



5 colores especiales.

heidelberg.com/Versafire EV





JOAN NOGUÉS

President

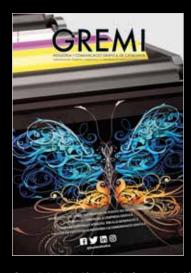
## Editorial

### 2023

ot inici d'any ve carregat d'una munió de bons propòsits i una confiança cega en que enguany tot anirà millor. Tant se val que els experts pronostiquen una recessió buscada per tal de refredar l'economia i temperar la inflació, que ens amenacin amb un constant degoteig d'increments de preus de subministraments, l'ampliació dels permisos retribuïts als treballadors, reduccions de jornades, noves obligacions tributaries i més drets per uns i més obligacions per d'altres, pujades de tipus d'interès i matèries primes i un llarg etcètera. Tot i això no son entrebancs suficients perquè els empresaris defallim. És com el vent de cara, molesta però estimula.

El nostre nivell d'autoexigència arriba a que fins i tot pensem que això ens passa perquè no ho fem prou bé. Sempre hi haurà un guru que ens faci veure que som uns queixosos de mena i que tota aquest escenari en realitat és un mar d'oportunitats, el que passa és que no ens hem posat les ulleres de veure nous espais de mercat que només veuen els llestos. Penso que potser tinc ulleres mal graduades però malgrat tot encara crec que ser empresari és la millor manera de fer possible un mon nou i millor. Així doncs, malgrat tots els pronòstics, advertències, amenaces i decepcions, jo hi confio molt en aquest 2023, aquest any segur que si, aquest any tot anirà bé, millorarem vendes, incrementarem beneficis i de ben segur que sabrem usar les ulleres de trobar oportunitats i si més no, per la meva part us encomano a no deixar d'intentar-ho, malgrat els auguris, el canvi climàtic, les prediccions catastròfiques i els cignes negres que des de fa tres anys no paren de comparèixer a la seva cita anual en forma de pandèmia, crisi de subministramens o guerres. Malgrat tot, encara confio que aquest serà un bon any que ens doni una treva i ens permeti agafar impuls per superar els nous reptes.

ÀNIMS; endavant i molta feina aquest 2023. Desitjo que tots tinguem un Bon Any. 🗷



#### 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 gremi@gremi.net - www.gremi.net

Ricard Sánchez

## Disseny gràfic i maquetació Quim Macià

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

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

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

Carlos Casado, Clara Forradellas, Enrique San Juan, Eugènia Àlvarez, Màrius Gil, Ricard Agustín i Xavier Esteban.

Norprint, S.L. Gentilesa de Pelical, S.A. Disgraf Servei, S.L. NeoStar Matt FSC® 200 gsm subministrat per Comart, S.A. NeoStar Matt FSC® 115 gsm

#### D. L. B.-3764/1978

subministrat per Comart, S.A.

El Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya no es responsabilitza necessàriament de les opinions contingudes en els articles publicats.





## Sumari

#### 6 / ACTUALITAT DEL GREMI

- Volem ordenar el futur de l'empresa familiar, però com ho fem?
- Actes i seminaris.
- Sales de reunions a disposició dels agremiats.
- Open House, Escola del Gremi Bobst España.
- Cursos privats i online en arts gràfiques.
- Èxit de la primera conferència de l'Ekfi Plus als Països Baixos.
- Màster en gestió de la indústria i la comunicació gràfica.

#### 22 / LEAN MANAGEMENT

- Inteligencia en pie de guerra.

#### 24 / VENTAS

- La formación comercial en la empresa gráfica.

#### 34 / ACTUALIDAD DEL SECTOR

- Informe FIDE. Impuesto especial sobre los envases de plástico no reutilizables.
- Grupo Gómez Boj, evolución GGB.
- Opq Systems instala dos líneas de encuadernación inteligente en Monterreina.
- Ricoh Liberdúplex. Un encuentro imprescindible.
- Noticias del sector.

#### 44 / EL DESPERTADOR GRÁFICO

- Necesidades en la impresión comercial.

#### **46 / REDES SOCIALES**

- Cómo hacer contenido atractivo para la Generación Z.

#### **48 / ARTICLE TÈCNIC**

- Adobe Creative Cloud / Disseny Gràfic - Digital. la combinació perfecte.





RICARD AGUSTÍN

FUNDADOR DE FAMILY BUSINESS SOLUTIONS I CONSULTOR D'EMPRESES FAMILIARS

Is lectors frequents de la revista ja sabeu que escric periòdicament aquestes línies per fer pedagogia sobre la importància de planificar el relleu generacional i de consensuar normes que regeixin la relació família-empresapropietat, sempre amb temps i buscant el consens, per evitar posar en risc la continuïtat del negoci. Sóc conscient que no és una qüestió fàcil de dur a terme, donat que implica tant aspectes legals i fiscals, bastant desconeguts per aquells que no dominen a fons l'àmbit jurídic, com un vessant més emocional, que fa que, sovint, el cor s'imposi a la raó.

Amb aquest nou article, pretenc fer una breu presentació respecte el "com" ordenar el futur. Per això, farem una introducció als contractes i instruments jurídics més habituals que s'utilitzen a les empreses familiars per preparar la successió, preveure l'organització futura de la societat i evitar, en la mesura del possible, els conflictes familiars: El Protocol familiar, els Pactes de família, els testaments i els Pactes successoris.

#### **EL PROTOCOL FAMILIAR**

De tots els instruments que comentarem aquí, el Protocol familiar és, probablement, el que millor pot abordar totes les derivades d'un procés de relleu generacional. El Protocol familiar és un pacte privat que s'elabora a mida de cada família

empresària i que regula àmpliament les normes de la relació família-empresa-propietat i la planificació de la successió, en base a allò que han acordat els familiars.

Cal mencionar que, donat que és un contracte, obliga legalment als seus signants, a banda d'implicar un compromís moral amb la família. A més a més, per oferir una major seguretat jurídica, és possible donar-li publicitat, així com establir com a prestació accessòria als estatuts socials el compliment del Protocol familiar, de manera que, en cas d'incompliment, es podria excloure de la companyia al soci incomplidor.

