envasos en treballs de fins a 2.000 m aproximadament. Aquesta premsa ofereix la mateixa velocitat i el mateix ample que els models anteriors; no obstant això, totes les millores realitzades estan orientades a obtenir nivells més elevats d'eficàcia i productivitat. ❖

Exposició de treballs dels alumnes de l'EAA

El 22 de maig es va inaugurar la primera exposició dels treballs dels alumnes de l'Escola, amb la presència del Sr. Josep Algueró, membre de la Junta del Gremi i fill del president fundador de l'Escola Antoni Algueró. L'Exposició es va fer al Casal de Joves de Sant Just Desvern i actualment estàn exposats a l'Escola.

Algueró Challenge

Al mes de juny va tenir lloc a l'Escola l'anomenat *Algueró Challenge*, un concurs de preguntes i respostes en anglès sobre qüestions relacionades amb el món de les arts gràfiques. L'objectiu, que el nostre alumnat conegui vocabulari específic d'aquest entorn. La peculiaritat d'aquesta competició, a més de l'ús de l'anglès com a llengua vehicular, radica que han estat els alumnes els protagonistes de tot el procés. Durant el curs, han anat elaborant les preguntes, traduint-les a l'anglès i posteriorment imprimint les targetes amb aquestes preguntes. Tot això sota la supervisió i ajuda dels professors dels diferents mòduls. ❖

disgrafservei

Aplicacions gràfiques d'última generació

C/ PENEDÈS, 7 nau 14-Pol.Ind. Can Casablancas - 08192 Sant Quirze del Vallès
Tel.: 93 **721 18 48** - Fax: 93 **721 37 51** / e-mail: **disgraf@disgrafservei.com**

www.disgrafservei.com

BORSA DE TREBALL

EL GREMI DE LA INDÚSTRIA I LA COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA DISPOSA D'UNA ÀMPLIA BORSA DE TREBALL PER A TOTS AQUELLS QUE ESTIGUIN BUSCANT FEINA O QUE NECESSITIN INCORPORAR TREBALLADORS A LA SEVA EMPRESA.

PER A EMPRESES

El Gremi disposa d'una **borsa de professionals en les arts gràfiques**. En funció del perfil que necessiti, el nostre departament seleccionarà als millors candidats en un plaç de 24 hores.
És necessari omplir la fitxa de sol·licitud des de la web del Gremi www.gremi.net.

NECESSITA PERSONAL EN PRÀCTIQUES?

Un dels nostres objectius, a més d'oferir una formació tècnica i humana de qualitat, és l'ocupació del nostre alumnat una vegada finalitzats els seus estudis. L'**Escola Antoni Algueró** disposa d'**alumnes per fer pràctiques** sense cap cost per a l'empresa.

BUSQUES FEINA?

Busques feina en el món de les arts gràfiques?
Només has d'enviar-nos el teu curriculum actualitzat i nosaltres farem la resta.
Visita la web del Gremi www.gremi.net i envia'ns el teu curriculum per incorporar-lo a la nostra base de dades.

SELECCIÓ DE PERSONAL DEL SEU STAFF, COMANDAMENTS INTERMEDIS I PERFILS DIRECTIUS

El Gremi també disposa pels seus agremiats d'un acord de col·laboració molt beneficiós amb **PageGroup** per realitzar la selecció de personal del staff, comandaments intermedis i perfils directius.

PageGroup ofereix la possibilitat de realitzar la selecció directa amb contractació per part de client o treballar com a ETT, posant a disposició treballadors pel Gremi i contractant a través de Page Personnel ETT.

PageGroup és la consultora líder a nivell internacional en selecció de comandaments qualificats, intermedis i directius amb caràcter temporal i indefinit. Focalitzada en la selecció de personal des de 1976, tenen presència global a través d'una xarxa d'oficines pròpies per tot el món. Amb Iberia, compten amb oficines a Madrid, Barcelona, València, Sevilla, Bilbao, Lisboa i Oporto.

GREMI
INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

www.gremi.net

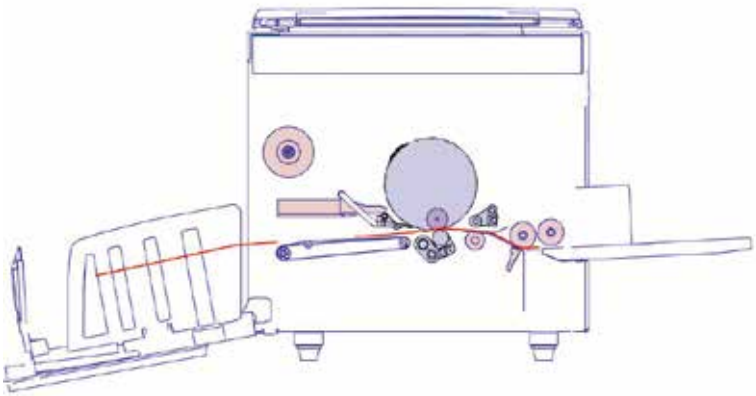
DEPARTAMENT BORSA DE TREBALL
Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya
Gran Via de les Corts Catalanes, 645, 6è
08010 - Barcelona
Tel. 93 481 31 61 - Fax 93 481 31 73
gremi@gremi.net - www.gremi.net

¿QUÉ ES LA RISOGRAFÍA?

JOSÉ Mª HERNANDO
Presidente del sector de serigrafía del Gremi
jmhernando@art-plus.es

Aprovechando la coyuntura de dos hechos que se han conjugado en el tiempo, a saber: por un lado, la profesora de Inglés de la Escola Antoni Algueró (¡gracias Elena Manzanares!), que ha realizado como actividad escolar para alumnos y profesores la elaboración lúdica de un diccionario de las artes gráficas en el idioma de Shakespeare; y por otro, la aparición en los pasados artículos de palabras de uso habitual en ambientes gráficos pero con los que no todo el mundo está familiarizado, todo ello como digo me ha llevado a la decisión de realizar un par de artículos explicativos para que así todos podamos saber de qué estoy hablando.

Pero empecemos por el principio. Para explicar de una manera sencilla qué es la risografía podríamos decir que sería el hijo bastardo nacido de la unión de la serigrafía con una fotocopiadora, ya que la máquina de impresión se parece exteriormente a una fotocopiadora convencional... pero su atractivo y diferencia radica en el interior. Este está formado por 2 partes, una que es un rollo de papel japonés vegetal donde se genera el máster o imagen de impresión térmica, y la otra es el tambor de impresión donde va adherido el máster en la parte exterior (similar a la pantalla de serigrafía) y la tinta líquida en su parte central, algo así como el tóner de la fotocopiadora aunque éste es un polvo que se fija a través del calor. Al igual que en la serigrafía cada color es un cilindro de impresión, de tal manera que en una impresión de varios colores hay que ir cambiando el tambor y volver a imprimir, con el consiguiente riesgo de fallos de registro... aunque ahí radica precisamente uno de sus encantos. También puede hacerse el mismo máster con diferentes colores y variando la inclinación del dibujo, consiguiendo efectos bastante curiosos.



Si estás pensando en emplear esta técnica de impresión deberás saber que:

- Hay que realizar un documento digital independiente por cada color y estos deben estar en escala de grises o hacerlo mediante la separación de colores, debes tener algún noción de "separar colores".
- El formato de papel a imprimir es A4 y A3.
- No se puede imprimir a sangre y por tanto el área de impresión en el A4 sería de 19 x 27.7 cm y en el A3 sería de 27,7 x 40 cm.
- El gramaje del papel oscila entre 50 y 210 g.
- Sólo pueden imprimirse papeles no estucados.
- Si quieres evitar impresiones irregulares, marcas y atascos, es conveniente prescindir de grandes masas de tinta, aunque ese también puede ser un efecto "buscado".

Otro punto interesante sobre este tipo de impresión es que la tinta se compone de una base de aceite vegetal de soja que la hace más sostenible, más reciclable y menos contaminante ya que al realizarse la impresión "en frío", produce muy pocas emisiones de CO_2. Tampoco su proceso requiere de placas de aluminio desechables, ni fijadores químicos y no hay residuos de tintas. A todo esto hay que añadir que la impresora de risografía consume poca energía, por lo que su coste es bastante bajo para producciones de corto tiraje.

Esta características hacen que éste sistema sea tan atractivo para realizar trabajos tan diversos como carteles, fanzines, postales, tarjetas, calendarios...

P.D.-
Mientras escribía éste artículo se han fallado los premios del 66 Concurso de Artes Gráficas 2017, en el que tres empresas de serigrafía han obtenido el premio en tres categorías diferentes. Este hecho "me llena de orgullo y satisfacción", que diría un viejo conocido, ya que creo que es la primera vez (y si no es así díganmelo, por favor) que se produce éste hecho, lo que demuestra que la serigrafía sigue viva. Podéis ver los trabajos en las primeras páginas de esta revista.

PRINT OR DIE! ❖

RICOH
imagine. change.

Imagine para cambiar

Tóner Amarillo Neón

para la Ricoh Pro C7100X

- 5º cuerpo intercambiable Blanco/Brillo/Amarillo
- Láser VCSEL de 1200x4800 dpi
- Unidad de imagen con refrigeración líquida
- Banner de 700 mm desde cajón
- Alimentación por succión y aire
- Soportes de impresión hasta 360 g/m2
- Velocidad plena en dúplex y hasta 300 g/m2
- Tecnología AC-Transfer para texturizados
- Ocho configuraciones, de 80 y 90 ppm

Imagine todo lo que puede hacer por sus clientes:
materiales PLV, packaging, correo directo, eventos, catálogos...

Cambie junto a ellos las reglas de la comunicación impresa.

Si quiere conocer un poco mejor la gama Pro C7100 o recibir unas muestras de impresión, contacte con nosotros **production.printing@ricoh.es**.

LA FORMACIÓN Y LA FORMACIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA GRÁFICA

(2a parte)

29 - Reflexiones en torno a la venta - El arte de vender

XAVIER ESTEBAN

Consultor y Formador de Empresas. Coaching comercial.

info@xavieresteban.com

Te recuerdo en 5 puntos lo que escribí en la primera parte del artículo anterior vinculado con la formación y la formación comercial en la empresa gráfica:

1. Nadie pone en duda, ni nadie se cuestiona que la formación es una herramienta altamente útil y necesaria para que las empresas y las personas sean competitivas, innovadoras, mejoren su eficacia y productividad.

2. La formación ha de existir en función de los objetivos que la compañía tenga planteados en cada momento. por tanto, ha de estar integrada dentro del plan estratégico de la compañía.

3. La formación de calidad, con un objetivo y un sentido es una inversión donde siempre hay retorno presente y futuro.

4. Nunca es demasiado tarde para empezar a formarse y nunca es demasiado pronto.

5. El reto fundamental consiste en lograr que, una vez finalizada la formación, el alumno sea capaz de aplicar lo aprendido. **La transferencia del aprendizaje. Una asignatura pendiente.**

"Todo el mundo es listo en algo. Me pregunto en qué seré listo yo".

Gregorio, 6 años
(Del libro, La educación del talento de José Antonio Marina)

1. LA FORMACIÓN DE LOS COMERCIALES. De la teoría a la práctica

En la siguiente viñeta de Mafalda aparece un "vendedor" queriendo vender su producto a Mafalda, después de asistir recientemente a un Curso de Ventas, organizado por la empresa.

Te hago diversas preguntas para que las respondas y te sirvan de reflexión ya seas vendedor, director de ventas o gerente de la empresa. Las preguntas están relacionadas sobre la gestión del vendedor y su repercusión en las ventas de la empresa:

- ¿Por qué el vendedor no consigue venderle el producto a Mafalda?.
- ¿En otra situación similar el vendedor actuará de la misma o parecida forma?
- ¿Qué es lo que tiene que cambiar para el vendedor cambie?
- ¿Su actuación la justifica o le da la culpa al Curso de Ventas al que asistió?
- ¿Cómo sabe la empresa que está aplicando lo que aprendió en el Curso de Ventas, cómo sabe la empresa qué es lo que debe mejorar y qué es lo que está haciendo?.

Ilustración de Quino

Las respuestas a estas preguntas dan por si mismas las soluciones y te pueden hacer reflexionar o sentirte identificado como vendedor, como director comercial o como gerente.

La realidad es que casi nadie hace de mentor o de coach interno para comprobar si el alumno que ha ido al curso lo está aplicando y las dificultades que tiene.

Mi experiencia en el área comercial es que pocas empresas, contadas con los dedos de una mano, después de que el comercial ha realizado un curso de ventas alguien salga con el/ella y analicen sobre el terreno, para ver cómo se ha producido la transferencia del aprendizaje y ayudar a crecer al vendedor. En sí, si crece el vendedor, crecen las ventas y esto afecta claramente a la cuenta de resultados.

Afirmo rotundamente que la formación en el aula es necesaria, pero si además se refuerza con una formación sobre el terreno, doble de bien, y los resultados de ventas, son seguros. Ahí la importancia de hacerlo siempre que se realice una formación comercial.

2. ¿HACIA DÓNDE VA LA NUEVA FORMACIÓN COMERCIAL EN EL SECTOR GRÁFICO?

A nivel comercial se distinguen las formaciones específicas o verticales y las formaciones transversales.

En la formación comercial específica o vertical estaríamos hablando de todos los conocimientos **vinculados directamente a un área comercial concreta**, y por tanto cursos de: **Técnicas de Venta, Negociación, Habilidades Comerciales, Venta Consultiva, Presentación de Producto, etc.** Todos son necesarios porque son concretos y todos los comerciales del sector gráfico las tienen que realizar.

