GREMI

INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

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

263 / 3er trimestre 2018

LOS PRINCIPALES RETOS DE LA MUJER EN LA EMPRESA FAMILIAR

LEY 6/2018, DE 3 DE JULIO, DE LOS PRESUPUESTOS DEL ESTADO PARA EL 2018

LA FUERZA DEL OPTIMISMO COMERCIAL

LIBER 2018

NUESTRA BASE DE DATOS

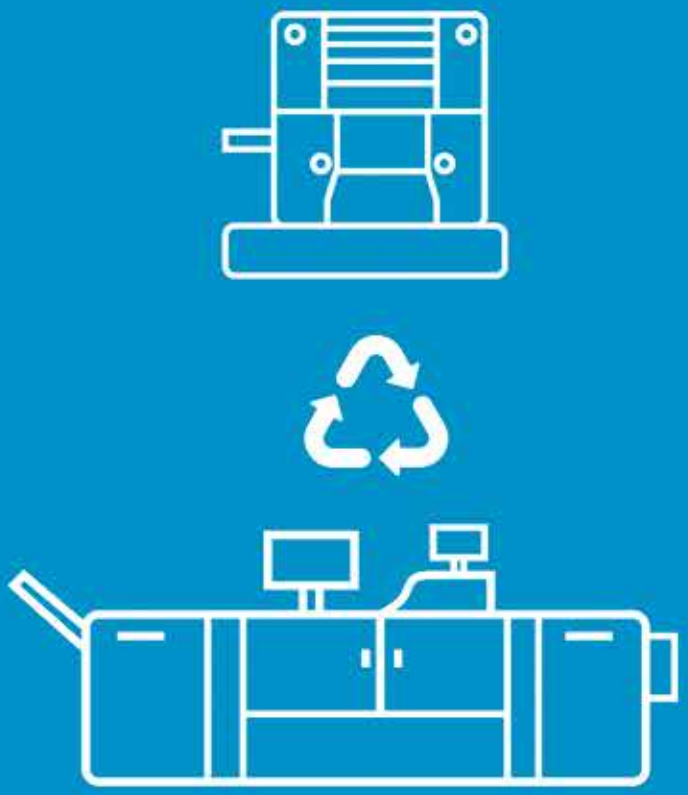
5 APLICACIONES DEL CLOUD COMPUTING PARA FIDELIZAR AL CLIENTE

7 CARACTERÍSTICAS DEL VÍDEO EN DIRECTO EN REDES SOCIALES

@GremiIndGrafCat

HEIDELBERG

NUEVO PLAN RENOVE



SUSTITUYE TU VIEJO EQUIPO OFFSET **SM 52** O **GTO**
POR UNA NUEVA **VERSAFIRE EV O EP**

Nuestro plan renove también incluye, CTPs, guillotinas y equipos offset. Pídanos valoración.
Nuestra intención es ayudarle a modernizar su parque de maquinaria.

No lo piense más, llámenos al 93 475 80 00 o escríbanos a heidelberg.hsp@heidelberg.com

Esta campaña será válida del 1 de Agosto a 31 de Diciembre de 2018 o finalizará cuando los fondos de recompra se hayan agotado.

“Totes les empreses disposem d’un crèdit bonificable per a la formació dels nostres treballadors”

IBAN CID
President

Editorial

Sempre que parlem dels reptes que ha d’encarar el sector gràfic, fem referència al canvi tecnològic, la globalització, la pressió dels clients i les dificultats de producció. Deixem de banda el primer repte que cal assolir que no és altre que el de la qualificació dels nostres treballadors. En efecte, de tots els factors que cal gestionar per garantir la viabilitat de les nostres empreses, l’únic que és del nostre abast i que disposem d’absoluta autonomia, és l’organització d’un equip humà potent i polivalent que ens faci diferencials i forts en els entorns competitius. L’única eina adient per assolir aquests reptes no és altra que la formació.

La formació com a factor de competitivitat és especialment rellevant al nostre sector. Ja fa més de 30 anys que vam decidir construir una escola per tal de facilitar al mercat de treball operaris qualificats atès que des del sector públic no eren capaços de donar resposta a la qualificació dels perfils que requeríem. Actualment l’Escola juga un doble paper, d’una banda aporta al sector treballadors qualificats i d’altra ens fa presents al col·lectiu de joves tan allunyats dels sectors industrials. Aquest cim estratègic requereix de la participació activa de tots els agremiats. Heu d’utilitzar l’Escola de forma intensiva proposant aquelles formacions que trobeu a faltar a les vostres empreses. Destineu el temps que cal per valorar com la formació us podria ajudar a ser millors. Sé que és difícil i que la pressió del dia a dia no deixa l’espai necessari de reflexió que requereixen els nostres caps de recursos humans per destinar temps a la gestió estratègica, però és ben cert que renunciar a un equip qualificat ens allunya de la possibilitat d’accedir a comandes, productes i serveis innovadors.

Per tal d’implementar aquesta política de formació, de vegades no és necessari ni tan sols destinar partides pressupostàries extraordinàries: TOTES les empreses disposem d’un crèdit bonificable per a la formació dels nostres treballadors. Des del Gremi us podem ajudar a quantificar l’import d’aquests fons i a la vegada proposar-vos plans de formació ajustats allò que requereix la vostra empresa. Podem fer cursos a l’Escola i si s’escau a les vostres instal·lacions “in company”. Heu de saber que més del 80% de les quantitats reservades per a la formació bonificada a les empreses es retorna a les arques de l’Estat perquè les empreses han rebutjat fer-ne ús. No podem continuar malmetent aquests fons, cal que repenseu la política de formació i sabeu, que a diferència d’altres sectors, comptem amb una eina potentíssima com és l’Escola Antoni Algueró. Utilitzeu-la, demaneu-nos informació i no dubteu a trucar per tal que els nostres serveis d’assessoria acadèmica es desplacin a la vostra empresa per desenvolupar plans de formació a mida.

No podem permetre’ns aquest malbaratament de recursos que s’està produint per deixadesa empresarial en l’àmbit del reciclatge dels treballadors. Ens hi juguem el futur i a l’Escola Algueró tenim el servei.

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, Enrique San Juan,
Eugènia Àlvarez, Gemma Mompart,
José Mª Hernando, Màrius Gil,
Mateo Argerich, Noemí Andrés,
Ricard Agustín i Xavier Esteban.

Impressió: Norprint, S.A.
Paper coberta: Petrapaper C2S 180 micres
cedit per Amalgamated Pulp and Paper 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.

Sumari

6 / ACTUALITAT DEL GREMI
- Los principales retos de la mujer en la empresa familiar.
- La responsabilidad del trabajador de los daños causados en el cumplimiento de sus funciones.
- Ley 6/2018 de 3 de julio, de los Presupuestos Generales del Estado para el 2018.
- Grupos y exención del IAE.
- Festes laborals a Catalunya per a l'any 2019.

16 / LEAN MANAGEMENT
- Proyectos exponenciales.

18 / SERIGRAFÍA
- ¿Y ahora qué?

20 / VENTAS
- La fuerza del optimismo comercial.

24 / ACTUALIDAD DEL SECTOR
- Buen balance al cierre de un Liber más optimista que ayudará a dinamizar el mercado editorial.
- Luminosos Villoro, seis décadas dedicados a la fabricación del neón y rotulación.
- Larga distacia. Ediciones Gráficas Rey.
- Famibernes S.L. apuesta por la nueva tecnología.
- Compromiso: Serper.
- Germark recibe 3 reconocimientos en el concurso internacional de Finat.
- Finat Radar informa que las ventas de impresoras digitales de etiquetas superan por primera vez las de máquinas tradicionales.
- Hp lanza tecnologías de impresión 3D para piezas metálicas.
- Noticias del sector.

42 / EL DESPERTADOR GRÁFICO
- Nuestra base de datos.

44 / INTERNET
- 5 aplicaciones del Cloud Computing para fidelizar al cliente.

48 / REDES SOCIALES
- 7 características del vídeo en directo en redes sociales.
- Claves para comunicar bien en redes sociales.

Los principales retos de la mujer en la empresa familiar

RICARD AGUSTÍN
FUNDADOR DE FAMILY BUSINESS SOLUTIONS Y CONSULTOR DE EMPRESAS FAMILIARES

El papel de las mujeres en la empresa familiar ha evolucionado mucho en los últimos 50 años. Ahora, a diferencia de antaño, las mujeres tienen la posibilidad de acceder a la empresa de la familia y desarrollar su carrera profesional en ella. Sin embargo, en muchas empresas familiares todavía se siguen encontrando con más obstáculos que los hombres, tanto a nivel profesional como dentro de su propia familia, y no gozan de las mismas oportunidades.

Los roles familiares

Las mujeres han estado tradicionalmente asociadas a los roles familiares por lo que hasta no hace mucho su participación en la empresa familiar se relegaba básicamente a los ámbitos más emocionales, como la transmisión de valores, la promoción de la unión familiar, la resolución de conflictos, y el liderazgo emocional. Su aportación al negocio estaba principalmente ligada a aquellos aspectos relacionados con la familia, de manera que, aunque las mujeres actuaban como catalizadoras de las emociones y como mediadoras en los

conflictos familiares, no tenían una participación directa en la gestión de la empresa ni estaban implicadas en el día a día.

Afortunadamente, en los últimos 50 años, a nivel profesional en la empresa familiar, la mujer ha pasado de no participar en el negocio de la familia o de hacerlo solo para desempeñar una función armonizadora y conciliadora a tener un rol activo muy activo en él. Sin embargo, en algunas empresas las mujeres siguen asociadas a los roles familiares que apuntábamos al principio, y esto hace que no se las anime a entrar en el mundo de la empresa familiar desde pequeñas ni se las forme para ello, y que tampoco se las informe de temas relacionados con el negocio, como sí que pasa habitualmente en el caso de los chicos.

La maternidad y la conciliación

Muy ligado con el punto anterior, todavía hoy hay bastantes familias que siguen creyendo que las mujeres deben tener una mayor implicación que los hombres en cuidar de la familia y del hogar. Estos roles de género que imperan en la familia empresaria a menudo se trasladan inconscientemente también a la empresa familiar y esto hace que en muchas de estas compañías la maternidad sea uno de los momentos en los que las mujeres se encuentran con más dificultades.

A pesar de que los negocios familiares podrían parecer más flexibles en lo que a conciliación familiar se refiere, lo cierto es que conseguir conciliar el trabajo en la empresa familiar con la maternidad y la familia y hacerlo siendo igualmente respetada en el negocio familiar no es fácil. De hecho, en ocasiones, es la misma familia la que presiona a la mujer que se encuentra en esta situación para que opte por cuidar de su familia en detrimento de su carrera.

La preferencia por el hijo varón

Ahora bien, es durante el relevo generacional, cuando hay que escoger al sucesor o sucesores del negocio, cuando se hace más evidente el “techo de cristal” que frena a las mujeres. Todavía hay algunos padres que siguen sin ver a sus hijas como las herederas del negocio y como sus sucesoras al frente del mismo, a pesar de que ellas se hayan preparado académicamente y profesionalmente durante años y de que tengan las competencias necesarias para ello. La razón más común es que creen que cuando sus hijas tengan una familia podrán dedicar menos tiempo al negocio que sus hijos.

Esto hace que en algunas familias empresarias siga existiendo una cierta preferencia por que sean los hijos varones quienes continúen con el negocio familiar, aunque no sean los más idóneos para continuar, especialmente por los primogénitos. Este hecho es más acusado en zonas rurales y en pequeñas ciudades.

Esta situación suele crear una sensación de desmotivación muy fuerte en las mujeres de la familia que trabajan en la empresa familiar, ya que acaban por no ver reconocidos sus méritos ni satisfechas sus aspiraciones a dirigir el negocio. Afortunadamente, esto no ocurre en todos los negocios familiares, y hay muchas mujeres que han podido erigirse como líderes de la empresa familiar con la total confianza de la familia en su capacidad y en su compromiso con el negocio.

Conclusiones

Las mujeres han tenido que superar muchos obstáculos para poder acceder a la empresa familiar y conseguir que se las valore como miembros iguales en el negocio por sus capacidades, cualidades y habilidades profesionales. Pero, afortunadamente, ahora contamos con mujeres en el seno de la compañía, muy preparadas y formadas, con los dotes de liderazgo y las competencias necesarias para ocupar puesto directivos en la empresa familiar con mucho éxito.

Sin embargo, como hemos visto a lo largo de este artículo, no sería justo decir que hay una completa igualdad entre ambos géneros en los negocios familiares. Y a esta situación, hay que sumarle que, en algunas empresas familiares, todavía las mujeres tienen sueldos más bajos que los hombres, incluso en los puestos de alta dirección. Como veis, aún queda mucho camino por recorrer para alcanzar la plena igualdad de oportunidades y el mismo reconocimiento entre ambos sexos.

MATEO ARGERICH
ABOGADO - ASESOR LABORAL DEL GREMI
Profesor de Derecho del Trabajo y Seguridad Social en la Universidad de Barcelona

LA RESPONSABILIDAD DEL TRABAJADOR DE LOS DAÑOS CAUSADOS EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES

Uno de los temas que recurrentemente ocupa la consulta profesional, pero que pocas veces llega a la Justicia Laboral, es el que tiene que ver con los daños intencionados o no, producidos por el trabajador ya sea en los bienes de producción, en las herramientas de trabajo, la producción misma.... por no decir las posibles multas de tráfico. Ante esta situación nos preguntamos ¿qué posibilidades tiene un empresario de repercutir sobre el trabajador los daños que este le cause a él o a un tercero en el cumplimiento de sus funciones?

La respuesta es afirmativa, pero no existe unanimidad en los tribunales.

Hemos de tener en cuenta en primer lugar, que para derivar la responsabilidad por daños causados por el trabajador a su empresario debemos acudir a la responsabilidad contractual consagrada en el Art. 1101 del Código Civil, en el que se establece que *"quedan sujetos a la indemnización de los daños y perjuicios causados los que en el cumplimiento de sus obligaciones incurrieren en dolo, negligencia o morosidad, y los que de cualquier modo contravinieren el tenor de aquéllas."*

Si bien dicho precepto es claro, las posiciones respecto a derivar responsabilidad por daños y perjuicios al trabajador que actuó dolosa o negligentemente no son pacificas, pudiendo resumirlas en tres corrientes doctrinales:

a) La primera niega la posibilidad de que el empresario tenga derecho a reclamar a sus empleados una indemnización de daños y perjuicios causados.

b) La segunda defiende que el empresario tendrá derecho a una indemnización por incumplimiento del trabajador de sus obligaciones contractuales en caso de que este incumplimiento sea doloso o negligente.

c) Y la tercera, participando de las dos, establece que el empresario tendrá derecho a la indemnización **pero sólo en caso de incumplimientos dolosos o gravemente negligentes.**

Los defensores de la primera corriente doctrinal establecen que no son exigibles los daños y perjuicios al trabajador, puesto que el Estatuto de los Trabajadores no lo permite. Los fundamentos utilizados por esta tesis interpretativa son los siguientes:

- El primer argumento utilizado se basa en que no son aplicables los Artículos 1101 y 1124 del Código civil, puesto que tiene preferencia aplicativa la legislación especial sobre la general, es decir, la legislación laboral sobre la civil. De esta manera, el ordenamiento laboral en los Arts. 55 y 58 del ET, establece un efecto distinto a la indemnización de daños y perjuicios para los incumplimientos laborales, cual es la sanción disciplinaria.

- El segundo motivo se basa en que la característica fundamental del contrato de trabajo es la ajenidad, tanto en los frutos como en los riesgos. Ajenidad en los frutos, los cuales el trabajador no recibirá. Ajenidad en los riesgos por cuanto es el empresario el que asume el riesgo de un incumplimiento laboral no pudiendo exigir responsabilidad al trabajador, puesto que en ese caso el riesgo caería sobre el propio trabajador y no sobre el empresario.

- Un tercer argumento utilizado por esta corriente establece que el Estatuto de los Trabajadores únicamente contempla la indemnización a cargo del trabajador por incumplimiento de sus deberes laborales en el singular caso en que vulnera la obligación de permanencia (Art. 21.4 ET). De esta manera el hecho de que en determinados preceptos se establezca el derecho del empresario a una indemnización por incumplimiento del trabajador da a entender que, *"a sensu contrario"* no existe derecho a indemnización en los demás casos.

La segunda posición doctrinal, por el contrario, niega que la ajenidad haga impermeable al trabajador ante responsabilidades derivadas por incumplimientos contractuales. Así pues, defienden la aplicación directa del Art. 1101 del Código Civil con en base en el Art. 4.3 del mismo texto legal, que

establece la supletoriedad de la legislación civil. Esta tesis entiende que en los casos de reclamación de daños y perjuicios a los trabajadores no debe ser el valor del trabajo lo que propicie el perjuicio económico, sino el incumplimiento de las directrices de la empresa y la vulneración de las obligaciones concretas de su actividad laboral.

Este incumplimiento, junto con los daños causados por él, no pueden bajo ningún concepto quedar amparados bajo la ajenidad del trabajo, ya que ese perjuicio no es fruto de la actividad laboral del empleado sino del incumplimiento de las obligaciones concretas de su puesto de trabajo. Se evita con ello que el trabajador dentro de sus funciones laborales tenga una inmunidad absoluta respecto a los resultados que su comportamiento pudiera provocar.