El procés d'elaboració d'un Protocol familiar comença amb un període de reflexió familiar, per alinear la visió de les diferents generacions, en el qual participen tots els familiars implicats, a partir d'una edat acordada. A continuació, la família planifica el relleu generacional i consensua les normes que hauran de regir la relació família-empresa-propietat en el futur.

A títol d'exemple, els grans temes que s'acostumen a regular en un Protocol familiar són el relleu generacional, la jubilació, el lideratge, l'accés i la sortida dels familiars del negoci, les normes de retribució, la professionalització, els òrgans de govern, la transmissió de la propietat, la valoració de les participacions/accions, entre altres.

#### **ELS PACTES DE FAMÍLIA**

De la mateixa manera que en el cas anterior, els Pactes de família també són un acord privat fet a mida de la família. No obstant això, als Pactes de família només es consensuen i regulen les tres o quatre preocupacions reals i més immediates que ja estan afectant la família, cosa que servirà alhora per marcar el camí per resoldre les possibles noves dificultats que sorgeixin més endavant.

En aquest cas, donat que és un pacte més senzill i que es circumscriu només a determinats temes concrets, el preu i el temps d'elaboració també seran menors. Ara bé, partint de la meva experiència, només són recomanables en microempreses o en famílies de baixa complexitat que, de moment, no necessiten regular tots els assumptes que s'inclouen en un Protocol familiar.

#### **EL TESTAMENT**

El testament és l'instrument més conegut de tots, ja que, a diferència dels anteriors, no és una eina orientada a les empreses familiars, sinó que qualsevol persona pot utilitzar-lo per establir i modificar totes les vegades que vulgui el futur del seu patrimoni i el repartiment futur dels seus béns mobles o immobles. Un testament no recull el consens de la família respecte de les normes de la relació família-empresa-propietat ni el procés de relleu generacional, però sí que permet resoldre les incògnites relatives a la transmissió de la propietat -tot i que, un cop fet, es pot desfer i refer totes les vegades que un vulgui-.

Aquí el més important és trobar el moment adequat per redactar el testament i comptar amb un bon assessorament legal i fiscal per deixar ben tancada la qüestió de l'herència o llegat i guanyar en tranquil·litat. Penseu que, en cas de no fer-lo o de fer-lo sense l'assessorament necessari, els pares estaran assumint un risc rellevant que, al cap d'un temps, es traslladarà als fills.

#### **ELS PACTES SUCCESSORIS**

L'ús dels Pactes successoris està molt menys estès en l'àmbit estatal, donat que, legalment, només estan permesos en determinades Comunitats Autònomes amb Dret civil propi, entre elles, Catalunya, on sí que veiem més sovint aquest tipus de pactes. Es tracta d'un instrument propi del Dret de Successions que s'ha de pactar en escriptura pública i que, a banda de permetre organitzar en vida i de forma vinculant el destí del patrimoni familiar -amb la mateixa amplitud que un testament-, també permet designar el/s successor/s de l'empresa familiar.

La gran característica distintiva del Pacte successori és la seva vocació d'irrevocabilitat, ja que només es pot rescindir per acord de tots els signants o per les limitades excepcions que contempla la llei. A la pràctica, la irrevocabilitat aporta més certesa i estabilitat a la família empresària, pel fet que la planificació de la successió difícilment es podrà modificar, tot i que també pot suposar un major risc pels pares si més endavant canviessin d'opinió respecte del futur del negoci. La irrevocabilitat és una gran diferència en relació amb el testament que, tal com acabem de mencionar, es pot modificar o revocar unilateralment totes les vegades que el causant vulgui.

Espero que l'article us hagi servit d'orientació, malgrat que, donada la complexitat de l'assumpte, sempre serà el vostre assessor d'empresa familiar qui millor us podrà aconsellar de forma personalitzada sobre quin és l'instrument que més us convé, segons les particularitats de la vostra empresa i família.

Per últim, recordeu que, utilitzeu l'instrument que utilitzeu, el traspàs a la següent generació requerirà prendre decisions transcendents i delicades sobre el futur de l'empresa familiar, així com treballar, des de l'empresa i des de la família, per alinear la visió de les diferents generacions, infondre confiança entre els professionals i formar a la generació entrant.





#### CURS EN TROQUELAT I PLEGAT A L'ESCOLA DEL GREMI

L'Escola del Gremi, la Fundació Indústries Gràfiques, des del mes d'octubre està realizant cursos de packaging, concretament en troquelat i plegat/engomat, amb les noves màquines de Bobst, la troqueladora Nova Cut 106 LER i la plegadora/engomadora Visionfold. Aquests cursos es realitzen presencialment a la Fundació Indústries Gràfiques situada a Sant Just Desvern (Barcelona), tenen una durada de 40 hores, 8 hores setmanals, i les empreses s'ho poden bonificar.

Si esteu interessats us podeu posar e contacte amb el nostre departament de formació: Ramón Vilaltella Tel. 93 481 31 61 - r.vilaltella@gremi.net





#### **CURSOS ONLINE EN ARTS GRÀFIQUES**

El Gremi us ofereix la possibilitat de realitzar tot tipus de cursos online de 20 hores relacionats amb les arts gràfiques. Si esteu ineressats en realitzar algún curs, us podeu posar en contacte amb el Gremi al tel. 93 481 31 61 o bé enviant un correu a r.vilaltella@gremi.net.



#### NOU SISTEMA DE COTITZACIÓ DELS TREBALLADORS PER COMPTE PROPI O AUTÒNOMS

Antonio Benavides Vico, advocat, ex inspector de Treball i professor de la Universitat Ramón Llull i de la UOC, ens va informar el passat 25 d'octubre sobre aquest nou Reial Decret Llei que ha entrat en vigor aquest 2023. Podeu veure la conferència a la plataforma Youtube del Gremi.



#### CURS SOBRE L'APLICACIÓ DEL NOU IMPOST D'ENVASOS DE PLÀSTIC NO REUTILITZABLES I PROJECTE DE TAXA DE GESTIÓ DE RESIDUS

El passat 9 d'abril, es va publicar la Llei 7/2022, de 8 d'abril, de residus i sòls contaminats per a una economia circular ("LRSC"). Aquest nou impost va entrar en vigor a quest 1 de gener. Per aquest motiu el Gremi va realitzar el passat 19 d'octubre un curs online intensiu a càrrec de l'Institut Tecnològic del plàstic, Aimplas Plastics Academy, on van tractar els conceptes legals de l'envàs i del plàstic, l'impost als envasos no reutilitzables, els documents publicats pel Ministeri d'Hisenda, un anàlisi de casos pràctics i el projecte de Reial Decret d'envasos i residus contaminants.



