#ConcursGremi2019 #GalaGrafica2019

GREMI

INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

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

265 / 1er trimestre 2019

GALA GRÀFICA 2019

Lliurament dels Premis Gremi

amb un show exclusiu de

CARLOS LATRE

GREMI
INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

2 INVITACIONS
per empresa agremiada

17 DE MAIG 2019

a les 20h.

AUDITORI 1899

FC BARCELONA

Amb el patrocini de

HEIDELBERG

AGFA WE EMBODY PRINT

comart

KODAK

MÉS INFORMACIÓ

Tel. 93 481 31 61

INSCRIPCIONS

www.gremi.net

HEIDELBERG

Gallus Smartfire

Empezar a imprimir etiquetas digitales, ahora es más fácil.

Fácil de usar, económicamente asequible y adecuado para cualquier entorno de trabajo, la Gallus Smartfire es el modelo inicial perfecto para la impresión de etiquetas digitales.

Heidelberg Spain, SLU.
Carretera de l'Hospitalet, 98-108
08940 Cornellà de Llobregat, Barcelona
Tel: 93 475 80 00
www.heidelberg.com/es
heidelberg.hsp@heidelberg.com

> **hem signat el preacord del Conveni Col·lectiu Estatal d'Arts Gràfiques, Manipulats del paper, Manipulats del cartró, Editorials i Indústries auxiliars, amb una vigència de 2 anys**

IBAN CID
President

Editorial

ANEM ENDAVANT

A la recent edició de Graphispag hem pogut comprovar una bona impressió entre els expositors i visitants. El saló ha evidenciat una major digitalització de la indústria gràfica tant en tecnologia, fluxos de treball i automatització de processos. Al mateix temps ha reflectit el potencial creatiu i de negoci que la personalització, el disseny i els nous suports d'impressió obren no només a les empreses de serveis gràfics sinó a infinitat de sectors usuaris de solucions de comunicació gràfica i visual.

Per altra banda, aquest mes d'abril hem signat el preacord del Conveni Col·lectiu Estatal d'Arts Gràfiques, Manipulats del paper, Manipulats del cartró, Editorials i Indústries auxiliars, amb una vigència de 2 anys (2019 i 2020). En les pròximes dates es procedirà a la signatura del texte íntegre del Conveni i posterior publicació al BOE. En les següents pàgines us expliquem les novetats d'aquest preacord.

I per últim, el dia 6 de maig, festivitat del nostre patró Sant Joan Ante Portam Latinam, celebrarem una missa concert a càrrec del Cor Bruckner Barcelona, a la Basílica de Santa Maria del Mar, a la qual esteu tots convidats, i el 17 de maig celebrarem la Gala Gràfica, aquest any a l'Auditori 1899 del FC Barcelona, on lliurarem els premis a les empreses guanyadores de la 68ena edició del Concurs d'Arts Gràfiques 2019, en la qual comptarem amb el showman Carlos Latre. Totes les empreses agremiades disposeu de dos entrades gratuïtes, les quals les podeu reservar des de la web del Gremi www.gremi.net.

Espero poder saludar-vos en aquesta gran trobada empresarial.

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
Andreu López, César Bla,
Enrique San Juan, Eudald Aymerich,
Eugènia Àlvarez, Gemma Mompart,
José Mª Hernando, Màrius Gil,
Ricard Agustín i Xavier Esteban.

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

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

Sumari

7 / ACTUALITAT DEL GREMI
- *Signat el preacord del Conveni Col·lectiu.*
- *Gala Gràfica 2019. Lliurament dels Premis Gremi.*
- *Invitació concert Cor Bruckner Barcelona.*
- *Els 10 secrets d'una nota de premsa d'èxit amb Sprai.*
- *Entrevista a Ricard Agustín, fundador de Family Business Solutions.*

18 / LEAN MANAGEMENT
- **Mentalidad ágil.**

21 / SERIGRAFÍA
- **Hablemos con propiedad.**

22 / VENTAS
- **Salir de tu zona de confort comercial para acercar una visión.**

24 / ACTUALIDAD DEL SECTOR
- **Cinco tendencias que ayudarán a impulsar la impresión en 2019.**
- **Neo Id Rótulos... Neoid Signs, S.L.**
- ***Graphispag 2019 imprimeix una major digitalització a la indústria gràfica.***
- **Comexi se mantiene al alza en el mercado español y portugués.**
- ***Eurecat presenta una ampolla de vi intel·ligent.***

44 / EL DESPERTADOR GRÁFICO
- **¿Las grandes cuentas gestionan nuestros recursos? Qué podemos hacer al respecto.**

46 / INTERNET
- **Búsquedas por voz. Cómo optimizar mi página web.**

50 / REDES SOCIALES
- **Lo humano, máxima tendencia digital**
- **Contenidos LinkedIn. 3 útiles novedades aún bastante desconocidas.**

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

SIGNAT EL PREACORD

DEL CONVENI COL·LECTIU ESTATAL D'ARTS GRÀFIQUES, MANIPULATS DEL PAPER, MANIPULATS DEL CATRÓ, EDITORIALS I INDÚSTRIES AUXILIARS

En data 3 d'abril de 2019 es va signar el preacord del Conveni Col·lectiu d'arts gràfiques, manipulats del paper, manipulats del cartró, editorials i indústries auxiliars, entre la representació empresarial formada per FEIGRAF (Gremi), AFCO, la Federació de Gremis d'Editors d'Espanya, i les organitzacions sindicals CCOO i UGT.

Entre les novetats d'aquest preacord cal destacar:

- Vigència: 2 anys (2019 i 2020).

- Revisió Salarial: 1,8% cadascun dels anys, amb clàusula de revisió de les tables de partida de l'any següent (2020 i 2021) a l'IPC real nacional de l'any anterior (2019 i 2020), amb el tope del 2%.

- Categories Laborals: Creació del grup auxiliar de rotativa de premsa, i del grup de montatge i adequació de la reprografía.

- Alguns aclariments sobre els **Permisos Retribuïts:**

- Pagament dels permisos retribuïts (està legislat)
- Ús en dies alterns dels permisos d'AT/EC greu, hospitalització .../...
- Permisos d'exsogre en cas de Persona Treballadora vídua (en Jurisprudència)
- Incloure parelles de fet que constin en registres de l'Administració Pública en l'acompanyament al metge dels pares que convisquin amb ells.

- Ultraactivitat de 18 a 24 mesos (serà objecte de reforma legislativa sense límit)

- Comissió de Negociació d'un **Pla d'Igualtat Sectorial** que arribarà a un acord de PI abans del 15/12/19.

- Disposició Transitòria: en el moment que es convalidi el RD 6/2019, d'1 de març sobre igualtat, i mentre el permís per naixement i atenció del menor del treballador sigui de més de 5 setmanes (fins a les 16 setmanes), s'elimina el permís per naixement i adopció de fills.

En pròximes dates es procedirà a la signatura del texte íntegre del Conveni per a la seva posterior publicació. En aquest sentit, el Conveni és aplicable des de la seva signatura però no és exigible fins a la seva publicació al BOE.

També és convenient destacar que l'increment salarial pactat és compensable i absorbible segons les condicions pactades del vigent conveni. Aquest increment només és aplicable als conceptes obligatoris de Conveni (salari base, antigüetat, plus lineal, pagues extres d'estiu, Nadal i beneficis, i els supòsits individuals de complement ex-categoria, si fos el cas).

GALA GRÀFICA 2019

Lliurament dels Premis Gremi

Degustació d'aperitius,
lliurament dels Premis Gremi
i espectacle ...

Amb el patrocini de

HEIDELBERG

AGFA Agfa
WE EMBODY PRINT

comart

KODAK

GREMI
INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

#ConcursGremi2019
#GalaGrafica2019

2 INVITACIONS
per empresa agremiada

17 DE MAIG 2019
a les 20h.
AUDITORI 1899
FC BARCELONA

C/ Arístides Maillol S/N - Barcelona

amb un show exclusiu
de

CARLOS LATRE

MÉS INFORMACIÓ
Tel. 93 481 31 61

INSCRIPCIONS
www.gremi.net

INSCRIU-TE ALS NOSTRES ACTES I SEMINARIS DES DE LA WEB
WWW.GREMI.NET
© 2019

COM PODEM MILLORAR LA COMUNICACIÓ AMB L'EMPRESA I AMB LA FAMÍLIA

El dia 22 de gener va tindre lloc el seminari "Com es pot millorar la comunicació amb l'empresa i amb la família, a càrrec de Ricard Agustín, consultor d'empreses familiars i fundador de Family Business Solutions. La comunicació és un dels principals problemes de les empreses i, en especial, de les empreses familiars, on es barregen empresa i família, amb les emocions que això comporta. En aquest seminari es va posar en pràctica determinades tècniques comunicatives per aconseguir mantenir una comunicació més fluida i transparent, tant a l'empresa familiar com a la família empresària, així com prevenir i resoldre els conflictes familiars, evitant que afectin el negoci.

INSTAGRAM PER ALS NEGOCIS

Enrique San Juan, expert en xarxes socials i director de Community Internet Barcelona, va impartir el 21 de febrer un seminari intensiu sobre Instagram per als negocis, on va explicar les les característiques d'aquesta xarxa social com a eina de negoci i projecció de marca.

SPRAI: PLATAFORMA PER CREAR NOTES DE PREMSA AMB ÈXIT PER ALS MITJANS

Eudald Aymerich i Toni Arrebola, creadors de Sprai, van presentar el 12 de març aquesta plataforma. La sessió va començar desgranant els elements indispensables, tant formals com de contingut, per crear una nota de premsa de qualitat i amb garanties i a continuació es va mostrar el funcionament de Sprai que funciona amb Intel·ligència Artificial i compta amb una base de dades on periodistes, influencers i blocaires poden actualitzar les seves pròpies dades i interessos.

NOVETATS REIAL DECRET LLEI 6/2019 I 8/2019

Mateo Argerich, advocat i assessor laboral del Gremi va impartir aquesta jornada el 10 d'abril en la que va parlar sobre les Novetats del Reial Decret Llei 6/2019 sobre la igualtat de tracte i d'oportunitats entre homes i dones en el treball i Reial Decret Llei 8/2019 contra la precarietat laboral. Per altra banda, Ricard Sánchez, secretari general del Gremi i Salvador Alcolea, cap del departament laboral, van explicar les novetats del preacord del nou conveni col·lectiu del sector, signat el passat 3 d'abril.

SANT JOAN ANTE PORTAM LATINAM

6 DE MAIG

Basílica de Santa Maria del Mar

MISSA COMMEMORATIVA
gràfics 2019

Sant Joan Ante Portam Latinam

BASÍLICA DE SANTA MARIA DEL MAR

Plaça de Santa Maria, 1 de Barcelona

6 DE MAIG DE 2019 - 19,30 HORES

i concert amb el Cor

Bruckner Barcelona

GREMI

Cor

BRUCKNER BARCELONA

CANTS DURANT LA MISSA

Cant d'entrada
Canticorum - G.F. Händel

Al·leluia
Al·leluia - Cànon de veus femenines

Ofertori
O Nata Lux - M. Lauridsen

Sanctus
Heiling - F. Schubert

Pau
Dona nobis pacem - W. A. Mozart

Comunió
Ave Verum - W. A. Mozart

Petit concert de 15 minuts
De grandes cuillers de neige - F. Poulenc
La nuit le froid la solitude - F. Poulenc
Walking in the snow - H. Howells
les neus que es fonen - E. Morera

INVITACIÓ

CONFIRMEU ASSISTÈNCIA
AL TELÈFON 93 481 31 61
O BÉ DES DE WWW.GREMI.NET

ELS 10 SECRETS D'UNA NOTA DE PREMSA D'ÈXIT

La nota de premsa no tan sols no ha mort, com fa anys que es pronostica, sinó que segueix més vigent que mai. Però no qualsevol text és vàlid: cal tenir en compte unes pautes de creació i tramesa per poder impactar als mitjans. A més, l'aparició de sistemes d'enviament innovadors ens faciliten el procés i els contactes adequats.

Eudald Aymerich Jou, periodista i cofundador de sprai

D'entrada, cal tenir clar que una nota de premsa ha de tenir, per definició, un enfoc periodístic i informatiu -mai comercial o publicitari- perquè aquesta tingui opcions a ser llegida i, amb sort, difosa per un mitjà de comunicació. És per això que, a nivell formal, caldrà que inclogui un títol, opcionalment un subtítol o avantítol i uns destacats (que en subratllen els aspectes rellevants), un text que desenvolupi tota la informació i les dades de contacte de la persona o l'organització que l'envia; i també que s'encapçali per la data i lloc des d'on es remet. Sembla obvi però, a la pràctica, us asseguro que no ho és tant.

1. La novetat i la singularitat interessen!

A les Facultats de Periodisme sempre s'ensenya que un home mossegui a un gos és notícia però a l'inrevés no. I és ben bé això: tot allò que surti de la norma i que sigui novedós interessa als mitjans de comunicació. Per tant, la creació d'una nova empresa, el seu balanç econòmic, un descobriment o innovació, l'èxit d'un projecte, iniciatives socials i solidàries, etc, són susceptibles de ser recollits pels mitjans. També tenen opcions de publicació els temes que es vinculen a l'actualitat i el calendari festiu però de forma no convencional: una iniciativa literària trencadora per Sant Jordi; una activitat lúdica que triomfa a l'estiu, etc.

2. El títol, clau

El títol és el primer que veu el periodista -el col·locarem a l'assumpte del correu electrònic i també encapçalant la nota de premsa- i ha de servir per cridar-li l'atenció i 'vendre-li' el tema. Un títol atractiu conté el 50% de l'èxit de la nostra nota de premsa. És aconsellable que el nom de l'empresa, la marca o la iniciativa hi siguin inclosos.

3. La millor extensió i estructura

L'estructura i contingut del text han d'acompanyar un títol ben trobat i fer-lo bo. És a dir, la redacció ha de ser periodística, sense faltes d'ortografia i intel·ligible. I si, a més, fem uns destacats (que resumeixen dos o tres aspectes rellevants), les nostres possibilitats de difusió augmentaran. L'extensió aconsellable del text és entre 500 i 1.000 paraules. No podem oblidar d'incorporar les nostres dades de contacte al final.

4. Millor amb fotos i documents de suport!

És pura estadística. Qualsevol nota de premsa amb fotos i documents obté més impacte. Per tant, incorporarem sempre que puguem aquests elements de suport, ja siguin imatges per il·lustrar el text o documents com el dossier de premsa o la pròpia nota de premsa en pdf. Les fotos haurien de ser de qualitat i amb bona resolució i caldrà especificar-ne l'autoria. També podem adjuntar gravacions d'àudio o algun petit vídeo relacionats amb la informació.

5. Enviament: de dimarts a dijous i de les 9 a les 11h

No existeixen ni el moment ni l'hora ideals per enviar una nota de premsa però, com a norma general, podem afirmar és millor fer-ho entre el dimarts i el dijous (el dilluns les bústies dels periodistes estan més plenes i el divendres les redaccions treballen amb menys efectius) i entre les 9 i les 11 h, ja que tenen més recorregut durant el dia per ser llegides. És també aconsellable mirar el calendari i evitar enviar-la just abans d'un pont o un període festiu o bé coincidint amb un esdeveniment que acapari l'atenció dels mitjans. Si volem impactar en les revistes, normalment mensuals, caldrà que tinguem en compte que tanquen edició sobre el 15 del mes anterior.