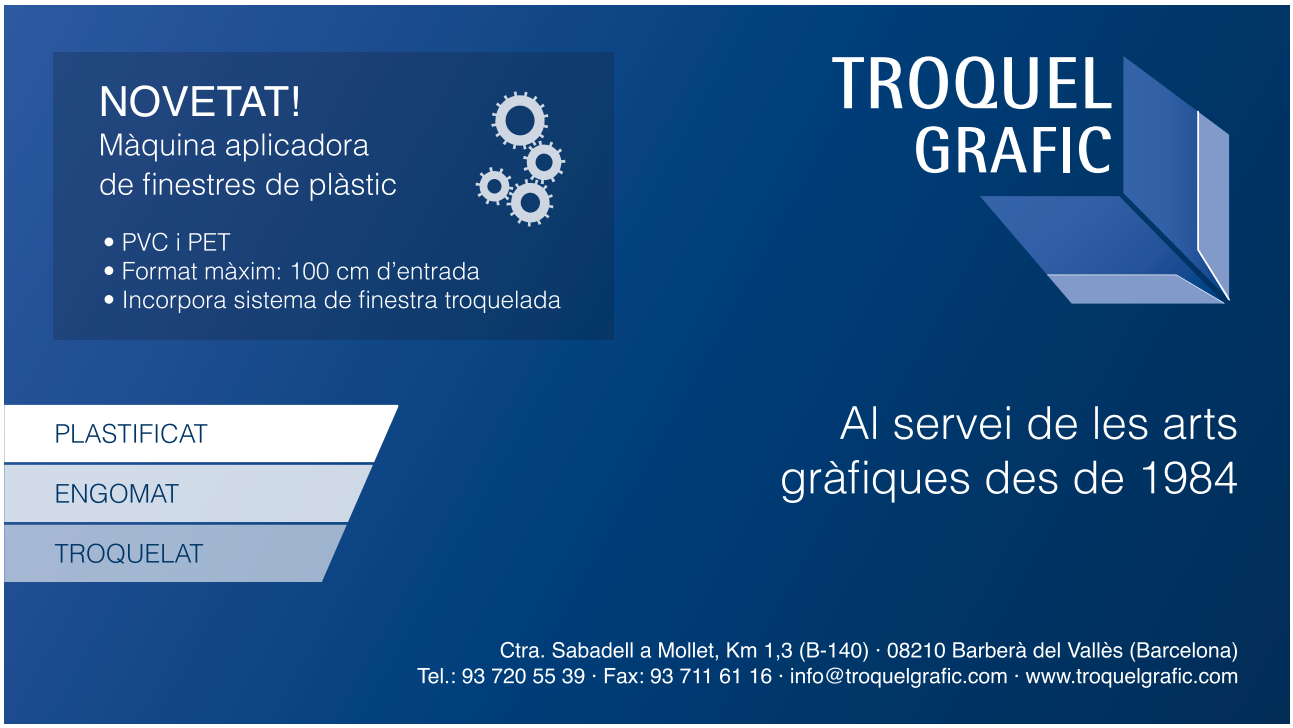
Una tercera posición doctrinal intermedia establece que el trabajador no es inmune a las consecuencias de sus actos pero que tampoco se puede aplicar la responsabilidad contractual del ordenamiento civil sin matizaciones.

Esta última opción es la recogida por el Tribunal Supremo en su Sentencia de 14 de noviembre de 2007, que establece que, derivado del deber laboral básico de cumplir con las obligaciones concretas de su puesto de trabajo conforme a las reglas de la buena fe y la diligencia (Arts. 5.1 a), 20 y 54.2 b) ET), el trabajador debe responder (vía indemnizatoria inclusive) de sus actos, pero no por ello se puede trasladar sin matización alguna las normas reguladoras de la responsabilidad contractual por dolo o culpa del Código Civil (Arts. 1101 y ss del Código Civil).

El Tribunal Supremo se apoya en la doctrina de la ajenidad del contrato de trabajo precisando que en el ámbito laboral es necesario que el incumplimiento sea doloso o que la culpa sea *"grave, cualificada o de entidad suficiente"* para que dé lugar a la indemnización. Es decir, **no todo error, fallo, y olvido del trabajador dará lugar a la indemnización de daños y perjuicios** que cause su actuar, lo que obliga a estar a las circunstancias de cada caso para valorar el grado de desatención de las medidas y cuidados exigibles a todo trabajador. En este sentido el Tribunal Supremo, llega a afirmar que hay que *"distinguir entre la negligencia que puede justificar un despido y la más grave que, además, obliga a indemnizar"*. Así pues, si de acuerdo con el Art. 54 del ET sólo un incumplimiento *"grave y culpable"* puede justificar la sanción del despido, cabe entender que para solicitar una indemnización la negligencia del trabajador debe ser al menos muy grave y culpable.

A nuestro entender, y alineándonos con la corriente defendida por el Tribunal Supremo y con un sector de la doctrina, es necesaria la presencia de dolo o de una negligencia cualificada, superior a la necesaria para el despido, para justificar una reclamación de daños y perjuicios al trabajador.

Efectivamente, el trabajador no puede ser inmune a las consecuencias de sus actos en el ámbito laboral, pero esta responsabilidad no puede ser la responsabilidad civil del Art. 1101 del Código Civil, sino que es necesario en el ámbito laboral la presencia de un incumplimiento doloso o que la negligencia sea muy grave, puesto que para negligencias de menor envergadura el ordenamiento laboral ya posee el régimen disciplinario.



LEY 6/2018, DE 3 DE JULIO, DE LOS PRESUPUESTOS GENERALES DEL ESTADO PARA EL AÑO 2018

Con el objetivo de seguir reduciendo el déficit público y cumplir los compromisos de consolidación fiscal con la Unión Europea, el 3 de julio fue publicada la Ley 6/2018, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2018.

Destacamos a continuación los puntos fundamentales que afectan al ámbito laboral y seguridad social:

1) Las pensiones se revalorizan un 0,25%, si bien algunas pensiones se incrementan entre un 1% y un 3% según el tipo y su nivel.
A este 0,25%, recogido en el art. 35 y ss., se le debe incrementar un 1,35% adicional, de acuerdo con la Disposición Adicional 51ª .
Los incrementos superiores (incremento del 2,75% adicional) afectan a las pensiones mínimas, las no contributivas, aquellas sin derecho a complementos a mínimos y las de viudedad, lo que supone una mejora para otros 6 millones de pensionistas.
Como los efectos de estos incrementos son retroactivos, es decir, desde el 1 de enero de 2018, los pensionistas recibirán una "paga extra" con los atrasos correspondientes.
El art. 38 establece los límites del señalamiento inicial de las pensiones públicas, que se establecen en 2.580,13 euros/mes o 36.121,82 euros/año.
El porcentaje de la base de cotización de las pensiones de viudedad para pensionistas con 65 o más años que no perciban otra pensión pública pasa del 52% al 56% (Disposición Adicional 44ª). Este incremento alcanzará el 1,6% el 1 de enero de 2019.

2) Factor de Sostenibilidad
La aplicación del factor de sostenibilidad, que introduce la esperanza de vida en el cálculo de la pensión, queda en suspenso. Se llevará a cabo una vez que, en el seno de la Comisión de Seguimiento y Evaluación de los Acuerdos del Pacto de Toledo, "se alcance un acuerdo acerca de la aplicación de las medidas necesarias para garantizar la sostenibilidad del sistema", según el propio texto de los presupuestos.

3) La base de cotización máxima a la Seguridad Social se incrementa un 1,4% (art. 130).
El tope máximo de la base de cotización en todos los regímenes queda fijado en 3.803,70 euros/mensuales o 126,79 euros/día, a partir del 1 de agosto de 2018. El tope mínimo es el importe del salario mínimo interprofesional para 2018, incrementado en un sexto.
Se mantienen los tipos de cotización por contingencias comunes y horas extraordinarias.
En cuanto a los trabajadores autónomos, el incremento es asimismo de 1,4% quedando la base máxima en 3.803,70 euros /mensuales y la base mínima en 932,70 euros/mensuales.

4) Se fija la base mínima de cotización, para los trabajadores autónomos que en algún momento del año 2017 y de manera simultánea hayan tenido contratado a su servicio un número de trabajadores por cuenta ajena igual o superior a diez, en 1.199,10 euros mensuales, aplicable a partir del 1 de agosto de 2018. Antes se regían por la base mínima para los trabajadores encuadrados en el grupo de cotización 1 del Régimen General (art. 130.Cinco.11).

5) Se amplía el permiso por paternidad a 5 semanas (Disposición Final 38ª)
Con la modificación del art. 48.7 y la Disposición Adicional 19ª.2 ET, se amplía una semana más de las cuatro vigentes, que son ininterrumpidas, si bien esa quinta semana podrá disfrutarse en otro momento dentro de los 9 meses siguientes al nacimiento, previo acuerdo con el empresario.
Y se establece que la suspensión del contrato por esta causa podrá disfrutarse en régimen de jornada completa o parcial de un mínimo del 50%, asimismo previo acuerdo de las partes.
En consecuencia, también se modifica el art. 185 LGSS en relación a la prestación económica.

6) El tipo de interés legal del dinero queda establecido en el 3,00%, y el demora en el 3,75% (Disposición Adicional 57ª).

7) Se mantiene la cuantía del IPREM (Disposición Adicional 119ª)
– 17,93 euros/día,
– 537,84 euros/mes y
– 6.454,03 euros/año.

8) Se regula una ayuda económica de acompañamiento a jóvenes inscritos en el Sistema Nacional de Garantía Juvenil con menor formación que suscriban un contrato para la formación y el aprendizaje (Disposición Adiciona 120ª).
Esta ayuda asciende al 80% del IPREM y tiene la duración del contrato hasta un máximo de 18 meses. Es importante destacar que esta ayuda no cotiza.
De acuerdo con la Disposición Final 46ª esta ayuda entrará en vigor el 4 de agosto de 2018.

9) Se prevé la bonificación por conversión en indefinidos a jornada completa de los contratos para la formación y el aprendizaje celebrados con jóvenes beneficiarios de la ayuda compensatoria de la Disposición Adicional 120ª.
La bonificación se concede a las empresas y autónomos que les hayan contratado, y asciende a 250 euros/mes o 3.000 euros/año durante un periodo de 3 años (Disposición Adicional 121ª).

10) Se mantiene la bonificación del 50% de la cotización empresarial en caso de cambio de puesto de trabajo por riesgo durante el embarazo o durante la lactancia natural, o de enfermedad profesional (Disposición Adicional 122ª).

11) Se establecen medidas de apoyo a la prolongación de la actividad de los trabajadores fijos discontinuos en los sectores de turismo, comercio y hostelería vinculados a la actividad turística (Disposición Adicional . 123ª).
Medidas que consisten en una bonificación del 50% de las cuotas empresariales a la Seguridad Social por contingencias comunes, Desempleo, FOGASA y FP de esos trabajadores. Esta bonificación tendrá efectos desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2018.

12) Al menos la mitad de los fondos provenientes de la cuota de Formación Profesional financiará las iniciativas formativas para los trabajadores ocupados y se prevé asimismo la aplicación de esos fondos a la financiación de la formación profesional para el desempleo (Disposición Adicional 124ª).

13) Se crea la Tarjeta Social Universal (Disposición Adicional 141ª)
Servirá para mejorar y coordinar las políticas de protección social de las diferentes administraciones públicas, a cuyo fin incluirá la información actualizada correspondiente a todas las prestaciones sociales de contenido económico, financiadas con cargo a recursos públicos, y los datos identificativos de sus titulares, los beneficiarios, cónyuges y otros miembros de las unidades familiares, y los importes y clases de las prestaciones abonadas y la fecha de efectos de su concesión o reconocimiento. La Disposición Transitoria. 3ª establece además que, a partir de su puesta en funcionamiento, previsto a los 3 meses de la entrada en vigor de la Ley (Disposición Final 46ª), el contenido del actual Registro de Prestaciones Sociales Públicas quedará integrado en la Tarjeta, por lo que desaparece el citado Registro, con la derogación del art. 72 LGSS.

14) Subsidio extraordinario por desempleo (disp. final 40ª)
Se añaden las Disposición Adicional . 27ª y Disposición Transitoria 30ª a la LGSS que regulan este subsidio tras agotar prestación por desempleo, subsidio por desempleo, las ayudas económicas vinculadas al Programa de renta activa de inserción (RAI) o el Programa de recualificación profesional de las personas que agoten su protección por desempleo (PREPARA).

15) Trabajo autónomo a tiempo parcial
La Disposición Adicional. 126ª mantiene el aplazamiento de la posibilidad de trabajar a tiempo parcial para los trabajadores autónomos establecía en la Ley 20/2007, de 11 de julio, del Estatuto del Trabajo Autónomo.

NOEMÍ ANDRÉS
ABOGADA - ASESORA FISCAL DEL GREMI

GRUPOS Y EXENCIÓN DEL IAE

El IAE, o impuesto sobre actividades económicas, es un impuesto que muchas pequeñas empresas pudieron dejar de pagar hace ya algunos años gracias a la exención que la Ley de Haciendas Locales estableció en relación al importe neto de la cifra de negocios. Más concretamente la norma dispuso que quedarían exentos del impuesto, entre otros: (i) las personas físicas y (ii) los sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades que tuvieran un importe neto de la cifra de negocios inferior a 1.000.000 de euros. A estos efectos, se establecían tres precisiones:

- En primer lugar, que para los sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades, el importe neto de la cifra de negocios a tener en cuenta debía ser la del período impositivo cuyo plazo de presentación de declaración hubiese finalizado el año anterior al del devengo del IAE. Es decir, siempre que el ejercicio de la empresa coincida con el año natural, para determinar si aplica la exención en el IAE en el ejercicio 2018 debe atenderse al importe neto de la cifra de negocios del periodo correspondiente al año 2016.

- En segundo lugar, es importante recordar que para aplicar esta exención a cualquier actividad desarrollada por el sujeto pasivo, debe atenderse al importe de la cifra de negocios del conjunto de las actividades económicas ejercidas por él.

- Por último, la norma establecía que cuando la entidad formaba parte de un grupo mercantil de sociedades (en el sentido del artículo 42 del Código de Comercio), el importe neto de la cifra de negocios que se debía tener en cuenta era el **del conjunto de entidades pertenecientes a dicho grupo.**

Pues bien, hasta hace escasos meses, la Agencia Tributaria interpretaba este precepto entendiendo que resultaba aplicable a cualquier grupo de sociedades que cumpliera los requisitos del artículo 42 del Ccom., con independencia de que consolidaran o no mercantilmente. Sin embargo, el Tribunal Supremo, en sentencia de 6 de marzo de 2018, número de recurso 181/2017, ha interpretado que esta cláusula, sólo resulta aplicable a aquellos grupos mercantiles cuya sociedad dominante resulta obligada a formular y presentar cuentas anuales consolidados. De lo contrario, el importe neto de la cifra de negocios no debe sumarse y se computa, a todos los efectos, a nivel individual.

Por tanto, y como **primera conclusión**, es necesario revisar las cuotas del IAE de las empresas que formen parte de grupos mercantiles pero que no tengan obligación de consolidar mercantilmente para verificar si, en base a esta nueva interpretación, cabe aplicar la exención del millón de euros.

Otro aspecto importante es que este criterio puede permitir reducir la cuota del IAE de aquellas empresas que no estén exentas porque superen el millón de euros de importe neto de la cifra de negocios. Recordemos que para calcular la cuota del IAE se aplican unos coeficientes de ponderación que aumentan en función del importe neto de la cifra de negocios.

Hasta la fecha, esta cifra se calculaba también de forma conjunta cuando las sociedades pertenecían a un grupo mercantil. Pues bien, con este nuevo criterio jurisprudencial, aquellos grupos que no tengan la obligación mercantil de formular y presentar cuentas anuales consolidadas, deberán tomar como cifra para hallar el coeficiente de ponderación, el importe neto de la cifra de negocios individual de la sociedad y no la del grupo, lo que también puede suponer un importante ahorro.

Por tanto, como **segunda conclusión**, cabe revisar el coeficiente de ponderación que se está aplicando a la cuota del IAE de aquellas sociedades que pertenezcan a un grupo mercantil que no consolide mercantilmente, pues es muy probable que esta cuota quede reducida.

RICOH
imagine. change.

La impresora digital que se cree una impresora offset

- Resolución 2400x4800 dpi
- 115 y 135 páginas por minuto
- Registro mecánico dinámico y verificado
- Autocalibración de color al vuelo
- Medición de consistencia de color sobre 500 puntos por pliego
- Banner 1.260 mm (dúplex 1.030 mm)
- Desde 52 hasta 470 g/m² (600 µm)
- Panel de 17" con acceso al DFE
- Mínimos procesos de ajuste entre trabajos
- Doble cuerpo y refrigeración líquida

Serie Ricoh Pro C9200 Graphic Arts Edition

Festes laborals a Catalunya per a l'any 2019

L'any 2019 inclourà 12 festes d'àmbit català, a les quals els ajuntaments podran afegir-hi dues festes locals. Seran festes laborals a Catalunya durant l'any 2019 les següents:

1 de gener (Cap d'any)
19 d'abril (Divendres Sant)
22 d'abril (dilluns de Pasqua Florida)
1 de maig (Dia del Treball)
24 de juny (Sant Joan)
15 d'agost (l'Assumpció)
11 de setembre (Diada Nacional de Catalunya)
12 d'octubre (Festa Nacional d'Espanya)
1 de novembre (Tots Sants)
6 de desembre (Dia de la Constitució)
25 de desembre (Nadal)
26 de desembre (Sant Esteve)

Al territori d'Aran, d'acord amb el que estableixen el Decret 152/1997, de 25 de juny, i el Decret 146/1998, de 23 de juny, pels quals es modifica el Decret 177/1980, de 3 d'octubre, sobre el calendari de festes fixes i suplents en aquest territori, la festa del dia 26 de desembre (Sant Esteve) queda substituïda per la del dia 17 de juny (Festa d'Aran).

J.A.V. TROQUELADOS Y MANIPULADOS J.A.V. PLASTIFICADOS Y ENGOMADOS J.A.V.

JUAN A. VELASCO, S.L.

C/. Ifni, 20-22 – 08930 Sant Adrià de Besòs (Barcelona)
Tel. 934 620 388 – Fax 934 621 853 – www.javelasco.com

La calidad como objetivo prioritario

Ponemos a su disposición nuestra tecnología, experiencia y profesionalidad en: plastificado, troquelado, engomado y manipulado

ENGOMADORA

Tamaño:
máximo 115 cm
mínimo 10 cm
incorpora sistema **MARKEM-IMAJE**
(impresión de código variable alfanumérico)

PLASTIFICADORA

Tamaño:
máximo 120x160 cm
mínimo 30x21 cm

TROQUELADORA

Tamaño:
máximo 86x114 cm
mínimo 20x20 cm

www.gremi.net

T’assessorem, t’informem,

et formem, t’ajudem.

GREMI
INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

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
www.gremi.net - gremi@gremi.net
@GremiIndGrafCat

La Mejora Continua aplicada a la Industria Gráfica (52)

PROYECTOS EXPONENCIALES

MÀRIUS GIL
INGENIERO INDUSTRIAL
Director de Operaciones en Actio Global
mgil@actioglobal.com

A lo largo de la historia de la humanidad siempre se ha asociado la productividad a la cantidad de personas disponibles para una determinada actividad. Tanto si nos referimos a procesos de manufactura, como si se trata de procesos administrativos o de la ejecución de proyectos, la capacidad de producción de un equipo siempre se ha relacionado con el número de manos disponibles para realizar el trabajo.

Este principio se ha aplicado con éxito a lo largo del tiempo bien se tratara en su época de procesos manuales como posteriormente, durante el siglo XX, de procesos industriales. Se trata de un modelo lineal de gran utilidad para realizar previsiones tanto de los tiempos de producción como de los recursos necesarios para realizar una actividad. Un incremento de recursos se traduce en una reducción proporcional de los tiempos de ejecución.