#### REUNIÓ DE LA COMISSIÓ LABORAL



El 19 de desembre, degut a la gran confusió que portava aquesta nova llei sobre l'impost especial dels envasos de plàstic no reutilitzables, el Gremi va organitzar un altre curs a càrrec d'Eduardo Espejo Iglesias, soci de Fide Tax & Legal i economista, que va explicar molt detalladament en què consisteix aquest nou impost, i Arturo Sánchez Carretero, del departament Jurídic de Fide Tax & Legal, jurista i economista, el qual va explicar la part fiscal d'aquesta nova llei. Els assistents van rebre un informe elaborat per Fide en el qual es detalla aquest nou impost i la seva aplicació, la fabricació, la importació, les aduisicons intracomunitàries, els supòsits de no subjecció, la meritació de l'impost, la base imposable, entre d'altres temes. A la web del Gremi teniu disponible l'informe detallat sobre aquesta nova llei.





#### JORNADA DE REFLEXIÓ SOBRE LA SITUACIÓ ACTUAL DE LA IMPESSIÓ COMERCIAL

Diferents empresaris del sector es van reunir a aquesta jornada de reflexió per parlar de la situació actual de la impressió actual el dia 30 de novembre. Bla bla bla bla bladkdjfkdfjkdjfkdj kdj kdj kdjkfjd kfj kdjfkjdkf jkdj fkjd k fkdkfkdkfjdkjfkdjfkdjfkjfk k jdkfj kd jfkjdkf jkd jfkd kfjkd kfjkd kfjkd kfjkd jfkkkfjkdjf kdjkfjd kjf kdj kfj kdj kf jkd fkdjfkjdk



#### **ASSEMBLEA GENERAL**

El 15 de desembre es va celebrar l'Assemblea General al Gremi per a les empreses agremiades, aquesta es va fer presencial i online. Joan Nogués, president del Gremi va presentar un informe sobre les previsions econòmiques a Espanya per al 2023. Ernest Ginjaume, vicepresident econòmic va presentar el pressupost per al 2023 i el tancament del 2022, el qual van ser aprovats per les empreses assistents. Finalment, Ricard Sánchez, secretari General del Gremi va parlar sobre l'actual negociació del Conveni col·lectiu del sector.





### **SALES DE REUNIONS** A DISPOSICIÓ DELS AGREMIATS

Com ja sabeu, el Gremi va reformar al setembre de 2020 les seves instal·lacions que té a Gran Via de les Corts Catalanes, 645 de Barcelona i va crear diferents sales de reunions disponibles per a tots els agremiats.

Si voleu disposar d'alguna sala per a fer reunions, només cal que ens truqueu a les nostres oficines al telèfon 93 481 31 61 i us farem la reserva.



SALA D'ACTES



**SALA MAGENTA** 



**SALA D'ACTES POLIVALENT** 



**SALA CYAN** 



**SALA GROC** 



### **NOVA TECNOLOGIA DE PACKAGING A L'ESCOLA DEL GREMI**

#### **CURSOS PRIVATS**





#### **CURS DE TROQUELAT EN PLATINES**

Curs de formació privada de troquelat amb la troqueladora d'última generació, la Nova Cut 106 LER de BOBST.

Aquest curs consta de 10 mòduls:

Mòdul 1: Presentació i coneixement del procès

Mòdul 2: Materials a processar

Mòdul 3: Elements de la màquina

Mòdul 4: Útils i consumibles

Mòdul 5: Sistemes de producció

Mòdul 6: Controls de qualitat

Mòdul 7: Emmagatzematge i arxiu Mòdul 8: Màquines auxiliars

Mòdul 9: Manteniment

Mòdul 10: Seguretat i higiene en el treball

Lloc: Fundació Indústries Gràfiques (Parc de les Basses de Sant Pere – Cantonada amb Parlament Català 1-3 de Sant Just Desvern)

#### Inici del curs: La data i l'horari del curs es farà en funció de les necessitats dels assistents.

- Tots els mòduls tindran un text de suport i es realitzaran en contacte directe amb la màquina autoplatina d'última generació (Bobst Nova cur ER).
- Les simulacions pràctiques es realitzaran amb troquels especialment dissenyats per a troquelats d'alta velocitat i màxima qualitat.



#### **CURS DE PLEGADORA/ENGOMADORA**

Curs de formació privada de plegadora-engomadora amb la plegadora d'última generació, la Visionfold de BOBST.

Aquest curs consta de 10 mòduls:

Mòdul 1: Presentació i coneixement del procès

Mòdul 2: Materials a processar

Mòdul 3: Elements de la màquina

Mòdul 4: Útils i consumibles

Mòdul 5: Sistemes de producció

Mòdul 6: Controls de qualitat

Mòdul 7: Emmagatzematge i arxiu

Mòdul 8: Màquines auxiliars

Mòdul 9: Manteniment

Mòdul 10: Seguretat i higiene en el treball

Lloc: Fundació Indústries Gràfiques (Parc de les Basses de Sant Pere – Cantonada amb Parlament Català 1-3 de Sant Just Desvern)

#### Inici del curs: La data i l'horari del curs es farà en funció de les necessitats dels assistents.

- Tots els mòduls tindran un texte de recolçament i es realitzaran en contacte directe amb la màquina autoplatina d'última generació (Vision Fold 110).
- Les pràctiques es realitzaran amb troquelats de qualitat efectuats en l'autoplatina Nova Cut 106 LER, sent els exemples més comuns en la indústria del packaging.

Més informació: Ramón Vilaltella - Cap de Serveis - Tel. 93 481 31 61 - r.vilaltella@gremi.net



# OPEN HOUSE ESCOLA DEL GREMI BOBST ESPAÑA

' Escola del GREMI i BOBST van organitzar conjuntament un gran Open House a les instal·lacions situades a Sant Just Desvern.