Por otro lado, los conocimientos transversales, en cambio, no están vinculados directamente al área comercial pero son un refuerzo y aportan valor diferencial ya que abren la mente a nuevas ideas, estimulan y provocan el cambio.

¿Hacia dónde va la nueva formación comercial en el sector gráfico?
Hacia las formaciones transversales como complemento a las formaciones tradicionales. Entre ellas destaco las siguientes:

MAPAS MENTALES PARA LA VENTA: UNA METODOLOGÍA INNOVADORA.
Cómo estructurar y ordenar la información y las ideas de una forma visual para "vender mejor".

Los Mapas Mentales son un método efectivo para estructurar, ordenar la información y generar ideas para el trabajo del vendedor profesional. Está basado en los últimos estudios sobre la acción de los "mapas mentales" en el proceso de venta. Al final toda venta no es más que un intercambio de información entre cerebros: el cerebro del vendedor comunicando con el del cliente. Cuanto mejor se estructure mentalmente el vendedor más impacto tendrá en el cliente.

LA CREATIVIDAD EN LA VENTA.
Cómo generar ideas comerciales que nos ayuden a vender más.

¿Qué se me ocurre. ¿Qué se me ocurre con este cliente?. ¿Cómo puedo tener más clientes?. ¿Cómo puedo incrementar las ventas este año?.

Si te haces estas preguntas… ¡vamos bien! porque implica que quieres conseguir cosas, quieres buscar ideas, "pistas" y posibilidades para conseguir tus objetivos como vended@r. En estos momentos estás activando tu cerebro.

También destacaría las siguientes formaciones transversales para la formación comercial del vendedor:

- **Neuroventas. Cómo vender a la mente del cliente.**
- **Inteligencias Múltiples.**
- **Rutinas del pensamiento.**
- **Seis sombreros para pensar.**
- **Inteligencia comercial.**
- **El "Principio de Oz" en la venta.**
- **KPI´s en Ventas. Key Performance Indicators.**
- **Marketing y Ventas.**
- **Aprendizaje Cooperativo y Colaborativo.**
- **Aprender a Pensar, Pensar para Aprender.**
- **ABP. Aprendizaje basado en Problemas.**
- **Redes sociales.**

En el próximo artículo:
• LA FORMACIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS NO COMERCIALES. ¿TAMBIÉN?.
Continuará…

Procesos estables

La Mejora Continua aplicada a la Industria Gráfica (47)

Màrius Gil

Ingeniero Industrial. MBA. Consultor Lean Management - Consultor Asociado de Crealor. Action Consulting Group

mgil@actio-consulting.com

Nos encontramos en un momento histórico en el cual algunos conceptos tecnológicamente muy avanzados como son, por ejemplo, el 'Big Data' o 'Internet of Things' se están convirtiendo en una realidad para muchas organizaciones gracias a la amplia oferta que existe en el mercado de software a un coste muy asequible. A día de hoy, son muchas las compañías que tienen a su alcance aplicaciones o programas muy avanzados, cuyo funcionamiento se sustenta en algoritmos de aprendizaje automático e inteligencia artificial. A diferencia de lo que sucedía hace escasamente unas décadas, cuando la implantación de ciertas tecnologías sólo se podía llevar a cabo por la vía de contratar a un grupo de expertos en la materia, ahora es posible integrar estas tecnologías en el día a día de una organización sin necesidad de incorporar personal que tenga el conocimiento sobre toda esta programación.

Debemos advertir, no obstante que, la facilidad de acceso a estas tecnologías, no significa que su implantación en los procesos de la compañía sea instantánea. En todos los casos, tanto si se trata de un proceso productivo, como si nos referimos a un proceso de negocio, esta integración implícita entre el entorno físico y el sistema informático sólo se puede llevar a cabo si previamente, se han instaurado unas condiciones básicas de trabajo. De lo contrario, el resultado obtenido no será satisfactorio. En realidad, el intento de abordar tal integración cuando el proceso no está preparado para ello, acostumbra a generar resultados peores que los habituales.

Por este motivo, antes de integrar algún tipo de tecnología para la gestión de los procesos es necesario recorrer un largo camino de mejora. El primer paso de todo este camino consiste en dotar al proceso de la estabilidad necesaria y suficiente que asegure unos resultados predecibles. Se define la estabilidad de un proceso como la capacidad de mantenerse en un estado estacionario a lo largo del tiempo ante pequeñas variaciones de alguno de los parámetros de trabajo o del entorno.

En el mundo real, fuera del laboratorio, es imposible conseguir que un proceso presente estas condiciones de estabilidad 'in eternum'. En efecto, con el paso del tiempo, se producen inevitablemente variaciones en el funcionamiento normal de todo proceso que derivan en una pérdida de estabilidad. Nos referimos, por ejemplo, a desgastes, suciedad, cambios en la demanda, etc.

Para evitar que estas desviaciones lleven el proceso a un estado caótico, resulta necesario determinar para cada una de las variables de funcionamiento un sistema de control que permita evaluar el resultado obtenido y, en caso necesario, ajustar adecuadamente el valor de alguna de las variables del proceso. La realimentación es un mecanismo por el cual una cierta información de la salida de un sistema se redirige a la entrada, con objeto de regular su comportamiento. Dicho en otras palabras, en función del resultado obtenido a la salida, el proceso corrige sus variables. Cuanto mayor sea la frecuencia de estos controles y la reactividad en las correcciones, menores serán los requerimientos de estabilidad del proceso. Por lo tanto, un primer factor a tener en cuenta a la hora de determinar el nivel de estabilidad de un proceso es la frecuencia de realimentación del resultado para asegurar que, en caso de producirse desviaciones en alguna de las variables respecto al valor nominal, éstas sean detectadas con la suficiente rapidez y, en consecuencia, corregidas.

La frecuencia de realimentación es un aspecto a considerar en todo tipo de proceso: tanto en los procesos automáticos (que, dicho sea de paso, son los que incorporan habitualmente este mecanismo) como también en aquellos procesos u operaciones controlados manualmente: parámetros como la temperatura, presión o dimensionales son controlados con cierta frecuencia, pero también la limpieza, las operaciones de autocalidad y automantenimiento, o incluso el seguimiento de la planificación de la producción deberían estar sometidas a este mecanismo.

Lógicamente, los requerimientos de estabilidad varían en función del horizonte deseado de predictibilidad determinado por la frecuencia de las realimentaciones.

Estos valores de frecuencia van desde fracciones de segundo (sistemas automáticos o robotizados), minutos (ciclos de producción), horas (operaciones de limpieza o calidad), días (planificación de producción o mantenimiento) o semanas (procesos de planificación de compras). Es por ello que, el primer paso en este camino de mejora que busca la estabilidad y predictibilidad de un proceso consiste en determinar (aunque sea sólo aproximadamente) la frecuencia de estos mecanismos de realimentación para el control de las variables del proceso.

A continuación, el segundo paso consiste en identificar aquellas variables del proceso que tienen un impacto bien sea de manera directa, bien sea como resultado de su interacción con otra variable, en el resultado del proceso. Individualmente, cada una de estas variables puede ser de una naturaleza muy diferente: podemos identificar en este conjunto tanto a variables de procesos productivos como pueden ser velocidades, temperaturas o dimensiones de trabajo, variables logísticas como puede ser el plazo de entrega o incluso variables de negocio, como puede ser la demanda de un producto determinado.

Como es lógico, cada una de estas variables toma un valor concreto y específico en cada momento. Sin embargo, para evaluar el proceso, el hecho de conocer su valor nominal no es suficiente. Resulta necesario comprender cómo este valor que toma cada una de las variables puede evolucionar a lo largo del periodo de tiempo que transcurre entre el momento en el que se produce una desviación y el momento en el que el sistema reacciona ajustando sus variables. Es imprescindible conocer la variabilidad de estos factores y las causas que la generan. Sólo así se pueden desarrollar las acciones que conducirán a una mejora del proceso. Es necesario diferenciar dos tipologías características de variabilidad, que requieren actuar de formas diferentes en cada caso para su reducción:

• **Identificable.** Esta originada por factores que son reconocibles. Se trata de un tipo de variabilidad que no presenta un comportamiento estadístico (se conoce como 'outliers' o valores fuera de serie) y, por lo tanto, no son previsibles las salidas. La organización debe identificar las causas que los producen y eliminarlas como paso previo a poner el proceso bajo control. Algunos ejemplos de estas causas son roturas de herramientas, averías de máquinas, errores humanos, fallos en los sistemas de control, etc.

• **Aleatoria.** Está originada por factores aleatorios (desgaste, mantenimiento, planificación, equipos de medida, etc.). En este caso la variabilidad tiene un comportamiento estadístico y es predecible, y se puede realizar un seguimiento estadístico sobre el mismo.

Con el conocimiento detallado del proceso resulta posible determinar las técnicas necesarias implantar para eliminar las causas que generan variabilidad y, en consecuencia, conseguir un proceso predecible bajo control estadístico. Las técnicas que nos llevarán a tal objetivo son las siguientes:

• **5S.** Se trata de una actividad dirigida a la mejora del entorno y de las condiciones de trabajo de un proceso determinado. El principal objetivo de esta actividad es conseguir la estandarización de los puestos de trabajo de modo que, tanto las operaciones que en él se realicen como los resultados obtenidos sean repetitivos.

• **Trabajo estándar.** Consiste en la definición de un conjunto de pautas y rutinas de trabajo que, aplicadas con rigor, constituyen la secuencia de producción de un determinado producto en lo que se refiere a tiempos, calidad y especificaciones. Dicho de otro modo, el trabajo estándar es la descripción básica de un proceso de transformación de materias primas en un producto terminado.

• **Autocalidad.** Se trata de un principio de actuación cuya finalidad es dotar al personal de cada puesto de trabajo de los medios y criterios necesarios para determinar si la calidad resultante del conjunto de operaciones realizadas satisface los requerimientos especificados. El objetivo final de este principio consiste en elaborar productos de calidad a la primera, sin necesidad de retrabajos ni recuperaciones.

• **Automantenimiento.** Se trata de un conjunto de principios y actividades enfocados a mejorar el mantenimiento de los equipos productivos sobre la base de que tanto la detección como el diagnóstico y eliminación de incidencias se lleven a cabo en gran medida a pie de máquina, por parte del personal que trabaja a nivel del proceso.

El conjunto de actividades y principios de actuación anteriores pretenden dotar al proceso del nivel de estabilidad necesario para que los mecanismos de realimentación permitan corregir las desviaciones que se puedan producir.

Con todas estas acciones implantadas y, una vez se consigue el grado de predictibilidad deseado, el siguiente paso consiste en automatizar estos mecanismos de realimentación. De este modo, automatizando el proceso de decisión y evitando el factor humano en este bucle de actuación, los tiempos de respuesta se reducen dramáticamente y los niveles de estabilidad del proceso aumentan en la misma proporción. Los sistemas que tienen ciclos de realimentación largos presentan un mayor número de incidencias graves. A nivel de negocio, sólo sobreviven aquellos sistemas que son capaces de aprender más rápido que la competencia.

La implantación de este conjunto de herramientas constituye un paso inicial en la mejora de los procesos. Un paso completamente necesario para automatizar o informatizar cualquier tipo de actividad con unas garantías de éxito mínimamente aceptables.

La estabilidad es una exigencia para todo tipo de procesos, pero no es la única. En el siguiente artículo presentaremos el siguiente factor a considerar:

La flexibilidad, una cualidad necesaria para todos aquellos sectores que se han visto obligados a ampliar el número de referencias en catálogo de manera exponencial al tiempo que, en paralelo, el volumen de sus pedidos se iba reduciendo. ❖

FSC www.fsc.org FSC® C013713

PEFC PEFC/14-37-00092

y más & more Tu proveedor de soportes **de impresión**

Tu papel estucado digital

MOORIM

Endless Feeding pro-digital

Endless Feeding pro-digital KNIGHT

PAPER TOPRINT.COM
PAPER, PAPERBOARD & MORE

SOLO PROFESIONALES ★ DIRECTO DE FÁBRICA ★

y más & more

Soportes de impresión offset, digital, y reprografía en hojas y bobinas

solicita tus **muestrarios**

Pide más información y realiza tu pedido ahora
info@papertoprint.com
o en el teléfono **902 09 04 08**

Your printing substrate partner

PROFESSIONALS ONLY · ON-LINE SALES

Tu cartulina gráfica digital

WestRock

Tango® Digital

PAPER TOPRINT.COM
PAPER, PAPERBOARD & MORE

Tu papel offset y reprográfico

SUZANO PULP AND PAPER

SUZANO Report®

Paperfect®

PAPER TOPRINT.COM
PAPER, PAPERBOARD & MORE

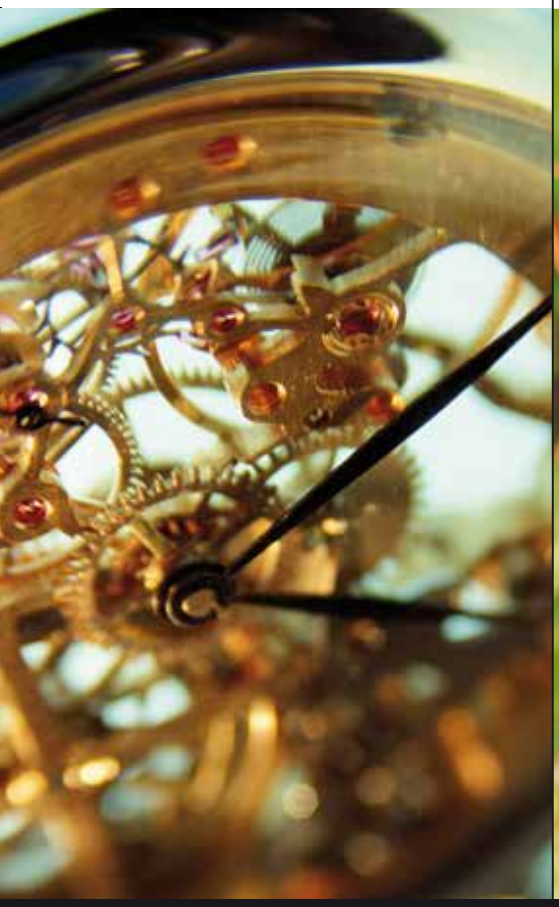
Cut to size
Corte a medida

Más de 120 soportes de impresión

y más & more

More than 120 printing substrates

PAPER TOPRINT.COM
PAPER, PAPERBOARD & MORE



CWF
UWF
GZ (SBS)
GC1
GC2
GT1
GD2
GT2
CKB
CNK
Digital SBS
.../...