6. A qui envio la nota de premsa?
Aquest és un punt tan transcendent com el del títol: cal comptar amb una base de dades de qualitat (més que de quantitat) per tal que la nota de premsa tingui visibilitat. Com l'obtinc? Es poden cercar contactes a la xarxa, a les publicacions o diaris o bé demanar-los directament a les redaccions per tal de conformar una base de dades; en els correus personals, caldrà comptar amb el permís del periodista. És una feina feixuga i constant donada l'alta rotació de personal i canvis que hi ha en el sector. D'altra banda, també existeixen sistemes d'enviament que et resolen aquest punt com sprai (del qual també parlem en aquest article).

7. Com segueixo l'enviament?
Ja he enviat la nota de premsa i ara què?! Doncs caldrà realitzar un seguiment de quin impacte està tenint. Podem des d'activar el sistema de notificació de recepció per part del destinatari en el correu electrònic, o bé dur a terme un seguiment telefònic. En aquest últim cas, és aconsellable fer-ho només quan sigui un tema que considerem d'interès (tant per l'empresa com per als mitjans) i trucar en hores en què no s'interfereixi amb la feina dels periodistes.

8. Faig una roda de premsa?
És una pregunta de difícil resposta. D'entrada, però, hem de partir de la premissa que tan sols hauríem de fer una roda de premsa quan el tema, per la seva dimensió i importància, no es pugui explicar amb una sola nota de premsa: un cicle de concerts, una important competició esportiva, una temporada teatral, etc. Per dur a terme la convocatòria s'envia un text amb els detalls de l'acte als mitjans per correu electrònic -qui assistirà, de què es parlarà, dia, lloc i hora- i després cal fer-ne un seguiment per tal de saber quants mitjans vindran. El risc de realitzar una convocatòria és alt ja que costa molt que vinguin els mitjans a cobrir-la però, si s'organitza bé i el tema s'ho val, la difusió sempre serà major que amb una nota de premsa. La convocatòria ens donarà l'oportunitat d'establir una relació personal amb els periodistes que vinguin a cobrir-la.

9. Deixa-ho en mans d'un periodista!
La redacció i gestió de les notes de premsa cal deixar-la en mans d'un professional, és a dir, d'un periodista. Qui millor per redactar el text, escollir un titular atractiu, entendre el funcionament dels mitjans i realitzar el seguiment de l'enviament?

10. La relació personal, decisiva
Com a qualsevol àmbit de la vida, les relacions personals que es puguin establir amb periodistes i mitjans són claus. És per tant molt útil i recomanable teixir-hi complicitats i una relació més enllà de l'enviament de les notes de premsa i que, de ben segur, tindrà un resultat positiu a l'hora de difondre alguns dels temes del nostre interès.

Impactar als mitjans gràcies a l'ús de la tecnologia i sprai

La tecnologia no garanteix l'èxit d'una nota de premsa però ajuda i molt. sprai, un sistema innovador d'enviament de notes de premsa, ha sabut trobar la fórmula per tal que cada enviament trobi sempre els destinataris interessats gràcies a la Intel·ligència Artificial i una base de dades on periodistes, blocaires i influencers es gestionen les seves dades de contacte i interessos.

Es tracta d'un software on line on cada usuari es gestiona el seu compte i té unes pautes que garanteixen la creació de notes de premsa amb tots els elements necessaris perquè tinguin impacte (imatges, documents de suport, logotip, etc). També en permet programar els enviaments (per fer-ho quan toca); fer-ne un seguiment a través de gràfics i estadístiques; i posar-te en contacte amb els periodistes interessats. A banda, la Intel·ligència Artificial ajuda als usuaris a realitzar la segmentació de cada enviament perquè n'obtinguin el millor resultat. sprai, que s'ha llançat al mercat a principis d'aquest any, ja compta amb desenes d'usuaris i clients a tot l'Estat.

sprai

Aconsegueix més publicacions de la teva nota de premsa utilitzant la Intel·ligència Artificial

L'exclusiu sistema d'Intel·ligència Artificial que analitza la teva nota de premsa i només l'envia als mitjans, periodistes, bloggers i influencers que hi estiguin interessats.

- Descobreix l'únic sistema al mercat amb IA
- Fes el seguiment de la nota de premsa en temps real i amb estadístiques gràfiques
- Contacta amb els periodistes i mitjans interessats en la teva nota de premsa

prova la demo a www.sprai.io

Tens dubtes? contacta'ns a hola@sprai.io

ENTREVISTA
A RICARD AGUSTÍN

FUNDADOR DE FAMILY BUSINESS SOLUTIONS I CONSULTOR D'EMPRESES FAMILIARS

1. Segons dades de 2015 de l'Institut de l'Empresa Familiar, aproximadament només un 30% de les empreses familiars sobreviuen al relleu generacional de la primera a la segona generació i, d'aquestes, només un 50% arriba a la tercera generació. Per què és tan complicada la continuïtat en les empreses familiars?

Les dades que s'han publicat més recentment, tot i que encara no les hem contrastades, ja parlen de percentatges inferiors. Si gestionar un negoci sempre és difícil, quan es barregen família i empresa, encara ho és més, ja que entren en joc les emocions que, quan no es saben gestionar, moltes vegades desencadenen conflictes que acaben amb la continuïtat del negoci.

2. Quins són els principals problemes que ha d'afrontar una empresa familiar?

Els problemes, portats a l'últim extrem, són pràcticament els mateixos, inclòs el relleu generacional, que en una companyia no familiar també cal preveure. El que passa és que, com que part de la família treballa a l'empresa, i la que no també opina, acostumen a portar-se els problemes de l'empresa a la família i viceversa. Això erosiona l'empresa i també l'harmonia familiar. Evidentment, no és el mateix acomiadar el director financer, que acomiadar el director financer que és el pare dels teus néts.

3. Suposem que jo tinc un negoci i que ja ha arribat l'hora d'afrontar el relleu generacional i de planificar la successió. Què hauria de fer?

L'aspecte més important és preparar el relleu generacional amb temps per poder fer una transició suau i planificada, creant espais per la generació entrant i la sortint. També és fonamental consensuar entre ambdues generacions com han de ser les relacions família-empresa i traduir-ho en normes que tots hauran de respectar. Nosaltres a Family Business Solutions recomanem realitzar un procés de Protocol familiar o de Pactes de família, segons la mida i la complexitat del negoci, amb l'ajuda d'un professional que actuï com assessor i mediador. L'experiència ens demostra que aquelles empreses familiars que afronten els seus problemes de forma preventiva tenen moltes més possibilitats d'èxit en la transmissió del llegat empresarial.

4. Les empreses familiars són conscients de quant important és planificar la successió anticipadament?

Lamentablement les famílies no en són conscients i moltes ho retarden sine die fins que ja és massa tard. El motiu principal és que la generació sortint "es sent jove i en plena forma". Comença a ser normal que ens truquin empreses en les quals conviuen tres generacions. La primera segueix manant amb més de 90 anys; la segona, ja en edat de jubilació, no ha manat mai; i la tercera, al voltant dels 30 anys, amb moltes ganes de manar...

"Evidentment no és el mateix acomiadar el director financer, que acomiadar el director financer que és el pare dels teus néts"

5. Què és allò que més preocupa una empresa familiar que està a punt de començar el procés de relleu generacional?

Allò que més acostuma a preocupar abans del relleu generacional és si la convivència i el treball intergeneracional i entre germans i cosins serà possible. I també el paper dels familiars polítics i de la família extensa.

6. Com podem prevenir aquests conflictes de caire familiar?

La comunicació serà molt important. A la base de la comunicació hi trobem la confiança i perquè aquesta existeixi caldrà molta transparència. En un entorn de confiança, les decisions, la velocitat d'implantació i la probabilitat d'èxit augmenten exponencialment i es redueixen els conflictes. En canvi, en absència de confiança, s'obre la porta als conflictes destructius.

7. En una empresa familiar, és una contradicció contractar a professionals no familiars per dirigir el negoci? Suposa això perdre l'essència d'empresa familiar?

Acostuma a succeir que a la família no tenim ni els coneixements ni la capacitat per realitzar totes les tasques de l'empresa i hem de contractar personal extern. És molt important tenir a cada posició als millors professionals que ens puguem permetre, siguin o no de la família. Però és un error pensar que l'entrada de professionals i de talent extern suposa una pèrdua de l'essència familiar. Si fem bé les coses, serem capaços de triar bé a aquests professionals, transmetre'ls el nostre valors i que ells facin el mateix amb les persones que dependran d'ells.

8. Fins ara hem parlat de transmetre el negoci a la següent generació. Però, què passa quan no hi ha ningú que vulgui o pugui encarregar-se d'ell?

Si es dóna aquest cas, existeixen diferents alternatives. La més clara és intentar vendre el negoci, encara que una cosa és que te'l vinguin a comprar i una altra de molt diferent voler vendre'l. Una altra alternativa és mantenir-se com a propietari amb una direcció professional sense membre de la família. Per últim, existeixen diferents possibilitats per cedir i transmetre el negoci als treballadors.

9. I, per últim, quina és la clau per tal que una empresa familiar perduri al llarg de les generacions?

Crec que la clau de la continuïtat està en l'alquímia de saber trobar l'equilibri entre les expectatives de tots els familiars, treballin o no a l'empresa familiar. Això passa irremeiablement per alinear l'estratègia familiar i l'estratègia empresarial. Si ens centrem únicament en l'empresa o en la família, difícilment s'aconseguirà que l'empresa avanci i creixi amb el suport i satisfacció de tots els accionistes i futurs accionistes familiars.

"Allò que més acostuma a preocupar abans del relleu generacional és si la convivència i el treball intergeneracional entre germans i cosins serà possible"

borsa de treball

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

PER A EMPRESES

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

NECESSITA PERSONAL EN PRÀCTIQUES?

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

BUSQUES FEINA?

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

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

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

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

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

www.gremi.net

DEPARTAMENT BORSA DE TREBALL
Sr. Ramón Vilaltella
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
r.vilaltella@gremi.net - www.gremi.net

GREMI
INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

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

MENTALIDAD ÁGIL

La Mejora Continua aplicada a la Industria Gráfica (54)

"La agilidad es un estado mental" es una de las frases que se repite con frecuencia en aquellas organizaciones que empiezan a trabajar en un marco "agile". Los que utilizan esta expresión pretenden transmitir que "agile" consiste en un cambio de enfoque en la planificación y ejecución de los proyectos, una mentalidad abierta a la experimentación continua y una persistencia infatigable en el desarrollo de nuevos productos.

Debemos admitir que se trata de una frase ocurrente que pone el foco sobre las personas y reduce la importancia de todos aquellos aspectos más relacionados con la metodología. Sin embargo, solo podemos aceptar esta afirmación en parte. No es solo la mentalidad individual lo que debe cambiar en una organización para que ésta se convierta en una empresa ágil.

Agile, al igual que Lean, es una cultura y su despliegue debe tratarse como tal si esperamos que todo el mundo comparta sus valores. La mentalidad de las personas solo cambiará cuando la organización acepte los nuevos valores, creencias y paradigmas de trabajo.

Sin una transformación radical de los paradigmas de la organización, "agile is a mindset" solo es una frase afortunada estampada en la camiseta de algún colaborador que, a pesar de considerarse un "agilista" de pura sangre, en muchas ocasiones reacciona con perplejidad y desesperación ante la primera contrariedad a la que se enfrenta o cuando, por ejemplo, se agota el café en la máquina de la oficina.

De dónde venimos...

A lo largo de la historia reciente se han producido una serie de cambios en la mayoría de sociedades occidentales de tal magnitud que podríamos atrevernos a calificar de grandes disrupciones. Hasta el siglo XVIII la economía dependía básicamente de la agricultura. La mayoría de empresas de la época disponían de procesos artesanales y, a lo sumo, se organizaban en asociaciones gremiales.

En el siglo XIX la revolución industrial fue un cambio disruptivo que afectó los paradigmas más elementales de la sociedad. En el ámbito demográfico, el desplazamiento masivo de personas desde el campo hacia las ciudades industriales culminó con una nueva distribución de clases y con la aparición del proletariado. Desde un punto de vista tecnológico, se industrializaron procesos que hasta el momento se habían llevado a cabo de manera artesanal. A finales de siglo,

Frederick W. Taylor redactó las premisas de la organización científica del trabajo, un nuevo sistema destinado a optimizar la producción en las fábricas de acero. Las teorías de Taylor explicaban que, para utilizar los recursos de manera eficiente, era necesario asignar a cada empleado un grupo reducido de tareas en las que fuera eficiente.

A nivel práctico, un concepto tan abstracto como es la especialización de las personas era esencial para estructurar el funcionamiento de toda la empresa: desde las tareas que debía realizar cada empleado o las dependencias jerárquicas entre funciones hasta el diseño de las estructuras departamentales y los objetivos que debía conseguir cada una de las áreas de la empresa. Un diseño organizativo bajo estos cánones parecía tan racional, ordenado y eficiente que el modelo de Taylor tuvo una gran aceptación en el mundo empresarial, sustituyendo rápidamente los modelos propios de la época, más anárquicos y artesanales.

Podemos afirmar sin miedo a exagerar que el pasado siglo XX fue la época dorada de la organización científica. Un período de gran crecimiento que nos ha permitido alcanzar cotas de productividad nunca vistas hasta la fecha. El acceso a la formación, la automatización progresiva de procesos repetitivos y la globalización, todo ello unido a una gran disponibilidad de fondos ha contribuido a esta época de gran abundancia.

Durante este periodo, el orden (o la búsqueda del orden) ha sido una constante. Desde los organigramas de las empresas claramente definidos y jerarquizados hasta la descripción de funciones asignadas a cada puesto de trabajo, todos son ejemplos de una organización rígida y perfectamente diseñada para alcanzar un objetivo predefinido.

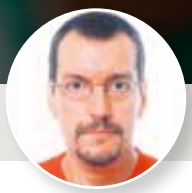
El líder del siglo XXI: liderazgo “agile”

La organización científica del trabajo no se limitaba a definir cómo debe ser una empresa, sino que también establecía las competencias y habilidades necesarias para progresar profesionalmente en este sistema de trabajo. A lo largo del siglo XX, las posiciones de liderazgo quedaban restringidas a unos perfiles determinados: en líneas generales el pensamiento dominante era racional, reduccionista y profundamente analítico. En resumidas cuentas, el profesional que deseaba progresar debía ser hábil en la gestión de la información y en el análisis de los datos.

Todas estas habilidades eran de gran utilidad en un mundo lineal y previsible. No obstante, en el siglo XXI el mundo se mueve hacia un marco diferente. En este nuevo entorno dominado por la incertidumbre, el pensamiento analítico, una buena formación o incluso haber cursado un máster, ya no son suficientes. El talento tal y como lo conocíamos hasta la fecha ha cambiado. Las capacidades analíticas son necesarias, pero no suficientes. En un mundo dominado por el cambio, todas estas habilidades están al alcance tanto de las organizaciones como de los usuarios individuales a muy bajo coste.