A l'acte van assistir més de 60 empresaris del sector gràfic del packaging i van poder gaudir in situ del funcionament de les dues màquines recentment instal·lades a l'Escola: la troqueladora Nova Cut 106 LER i la plegadora/engomadora Visionfold.

A l'inici de l'acte, Joan Nogués, president del Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya, va dirigir unes paraules d'agraïment a BOBST Ibérica per la magnífica col·laboració que durant els darrers més de vint anys ha tingut amb l'Escola.

A continuació van començar les ponències dels membres de BOBST Ibérica: Carlos Santos, el seu director general, va fer una introducció de l'acte; Alfonso Mateo, el seu director comercial, va explicar el sistema "Accuregister segona generació Prin2cut".

Per la seva banda, Marina Torrent, directora tècnica, va continuar la jornada amb una ponència sobre "El servei tècnic a Bobst España". Gerard Serrallonga, cap de vendes de maquinària, va centrar la seva intervenció en la tecnologia "Gyrobox tercera generació". David Vicente, cap de vendes de servei, va il·lustrar a l'audiència amb els "Productes de servei Bobst Connect".

A l'Open House també hi van participar empreses col·laboradores de BOBST, com TROVICAN TROQUELES: Antonio Garrote va parlar sobre "La fabricació de troquels d'última generació". Per altra banda, Israel Martínez de M.M. CARTÓN va tractar "La importància del cartró en l'alta productivitat". Finalment, Justo Yúfera, cap de vendes de CITO, va parlar sobre la "Gamma de productes de CITO-System.

L'acte va finalitzar amb un refrigeri que va permetre potenciar el networking entre tots els assistents.

Des del mes d'octubre, l'ESCOLA ofereix gràcies a aquesta col·laboració amb BOBST, cursos especialitzats en Troquelatge i Plegat amb un gran nivell de qualitat i acceptació.

Si desitgeu informació sobre els cursos de packaging, us posar en contacte amb el Gremi al telèfon 93 481 31 61.

















## **ÈXIT DE LA PRIMERA CONFERÈNCIA** DE L'**EKFI PLUS** ALS PAÏSOS BAIXOS



Joan Creus, representant del GREMI, amb l'equip de treball a la jornada inicial del programa europeu EKFI PLUS a Deventer, Països Baixos.

I projecte EKFI PLUS (Innovació a través de la col·laboració) ha començat amb una primera conferència inaugural els dies 12 i 13 de desembre de 2022 a Deventer, Països Baixos. Aquest projecte pretén millorar el desenvolupament de nous materials innovadors d'aprenentatge per a l'educació i la formació.

El projecte ampliarà la plataforma EKFI (www.ekfi.eu) ja existent i afegirà funcions que donaran suport al desenvolupament de materials d'aprenentatge. D'aquesta manera es contribueix a reforçar la cooperació internacional entre els docents de les escoles gràfiques europees i potenciar l'ús de les competències digitals a la formació del sector: Innovació a través de la cooperació. També ofereix una oportunitat per apropar-se als educadors de tota Europa després de la pandèmia de la COVID-19, convidant-los a utilitzar la plataforma EKFI i els resultats que es desenvoluparan en aquest projecte.

#### Context

La investigació realitzada pels socis del projecte EKFI demostra que en educació la majoria dels materials didàctics són desenvolupats pels mateixos professors. L'intercanvi de material no és habitual. Així es va iniciar el projecte Erasmus+ EKFI. Aquest projecte tenia com a objectiu crear una plataforma virtual, per facilitar l'intercanvi de material innovador d'aprenentatge i recerca, per mapejar les necessitats de competències i relacionar aquestes necessitats amb els

mòduls d'aprenentatge/recerca adequats. Aquesta plataforma EKFI (ekfi.eu) està construïda i el primer projecte va cloure el desembre de 2021. S'han penjat múltiples mòduls d'aprenentatge des de la posada en ús l'octubre de 2021.

S'ha comprovat que l'intercanvi de materials d'aprenentatge existents és un bon començament, però el desenvolupament conjunt de nous materials d'aprenentatge dins del nostre sector (i concretament dins del sector de la comunicació i els mitjans) és una necessitat per aconseguir una major eficiència i eficàcia davant les novetats que s'enfronta la indústria de la comunicació gràfica.



L'objectiu principal d'EKFI PLUS és reunir educadors i professors, científics de diversos països europeus que treballaran conjuntament en el desenvolupament i l'elaboració del material d'aprenentatge a nivell europeu/internacional. La plataforma ampliada inclourà eines innovadores per millorar i donar suport a la cooperació, de manera que els professors/autors treballaran conjuntament per desenvolupar el material d'aprenentatge. Mitjançant l'organització d'aquest procés es pot desenvolupar material d'aprenentatge en grup, la qual cosa comporta una millora de l'eficiència (estalvi de temps i diners) i un augment de la qualitat i innovació dels materials didàctics mitjançant l'ús de diferents competències dels participants. Durant el projecte entreguem quatre resultats en els paquets de treball:

- 1. Un model educatiu perquè el professorat treballi de manera eficient i amb les últimes innovacions didàctiques en el desenvolupament de material d'aprenentatge en equip (internacional).
- 2. Programari com a part nova de la plataforma EKFI (eines TIC) que recolza la recerca de peres i defineix la sol·licitud, desenvolupa material d'aprenentatge utilitzant els resultats de la sortida 1, gestió de projectes i interacció social entre els participants del grup de desenvolupament
- 3. Desenvolupar nou material d'aprenentatge tècnic/digital amb el suport dels resultats de 1 i 2
- 4. Desenvolupar nou material d'aprenentatge sobre emprenedoria/ gestió amb els resultats 1 i 2 sobre Economia circular a la indústria creativa.

#### JUNTA DIRECTIVA EGIN



El GREMI ha participat de la reunió de la Junta directiva d'EGIN (European Graphic/Media Industry Network) reunida a Àmsterdam el dia 8 de desembre per tractar el full de ruta d'aquesta xarxa europea per al 2023. Aquesta Xarxa Europea de la Indústria i la Comunicació Gràfica, fundada el 1990, és la plataforma de cooperació per a projectes d'educació, formació, recerca i desenvolupament de mercat de treball de referència entre els agents socials de nou països: Dinamarca, Alemanya, Islàndia, Països Baixos, Noruega, Suècia, Espanya, Suïssa i el Regne Unit.