1 2 3

PAPER PAPERBOARD & MORE
PaperToPrint

solicita tus **muestrarios**

PAPER PAPERBOARD & MORE

Cuida a tu cliente interno o será el principal freno en la evolución de la empresa

Eugènia Álvarez Riedweg
Creadora de Podium
Especialista en la industria gráfica
www.podium.graphics
eugenia.alvarez@podium.graphics

El número anterior prometí que hablaríamos del Cliente Interno. Hace mucho que le hacemos referencia en diferentes puntos, hablando de marketing, hablando de servicio, hablando de ventas…

¿Quién es el cliente interno? Es el gran protagonista de nuestro éxito: que los proyectos funcionen o no dependerá de ellos. Cuidarles es nuestra principal misión.
A todo esto sigo sin responder a la pregunta, pido disculpas, ¿quién es el cliente interno? todos los que forman parte de nuestra empresa de forma directa: todos los trabajadores.

Hace un tiempo que realizo proyectos de optimización de procesos: mejora continua, análisis del proceso actual, detección de incidencias y aplicación de mejoras.

Para estos proyectos es clave que la dirección esté involucrada, que crea en la mejora y vea las posibilidades de crecimiento. Si esto no existe, está claro que no hay proyecto, pero la pieza principal será que el cliente directo esté involucrado en el proyecto, lo llegue a hacer suyo y vea las ventajas y beneficios del mismo.

Empieza el trabajo: proyecto de mejora continua, análisis del día a día, trabajo conjunto con el cliente interno: el operario, el profesional que está frente al puesto de trabajo y que, con temor de no se exactamente qué, dificulta la mejora argumentando clásicos como:
"siempre se ha hecho así y nadie se ha quejado"
"cuando entré este era el proceso y funciona"
"aquí las cosas se hacen así, porque si cambiamos algo, el departamento de… no lo permitiría"
"lo hemos dicho e intentado mil veces y no hay forma",
"es el mejor sistema"…

¿En serio que el proyecto se para porque los implicados no creen en que pueden mejorar?
¿De verdad que en las empresas se integran sistemas de gestión automáticos, flujos de trabajo con detección de errores, que se comunican entre sí, ajuste de tinteros y cambios de plancha automatizados, sistemas de cierre de facturación y presupuestos inteligentes y no cambiamos nuestra forma de proceder porqué aquí somos distintos y las cosas se hacen así?
¿En serio?

Cierto es que antes la gente se desplazaba a caballo, o en mulas, hasta que Ford inventó el motor y empezamos a desplazarnos en automóvil. Verdad es que antes enviábamos las cartas por correo postal y hubo un momento que lo hicimos vía email; es cierto que antes leíamos los emails al llegar al trabajo o a casa, cuando teníamos una conexión con el ordenador, y ahora lo hacemos instantáneamente desde nuestro teléfono o incluso nuestro reloj.

Un símil un poco exagerado pero quería mostrar cómo, los adelantos los hemos de ver como mejora y adaptarnos a ellos, no adaptarlos a nosotros y a nuestro funcionamiento.

Los tiempos cambian, la tecnología cambia y todo esto afecta al proceso en el que se realizan las cosas.

No puedo seguir calzándome las botas de montar a caballo para conducir un coche automático de última generación sólo porque antes siempre llevábamos botas para desplazarnos. ¿Puedo hacerlo? ¡Claro que sí! Pero quizá

será mas incómodo, perderemos tiempo en el cambio de calzado, impedirá la mejora de procesos logísticos anteriores y posteriores, puesto que sigo necesitando un sitio para cambiarme, un calzado de recambio…

¿Puedo esperar a llegar a la oficina para ver el correo? ¡Por supuesto! ¿Puedo esperar para llegar a casa para revisar el "WhatsApp" o "Facebook"? ¡Imposible! Pero si siempre había esperado a llegar a casa para saber si alguien me había llamado o escrito, ¿de verdad que ahora no puedo? ¿Qué diferencia hay entre los casos personales y los profesionales?

La actitud y sobretodo el miedo a quedar reflejado en un punto de incompetencia, de ineficiencia, de pérdida de valor y por lo tanto, peligro de la plaza de trabajo que ocupamos.

Y esta actitud pertenece al cliente interno, al que hace que nuestra empresa funcione de forma eficiente, el que ayuda y colabora en el crecimiento de la empresa y en las relaciones interpersonales de todos los departamentos.

El cliente interno es el profesional que realiza las tareas necesarias en un área concreta para que la empresa funcione. Es la pieza clave que hace que el sistema funcione, es el motor que genera los beneficios del negocio. Si este cliente no tiene la motivación suficiente, si no está involucrado en el cambio como pieza clave, si no está implicado como parte del proyecto, tener claro que no funcionará.

En diferentes empresas en las que he realizado estos proyectos, el reto más importante ha estado el trato con el cliente interno. Convencer al cliente interno que la empresa busca mejorar, que la mejora pasa por la mejora de todos y cada uno de las personas que intervienen, que no está poniéndole en el punto de mira para prescindir de él sino que quiere potenciar su valor añadido para que su trabajo sea de valor y poder así dar mejor servicio al cliente. Cada departamento es un cliente interno propio de la empresa, que defiende su terreno frente a los otros clientes internos, se enrocan en su posición sin querer trabajar en equipo para que el sistema funcione de forma mas eficiente, puesto que siempre es el otro departamento el que tendría que hacer las cosas de forma diferente.

Cuando un cliente habla con un comercial, éste suele defender la posición del cliente no sólo dentro de la empresa, que es lo lógico, sino también frente a él, llevándole muchas veces a criticar la forma de proceder de la empresa a la que el cliente está contratando. Cuando el departamento administrativo trata con el cliente, y no se ha realizado correctamente una factura o la logística de una entrega, siempre hay un departamento a quien echarle en cara una mala gestión. Cuando impresión no consigue estabilizar la tirada, entonar el impreso o producir adecuadamente, siempre hay un departamento que si hubiera gestionado la imposición de forma distinta, el papel no es el correcto… Cuando preimpresión habla con el cliente para reclamar las fuentes o las imágenes de alta, puesto que el comercial no sabe pedir correctamente los ficheros…

Un proyecto se basa en las personas que lo han de llevar a cabo y involucrar al equipo desde el inicio, dando información clara del proceso, de los objetivos a medio y largo plazo, de la repercusión que ello conlleva es la clave del éxito del proyecto.

Ha sido importante para mi trabajo recibir formación para tratar equipos, para gestionar personas, al igual que lo es para directivos y mandos intermedios, puesto que aquí está la clave de mejora de todo proyecto.

Directivos y líderes de proyecto que gestionan correctamente los equipos son capaces de integrar departamentos y gestionar correctamente el cliente interno.

Éste, si se siente integrado trabajará como un equipo junto a los otros departamentos lo que se reflejará frente al cliente: buscará soluciones y no implicará o repartirá culpas al resto.Un equipo integrado permite que se puedan abrir incidencias que permitan mejorar los procesos puesto que no lo ve como acusaciones ni represalias sino como una forma de mejorar.

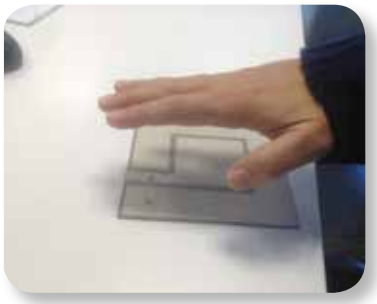
Un cliente interno con espíritu de mejora es capaz de reflejar su eficiencia al cliente final y mostrar el valor añadido que diferencia el servicio, la calidad y deja al precio en su escala real: la inversión. ❖

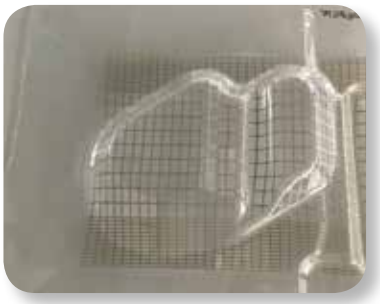
CRISTINA CASELLAS
Promotora Tecnológica unidad Functional printing & Embedded Devices
cristina.casellas@eurecat.org
www.eurecat.org

ELECTRÓNICA IMPRESA ¿Océano azul?

La electrónica impresa (printed electronics) está irrumpiendo en el mercado por su atractivo en cuanto a la aportación de valor añadido a procesos y productos. Esta tecnología que en el 2014 generó un volumen de negocio de 24.000 millones de euros a nivel mundial, triplicará su volumen de negocio en 7 años y se situará en 70.000 millones en 2024, según previsiones de la OE-A (Organic Electronics Association).

La electrónica impresa tiene la capacidad de poder proyectarse en cualquier lugar o superficie ofreciendo una mayor libertad de diseño respecto a las limitaciones intrínsecas de la electrónica rígida convencional basada en el silicio. A día de hoy, los sectores tractores de la tecnología son principalmente el sector de la automoción, salud, deporte y el sector de packaging, sin olvidar los wearables que todo y tener a día de hoy problemas en su llegada al mercado, despiertan mucho interés en el público en general.


Sensor capacitivo impreso sobre tejido


Plástico funcional termoconformado

Sensores piezoresistivos impresos

Nuevas oportunidades de mercado gracias a ser una tecnología disruptiva

Los productos impresos convencionales se basan en puntos de trama que forman imágenes. En electrónica impresa estos puntos de trama se convierten en puntos funcionales. Este hecho implica que no puede haber defectos en la impresión (píxeles vacíos) a diferencia de los que pudiera haber en una imagen que a nivel visual podrían pasar imperceptibles.

La electrónica impresa ofrece un cambio de paradigma en los procesos de impresión de la industria gráfica aumentando los casos de uso para dispositivos electrónicos impresos donde el producto final adquiere un valor añadido o una nueva funcionalidad.

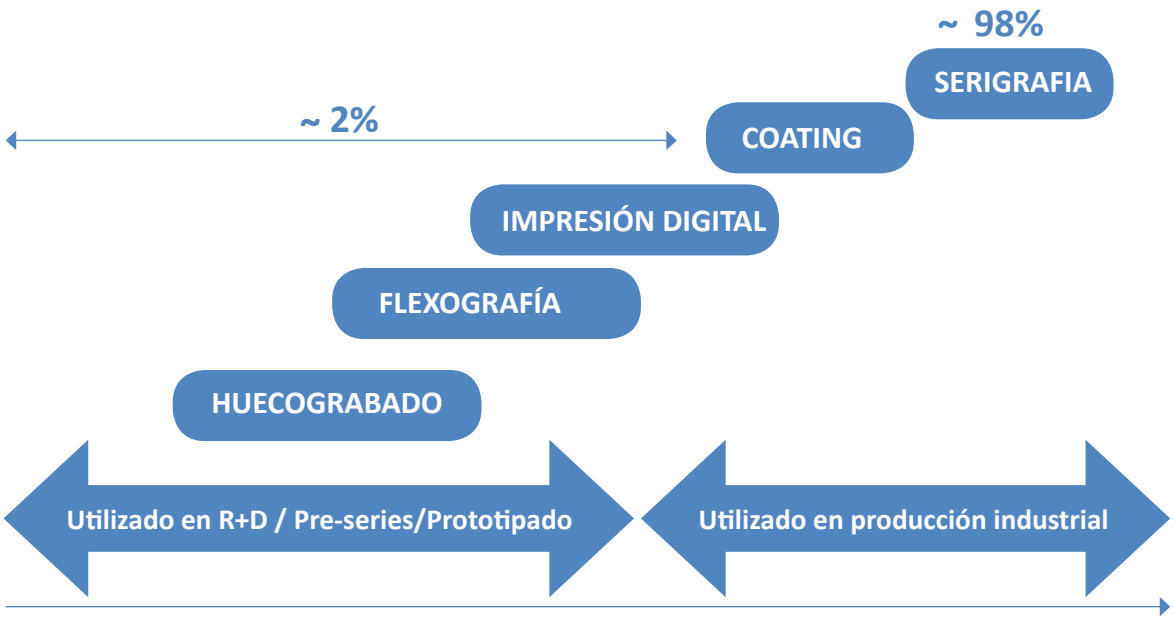
Trama digital versus printed electronics[2]

1 http://www.printedelectronicsworld.com/articles/10920/printing-technologies-find-their-place-in-printed-electronics

2http://www.flexible-display.net/flexible-transparent-electrochromic-display-from-ynvisible/

La electrónica impresa es pues una tecnología que permite imprimir directamente sobre la superficie de diferentes materiales componentes electrónicos, pistas conductoras, circuitos, sensores, entre otros dispositivos de índole electrónica.