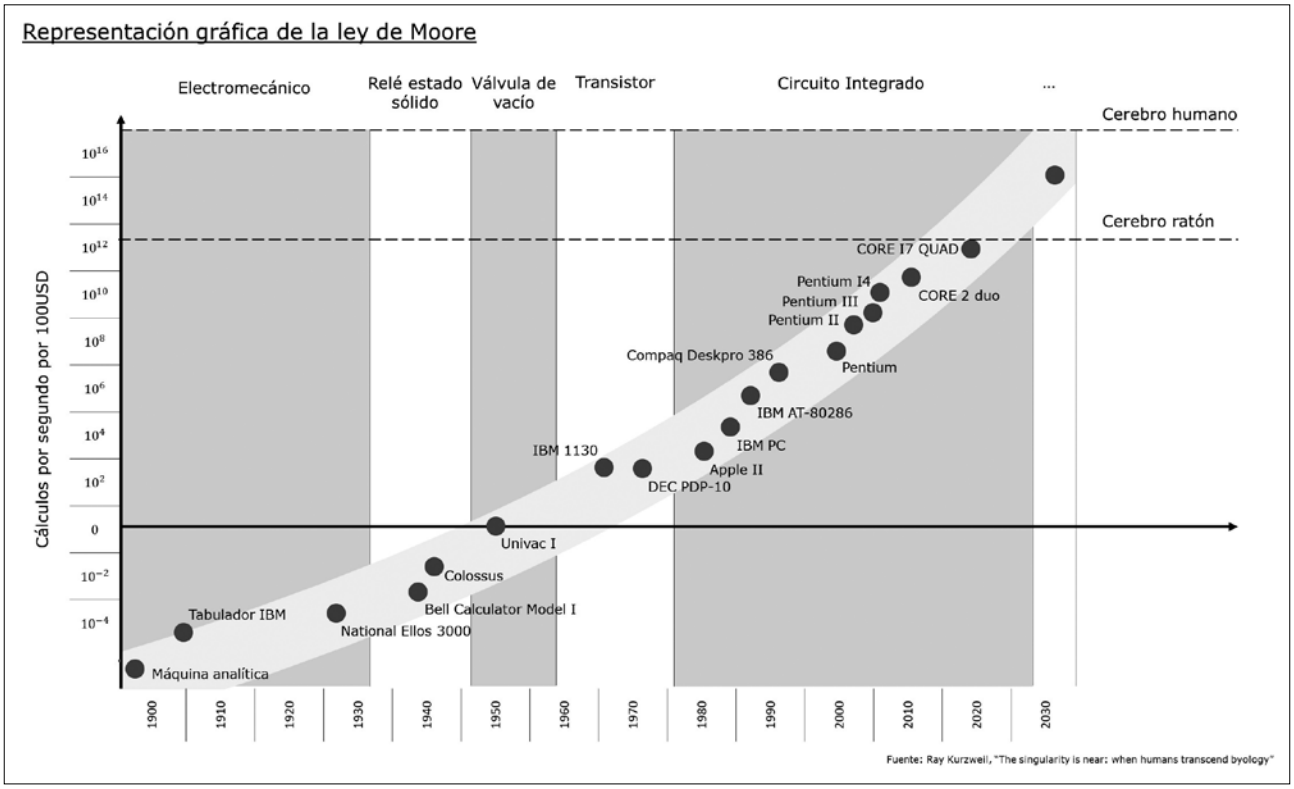
La validez de este modelo ha perdurado más allá de la revolución industrial, resistiendo la progresiva automatización de procesos que ha modificado la relación entre la mano de obra necesaria y la cantidad de producto obtenido. Esta sorprendente longevidad ha sido posible porque todos los cambios en los sistemas productivos del pasado siglo se llevaron a cabo a un ritmo que permitía adaptar esta ecuación a la nueva realidad. En consecuencia, toda previsión de futuro elaborada sobre esta base contemplaba con una precisión aceptable la evolución de la tecnología hacia una nueva realidad. Es por ello que, incluso en un periodo de intensa automatización de procesos, un marco mental de corte lineal para realizar previsiones de futuro seguía siendo la norma habitual.

El modelo lineal fue funcional hasta una fecha muy concreta: el 19 de abril de 1965 Gordon Moore, cofundador de Intel, expresó su visión particular sobre la evolución de la informática. Según Moore, cada dos años se duplicaría la capacidad de integración de transistores en un microprocesador. Esta visión se convirtió en la regla de oro de la industria electrónica hasta el punto que, todavía hoy, sesenta años después de su formulación, la ley de Moore sigue siendo válida.

La evolución exponencial que planteaba Moore suponía un cambio dramático de paradigma con implicaciones universales que superaban de largo el ámbito de influencia del mundo del silicio. Para empezar, esta visión invalidaba toda aplicación del razonamiento continuista y lineal que imperaba hasta la fecha. A partir de este momento, nunca más se podría tratar el futuro como una extensión lineal del pasado. Hasta entonces, no existía una evidencia del momento a partir del cual una tecnología determinada evolucionaría de manera exponencial, pero a partir de Moore, la posibilidad de una disrupción siempre debería estar encima de la mesa. Todos los modelos de previsión y planificación de futuro saltaron por los aires.

Por todo ello, a lo largo de las últimas décadas, algunas actividades y metodologías de planificación que tenían un valor indiscutible bajo el paradigma de gestión lineal, han mostrado sus carencias en un nuevo entorno en el cual cada vez son más los sectores que, de manera directa o indirecta, evolucionan de manera exponencial.

Los primeros que sufrieron las consecuencias de este cambio de paradigma en la previsión de proyectos o en el desarrollo de nuevos productos fueron las consultoras estratégicas que tenían una amplia experiencia en la aplica-



ción de modelos lineales. A modo de ejemplo, la prestigiosa consultora McKinsey&Co aconsejó a AT&T durante los años 80 del siglo pasado que no entrara en el sector de la telefonía móvil argumentando que difícilmente superaría el millón de usuarios para el año 2000. La aplicación de una lógica lineal llevó a McKinsey a un error en su previsión del 99%, cuando ahora sabemos que el negocio móvil entró en el nuevo milenio con más de cien millones de unidades en el mercado.

Raymond Kurzweil, director de Ingeniería de Google y fundador de la Singularity University, ha estudiado este fenómeno a lo largo de más de treinta años.

De sus estudios realizados en diferentes sectores concluye que esta ley de evolución exponencial se puede aplicar cada vez a un mayor abanico de tecnologías. Dentro de este abanico destaca la evolución que han experimentado algunos campos novedosos como la inteligencia artificial y la robótica, pero también algunos sectores tradicionales como la energía.

A día de hoy, ya disponemos de ejemplos suficientes para afirmar con seguridad que toda actividad o proyecto que se sustente sobre alguna de estas tecnologías que evolucionan siguiendo un patrón exponencial estará sometida también ella a esta misma evolución.

En estos casos la dificultad principal con la que debe lidiar el equipo de proyecto reside en la planificación. Un error de un 1% en la planificación de un proceso que sigue una evolución lineal equivale en una desviación en el resultado de un 1%.

En cambio, en un proceso que siga una evolución exponencial, este mismo error en la planificación puede representar una desviación de un 50% en el resultado esperado. Actualmente, toda pretensión de previsión de futuro es ilusoria.

Estamos inmersos en un mundo en el cual nos hemos acostumbrado a ver con cierta frecuencia como desaparecían compañías que, a priori, parecía que gozaban de una salud de hierro. En menos de un siglo, la esperanza de vida de las grandes corporaciones ha caído en más de 50 años, pasando de una media de 67 años a principios de siglo XX a unos escasos 18 años en la actualidad. La gran mayoría de los analistas estiman que esta tendencia se va a mantener en el futuro.

Algunos estudios incluso van un paso más lejos, afirmando que el 75% de las organizaciones que actualmente figuran en el S&P500 habrán desaparecido en menos de una década.

Como contraste, en este mismo mundo impredecible una pequeña startup como Youtube puede evolucionar en menos de 18 meses pasando de financiarse con las tarjetas de crédito de su fundador a ser comprada por Google por 1,4 billones USD.

Ante esta realidad, la única alternativa pasa por instaurar sistemas de trabajo ágiles, orientados al seguimiento y retroalimentación de los resultados que permitan reaccionar de manera efectiva tanto ante cambios de pequeña magnitud como ante grandes disrupciones tecnológicas.

¿Y AHORA QUÉ?

JOSÉ Mª HERNANDO - PRESIDENTE DEL SECTOR DE SERIGRAFÍA DEL GREMI
jmhernando@art-plus.es

Han pasado casi siete años desde que en Octubre del 2011 la dirección de la sectorial de Serigrafía del Gremi d'indústries Gràfiques de Catalunya (en aquel entonces) recayese sobre mis hombros aunque fuera reconocido de manera oficial en Enero de 2012..., como digo en el título: y ahora qué? Aparte del artículo que aparece cada trimestre en la revista veis que se haga algo por parte de un servidor por el sector?

Al principio el reto de renovar la sectorial se me antojó una tarea ilusionante y llena de posibilidades, por lo que se hicieron varias reuniones en los que la ilusión se vio golpeada por la cruda realidad: el sector se dedica únicamente a seguir a flote y dejarse llevar por la corriente, sea la que sea mientras siga ahí, aunque no lleve a ningún lado. Las buenas intenciones del primer contacto que tuve en ésta revista se quedaron en eso, intenciones debido a la nula respuesta por parte del agremiado que sigue presa del continuismo… puesto que a veces al presentarme como Presidente de la Sectorial de Serigrafía levantan una ceja y dicen: "ah, eres tú? Creía que era otra persona!".

Os daré una pincelada de lo que escribí en algunos artículos:

"…la aportación de los agremiados a través de sus experiencias, inquietudes, problemas y sus soluciones, es vital para afrontar con las máximas garantías los retos que nos plantea la actual situación."

"Para acabar y hablando de Ferias y Congresos espero que en el Fespa Global Summit 2013, que se celebrará en Londres del 25 al 27 de Junio, se presente alguna novedad o por lo menos haya más presencia de la serigrafía que en el pasado Graphispag. Desde aquí pido a algún futuro asistente a este evento que haga de corresponsal y colabore con esta sección realizando un pequeño comentario."

"A lo largo de anteriores artículos hemos estado comentando las diferentes Ferias y Exposiciones que van jalonando anualmente tanto nuestra geografía como más allá de nuestras fronteras… Seguro que tú sabes de muchas otras que han tenido, tienen y tendrán lugar en Barcelona o en cualquier otra localidad de nuestra geografía. A qué esperas para ponerla en conocimiento del resto de los agremiados! Cuéntanos cuándo y dónde va a ser y hazlo llegar al Gremi o que me lo hagan llegar a mí y procuraré que se dé noticia de ello en la página web o en redes sociales. Hagamos de la serigrafía, como he dicho más de una vez, algo vivo dentro de las Artes Gráficas."

"A mí sólo me queda desearás un Feliz 2017 y repetiros que éste es vuestro medio de comunicación para dar a conocer vuestra profesión. Gemma repite como cronista, pero cualquiera de vosotros puede escribir alguna noticia acerca de la serigrafía y mandarla junto a algunas fotos a ésta nuestra/vuestra revista. GIVE PRINT A CHANCE!"

"…necesito que os pongáis en contacto conmigo al correo que aparece en la parte superior del artículo o a jm.hernando@escolaalguero.net a todos los que quieran colaborar de alguna manera en la formación de nuestros alumnos… parafraseando a JFK: es hora de que os planteéis qué podéis hacer por vuestro Gremio en vez de pensar qué tiene que hacer vuestro Gremio por vosotros! "

En fin se que éste artículo parece un episodio de relleno que aparecen de vez en cuando en las series de T.V. ya sea por la huelga de guionistas como por la falta de ideas… y lo es! Primero un recordatorio de lo que se quería hacer por el Sector, tanto para mí como para los que me leéis (supongo que alguno habrá); y luego una "amenaza" de que, en vez de esperar como un tonto respuesta por parte de alguien, será mejor coger y dirigirme personalmente en busca de esa colaboración. Sí, creo que es hora de perseguir a la gente para que reaccionen, y que la serigrafía tenga el sitio que creo que se merece dentro del Gremio…. seguramente gran parte de la inactividad sea "culpa" mía, pero estoy dispuesto a darle la vuelta a ésto… me ayudarás tú si te lo pido?

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

LA FUERZA DEL OPTIMISMO COMERCIAL

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

XAVIER ESTEBAN
CONSULTOR Y FORMADOR DE EMPRESAS. COACHING COMERCIAL
info@xavieresteban.com

"Las personas que funcionan bien en este mundo son las que al levantarse por la mañana buscan las circunstancias que quieren, y si no las encuentran las inventan".

George Bernard Shaw

VENTAJAS DE SER OPTIMISTA

Si aprendes a sentir y a pensar en positivo estas haciendo una inversión sumamente rentable para vencer en tu batalla contra el pesimismo y desarrollar al máximo tus posibilidades de vivir san@ y feliz.

Está probado científicamente la cualidad más valiosa de nuestro optimismo: su enorme y eficaz utilidad a la hora de hacer frente a la adversidad de la vida.

El optimismo no es un ejercicio mental o intelectual, sino una fuerza que te ayudará a conquistar metas, resistir a las dificultades y problemas, a vencer la incertidumbre, a relacionarte con los demás.

PENSAMIENTO POSITIVO

La clave del éxito para tener un pensamiento positivo está en la actitud personal optimista, actitud que llamaremos **actitud mental positiva**. Si tienes esta actitud frente a la vida, frente a las situaciones del día a día, frente a las contrariedades, te permitirá construir sobre la esperanza y vencer el desaliento. En suma, una actitud mental positiva te conducirá a la autoestima y a la automotivación.

Los efectos son automáticos, pero no así su obtención. Se requiere un entrenamiento y una práctica continuada. **La actitud mental positiva debe convertirse en un hábito para ti.** Su uso regular hará que la practiques sin ser consciente de ello, como quien se abrocha un botón o se ata los zapatos.

ACTITUD MENTAL POSITIVA

La actitud mental positiva, significa tener una fuerte expectativa de que, en general, las cosas irán bien a pesar de los contratiempos y de las frustraciones. Desde el punto de vista emocional, es una actitud que impide caer en la apatía, el pesimismo o en la angustia frente a las adversidades.

La actitud mental positiva es algo más que un concepto positivo de la vida. De hecho, consiste en un cuádruple proceso:

1. Una sincera y equilibrada manera de pensar;
2. Una conciencia exitosa;
3. Una filosofía global de la vida; y
4. La capacidad de llevar hasta el fin las acciones y reacciones correctas.

La forma en que las personas afrontan los éxitos o los fracasos diferencia a los que tienen una actitud mental positiva, optimistas, de los que no la poseen, pesimistas. Así ante una adversidad, las personas optimistas tienden a responder de una manera activa y esperanzada, elaborando un plan de acción o buscando ayuda y consejo porque consideran que los contratiempos no son irremediables y pueden ser transformados, en cambio las personas pesimistas, consideran que los contratiempos constituyen algo irremediable y reaccionan ante la adversidad asumiendo que no hay nada que ellos puedan hacer para que las cosas salgan mejor la próxima vez y, en consecuencia, no hacen nada para cambiar el problema.

MECANISMOS DE DEFENSA

Los mecanismos de defensa son aquellos mecanismos psicológicos, principalmente inconscientes que las personas utilizamos para defendernos de emociones o pensamientos que nos producirían ansiedad, sentimientos depresivos y trastornos psicosomáticos.

Todos utilizamos mecanismos de defensa con el fin de mantener el equilibrio emocional ante las adversidades y resistir los efectos desagradables de las discordancias entre nuestras expectativas y los hechos. Es cuestión de supervivencia.

Como mecanismos de defensa podemos utilizar: Las creencias, **la esperanza**, el optimismo, el pensamiento positivo, la sonrisa, la visualización del resultado, la negación, el retraimiento, la anulación.

La enorme subjetividad que caracteriza al pensamiento humano explica, en gran medida, que a la hora de afrontar los mismos avatares de la vida unas personas se muestren optimistas y otras pesimistas.

Un buen método es examinar nuestra perspectiva de las cosas en los tres contextos del tiempo: el pasado, el presente y el futuro. Concretamente me refiero a la valoración retrospectiva que hacemos de las experiencias del ayer, a nuestro estilo habitual de explicar los sucesos que nos afectan en el día a día, y la esperanza que albergamos de alcanzar lo que deseamos.

COMERCIAL PESIMISTA/COMERCIAL OPTIMISTA

"Que mal voy este mes en ventas…". Así se lamentaba Juan, uno de los comerciales de la empresa, cuando hablaba sobre su trabajo con su viejo amigo Ernesto, el veterano comercial. Mantenían desde hacía años una cita mensual en una cafetería cerca de la oficina y mientras disfrutaban de su cerveza al terminar la jornada, Juan comentaba los mil y un problemas que estaba viviendo y lo difícil que se estaban poniendo las cosas. Ernesto, el profesional veterano, esperó a que les sirvieran su café y le dijo:

- Conoces el dicho: *¿Cuántas más gestiones de ventas hagas más posibilidades de venta tienes?*

- *¿Cuál? No…no me suena ¿Por qué lo dices?* - preguntó Juan.

Deja que te cuente y te haga reflexionar sobre lo que he ido aprendiendo a lo largo de mis años y mi experiencia como vendedor.

Ernesto prosiguió:

Muchas son las tentaciones que acechan a los vendedores para justificar resultados insuficientes. Tantas que a menudo caen en la trampa y llegan a creerse las excusas fáciles, bajan el rendimiento y provocan sin querer que se hagan realidad los malos augurios. Se oyen por doquier lamentos como que el mercado está difícil, que la competencia aprieta y rompe los precios, la crisis, que la cosa está muy mal, y vuelta a la crisis, no sé dónde vamos a llegar, no hay alegrías en el sector, que somos lentos en dar los presupuestos, que no hay tiempo para nada y… posiblemente la mayoría de ellas sean objeciones ciertas.

¿Cuál es la solución? ¿Cómo se sale de este círculo vicioso pesimista que mina la moral del vendedor y repercute en sus resultados? - preguntó Juan.