Des de 1990, EGIN ha estat treballant d'acord amb els seus objectius originals:

- -funcionar com a xarxa d'educació i desenvolupament conjunt de programes educatius.
- -funcionar com a centre de contactes, intercanvi d'informació, debats i creació de projectes.



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

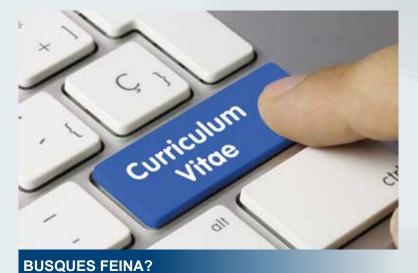
El plastificat en Polipropilè mat de la portada de la revista Gremi és gentilesa de Pelical

## 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



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.



#### 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.



#### **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







## Voleu aprendre?

El Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya us ofereix la possibilitat de realitzar cursos online i In Company en totes les especialitats en arts gràfiques.

# **CURSOS ONLINE DE 20H EN ARTS GRÀFIQUES**

Aquests cursos online tenen una durada de 20h i es poden bonificar segons el reglament FUNDAE.

- Adobe, Photoshop, Indesign, Illustrator i Adobe Acrobat Pro
- Illustrator
- Photoshop
- Indesign
- Preparació d'arxius per a la impressió digital i òfset
- Fases i processos d'arts gràfiques

El preu de cada curs és de 260 euros per alumne.





## **CURSOS IN COMPANY**

Aprofitant els coneixements i experiència dels nostres experts, us oferim la possibilitat de dissenyar i dur a terme cursos personalitzats a la vostra empresa. Els programes In Company són les propostes formatives fetes a mida de les empreses.

A continuació us indiquem els cursos que podem realitzar:

#### **ÀREA PREIMPRESSIÓ**

- Disseny estructural
- Gestió de color
- Imposició
- Programes de disseny
- Renders
- 3D

#### **ÀREA IMPRESSIÓ**

- Impressió Òfset
- Impressió flexogràfica
- Impressió serigràfica
- Impressió digital

#### **ÀREA POSTIMPRESSIÓ**

- Enquadernació
- Encunyat
- Guillotina
- Plegat

#### **ÀREA MAGATZEM**

- Carretoner

#### ÀREA DE GESTIÓ DE LA PRODUCCIÓ

- Auditoria: Control de processos de preimpressió,
- Impressió i postimpressió
- Auditoria: Organització de la producció
- Costos i pressupostos
- Coaching empresarial
- Truqueu-nos i us farem un pressupost a mida.



Per a més informació sobre els cursos online i In Company us podeu posar en contacte amb Ramón Vilaltella, Telèfon: 93 481 31 61

e-mail: r.vilaltella@gremi.net





#### **PROGRAMA**

### **BLOC A** ACTUALITAT DEL SECTOR: TECNOLOGIA I TENDÈNCIES

**Mòdul 1** Nova tecnologia i tendències al sector de la indústria i la comunicació gràfica

#### **BLOC B GESTIÓ I CONTROL ECONÒMIC I FINANCER**

**Mòdul 2** Funció econòmica i financera al sector gràfic **Mòdul 3** Valoració de costos i pressupostos a la producció gràfica

**Mòdul 4** Control de Gestió i direcció d'operacions a la indústria gràfica

#### **BLOC C COMERCIALITZACIÓ**

Mòdul 5 Funció Comercial, Marketing digital Mòdul 6 Branding

#### **BLOC D RECURSOS HUMANS**

Mòdul 7 Els recursos humans a les organitzacions (comportament humà i legislació laboral) Mòdul 8 Coaching empresarial

#### **BLOC E GESTIÓ I ORGANITZACIÓ DE LA PRODUCCIÓ**

Mòdul 9 Gestió i organització dels processos gràfics

**BLOC F ELABORACIÓ DEL PROJECTE FINAL DEL MÀSTER** 

#### **ORGANITZACIÓ**

HORES: 300 (150 presencials, 150 telemàtiques)

#### **HORARI:**

Sessions presencials: divendres 15,30h a 20,30h Sessions telemàtiques: en funció de l'àmbit (5 hores setmanals, 1 dia a la setmana)

INICI: 14 d'abril de 2023

FINAL: 15 de desembre de 2023

**ENTREGA I DEFENSA DEL PROJECTE DE MÀSTER** 

21 de gener de 2024

**TOTAL SESSIONS:** 50 sessions de 5 hores Total 25 setmanes + Projecte Final de Màster

(50 hores tutoritzades)

**PREU:** 3.900 € Subvencionables al 100% amb la Formació Bonificada per a empreses

#### **CONTINGUT DEL PROGRAMA**

#### **BLOC A/ ACTUALITAT DEL SECTOR: tecnologia i tendències**

#### Mòdul 1. Nova tecnologia i tendències al sector de la indústria i la comunicació gràfica

**OBJECTIU:** Visualitzar els impactes de la tecnologia moderna als processos de la indústria gràfica i tractar les noves àrees de negoci que possibiliten.

#### BLOC B/ GESTIÓ I CONTROL ECONÒMIC I FINANCER

#### Mòdul2. Funció econòmica i financera al sector gràfic

**OBJECTIU:** La seva finalitat és impartir coneixement en comptabilitat i anàlisi financer a executius que normalment tenen orientada la seva carrera professional a la producció o la funció comercial tenint importants mancances en aquesta àrea.

#### Mòdul 3. Valoració de costos i pressupostos a la producció gràfica

**OBJECTIU:** Introduir els conceptes bàsics de la Comptabilitat de costos i desenvolupar i analitzar les fases lògiques que cal seguir per conèixer el comportament i càlcul del pressupost industrial. Desenvolupament de casos pràctics. Marges. Fixació de preus. Anàlisi de les diferents alternatives i aplicacions informàtiques. El mòdul està estructurat i pensat pel professional del sector d'indústries gràfiques que ha de prendre decisions en matèria de costos i pressupostos.