Como principales beneficios, uno de ellos corresponde a que durante todo el proceso de impresión del componente electrónico o del dispositivo, el sustrato mantiene su flexibilidad también su forma original. De los diferentes procesos de impresión disponibles, el proceso de serigrafía domina el mercado de la electrónica impresa a escala industrial[1].

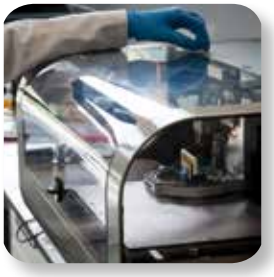


Mediante serigrafía se obtienen espesores de capa mayores respecto a los demás procesos de impresión y es por este motivo principalmente que en productos donde se requiere cubrir una rugosidad de la superficie significativa o se requiere una buena conductividad eléctrica es la técnica de impresión mayormente utilizada.

Proceso de impresión serigráfico en continuo de galgas extensiométicas.

En cuanto al proceso de impresión digital, este está tomando especial interés principalmente por su mayor capacidad de resolución respecto al proceso de serigrafía per sobre todo de cara a la minimización de residuos en el proceso de impresión. En este caso, el residuo es prácticamente nulo, ya que sólo se deposita tinta en los píxeles determinados por el diseño y la tinta está contenida en un cabezal, a diferencia por ejemplo del proceso de impresión serigráfico en el cual hay mucha merma tanto para cargar las pantallas para empezar la impresión como para la hora de limpiar las pantallas.

En términos de innovación, la electrónica impresa es una tecnología que deberían tener presente las empresas de artes gráficas tanto para hacer una apuesta de valor interna en nuevos productos, como para posicionarse como socio tecnológico de universidades, centros tecnológicos o empresas de nueva creación de base tecnológica (EBT's) que en este caso dispondrían del conocimiento necesario para desarrollar la tecnología pero no dispondrían de una infraestructura suficiente ni de lo más importante, la experiencia del proceso de impresión a escala industrial. Un tándem con proyección de futuro hacía quién sabe dónde, ojalá hacia a un océano azul.



Equipo de impresión inkjet. Ejemplo de componentes electrónicos impresos.

Sobre Eurecat
Eurecat, el gran proveedor de tecnología industrial de Cataluña, ofrece al tejido empresarial servicios de I+D aplicada, servicios tecnológicos, consultoría tecnológica, formación de alta especialización, desarrollo de productos y servicios innovadores, y promoción y difusión de la innovación tecnológica mediante Un equipo multidisciplinar y plurinacional formado por científicos y tecnólogos trabaja en más de 160 proyectos de I+D aplicada, orientados a la adquisición de nuevos conocimientos para su transferencia a aplicaciones y soluciones específicas que cubran las necesidades del tejido industrial.

Pelical
PLASTIFICATS I ENVERNISSATS UVI
del paper i cartró per el producte editorial i packaging

Polígono Industrial Molí d'en Xec · Molí d'en Xec, 47 · 08291 Ripollet
Tel. 93 584 91 00 · Fax 93 580 81 87 · comercial@pelical.com · www.pelical.com

El plastificat en Polipropilè mat de la portada de la revista Gremi es gentilesa de **Pelical**

OPQ SYSTEMS
Maquinaria Gráfica, S.L.
des de 1996

El vostre especialista en post impressió

Horizon

20 anys 1996 - 2016

L'ENCUNYADORA AUTOMÀTICA RD-4055

Li presentem l'encunyadora automàtica RD-4055, dissenyada per digital i offset, ideal per a treballs d'embalatge, etiquetes penjants i tot tipus de treballs comercials

POSSIBILITAT DE FINANÇAMENT
SOL·LICITI DEMO SENSE COMPROMÍS

- ✓ Mòdul troquelador i safata de sortida receptora
- ✓ Alimentador de succió de 50 mm d'altura
- ✓ Sistema de troquelat rotatiu (Màx. 400 * 550mm)
- ✓ Realitza troquelats, fendits, perforats, ranurats i semi-tall (digital/offset)
- ✓ Alimentació, troquelat i separació en una sola passada (6.000 cicles/h)
- ✓ Utilització de troquels magnètics de fàcil canvi i llarga durada

Alimentació superior amb fàcil configuració i operativa

Pantalla tàctil intuïtiva per a la configuració i control

Disseny exclusiu que permet una ràpida configuració de l'encuny

Separador opcional que elimina els retalls. Configurable.

C/ Anselm Clavé s/n - P.I. Matacàs Nau 18
08980 Sant Feliu de Llobregat (Barcelona)
Tel. 902 104 009 / 671 625 405

C/ Resina, 13-15 - Nau B18
28021 Madrid
Tel. 902 104 009 / 661 298 101

Lisboa (Portugal)
Tel. 935 543 494
Tel. +0034 902 104 009

www.opqsystems.net
YouTube OPQSYSTEMS

Distribuidor oficial de:
Horizon JBI SCHNEIDER SENATOR Tacuumatic mamo CASLON Tech hi Fold KAS Henkel folliant BUSCH

PRINT PROMOTIONS

LA ESTRATEGIA DE LAS NUEVAS IDEAS

A pesar de sus 55 años de experiencia en el sector gráfico, sigue siendo difícil definir a Grifoll. Sus clientes nos lo explican así: *"Cuando no sé si puede hacerse, ellos lo solucionan"*. Y es que Grifoll es capaz de imprimir en más de 1000 tipos de soporte con acabados especiales, combinando de forma innovadora y eficiente la impresión en serigrafía, offset y digital.

Líder europeo en la fabricación de promociones 2D, esta empresa rubinenca se ha convertido en un partner de confianza para las principales multinacionales de gran consumo. Cuenta con un equipo de 45 expertos en artes gráficas y tiene presencia en 15 países.

Hablamos con Mateo Hilderink, responsable de marketing de Grifoll.

¿Cómo llega una PYME de 45 empleados a convertirse en proveedor de las empresas de referencia en el mercado de consumo masivo?

Nuestros clientes lanzan promociones que llegan a miles, a millones de personas. Es muy importante para ellos tener la seguridad de que estos incentivos sean positivos para su reputación de marca.

En este sentido, Grifoll controla internamente todos los aspectos de la producción, garantizando una calidad homogénea en el ítem y eliminando la incertidumbre del cliente a la hora de distribuirlo.

Además de una fabricación íntegra en nuestro taller, Grifoll invierte continuamente en adaptarse a los estándares internacionales más exigentes. Esto nos permite estar certificados en aquellas áreas y procesos que los clientes consideran indispensables, e incluso adelantarnos a futuras regulaciones que afectarán la distribución de sus promociones.

¿Puedes darnos un ejemplo de esta adaptación a las regulaciones internacionales?

En 2013 el tatuaje temporal y el maquillaje al agua pasaron a considerarse producto cosmético en Europa. Mucho antes de que las empresas comenzasen a demandarlo, Grifoll ya estaba validado como fabricante cosmético en dos niveles: la aptitud de sus instalaciones y la composición de sus materias primas.

Los mercados europeos esperan un impacto positivo de la empresa en la sociedad. Esto repercute en lo que los consumidores exigen a sus marcas, y por tanto en lo que las marcas exigen a sus proveedores. Certificaciones como FSC o Good Manufacturing Practices dan a nuestros clientes la tranquilidad de que están tomando decisiones responsables con su entorno y sus consumidores.

En un mercado tan fluctuante como el promocional, ¿cómo habéis conseguido manteneros y crecer todos estos años?

La promoción demanda innovación. Grifoll ha sabido innovar de forma práctica y efectiva cada año, no solo mediante la combinación de materiales y acabados, sino también incorporando nuevas tecnologías que conectan con el target más joven. Nuestra filosofía de trabajo nos lleva a estar cada año más cerca de nuestros clientes, integrándonos en su proceso creativo y encontrando los productos que mejor responden a sus objetivos promocionales.

¿Puedes explicarnos esta filosofía?

Entender la necesidad del cliente. Cuando la comunicación con el cliente te permite entender la necesidad que realmente solventas como proveedor, te conviertes en partner.

Desde 2013 tenéis un ritmo sostenido de crecimiento. ¿Crees que es gracias a este modo de ver la relación con el cliente?

Creo que vamos hacia la dimensión que una empresa con las capacidades de Grifoll debería tener. Durante los años de la recesión concentramos esfuerzos en salir al exterior y ajustarnos en precios, como todo el sector. Pero cuando la economía empezó a recuperarse los clientes afianzaron su relación con aquellos proveedores que se habían ganado su confianza a través del servicio y la calidad. Las empresas demandan ahora mucho más que precios ajustados. Y Grifoll es capaz de responder a este reto. ❖

NOVETAT!
Màquina aplicadora
de finestres de plàstic

- PVC i PET
- Format màxim: 100 cm d'entrada
- Incorpora sistema de finestra troquelada

TROQUEL GRAFIC

PLASTIFICAT
ENGOMAT
TROQUELAT

Al servei de les arts gràfiques des de 1984

Ctra. Sabadell a Mollet, Km 1,3 (B-140) · 08210 Barberà del Vallès (Barcelona)
Tel.: 93 720 55 39 · Fax: 93 711 61 16 · info@troquelgrafic.com · www.troquelgrafic.com

CYDEYEG
ADQUIERE LA NUEVA SPEEDMASTER XL-106-6+L

Las decisiones de compra en referencia a una máquina como la Speedmaster XL 106-6+L implican tener en cuenta muchos parámetros. Evidentemente el nivel de la inversión obliga a estudiar las características y la capacidad de retorno que ofrece el equipo y por tanto se estima como un hecho que la apuesta por la XL 106 es una opción a priori triunfadora.

"Actualmente y en un sector como el del Packaging Premium los impresores necesitamos variar constantemente el perfil del trabajo, trabajos pequeños, grandes tiradas, estándares a lo largo del tiempo o trabajos con un elevado número de variables y todo ello bajo criterios de rentabilidad", comentan los propietarios de la empresa. *Este escenario obliga a las imprentas a buscar tecnologías como la de la Speedmaster XL 106, altamente automatizada, muy productiva, de fácil manejo, muy ágil en los cambios y con sistemas de control como el Prinect Press Center dotados de herramientas que conducen a lo que Heidelberg denomina "Push to Stop".*

"Con un nivel de producción estable de 18.000 pliegos por hora, cambios de complejos trabajos en tiempos muy ajustados, niveles de impacto ecológico mínimos al utilizar muy poca cantidad de agente de lavado, cuerpos de barniz que evitan tiempos de espera, procedimientos de uso tremendamente intuitivos, ahorros energéticos producto de la optimización en los diferentes procesos del equipo y la garantía de Heidelberg son parámetros que ayudan a tomar decisiones y que generan confianza en nuestros clientes."

Cideyeg lleva desde 2014 trabajando con una XL 106 de similares características y con Heidelberg desde hace mucho tiempo, desde que la empresa se fundó hace más de 50 años. Las tecnologías han ido variando y este nuevo equipo ya está dotado de un nuevo estándar en relación a la filosofía de trabajo. "En nuestra nueva XL el nivel de automatismo del Prinect Press Center genera un total confort a la hora de manejar la máquina, es intuitivo, gestual, agiliza la consulta y la gestión de la información, genera un nivel de conectividad extremo entre el maquinista y la máquina y ofrece un nivel de herramientas de medición y control que ayuda a conseguir el nivel de excelencia que nosotros exigimos a nuestros trabajos y que nuestros cliente valoran."

Con esta última adquisición, Cideyeg dota su parque de impresión con 22 cuerpos, conjuntamente con sus laboratorios de tintaje. La empresa empieza ahora una nueva etapa, con grandes planes de futuro e innovación para dar así lo mejor de sí mismos a los clientes. ❖

2012-2017

5 años

500 máquinas de impresión

Seguimos desarrollando la industria de la impresión con soluciones innovadoras que ofrecen todo lo que usted espera de la tecnología líder en la ingeniería de máquinas de impresión.

La evolución de la impresión.

manrolandsheetfed.com

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

Una compañía del Holding Langley plc.

manroland
sheetfed

WE ARE PRINT.®

HISPACK AMPLÍA SU ALCANCE INTERNACIONAL

COMO MIEMBRO DE "THE NETWORK"

Esta red colaborativa agrupa 12 eventos de packaging e intralogística de Europa, Oceanía y Asia

"Con esta iniciativa colaborativa creamos una red de conocimiento compartido sobre las tendencias y necesidades que mueven la demanda de packaging en cada uno de los países miembros, una información de calidad y enorme utilidad para fabricantes y distribuidores españoles que quieran introducirse u operen ya en estos mercados, muchos de ellos emergentes y con gran potencial de crecimiento en los próximos años", explica el director de Hispack, Xavier Pascual.