En este nuevo entorno cambiante e incierto, el líder solo aporta valor cuando es capaz de compartir un propósito claro, una referencia a la que debe apuntar todo su equipo. Al mismo tiempo, este líder del siglo XXI debe acompañar a todo su equipo a lo largo del trayecto hasta alcanzar el objetivo. En otras palabras: no se trata de descifrar la fórmula mágica capaz de disolver la neblina que nos rodea. Esta fórmula no existe. Simplemente se trata de encontrar a quien sabe guiar a sus equipos a través de esta niebla.

HABLEMOS CON PROPIEDAD



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

Siguiendo a colación con el tema del pasado artículo ("La serigrafía artística") y coincidiendo con dos conversaciones mantenidas con un amigo y compañero de profesión por un lado y un amigo y cliente por el otro, estuvimos hablando en ambos casos del uso, o mejor dicho, mal uso de las palabras. Coincidían en la facilidad de la gente de usar palabras con una alegría impresionante, dándoselas de entendidos, teniendo en cuenta que sería más fácil conocer la definición de ese vocablo para usarlo con propiedad que usarlo de manera indiscriminada para terminar quedando en evidencia. Esto no pasaría a mayores si eres un profano en la materia pero queda francamente mal cuando estás hablando con profesionales.

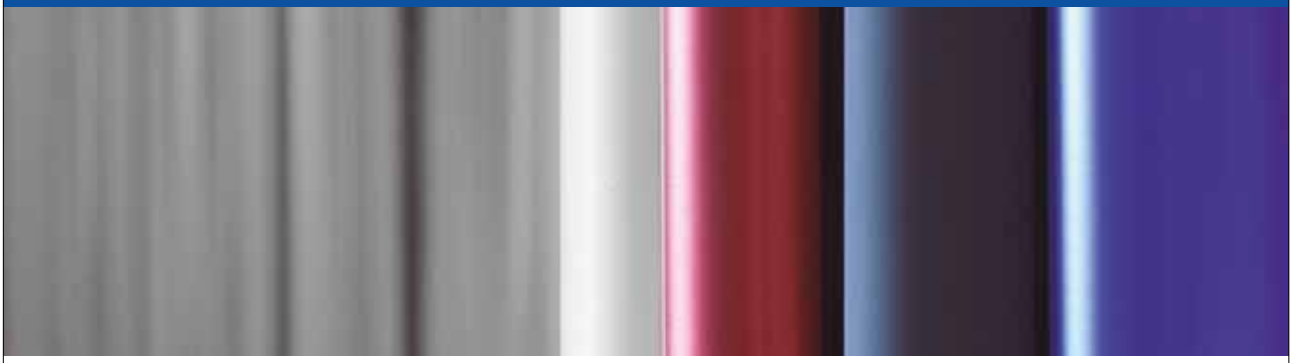
En el primer caso y creo que ya lo he comentado más de una vez también en ésta sección, es el famoso término de la "serigrafía digital", concepto que en el pasado Graphispag'19 volvió a flotar en el ambiente aunque ésta vez no recuerdo haberlo visto escrito en ningún stand, mientras que el de impresión digital sobre textil sí que ha estado presente y mucho. Pues hablando precisamente sobre esto con Raúl Pío, amigo y colega de la Escola Antoni Algueró, me dijo una cosa en la que no había caído: "¡cómo va a existir algo en cuya definición no viene su nombre!". Analicemos esto: la serigrafía proviene de dos palabras que son sericum = seda y graphos = acción de escribir, es decir, la escritura a través de una seda; hasta aquí todo claro. La cosa se complica cuando ponemos la palabra "digital" y nos referimos a un "proceso que consiste en la impresión directa en papel u otros materiales por diversos medios, siendo el más común la tinta en impresora de inyección de tinta (cartuchos), y tóner en impresora láser". También correcto, ¿no? Pues si estamos de acuerdo que la impresión digital imprime directamente sobre papel u otros materiales… dónde está el paso a través de la seda (nylon o poliéster en la actualidad) de esa tinta? Dónde está la pantalla, elemento imprescindible en la serigrafía para transferir la tinta directamente al soporte, en el cabezal inyector de una digital? Que existen máquinas digitales que están usando tinta serigráfica para imprimir sobre textil pues, vale, aceptamos pulpo como animal de compañía; pero de ahí a considerarlo serigrafía digital pues NO rotundo.

En el segundo caso y más reciente aún viene mientras realizaba un trabajo para el amigo y cliente David Tejero, del estudio Aloha Tatoos. En éste mundo del tatuaje me hablaba del salto que se está haciendo del dibujo en papel de toda la vida al diseño mediante una tablet, por lo que a la hora de querer realizar una lámina de alguno de los dibujos que tienen los tatuadores en su *sketch book* buscan también el resultado final en digital y, para según qué tipo de trabajos, con calidad gicleé. Este término es el que ha acabado degenerando pues tanto los profanos como los "profesionales" del digital lo han acuñado para cualquier tipo de impresión siempre que sea de alguna obra artística, y me explico. Si nos guiamos otra vez

por la definición: “El gicleé (pronunciado yiclé) básicamente es un inkjet de altísima precisión y calidad realizado con tintas pigmentadas que tienen aspecto de reproducción manual imitando trazos, pinceladas, etc. realizado sobre papeles de algodón, papeles de acabado fotográfico de diferentes gramajes y sobre lienzos. Normalmente se emplean papeles libres de ácido, de altísima calidad y que van a hacer que el producto final tenga una durabilidad de decenas de años (marcas como Ilford o Hahnemüle son habituales para estos trabajos).” Entonces, que un profano en la materia, en el caso que nos ocupa algún tatuador (no el amigo David, que puede dar un baño a cualquiera, profesional o no), me pida una reproducción de un dibujo suyo con calidad Gicleé... pues no va a poder ser porque yo hago serigrafía de calidad pero no uso inkjet, aunque me traigas el papel de algodón que quieras que yo podré imprimir pero tengo las limitaciones propias de mi sistema de impresión. Otra cosa es que yo enseñe trabajos y acepte esa calidad, pero no puede decir que es “serigrafía tipo gicleé” porque tampoco existe ese término.

David y, afortunadamente, cada vez más artistas (aunque muy poquito a poquito, eso sí) acuden en busca de un R.O.G.O en serigrafía porque aprecian ese hacer relativamente artesano en el proceso, ese olor a tinta en el taller cuando vienen a ver el tiraje y admiran ese proceso casi mágico, puesto que se han aburrido de ver cómo se aprieta un botón y sale su obra en fotocopias perfectas. Casi sería como considerar que la serigrafía es el anti-sistema de los sistemas de impresión! Que estoy elucubrando y me estoy poniendo poético... pues dejarme que hable también con propiedad, aunque sea a mi manera.

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



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

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

SALIR DE TU ZONA DE CONFORT COMERCIAL PARA ACERCAR UNA VISIÓN

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

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

"SAL DE TU ZONA DE CONFORT
Sólo puedes crecer si estás dispuesto a sentirte incómodo cuando intentas ALGO NUEVO".

Brian Tracy

¿QUÉ ES LA ZONA DE CONFORT?

La zona de confort es un espacio que nos resulta conocido y familiar, pues es donde nos encontramos la mayor parte del tiempo, y en el que estamos en transparencia con nosotros mismos. Estando dentro de tu zona de confort te mueves con cierta comodidad, es tu status quo, y te sientes relativamente seguro/a.

Cuando hablo de ello en algún curso comercial, muchas personas lo definen como aquella situación o circunstancia en la que te sientes cómodo, en la que estás a gusto. No van desencaminadas, pero más allá de esto, también hace referencia a todo **aquello que nos es conocido.**

Aunque se llame "de confort", allí dentro no siempre estamos a gusto, en ocasiones podemos estemos viviendo algo que no nos agrade, nos sea indiferente o nos parezca **un verdadero infierno**. Esto se debe a que es la zona donde están tus hábitos y rutinas (las buenas y las mejorables). Es, en definitiva, donde sabes lo que se te da bien y no tan bien. Zona de confort se utiliza, especialmente, para evidenciar una forma de hacer las cosas.

¿SALES O TE QUEDAS EN TU ZONA DE CONFORT?

¿Por qué cuesta salir de la zona de confort comercial? ¿Es conveniente hacerlo por iniciativa propia cada cierto tiempo? ¿Qué ocurre cuando te sacan de ella forzosamente? Y, por último, ¿Cómo hacerlo de forma adecuada?.

A la hora de salir de ese confort, nos frena el miedo y la incertidumbre. Aparecen tus creencias limitantes, los "y si no funciona", "y si no lo consigo", "y si fracaso". El miedo va a aparecer siempre que sales de esta zona, es una reacción humana. Por ello, lo que considero importante es legitimar y escuchar el miedo para que nos acompañe y nos ayude a no tirarnos por el "precipicio". Gestionar el miedo para no dejar que te bloquee, que te paralice. Te sugiero que mires este vídeo que explica de manera sencilla los motivos por los que nos cuesta salir de la zona de confort. El enlace es el siguiente:

¿Te atreves a soñar? https://youtu.be/i07qz_6Mk7g

Te preguntaba si es conveniente salir de la zona de confort comercial voluntariamente cada cierto tiempo. La respuesta es sí, pero esto depende mucho de la personalidad.

Aquellos que sois inquietos por naturaleza y evitáis la rutina, lo necesitáis y lo buscáis.

Las personas que toleran mal la incertidumbre o que se rigen por criterios conservadores y convencionales, son más reacias a ello.

En mi opinión, la zona de confort **no permanece estática.**Si no amplias su perímetro periódicamente, tarde o temprano **menguará.**

Si a nivel comercial te mantienes mucho tiempo haciendo lo mismo de la misma forma, empezaras a convertirlo en rutina y, poco a poco, sin darte cuenta, ciertas habilidades que habías desarrollado y llevado a un alto nivel de competencia iniciarán un periodo de declive y/o desuso por falta de reciclaje, actualización, formación, etc. También pueden aparecer algunos malos hábitos que te restarán eficacia en la práctica de una determinada actividad comercial (por ejemplo, la prospección de nuevos clientes).

¿CÓMO SALES DE TU ZONA DE CONFORT CON GARANTÍAS DE ÉXITO?

En primer lugar, debes **hacerte algunas preguntas:**

¿Cómo veo lo que hay más allá de mi zona de confort? ¿Un camino tenebroso en el que encontraré incertidumbre, inseguridad, desconocimiento, desubicación, desconcierto… miedo en definitiva?. ¿O tal vez un recorrido que me abrirá nuevas posibilidades, oportunidades, en el que aprenderé nuevas competencias y desarrollaré nuevas habilidades, descubriendo nuevos escenarios?.

La actitud, **predisposición, apertura mental y motivación** con la que abordarás la nueva etapa marcará notablemente la manera en la que vivirás el proceso. Tanto si la salida de la zona de confort es voluntaria como si es forzada.

Dicho esto, algunas claves para hacer este camino con éxito son:

1. Establece el objetivo que deseas alcanzar siguiendo algunas pautas: indicadores que te permitan medir el grado de cumplimiento, expresalo de forma muy concreta.

No es lo mismo decir *"cada mes haré gestiones de venta"* que decir *"cada mes llamaré a 40 clientes potenciales".*

2. Acto seguido, **descompone el objetivo final en pequeñas metas cercanas** (micro-objetivos) que vas a ir cumpliendo paulatinamente. Estas metas han de ser realistas, y a la vez que tener cierto componente de ambición/reto.

Siguiendo con el ejemplo anterior: **"Cada semana llamaré a 10 clientes potenciales". "Cada día llamaré a 2 clientes potenciales".**

3. Buscar todas las posibles opciones y alternativas que tienes para alcanzar esas metas del punto anterior. En esta fase sería estupendo contar con la ayuda de alguien que te escuche y que no te juzgue, que no emita ninguna opinión; simplemente, que te invite a pensar y crear sin trabas ni condicionamientos.

Se trata de que digamos -y escribamos- todo aquello que "nos venga a la mente", sin ser filtrado por nuestra **mente crítica**. A veces una gran tontería lleva a una gran idea.

4. Una vez disponemos de la Cantidad **llega el turno de la Calidad**. De todas las opciones que he encontrado, voy a **escoger** aquellas que estén más alineadas conmigo, con quien soy, con mis valores, competencias, habilidades, afinidades, etc.

COMIENZA EL APRENDIZAJE

El momento de salir de tu caja de confort es el punto de inflexión para el aprendizaje, para el desarrollo, para la transformación, a veces salimos cuando necesitamos resultados diferentes. A veces, para sobrevivir en un mundo en constante cambio, en transformación, tienes que ser capaz de generar y de potenciar una cultura, unos valores, unas competencias, unos comportamientos que catalicen la mejora continua y la excelencia en tu gestión comercial. Es evidente que, en momentos de crisis, aún más.

LA VISIÓN CLAVE PARA AVANZAR

Salir de esta zona no basta para cambiar. Hay que acompañar esta acción con ciertas estrategias. **La primera es declarar la Visión, una visión para conseguir resultados extra-ordinarios. Lo segundo, es establecer un plan de acción** donde puedas orientar y focalizar todos tus esfuerzos y recursos, y que sirva de hoja de ruta para tu camino.

Lo que mueve los grandes avances sociales, a las empresas, a las personas, es declarar una visión que tire con fuerza, que nos dé sentido, que nos conecte, que nos haga accionar en busca de esa visión, y eso requiere salir de la zona de confort. Cuando no declaramos el futuro que queremos, dejamos en manos de los otros y/o de las circunstancias, que determinen cuál será nuestro destino.

Sal de esta zona y deja que se genere el aprendizaje personal, el desarrollo, la innovación, una cultura basada en la excelencia comercial con mayúscula, y sobre todo **¡¡RESULTADOS EXTRA-ORDINARIOS!!**

"No dejes que la lógica te impida llegar a sitios diferentes".

Xavier Esteban Fradera

TORRASPAPEL
DISTRIBUCIÓN

GANADORES DE LA IX EDICIÓN DEL "IGLOO FESTIVAL"

El pasado 19 de febrero Torraspapel Distribución y Arjowiggins Graphic otorgaron los premios de la novena edición del "I*gloo Festival*", concurso dirigido a Diseñadores, Agencias de Publicidad, Clientes Finales y Organismos Oficiales que premia las posibilidades creativas y de sostenibilidad de los trabajos realizados con la gama Igloo, papel reciclado extra blanco de alta calidad y que reúne todas las certificaciones y acreditaciones medioambientales de un papel 100% ecológico.

Bajo el lema **"Es cuestión de concepto"** el participante debía presentar trabajos impresos en 2018 que hubieran sido realizados en cualquiera de las calidades de este papel reciclado y extrablanco: Igloo Offset, Igloo Preprint, e Igloo Silk (100% pasta reciclada).

En esta edición el jurado ha valorado que los trabajos transmitan expresamente el cuidado de la vida y la naturaleza, el uso de soportes naturales no sintéticos y el valor del reciclaje. Así mismo han puntuado aspectos como el diseño gráfico, la impresión y producción.