#### Mòdul 4. Control de gestió i direcció d'operacions a la indústria gràfica

**OBJECTIU:** El control de gestió com a figura per la millora en tots els àmbits de l'empresa, ja sigui processos com suport en la presa de decisions estratègiques. Es pretén no només entendre com es calculen resultats de l'empresa sinó analitzar el perquè dels resultats des d'una visió integral de negoci de cara a la presa de decisions necessàries en la consecució dels objectius marcats.

#### **BLOC C/ COMERCIALITZACIÓ**

#### Mòdul 5. Funció Comercial i màrqueting digital

**OBJECTIU:** Té una triple finalitat. Impartir els conceptes bàsics que mouen la funció comercial i màrqueting als assistents que provenen de producció i administració. Aprofundir en el coneixement de la funció comercial i màrqueting pels professionals que ja tenen experiència en aquestes àrees. Establir debat entre ambdós grups d'assistents.

#### Mòdul 6: Branding

**OBJECTIU:** La finalitat és que l'alumne un cop rep els conceptes de marketing digital i treballa sobre el desenvolupament de la funció comercial, doni un pas més enllà, i un cop té determinades les eines comercials que utilitzarà, l'objectiu del Branding és optimitzar al màxim aquestes eines.

#### **BLOC D/ RECURSOS HUMANS**

### Mòdul 7. Els recursos humans a les organitzacions (comportament humà i legislació laboral) Mòdul 8. Coaching empresarial.

**OBJECTIU:** Conèixer i millorar l'estil de lideratge per gestionar els equips de treball. Millorar la implicació i la participació de tots per aprofitar la sinèrgia del treball en equip i les reunions professionals. Afavorir la comunicació assertiva i l'escolta empàtica i la relació amb l'equip. Conèixer el procés de selecció per tal de detectar els candidats que millor s'adapten al perfil i de competències requerides pel lloc de treball. Comprendre què és el coaching per aplicar-lo com a eina de desenvolupament i seguiment de les persones.

#### BLOC E/ GESTIÓ I ORGANITZACIÓ DE LA PRODUCCIÓ

#### Mòdul 9. Gestió i organització dels processos

**OBJECTIU:** Visualitzar els processos de producció dels diferents sistemes d'impressió existents posant èmfasi en la gestió de les seves diferents àrees.

#### **BLOC F/ ELABORACIÓ DEL PROJECTE FINAL DEL MÀSTER**

**OBJECTIU:** Posar en valor tots els aprenentatges adquirits al llarg del Màster per a realitzar un projecte per a la pròpia empresa o d'inici d'emprenedoria.

MÉS INFORMACIÓ Ramón Vilaltella Cap de serveis r.vilaltella@gremi.net Telèfon: 93 481 31 61



Parlament Català 1-3 08960 SANT JUST DESVERN TEL. 93 481 31 61 gremi@gremi.net www.gremi.net La Mejora Continua aplicada en las Industrias Gráficas (68)

## INTELIGENCIA EN PIE DE GUERRA



MÀRIUS GIL

INGENIERO INDUSTRIAL MBA - Consultor Lean, Agile y ExO en Apex Mindset - mgil@apex-mindset.com

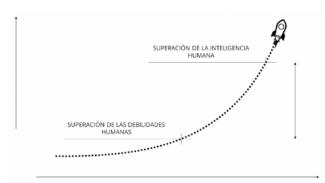
#### **ESTAMOS EN GUERRA**

n este momento cada uno de nosotros tanto a nivel individual como colectivo estamos librando una guerra con la tecnología. Se trata de una guerra atípica porque el adversario tiene la apariencia de un aliado en quien se puede confiar. Nos hemos creído no solo que la tecnología es neutra, sino que además está a nuestro servicio con el noble objetivo de mejorar nuestras vidas. Es por ello por lo que en general no somos conscientes que nos encontramos en un campo de batalla. Peor aún, nuestra actitud complaciente hace que perdamos terreno día a día.

Durante años nos hemos preocupado y con razón por el impacto que podría tener en el futuro la inteligencia artificial en la vida laboral de cada uno de nosotros. Sabemos que, a corto o medio plazo, muchas de las profesiones actuales cambiarán o desaparecerán. También sabemos que una gran cantidad de trabajo cualificado deberá adaptarse para colaborar e interactuar con otras inteligencias.

No obstante, a pesar de la amenaza que supone la inteligencia artificial para muchas actividades de valor añadido que a día de hoy desempeñan las personas, en general todavía consideramos que no supone un riesgo inminente y que, en la gran mayoría de los casos, pasarán años hasta que una inteligencia artificial pueda reemplazar en su totalidad un puesto de trabajo que actualmente desempeña una persona. Aunque deberíamos analizar cada caso de manera particular, podemos aceptar esta afirmación como cierta porque en muchos aspectos, la inteligencia artificial no ha llegado a día de hoy a las cotas de la inteligencia humana.

Pero, ¿Cuándo se producirá la victoria definitiva de la inteligencia artificial? Tanto por sus características de diseño como por su forma de trabajar, es muy probable que la inteligencia artificial se complemente con la inteligencia humana de modo que no exista un punto a partir del cual se produzca una sustitución de una inteligencia por otra. No obstante, para medir nuestras fuerzas, siempre hemos considerado que la inteligencia artificial ganará la guerra cuando la máquina supere las fortalezas de la inteligencia humana. Siem-



pre hemos comparado las fortalezas de ambas inteligencias para entender la posición relativa en la que nos encontrábamos. Solo a modo de ejemplo, la historia reciente nos ha dejado proyectos de amplia difusión como la serie de partidas de ajedrez entre el ordenador Deep Blue y Kasparov o el proyecto Alpha Go que, sin lugar a dudas, han contribuido a consolidar esta percepción.

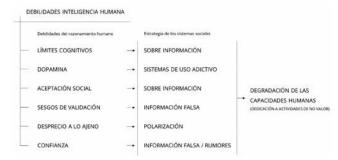
Sin embargo, a lo largo de los años y mientras manteníamos el debate sobre este momento singular en el cual una inteligencia artificial superaría las fortalezas de la inteligencia humana, olvidamos por completo que, en cierto momento, esta misma inteligencia podía superar las debilidades de la inteligencia humana y no nos paramos ni siquiera a estudiar qué sucedería ante este escenario.

Lamentablemente este momento ya pasó y, visto en perspectiva, este es el punto preciso en el que perdimos la guerra.