Hasta el momento, "The Network" –que se puso en marcha en abril de 2016 y que sigue abierta a incorporar nuevos miembros– está formada por All4Pack (Francia); Auspack (Australia); Djazagro (Argelia); Korea Pack, Korea Mat, Korea Chem y Cophex (Corea del Sur); Pack Plus y Pack Plus South (India); 3P Plas, Print, Pack (Pakistán) y Tokyo Pack (Japón), además de Hispack (España).

Paralelamente, Hispack quiere aprovechar las sinergias con las ferias miembros de "The Network" para identificar empresas, entidades, asociaciones y profesionales de la industria del packaging internacional que tengan interés en el mercado español. *"Formar parte de esta red nos ayuda a impulsar la internacionalidad de nuestro salón al contar con información transparente y contactos valiosos de primera mano en cada país, lo que nos permitirá atraer expositores representativos e invitar a compradores con proyectos concretos"*, asegura Xavier Pascual.

Organizado por Fira de Barcelona en colaboración con Graphispack Asociación, **Hispack, que tendrá lugar del 8 al 11 de mayo de 2018**, presentará el packaging como motor económico y elemento clave para la innovación y la transformación hacia la industria 4.0, aportando soluciones de packaging y proceso a cualquier sector industrial y de consumo. Hispack prevé reunir más de 1.500 empresas representadas, y más de 38.000 visitantes gracias a su coincidencia en las mismas fechas y recinto con la feria de tecnologías de la alimentación, FoodTech Barcelona. ❖

Hemos incorporado en nuestras instalaciones la nueva máquina de plastificar EcoPol - 120

Más de 30 años en el sector de la fabricación del Film Polietileno nos avalan en un mercado que prima la calidad y el servicio.

OFRECEMOS LOS SIGUIENTES SERVICIOS DE PLASTIFICADO:

- **Ancho: Máx. 1200x1700 mm Mín. 350 x 500mm**
- Gramaje: Máx. 700 grs. / Mín. 180 grs.
- Debido a las medidas de la EcoPol 120 está totalmente adecuada para todo tipo de trabajos en PLV y Display.
- Plastificado PE/TS, el cual permite el pegado de las pestañas de las cajas o estuches con cola blanca fría, sin necesidad de hacer reservas.
- Plastificado polietileno PE/23, film desarrollado por JOELPLAS, S.L. contra los rayos UVA, el cual no amarillea los trabajos a la exposición del sol.
- Plastificado con acabado de deslizamiento, PE/AB que permite un perfecto manipulado en el apilado, troquelado, contracolado, etc.
- Plastificado en color. Podemos realizar todos los servicios indicados con el color solicitado por el cliente.
- Plastificado alimentario.

JOELPLAS, S. L.
Calle Josep Trueta, 13,
08349 Cabrera de Mar - Barcelona
Tel. 937 50 21 60

Eloi Boix (Responsable de producció)
joelplas_sl@yahoo.es

Àlex Lluch (Responsable comercial)
a.joelplas@gmail.com

www.joelplas.com

JOELPLAS, S. L. está registrada en la Dirección General de Salud Pública y el RISPAC, cumpliendo con todas las normas europeas e internacionales en cuanto al contacto directo con alimentos y a la seguridad ambiental y sanitaria.

Sesiones de trabajo INDUSTRIA GRÁFICA 4.0

Impriclub y Ricoh cooperan para traducir el gran concepto en realidades tangibles

El pasado mes de junio, Impriclub y Ricoh llevaron a cabo dos sesiones de trabajo orientadas a aproximar el concepto Industria 4.0 a las diferentes realidades del mercado gráfico. Oportunidades, experiencias, aproximaciones, objetivos y frenos fueron abordados en un entorno abierto al debate y nacido con la intención de perdurar.

La automatización en la industria gráfica –como la de casi todas las industrias, por cierto– se ha acometido proceso a proceso, y raras veces hasta ahora como un todo. El debate sobre si una aproximación más global es necesaria, posible o, directamente, inviable planea sobre nuestro sector y propicia debates que en los últimos años se han visto avivados con la irrupción de jugadores que han partido de la estandarización y automatización absolutas para dibujar modelos de negocio que cambian las reglas del mercado. Pero esos modelos no son extrapolables al conjunto del sector; ni siquiera a una mayoría considerable.

Con el objetivo de contribuir a "aterrizar" ese debate y de generar visiones de un futuro o futuros realizables, Impriclub y Ricoh se convocaron en dos sesiones de trabajo en las que se combinó la discusión de fondo con la aproximación a problemáticas concretas desde la perspectiva de la automatización de los procesos.

¿Somos Industria o Servicio?

En prácticamente todos los casos, la respuesta es ambos. Somos una industria a la que el mercado le requiere servicios. Que los procesos de negocio y de producción sean realmente 4.0 será imprescindible algún día no muy lejano para poder insertar nuestras capacidades dentro de eso que el mercado ya llama "experiencia de cliente" o "gestión de las comunicaciones con cliente" (CX y CCM respectivamente, de sus siglas en inglés), así como para poder interactuar con nuestros compradores de la manera en la que ellos necesitarán que lo hagamos.

Es importante, por tanto, que la palabra "Industria" no nos desvíe del concepto "4.0", bajo el que se recoge no sólo la optimización en la fábrica sino su conexión con los entornos de datos, con el Internet de las cosas, con los sistemas de comunicaciones, con las tecnologías de personalización o con las alternativas más avanzadas para la logística, tanto de almacén como de entrega.

Mirada realista

En las sesiones se huyó en todo momento de las miradas grandilocuentes, para buscar ámbitos y criterios de actuación realizables y sostenibles. En esta línea surgió la dicotomía entre la búsqueda de grandes soluciones integrales y la construcción "ad-hoc" en la que piezas independientes se combinen para dar un todo optimizado.

Automatizar fase a fase y conectar lo ya automatizado se erige como una alternativa viable siempre que se acuda a estándares 100% abiertos y a partners fiables por su tecnología y por su conocimiento.

Una aproximación de este tipo permite: aprovechar los esfuerzos realizados hasta el momento; iniciar proyectos con dimensiones manejables en coste y en complejidad; gestionar mejor las resistencias al cambio; asegurar la adaptabilidad a escenarios futuros; mantener la independencia en futuras decisiones.

Problemáticas concretas

La parte central de los talleres se dedicó a mostrar respuestas sencillas y actuales a problemáticas concretas y ampliamente compartidas: respuestas para llevar la imposición a unos niveles 4.0, la interconexión integral de todos los procesos del negocio o herramientas para dar respuestas útiles a la imposibilidad de planificar la producción fueron algunos de los ejemplos utilizados para animar el debate, que concluyó con un ejercicio de identificación y priorización de los principales frenos de nuestro sector en el camino hacia una mayor automatización. Los miembros de Impriclub mostraron una avanzada visión del sector y, por encima de todo, un fuerte compromiso con éste y con su progreso.

Ese compromiso enlaza directamente los valores de Impriclub con los de Ricoh y de él nace el interés por publicar y compartir algunos de los resultados de esos debates. Será en futuras ediciones.

RICOH
imagine. change.

Industria 4.0

La expresión Industria 4.0 se acuñó en la feria de Hannover hace algo más de seis años como concreción de los conceptos que avanzaban una "Cuarta Revolución Industrial" ya en marcha y habilitada por las nuevas tecnologías; muy especialmente, por el aluvión de datos a disposición, la inteligencia artificial, el internet de las cosas y los avances en robótica y en logística.

En todo Occidente, y muy especialmente en Alemania, se observa la Industria 4.0 como una oportunidad para dar nueva vida al tejido industrial, visto que la "sociedad del conocimiento" no se sostiene sin una realidad productiva que le dé soporte: la innovación, la educación y la vanguardia tecnológica se desmoronan sin una industria que las reclame y las aplique.

Reactivar un tejido industrial inteligentemente diferenciado de la pura producción masiva se ha convertido en objetivo estratégico para Europa, por lo que puede aportar en sí mismo y por el efecto de tracción que tiene sobre los mejores valores de nuestra sociedad. ❖

Primeros pasos DE LA VENTA ONLINE

CÉSAR BLA • ELISAVA Escola Universitària de Disseny i Enginyeria de Barcelona - University of Southampton | Bachelor of Arts in Design
Profesor docente de Branding y programación Web en Escola Antoni Algueró - www.SMILEcomunicacion.com

Seguramente tú también formas parte del grupo de personas que depositan en la venta online sus expectativas para obtener ingresos económicos de futuro, aprovechando su **gran alcance y la escalabilidad de beneficios.**

Las **aplicaciones digitales** están ayudando a mejorar la vida de las personas. A pesar de que es uno de los factores fundamentales para concebir un negocio en Internet, supone un reto difícil de conseguir muy asociado a la innovación tecnológica convirtiéndose en el principal obstáculo para pequeños emprendedores. Por el contrario, seguro que podemos participar con nuestros proyectos en la mejora de alguno de los aspectos más valorados por los usuarios en la actualidad:

- Ganar tiempo
- Mejorar la calidad/resultado del trabajo
- Simplificar procesos (personal y laboral)
- Ahorro económico

¡Enhorabuena si ya tienes un producto digital!
Asegúrate que la **propuesta de valor** resulte de interés para tu público y, que además, aporta una diferencia atractiva, competitiva y **durable en el tiempo.**

Es probable que hayas pensado en una **marca** comercial, buscado **dominios disponibles** e incluso gestiones un **blog** con mayor o menor actividad. Es el momento de dar el siguiente paso, la venta online.

Plataformas de venta online

A la hora de crear una tienda online, **hay que tener realizado el ejercicio previo** que supone desglosar las categorías, cantidad de productos, países e idiomas, precio de transporte asociado al peso así como los conocimientos y tiempo que se va a dedicar a la promoción y optimización SEO.

Hay que tener en cuenta que **el futuro de la venta online está en la personalización**, para adaptarse a los gustos y preferencias del usuario. Para conseguir este resultado, se recogen los datos de navegación y comportamiento a través de variables de manera que una misma pantalla se mostrará, mediante un algoritmo, de manera distinta para cada uno de nosotros.

"La misma tienda online se mostrará distinta para cada usuario"

Para aquellos que se inicien en la venta online, **es recomendable comenzar con un CMS** (Content Management System), o sistema de gestión de contenidos.

Ninguna plataforma es perfecta, todas tienen ventajas e inconvenientes resultando complicado decidirse. Hay muchas opciones y no conocemos las prestaciones que mejor se adaptarán a nuestro proyecto y su evolución. Con el fin de ganar tiempo y evitar cometer los errores típicos que todos hemos sufrido, paso a valorar las opciones más recomendables:

eCommerce

Los eCommerce son tiendas online fácil de usar y con altas prestaciones que permiten importar plantillas y módulos para la personalización de su diseño a medida. Además, viene integrado un área de gestión (back-end) que permite controlar de manera intuitiva las principales operaciones:

- Gestión de pedidos
- Control de stock
- Pasarela de pago
- Logística de la facturación
- Seguimiento de pedidos
- Estadísticas
- Índice de conversión

shopify

Plataforma **ideal para iniciar un proyecto de comercio electrónico** sin necesidad de invertir una gran cantidad de dinero ni tiempo. Es una plataforma que **opera íntegramente en la nube**, puedes olvidarte del hosting pues ofrecen un ancho de banda ilimitado.

Requiere asumir el abono de una cuota mensual así como una comisión añadida por transacción, el coste no es muy alto pero hay que tener en cuenta que otros CMS son gratuitos o suponen un gasto menor.

El panel de control de **Shopify** es muy intuitivo y no requiere de gran conocimiento técnico. Por el contrario, está limitada por la modificación del código fuente y la

dificultad para exportar la base de datos más allá de un archivo CSV.

Plugin gratuito y asociado a la plataforma Wordpress que convierte tu web en un sitio de comercio electrónico. Se ha convertido en una de las elecciones escogidas por los usuarios ya familiarizados con este famoso CMS orientado al **blogging**. Es la solución más destacada para centralizar **tu blog y tienda online en el mismo panel de administración.**

El principal inconveniente es que requiere instalar y gestionar varios plugins para aumentar las funcionalidades.

Plataforma fácil de usar y gestionar, en su versión básica incluye las prestaciones necesarias para trabajar de forma profesional prácticamente de manera automática. Prestashop ofrece la opción de añadir módulos específicos para obtener el máximo provecho de cada negocio. El inconveniente es que se requiere un mínimo de conocimientos técnicos para instalar, adaptar o personalizar las plantillas y es conveniente contratar un profesional para arrancar de manera rápida.

Marketplaces

La solución para **vender en Internet y sin necesidad de un eCommerce**. Es ideal para pequeñas empresas que no pueden permitirse gestionar un canal propio con todas las acciones derivadas de la venta online.

Los **Marketplaces** también **ofrecen su plataforma asociada a otros comercios electrónicos** para ganar visibilidad y vender sus artículos sin necesidad de acceder al sitio web del **eCommerce** que en realidad publica los productos. Por cada venta realizada, la plataforma percibirá una comisión.

Atrae a un número muy grande de usuarios por la gran cantidad de productos y por su motor de búsqueda de comparación de precios. El comprador puede calificar al vendedor dependiendo de la experiencia de la operación y que ayuda a mejorar la reputación y generar confianza a nuevos clientes.

Amazon es una de las plataformas más populares en nuestro país, además permite almacenar tus productos en su centro logístico ocupándose de todo a cambio de un incremento de comisión por transacción.

eBay es el mayor centro de compra y venta en Internet, el vendedor opta por ofrecer artículos en subasta al mejor postor, o bien, la opción de venta a un precio fijo ¡cómpralo ya!