De entre el gran volumen de trabajos recibidos, los cinco ganadores seleccionados son:

Ganador: "7ª Certamen Cuentos Medio Ambiente Gijón 2018", prescrito por JUAN HERNAZ DISEÑADOR (Gijón).
Ganador: "Informe Integrado Mapfre y Resumen Informe 2017", "Informe Anual Talgo 2017" y "Díptico ICEX Centro de Negocios", prescritos por TAU DISEÑO (Madrid).
Ganador: "Company Profile Suavinex", prescrito por SUAVINEX (Alicante).
Ganador: "Informe Anual 2017 Bankia" y "Resumen Informe Anual 2017 Bankia", prescritos por BANKIA DTO. IMAGEN (Madrid).
Ganador: "Catálogo Gioseppo Kids", "Catálogo Gioseppo Man", "Catálogo Gioseppo Woman" y "Catálogo Hot Potatoes – Fall Winter 18", prescritos por GIOSEPPO (Alicante).

Los ganadores disfrutarán de una escapada de fin de semana en un hotel con encanto en España para dos personas. Además, por primera vez en esta edición, todos los concursantes del *Igloo Festival* han recibido un regalo por su participación.

NOVETAT!
Màquina aplicadora
de finestres de plàstic
• PVC i PET
• Format màxim: 100 cm d'entrada
• Incorpora sistema de finestra troquelada
TROQUEL GRAFIC
PLASTIFICAT
ENGOMAT
TROQUELAT
Al servei de les arts gràfiques des de 1984
Ctra. Sabadell a Mollet, Km 1,3 (B-140) · 08210 Barberà del Vallès (Barcelona)
Tel.: 93 720 55 39 · Fax: 93 711 61 16 · info@troquelgrafic.com · www.troquelgrafic.com

NUEVO Catálogo Digital

YA ESTÁ AQUÍ EL FUTURO DE LA IMPRESIÓN DIGITAL

Descubre los nuevos papeles y soportes gráficos de **Torraspapel Distribución,** en un **catálogo único** en el mercado con hasta 50 variedades de gamas para máquinas digitales, avaladas por las más exigentes credenciales medioambientales.

Más información en **www.torrasdistribucion.com**

LECTA DISTRIBUTION GROUP

TORRASPAPEL DISTRIBUCIÓN

2019 TRENDS!

CINCO TENDENCIAS QUE AYUDARÁN A IMPULSAR LA IMPRESIÓN EN 2019

ANDREU LÓPEZ • Director de Commercial & Industrial Printing de Ricoh España y Portugal

Según un reciente estudio Global Print 2025 de Quocirca, el 64% de las empresas encuestadas cree que la impresión seguirá siendo importante para su negocio diario, incluso hasta el 2025.

El rol de la impresión sigue siendo central gracias a los cambios legislativos, la innovación y la convergencia de tecnologías, como la Inteligencia Artificial (AI) y la Realidad Aumentada (AR). En Ricoh, hemos desarrollado tecnologías que fomentan el intercambio de capacidades de diferentes formatos como por ejemplo el *Clickable Paper*, que de forma eficaz vincula contenidos impresos con los online.

Confiamos en que el valor de la impresión continuará siendo reconocido gracias a estas cinco tendencias que contribuirán a esto.

1) Correo directo impreso y GDPR

Cuando se implementó la LOPD el 25 de mayo de 2018, quedó claro que lo que supuso una desventaja para el correo electrónico, se convirtió en una ventaja para el correo postal. De esta forma, es posible crear campañas de alto interés para el destinatario sin necesidad de pedir su consentimiento. La única excepción es la Lista Robinson que ofrece a los consumidores el servicio de exclusión publicitaria.

Gracias a la Inteligencia Artificial, que tiene la capacidad de fomentar el potencial del correo directo impreso como una parte crucial de las campañas integradas, es posible personalizar, automatizar y personalizar las campañas de forma más precisa. En Ricoh tenemos una larga experiencia con este tipo de campañas basadas en datos gracias a nuestras prácticas relacionadas con el *Precision Marketing*. La realidad aumentada también puede aumentar el rendimiento de las campañas, dando una gran variedad de opciones para hacer que el correo directo sea interactivo.
Según los datos de Royal Mail, estas campañas logran el alto retorno de inversión a la hora de hacer campañas de marketing. Afirman que el ratio de apertura de este tipo de correo es del 92% y que un 48% se interesa por la información publicitada. Desde Ricoh, también confiamos en el correo directo impreso y lo utilizamos de forma extensa en toda Europa.

2) El crecimiento del negocio

De acuerdo con los datos de la encuesta *"The 2018 CMO Survey: How brands win in the digital economy"* de Dentsu Aegis Network, los profesionales de Marketing en Europa están cada vez más presionados para lograr el crecimiento del negocio, garantizar una gestión de marca eficaz y desarrollar la experiencia general del cliente. En este contexto, las posibilidades que ofrece la impresión, como producir imágenes atractivas y materiales llamativos, están alienadas con estos objetivos.

Una opción de rápido crecimiento es la entrega de materiales publicitarios a domicilio. Según los datos del informe de DMA, *"Annual door drop industry report"*, en Gran Bretaña en 2016 se incrementó el gasto en este tipo de actividades publicitarias en casi un 8%, mientras que según los datos de Royal Mail (Doordrop Entries, DMA Awards, 2012-2016), el 90% de las campañas que incluían reparto de publicidad generó un aumento de nuevos clientes mientras que en caso contrario corresponde al 59%.

3) El cambio de lo analógico a lo digital

El imperativo de crear campañas cada vez más impactantes está reforzando el rol de la impresión digital entre las ofertas multicanal de hoy en día. Sus rivales en cuanto a coste-eficacia y calidad compensan y, a la vez, permiten el uso de las herramientas de personalización para campañas específicas basadas en información obtenida de datos. Como resultado, las soluciones y servicios de hardware y software continuarán apoyando el cambio de lo analógico a lo digital.

4) La dimensión sensorial

La impresión tiene un papel fundamental en ayudar a las marcas y a las agencias de comunicación a conseguir resultados creativos gracias al potencial que tienen a la hora de personalizar diferentes soportes. Hoy se puede conseguir con una experiencia sensorial impactante utilizando formatos especiales en papel, que se pueden combinar también con un tóner blanco y neón, impresión con tóner sensible a luz UV, papeles metalizados o soportes sintéticos, entre otras posibilidades. Un revestimiento sensorial para mejorar el efecto táctil es otra forma de crear vínculos emocionales con los consumidores, fomentar impacto de las campañas y crear una diferenciación competitiva.

Los publicistas están cada vez más atentos de los resultados que se pueden lograr gracias a la impresión digital. Por eso, tal como apunta el estudio de InfoTrends (*"Beyond CMYK: The Use of Special Effects in Digital Printing"*), los proveedores de servicios de impresión tienen un papel clave en promocionar estas técnicas que permiten ganar ventaja competitiva. El estudio muestra que el 89% los usuarios que compran servicios de impresión pagaría más por las funcionalidades avanzadas de la impresión digital. Esto está impulsando el crecimiento de la impresión digital que espero se mantenga a lo largo del 2019.

5) El potencial de la divulgación

A pesar de estas ventajas, hay una discrepancia en la percepción de la impresión entre los publicistas. Según los datos de Radiocenter, Ubiquity del 2017, los periódicos, las revistas y el correo directo ocuparon respectivamente la tercera, cuarta y sexta posición en cuanto al retorno de inversión comparando con otros soportes, mientras que algunos anunciantes y agencias de comunicación colocaron los periódicos y el correo directo en séptimo lugar y las revistas en décimo lugar. Por eso, esta discrepancia sobre la eficacia del correo directo, es una buena oportunidad para informar y educar a los profesionales de marketing de su potencial.

Pero en Ricoh sentimos también un fuerte compromiso con la divulgación dentro mismo de nuestro sector. La cooperación con organizaciones de la industria como Print Power y programas educativos como el nuestro recién lanzado Interact Europe o nuestra presencia destacadísima en los Innovationdays de Lucerna sin duda ayudarán a impulsar el valor de la impresión.

Pero también en proximidad potenciamos el desarrollo del conocimiento. Como ejemplo, los 11 eventos que organizamos en España y Portugal dentro de la gira *"The Art of The New"* durante 2018. Pensados para informar, educar e intercambiar opiniones, estos encuentros colaborativos promueven el poder de la impresión y fueron la inspiración para la creación de nuestros flamantes Customer Experience Centres de Madrid y Barcelona, una fuerte apuesta e inversión que nos destaca todavía más como la marca con la determinación más fuerte por el desarrollo del sector gráfico.

Y ya estamos trabajando para ir todavía más lejos en 2019.

NEO ID consigue su objetivo, crea un núcleo donde fusiona profesionales apasionados por su trabajo y disfrute de cada una de sus facetas de diseño, producción e intalación

NEOID

www.neoidrotulos.com

NEO ID RÓTULOS ...NEOID SIGNS, S.L.

NEO ID RÓTULOS es una empresa dedicada desde 2008 al sector de la rotulación. Con el tiempo y mucho esfuerzo, han adquirido experiencia y han incrementado sectores relacionados con la cartelería, creando su empresa NEOID SIGNS S.L.

NEO ID cuenta con un departamento de diseño que abarca una amplia gama de servicios como imagen corporativa, retoques fotográficos, señalética, preimpresión, entre otros. Han creado su propio catálogo de diseños en cuanto a vinilos decorativos, rótulos y corpóreos con el fin de inspirar al cliente ofreciéndole opciones y materiales que puedan aportar valor a su empresa y conseguir con éxito el arte final. Tanto de su equipo como los artes finales que reciben de forma independiente pasan por preimpresión donde se revisan los archivos, formatos, medidas, colores, etc, antes de la producción.

En el departamento de producción, se encargan de realizar nuevas propuestas y visitas personalizadas a los clientes, con el fin de tomar medidas, recomendar sobre materiales, optimizar y conseguir un trabajo exitoso.

Su taller posee una infraestructura adaptada a la producción de vinilos, impresión digital pequeño y gran formato, láminas, rótulos, corpóreos, lona, confección de lona, soportes

rígidos y publicitarios. Se adaptan a cada trabajo, aportando ideas y técnicas adquiridas en sus años de experiencia, ofreciendo servicio integral y personalizado a los nuevos proyectos con el objetivo de satisfacer al cliente.

En los plazos de entrega, con esfuerzo y dedicación consiguen cumplir con las fechas pactadas en las instalaciones.

NEO ID pone a disposición su equipo de rotulistas expertos en la instalación de vinilos, rótulos, corpóreos, lonas, rotulación de vehículos, con un catálogo de trabajos realizados donde se puede apreciar su labor.

NEO ID: NUEVA IDENTIDAD

Es una empresa que crece constantemente, ofreciendo sus servicios a particulares, pequeñas y grandes empresas, eventos, ferias, congresos, exposiciones...

En NEO ID aprenden desafíos y ganan experiencia con el tiempo porque les APASIONA LO QUE HACEN.

NEO ID
neoidrotulos@neoidrotulos.com
www.neoidrotulos.com
Tel. 93 268 38 00

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

SIESA PRESENTA EN GRAPHISPAG

LAS ÚLTIMAS NOVEDADES EN MAQUINARIA PARA LA POST IMPRESIÓN

La empresa cierra con éxito una nueva edición de Graphispag donde los visitantes pudieron conocer las tecnologías más avanzadas del mercado en maquinaria de artes gráficas como un modelo de troqueladora, la primera perforadora automática del mundo, una nueva gama de grapadoras/plegadoras y una encoladora PUR totalmente automática

Suministros Industriales y del Embalaje, S.L ha concluido esta edición de Graphispag con una gran satisfacción por los contactos conseguidos y la cantidad de demostraciones de sus equipos que se han realizado a lo largo de la semana. **SIESA** ha apostado este año por un stand de más de 150 m2 y por mostrar las máquinas más novedosas del mercado para los acabados post impresión.

Los más de 22.000 visitantes que pasaron por **Graphispag 2019** encontraron en el espacio de SIESA un gran showroom de equipos ideales para todo tipo de trabajos como el hendido, el plegado, el laminado, el encolado PUR, la confección de libros con grapa, el cortado de tarjetas, el perforado con wire-O y espiral, el troquelado para el packaging….

SIESA valora muy positivamente *esta edición de Graphispag, ya que, a parte de la* **buena afluencia**, *los contactos que se han generado son muy interesantes y les han encajado perfectamente los equipos que hemos presentado. Para nosotros es muy importante estar presentes en esta feria ya que nos permite* ***acercarnos más a nuestros clientes y potenciales clientes*** *y mostrarles, a parte de nuestra amplia gama de maquinaria, la manera que tenemos de trabajar,* ***muy cercana y con un servicio técnico especializado*** *que garantiza el buen funcionamiento posterior de los equipos*, declara Joaquim Duran, gerente de SIESA.

Algunas de las demostraciones con más éxito fue el modelo de encoladora **PUR Digibook 450** con una configuración totalmente automática con opción de 4 hendidos en portada y la salida con stacker. También se expuso la versión **Digibook 200**, ambos modelos destacan por su colero cerrado, el ajuste automático de la cantidad de cola, el sistema de limpieza y el extractor de viruta, así como el sistema neumático de apertura y cerrado de mordaza.

Otra de las presentaciones más esperadas estuvo relacionada con los equipos de **confección de revistas**. Tras la compra de **Watkiss** por parte de Plockmatic (multinacional a la que pertenece Morgana), SIESA ha incorporado a su catálogo de productos los **Powersquare 224 y 160**, que se vieron funcionar en su stand. Estos modelos se caracterizan por un **acabado impecable y la alta calidad del lomo cuadrado**. En esta sección, también se pudieron ver los sistemas modulares Morgana BM350 con el lomo cuadrado y la guillotina frontal y la BM60 para las tiradas más cortas de revistas.

Para la **laminación profesional**, se expusieron la **Foliant Mercury 530NG** para formato 53x75cm y con el alimentador Heidelberg de 54 cm. de capacidad; y la **Foliant Vega 400A,** una con opción de laminado con una textura arena (“Sandy”) que causó gran impresión entre los asistentes; y otra con opción de **stamping selectivo con el Foiler** para laminar en plata, oro, y diversos colores metalizados.

La **Tornado Autopunch EX**, de Rhin-O-Tuff, también era otro de los equipos esperados por el público de la feria. El primer sistema de perforación automatizado del mundo que **permite alimentar automáticamente el papel**, **ordenar, perforar, voltear y separar los juegos** dejándolos listos para encuadernar se pudo ver en funcionamiento a lo largo de los días con diferentes aplicaciones: agendas, calendarios, libretas con índices, folletos... Este equipo ha sido una revolución por su facilidad de uso y porque consigue reducir de 5 pasos a 1 el proceso de encuadernación, permitiendo un gran ahorro al cliente. Como opciones de perforación, también se expuso la **Onyx OD4012CE** con peines intercambiables.

Por primera vez en este país, se pudo ver la **troqueladora RDC de Morgana**, que se ha fabricado pensando en el **packaging personalizado** y permite hacer corte, medio-corte, hendido y perforado en un solo paso mediante una plancha magnética.