#### LA TECNOLOGÍA ATACA A LOS PUNTOS DÉBILES

En términos de inteligencia, cuando hablamos de fortalezas, medimos aquellas capacidades de razonamiento para la resolución de problemas o la generación de actividades de un gran valor. En cambio, cuando hablamos de debilidades, nos referimos a aprovechar las carencias de un proceso de razonamiento para reducir su capacidad de trabajo. Hoy en día la inteligencia artificial todavía está lejos de la inteligencia humana para competir en actividades de valor añadido como la resolución de problemas. No obstante, desde hace tiempo, lo que está sucediendo es que, los sistemas informáticos están

aprovechando nuestras vulnerabilidades para captar nuestra atención y promover una serie de comportamientos. Los sistemas, las aplicaciones, y las redes sociales, tanto los de uso profesional como las de uso personal utilizan sistemas de etiquetado, notificaciones y recompensas perfectamente diseñados para hackear nuestras debilidades y captar nuestra atención en una dirección determinada, consiguiendo con ello que dediquemos cada vez más tiempo a realizar actividades de un bajo valor. En la medida que utilizamos algunas de estas redes a diario, estos sistemas de gratificación frecuente alimentan nuestras debilidades generando una adicción que nos mantiene en conexión continúa.



En consecuencia, en esta pseudoguerra, la inteligencia artificial está ganando porque hemos aceptado sus reglas del juego. Puesto que todavía no está en condiciones de combatir en actividades de alto valor añadido o de alta complejidad, se concentra en atraer nuestra atención hacia soluciones de conectividad, actividades a las que dedicamos mucho tiempo para generar un valor muy limitado. En lugar de combatir nuestras fortalezas, las tecnologías de información alimentan nuestras debilidades. Y con esta estrategia, ganan.

#### **DEGRADACIÓN DEL VALOR GENERADO**

De manera general podemos dividir el trabajo en dos tipologías claramente diferenciadas, tanto por sus características como por el resultado que se obtiene de cada una de ellas: el trabajo de conexión y el trabajo de concentración:

- Conexión. Es un tipo de trabajo que consiste en comprender las implicaciones generales de una tarea o actividad con el único objetivo de conseguir definir el siguiente paso. Este siguiente paso puede ser la delegación o asignación, pero en ningún caso, la resolución completa de la tarea en cuestión. Como consecuencia del trabajo de conexión no se genera en ningún caso un aprendizaje ni una generación de valor.
- Concentración. Es un trabajo centrado en comprender el problema que plantea la tarea a realizar, exige curiosidad y dedicación absoluta para generar el conocimiento necesario que permita la resolución de la tarea. El resultado de este trabajo es un incremento de conocimiento y la generación de soluciones de valor para el cliente o la organización.

En el pasado, el tiempo dedicado a una tipología de trabajo o al otro estaba totalmente definida desde el momento de la incorporación de una persona a un puesto de trabajo, cuando se le asignaba una función específica. A modo de ejemplo, una persona destinada a un área de atención al cliente debía dedicar una gran cantidad de tiempo al trabajo de conexión mientras que una persona destinada a un laboratorio de investigación debía destinar una gran cantidad de su jornada al trabajo de concentración. En muchos casos, el espacio físico en el que se desempeñaba una tarea ya potenciaba en cierto modo uno u otro tipo de trabajo.

Con la digitalización y el uso de redes sociales internas, las organizaciones han incrementado la conectividad entre profesionales potenciando de manera superlativa el trabajo de conexión por encima del trabajo de concentración. Es por ello por lo que, en la mayoría de organizaciones digitalizadas, existe un nivel elevado de información que fluye entre colaboradores. Algunos estudios han tratado de cuantificar este flujo llegando a la conclusión que, en una jornada normal, cada 3,5 minutos recibimos una comunicación que nos interpela y que requiere de nuestra atención (mail, chat, etc.).

Cada día, cada uno de nosotros, dedica una gran cantidad de tiempo a alimentar múltiples sistemas de información. Aunque nos quejamos abiertamente del tiempo que dedicamos en el ámbito profesional a gestionar la información, en muchos casos somos incapaces de distanciarnos y establecer períodos de tiempo de desconexión con el resto del mundo. La realidad es que actualmente ya consideramos que esta dependencia de las redes es un peaje que debemos pagar para mantenernos conectados al resto del mundo. A medida que hemos desarrollado esta relación con la tecnología, nuestra interacción continua con las redes sumado a la inmediatez en la transmisión de información ha contribuido a cambiar nuestra percepción del tiempo. Tenemos la falsa percepción que, sea cual sea y venga de donde venga la información recibida, ésta debe ser atendida de inmediato.

En muchos casos a nivel profesional, esta necesidad de respuesta inmediata se ha visto potenciada directamente por nuestro entorno recompensando a aquellas personas que responden con mayor rapidez a los mensajes recibidos.

Todo ello ha generado una asimetría en el trabajo, un desequilibrio sustancial en favor del trabajo de conexión. En consecuencia, cada vez dedicamos más tiempo a tareas de conexión que tienen un valor limitado y menos tiempo a tareas de concentración y resolución de problemas de alto valor añadido.

#### **CONCLUSIÓN**

La digitalización sin lugar a dudas ha incrementado la productividad de las organizaciones, aunque sea en parámetros tan etéreos como el número de comunicaciones realizadas. En muchos casos, esta productividad se está consiguiendo en actividades que aportan un valor limitado para la organización, de modo que no contribuyen a un incremento de valor para el cliente ni para la propia empresa. 3

50 - Reflexiones en torno a la venta. El arte de vender

## LA FORMACIÓN COMERCIAL EN LA EMPRESA GRÁFICA



#### XAVIER ESTEBAN FRADERA

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

"Sólo hay algo peor que formar a tus empleados y que se vayan…No formarlos y que se queden". **Henry Ford** 

#### 1. Nadie pone en duda, ni nadie cuestiona, que...

La formación es una herramienta altamente útil y necesaria para que las empresas y las personas sean competitivas, innovadoras, mejoren su eficacia y productividad. Sin embargo, su desprestigio, causado por actuaciones ineficientes e inadecuadas, impiden que las empresas consideren esta función con la prioridad que se merece. La mejora de la función formativa sólo puede darse a través de un análisis riguroso de su valor y de sus potencialidades.