Ernesto prosiguió:

Pues, como siempre, haciendo lo que tiene que hacer un vendedor, la esencia de su trabajo: visitar y visitar. Porque lo que ocurre es que muchas veces entre tanta disculpa, tanto pretexto y tanta desidia, se deja de ir a ver a los clientes que habría que ir a ver. Se deja de llamar todo lo que habría que llamar y se pierde el ritmo, el tono y las ganas de vender. La mayoría de los clientes dejan de trabajar con sus proveedores ¡por abandono del proveedor! Se abusa de la confianza del cliente fiel y se deja de ir a verle, hasta que se descubre que de fiel no tenía nada.

"Basta recordar que cada vez que captamos a un cliente nuevo algún vendedor iluso ha perdido a uno de sus clientes fieles"

La informática, el telemarketing, internet, los CRM y demás gaitas están muy bien y son excelentes herramientas de apoyo. Pero vender, lo que se dice vender, se hace cara a cara, escuchando, cazando oportunidades in situ, pues detrás de cada cliente hay una persona de carne y hueso, con sus manías, sus necesidades y sus motivos de compra y si nos olvidamos de tratar con él, de tratarle a él, podemos perderlo.

Y esto nos sirve para recordarnos unos a otros que esté como esté el mercado, el producto y lo que se quiera echar en el saco de las pamplinas, lo que hay que hacer es visitar, ir, llamar. Porque si no vas…pues eso, que no has ido. Y si no has ido es seguro que no habrás podido captar oportunidades, generar negocio, vender imagen, lograr una recomendación, enterarte de un cambio futuro que te afecta, lograr un pedido inesperado de esos que aparecen cuando vas y un largo etcétera de cosas buenas que le ocurren al vendedor que va, al que llama.

Es bueno tener siempre presente que en ventas la suerte existe, pero te tiene que pillar… visitando.

¿Que el mercado está durillo? ¡¡Pues a visitar!!
¿Que la competencia aprieta? ¡¡Pues a visitar!!
¿Que no tengo ganas de ir a visitar posibles clientes porque es puerta fría y me cuesta? ¡¡Pues a visitar más aún!!

Ernesto, observa a Juan con cara desencajada, coge aire y con voz ceremoniosa afirma:

Afortunadamente, también tenemos dentro a ese vended@r, a ese profesional optimista, que disfruta de la aventura, al que le encantan los retos, al que le divierte el contacto con la gente, que vive intensamente la libertad del vended@r, que saborea cada logro, que persevera, que cuando encuentra un posible cliente lo persigue hasta que cae.

Ése autentico profesional es el que debemos despertar cuando el veneno de la mediocridad y el pesimismo nos amenace. Y la mejor forma de alejarlo es ser optimista y visitar, visitar y no dejar de visitar. Porque la visita es la esencia de la venta, es el patio de operaciones del vendedor, es su momento de la verdad, allí donde se juega el todo o el nada, el firma o no firma.

Es aquel momento en el que se saborea la adrenalina comercial que alimenta el espíritu del profesional de la venta y…

- *No sigas. Me ha quedado claro* - Juan interrumpe súbitamente.
- *¿Qué te ha quedado claro?* - insiste Ernesto.
-*Que cuantas más visitas haga más posibilidades de venta tengo.*
- *Esta ronda la pago yo y me voy* - aclara Juan.
- *¿Por qué tanta prisa, Juan?*
- *Quiero ir a casa cuanto antes. Mañana empieza un nuevo día. Nuevas oportunidades. Tengo que estar preparado. Gracias por tus consejos y tus reflexiones -.*

Ernesto se despide efusivamente y le entrega un papel. Juan lee:

"Cuando por las mañanas abrimos los ojos no solo es un nuevo despertar, es renacer, porque cada día puede ser el comienzo de algo increíble. Cada día es único e irrepetible, la vida es maravillosa, ama, ríe y sobretodo nunca dejes de soñar…".

Madre Teresa de Calcuta

COLECCIÓN
CREATIVEMINDS

LA GENTE CREATIVA

ELIGE EL MEJOR PAPEL

Torraspapel Distribución, el nuevo referente de los papeles creativos.

Las grandes mentes creativas siempre han tenido un papel importante en la historia... y ahora también. Torraspapel Distribución presenta Creative Minds, su nueva colección de papeles creativos.

Descúbrelos en www.creativemindstorraspapel.com

LECTA

TORRASPAPEL
DISTRIBUCIÓN

"La Feria Internacional del Libro registra un aumento de visitantes del 10% respecto a la última edición celebrada en Barcelona"

Buen balance al cierre de un Liber más optimista que ayudará a dinamizar el mercado editorial

Balance muy positivo de Liber 2018 que ha cerrado su 36 edición en el recinto de Gran Via de Fira de Barcelona, reafirmando el papel dinamizador de la feria para mover las ventas del sector editorial, especialmente en el apartado exterior. En un ambiente de mayor optimismo y de intensa actividad comercial, Liber ha reunido a profesionales de toda la cadena de valor del libro y ha reflejado algunas de las tendencias que están marcando la evolución del mercado editorial.

Liber 2018 ha atraído a cerca de 11.000 profesionales, un 10% más que la pasada edición organizada por Fira de Barcelona. Entre ellos destacan los 550 compradores y prescriptores clave en la compra y distribución de libros en mercados exteriores invitados directamente por la organización y por las entidades promotoras, interesados en conocer la oferta de los 361 expositores participantes y predispuestos a hacer pedidos in situ.

El presidente de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) y del comité organizador de Liber, Daniel Fernández, se ha mostrado satisfecho con el desarrollo del salón y con el incremento de asistentes: "*Se han confirmado las buenas perspectivas iniciales: más visitantes, más actividad, más optimismo. Estos tres días de feria tendrán su efecto positivo en la cifra de resultados del sector, sobre todo en el apartado de exportaciones a Latinoamérica y EE.UU., dos mercados muy importantes para nosotros*".

Fernández se ha felicitado también por la noticia con la que comenzaba este Liber –que inauguró el ministro de Cultura y Deporte, José Guirao–: la posibilidad de rebajar el IVA de los libros digitales, equiparándolo al libro impreso. "*Esperamos que pronto se pueda trasladar esta medida que, sin duda, servirá para fomentar la lectura*", ha subrayado.

Barómetro sectorial

Liber también actúa como barómetro del mercado editorial. En esta ocasión, a través de sus jornadas profesionales, mesas redondas y otras presentaciones se han abordado temas relacionados con las tendencias digitales en Europa y América Latina, la evolución de los audiolibros, los derechos de autor, las pensiones de los escritores, la traducción y corrección de textos, el préstamo bibliotecario de libros digitales, la influencia de la piratería, así como de mejoras en la comercialización y promoción de libros.

También ha habido espacio para la poesía, la edición académica, el ensayo, la ilustración o la adaptación de obras literarias a la gran pantalla. Y se han analizado las propuestas comunitarias para un mercado único digital, así como la reforma de las entidades de gestión en la Ley de Propiedad Intelectual. En total se han llevado a cabo 114 sesiones con 236 ponentes. Se calcula que, en conjunto, más de 2.400 personas han asistido a estos espacios formativos y de debate.

Paralelamente, este año también se ha reflejado la apuesta de la industria editorial por convertirse en proveedora de contenidos de otras industrias culturales como el cine o los videojuegos. La feria ha acogido encuentros y entrevistas de negocios entre editores, agentes literarios y autores con productores audiovisuales vinculados al Festival de Cine Fantástico de Sitges y con empresas desarrolladoras de videojuegos con el fin de promover la venta de derechos.

Asimismo, Liber 2018 ha prestado atención tanto a la evolución digital del libro como a la autoedición con dos áreas específicas. En la Zona Digital han participado una docena de empresas con productos y servicios tecnológicos relacionados con la edición, distribución y comercialización del libro digital, así como diferentes soluciones para audiolibros, un formato en pleno auge. Por otro lado, la Zona del Autor ha permitido a los autores independientes conocer herramientas de autoedición y servicios vinculados a la creación, producción, venta y promoción de libros.

Otro de los ejes centrales de este año ha sido la participación de Cuba como país invitado. La isla caribeña ha aprovechado la feria para proyectar internacionalmente el buen momento que atraviesa su creación literaria. La delegación cubana ha estado formada por representantes de instituciones y entidades vinculadas a la cultura y al sector del libro, así como varias editoriales estatales y una quincena de autores que han dado a conocer sus obras en un intenso programa de presentaciones. Asimismo, cabe destacar que en el stand de Cuba se han recibido numerosas consultas de editoriales y empresas interesadas en acceder al mercado cubano en esta etapa aperturista.

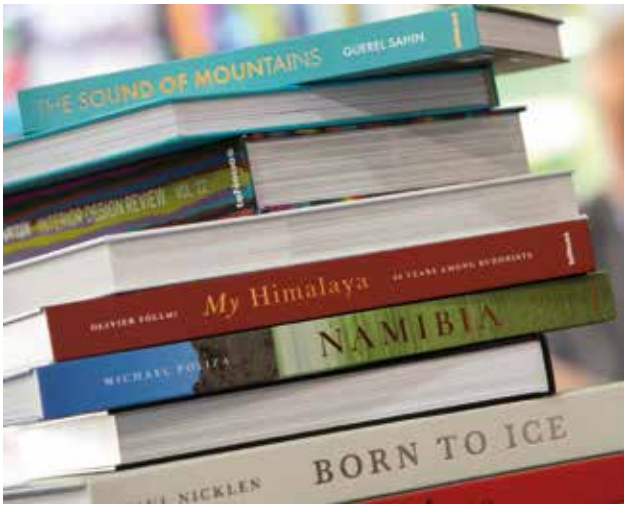
Premios Liber

El día 11 de octubre tuvo lugar en el MACBA la ceremonia de entrega de los Premios Liber que concede la FGEE y que reconocen la trayectoria y el trabajo desarrollado por diversas personas y entidades vinculadas al mundo del libro. La escritora Almudena Grandes; el editor, librero y poeta sevillano, Abelardo Linares; el director de La Vanguardia, Màrius Carol; la serie “La catedral del mar”; la Llibreria Paideia de Sant Cugat del Vallès y la Red de Bibliotecas Públicas de Las Rozas han sido los galardonados en este año.

Liber tiene periodicidad anual y se celebra en Barcelona y Madrid de manera alterna, hecho que ha querido resaltar Daniel Fernández: “nuestra feria es ejemplo de armonía y cooperación entre las dos ciudades, aplicándose una saludable competencia para mejorar cada año, lo que redunda en beneficio del mundo del libro”.

Promovida por la FGEE, la Feria Internacional del Libro, Liber, está patrocinada por el Ministerio de Cultura y Deporte, ICEX España Exportación e Inversiones, la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona, y el Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO). Colaboran el Gremi d’Editors de Catalunya, Acción Cultural Española (AC/E) y Associació d’Editors en Llengua Catalana.

La próxima edición de Liber tendrá lugar del 9 al 11 de octubre de 2019 en Madrid.



LUMINOSOS VILLORO

SEIS DÉCADAS DEDICADOS A LA FABRICACIÓN DEL NEÓN Y ROTULACIÓN

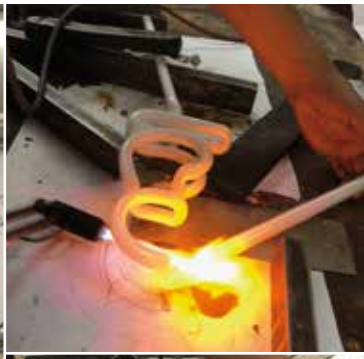
Esta empresa familiar ubicada en Barcelona se dedica a la fabricación de rótulos con soplería de vidrio propia, mediante un proceso exclusivo y artesanal, desde los años 70. Son especialistas en el tratado del neón, pero también en la rotulación de cualquier espacio y soporte con materiales varios, sea en Barcelona o alrededor del mundo.

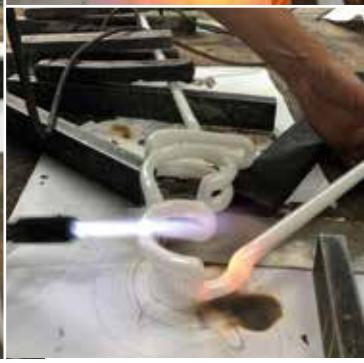
De Leo a Leo, o lo que es lo mismo, de padre a hijo. Fabricar el neón, un oficio 100% artesano, se lleva en los genes. Una maestría que se ha transmitido en el taller familiar, Luminosos Villoro, ubicado en pleno barrio de Sant Martí de Barcelona desde el año 1970.

Aunque el espacio conserva su aura de negocio tradicional y popular, con la exposición de piezas y herramientas hoy en desuso, en las últimas décadas se ha adaptado a las nuevas demandas que han surgido en el mercado. De este modo, lo que empezó siendo un pequeño negocio únicamente dedicado a la fabricación del neón comercial para proveedores de restaurantes, tiendas y locales de ocio, ha crecido y ha ampliado miras a otras esferas. Por ejemplo, el mundo del interiorismo, la arquitectura, el cine y la publicidad, a la vez que sigue siendo fundamental como reclamo de negocios comerciales a pie de calle. "*Considero que el neón es una pieza de diseño, pero no por ello deja de ser funcional. Una cosa no está reñida con la otra*", explica Leo Villoro, segunda generación al frente de este negocio familiar.

Hoy en día, los servicios que abarca esta empresa van desde la conceptualización al diseño de proyectos de rotulación, así como su producción e instalación. Un servicio 360º que les permite tratar con el cliente final de forma directa y estar en el desarrollo del proyecto desde el principio hasta al final. *"Así entendemos mejor las necesidades y la personalidad de nuestros interlocutores, y el resultado es más "a medida""*, explican desde Luminosos Villoro.

En cuanto a la parte de productos, su catálogo abarca todo tipo de proyectos de rotulación (vinilación de espacios y soportes, producción de letras corpóreas, cajas de luz, etc.) e iluminación y decoración de espacios (en neón directo o indirecto, led...).





Con cerca de seis décadas de trayectoria a sus espaldas, este negocio, que hoy dirige Leo Villoro hijo, se ha posicionado no solo como uno de los más antiguos de Barcelona y de los pocos en saber elaborar los tradicionales neones en vidrio soplado ("*debemos ser una decena en España*", dice Villoro), sino que se ha convertido en todo un referente para los escenarios más modernos, artísticos y artesanos del país. Luminosos Villoro trabaja, de hecho, para las grandes citas más destacadas del panorama actual: Palo Alto Market, Festival Sonar, All Those, La Santa, Primavera Sound, Alimentaria, Mobile World Congress (MWC)… y vende sus piezas en las concept store más de moda.

Entre sus creaciones destacadas figuran rótulos emblemáticos presentes en muchos rincones del país (públicos y también particulares), como las conocidas letras que presiden centros comerciales El Corte Inglés; la que fue una de las tiendas más famosas de Barcelona, Vinçon; o el hotel Casa Bonay, por nombrar solo algunos. Pero también muchas de sus piezas están expuestas en conocidas galerías de arte y museos del mundo (como el Arts Santa Mònica o el Museo Picasso).

LAS LÁMPARAS DE NEÓN SE UTILIZAN COMO ELEMENTO DE SEÑALÉTICA, DE ARTE, DE DECORACIÓN O DE PUBLICIDAD.

"*El negocio ha evolucionado mucho*", apunta Leo. "*Antes solo era para los escaparates populares y locales de mala vida, y hoy es uno de los objetos más de moda. Este boom ha permitido darle el respeto y reconocimiento que se merecía como objeto artístico. Es toda una tendencia internacional y está muy presente tanto en los decorados de espíritu pop como en las principales ferias de arte contemporáneo como Art Basel, Arco, etc.*".

Otra cosa que destaca es que con el neón "*se puede hacer absolutamente todo, con muchas opciones de color y en cualquier tamaño*". Desde letras hasta logos, objetos, formas, figuras… "*Su fabricación es muy compleja y totalmente manual (no hay forma industrial de realizarlo), de ahí su valor y singularidad: no puede haber dos neones iguales, cada pieza es única. Esto también ofrece mucha libertad creativa*", sentencia este apasionado de su profesión que confiesa tener siempre la mirada puesta en los rótulos cuando anda por la calle. La longevidad de las piezas de neón también hace que se encuentre "*piezas que fabricó mi padre hace treinta años. ¡Es genial! Me encanta pensar que hemos puesto luz al paisaje urbano*", explica.

Sabías… ¿cómo se fabrican las luces de neón?
Hay que soplar y calentar con un soplete tubos de vidrio para darles la forma deseada trabajando la pieza con las manos. Es un trabajo difícil, preciso y meticuloso. Una vez se consigue la forma, se vacía el tubo y se llena con gas argón o neón (gases nobles), a baja presión. Al aplicar electricidad, una corriente fluye a través del gas entre los dos electrodos encerrados dentro del tubo. Para lograr los colores se combinan diferentes tubos ya coloreados en combinación con los gases.

Luminosos VILLORO
DESDE 1970

Plaza Eduardo Torroja, 19 – Tienda 1
08020 Barcelona - Tel. 933 08 32 97
www.luminosos-villoro.net
Instagram y Facebook: @luminososvilloro

LARGA DISTANCIA
EDICIONES GRÁFICAS REY

La familia Rey, un impresor de la factoría y un comercial de Heidelberg posan ante la recién instalada Speedmaster CX 102-5, uno de los equipos más estables de su generación.

POR HEIDELBERG

Con más de 40 años de historia y emplazada en el Baix Llobregat, en pleno cinturón de la ciudad de Barcelona, Ediciones Gráficas Rey es una imprenta comercial de amplio espectro. La imprenta entiende su oferta como un catálogo global que permite al cliente encontrar un servicio adaptado a cada necesidad.

Ediciones Gráficas Rey es una de esas empresas en las que la huella de su fundador se ve reflejada en cada rincón, en el entusiasmo de cada operario, en la calidad técnica de los equipos, en la organización de cada sección.

Ediciones Gráficas Rey, actualmente está dirigida por Josep Rey Moreno, segunda generación de la saga Rey, pero su fundador sigue visitando la imprenta, sintiendo el movimiento de la empresa, observando los palets repletos de trabajos que esperan su recogida. Durante la instalación de la nueva Speedmaster CD 102-5 pudimos compartir con Josep Rey padre la situación del marcado y algunas particularidades del negocio de Ediciones Gráficas Rey.

La instalación de un nuevo equipo tiene algo de mágico. Toneladas de ingeniería suspendidas en el aire, desplazándose por un espacio diáfano en busca del espacio elegido. El ritmo es lento, los operarios se coordinan midiendo cada movimiento, escogiendo ángulos, acompañando el artilugio amarillo que mantiene el cuerpo en movimiento, temperatura, humedad, nivel, cada parámetro es importante y todo se ha de tener en cuenta, por eso es importante contar con la experiencia de un Servicio Técnico especializado.