Otros Marketplaces a destacar son el consorcio chino **Alibaba**, la japonesa **Rakuten** así como **Elsy** especializado en la venta de productos artisticos y artesanos.

"Si ya tienes una plataforma de venta, es el momento de crear tu primera campaña de Marketing online"

APROVECHA LINKEDIN para promover tus servicios gráficos

GEMMA MOMPART • Especialista en comunicación digital, redes sociales y contenidos. Linkedin para profesionales y empresas.
DigitalDixit Comunicació - www.digitaldixit.com

Linkedin es una red social con más de 500 millones de usuarios profesionales. Especialmente indicada para negocios B2B, muchas veces no sabemos cómo sacarle más provecho. Con este artículo, queremos darte algunas ideas, algunas pistas para que puedas utilizarla en la promoción de tus servicios gráficos.

Da de alta tu página de empresa

Si no lo has hecho todavía, ahora es el momento. Tener una página de empresa en Linkedin permite que empleados y colaboradores vinculen sus perfiles personales a ella. Aprovecha, además, tu página corporativa para:

1 Presentar tu empresa, tu oferta, tus referencias, tu portfolio y casos de éxito. Tu propuesta de valor y los beneficios de contratar tus servicios es el contenido que quieren encontrar tus clientes.

Debes saber que las primeras líneas son clave: intenta "enganchar" a tu audiencia con ellas e incluye tus *keywords*. No olvides reseñar tus datos de contacto, sitio web y conexiones en otras redes sociales. Verás que la plataforma también te permite añadir hasta veinte palabras clave que describan tus especialidades… una buena opción para mostrar tu *expertise*.

2 Publicar noticias corporativas, con información y fotos, de forma periódica en el tiempo. El hecho de compartir enlaces desde tu sitio web te llevará tráfico; crear contenido propio te ayudará a ser relevante. Tu posicionamiento como marca lo decides tú.

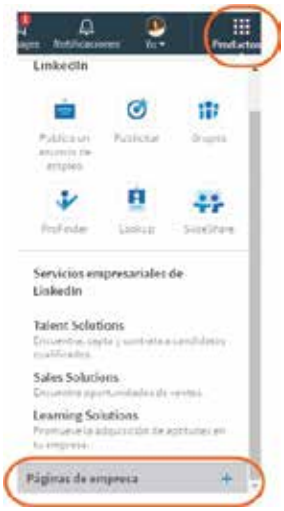
Si quieres dar preferencia a una publicación, déjala fijada en el primer lugar de tu *timeline*. Procura siempre interesarte en los demás para ser interesante, y comparte sólo lo que a ti te gustaría que compartieran contigo.

3 Mencionar a otras personas, para que sepan que estás pendiente de ellas. Concede la importancia que merecen los demás y te lo agradecerán con creces. A los colegas que colaboran contigo en proyectos, a tus clientes, a tus seguidores… agradéceles su apoyo, muéstrales tu reconocimiento.

Añadir *hashtags* o etiquetas en tus publicaciones te ayudará a definir los temas y facilitará que otras personas interesadas en lo que haces encuentren tu página de empresa.

4 Acceder a una serie de estadísticas que te van a proveer de información sobre tu comunidad. Por ejemplo, ¿quieres saber la cantidad de personas que han visto una publicación determinada o quiénes han interactuado con ella?

Con los datos que te dará tu página de empresa en Linkedin, conocerás cada vez más los gustos e intereses de tus seguidores, y podrás complacerlos con contenidos relevantes para ellos.



¿Por dónde empiezo?

Pincha el botón "Páginas de empresa" desde la pestaña "Productos" y ¡adelante!

Incluye tu logotipo y personaliza tu imagen de portada. Las páginas de empresa con logotipo reciben 6 veces más visitas que las que no lo tienen.

Redacta una buena descripción con palabras clave e invita a tus contactos a seguirte en tu página de empresa. Pregúntales qué tipo de información les gustaría encontrar, ofréceles algo valioso.

Seduce a tu cliente para crear interés, para que sea él quien se acerque y te pregunte. Sé respetuoso y no seas intrusivo, sé paciente, ponte "guapo" y será el cliente quien dará el paso. Son las estrategias *pull* las que funcionan, típicas del marketing de atracción.

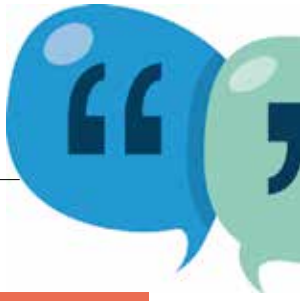
Lo que nunca te aconsejaré que hagas...

Por favor, no utilices un perfil personal como página de empresa. ¿Por qué? Porque en las redes sociales las personas queremos, sobre todo, encontrar personas. Y cuando queremos seguir a una marca, lo hacemos, sin más. La transparencia genera confianza y la confianza atrae a posibles clientes. Seamos interesantes, creativos y aportemos valor a nuestra comunidad y seremos recompensados.

Espero que estos breves consejos te resulten útiles. ¿Comenzamos?

5 CONSEJOS para publicar POSTS de éxito

ENRIQUE SAN JUAN
Director de Community Internet The Social Media Company
@esj en twitter - www.community.es



Si la gran muralla empezó con un ladrillo y la gran marcha con un paso, la estrategia digital empieza con una web. En un mundo donde las redes sociales parecen tener la hegemonía de la representatividad digital de las empresas y marcas, lo cierto es que el control de la voz y la presencia corporativa sigue estando en manos de la web.

De hecho la web es el único activo digital de la empresa, si la comparamos con su presencia a través de una página de Facebook, la cuenta corporativa de Twitter o sus perfiles el Linkedin. En todos estos casos, se trata de plataformas ajenas a la propiedad de la empresa, mientras que la web sí.

Cuando hablamos de la web nos referimos a todo lo que se accede por debajo de un dominio. Una web suele contener básicamente dos partes: una estática, que aglutina la información que no cambia de manera frecuente (como los productos, los servicios, dónde estamos, quienes somos y cómo contactar.) y otra móvil, el blog. El objetivo del blog es mantener informada a la comunidad a la que sirve la empresa. Es algo así como el órgano de comunicación digital de la organización, con una elevada proyección pública.

Toda web de empresa debería tener su blog, sección que puede adoptar otros

nombres como Noticias, Actualidad o Novedades, por ejemplo, si bien está más que aceptada la denominación directa de blog. Los blogs son la piedra angular de cualquier empresa o proyecto a la hora de publicar y presentar sus contenidos a la audiencia a la que se dirige. Además, tienen en Google su principal lector. Con un blog en la web nos sólo es más fácil generar contenidos para propagarlos más tarde en las redes sociales, sino que, además, ayuda a posicionar toda la web en el universo Google

Así como un diario se alimenta de artículos, un blog se compone de posts y no todos los posts funcionan igual. Veamos a continuación cinco puntos para potenciar las eficacia de nuestros posts.

1. Titulares. Un buen titular anima a leer el resto del post. Es aconsejable que el titular incluya palabras clave y que sea conciso (a la par que creativo). Desde el punto de vista periodístico, se estima que un titular no debería superar las 7 palabras.

2. Contenido. Debería ofrecer información de calidad que interese verdaderamente a nuestra audiencia. Aquí la palabra clave es "valor" y cada uno de nosotros sabe exactamente qué aportar valor verdadero a nuestro público y qué es simplemente información comercial. El valor genera interés y el interés ventas.

3. Imagen. Una foto (o un vídeo) ayuda a absorber mejor el contenido del post,

pues lo hace más explicativo, ameno y directo. Hemos de recordar que antes de subir una imagen al blog, ésta debería estar bien nombradas (el archivo de la imagen que se sube) teniendo en cuenta el SEO, es decir, básicamente describiendo lo que es la imagen en su nombre de archivo.

4. Formato y estilo. Google es capaz de determinar si un artículo o post para el blog es atractivo visualmente. Y los usuarios de carne y hueso, obviamente, también. Los párrafos cortos, el uso de negritas, el empleo de subtítulos, entradillas, destacados y *bullet points* o viñetas, ayudan.

5. Etiquetas y categorías. Las etiquetas equivalen a los conceptos de una noticia y las categorías a las secciones de un diario. Todos los posts en un blog deberían tener insertadas y definidas las etiquetas y las categorías que le corresponden. Aquí, también es vital el uso de palabras clave, pues ayudan a indexar las materias y permiten ganar mayor posicionamiento en SEO.

Por último cabe decir que la frecuencia de publicación de posts en el blog, de manera general, no debería ser inferior a uno a la semana. Siguiendo estos consejos, nuestros posts serán más efectivos, posicionarán mejor, el público objetivo encontrarán valor en ellos y el contenido tendrá más éxito; es decir, generarán más negocio.
¡Ánimo! ❖

comart
PAPER I CARTRÓ

C/ Montmeló, 2
Pol. Ind. El Raiguer
08170 Montornès del Vallès
Tel. 93 474 11 60
Fax 93 474 09 70

comart@comartsa.com
www.comartsa.com

ESTOCS PERMANENTS EN BOBINES I FULLS DE LES SEGÜENTS ESPECIALITATS:

– Papers òfset i estucats.
– Cartró de fibres reciclades.
– Cartró Folding, revers fusta i revers blanc.
– Cartró Folding amb polietilè, una i dues cares.
– Cartolina pasta química estucada una o dues cares.
– Cartolina amb revestiment de polietilè una i dues cares.
– Cartró revers kraft estucat.

Disposem de les talladores, rebobinadores i guillotines apropiades per a tota classe de manipulacions.

SOM COMUNICACIÓ, SOM GRÀFICS.

t'assessorem • t'informem • t'ajudem

ASSESSORIA LABORAL
Mateo Argerich
De dilluns a dijous, de 16,30 a 18 h
Telèfon 93 481 31 61

ASSESSORIA FISCAL
Noemí Andrés
Dimarts, d'11,30 a 13,30 h
(hores convingudes)
Telèfon 93 481 31 61
De dilluns a divendres, consultes telefòniques
Telèfon 93 217 36 00

ASSESSORIA EN MEDI AMBIENT, QUALITAT I SEGURETAT SALUT
Marta Vecino
Dimecres, de 18h a 19h
Resta de dies, horaris d'oficina
Telèfon 93 481 31 61

ASSESSORIA MERCANTIL
Ricard Argelich i Luis Gallo
De dilluns a divendres
Horaris d'oficina
Telèfon 93 218 01 92

ASSESSORIA EN COMERÇ EXTERIOR
Antoni Voltà
De dilluns a divendres, horaris d'oficina
Telèfon 93 209 03 99

ASSESSORIA I GESTIÓ D'ASSEGURANCES
Ricardo Sanmartin
Dimecres, de 16 a 18 h
(visites concertades)
Telèfon 93 481 31 61

ASSESSORIA INDUSTRIAL
Miquel Marcè
De dilluns a divendres, horaris d'oficina
Telèfon 93 481 31 61

ASSESSORIA EN PROTECCIÓ DE DADES
Ramón Vilaltella
Dilluns i dimecres, de 10 a 13 h
Telèfon 93 481 31 61

GREMI DE LA INDÚSTRIA I LA COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA
Gran Via de les Corts Catalanes, 645, 6è - 08010 BARCELONA
Tel. 93 481 31 61 - Fax 93 481 31 73 - gremi@gremi.net - www.gremi.net

GREMI
INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

ASSESSORIA ENERGÈTICA
Xavier Massana
De dilluns a divendres, de 16 a 19 h
Telèfon 93 481 31 61

GESTIÓ LABORAL
Salvador Alcolea
De dilluns a divendres, horaris d'oficina
Telèfon 93 481 31 61

GESTIÓ COMPTABLE I FISCAL
Toni Pérez
De dilluns a divendres, horaris d'oficina
Telèfon 93 481 31 61

GESTIÓ DE CRÈDIT
Juan Livio Chávez
De dilluns a divendres, horaris d'oficina
Telèfon 93 481 31 61

SERVEI DE PROMOCIÓ INTERNACIONAL
Josep M. Campanera
Dijous, de 10 a 13,30 h (hores convingudes)
Telèfon 93 481 31 61

EXPERT EN COMPETITIVITAT INDUSTRIAL
Marc Tarral
Dimecres, de 16 a 19 h (hores convingudes)
Telèfon 93 481 31 61

GESTIÓ DE LA COMPETITIVITAT
Carlos Sanmiguel i Domingo Vilar
Dimarts, de 16 a 18 h
Telèfon 93 481 31 61

BORSA DE TREBALL
Marta Sans
De dilluns a divendres, horaris d'oficina
Telèfon 93 481 31 61

GESTIÓ DE SELECCIÓ DE PERSONAL
Staff, comandaments intermedis i perfils directius
Domènec Gilabert
De dilluns a divendres, horaris d'oficina
Telèfon 93 390 06 10

REVISTA GREMI / DEP. DE COMUNICACIÓ
Quim Macià
De dilluns a divendres, horaris d'oficina
Telèfon 93 481 31 61

TRUCA'NS I T'AJUDAREM
93 481 31 61

DIRECTORI

D'EMPRESES COL·LABORADORES DE GREMI

INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

Publicitat
per empreses agremiades

GREMI
INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

Preu anual
165 euros
+ IVA

Per incloure publicitat en aquest Directori contactar amb:

Quim Macià
Tel.: 93 481 31 61
jmacia@gremi.net

CARPETERIA

Encuadernaciones Yuste S.L.
Carpetas, estuches, displays, libros, cajas, medidas especiales.
Tel: 93 260 50 80 - 667 61 01 82
encuadernacionesyuste@gmail.com
40 años de experiencia y dedicación

CONTRAENCOLATS

CARTERBOX
CAIXES I EMBALATGES PUBLICITARIS
- CONTRAENCOLADORA 160 X 140 CM ¡NOVEDAD 2012!
- TROQUELADOS FORMATO MAX. 220 X 150 CM
- MANIPULADOS P.L.V.
- FABRICACIÓN CAJAS CARTON ONDULADO

CARTONATGES TERRASSA, S.L.
Tel. 93 862 79 10
Fax. 93 862 79 11
carter@carterbox.com
Pol. Ind. La Borda
C/ Garraf 2-D
08140 Caldes de Montbui
www.carterbox.com

SoldaPlastic.com
making your ideas a reality
Carpetas · Maletines y portadocumentos
Cajetines · Displays y tableros · Tapas de libro
Muestrarios y aplicaciones · Cajas y estuches
Fundas en PVC
Ctra. Argentona a Granollers
Vecindario Pins, 3 08310 Argentona (BCN)
Teléfono 937 971 561 / Fax 937 972 461
soldaplastic@soldaplastic.com
www.soldaplastic.com

fast flute
Servicio de contraencolado
www.fastflute.com
CONTRAENCOLADO RÁPIDO
Avda. del Vallés, 30 - Pol. Ind. Sud
08440 Cardedeu (Barcelona)
Tel. 93 790 62 43 - Fax 93 796 44 96
E-mail: info@fastflute.com

CONTRAENCOLATS

ACABADOS GRAFICOS MONTMAR, S.A.
CONTRAENCOLADOS
TROQUELADOS
ENGOMADOS
MANIPULADOS
DISPLAYS , ETC.
Tibidabo, 36-42
Tel. 93 462 29 26 - Fax 93 462 26 00
08930 - Sant Adrià del Besòs
(Final c/ Guipúzcoa) Barcelona
jp@agmontmar.com - www.agmontmar.com

CORRECCIONS I TRADUCCIONS

addenda
GESTIÓ I ASSESSORAMENT DE L'EDICIÓ
Correccions
Traduccions
fullets · catàlegs · revistes
displays · material corporatiu
cartells · flyers · packaging...
TOTS ELS IDIOMES, TOTS ELS SUPORTS
Pau Claris, 92
08010 Barcelona
Tel. 934 123 017
addenda@addenda.es

CAIXES FOLRADES

A DOS
disseny amb cartró S.L.
Fabricació de caixes folrades - fundes per llibres
revisters - carpetes d'anelles - contenidors
caixes de cartolina ...
Pere IV, 78-84, 6è 7ª - 08005 Barcelona
Tel. 93 309 62 97 - Fax 93 309 55 97
ados@adosbcn.cat - www.adosbcn.cat

MerinGraf
Acabats Grafics
-PLASTIFICATS (BRILLO, MATE)
-CONTRAENCOLATS (CARTONET,MICRO,IMAN PLASTIC...)
-TROQUELATS (AUTOMATIC,MANUAL 100X140 MAX)
-ENGOMAT (F, AUTOMATIC, LINEAL...)
-MANIPULATS (DISPLAYS, EXPOSITORS...)
ANSELM CLAVÉ.- POL.IND. MATACAS NAU 15
08980 SANT FELIU DE LLOBREGAT (BCN)
TEL: 93 261 26 85 / 23 34 FAX: 93 685 50 84
E-MAIL: meringraf@meringraf.com WWW: meringraf.com

EMBALATGE FLEXIBLE I MARKETING DIRECTE

TGB
Soluciones de impresión en offset y acabados de marketing directo, embalaje flexible y etiquetaje (Sleeves, In Mold, etiquetas).
TGB, s.a.
San Ramón, 22 - 08786 **Capellades**
T. 93 801 17 11
www.tgb.es - E-mail: info@tgb.es
Oficinas Comerciales:
C/. Europa, 13, 3.º C - 08028 **Barcelona**
C/. Maestro Arbós, 9 - 28045 **Madrid**

ENQUADERNACIÓ

ESTAMPACIÓ PEL·LÍCULES PER CALOR

ETIQUETES

ETIQUETES

FABRICANTS DE BOSSES DE PAPER

FABRICANTS DE BOSSES DE PLÀSTIC

FABRICANTS DE CARTRÓ ONDULAT

FABRICANTS DE SOBRES

GRAVADORS

GRAVAT AL BUIT

GRAVATS I ESTAMPACIÓ

IMPREMTA

IMPRESSIÓ DIGITAL

IMPRESSIÓ DIGITAL

LABORATORIO DIGITAL
EGM
QUALITYIMAGE

PRATS DE MOLLÓ, 20 · 08021 BARCELONA
Tel. 932 016 388 · www.egm.es

MANIPULATS DEL PAPER

ifb industrias botella
desde 1950 Haciendo un buen papel

Tickets control de accesos
Rollos de papel
Tarjetas con y sin contacto
www.ifb.es - badalona@ifb.es

Manuel F. Márquez, 78 - 08918 Badalona (Barcelona)
Tel. +34 933 873 600 - Fax +34 933 831 706

PAPER I CARTRÓ

FÀBRICA DE MANIPULATS DE PAPER

ESCOLOFI

ESPIRALS - LLIBRETES - RECANVIS
Tacs Publicitaris Memo-Tac

Bonifacio
Fundada en 1946 S.A.

Via Trajana, 13 - 08930 SANT ADRIÀ DE BESÒS
Tel. 93 314 50 51 - Fax 93 314 97 04
E-mail: info@bonifacio.es

IMPRESSIÓ ÒFSET

AGPOGRAF
IMPRESSORS

Pujades, 124
08005 Barcelona - Poble Nou
Tel. 93 320 84 60 - Fax 93 485 42 21
agpo@agpograf.cat
www.agpograf.cat

SPIRAX
SPIRAX S.L.
MANIPULADOS DE PAPEL Y CARTÓN
DE BOBINA A BOBINA Y DE BOBINA A HOJAS
C/ Montmeló, 2 - Pol. Ind. El Raiguer
08170 - Montornès del Vallès
Tel. 93 480 16 43 - Fax 93 480 16 40
spirax@spirax.es - www.spirax.es

Vegio, S.L.
CARTONCILLO Y MICROCANAL

Compre a su medida en www.vegio.es lo que necesite a partir de 25 Kilos

Cartón
Cartoncillo
Folding
Cartulina
Bigris y colores
Contraencolados
Pluma - Pankaster
Tubos y cantoneras
Expositores - Displays - Separadores
Alimentación - Pintores - Muebles ...

Ondulado
Microcanal
Minimicro
Nanomicro
Micro Colores
Micro + Canal 3
Canal 3-5 y D/D

C/ Garnatxa, 12 - Parc Empresarial Cervelló - 08758 CERVELLÓ
Tel.: 93 673 05 25 - Fax 93 673 05 26 - vegio@vegio.es - www.vegio.es

LGR EMBALLAGES

Policolor Offset® s.a.

Gorchs Lladó, 146 - P.I. Can Salvatella
08210 BARBERÀ DEL VALLÈS
Tel. 933 352 448 - Fax 933 357 361
policolor@lgr-packaging.com
www.policoloroffset.com

CREACIONES
LOPEZ - LLAUDER, S.A.
La calidad de la experiencia
Espiral, Wire-0, Varilla, Displays, Plegar, etc.

Alimentació, s/n, nau 7
Pol. Ind. La Ferreria - 08110 Montcada i Reixac
Tel. 935 650 158 - Fax 935 725 065
lopez-llauder@lopez-llauder.com

FABRICACIÓ DE CAIXES DE CARTRÓ ONDULAT

cartonajes gabarrón s.a.

C/ Empordà, Nau 3
Pol. Ind. Congost
Tel. 93 849 63 61
Fax 93 846 49 61
08400 GRANOLLERS
www.cartronatgesgabarron.com
gabarron@cartronatgesgabarron.com

MANIPULATS DEL PAPER

mutri formas, s.l.

ACABADOS GRÁFICOS
Alzadas, folletos y revistas con o sin cola, mailings, catálogos, formularios, numeraciones, revistas, espiral, wire-o, etc.

Llorens i Barba, 36-38 bajos - 08025 Barcelona
Tel.: 93 455 67 42 - Fax. 93 433 06 28
mutriformas@mutriformas.com
www.mutriformas.com

PAPER I CARTRÓ

comart

PAPEL Y CARTÓN
EN BOBINAS Y HOJAS
CORTADOS A MEDIDA

C/ Montmeló, 2
Pol. Ind. El Raiguer
08170 Montornès del Vallès

comart@comartsa.com - www.comartsa.com

PLASTIFICADORS

ameycar

- Especialidad en recubrimientos plásticos sobre papeles y cartulinas
- Lacados UVI y UVI reserva
- Confección de displays en general

Pol. Ind. Molí d'en Xec - c/ Molí d'en Xec, 47
08291 Ripollet (Barcelona)
Tel.: 93 662 70 47 - Fax 93 580 74 33
E-mail: ripollet@ameycar.com

MV MANIPULADOS S.L.

M.V. MANIPULADOS, S.L.
al servicio de las Artes Gráficas

Plegado de folletos, manipulados en general, retractil alzadas, revistas, espiral (fabricación propia), wire-o

Travesía Industrial, 187 4º
08907 L'Hospitalet de Llobregat
Tel.: 933 367 809 Fax: 932 633 284
mvmanipulados@mvmanipulados.com

Medipack Soluciones, sl

www.medipacksoluciones.com

FOLDING - CARTONCILLO - CARTULINA
EN 48 HORAS - CORTADO A MEDIDA

PLANTA DE CORTE EN BARCELONA Y LEVANTE

TEL.: 93 411 93 07 - Gemma Duch
gemma@medipack.es

POSTALS

offset
postales
mapas
guías
calendarios
souvenirs
imanes

savir, s.a.
g r á f i c a s

C/ del Plàstic, 16-18 - Pol. "Les Guixeres" - 08915 - Badalona
Tel. (34) 93 455 40 81 - Fax (34) 93 433 16 04
e-mail: savir@savir.com - www.savir.com

PREIMPRESSIÓ

ANGLOFORT

PREIMPRESIÓN • SERVICIOS GRÁFICOS

Rosselló, 33, 08029 Barcelona
Tel. 934 304 129 • Fax 934 397 358
anglofort@anglofort.es
www.anglofort.es

PROMOCIÓ I ESPECIALITATS GRÀFIQUES

FOTOLETRA

Serveis gràfics integrals

Passeig Sant Joan 198
08037 Barcelona
Tel. 93 452 52 90
Fax 93 323 64 33
www.fotoletra.es
fotoletra@fotoletra.es

SEGELLS DE GOMA

SEGELLS OLIMPICS, S.L.

FABRICANTES DE SELLOS DE GOMA

SELLOS MANUALES Y AUTOMÁTICOS
FECHADORES-NUMERADORES-TAMPONES
TINTAS-RECAMBIOS-PORTASELLOS-RODILLOS
LOTERIA-SELLOS MÁQUINA REGISTRADORA
SELLOS MARCAJE EN SECO Y LACRE
PLACAS GRABADAS EN ALUMINIO,

C/ Pere IV, 29-35 2º 6ª - 08018 BARCELONA
Tel.: 93 309 64 20 - Fax 93 300 52 47
segellsolimpics@hotmail.com

JAMSA SERVICIOS GRÁFICOS

- Plancha CTP
- Filmaciones
- Pruebas de color
- Maquetación y diseño
- Impresión Digital

Llull 51, 2º 4ª • 08005 Barcelona
Tel. 93 309 58 97 • Fax 93 309 55 07
E-Mail: jamsa@jamsa.es • www. jamsa.es

RELLEU EN SEC

RELIEVES Y DORADOS LLOBET, S.L.

Anselmo Clavé. Polígono Matacás, Nave 26
Tel. 936 853 800 - Fax 936 853 845
08980 Sant Feliu de Llobregat (Barcelona)
rydllobet@rydllobet.es
www.rydllobet.es

SERIGRAFIA

BCN PRINTS

Serigrafía y tampografía
Avda.Can Bordoll 118, Nave 10 Pol. Ind. Can Roqueta
08202 Sabadell
Tel.: 934 854 083 Email: bcnprints@bcnprints.com
www.bcnprints.es

TAMPOGRAFIA HASTA 5 COLORES
SERIGRAFIA CIRCULAR
SOBRE TODO TIPO DE SOPORTES
— RECLAMO PUBLICITARIO —
— MARCAJE INDUSTRIAL —

ESPECIALIDAD EN ESFERAS DE RELOJ
MANIPULACION INCLUIDA Y GARANTIZADA

AuraDigit

SERVEIS GRÀFICS

SERVEIS GRÀFICS I EDITORIALS

SCANNER – FOTOGRAFIA – PROVES DE COLOR
PREIMPRESSIÓ – IMPRESSIÓ OFFSET I DIGITAL
GESTIÓ EN IMPRESSIÓ I ENQUADERNACIÓ
ACABATS I MANIPULATS
DISSENY GRÀFIC – MAQUETACIÓ
TRADUCCIÓ A DIFERENTS IDIOMES
CORRECCIÓ ORTOTIPOGRÀFICA I D'ESTIL

www.auradigit.com | taller@auradigit.com | 93 300 39 12

RELLEU EN TERMOGRAVAT

imprelux®

CASA FUNDADA 1920

RELLEU A L'ACER - TERMORELLEU - RELLEU EN SEC

Pasaje Bellaterra, 19 - 08203 SABADELL
Tel. 93 726 11 60 - Fax 93 726 11 60
info@imprelux.com
www.imprelux.com

www.grifoll.com
grifoll@grifoll.com
+34 93 5883892

GRIFOLL PRINT PROMOTIONS

ESPECIALISTAS EN OFFSET Y SERIGRAFIA:
- Soportes plásticos
- Tintas especiales
- Boletos promocionales
- Lenticulares y 3-D
- Tatuajes

CRTA. DE GRACIA A MANRESA, KM. 18,5
APARTADO 79 - 08191 RUBÍ - BARCELONA - SPAIN

ART&SERVEI

INDUSTRIA GRÀFICA

Impressió òfset UVI sobre materials metal·litzats, poliesters i plàstics.