También se hicieron demostraciones de las **cortadoras de tarjetas de gama Aerocut de Uchida**, creadas con la **tecnología japonesa** más avanzada que garantizan la precisión y calidad. Su diseño y su fácil funcionamiento han sido la clave de su éxito, ya que han hecho que cualquier usuario pueda manejar los equipos. El **modelo Prime** que permite realizar **corte, hendido y microperforado** es ideal para tarjetas de visita, menús, catálogos, entradas... y además se puede conectar directamente a un PC/Mac para enviar los trabajos desde Indesign o Illustrator.

Como opciones de hendido se presentó la **Morgana Autocreaser 33 PRO A**, una versión mejorada de su antecesora, que permite, a parte del hendido, la **opción de microperforado**; y como modelo de **plegado**, se expuso la **Morgana Major**, que es de succión, totalmente compacta y muy fácil de operar. Los equipos de **hendido y plegado** fueron la **Digifold PRO y la Digifold PRO 385**, esta última con pila alta de 45 cm. Ambas máquinas utilizan un sistema de hendido por peine y plegado por cuchilla que garantizan un acabado perfecto y se alimentan por succión.

A parte de estos equipos, también se podía encontrar en el stand la **alzadora de 10 estaciones de Uchida**, equipos para la confección de revistas y plegadoras de sobremesa, grapadoras y taladradoras eléctricas, la **enfajadora de papel COM JD240** y los accesorios para las **máquinas de hendido de Technifold**. Muchos de los clientes, también se asesoraron sobre otro tipo de maquinaria del catálogo de SIESA.

SIESA

Soluciones en post impresión

morgana

DIGIBOOK 200

- Encoladora PUR de colero cerrado
- Sistemas de mordaza, ajuste de colero, cantidad de cola, medición de grueso de libro y portada automáticos
- Hasta 200 libros/hora

foliant

FOLIANT TAURUS 530 NG 4X4

- Laminadora profesional a dos caras
- Alimentador de succión con 54 cm. de capacidad
- Eje microajustable neumatico Air Shaft integrado
- Mayor producción: hasta 35m/min
- Certificado de seguridad GS Mark

morgana

TROQUELADORA RDC

- Troqueladora para hacer corte, medio-corte, hendido y perforado en un sólo paso con plancha magnética
- Alimentación por succión de pila alta
- Cambio fácil y rápido de troquel
- Ideal para trabajos totalmente personalizados

UCHIDA

AEROCUT PRIME

- Cortadora, hendedora y micro-perforadora multifuncional
- Perforado selectivo
- Alimentador patentado TRI-SUCTION
- Lector de código de barras
- Plugin para trabajar a través del PC/Mac con Illustrator e Indesign

¡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

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

SOLO PROFESIONALES VENTA ON-LINE

solicita tu muestrario

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

- impresión comercial
- impresión digital
- cut size y reprografía

cartón paperboard

- impresión comercial y packaging
- impresión digital y packaging

solicita tus muestrarios

y más & more

- embalaje
- films
- printing services
- manipulados papel y cartón

*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**

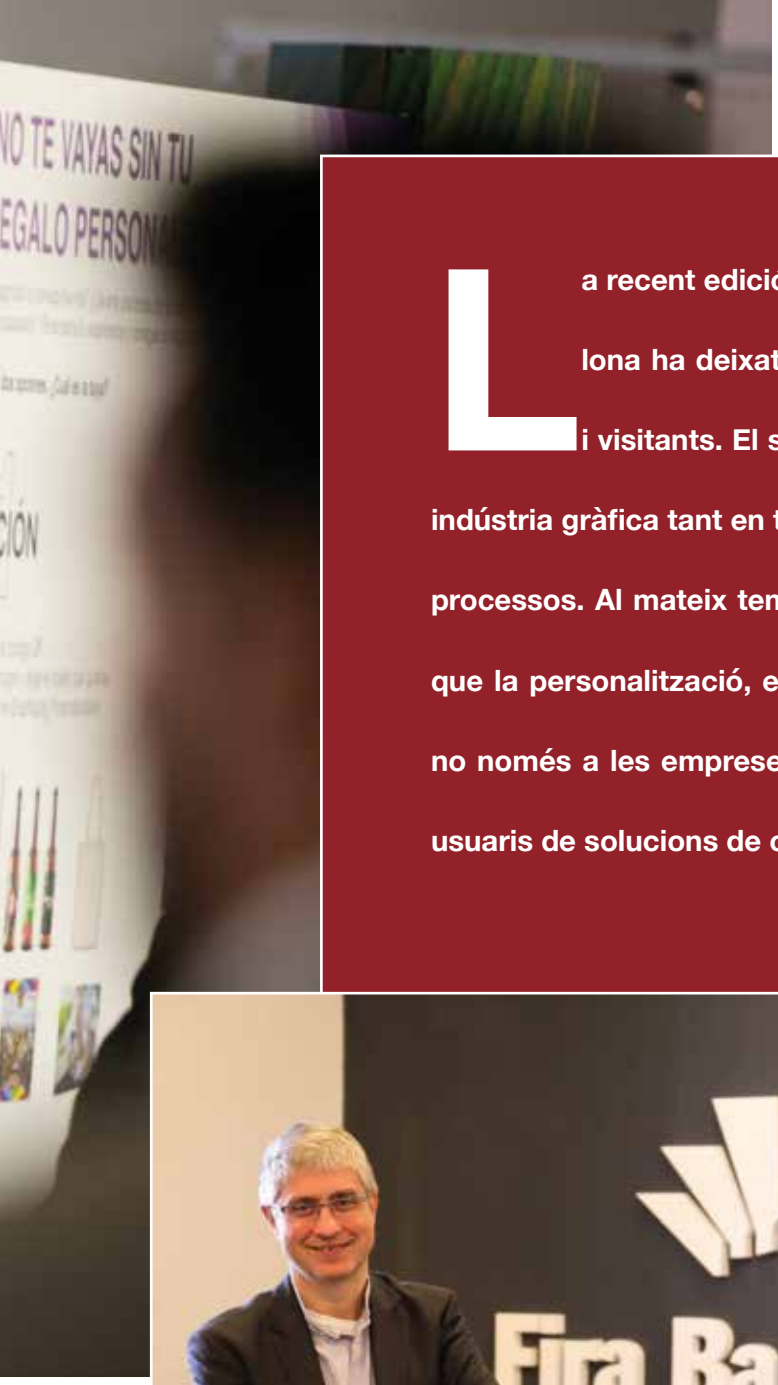
www.papertoprint.com

ANDROID APP ON Google play · Available on the App Store

PAPER PAPERBOARD & MORE PaperToPrint

Satisfacció al tancament d'una edició marcada també per la personalització i el disseny

Graphispag 2019 imprimeix una major digitalització a la indústria gràfica



La recent edició de Graphispag organitzada per Fira de Barcelona ha deixat una bona impressió entre els seus expositors i visitants. El saló ha evidenciat una major digitalització de la indústria gràfica tant en tecnologia, fluxos de treball i automatització de processos. Al mateix temps ha reflectit el potencial creatiu i de negoci que la personalització, el disseny i els nous suports d'impressió obren no només a les empreses de serveis gràfics sinó a infinitat de sectors usuaris de solucions de comunicació gràfica i visual.

"La percepció entre expositors i visitants és positiva i l'ambient que s'ha viscut a la fira indica una millora del mercat de la comunicació gràfica. A Graphispag s'ha fet negoci i, a més, s'ha pogut aprendre i conèixer noves aplicacions que aporten valor afegit als productes impresos gràcies a l'increment d'activitats i continguts que hem proposat aquest any", indica el director del saló, Jordi Magre.

Amb un lleuger augment (+ 2%) respecte el 2017, Graphispag ha registrat 22.491 visites de professionals, un 7% d'ells internacionals vinguts principalment de Portugal -que suposa el 38% dels visitants forans-. La fira també ha atret professionals d'Alemanya, França, Itàlia i Andorra, entre d'altres. Fora d'Europa, els països que més visitants han aportat han estat Algèria, la Xina, Nigèria i Estats Units.

Qualitat del visitant

A l'apartat de visitants nacionals, Catalunya és la comunitat autònoma amb major representació, seguida de la Comunitat Valenciana, Madrid, Andalusia, País Basc, Aragó i resta de regions, confirmant així, la seva condició de fira de referència a Espanya per a la indústria gràfica i la comunicació visual.

Per sectors, segons dades del sistema d'acreditació, el 34% dels visitants desenvolupa la seva activitat en l'àmbit dels serveis gràfics; el 20% s'enquadra en el món del disseny i la comunicació; el 36% correspon a sectors industrials, fabricants i distribuïdors, mentre que marques i usuaris finals suposen el 6%. El percentatge restant correspon a altres col·lectius (formació, entitats i associacions, consultoria, premsa, etc.)

En aquesta edició Graphispag ha reunit un total de 192 expositors de maquinària i tecnologia gràfica, acabats, software, suports i materials d'impressió i 400 marques representades, entre les quals destaquen Agfa, Digidelta, Epson, Heidelberg, Roland DG i Soficat-Xerox, partners d'aquesta edició, que ha comptat amb expositors de 12 països. El saló ha ocupat un total de 9.500m2 nets al Pavelló 2 del recinte de Gran Via.

Els expositors han valorat positivament la qualitat dels contactes comercials realitzats, que poden activar noves vendes i comandes en els propers mesos. A més, en línia amb els resultats de l'edició anterior s'ha apreciat una bona assistència de professionals d'altres sectors de demanda (editorials,

El Gremi va estar prensent un any més a Graphispag.

packaging, decoradors, interioristes, retailers, publicistes, així com marques de gran consum). Cal subratllar l'augment de prescriptors, especialment els vinculats al món del disseny gràfic gràcies a la celebració de Grada& CongrésGràfic. D'aquesta manera, Graphispag ha connectat la cadena de valor del producte gràfic amb usuaris de productes i aplicacions impreses.

Paral·lelament, Graphispag ha convidat directament, gràcies a la col·laboració de les marques expositores, 800 visitants VIP pel seu poder de compra, i ha organitzat l'agenda d'entrevistes de diversos professionals seleccionats pels seus projectes concrets d'inversió a través del programa de compradors de la fira.

Iban Cid, president del Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya i de Germark, va participar en l'acte inaugural de Graphispag 2019 parlant de l'evolució i tendències al mercat europeu de les etiquetes adhesives.

Durant la fira es va lliurar una placa commemorativa a Santiago Retortillo, representant del Gremi d'Arts Gràfiques de Saragossa, a mans del president de la Federació Empresarial d'Indústries Gràfiques d'Espanya (FEIGRAF), Álvaro García.

Ampli seguiment de les activitats

En general, els visitants s'han mostrat satisfets amb la representativitat de l'oferta comercial de Graphispag i han valorat favorablement l'augment de continguts i àrees d'activitats del saló. En aquest sentit, més de 6.500 persones han participat de les propostes d'aquests espais. Les activitats amb més seguiment han estat: Graphispag Personalization, Graphispag Talks i Graphispag Wrapping, demostrant l'interès dels visitants per qüestions relacionades amb l'augment de valor afegit dels productes gràfics.

A més, des de l'organització es subratlla la bona acollida de l'espai Graphispag Process, una zona de demostració de processos complets de producció gràfica on es va poder veure en funcionament els equips i maquinària que intervenen en les línies de producció d'impressió d'envasos i d'impressió en gran format. Menció especial mereixGraphispag Experience, una nova àrea que va aplegar diferents tècniques, sistemes i aplicacions utilitzades al llarg de la història de la comunicació visual i que avançava també la connexió amb el món digital. Així mateix, la impressió funcional, l'electrònica impresa i el 3D van tenir el seu espai al saló per donar a conèixer noves oportunitats per al sector.

El president del comitè organitzador de Graphispag, Xavier Armengou, ha destacat aquesta bona afluència i interacció aconseguida en les àrees d'activitats i especialment a les conferències: "En aquests espais el visitant ha pogut conèixer processos concrets com la personalització, el wrapping, la impressió de packaging o gran format, la impressió funcional o el 3D, així com aspectes relacionats amb la sostenibilitat, la digitalització i la gestió del negoci que pot posar en pràctica en el seu dia a dia ". Armengou s'ha referit també a la implicació dels fabricants de tecnologia i materials en aquestes àrees que ha permès estendre la presència de les seves marques més enllà de l'estand i mostrar de forma col·laborativa

El president de la Generalitat, Quim Torra, acompanyat de la consellera d'Empresa i Coneixement, Àngels Chacón, junt amb Xavier Armengou, president del comitè organitzador de Graphispag, durant l'acte d'inauguració.

les tendències que mouen avui la comunicació gràfica i visual i per les quals passa el creixement del sector.

Cal destacar, així mateix, la celebració dins de Graphispag de Grada&CongrésGràfic, un esdeveniment pensat per a dissenyadors gràfics i professionals lligats a disciplines creatives en les sessions de conferències i tallers han participat més de 1.300 persones. "És molt important que assisteixin aquests col·lectius perquè són prescriptors de les tecnologies, suports i acabats que s'exposen a la fira", explica Armengou.

Grada & CongrésGràfic ha comptat amb reconeguts ponents com ara Félix Beltrán, dissenyador i artista cubà autor del cartell del Che Guevara; Fernando G. Baptista, editor gràfic a National Geographic i un dels millors infografistas del món; Gabriel Campanario, fundador del moviment "Urban Scketcher" o Martina Paukova, dissenyadora eslovaca que treballa per marques globals.

Activitat institucional

Graphispag ha estat l'escenari del lliurament dels Premis Líderpack 2018. En aquesta edició es van concedir 18 guardons en l'especialitat de packaging, set en l'apartat de PLV, i un a "Disseny Jove", la categoria reservada a estudiants.

Així mateix, Graphispag 2019 ha rendit el seu particular homenatge a diverses persones vinculades a la indústria gràfica. El saló va reconèixer la trajectòria d'una desena d'empreses, que aquest any estan d'aniversari, així com la tasca i dedicació de diversos membres del seu comitè organitzador. Alhora, Graphispag va agrair la confiança de les marques que han estat global partners en aquesta edició i la implicació i suport d'una vintena d'empreses, professionals i entitats que han fet possible aquesta quinzena convocatòria de l'emblemàtica fira gràfica barcelonina.

Graphispag 2019 va ser inaugurat pel president de la Generalitat de Catalunya, Quim Torra, acompanyat de la consellera d'Empresa i Coneixement, Àngels Chacón, qui van visitar diversos estands interessant-se per la realitat i evolució de la indústria gràfica. Precisament per analitzar el moment de transformació del sector, Graphispag va celebrar una jornada en què representants de Neobis, Finat i Graphispack Associació van compartir diversos estudis que confirmen el repunt de l'activitat del sector, impulsat per les activitats relacionades amb la impressió de packaging i etiquetes , el gran format i una millora en la demanda de catàlegs i impresos publicitaris i de la indústria editorial. Amb tot, el sector gràfic continua en plena reinvenció i aposta per créixer en valor amb els seus productes, sumant a més al seu negoci noves aplicacions que van més enllà del paper per imprimir-ho tot.