Ediciones Gráficas Rey actualmente está dirigida por Josep Rey Moreno, segunda generación de la saga Rey, pero su fundador sigue visitando la imprenta, sintiendo el movimiento de la empresa.

La nueva Speedmaster CX 102-5 con sus 5 cuerpos será el nuevo caballo de batalla de la imprenta, apoyado por una CD 102-5 que trabajará codo a codo para mantener las exigencias productivas de la compañía.

La nueva Speedmaster CX 102-5 con sus 5 cuerpos será el nuevo caballo de batalla de la imprenta, apoyado por una CD 102-5 que trabajará codo a codo para mantener las importantes exigencias productivas de la compañía. En cualquier caso, tal como nos comenta el gerente de Ediciones Gráficas Rey, Josep Rey Moreno, disponer de un proveedor global siempre genera ventajas: un amplio conocimiento de las necesidades del cliente, un servicio centralizado, el alto nivel de complicidad del personal con la imprenta; en definitiva, un único *know how*. Tal como indica Josep Rey, "*los productos y servicios de un proveedor global, han de hablar el mismo idioma, y esa es la sensación que tenemos con Heidelberg. Además, Ediciones Gráficas Rey está homologada en la Cadena de Custodia, por lo que todos los consumibles que utilizamos han de ser respetuosos con el medioambiente, y en este aspecto los productos Saphira nos ofrecen siempre esa garantía*".

La Speedmaster CX 102-5 ha sido una inversión muy meditada por parte de la empresa. Con un formato 70 × 100, nos encontramos con un equipo tremendamente versátil, lo que sin duda ha sido uno de los puntos fuertes en la toma de decisión. Con sus 16.500 pliegos a la hora, la Speedmaster CX 102 trabaja con cualquier soporte y el concepto *Push to Stop* facilita automatismos y controles en todo el rango de producción, cada vez más necesarios de cara a generar producciones rentables y procesos estables. La Speedmaster CX 102 es un equipo con un concepto moderno, equipada con la tecnología más innovadora de la categoría *Peak Performance* y que combina la fiabilidad de las máquinas de su serie.

Los productos y servicios de un proveedor global, han de hablar el mismo idioma, y esa es la sensación que tenemos con Heidelberg.

La Speedmaster CX 102 es un equipo con un concepto moderno, equipada con la tecnología más innovadora de la categoría Peak Performance y que combina la fiabilidad de las máquinas de su serie.

FAMIBERNES S.L.
APUESTA POR LA NUEVA TECNOLOGÍA

Famibernes SL, empresa situada en el Pasaje Torrent d'Estadella de Barcelona, es una empresa familiar con más de 50 años de experiencia en el sector del plastificado, troquelado y engomado. Año tras año ha ido evolucionando dentro del mundo de las artes gráficas, ofreciendo siempre a sus clientes unos servicios de calidad y confianza.

Recientemente ha ampliado su parque de maquinaria con una nueva **plastificadora TERMO KDX** con tiradas de formatos más pequeños, para dar un mejor servicio a sus clientes, así como una **troqueladora automática SBL modelo 106**, que es la primera máquina de esta serie instalada en España y distribuida por Mediterránea de Maquinaria S.L.

Antonio Bernes, gerente de Famibernes S.L. junto a Emilio Sala de Mediterránea de Maquinaria S.L.

Plastificadora TERMO KDX.

Troqueladora automática SBL modelo 106.

COMEXI

Líders en **impressió flexogràfica**

Comexi compta amb més de 60 anys d'experiència en la indústria de la conversió d'envasos flexibles. Oferim les millors solucions en impressió flexogràfica amb innovació d'avantguarda per a tirades curtes, mitjanes i llargues, adaptant-nos a les necessitats i tendències del mercat. A més, oferim solucions en impressió òfset, impressió rotogravat, laminació, tall i serveis digitals.

comexi.com · comexictec.com

Sin árboles

Sin agua

Sin cloro

ECO Friendly

PETRA PAPER
ROCKYOURPRINT

Cradle to Cradle Certified™ is a certification mark licensed by the Cradle to Cradle Products Innovation Institute

no es papel, es PetraPaper

Ecológico
Reciclable, fotodegradable y sin PVC

Resistente
a la rotura y rasgado

Impermeable
A prueba de agua, aceite y grasa

Bajas temperaturas
Resistente a la inmersión en agua y hielo

MÁS INFO EN WWW.PETRAPAPER.COM

solicita tu muestrario

SOLO PROFESIONALES · VENTA ON-LINE

PAPER PAPERBOARD & MORE PaperToPrint

PAPER TOPRINT.COM
PAPER, PAPERBOARD & MORE

Tu proveedor de soportes de impresión

y más & more

Your printing substrate partner

Tu proveedor de soportes de impresión

y más & more

SOLO PROFESIONALES ★ DIRECTO DE FÁBRICA

FSC www.fsc.org FSC® C013713

PEFC PEFC/14-37-00092

PAPER TOPRINT.COM

PAPER, PAPERBOARD & MORE

papel
paper

cartón
paperboard

y más
& more

- impresión comercial
- impresión comercial y packaging
- embalaje
- impresión digital
- impresión digital y packaging
- films
- cut size y reprografía
- printing services
- manipulados papel y cartón

solicita tus muestrarios

*More than **120 printing** substrates*

Más de **120 soportes** de impresión

Cut to size
Corte a medida

Report · Paperfect® · neo STAR · Endless Feeding pro-digital · Tango® Digital · PETRA PAPER ROCKYOURPRINT ...

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

www.papertoprint.com

Google play · App Store

PAPER PAPERBOARD & MORE
PaperToPrint

GERMARK RECIBE 3 RECONOCIMIENTOS en el Concurso Internacional de FINAT

En el concurso anual de etiquetas de la FINAT de 2018, Germark ha conseguido 3 premios en 2 categorías

En la edición de 2018 se han presentado un total de 261 trabajos de 28 países de todo el mundo. Los premios están organizados en 5 grupos con subcategorías cubriendo: marketing/usuarios finales, procesos de impresión, aplicaciones no adhesivas, innovación y electrónica impresa, e impresión digital.

Germark ha obtenido un primer premio en la categoría de innovación por la etiqueta de trazabilidad mediante RFID (Radiofrecuencia de Identificación) del chasis de un automóvil para la cadena de montaje de SEAT. Esta etiqueta puede resistir el proceso de cataforesis previo al de la pintura del chasis y resiste 2 horas a 230º en el horno de secado sin alterar sus prestaciones de lectura. También ha recibido dos menciones honoríficas en la categoría de Marketing/Usuario Final del sector cosmético por las etiquetas de "Mask Shikiso Color" para Trendyhair y "Red Berries" para Zara Home.

La primera destaca por tener un laminado en rojo adherido sólo parcialmente a la etiqueta de base para evocar que la mascarilla contiene un filtro solar para proteger los cabellos.

La segunda de Zara Home impresa mediante impresión digital, ha sido laminada con plastificado mate, aplicando después una estampación y un barniz serigráfico brillante encima, consiguiendo una apariencia muy atractiva.

Iban Cid con los representantes de GIGS en la entrega de premios.

Los 3 trabajos de Germark premiados en el concurso anual de etiquetas de la Finat 2018.

FINAT RADAR informa que las ventas de impresoras digitales de etiquetas superan por primera vez las de máquinas tradicionales

Según el último número de FINAT RADAR, la cantidad de impresoras digitales de etiquetas instaladas sobrepasó la de máquinas tradicionales por primera vez en 2017. RADAR, una publicación bianual de la federación internacional de fabricantes de etiquetas FINAT, recopila estudios y análisis basados en encuestas elaboradas por LPC Inc. Otro de los datos destacados del último número es que el segmento de las etiquetas que no son de gama alta creció en 2017.

Un enfoque único

El noveno número de RADAR analiza las tendencias, innovaciones, mercados y perspectivas de futuro de la industria europea de las etiquetas y los productos impresos de bobina estrecha. Además de los datos y análisis obtenidos a partir de la Encuesta RADAR a empresas de manipulado, incluye una sección especial dedicada a la evolución de la impresión digital, así como la primera Lista FINAT de máquinas digitales, que contabiliza el número de equipos instalados en 2017 por los distintos fabricantes europeos de impresoras digitales de etiquetas. De hecho, 2017 ha sido el primer año en que la cantidad de impresoras digitales de etiquetas instaladas (casi trescientas) supera el número de máquinas tradicionales nuevas.

La tendencia digital seguirá al alza

El auge de las impresoras digitales continuará, ya que el 45 % de los convertidores asegura que tiene previsto adquirir una máquina digital en los próximos dieciocho meses, con lo que se prevé que el volumen de impresoras de chorro de tinta sobrepase el de impresoras de tóner y sistemas híbridos. RADAR también aporta datos sobre las inversiones en impresoras digitales. Casi el 60 % de las impresoras digitales vendidas en el mercado europeo en 2017 corresponde a la franja de precios de entre 250.0000 y 750.000 €. El 10 % de las máquinas digitales instaladas costó menos de 250.000 €, mientras que el 8 % tuvo un precio superior al millón de €.

Cambio en los segmentos que crecen

En anteriores estudios de RADAR, los mercados que más crecían solían ser los de etiquetas de gama alta, como los de alimentación y bebidas, salud o belleza. En cambio, según la encuesta de este año de RADAR, los convertidores indican que en 2017 se expandieron considerablemente segmentos como la automoción, los bienes no perecederos y los productos químicos industriales. El único segmento de etiquetas de gama alta que creció en 2017 –en cuarto lugar– fue el de las bebidas.

Criterios básicos para los clientes

También se preguntó a los convertidores cuáles eran sus ámbitos de aplicación y los requisitos esenciales de sus clientes actuales y potenciales. Más de un 25 % de las empresas encuestadas respondió que la capacidad de ofrecer impresión digital era fundamental, mientras que solo el 4 % indicó que no era importante. Después de la tecnología digital, las principales requisitos son los adhesivos despegables, las tintas de baja migración y las etiquetas de texto / contenido ampliado.

Una herramienta comparativa útil

Chris Ellison, presidente de FINAT, ofrece algunas claves sobre la utilidad de RADAR: «Las marcas coinciden una y otra vez en que los proveedores de etiquetas son más innovadores y ágiles que otras empresas del sector del envasado. En este contexto, FINAT RADAR ayuda a nuestros miembros a comparar sus resultados con los de la media de la industria. Así pueden tomar decisiones con mayor conocimiento de causa sobre su estrategia empresarial de futuro».

RADAR ofrece una perspectiva detallada y fiable sobre el estado actual del sector de las etiquetas. Para los miembros de FINAT, ya es un recurso valioso que complementa el amplio abanico de publicaciones especializadas y el programa anual de eventos de la federación.

HP LANZA TECNOLOGÍAS DE IMPRESIÓN 3D PARA PIEZAS METÁLICAS

HP acaba de anunciar el lanzamiento de "HP Metal Jet", la tecnología de impresión 3D más avanzada para la fabricación a gran escala de piezas metálicas industriales. "Con una productividad hasta 50 veces mayor y a un coste significativamente más reducido que otros métodos de impresión 3D, "HP Metal Jet" está siendo desplegada por líderes en fabricación como GKN Powder Metallurgy y Parmatech para la producción en fábrica de piezas finales". En línea con su objetivo de transformar el modo en el que el mundo diseña y fabrica, HP ha lanzado también el Servicio de Producción Metal Jet, que permite a los clientes de todo el mundo repetir rápidamente nuevos diseños de piezas 3D, producir piezas finales en volumen e integrar "HP Metal Jet" en sus planes de producción a largo plazo.

En la primera mitad de 2019, los clientes podrán cargar archivos de diseño 3D y recibir piezas de tipo industrial en grandes cantidades desde el nuevo Servicio de Producción Metal Jet. Las piezas serán producidas por los partners de HP GKN Powder Metallurgy y Parmatech para garantizar los más altos estándares de calidad de ingeniería y producción. Las soluciones comerciales de "HP Metal Jet" tendrán un precio de 399.000 $ y empezarán a distribuirse a los primeros clientes en 2020, con una disponibilidad más generalizada en 2021. La prereserva de los sistemas Metal Jet está ya disponible.

Fuente: Alimarket

Para los más altos requerimientos en el acabado de impresos

Sólo el acabado creativo y de alto valor convierte el papel impreso en un producto atractivo que apela a todos los sentidos. Las soluciones de acabado de impresos de Müller Martini producen en altísima calidad y con total fiabilidad tanto publicaciones de grandes tiradas como productos especiales, revistas, folletos o libros de tapa blanda y de tapa dura. También para el creciente volumen de productos impresos en digital disponemos de soluciones altamente automatizadas y rentables.
Müller Martini – your strong partner.

Encuadernadora en rústica Alegro

Encuadernadora en rústica KM610

Müller Martini le suministra:
- Sistemas de embuchado-cosido y de encuadernación en rústica para tiradas grandes y pequeñas y una máxima productividad y flexibilidad
- Tecnología de construcción modular para la adaptación hecha a medida y la automatización de las instalaciones según las estructuras de pedido de los clientes
- Unidades para revalorización del producto como el encarte de suplementos y muestras de productos

www.mullermartini.com/products

MÜLLER MARTINI
Your **strong partner.**

El mercado del *sleeve* crece a un ritmo del 5,5% anual

Apesar de ser una tecnología en proceso de maduración, el sleeve continúa experimentando un crecimiento anual del 5,5%, según el informe "Global Sleeve Label Market Study 2018", de AWA Alexander Watson Associates. Este estudio destaca lo fuerte que se ha establecido la tecnología del sleeve en un plazo de tiempo relativamente corto, dado que actualmente representa ya alrededor del 18% del mercado global de etiquetas. Los mayores volúmenes los generan los sleeves termoretráctiles, que acaparan el 88% del total, y como principal sector de destino destaca el de bebidas (66% de las aplicaciones), seguido de alimentación (el 19% del total). En cuanto a su implantación por países, Asia es, de lejos, su principal valedor, con un 65% del total, seguido de Europa (19%), Norteamérica (12%) y, finalmente, África y América Latina (el 2% cada uno).

Un 3% de las empresas españolas ya utilizan la impresión 3D

Durante el año 2017, un 3,2% de las empresas españolas usaron servicios de impresión 3D, según la Encuesta sobre el Uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) que ha difundido el Instituto Nacional de Estadística (INE). De ellas, un 61,7% utilizó impresoras tridimensionales propias, mientras que un 53% empleó servicios de impresión proporcionados por otras compañías. El 6,4% de las empresas en el sector Industria utilizó servicios de impresión 3D. Por detrás se situaron el sector Servicios y la Construcción, con un 2,2% y un 1,4%, respectivamente. Por otra parte, el 32 % de las empresas de diez o más empleados compraron por internet en 2017, lo que situó el volumen de pedidos de bienes y servicios por vía electrónica en 206.672 millones de euros, según el mismo trabajo del INE.

SIESA

Soluciones en post impresión

RHIN-TUFF

TORNADO AUTOPUNCH EX
La primera perforadora automática del mundo.
Alimentación del papel, perforación, inserción de portadas y pestañas de índice y separación de juegos en un solo paso.
Alto rendimiento, hasta 10.800 hojas/hora.

UCHIDA

AEROCUT ONE
Cortadora / hendedora multifuncional.
Alimentador patentado TRI-SUCTION.
Corta múltiples tamaños de tarjeta en una misma página y añade hendidos.
Perforado longitudinal.
Lector de código de barras.
Plugin para trabajar a través del PC con Illustrator e Indesign.

morgana

MORGANA BM350/BM500
Sistema modular para grapar y doblar revistas.
Posibilidad de añadir guillotina frontal, lomo cuadrado, alzadora de 10 estaciones o alimentador para impresión digital.
Sistema automático con pantalla táctil.

foliant

FOLIANT MERCURY 400 NG
Laminadora profesional a una cara.
Rodillo laminador con resistencia eléctrica seca y rodillo de teflón antiadherente.
Alimentador Heidelberg con 54 cm de pila.
Mayor producción: 27 m/min.
Certificado de Seguridad GS Mark.

¡VISITE NUESTRA TIENDA ONLINE!

SIESA
www.siesa.es
siesa@siesa.es

C/ d'Àlaba, 140-146, 4º 1º • 08018 Barcelona
Telf. 93 485 06 25 • Fax 93 485 10 12

C/ Gamonal, 5 • 28031 Madrid
Telf. 91 223 73 85 • Fax 91 223 73 85

Nuevo catálogo de artes gráficas SIESA

Siesa ha presentado el nuevo catálogo de productos 2018 con muchas novedades en equipos de postimpresión, máquinas con más avances y modelos exlusivos.

Suministros Industriales y del Embalaje, S.L, ha lanzado su nuevo portfolio de máquinas de **acabado digital y postimpresión** que incluye los **equipos clásicos** de sus representados y **novedades exclusivas** como la primera perforadora del mundo totalmente automatizada.

En la sección de laminadoras, no podían faltar los **nuevos modelos Mercury y Taurus "NG" de Foliant**, que garantizan la seguridad y aportan más rapidez y calidad al laminado. Todos los equipos de laminado son semi-automáticos y automáticos y van desde la gama más sencilla de formato 38 x 58 cm hasta las laminadoras de alta producción con formato 76 x 110 cm, incluyendo también el formato 53 x 75 cm. También como novedad, se presentan las **versiones 4x4**, que laminan **a doble cara**.

Las **encoladoras PUR** de Morgana también cuentan como novedad con el **modelo 300XLPRO**, que permite hacer un formato de **portada de 1 metro**. Toda la gama ha mejorado incorporando un sistema de **ajuste automático de la cantidad de cola**, garantizando aún más el ahorro en cada trabajo. Todos estos equipos han sido fabricados única y especialmente pensando en el **sistema PUR**, con un **colero cerrado** para evitar la inhalación de gases tóxicos.

A la gama de cortadoras de tarjetas se ha incorporado la **Aerocut One** de Uchida, un modelo intermedio entre la Nano y la Prime, que hace **corte y hendido**, cuenta con el sistema patentado de alimentación **"Tri-suction"** y también permite configurar la máquina con el complete package incluyendo **2 unidades de perforado longitudinal, el plugin con el software de Illustrator e Indesign** para enviar los trabajos directamente del PC o Mac, y el lector de **código de barras**.

La hendidora Autocreaser PRO 385 y la hendidora/plegadora Digifold PRO 385 de Morgana, han incorporado como mejora la opción de **añadir un peine que realiza perforado horizontal**. También en la sección de **herramientas Technifold**, compatibles con la mayoría de plegadoras del mercado, y que evitan problemas en los hendidos, perforados y corte se ha añadido el **Tri-Creaser Fast-Fit Advance System**, que introduce dos rodillos de goma en el hendido de la parte inferior y se ha creado para **evitar la rotura del interior del papel**.