C/ Caracas, 13-15, Nave 19, 08030 Barcelona
Tel. 933 461 854* - Fax 933 450 012
www.artiservei.com • e-mail: artiservei@artiservei.com

Termorelieve - Relieve Seco
Estampación - Offset - Digital

Termografic Industrial

RELIEVE MODERNO

Pere IV, 29-35, 5è 5a - 08018 Barcelona
Tel. 93 309 80 11 - Fax 93 309 84 66
termografic@termografic.net - www.termografic.es

serigrafia / tampografia / banderoles / pancartes
adhesius / digital gran format / regal promocional
regal d'empresa / tèxtil promocional / tèxtil laboral
retolació de vehicles / disseny gràfic

T. 938 861 215
www.graficser.com

graficser comunicació gràfica global

PROMOCIÓ I ESPECIALITATS GRÀFIQUES

www.grifoll.com
grifoll@grifoll.com
+34 93 5883892

GRIFOLL PRINT PROMOTIONS

ESPECIALISTAS EN OFFSET Y SERIGRAFIA:
- Soportes plásticos
- Tintas especiales
- Boletos promocionales
- Lenticulares y 3-D
- Tatuajes

CRTA. DE GRACIA A MANRESA, KM. 18,5
APARTADO 79 - 08191 RUBÍ - BARCELONA - SPAIN

RETOLACIÓ

digital graphic

Servicios Gráficos

Implantación de imagen corporativa, recorte de vinilo adhesivo para senyalización, stans, vehículos, etc...

Laforja 54 - 08006 Barcelona
T. 93 202 38 48 / Fax. 93 202 13 21
www.digitalgraphic.net

SERVEIS GRÀFICS

LV

SERVICIOS INTEGRALES EN ARTES GRÁFICAS

- Tratamiento digital
- CTF-CTP
- Impresión offset digital
- Dato Variable
- Vallas publicitarias
- Rotulación
- Creación de stands

Avda. Carrilet, 237 2ª planta
08907 L'Hospitalet de LL. (BCN)
Tel. 93 338 48 03 - Fax 93 337 40 20
comercial@grupograficolv.com

www.grupograficolv.com

SERVEIS GRÀFICS

disgrafservei

Aplicacions gràfiques d'última generació

Impressió serigrafica convencional i UV
Tintes Planes - Quadricromies - Especials
Vernis UV - UV. Relleu - UV Texturat
Petit i Gran Format fins 135x280 Cm
Metacrilats - Vending - Opis - Adhesius
Tintes Rascables - Microencapsulades
Fotocromàtiques - Termocromàtiques
Glitters - Purpurines - Aromas - Floc
Tot tipus de materials

Penedès 7, nau 14 - P. I. Can Casablancas
08192 - Sant Quirze del Vallès (BCN)
e.mail: disgraf@disgrafservei.com
Tel. 93 721 18 48
Fax. 93 721 37 51
Mòbil: 666 62 72 69

TREPADORS

troqueles Rubio®

Josep Pla, 163 - 08020 BARCELONA
Tel. 93 266 27 66 - Fax 93 307 81 31
info@troquelesrubio.cat
www.troquelesrubio.cat

TREPADORS

troqueles CIAMGRAF, S.A.

TROQUELES CON TECNOLOGÍA LÁSER

Avgda. Remolar, 7
Tels. 93 478 54 24 - 93 478 79 64
Fax 93 370 94 45 - 08820 El Prat de Llobregat
ciamgraf@gmail.com - www.ciamgraf.com

SERVEI INTEGRAL D'ARTS GRÀFIQUES

oligràfic globalprint®

Av. Generalitat de Catalunya, 8
08320 El Masnou (Barcelona)
Tels.: 93 540 50 75 · 93 555 71 63
info@oligrafic.com · www.oligrafic.com

CARTERBOX

CAIXES I EMBALATGES PUBLICITARIS

- CONTRAENCOLADORA 160 X 140 CM ¡NOVEDAD 2012!
- TROQUELADOS FORMATO MAX. 220 X 150 CM
- MANIPULADOS P.L.V.
- FABRICACIÓN CAJAS CARTON ONDULADO

CARTONATGES TERRASSA, S.L.
Tel. 93 862 79 10
Fax. 93 862 79 11
carter@carterbox.com
Pol. Ind. La Borda
C/ Garraf 2-D
08140 Caldes de Montbui
www.carterbox.com

SAMAGRAF

S.A. MANIPULADOS GRÁFICOS

TROQUELADOS Y CONFECCIÓN DE ENVASES, MATERIAL PROMOCIONAL Y PLV

C/. Cobalto, 2
Tel. 933 375 016 Fax 933 375 854
08907 L'HOSPITALET DE LLOBREGAT
(Barcelona)

TIPOGRAFIA ÒFSET

1942-2017 75 ANIVERSARI

GRÁFICA CROMOTIP S.L.

Tarjetas - Sobres - Cartas - Etiquetas
Folletos - Revistas - Carteles - Calendarios
Carpetas - Prospectos - Cajas Laboratorio

Cobalt, 8 - 08038 Barcelona
Tel. 93 223 09 10
cromotip@cromotip.com

ACABADOS GRAFICOS MONTMAR, S.A.

CONTRAENCOLADOS
TROQUELADOS
ENGOMADOS
MANIPULADOS
DISPLAYS , ETC.

Tibidabo, 36-42
Tel. 93 462 29 26 - Fax 93 462 26 00
08930 - Sant Adrià del Besòs
(Final c/ Guipúzcoa) Barcelona
jp@agmontmar.com - www.agmontmar.com

troquelajes barcino

TROQUELATS, MANIPULATS,
PLEGATS I DISPLAYS

Rodríguez, 3 08028 BARCELONA
Tel/Fax. 93 490 08 23
troquelajesbarcino@gmail.com

TREPADORS

ARTROK S.L.

TROQUELES PARA ARTES GRAFICAS

Avda. Alpes, Nave 6 (Ctra. L'Hospitalet)
08940 CORNELLÀ DE LLOBREGAT
Tel. 93 377 70 00 - Fax 93 475 00 85
troqueles@artrok.com
www.artrok.com

digital graphic

Troquelado Digital

Servicio de corte de maquetas
PVC, cartón, microcanal, etc...

Laforja 54 - 08006 Barcelona
T. 93 202 38 48 / Fax. 93 202 13 21
www.digitalgraphic.net

PLASTIFICADOS, TROQUELADOS
Y ENGOMADOS GRÁFICOS

FAMIBERNES, S.L.

Pge. Torrent d'Estadella, nave N
08030 Barcelona
Tel. 93 314 03 17 - Fax 93 313 51 25
famibernes@famibernes.com
www.famibernes.com

TROQUELAJES

SAYMA, S.L.

Cajas - Estuches - Dossiers - Etiquetas
Carpeteria - Displays - Fundas CD

08038 Barcelona
Tel. 93 223 79 59
t.sayma@gmail.com

TROQUEL GRAFIC

Ctra. Mollet, Km. 1,3 - 08210 Barberà del Vallès
Tel.: 93 720 55 39 - Fax: 93 711 61 16
www.troquelgrafic.com - info@troquelgrafic.com

SERVEIS COMPLEMENTARIS PER LES ARTS GRÀFIQUES

GRAFOPLAS, S.L.

TROQUEL PLÀSTIC, S.L.

Balmes, 133
08930 Sant Adrià de Besòs
Tel. 934 622 070 - Fax 934 621 937
administracion@grafoplas.jazztel.es

Assessoria laboral

per a l'agremiat

L'assessoria laboral del Gremi està formada per un grup de professionals preparats per oferir-li el millor servei per a la seva empresa. Obtindrà resposta a totes les necessitats en l'àmbit laboral.

- Consultoria
- Servei de nòmines i Seguretat Social
- Servei d'assessorament d'aplicació del conveni a l'empresa
- Assistència lletrada

Truqui'ns
i l'informarem sense cap compromís

93 481 31 61

GREMI
INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

Gran Via de les Corts Catalanes, 645, 6è - 08010 Barcelona - Tel. 93 481 31 61 - Fax 93 481 31 73
gremi@gremi.net - www.gremi.net

Sabadell

Un compte Pensat per tal que els autònoms, els comerços, els despatxos professionals i les petites empreses es facin grans.

Compte Expansió Negocis Plus PRO

T' abonem el 10 % de la teva quota d'associat*

1 / 6

Aquest nombre és indicatiu del risc del producte. Així, 1/6 és indicatiu de menys risc i 6/6 és indicatiu de més risc.

Banco de Sabadell, S.A. es troba adherit al Fons Espanyol de Garantia de Dipòsits d'Entitats de Crèdit. La quantitat màxima garantida actualment pel fons esmentat és de 100.000 euros per dipositant.

0 comissions d'administració i de manteniment.[1]

+

TPV Amb condicions preferents.

+

Fins a 30€ mes bonificació de l'1 % en l'emissió de nòmines i assegurances socials.[2]

+

Gratis Servei Kelvin Retail, informació sobre el comportament del teu negoci.[3].

Truca'ns al 902 383 666, identifica't com a membre del teu col·lectiu, organitzem una reunió i comencem a treballar.

* Fins a un màxim de 50 euros anuals per compte, amb la quota domiciliada. L'abonament es farà durant el mes de gener de l'any següent.
Aquestes condicions es mantindran mentre es compleixin els requisits establerts en el contracte:
-Tenir un ingrés regular trimestral per un import mínim de 10.000 euros (se n'exclouen els ingressos procedents de comptes oberts en el grup Banc Sabadell a nom del mateix titular).
-I complir, com a mínim, dos dels requisits següents: un càrrec en concepte d'emissió de nòmina, un càrrec en concepte d'assegurances socials, un càrrec en concepte d'impostos o dos càrrecs en concepte de rebuts. En cas que el titular sigui un comerç, és un requisit obligatori disposar de TPV amb la nostra entitat. Es consideren comerç a l'efecte de la contractació d'aquest compte els que figuren en el llistat publicat a www.bancsabadell.com/compteexpansionegocisplus.
Aquests requisits són de compliment mensual, de manera que si al tercer mes no es compleixen aquestes condicions, automàticament el Compte Expansió Negocis Plus PRO passarà a ser un Compte Professional.
1. Rendibilitat 0% TAE.
2. Si hi domicilies conjuntament l'emissió de nòmines i assegurances socials te'n bonifiquem, cada mes, l'1 %, amb un màxim de 30 euros/mes.
3. Comptaràs amb un servei periòdic d'informació actualitzada sobre el comportament del teu comerç, els teus clients i el teu sector, per ajudarte en la presa de decisions.

bancsabadell.com

Document publicitari. Data d'emissió: Abril 2017
Condicions revisables en funció de l'evolució del mercat. S'aplicaran les que estiguin en vigor al banc en el moment de la formalització.

Per informació sobre la publicitat a la revista

GREMI

poden dirigir-se a:

DEPARTAMENT DE PUBLICITAT
Marina Corominas
Tel.: 93 481 31 61 - Fax 93 481 31 73
revista@gremi.net

GREMI
INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

Gran Via de les Corts Catalanes, 645, 6è - 08010 Barcelona
Tel. 93 481 31 61 - Fax 93 481 31 73
gremi@gremi.net - www.gremi.net

RICOH
imagine. change.

Pro VC60000

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

Casi 5.000 imprentas vinieron a verla producir en drupa

- Optimizada para su uso en artes gráficas: hasta 1200 x 1200 dpi con tamaño de gota variable y dinámico a nivel de píxel, utilizando las tintas de pigmentos a base de agua propias de Ricoh, con impresión sobre una amplia variedad de papeles
- Productividad: gran velocidad de impresión, hasta 150 m/min. con un volumen mensual de hasta 40 millones de impresiones
- Fiabilidad: basada en los cabezales de impresión piezoeléctricos de gran duración de Ricoh, y respaldada por la amplia experiencia en soporte y servicio de Ricoh
- Arquitectura y estándares abiertos: flexible y ampliable para satisfacer las necesidades futuras, con un nuevo controlador de última generación diseñado por Ricoh

production.printing@ricoh.es

Su confianza nos abre
un mundo de posibilidades
Your confidence open us
a world of possibilities

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

Simwhite
Simwhite cx
Simcote

¡NUEVAS REFERENCIAS,
DESCÚBRELAS!

comart
comartsa.com

LISBOA - MADRID - BARCELONA - LYON