La propera edició de Graphispag tindrà lloc el 2021

COMEXI SE MANTIENE AL ALZA EN EL MERCADO ESPAÑOL Y PORTUGUÉS

La compañía consigue un incremento de la cuota de mercado gracias a la creciente inversión en innovación tecnológica

Comexi, especialista en soluciones para la industria de la impresión y conversión del envase flexible, ha cerrado el 2018 consolidando su posición estratégica en el mercado español y portugués, en el cual la compañía ha duplicado sus objetivos de ventas en cada uno de los últimos cuatro ejercicios. *"En términos generales, el 2018 ha sido un año excelente para nosotros"*, comenta David Morera, Área Manager de Comexi para la zona Ibérica, destacando que las ventas se han centrado principalmente en maquinaria flexográfica, y de las líneas de laminación y corte Morera afirma que dichas líneas *"nos han ayudado a conseguir los objetivos marcados el período pasado"*.

El importante crecimiento de Comexi en 2018 se basa principalmente en el incremento de la cuota de mercado de la compañía frente a la competencia. *"Esto ha sido posible gracias a la nueva familia Comexi F2 que se ha lanzado en los últimos años, y la nueva Plataforma de Servicios Digitales, el Comexi Cloud, una herramienta digital que permite a los clientes analizar su producción, hacer compras de recambios online (COOL), entre otros servicios. Una clara novedad y que nos diferencia de nuestros competidores*", señala Morera.

SERVICIO EFICIENTE Y DE CALIDAD

Los buenos resultados de la compañía en España y Portugal se deben también a la rápida y eficaz calidad del servicio que ofrece Comexi. *"En los últimos cuatro años hemos duplicado el personal de servicio para mejorar la atención al cliente"*, comenta el Área Manager, que considera que Comexi ha generado una buena imagen de fiabilidad en el mercado gracias a las novedades que ha aportado en los últimos años en todas las líneas existentes, y también por haber demostrado un espíritu innovador gracias a tecnologías como el ófset con tambor central (Comexi CI8), sistemas de robotización que permiten tener plantas más productivas, así como la tecnología láser que permiten un mejor uso del envase con aplicaciones abre fácil, micro y macros perforados o aplicaciones holográficas que dan un valor añadido al diseño del envase.

"Todo ello ha generado un gran interés por los clientes. En estos momentos ya se han vendido dos unidades de impresoras Offset CI8 en la península ibérica y existen actualmente entre dos y tres proyectos bastante avanzados".

LAS TECNOLOGÍAS DE COMEXI

• ***Comexi Ordering On Line***

El COOL, o Comexi Ordering On Line, es una plataforma de venta de recambios a través del 3D, esquemas eléctricos o lista de materiales. Se trata de un sistema fácil de utilizar, fiable, que funciona las 24 horas del día y los 7 días de la semana. Las ventajas que aporta el COOL son la automatización de los pedidos, la optimización del tiempo, la rápida identificación de la pieza de recambio necesaria y la aceleración del proceso de pedido, así como el poder acceder a un histórico de todas las peticiones realizadas.

• ***Comexi F2***

Con el conjunto de impresoras flexográficas F2, Comexi dispone de una amplio abanico de soluciones destinadas a la impresión sobre material flexible que destaca por su eficacia en tiradas medias y largas de alta calidad. Para las necesidades de impresión de tirajes medios del sector del envase flexible, Comexi dispone de la F2 MB y la F2 MC, mientras que para tirajes largos se puede optar por la F2 MC o la F2 MP. La Comexi F2 WB es la solución perfecta para la impresión sostenible, de tiradas medias y largas, en tintas base agua sin renunciar a la velocidad y/o calidad, mientras que la Comexi F2 ML es la respuesta ideal para las exigencias del mercado del polietileno. Una máquina inmejorable desde el punto de vista de rentabilidad, pensada para conseguir la mejor calidad en altas velocidades y con grandes desarrollos.

• ***Comexi CI8***

La impresión ófset con tambor central es una innovadora solución que se adapta al exigente time to market, ya que ofrece una reducción del coste por impresión y disminuye el impacto medioambiental gracias a las tintas ófset EB sin solventes. Esta tecnología es la respuesta idónea para aquellos clientes que necesitan tiradas cortas en envases flexibles.

• ***Holografía***

La compañía también ha realizado un importante avance en la unidad de laminación con la Comexi Futura, una máquina versátil que garantiza un acabado holográfico gracias a la tecnología Cast & Cure. Permite la aplicación de Cold-foil, la-

minación UV y distintos coatings para dar un atractivo al producto, así como la posibilidad de laminación sin solventes.

• ***Láser***

El sistema de procesamiento láser, por su parte, se puede integrar en cualquiera de las cortadoras de Comexi. Es una tecnología clave para marcar diferencia y optimizar la producción siguiendo las exigencias y tendencias del mercado. Se caracteriza por el control, la precisión y la rapidez, y permite personalizar, diferenciar y realizar una amplia gamma de aplicaciones y acabados.

• ***Automatización***

Otro de los puntos fuertes de Comexi es la aplicación de la automatización o robotización en sus plantas, para conseguir que estas sean más productivas y puedan dar respuesta al exigente mercado actual. Reducir la duración de los trabajos y minimizar la pérdida de tiempo entre uno y otro ha sido uno de los caballos de batalla de la compañía, que revolucionó el mercado con la nueva Comexi F1, la máquina de impresión flexográfica con un dispositivo automático para el cambio de camisas que permite aumentar de forma significativa la producción. En la unidad de corte también se ha avanzado en este aspecto con soluciones de valor agregado como rebobinadoras de doble torreta, posicionamiento automático de cuchillas, posicionamiento automático de núcleos y encintado automático, entre otros.

Sobre Comexi

Comexi cuenta con una dilatada experiencia en la fabricación de bienes de equipo para la industria de la conversión del envase flexible. Líder a nivel mundial, está integrada por cinco líneas de producto: impresión flexográfica, impresión offset, laminación, corte y servicios digitales.

La compañía dispone de más de 36.000 m2 repartidos en dos centros productivos en Riudellots de la Selva (Girona, España) y Brasil. Así como una extensa red comercial en más de 100 países para dar respuesta a las necesidades de sus clientes.

Comexi cuenta con el Centro Tecnológico Manel Xifra Boada donde la empresa da apoyo y transmite su conocimiento a los distintos actores del proceso de la industria del envase flexible.

www.comexi.com

EURECAT
PRESENTA UNA AMPOLLA DE VI INTEL·LIGENT QUE PERMET VERIFICAR EL SEU CONTINGUT SENSE OBRIR-LA

Les etiquetes has estat fabricades amb serigrafia a escala industrial per Germark

El centre tecnològic **Eurecat** (membre de Tecnio) va presentar enguany al **Mobile World Congress** una nova tecnologia basada en l'electrònica impresa que obre la porta a la fabricació d'objectes intel·ligents connectats a Internet que no s'havien plantejat fins ara, com és el cas d'una ampolla de vi que es va mostrar a la fira, on es possible verificar el seu contingut sense obrir-la, gràcies als sensors que porta incorporats a l'etiqueta.

Això és possible perquè l'ampolla porta una etiqueta intel·ligent amb electrònica impresa, sense bateries, que conté sensors de temperatura i de qualitat que permeten la monitorització del producte amb l'ampolla tancada, mitjançant tecnologia Near Field Communication, que fa possible una alimentació i comunicació sense fils a una aplicació mòbil.

Les etiquetes, que han estat fabricades amb serigrafia a escala industrial per **Germark**, s'han aplicat, per primer cop, en algunes ampolles del celler Ramon Roqueta, que les implantarà per proves dins de la seva cadena de distribució fins al consumidor. Les dades rebudes seran emmagatzemades en el núvol, de manera que estaran llestes per donar informació sobre el producte des de que surt del celler.

El projecte s'ha enfocat cap a la producció industrial, identificant i solucionant els reptes per a la fabricació massiva d'aquest tipus d'etiquetes, amb gran gran potencial en sectors com el packaging, la logística i l'alimentari, entre altres àmbits.

"La utilització d'electrònica impresa i hibridada per a la connexió de objectes dins de la Internet de les Coses incrementa la traçabilitat i la comprensió de l'ús dels productes, de manera que es pot optimitzar i millorar tot el seu cicle de vida", explica el director general de Negoci d'Eurecat, Miquel Rey. En les seves paraules, la nova tecnologia *"ofereix la possibilitat de dotar de connexió productes o objectes on mai s'ha plantejat incorporar electrònica, mitjançant una tecnologia compatible amb els actuals sistemes de producció de la indústria gràfica i l'electrònica"*, de manera que s'obre "un model de negoci totalment sostenible i viable".

Segons el director de la Unitat Tecnològica d'Impressió Funcional i Dispositius Integrats d'Eurecat, Paul Lacharmoise, *"aquesta tecnologia dona un gran valor afegit, perquè posa a l'abast de productors i de consumidors l'accés a productes monitoritzats, que permeten maximitzar el seu aprofitament, amb un retorn sostenible molt superior al cost incremental de la incorporació dels sensors en el producte".*

A nivell ambiental, a més, aquesta innovació *"presenta un nivell de sostenibilitat elevada, sense la necessitat de bateries, amb l'ús de materials reciclables i, fins i tot, biodegradables"*, a més de reduir els materials plàstics i metàl·lics en la fabricació de productes sensoritzats, la qual cosa *"suposa una reducció de la seva petjada ambiental"*, assenyala la investigadora que ha coordinat el projecte, Claudia Delgado.

El projecte de producció a gran escala d'etiquetes intel·ligents va començar l'any 2016, dins del projecte Interacciona, del programa públic Retos de Colaboración del Ministeri de Ciència, Innovació i Universitats. Han contribuït al seu desenvolupament les unitats tecnològiques d'Eurecat d'Impressió Funcional i Dispositius Encastats i d'Smart Management Systems.

EL CONCURSO NACIONAL DE ETIQUETAS DE VINO DE ETIQUETANEWS PARA ESTUDIANTES DE DISEÑO GRÁFICO YA ES EL MEJOR DE ESPAÑA

La segunda edición del Concurso Nacional de Etiquetas de Vinos organizado por la única editorial especializada en el sector de la etiqueta, EtiquetaNews, ya se puede confirmar que es el mejor de España, a mucha distancia de otras iniciativas realizadas en el pasado.

La participación de 26 centros de formación universitaria homologados, entre públicos y privados, las más de 300 inscripciones recibidas, pertenecientes a 29 provincias españolas, han consolidado esta competición de diseño gráfico de etiquetas de vino para estudiantes de grado y máster en el más importante celebrado en nuestro país.

Este logro ha sido posible gracias al apoyo de los centros participantes y los patrocinadores de la primera edición, que en su totalidad han repetido su participación en la segunda, y en la que se obtuvieron unos excelentes resultados.

En la segunda edición, en términos generales, se ha podido ver cómo la calidad media de participación ha subido y la ya alta implicación de los centros es cada vez mayor. Pero se ha producido también una minuciosa mejora en todos los procesos que rodean el Concurso en la búsqueda de la excelencia que persigue el mismo desde que inició su andadura.

El jurado que ha valorado los mejores trabajos del Concurso 2019, ha estado formado por profesionales de primer nivel de la industria de la etiqueta: Miguel Sanz, director general Consejo Regulador de la Denominación de Origen Ribera del Duero; Roberto Sanz, director de comunicación y estrategia de Bodegas Familiares Matarromera; Xavier Masdevall, country manager de UPM Raflatac (España); Eva Rodrigo, directora de marketing de Hp Indigo; Ángel Pérez, director de marketing de Heidelberg-Gallus; Irene Blanco, directora de proyectos y diseñadora de SerieNemo; Irene Gavalda, directora y diseñadora de Estudio Made by Us; Alberto Torroba, director general de Grupo Argraf; Juan Macho, director de marketing de Etiquetas Macho y Joan Armadans, director general de Vidal & Armadans.

La entrega de premios se celebrará el 9 de mayo, a las 12:45 h, en la Escuela Superior de Arte del Principado de Asturias, Esapa.

¿LAS GRANDES CUENTAS GESTIONAN NUESTROS RECURSOS?

QUÉ PODEMOS HACER AL RESPECTO

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

¿Está nuestro negocio controlado por las grandes cuentas? Si con suerte no lo está, ¿Corre peligro de estarlo? ¿Cuándo empezaron realmente a controlar el negocio de la impresión?

Quizá alguna de estas preguntas nos han dado qué pensar. Grandes cuentas, o grandes marcas han abusado de controlar los precios de impresión mediante subastas o simples comparativas de precio.

No han tenido en cuenta ningún tipo de valor añadido puesto que el departamento de compras no entiende del producto final, sólo de la rentabilidad de su trabajo: precios mas bajos, mejores bonificaciones; eso sí, cumpliendo los estándares de calidad estipulados previamente.

El período de crisis ayudó al juego de precios y a perder valor añadido y competir sólo con ser mas productivos para poder dar precios mas ajustados.

En otros artículos hemos hablado de la importancia de aportar valor añadido a nuestro negocio, de buscar hablar con marketing en vez de compras para poder mostrar nuestro potencial.
Muchos de vosotros me comentáis que no siempre es posible cambiar el interlocutor y es cierto que no todos tenemos las mismas capacidades de trasmitir valor en lo que vendemos.
En esta parte podemos ayudaros, puesto que simplemente hemos de aprender a hacerlo y eso puede enseñarse, pero hoy no hablaremos de esto.

Hoy vamos a tratar el plan B: si no puedo hablar mas que de precios, hagamos que nuestros precios sean mas bajos, sin mermar beneficios, sino afectando a los costes.

En este artículo hablaremos de productividad. Si estuvisteis en **Graphispag**, hubieron muchas ponencias en el área de **Graphispag Talks** que se centraban en este punto: ser más productivos y más rentables.

El ajuste de los procesos en una industria tan compleja como la nuestra, pasa por muchas áreas, departamentos y procesos productivos.

¿Qué puntos importantes podemos mejorar?
- Relación entre departamentos
Cuando buscamos reducir costes raramente pensamos en cómo se relacionan los diferentes departamentos.
Los procesos interdepartamentales, los papeleos, la transferencia de información, los "atascos" de trabajo, la sensibilidad del personal entre otros factores ralentizan el trabajo produciendo un coste de productividad muy elevado.

Seguramente ni lo contabilizamos, por lo que me diréis que, aún mejorando esta relación, no podéis bajar el precio puesto que no lo estáis imputando a los costes.

¿Habéis contabilizado cuantos presupuestos se rechazan por llegar demasiado tarde?
Si tenemos un departamento de presupuestos al que el comercial se dirige para realizar una cotización, éste es un punto mas que frecuente. Cierto es que el departamento hace un montón de cosas mas y por supuesto, no puede estar pendiente de realizar el presupuesto al momento. ¿Quizá podemos ponerle solución? Estoy convencida de que así es.

¿Habéis contabilizado cuanto tiempo promedio tarda un trabajo en ser confirmado por el cliente, recibir los ficheros y que esté listo para imprimir?
Hay veces que el tiempo depende del cliente: no envía el archivo, se demora en la revisión o aprobación, etc.; pero hay mucho tiempo que se demora en el traslado de la información entre departamentos. Por muy automatizada que está una orden de trabajo, muchas empresas siguen gestionando los cambios de forma manual y, no podemos mas que afirmar que los cambios en el trabajo son muy frecuentes.