Uno de los equipos más destacados, es la **Tornado Autopunch EX**, que se une a la gama de perforadoras de wire-O y espiral, siendo la primera **máquina de perforar totalmente automática del mundo**. La exclusiva en este país es de SIESA, y ha sido acogida con gran éxito por los clientes. Esta máquina permite **alimentar automáticamente el papel, ordenar, perforar, voltear y separar los juegos** dejándolos listos para encuadernar.

También otra de las máquinas **en primicia es la troqueladora RDC de Morgana**, que hace pocos meses que ha salido al mercado. Permite hacer **corte, medio-corte, hendido y perforado en un solo paso** mediante una plancha magnética. Es el equipo ideal para personalizar los trabajos ya que se caracteriza por la facilidad de los cambios de troquel y su manejo totalmente intuitivo.

El resto del catálogo sigue contando con plegadoras, equipos para confección de revistas, guillotinas, contadoras de papel, taladradoras eléctricas, numeradoras, laminadoras de sobremesa, hendidoras/microperforadoras, redondeadoras de esquinas, encuadernadoras térmicas, vibradores de papel, enfajadoras y una amplia variedad de consumibles como grapas, brocas, cartuchos de grapas, cartuchos swingline, alambre, wire-O, bobinas de film, cinta Kraft, cola PUR. etc.

Se puede ver y descargar el catálogo completo en: www.siesa.es

Xavier Armengou, director general de Roland DG Iberia, nombrado presidente de Graphispag

El Consejo de Administración de Fira de Barcelona ha nombrado al director general de Roland DG Iberia, Xavier Armengou, presidente de Graphispag, Salón Internacional de la Industria Gráfica y la Comunicación Visual, cuya próxima edición tendrá lugar del 26 al 29 de marzo de 2019 en el recinto de Gran Via. Armengou releva en el cargo a Lluís Giralt, quien ocupó la presidencia del salón en 2017.

Xavier Armengou (Manresa, 1964) ha cursado estudios de Dirección Económico Financiera en ESADE y cuenta, además, con formación complementaria en gestión de calidad, RR.HH, negociación de ventas, y comunicación, entre otros ámbitos. Desde 2009 está vinculado a Roland DG Iberia, filial en España de la multinacional japonesa Roland DG Corporation, uno de los principales fabricantes mundiales de equipos de impresión digital y corte de vinilo, así como soluciones para la rotulación, personalización, packaging, decoración y textil, además de sistemas de 3D de grabado, modelado y escaneado. Antes de ser nombrado en 2015 director general para los mercados de España, Portugal y Norte de África, Armengou había ocupado el cargo de director de ventas.

Asimismo, cabe destacar su implicación en el mundo del asociacionismo gráfico ya que Xavier Armengou forma parte de la junta directiva de Graphispack Asociación, entidad que agrupa a los suministradores para la industria gráfica, embalaje y PLV de nuestro país, y que colabora en la organización de Graphispag.

Xavier Armengou, nuevo presidente de Graphispag. El salón gráfico de Fira de Barcelona se celebrará del 26 al 29 de marzo de 2019.

En su nueva responsabilidad como portavoz sectorial de la feria gráfica barcelonesa, Xavier Armengou aportará su experiencia y conocimiento del mercado de la comunicación gráfica y visual para conseguir un Graphispag innovador, experiencial y representativo del momento actual que vive el sector, abierto también a nuevos colectivos usuarios de productos y soluciones de impresión en sus negocios.

En la primera reunión del Comité Organizador de Graphispag 2019 celebrada ayer y presidida por Armengou se han presentado los objetivos y retos para esta edición, así como los contenidos y áreas de actividades en los que el equipo de Fira de Barcelona está trabajando. El salón, que ocupará el pabellón 2 del recinto de Gran Via, prevé reunir más de 300 marcas representadas de maquinaria y tecnología gráfica, acabados, software, soportes, tintas y materiales de impresión y superar los 20.000 visitantes.

La Comisión Europea registrará una iniciativa ciudadana sobre el etiquetado de los alimentos

La Comisión Europea ha anunciado que registrará dos iniciativas ciudadanas sobre fraude con fondos europeos y etiquetado de los alimentos, abriendo así el proceso en el que ambas propuestas intentarán reunir un millón de firmas para pedir a la Unión Europea que actúe sobre estos temas.

La primera de las iniciativas ciudadanas, llamada "Atajen el fraude y el abuso de los fondos de la UE", insta a las instituciones comunitarias a aplicar controles reforzados y mayores sanciones a los países que no se hayan adherido a la Fiscalía Europea "a fin de proteger los intereses financieros de la Unión".

La Fiscalía Europea contra el Fraude comenzará a operar en 2020 para perseguir los delitos que afectan al presupuesto de la UE y, aunque la Comisión Europea advirtió hoy de que no puede actuar contra determinados países sólo por no participar en ella, sí tiene capacidad para hacerlo si constata que "existen diferentes grados de protección de los intereses financieros de la Unión".

Hasta el momento, 21 Estados miembros han anunciado su intención de sumarse al proyecto, entre ellos España, pero no Polonia, Hungría, Irlanda, Dinamarca y Suecia. No entrará tampoco Reino Unido por su próxima salida del bloque comunitario.

La segunda iniciativa, bautizada "¡Come con ORIGinalidad!: desenmascara tu comida", pide hacer obligatorias declaraciones de origen para todos los productos alimentarios, para prevenir el fraude, proteger la salud pública y garantizar el derecho de los consumidores a la información.

La primera iniciativa se registró el 27 de septiembre y la segunda el 2 de octubre, fechas que dan inicio al periodo de un año en el que los organizadores de las mismas buscarán conseguir al menos un millón de firmas de ciudadanos de un mínimo de siete países europeos. Este logro no garantiza que la Comisión actúe al respecto, pero sí que deba pronunciarse en un plazo de tres meses y decida si dar curso o no a la solicitud. En ambos casos deberá justificar su decisión. EFE

Fuente: La Vanguardia

COMPROMISO: SERPER

Serper es una imprenta comercial de ámbito familiar que, desde su fundación en 1971, no ha dejado de buscar nuevos horizontes en el ámbito de la impresión.

En el mundo de las relaciones empresariales, el compromiso y la fidelidad se han convertido en piezas imprescindibles a la hora de entender los negocios y en ese ámbito, Serper es un especialista, tanto en lo que se refiere al nivel de compromiso, que durante estos años ha demostrado tener con Heidelberg, como en referencia a los vínculos que Serper mantiene con sus clientes.

Su equipo humano ha sido decisivo a la hora de valorar el crecimiento de la compañía. Por otra parte, una política enfocada en la constante renovación de equipos, en la búsqueda de tecnologías de vanguardia – Serper fue la primera empresa en España que instaló un equipo dotado con la tecnología Heidelberg LE-UV – en los controles de calidad, en la capacidad de adaptación que le ofrece la preparación técnica de su plantilla, en el diseño de su planificación y en su completo parque de maquinaria han confeccionado el cóctel perfecto. Tal como comenta José Miguel Serna, Director General de la compañía, "*uno de nuestros secretos, es la profesionalidad de nuestra plantilla sumada a una base instalada muy bien planificada y coherente*". Una Speedmaster CD 102-5, un equipo digital Versafire CV, una Suprasetter 105 con cargador automático, los equipos Polar en diferentes salidas y las dos últimas incorporaciones, la Speedmaster CX 102-5+L y la plegadora TH 82 configuran un abanico de oportunidades que Serper pone a disposición del cliente.

La capacidad productiva de la compañía, tal como nos comenta Mª Jesús Serna, co-propietaria de la imprenta, "*requiere de un cuidadoso diseño que ha de tener en cuenta diferentes aspectos, como la fiabilidad, el servicio y la capacidad productiva, que debe culminarse con un buen flujo de trabajo. Trabajar con un Prinect como el nuestro, con Presroom Manager, Digital Print Manager y el Prinect Cockpit, nos permite controlar y centralizar las decisiones en un tipo de producción de flujo combinado (digital/offset) como es nuestro caso. Prinect consigue integrar los diferentes equipos, generando transparencia, accesibilidad para los diferentes departamentos, rapidez en la toma de decisiones y, en resumen, un ahorro para el cliente, ya que en cada momento le estamos ofreciendo la solución más rentable en función del tipo de trabajo y un ahorro en los costes. Sin duda, hemos conseguido rentabilizar nuestros recursos y mantener la confianza de nuestro mercado.*"

María Jesús Serna, propietaria y hermana de Jose Miguel Serna, analiza un pliego recién impreso en la mesa de luz.

Una de las últimas incorporaciones en el taller, una Speedmaster CX 102-5+L

NUESTRA BASE DE DATOS

EUGÈNIA ÁLVAREZ RIEDWEG
ESPECIALISTA EN LA INDUSTRIA GRÁFICA - CREADORA DE PODIUM
www.podium.graphics
eugenia.alvarez@podium.graphics

Este artículo será corto, y es que las bases de datos, aunque dan para mucho son tremendamente aburridas y nada mas lejos de mi intención.

Bases de datos: un par de palabras que últimamente están en la mente de todos, diría que hasta nos dan pánico, pero no sabemos muy bien porqué, o sí. Me gustaría hablaros de ellas en un aspecto muy amplio y centrado en su uso.

¿A alguno de vosotros os gustaría tener la base de datos de vuestros potenciales clientes? Quizá estéis haciendo una de esas sonrisas sarcásticas como diciendo, "y a quién no…", casi como si os preguntara si queréis una semana mas de vacaciones.
"Deseo concedido: en este artículo encontraréis la base de datos que queréis…" bueno, me temo que esto ya no es tan fácil actualmente, a veces ni pagando San Pedro canta.

No voy a hablaros de cómo conseguir las bases de datos sino de qué hacer con ellas y para ello os lanzo otra pregunta: ¿cuantos de los que habéis contestado que sí, que os gustaría tener una base de datos de potenciales clientes, tenéis alguna? Posiblemente casi todos los que habéis contestado que sí a la primera tenéis un sí para la segunda y de eso quiero hablar.
¿Qué hacéis con estas bases de datos?
¿Quién las gestiona y cómo?

Os contaré una anécdota que me pasó hace ya mas de un mes. Supongo que no soy la única a la que reiteradas veces diferentes compañías de teléfono llaman para ofertar sus productos y convencerte de que cambies de compañía. He intentado todos las respuestas posibles, desde el "yo no me encargo, esto lo lleva mi marido, el teléfono es de empresa, no gracias, colgar, …" pero insisten e insisten y vuelven y vuelven.
Iba en el coche cuando me llamaron de nuevo brindándome una de las mejores ofertas durante los primeros 3 meses con un gran regalo y otras gangas. Tenía tiempo así que se me ocurrió decirles:

"gracias por llamarme pero ya soy de vuestra compañía y estoy realmente muy contenta con vuestros servicios".
Esperaba cualquier reacción pero ni mucho menos la que tuve: ante un escaso momento de desconcierto, me dieron las gracias por ser cliente y colgaron, sí sí, habéis leído bien: ¡COLGARON ELLOS!

Me quedé real y tremendamente sorprendida, luego me entró una especie de risa tonta sin saber realmente como reaccionar: ¡que me habían colgado ellos!, vamos lo único que no me había imaginado. Me repuse con dificultad y pensé que tendría llamadas en breve, como habitualmente sucede. Volverían…

Y a fecha de hoy: ¡NADA!
Será verdad que tienen una gran base de datos de clientes actuales y el pobre telefonista quizá no puede ni pensar que el teléfono que le sale, seguramente de forma automática, no pertenece a su base de datos, ¿será verdad? Quizá incluso añadió un comentario al informe conforme este usuario ya es cliente, y he pasado a ser un número borrado de la lista, o uno de los números finales de la lista de teléfonos a recuperar? (os recuerdo que hace semanas que no me contactan).

Una anécdota real pero que nos da que pensar:
Estas son las famosas bases de datos: ¿qué hacemos con ellas?, ¿qué sabemos de ellas? Está claro que frente a la nueva normativa las hemos dejado congeladas, puesto que al enviar el cuestionario de "quieren seguir con nosotros y además recibir información", el eco ha estado recibido como gran respuesta a muchas y muchas empresas. Entonces, ¿cómo vamos a crear nuevos contactos?

Como os comentaba, será un artículo corto y sólo os daré dos consejos:

Primero: empecemos por depurar las bases de datos de clientes actuales, de contactos que sí conocemos.

No sé si de algún cliente o proveedor recibís dos veces el mismo correo en el mismo correo, a veces lo recibís dos veces pero en correos diferentes (para los que tenéis un par de direcciones de correos).

Hemos hablado en otros artículos de marketing de contenidos, interesa mucho mas hablar de temas que tengan interés para vuestros clientes que de lo que hacemos nosotros, pero tampoco hay que enviarle lo mismo repetidamente al mismo correo o a todos los correos que tenemos de esa pobre persona ¿qué imagen está dando nuestra empresa con ello?

Así que en el tema de las Bases de datos, el primer paso es:
Depurar la información que tenemos y para ello espero que lo podáis hacer en un CRM o sistema de gestión de clientes, puesto que nos va a ser mucho mas sencillo, no sólo para gestiones de marketing con ellos sino también para contactar con nuestro cliente cuando realmente lo necesita.Si no tenemos aplicaciones dedicadas a la gestión de clientes, ¿tenemos algún software sencillo tipo Excel con la información centralizada de nuestros clientes, proveedores, contacto, intereses, consumo, categoría…?
Sea como sea hemos de centrar nuestros esfuerzos, en limpiar y verificar la información que tenemos.

Si gracias a la nueva ley hemos realizado una tarea concienzuda y lo tenemos hecho, pasaremos al punto numero dos, pero sólo si realmente lo hemos hecho a conciencia: analizar clientes, verificar dirección, lista de contactos, cargos, emails, números de teléfono, etc. Esta tarea puede y debe ser derivada a cada comercial para asegurarnos que obtenemos los datos correctos.

En segundo lugar hemos de realizar una tarea de captación de nuevos contactos y, claro está, no lo podremos realizar online sin pedir su consentimiento y no nos lo darán si no ven realmente que tenemos cosas que pueden interesarles, así que, retomamos el artículo de marketing y vamos a ver qué podemos hacer para captar su interés sin hablar de nosotros, sino de lo que a ellos realmente les interesa.

Nos podemos valer de las bases de datos que tenemos, pero hemos de hacer un trabajo mas personal, de contacto telefónico para concertar una visita, interesarnos por lo que realizan y establecer sinergias de colaboración para acabar teniendo su consentimiento para añadirlos a nuestra base de datos de posibles clientes y poder cautivarlos paulatinamente hasta que los consigamos como clientes.

En una era casi completamente digital, regresa la era del trato personal: ¡Bienvenid@s a las tertulias sociales, también conocidos como Networking!

> CÉSAR BLA
BRANDING Y DESARROLLO WEB EN WWW.SMILECOMUNICACION.COM
Elisava, Escola Universitària de Disseny i Enginyeria de Barcelona
University of Southampton, Bachelor of Arts in Design

5 Aplicaciones del CLOUD COMPUTING para fidelizar al cliente

Las aplicaciones tecnológicas nos ayudan para que nuestro día a día sea más fácil.

Normalmente las instalamos en nuestro smartphone, y además, muchas de las que utilizamos a diario son gratis. Nos sirven para pedir comida a domicilio, los servicios de taxi o VTC, ver noticias, usar las redes sociales, etc. En el negocio tradicional, la incorporación de aplicaciones forman parte del proceso de Transformación Digital, ya que permiten simplificar la gestión y automatizar muchas de las tareas de nuestra actividad profesional.

El avance de la tecnología ayuda a las empresas cualquiera que sea su sector, y resulta realmente útil cuando lo utilizamos para ayudar a nuestro cliente.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE AYUDAR AL CLIENTE?

En primer lugar porque otras empresas ya lo están haciendo, y en segundo lugar porque el nuevo usuario digital quiere realizar sus consultas en cualquier momento y desde cualquier lugar. La atención telefónica con horario restringido ya no es práctica y, salvo que hayamos integrado un robot con inteligencia artificial (IA), estamos perdiendo ventaja competitiva.

TIPOS DE SOFTWARE DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Tradicionalmente las empresas han utilizado programas informáticos para solucionar las gestiones internas, mejorar la relación con sus proveedores, optimizar los procesos, mejorar el control, reducir costes de logística, etc.

Software más utilizados en la empresa:

1. **ERP** Planificación de recursos empresariales.
2. **GESTIÓN** principalmente para mejorar la planificación de recursos internos:
   - Gestión de compras
   - Gestión de ventas
   - Contabilidad
   - Gestión de la producción
   - Logística, etc.
3. **CRM** Permite almacenar datos de clientes totalmente segmentados para planificar un objetivo de ventas.
4. **CALL CENTER** Gestor de llamadas.
5. **TPV** Para gestionar el proceso de venta en tienda.

Este tipo de **programas personalizados** alojados en un **servidor local** resulta caro, de manera que se utiliza por compañías con gran estructura y facturación.

La empresa actual, cada vez más conectada, evoluciona hacia pequeñas Pymes, microempresas y autónomos que no tienen los recursos para incorporar este tipo de software con la personalización que requiere.

QUÉ ES EL CLOUD COMPUTING

El Cloud Computing es el modelo tecnológico que permite a particulares y empresas acceder a **programas informáticos a través de internet** sin necesidad de instalar aplicaciones ejecutables.

Las aplicaciones se encuentran alojadas en la nube y accedemos desde cualquier dispositivo conectado a internet. Se trata de sistemas predefinidos que **contienen módulos adicionales** para personalizar cada aplicación a medida. Supone una solución a un coste menor que un software a medida.

VENTAJAS DEL CLOUD COMPUTING

A continuación detallo las principales ventajas que supone el Cloud Computing:

Accesibilidad: Desde cualquier lugar y a cualquier hora. Es uno de los aspectos claves del teletrabajo.
Seguridad: Se pueden adjudicar permisos de uso así como automatizar copias de seguridad.
Comunicación: Permite reunir a varias personas de distintos países, y agilizar su conversación.
Actualización: El software se actualiza sin tener que invertir en su desarrollo.
Control: Todo queda registrado.

El gran número de aplicaciones cada vez más específicas tienden a pagar solo por lo que se usa.

APLICACIONES DEL CLOUD COMPUTING PARA SATISFACER AL CLIENTE

Uno de los éxitos de Google ha sido entender que las personas **tenemos dudas que resolver**. El misterioso algoritmo trabaja **para encontrar las mejores respuestas** para nuestra satisfacción.

Si tu empresa no utiliza este tipo de aplicaciones, pregúntate si está quedando desfasada en el proceso de **Transformación Digital**.

1. Seguimiento de pedidos online

Imagino que alguna vez has comprado en Amazon, o bien has enviado un paquete por Correos, entonces ya conoces el panel de seguimiento de pedidos y lo útil que es.

Si es útil para nosotros, también puede ser útil para nuestro cliente.

Quizás no es necesario aplicarlo a todos los productos, pero en algunos trabajos con un proceso más elaborado va a servir para que el usuario tenga más información, sienta más control y evite llamar por teléfono.

Para acceder al seguimiento de pedidos vas a necesitar un gestor de usuarios.

2. Área de Usuarios

Un gestor de usuarios te permite dar de alta, de baja, cambiar la contraseña, suscribirse al Newsletter, etc.

Para que los usuarios se registren necesitan acceder a otra información más valiosa como:

- Histórico de pedidos
- Visualizado y descarga de facturas
- Suscripción al Newsletter entre otras funciones.
- Acceso a ofertas exclusivas para usuarios registrados, etc.

Cuanto más tiempo pasen los usuarios en el espacio web de la empresa más presente van a tener nuestra marca en su decisión de compra.

3. Chatbot

La atención al cliente es un elemento de **diferenciación** en la era digital. Un Chatbot es un programa que envía **respuestas automáticas** a los mensajes o consultas de usuarios. Los Chatbots se programan mediante un conjunto de reglas predeterminadas para entregar respuestas a los usuarios y funcionan mejor con la asistencia de un empleado que enriquezca la base de datos de respuestas.

Algunos Chatbots más avanzados pueden usar inteligencia artificial (AI) para aprender cómo deben interactuar modificando de manera automático el algoritmo de respuesta.

Si el usuario está en tu página web y tiene dudas, no va a escribir a una empresa que no conoce ni te va a llamar por teléfono. Nuevamente le va a preguntar a Google y va a salir de tu web.

LiveChat 24/7

Integrar un Chat o Chatbot es una opción para iniciar un contacto usuario-empresa, se trata de una oportunidad para convertir un usuario en cliente potencial.

Si utilizas Wordpress, puedes insertar un chatbot rapidamente instalando un plugin.

4.Blog

Muchas de las publicaciones en blogs son muy genéricas, no aportan información relevante o son un recipiente de palabras clave.

¿Tienes un blog de empresa?
¿Lo utilizas?
¿A tu cliente le sirven para algo tus publicaciones?

Todo cliente tiene **dudas y consultas** que seguro estás harto de responder de manera individual, de hecho, utilizamos los buscadores para encontrar respuesta a estas preguntas.

Utiliza tu blog para **ayudar al usuario ofreciendo estas respuestas**, seguro que puedes encontrar un Top10 de preguntas frecuentes. Puedes incluir un tutorial de Youtube en tus artículos, aunque sea de otra empresa, para mantener más tiempo al usuario en tu página.

Si tu blog resulta útil, la marca de tu empresa se convierte en relevante.

5. Newsletter

El envío de correo masivo (basura) está muerto, y principalmente después de la actualización de la ley de protección de datos. Esto es una buena noticia, ahora tenemos más espacio para recibir emails con información que nos interesa y más tiempo para dedicarle.

Trabaja tu lista de contactos, segmenta tus clientes por intereses y realiza envíos con **contenido personalizado**.
Piensa en la información que les puede interesar:

- Presentar un **servicio complementario** al que ya han consumido. Seguro que lo tienes expuesto en la web, pero muchas veces el cliente no lo conoce.
- Nueva **oferta de precio** de un servicio que le interesa.
- Dar a conocer algunos trucos (que están publicados en el blog) para que mejore su producto, sistema de trabajo, control de pedidos.

Cuánto más valor ofrezcas, más receptivo será el usuario. Te sorprendería el provecho que se puede sacar a una lista de 100 antiguos clientes.

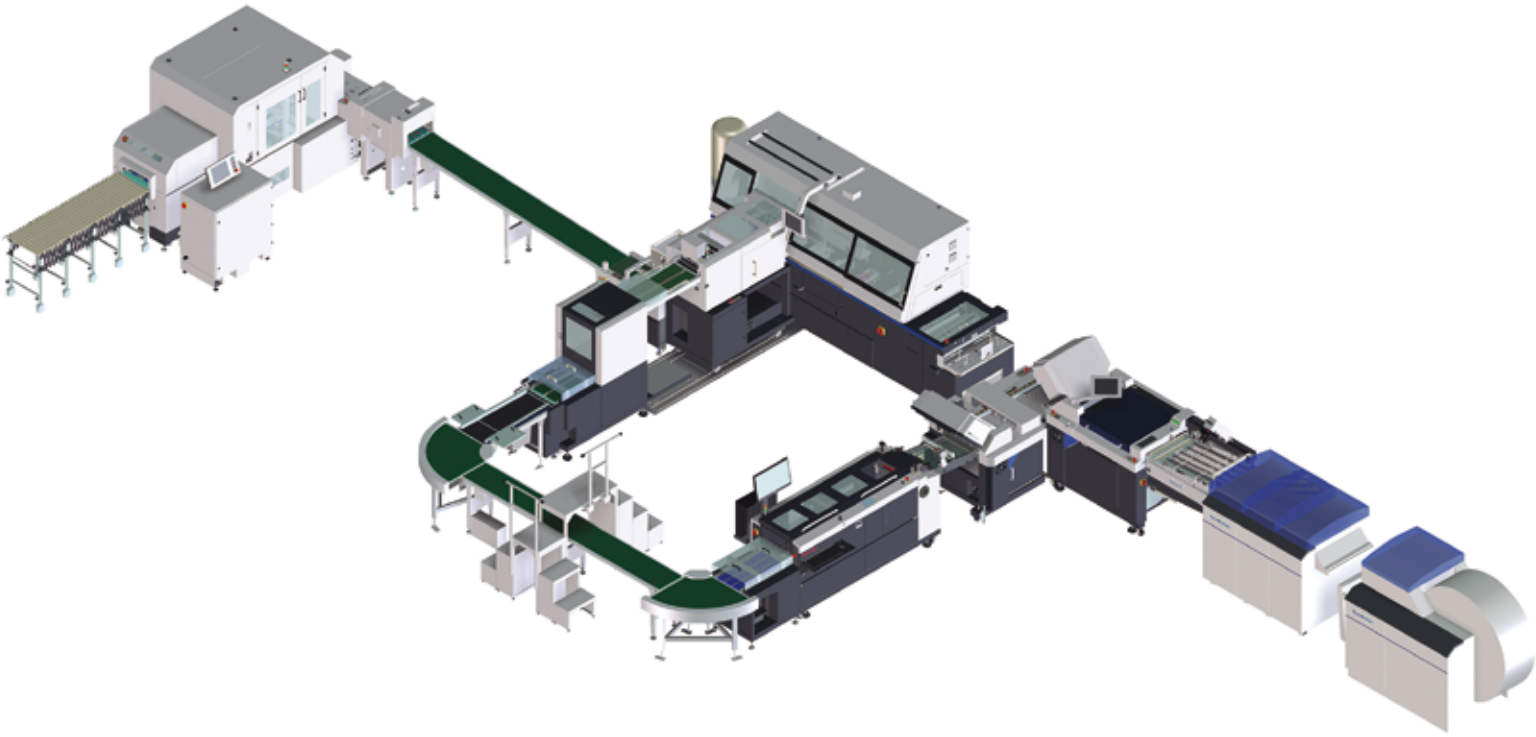
OPQ SYSTEMS
Maquinaria Gráfica, S.L.
des de 1996

El vostre especialista en Post Impressió

Horizon

PRESENTA L'EQUIP PER A LA NOVA ERA DE L'ENQUADERNACIÓ DIGITAL

SMART BINDING SYSTEM



- Solució d'enquadernació digital en linea amb enquadernadora Horizon BQ-480.
- Sistema d'enquadernació intel·ligent per a una producció en línea completament automatitzada.
- Possibilitat d'alimentació des de full o bobina.
- Alta producció en enquadernació digital sota demanda.
- Eficiència i control d'integritat totalment automatitzat, que garanteix seguretat i precisió fins i tot en la producció de llibre 1 a 1.

POSSIBILITAT DE FINANÇAMENT
SOL·LICITI DEMO SENSE COMPROMÍS

C/ Anselm Clavé s/n - P.I. Matacàs Nave 18
08980 Sant Feliu de Llobregat
Tel. 936 850 015 / 671 625 405

C/ Resina, 13-15 - Nave B18
28021 Madrid
Tel. 661 298 101

Lisboa (Portugal)
Tel. 935 543 494

www.opqsystems.net
YouTube OPQSYSTEMS
twitter @opqsystems

Distribuïdor oficial de:
Horizon JBI SCHNEIDER SENATOR Vacuumatic mamo Dumor! Tech ni Fold KAS Henkel foliant BUSCH

7 características del vídeo en directo en redes sociales

ENRIQUE SAN JUAN
DIRECTOR DE COMMUNITY INTERNET THE SOCIAL MEDIA COMPANY
@esj en Twitter - www.community.es
© 2018

Desde que el 26 de enero de 1926 el físico británico John Logie Baird emitiera las primeras imágenes de televisión ante los miembros de la *Royal Institution* y un periodista del periódico *The Times*, hasta nuestros días, el fundamento de la televisión ha sido precisamente el de la emisión en directo, ya sea de programas en vivo como de programas grabados.

Esta capacidad, no obstante ha estado en manos de un puñado selecto de grandes medios de comunicación que han tenido (y siguen teniendo) la concesión de la explotación de una banda de frecuencias o canales, la propiedad de los equipos materiales y la disposición de los recursos humanos suficientes para la emisión. Y en un modelo de uno hacia muchos.

La novedad del vídeo en directo "en redes sociales" consiste en que desde el desarrollo de las redes sociales, ahora cualquier persona en el planeta que cumpla con los requisitos de disponer de una cuenta en una red social con capacidad de emitir vídeo en directo, un dispositivo adecuado para captar vídeo y sonido y un plan de datos activos puede convertirse en un emisor con capacidad teórica de llegar a decenas de miles de usuarios (e incluso millones) en cualquier parte del planeta.

En este sentido, el vídeo en directo se yergue como el protagonista de este cambio, que es significativo. Si en su momento la irrupción de la televisión con su modelo de comunicación de uno a muchos supuso un cambio tecnológico, cultural y social de gran calibre, sería lógico considerar que este tipo de emisión podría ser la semilla de un nuevo cambio en el mismo sentido, al poner en las manos de muchos la capacidad de emitir en directo hacia muchos.

Así, el formato del vídeo en directo en redes sociales es singular al incorporar una serie de características que es preciso considerar. Son las siguientes:

1. El canal son las redes sociales. A diferencia del modelo tradicional de televisión en abierto, que se basa en la concesión de un espectro hertziano limitado en la geografía de una zona concreta, el vídeo en directo en redes sociales no precisa concesión administrativa alguna, ni local, ni regional ni nacional y tampoco tiene límite geográfico.

2. Cualquier persona o empresa puede emitir. Dado que no se precisa de una categoría académica especial ni de una licencia concedida para operar este medio, cualquier persona

física o jurídica puede emitir a voluntad desde cualquier lugar del planeta, desde sitios fijos e incluso en movimiento.

3. El vídeo es en directo, no editado. Las emisiones se producen en el más puro directo, en vivo, de principio a fin, con lo que desaparece la opción de editar o rectificar el contenido, que se emite en tiempo real.

4. La audiencia está en las redes. A diferencia de la televisión o la radio, donde cualquier persona que posea un receptor es un telespectador o un oyente en potencia, en este caso, los espectadores están definidos por ser usuarios de las redes sociales y por poseer el dispositivo adecuado (teléfonos inteligentes, tablets, ordenadores y Smart TV con conexión a Internet).

5. Permiten la interacción del espectador. Es uno de los aspectos más destacados de este tipo de emisiones. Los espectadores, usuarios de las redes desde las que se emite, tienen la capacidad de interactuar en directo con las emisiones a través de sus cuentas. La interacción se da en tres formas, dos síncronas (las muestras de aprecio con corazones y las intervenciones en chats en directo) y una asíncrona (comentarios posteriores a la emisión).

6. La interacción es parte del contenido. A diferencia del vídeo tradicional, donde el contenido se entrega finalizado y enlatado, y también a la emisión de programas en directo en televisión (que no contempla esta funcionalidad de manera nativa), en el vídeo en directo en redes sociales la interacción suele formar parte integral del contenido. Las personas que interactúan pueden hacer preguntas y comentarios en directo. Estas intervenciones son vistas por todos y pueden ser respondidas en directo por el presentador, alterando así el guión original y generando nuevas líneas argumentales en el momento.

7. El chat genera un canal paralelo de comunicación. A menudo el chat que se produce en una emisión en directo se convierte en un canal complementario de comunicación en tiempo real de gran relevancia, donde la audiencia participa activamente creando líneas de contenido de diversa naturaleza (crítica, colaboración, complementaria, debate, emocional, etc.).

Las redes que permiten en vídeo en directo en este momento son: **Facebook, Twitter, Periscope, Instagram y YouTube**. Estas ostentan el papel de canales de las emisiones a través de las cuentas de los usuarios de cada red, tanto si se trata de empresas, marcas, instituciones o particulares.

Si todavía no has empezado a emitir en directo, ésta es tu oportunidad de adelantarte a la competencia y generar un modelo próximo de comunicación con tu audiencia.
¿Te animas?

Claves para comunicar bien en redes sociales

GEMMA MOMPART
MENTORING EN COMUNICACIÓN DIGITAL, REDES SOCIALES Y CONTENIDOS
LinkedIn para profesionales y empresas
DigitalDixit Comunicació - www.digitaldixit.com

Las redes sociales no son más que espacios de conversación virtuales donde se reúnen personas con intereses, gustos y aficiones compartidas. Las marcas deben participar aportando valor en estas comunidades si quieren ser relevantes para sus diferentes públicos objetivo.

¿Con quién conectar para conversar?

Cuando entramos por primera vez en una red social, lo primero que debemos hacer es preguntarnos con qué tipo de personas o empresas queremos conectar, y con qué finalidad queremos hacerlo.

A partir de aquí, averiguaremos en qué espacios online, redes sociales y comunidades virtuales se interrelacionan y qué información o contenidos les podemos aportar que les resulte de interés.

Saber quiénes son nuestros *stakeholders* (personas o empresas con las que tenemos algún tipo de relación) y en qué redes sociales interactúan nos ayudará a orientarnos.

En términos generales, los podemos clasificar en tres grupos:

1. Consumidores y compradores de nuestros productos o servicios, actuales o potenciales. Dentro de éstos, hay un subgrupo que se debe mimar de forma especial: los *heavy users*, que son los usuarios más convencidos, más fieles, los más acérrimos defensores de la marca. Consumidor y comprador no siempre convergen en la misma persona. Un ejemplo muy claro es el de las amas de casa, que compran para ellas, pero también para el resto de la familia.

2. Distribuidores y prescriptores, las personas y/o empresas que venden y recomiendan nuestra marca. Incluimos en este grupo a tenderos y mayoristas, representantes y vendedores, u otros intermediarios dentro de la cadena de distribución. En general, personas que informan y aconsejan sobre nuestros productos porque los conocen bien.

3. Líderes de opinión, influencers, bloggers, periodistas y críticos. Personas expertas en el ámbito temático y sectores que tocan a nuestra marca, que pueden representar o no a un medio de comunicación. En todo caso, su opinión se tiene muy en cuenta: son también prescriptores. Son profesionales que marcan tendencias.

Encontrar estos grupos de personas y empezar a seguirlos, analizar qué temas tratan y de qué manera lo hacen es un punto clave. Nos puede ayudar hacer la búsqueda utilizando hashtags o palabras relacionadas.

Primero escucharemos, después intervendremos. Las listas en Twitter, por ejemplo, son muy útiles en estos casos porque nos permiten hacer una monitorización por grupos bajo criterios predefinidos por nosotros.

El cómo: las buenas maneras, una cuestión esencial

En las redes sociales, encontramos siempre personas. No podemos olvidarlo en ningún momento. Quizás estas personas no dicen nada, pero nos ven y nos leen.

Comunicar bien en redes sociales no es distinto a cómo lo hacemos de forma presencial. Estos *tips* nos ayudarán a recordar las bases de una buena comunicación:

1. Mostrarnos amables. Tratar a las personas con respeto y amabilidad, al igual que lo hacemos en nuestra vida habitual. Procurar evitar malentendidos: recordemos que en la palabra impresa no hay entonación, y que es fácil malinterpretar un mensaje escrito.

2. Crear interés. No publicar por el hecho de publicar. Es una pérdida de tiempo y nos afecta a la reputación. Del mismo modo que en las conversaciones normales, una persona que no aporta nada interesante, no la queremos a nuestro lado.

3. Escuchar con atención. No estamos solos. Hablar por no callar, publicar sin ánimo de conversar, sin interesarnos lo que dicen los demás, no es más que un monólogo. También en las redes. Las personas y las marcas que no escuchan no son escuchadas.

4. Ser constructivos. Mensajes críticos, polémicos o susceptibles de generar conflicto no son recomendables, y menos si actuamos como representantes de una empresa. En cambio, enfoques altruistas y positivos, sin ser empalagosos, suelen funcionar.

5. Actuar con empatía. Hay que hacer el ejercicio de "ponernos en los zapatos" del otro para asegurarnos de que lo que decimos es bien interpretado, es adecuado y es correcto. En caso de duda, mejor no publicar: cuesta mucho resolver una crisis de reputación cuando ésta se ha disparado.

El qué: lo que contamos debe ser interesante

Elegir bien los contenidos que compartimos, pensando en las personas que nos siguen, nos ayudará a ir construyendo una buena reputación. Si conseguimos ser atractivos para nuestros seguidores, cada vez que publicamos un contenido estarán pendientes de nosotros y nos apoyarán. La calidad, la dedicación y la constancia tienen una buena recompensa.

Los contenidos que reúnan alguna o varias de las siguientes condiciones tendrán más posibilidades de conseguir el tan deseado *engagement* o, lo que es lo mismo, "enganchar" a la audiencia:

1. Son noticia, son contenidos de actualidad.
2. Despiertan la curiosidad, son originales, creativos.
3. Utilizan el ingenio y/o el sentido del humor.

Para concluir...