Las demoras en los procesos de preimpresión y preparación del trabajo y forma impresora implican una planificación de la impresión muy ajustada; entran a formar parte de las urgencias. Trabajar con urgencias es el detonador de incidencias y el aumento directo de los costes generales.

Tener una planificación pendiente de las urgencias impide planificar según trabajos, cambios de máquina o procesos de manipulación y acabado posterior: esto repercute directamente en los costes generales. Cuanto mas compleja sea la planificación, mas complejo es entrar un mayor número de trabajos, que nos permitirían aumentar los beneficios.

¿Habéis contabilizado el número de incidencias derivadas de una comunicación interdepartamental deficiente, o caótica?
El control de las incidencias es un factor muy importante en toda empresa, siempre buscando la mejora y no el culpable. Hay muchas de ellas que están relacionadas con procesos que pueden mejorarse, pero a medida que mejoramos los procesos, las incidencias que surgen son de difícil solución puesto que suelen ser causa de una mala comunicación entre departamentos.

Hemos argumentado sólo unos puntos en los que la relación entre departamentos puede afectar a los costes generales.

¿Qué otros elementos de productividad podemos mejorar para reducir los costes?
- Automatización del proceso de traslado de información, mediante la realización de la hoja de ruta digital según pedido
Este apartado suele estar bien gestionado en aquellos negocios en los que el proceso de preimpresión e impresión se realizan internamente. En las imprentas que recurren al tratamiento del original o la preimpresión externa, como ocurre en muchos casos en los convertidores de Packaging, faltan recursos para poder automatizar y mejorar estos aspectos.

- Automatización de la preimpresión: soluciones de proceso que permitan realizar de forma automática toda tarea mecánica de forma que el profesional pueda dedicarse a la revisión de los trabajos para una mejora en el resultado final y la disminución de las incidencias.

- Planificación de la planta de impresión y la de manipulación y acabados.
Es vital que las urgencias no nos rompan la planificación. La mejor reducción de costes está en los costes mas elevados derivados de procesos costosos como son impresión y acabados. Cuantos menos tiempos "muertos" haya entre ellos, cuanto menos cambios de planning se realicen, mayor será la rentabilidad en la producción de los trabajos.

Y recordar: si se me hace muy difícil dejar los precios para el final, o las conversaciones sólo se ciñen en precio.
¡Hablemos: hay solución!

BÚSQUEDAS POR VOZ

CÓMO OPTIMIZAR MI PÁGINA WEB

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

Las búsquedas por voz según el propio Google ocuparán entre un 30% a un 50% de las búsquedas en Internet para el próximo 2020

Las personas utilizamos cada vez más las búsquedas por voz para para hacer nuestras consultas en los principales dispositivos. Las estadísticas de crecimiento de estas búsquedas por voz se han disparado con los nuevos dispositivos **"parlantes inteligentes"** como Amazon Echo, Google Home o HomePod de Apple.

Entre los objetivos de un sitio web están **aumentar la visibilidad** y permitir **que los clientes potenciales te encuentren** para comprar tus productos o servicios. Si quieres conocer cómo afectan las búsquedas por voz al ranking de resultados para ajustar la estrategia de tu página web te invitamos a leer este artículo.

¿Recuerdas cuando tu página web sin a penas trabajo ni mantenimiento aparecía en los primeros resultados de Yahoo y Google?

Ahora es el momento de optimizar tu web para que aparezca en los resultados de búsqueda por voz.

¿Qué es búsqueda por voz?

La búsqueda por voz permite a un usuario hablar a un dispositivo en vez de escribir las palabras en una pantalla.

¿Cómo funciona la búsqueda por voz?
Mediante el reconocimiento de voz el dispositivo comprende aquello que el usuario consulta y devuelve un listado de resultados para que podamos elegir la respuesta que mejor nos convenga. Es el usuario quien selecciona el resultado que le sugiere una mejor respuesta a su consulta.

En el caso de los nuevos "parlantes inteligentes" es probable que nos lean la información que responda a la principal consulta. En estos casos ser el primero o el segundo será totalmente relevante.

Precedentes de la búsqueda por voz
En la pasada Navidad se popularizó Alexa, el asistente por voz de Amazon para su producto Echo. Este asistente nos ayuda

a pedir una pizza, buscar productos en internet, seleccionar música en Spotify además de poder conversar con la voz femenina de esta Inteligencia Artificial.

Esta tecnología no es nueva.

Anteriormente ya habíamos conocido a Siri, Google Assistant o Microsoft Cortana. Seguro que recuerdas el marcador de teléfonos por voz, a pesar de que su uso no se extendió de manera significativa.

Samsung presenta a Bixby.

A los asistentes de voz Alexa, Siri, Google Assistant o Microsoft Cortana. se les une Samsung que presenta Bixby durante el Mobile World Congress de este año.

Seguro que has oído hablar de la Experiencia de Usuario (UX), bien pues la búsqueda por voz supone un gran avance para mejorar la experiencia de los usuarios.

¿Estás preparado para llevar a tu empresa al siguiente nivel?

Como afecta las búsquedas por voz a mi página web

Las diferencias entre las consultas habladas y las mecanografiadas pueden reflejarse en los resultados de los buscadores.

Las páginas web mejores posicionadas para las búsquedas por texto no siempre corresponden a las que aparecen en los resultados de las búsquedas por voz.

Existen algunas diferencias que detallamos a continuación:

Diferencias entre la búsqueda escrita y la búsqueda por voz

Cuando escribimos en una pantalla para realizar una búsqueda utilizamos términos muy distintos que cuando buscamos por voz.

Hay que tener en cuenta algunos factores fundamentales a la hora de crear contenido para posicionar tu página web en las búsquedas por voz.

1. Longitud de la búsqueda

Las búsquedas escritas son más cortas, utilizamos las mínimas palabras para obtener un resultado específico (entre 3 y 5 palabras)

Mediante la voz, tendemos a decir la frase completa de una manera natural de aquello que queremos buscar. Este tipo de búsquedas se basan en palabras clave de cola larga (Long Tail).

Una búsqueda escrita podría ser:
Bizcocho avena receta

La misma búsqueda por voz:
Receta para preparar un bizcocho de avena

2. Búsquedas basadas en acciones

En una búsqueda por voz buscamos que se ejecute una acción como puede ser:

- Llamar por teléfono
- Buscar un negocio
- Reproducir una canción
- Comprar un producto

3. Búsquedas locales

Las búsquedas por voz se van a realizar principalmente en los dispositivos móviles. La búsqueda por voz está orientada, en muchos de los casos con el fin de conocer una ubicación.

Mediante nuestra geolocalización los buscadores pueden modificar el ranking de resultados para presentar aquellos negocios relacionados que estén próximos a nuestra ubicación.

De esta manera la búsqueda por voz puede conseguir que la ficha de la empresa en **Google My Business** pueda aparecer en más ocasiones mostrando un enlace directo a su página web.

Cómo optimizar tu página web para las búsquedas por voz

a. Velocidad de carga de la página web
Los motores de búsqueda se encargan de clasificar los sitios web para las diversas búsquedas de los usuarios con el objetivo de ofrecer una información precisa y **lo más rápido posible.**

La velocidad de respuesta de una web es un factor determinante para el ranking de resultados de Google. En el caso de las búsquedas por voz el tiempo de carga para ofrecer un resultado es mucho más importante, principalmente en su versión móvil.

Aspectos que reducen la velocidad de carga de una página web:

- Peso de las imágenes optimizadas
- Recursos comprimidos (javascript, archivos de estilo CSS)
- Utilice el almacenamiento en caché para que el navegador no cargue cada vez todos los recursos
- Contrate un servidor web con un tiempo de respuesta rápido

b. Escribe tal y como hablas
Es recomendable incluir cuadros de preguntas con respuestas rápidas que resuma el contenido de cada página y responda a la pregunta principal.

Para optimizar el contenido de su página web pensado en la búsqueda por voz, incluya el conjunto de palabras clave de cola larga tal y como las utilizaríamos en un diálogo de manera natural.

c. Crear un apartado de Preguntas Frecuentes
- Prepara las preguntas y respuestas relacionadas con cada una de tus páginas web.
- Te ayudará conocer las palabras clave de cada una de tus páginas así como las principales preguntas que las personas ya están buscando.
- ¿Cómo se hace .. ?
- ¿Cuándo se construyó ...?
- ¿Dónde está ..?

4. Mejora la Autoridad de tu página web
La Autoridad de un sitio web es un indicador que mide la calidad y la credibilidad de su contenido.
Conseguir enlaces entrantes a tu página web desde otros blogs o sitios de noticias de la misma temática van a ayudar al incremento de la autoridad de tu web.

En general todas las acciones de SEO que ayudan a mejorar el posicionamiento de tu página web son válidos para ayudar a mejorar la Autoridad de tu página web.

Los primeros en adoptar las nuevas medidas de optimización consiguen tener mayor visibilidad que su competencia.

NOVA

UCHIDA

Equip multifuncional imprescindible !!!

- Equip multifuncional de fendit, tall i perforat.
- Ideal per realitzar talls i fendits en treballs impresos, targetes de visita, felicitacions, menús, catàlegs, fotografies, entrades, ...
- Des de la pantalla tàctil es pot ajustar la feina, modificar-la i guardar-la a la memòria.

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

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

C/ Resina, 13-15 - Nave B18
28021 Madrid
Tel. 919 902 175

Lisboa (Portugal)
Tel. 935 543 494

www.opqsystems.net
YouTube OPQSYSTEMS
twitter @opqsystems

Distribuïdor oficial de:
Horizon JBI APR SOLUTIONS Vacuumatic BUSCH folland Tech ni Fold UCHIDA Henkel Concentrol

LO HUMANO, MÁXIMA TENDENCIA DIGITAL

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

De la misma manera que *Pantone Color Institute* o *Akzo Nobel Global Aesthetic Center (Dulux)* apoyados por una serie de expertos repartidos por todo el mundo deciden cada año el color o colores dominantes que marcarán el rumbo del diseño y la moda, también existen tendencias señaladas en el sector del Social Media mundial, reforzadas así mismo por un puñado de expertos de talla global, que cada año desvelan por dónde irán las corrientes de la comunicación digital.

En el caso de los colores, Dulux ha comunicado que el color de 2019 es el *Spiced Honey*, descrito por la propia entidad como "perfecto para crear un ambiente relajado y acogedor en lugares donde nos gusta pensar, soñar, amar y actuar". Así, si queremos estar a la última en diseño, tendremos que contemplar el manejo de este color y sus variantes en nuestros productos, ya que es la tendencia actual.

El mundo del social media es más complejo que el del diseño y la moda, ya que se centra en pautas de comunicación e interacción entre humanos, por una parte, y entre marcas y humanos, por la otra. Específicamente, en la manera que las marcas se han de relacionar con sus públicos a través de las redes sociales y las técnicas de marketing digital. Pues bien, la tendencia revelada este año en el marco de diversos encuentros y eventos de Social Media a los que he podido asistir en Estados Unidos es el de *Be more human*, es decir, ser más humanos.

¿Más humano en un mundo cada vez más digital?

Esta tendencia podría llegar a percibirse como una anti tendencia, pero no lo es. Ayuda a comprenderla la perspectiva de la evolución que han experimentado las redes sociales y el marketing digital en las últimas dos décadas. La sofisticación creciente de los algoritmos de contenidos, que deciden qué se ve o qué no se ve en las redes; la presión creciente de los modelos interactivos y personalizados de publicidad, que persiguen a los usuarios en todos los canales con productos que han visto previamente; y la introducción masiva de sistemas de inteligencia artificial, capaces de crear contenidos y anuncios personalizados, tanto de texto, imágenes o música son algunos ejemplos de la deshumanización galopante que afecta al medio digital.

Frente a este panorama, consultoras globales como *Accenture* han detectado en recientes estudios llevados a cabo en Estados Unidos muestras de desánimo, desinterés y hastío por parte de los usuarios, que se ven sometidos a la presión de este tipo de pautas por parte de las marcas en el entorno digital. Frente a este fenómeno surge la voz de alarma del sector que alerta que la comunicación y las pautas comerciales en redes sociales y marketing digital deberían volver a ser más humanas para conservar y potenciar la conexión con el usuario/cliente.

Más humana y menos automatizada

Más humana y menos impersonal son algunas de las pistas que podríamos considerar para que nuestra comunicación en redes sociales y las acciones comerciales en marketing digital resuenen naturalmente con nuestros usuarios y no los aparten emocionalmente de nuestras marcas. El "factor humano" es la esencia de las "relaciones humanas" básicas, que es el movimiento que se subraya como tendencia de éxito en la co-

municación digital. La puesta en práctica puede llegar a ser compleja, si ya estamos muy acostumbrados a la producción masiva de contenidos despersonalizados, o muy sencilla, si podemos volver a ser conscientes de las pautas básicas de lo que nos une como personas.

Para reconducir u orientar nuestra comunicación digital a través de redes y sistemas de marketing digital en esta línea, podemos contemplar las siguientes cuatro acciones:

1. Contenido de valor (real)
El concepto de "contenido de valor" hace mucho que se repite cacofónicamente como uno de los mantras relevantes de comunicación digital, pero es el primero en caer frente a la presión comercial, donde la necesidad de vender arrincona rápidamente a la de comunicar.

En este sentido, vale la pena recordar la regla de destinar solo un tercio (o menos) del volumen de publicaciones en redes sociales enfocados a promocionar productos o servicios . ¿Y los otros dos tercios? Los dos tercios restantes a resolver honestamente las necesidades de los clientes, a empoderarlos, entretenerlos y educarlos.

2. Interacción sincera
¿Tiene sentido que los robots se junten para hablar en un bar? ¿Tiene sentido preguntarle a un sistema cómo se siente o qué le preocupa? ¿Tiene sentido que un algoritmo de inteligencia artificial nos exprese sus angustias o deseos? No tiene sentido. No tiene sentido humano, porque se trata de sistemas más o menos complejos, pero no de personas. Las relaciones personales se forjan y fundamentan en el diálogo sincero, la escucha activa (no de bots) y la empatía real, entre otros factores.

3. El cliente, protagonista
Hacer más humana la relación incluye poner en el centro al cliente. Este es otro mantra de sesiones motivacionales, pero cobra todo el sentido cuando se desea humanizar la relación a través del mundo digital. La presencia de clientes con sus imágenes (quiénes son), sus historias (testimonios), sus retos (casos de éxito), frente a la voz unidireccional de la marca es un paso importante en esta tendencia. Si somos empresa es porque servimos a clientes, que son personas. Enseñémoslos.

4. Libertad, respeto y sensibilidad
La libertad de no recibir emails ya está reforzada en el territorio europeo con la entrada en vigor el 25 de mayo de 2018 de la normativa de protección de datos personales (RGPD), que desde entonces obliga a las empresas a considerar al usuario y respetar sus derechos. Por parte de las empresas cabría poner a disposición de los usuarios –y de una forma fácil– la capacidad de gestionar sus comunicaciones con la marca así como de considerarlo persona versus la figura un ente que posee una determinada cantidad de dinero que deseamos que acabe a toda casta en nuestra cuenta.

Más humano y menos máquina, más sensible y menos bruto, más relación y menos interés. A priori son conceptos que generan angustia y presión en la actividad comercial, pero que aseguran el establecimiento de relaciones duraderas (y negocio natural) a largo plazo.

En un mundo que parece abocado a sucumbir bajo la acción de los algoritmos, el factor humano es el recurso (y el único salvavidas) que puede preservar y potenciar lo mejor que somos: más humanos.

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, laminació, tall i serveis digitals.

comexi.com · comexictec.com

CONTENIDOS LINKEDIN

3 ÚTILES NOVEDADES AÚN BASTANTE DESCONOCIDAS

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

Puede que todavía no conozcas estas tres novedades de Linkedin, ya implementadas en la plataforma en español. A mi modo de ver, son tres funcionalidades interesantes que amplían las posibilidades de esta herramienta cada vez más social.

Está claro que Linkedin apuesta por dar mejor servicio a los usuarios, por posicionarse como una herramienta clave fundamental en las relaciones y en los negocios B2B.

Novedad #1 >> Encontrar contenidos por temas y hashtags

Ya podemos encontrar publicaciones de un determinado tema en Linkedin. El buscador de la plataforma nos permite, a través de una palabra clave o un hashtag, encontrar qué y quién está comentando sobre un área de interés.

Por ejemplo, si queremos saber quién y qué se está diciendo acerca de una feria o congreso, pongamos por caso el Mobile World Congress, a través de los hashtags #MWC ó #MWC19 podemos encontrar personas que estén visitando la feria, expositores y noticias varias sobre el evento. Si tenemos intención de acudir, podemos prepararnos la visita con la información que encontremos en Linkedin. O contactar con alguna persona que sabemos que estará allí. Del mismo modo, cuando publicamos un contenido propio, podemos añadir los hashtags más adecuados. De ese modo, facilitamos que nos encuentren las personas interesadas en el tema que estamos tratando.

Los #hashtags no son más que etiquetas que nos permiten crear y seguir hilos de conversación alrededor de un tema en concreto. Su uso, ya completamente normalizado en redes sociales como Twitter e Instagram, está ahora iniciando su andadura en Linkedin. ¡Buen momento para comenzar a aprovecharlos!

Novedad #2 >> Compartir documentos en PDF

Esta nueva función hace muy poco que se ha incorporado a la plataforma Linkedin. Ya no solamente podemos añadir documentos PDF en nuestro perfil profesional, sino que también podemos compartirlos publicándolos en nuestro muro o timeline.

Además de las opciones tradicionales de compartir un enlace, un vídeo, una (o varias) imágenes, también podemos compartir con nuestros contactos un documento PDF. Es frecuente que determinada información la guardemos en este formato, como puede ser el caso de un catálogo de producto, un programa de una formación o de un evento, o incluso una aparición en prensa.

Está claro que Linkedin nos va ampliando las posibilidades para poder compartir información en diferentes formatos, facilitar así la comunicación y hacer que esta red sea cada vez más social.

¿Has probado ya a compartir un PDF?

Novedad #3 >> Publicar un post en el blog de Linkedin

Sí, sí, como lo lees… Linkedin te da la posibilidad de tener tu propio blog personal, y de publicar en él tus opiniones, desarrollar tus ideas o propuestas, expresar aquello que te parece interesante compartir con tu red.

Esta opción resulta especialmente interesante para profesionales autónomos que todavía no tienen su propia web, y que están empleando Linkedin como herramienta de marca personal. Pero también es muy conveniente para profesionales que trabajan para una empresa y que, por ejemplo, desde dentro del departamento comercial o gerencia, desean promover sus productos o servicios.

El planteamiento de estos artículos puede ser el de tratar un tema o hacer un análisis más en profundidad. El blog de Linkedin permite ahondar en la explicación, y se pueden incorporar títulos, imágenes y enlaces. Pero lo que es una gran ventaja: que estos artículos se indexan en Google. Así, una persona puede llegar a leerlos desde Linkedin, pero también desde Google.

¿Cuál es el secreto para que Linkedin "funcione"?

Hay profesionales que me preguntan: ¿Cuál es el secreto para que Linkedin "funcione"? Y suelo responder que no hay ninguno. Y es verdad. No existe tal secreto, porque es algo archiconocido.

Linkedin sencillamente "funciona" cuando los contenidos que presentamos en nuestro perfil y compartimos con nuestra red están bien enfocados. Cuando hay una estrategia correcta, y un buen plan. Cuando tenemos claro a quién nos dirigimos, y cómo vamos a ser relevantes para ellos y ellas, nuestro público.

Por eso, estas tres nuevas y potentes funcionalidades en Linkedin se centran en los contenidos. Lo que publicamos, lo que compartimos y cómo lo hacemos es la esencia de nuestra marca personal y de empresa. Ahí está una parte fundamental de la potencia de esta herramienta.

Si necesitas orientación, saber cómo enfocar mejor tu estrategia en esta red, estaré encantada en ayudarte.

comart
PAPER I CARTRÓ
C/ Montmeló, 2
Pol. Ind. El Raiguer
08170 Montornès del Vallès
Tel. 93 474 11 60
Fax 93 474 09 70
comart@comartsa.com
www.comartsa.com

ESTOCS PERMANENTS EN BOBINES I FULLS DE LES SEGÜENTS ESPECIALITATS:

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

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

SOM COMUNICACIÓ, SOM GRÀFICS.

t'assessorem • t'informem • t'ajudem

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

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

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

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

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

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

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

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

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
Ramón Vilaltella
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 GREMI
INDÚSTRIA I COMUNICACIÓ GRÀFICA DE CATALUNYA

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

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. La Borda
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

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
- Holograмas, 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.

maespa

- Sobres standard
- Sobres publicitaris

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)

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

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

manual&co

manualcolor
IMPRESIÓN DIGITAL GRAN FORMATO

lightcolor
CAJAS DE LUZ LED + TEXTIL SILICONA

Carrer Bosch i Gimpera, 20. 08223 Terrassa (BCN)
Teléfono: +34 93 494 97 80
manualandco@manualandco.com
www.manualandco.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
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 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-O, 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.cartonatgesgabarron.com
gabarron@cartonatgesgabarron.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

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

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

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

RELLEU EN SEC

RELIEVES Y DORADOS LLOBET, S.L.

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

SERIGRAFIA

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

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

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

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

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

Termorelieve - Relieve Seco
Estampación - Offset - Digital

Termografic Industrial

RELIEVE MODERNO

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

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

T. 938 861 215
www.graficser.com
graficSER comunicació gràfica global

PROMOCIÓ I ESPECIALITATS GRÀFIQUES

www.grifoll.com
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

RETOLACIÓ

digital graphic
Servicios Gráficos

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

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

SERVEIS GRÀFICS

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

SEGELLS DE GOMA

FOTOLETRA
Serveis gràfics integrals

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

SEGELLS 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

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

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

TREPADORS

troquelesrubio®

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

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

TREPADORS

troquelesCIAMGRAF, 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

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

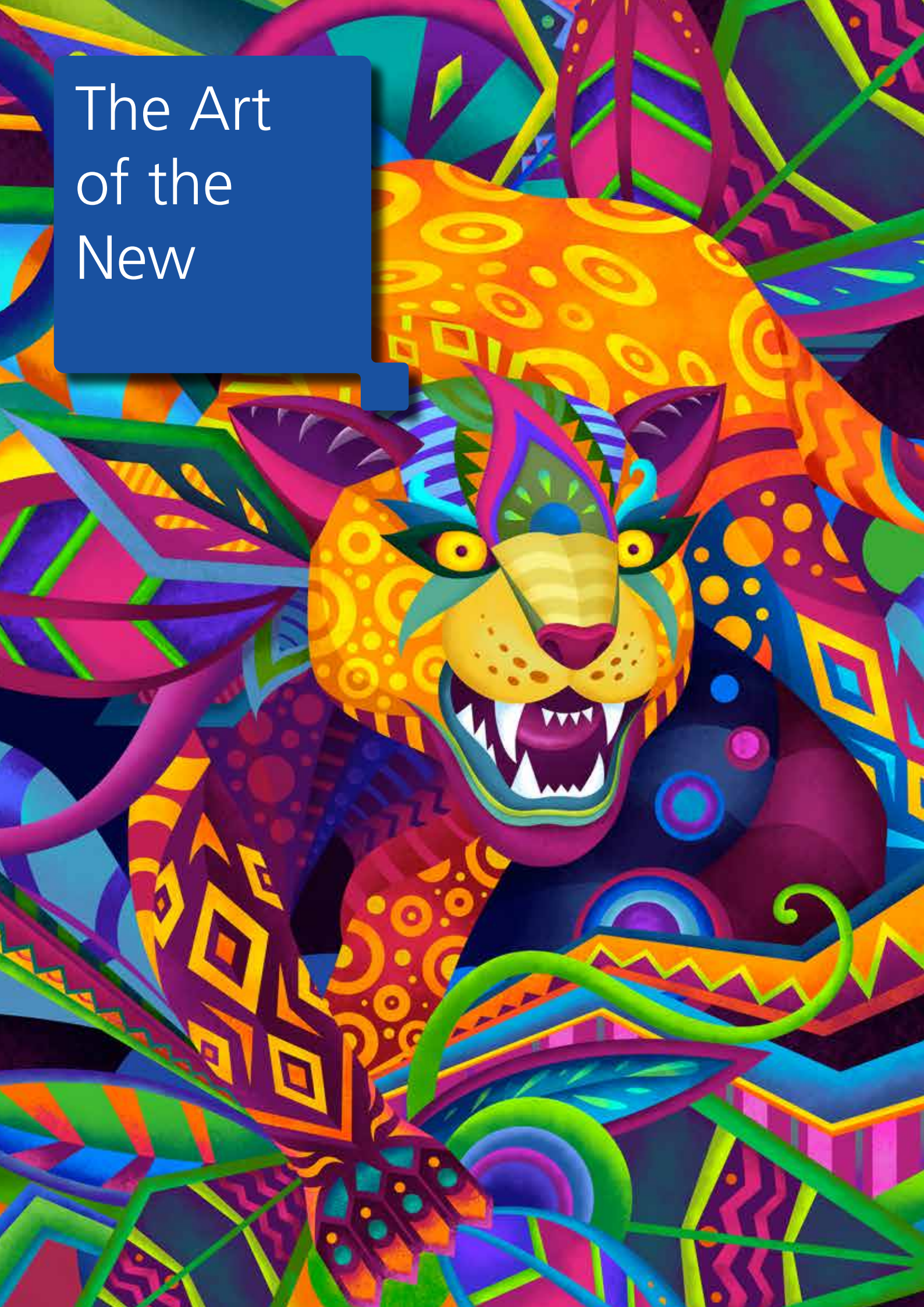
poden dirigir-se a:

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.

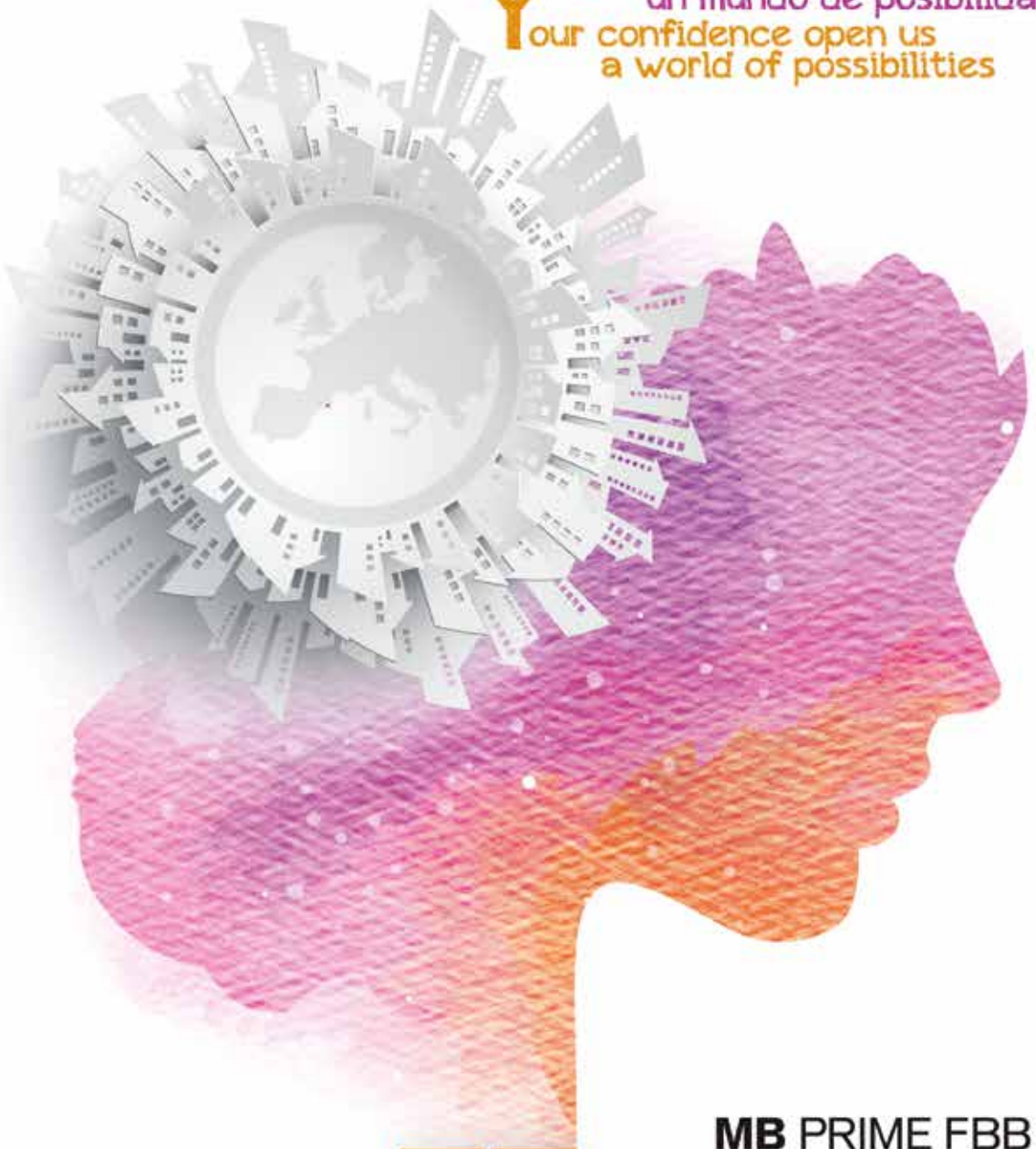
Ricoh Pro™ C7200x *Graphic Arts*

- 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



Servicio de corte
y entrega a medida

Cut service and
tailor made delivery

MB PRIME FBB
MB PRO FBB BRIGHT
MB CLASSIC FBB

¡NUEVAS REFERENCIAS,
DESCÚBRELAS!

comart
comartsa.com

LISBOA - MADRID - BARCELONA - LYON