En definitiva, nuestra actuación en las redes sociales debe ser coherente y congruente con nuestra filosofía de empresa. Tener claros los objetivos, establecer una buena estrategia y aplicar el sentido común nos dirigirá hacia el éxito.

Ranking de las 50 compañías internacionales de la industria editorial

Un año más nos llega de la mano de Ruediger Wischenbart el Ranking de las 50 compañías internacionales con más volumen de negocio en la industria editorial. Este año encontramos 2 empresas españolas entre las 50 primeras: Pearson, con un volumen de negocio de 5.077 millones de Euros y RELX Group (Reed Elsevier), con 4.691 millones de Euros. Por otra parte, el Grupo Planeta, se mantiene en séptimo lugar, con un volumen de 1.652 millones de Euros, y el Grupo Santillana (Prisa), sube un puesto con respecto al año anterior, hasta el vigésimo tercero con 656 millones de Euros.
www.valordecambio.com

Apple, los nuevos iPhones y su enfoque en la industria editorial

Apple presentó oficialmente iOS 12, la nueva versión del sistema operativo en la que han estado trabajando en los últimos meses y que será instalada en millones de dispositivos este año. iOS 12 trae muchas novedades relevantes para los usuarios, puliendo el sistema y con características nuevas, entre ellas, la actualización de iBooks, que pasará a llamarse Apple Books. No sólo cambia de nombre sino que introduce los audiolibros y tendrá una nueva pestaña llamada “Reading Now”, que reúne los libros que el usuario está leyendo o escuchando en ese momento.
www. ebookfriendly.com

El envase inteligente crea nuevos mercados para la industria de la impresión

En 2018, se proyecta que el valor combinado de mercado de envases activos e inteligentes alcanzará los $ 5.68 mil millones y continuará presentando nuevas opciones de valor agregado en el futuro según el último análisis de mercado de Smithers Pira. El análisis en el nuevo informe de Smithers Pira “El futuro del empaquetado activo e inteligente hasta 2023” (The Future of Active & Intelligent Packaging to 2023) muestra que el mercado de envases activos es el mercado más grande, valorado en $ 4.620 millones en 2018. Esto incluye una gama de componentes utilizados para mejorar la conservación de los productos dentro del embalaje, tales como, eliminadores de gases y emisores, captadores / emisores de humedad, susceptores de microondas, antibacterianos, antioxidantes, películas autoventilables, absorbentes de sabor / olor y componentes de control de temperatura.

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.

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

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

ASSESSORIA ENERGÈTICA
Xavier Massana
De dilluns a divendres, de 16 a 19 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

PREVENCIÓ DE RISCOS LABORALS
Ramón Vilaltella
De dilluns a divendres, horaris d'oficina
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

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

GESTIÓ 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

GESTIÓ D'EQUIPS HUMANS I VALORS DE L'ORGANITZACIÓ
Anna Matas
De dilluns a divendres, horaris d'oficina
Telèfon 657 975 448

TRUCA'NS I T'AJUDAREM
93 481 31 61

DIRECTORI
D'EMPRESES COL·LABORADORES DE

Publicitat
per empreses agremiades

Preu anual
165 euros
+ IVA

Per incloure publicitat en aquest Directori contactar amb:

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

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

CONTRAENCOLATS

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

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

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

CARPETERIA

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

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. Lo Bordo
C/ Garraf 2-D
08140 Caldes de Montbui
www.carterbox.com

CONTRAENCOLATS

ACABADOS GRÁFICOS 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

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

enquadernacions rueda 99, S.L.

PLEGADOS
REVISTAS
ENCUADERNACIÓN
RÚSTICA COSIDA Y
CON COLA PUR
ESPIRAL
WIRE

Pol. Ind. nº 10 (Camí Vell de Can Marimón, 161)
Les Franqueses del Vallès - (Barcelona)
Tel. 93 849 30 44 - 93 849 36 15 - Fax. 93 840 25 74
e-mail: montse@enquadernacionsrueda.com

ENCUADERNACIONES SANCHEZ, S.C.P.

Encuadernación artesanal
Ed. pequeñas, grabados, stamping
Rústica fresada

Pujades, 77-79 3º 8ª - 08005 Barcelona
Tel. 93 507 54 47 - Fax 93 507 54 48
info@encuadernacionessanchez.com
www.encuadernacionessanchez.com

GALMES

ENQUADERNADOR
des de 1963

ARTESANIA - ÀLBUMS
EDS. LMTDES - PROJECTES
RESTAURACIÓ DE LLIBRES
CARPETES OBRA GRÀFICA
CAPSES - NOMINATS
DAURATS "Stamping"
DISPLAYS en pell o símil

Visiti'ns a

Plaça de la Vila de Gràcia, 16
08012 Barcelona
Tel. 932 377 654 - Fax 934 161 952
galmes@enquadernador.com
www.enquadernador.com

ESTAMPACIÓ PEL·LÍCULES PER CALOR

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

ETIQUETES

SATER GRAF S.L.
www.satergraf.es

FABRICA de ETIQUETAS
ETIQUETAJE en GENERAL

Impresión de etiquetas de alta calidad

- Entradas de espectaculos con seguridad
- Impresión de etiquetas en bobina
- Hojas láser y etiquetas ordenador
- Hologramas, estamping, relieves
- Impresión digital en bobina

IMPRESIÓN DIGITAL NEW

C/ Galicia, 46 • Pol. Ind. Siglo XX • 08223 Terrassa (Barcelona)
Tel.: 93 731 58 56 • Fax: 93 785 45 60 • sater@satergraf.es

ETIQUETES

Label Intro s.l.
Fabricantes de etiquetas adhesivas

C/ Vic, nº 32 - Naves 1 y 2
08120 La Llagosta - Barcelona
Tel. 93 568 42 04 - Fax 93 568 47 02
labelintro@labelintro.com
www.labelintro.com

FABRICANTS DE BOSSES DE PAPER

Industrial Bolsera

Carretera de Caldes, Km 3,400
08130 - Santa Perpètua de Mogoda
(Barcelona)
Tel. 93 574 83 00 - Fax 93 560 16 99
com@industrialbolsera.com

FABRICANTS DE CARTRÓ ONDULAT

ONDUFORMA

FABRICAMOS
A SU MEDIDA

BOBINA EN CARTÓN ONDULADO: Micro y Canal 3
FORMATO EN CANAL ABIERTO: Micro y Canal 3
PLANCHA: Micro, D3, D5, DD, M3
PLANCHA EN CANAL ABIERTO: M3, DD

C/ Marconi, 5 - Polígon Sesrovires
08635 Sant Esteve Sesrovires - Barcelona
Tel. 93 777 78 34 - Fax 93 777 74 72
onduforma@onduforma.com

FABRICANTS DE SOBRES

E. DOMÈNECH MIRABET, S.A.

Avda. Carrilet 187 - Nave 4
Tel. 933 384 312 - Fax 933 372 546
08907 - L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)
domenechmirabet@domenechmirabet.com
www.domenechmirabet.com

UNA ORGANITZACIÓ AL SEU SERVEI.
FABRICACIÓ I IMPRESSIÓ DE SOBRES I BOSSES.

- Sobres standard
- Sobres publicitaris

maespa

Pol. Ind. Nord Est - C/ Torre Bovera, 21-41 Nau 5
Tel. 93 565 09 50 - Fax 93 565 09 54
E-mail: maespa@maespa.es - www.maespa.com
08740 SANT ANDREU DE LA BARCA (Barcelona)

GRAVADORS

RODINSA Engraving Group — **TE-DE**

- Huecograbado electrónico
- Huecograbado autotípico
- Flexografía
- Tramas mecánicas (anilox)
- Cilindros gofradores

C/ Barcelona 411, nave 4 • 08620 Sant Vicenç dels Hort
Barcelona • Spain • Tel. 34 936 562 811 • Fax. 34 936 768 575
E-mail. rodinsa@rodinsa.com • www.rodinsa.com

GRAVAT AL BUIT

Industrial Bolsera

Carretera de Caldes, Km 3,400
08130 - Santa Perpètua de Mogoda
(Barcelona)
Tel. 93 574 83 00 - Fax 93 560 16 99
com@industrialbolsera.com

GRAVATS I ESTAMPACIÓ

MAGNEGRAF

T.: 937 843 004
F.: 937 841 444
Tw.: @magnegraf
Miño, 122 Naves H-I
08223 Terrassa (BCN)
www.magnegraf.net

IMPREMTA

Pre-impresión
Impresión
Post-impresión

COMGRAFIC

PC serveis gràfics

Llull, 105-107 - 1ª planta
08005 Barcelona
Tel. 93 485 51 61
Fax 93 485 32 56
www.comgrafic.com
pc@comgrafic.com

IMPRESSIÓ DIGITAL

BRAMONA
Impressió Digital

- Impressió sota comanda
- Cartellisme B/N i Color
- Scanner color gran format

Aribau, 177 • 08036 Barcelona
Tel. 93 439 65 61 • Fax 93 322 16 23
bramona@bramona.com • www.bramona.com

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
Tel. 93 474 11 60
comart@comartsa.com - www.comartsa.com

PLASTIFICADORES

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

C/ Femades, 74
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

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

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

ART&SERVEI
INDUSTRIA GRAFICA

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

PROMOCIÓ I ESPECIALITATS GRÀFIQUES

www.grifoll.com
info@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

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

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

RELLEU EN TERMOGRAVAT

imprelux®
CASA FUNDADA 1920

RELLEU A L'ACER - TERMORELLEU - RELLEU EN SEC
ESTAMPACIÓ PER PEL·LÍCULES PER CALOR

Bruc, 120 - 08203 SABADELL
Tel. 93 726 11 60 - Fax 93 726 11 60
info@imprelux.com
www.imprelux.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

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

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

SERIGRAFIA

www.grifoll.com
info@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

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

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

SERVEIS GRÀFICS

Toni Ródenas

impressió digital i offset
copisteria - papereria
segells de goma
plaques - disseny gràfic

toni.rodenas@telefonica.net
www.tonirodenas.net
floridablanca, 127 - 08011 Barcelona
Tel. 93 423 45 97

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, 8-10
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

Per informació sobre la publicitat a la revista

GREMI

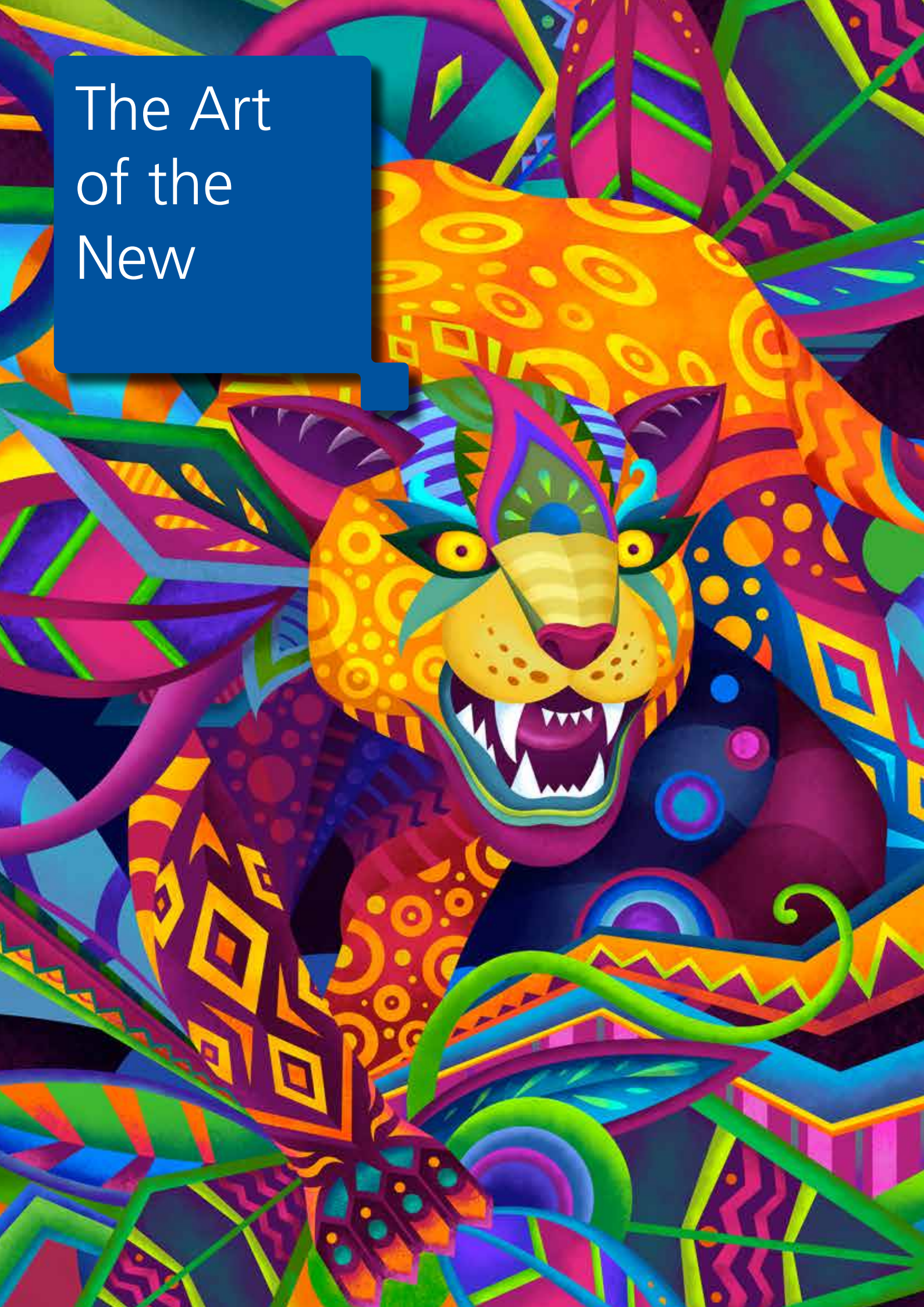
poden dirigir-se a:

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

The Art of the New



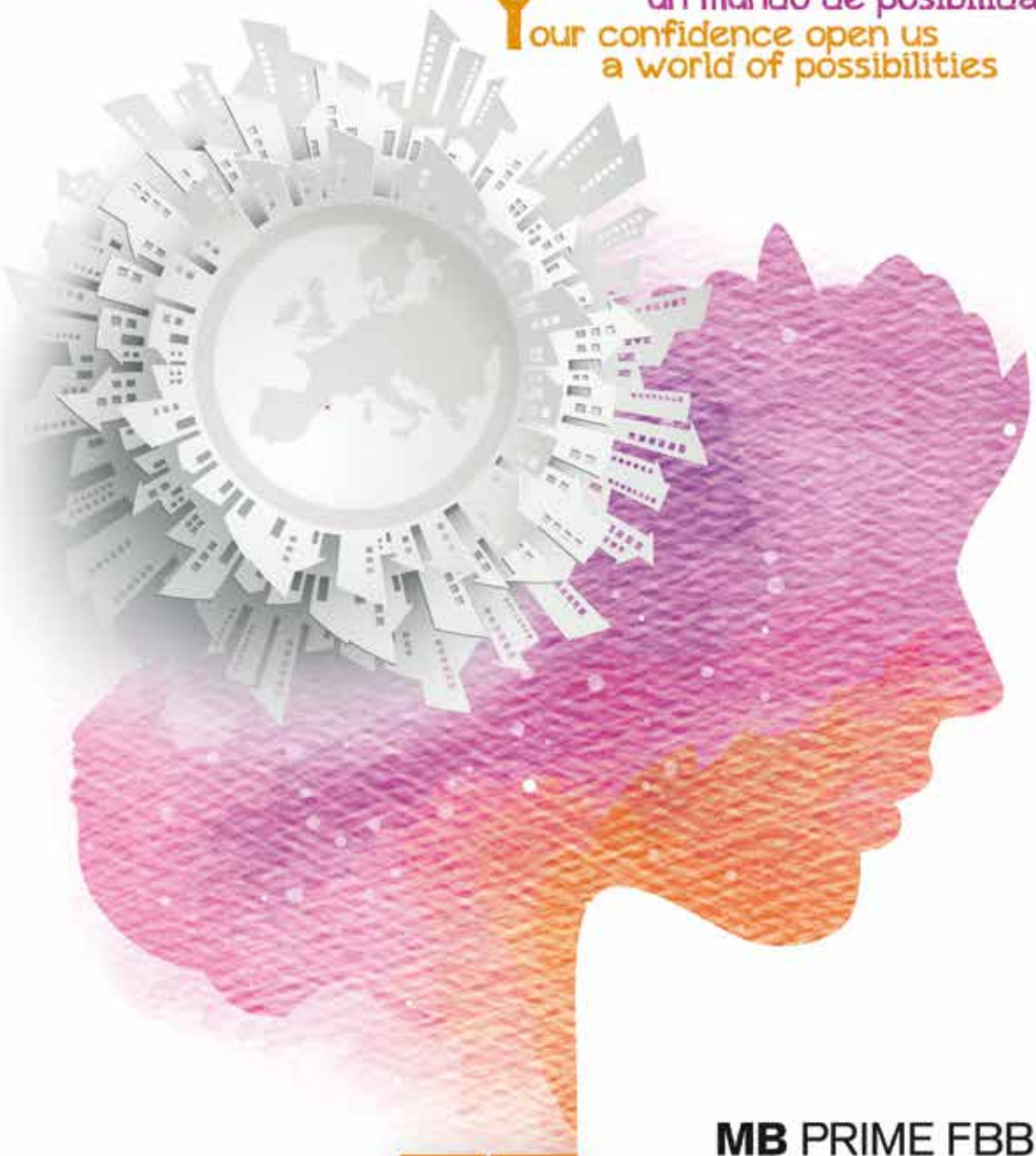
RICOH
imagine. change.

Ricoh Pro™ C7200x *Graphic Arts*

- Imbatibles 2400x4800 dpi de resolución
- Registro mecánico perfecto autoverificado
- Banner 1.260 mm con dúplex hasta 700 mm
- Velocidad constante en todos los soportes
- Biblioteca de papeles gestionada en remoto
- 5ª estación de color de posición variable
- Fondeado de blanco en una sola pasada
- Versión CMYK con actualización a 5 colores
- ¡Nuevo! Tóner Rojo invisible (reactivo a UV)
- Tóner White, Clear, Neon Yellow y Neon Pink

LA FUERZA DEL COLOR

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



MB PRIME FBB
MB PRO FBB BRIGHT
MB CLASSIC FBB

¡NUEVAS REFERENCIAS,
DESCÚBRELAS!

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

comart
comartsa.com

LISBOA - MADRID - BARCELONA - LYON