La formación tiene que formar parte y estar integrada en la planificación estrategia de la empresa, año tras año y liderada por las personas que dirigen la empresa, las que tienen el poder de decisión y empujada por las personas que demandan aprender para mejorar sus competencias profesionales y personales.

La formación ha de existir en función de los objetivos que la compañía tenga planteados en cada momento. por tanto, ha de estar integrada dentro del plan estratégico de la compañía. La formación es una inversión donde siempre hay retorno presente y futuro. Evidentemente si se hace bien, con "cabeza y sentido común".



#### 2. Una mirada "reflexiva" de la formación en la empresa gráfica

La formación en la empresa Gráfica tiene una amplia horquilla que va desde las que tienen una cultura de formación ya integrada, pasando por aquellas que hace diez años que no hacían nada hasta hoy y en el extremo contrario personas que llevan 20 años trabajando en la misma empresa y no han recibido formación alguna. Bueno sí, al incorporarse. Lo que si puedo decir es que el trabajador que se convierte en algún momento en alumno- se da por hecho que tiene actitud positiva y de aprendizaje-, está motivado, llena su mochila invisible de aprendizaje y durante un determinado tiempo es más productivo, con más sentimiento de empresa. El aprendizaje se debe nutrir, darle gasolina. Este es el objetivo de la Formación Continua y Continuada de las personas y de las Organizaciones.

Nunca es demasiado tarde para empezar a formarse y nunca es demasiado pronto. Como en todas las cosas de la vida, todo es empezar. Por lo tanto, más vale hacerlo cuanto antes. Tanto las empresas del sector que ya tienen cultura de formación como las que aún no han empezado, te propongo independientemente del tamaño de la empresa que realices los siguientes pasos:

1. Piensa en cada persona de la empresa y anota qué conocimientos y qué habilidades debe mejorar, así como qué actitud tiene. Todo ello vinculado a su cargo, a sus funciones y tareas. Este ejercicio ya te da pistas de lo que tienen que mejorar.

| COLABORADOR | CONOCIMIENTOS | HABILIDADES | ACTITUDES |
|-------------|---------------|-------------|-----------|
|             |               |             |           |
|             |               |             |           |
|             |               |             |           |

- 2. Marca prioridades, dependiendo si las deficiencias influyen en la productividad, en la atención al cliente, en las ventas, etc. Estos datos te darán la pista por dónde empezar.
- 3. De acuerdo al punto anterior se puede marcar si la formación se hará por grupos de personas y temas o de forma individual.
- 4. A partir aquí se busca expertos para impartir los diversos temas, el programa de formación, las horas de impartición y el coste que supondrá. Si todo es correcto se planifica, se plantea la logística y se empieza.
- 5. Al final de la formación se evalúa la formación y la transferencia del aprendizaje, que incidiré más adelante.
- 6. Valora el retorno de la inversión, no sólo económico ya que hay temas más cualitativos como mejora del clima laboral, motivación, cambio de actitud.
- 7. Y entonces cómo se crea la cultura de formación?. Pues empezando por un primer curso de formación. ¡Así de sencillo!.

¿Formación interna o formación externa?. Mi opinión es que tiene que haber las dos modalidades a la vez o por separado. Una refuerza a la otra. Piensa en tu empresa gráfica quién es experto en un tema, pues éste es el que más sabe del tema y puede ser en determinados momentos formador interno. Con relación a la formación externa mi experiencia me demuestra, que los que formarán a las personas en un momento determinado tienen que conocer la empresa, la filosofía y que cuando impartan se sientan de la empresa en aquel momento. No que la acción formativa para ellos signifique un pedido más. Y una cosa, que sean apasionados de la formación, pongan pasión.

¿La formación es una inversión? Ante esta pregunta todos contestan es una inversión. La realidad que me he encontrado es otra y más de una y dos veces las contestaciones son las siguientes: "Ya hemos agotado el crédito para la formación". "Hasta el año próximo no tenemos previsto hacer ninguna formación, no tenemos crédito". Y yo me pregunto, en qué quedamos?.

"Si crees que la formación es cara... prueba con la ignorancia Derek Bok, ex Rector de Harvard University

#### La transferencia del aprendizaje. Una asignatura pendiente.

Con la transferencia del aprendizaje, no me refiero a la evaluación que hace el alumno por la formación recibida sino a la aplicación de lo aprendido, a su trabajo. En este proceso, el reto fundamental consiste en lograr que, una vez finalizada la experiencia de aprendizaje, el participante sea capaz de aplicar lo aprendido. La realidad es que casi nadie hace de mentor o de coach interno para comprobar si el alumno que ha ido al curso lo está aplicando y las dificultades que tiene. Mi experiencia en el área comercial es que pocas empresas, contadas con los dedos de una mano, después de que el comercial ha realizado un curso de ventas alguien salga con el/ ella y analicen sobre el terreno. Por suerte están los atrevidos y atrevidas de la alta dirección, generadores del cambio.

Aún tengo presente una frase de una Directora Comercial diciendo: "Esto no se ha hecho nunca, y a los vendedores no les puede gustar" Y yo pensé..."con esta mentalidad creativa e innovadora no avanzaremos nunca".

#### 3. La formación de los comerciales

Sin comentarios con relación a la viñeta del apreciado artista y humorista gráfico Quino, donde aparece el vendedor preguntándose al final sobre la utilidad del curso de ventas realizado. La formación de los comerciales de la industria gráfica es una prioridad y su formación continua aún más. Esta formación no sólo se debe concretar en las formaciones comerciales llamadas tradicionales, llamadas también verticales sino que vamos encamonados hacia las formaciones transversales, llamadas también complementarias.

En la formación comercial tradicionales estaríamos hablando de todas aquellas vinculadas directamente a un área comercial concreta: Técnicas de Venta, Negociación, Habilidades Comerciales, Venta Consultiva, Presentación de Producto, etc. Todas son necesarias porque son concretas y todos los comerciales del sector gráfico tienen que realizar. Por otro lado, los conocimientos transversales, en cambio, no están vinculados directamente al área comercial, pero son un refuerzo y aportan valor diferencial ya que abren la mente a nuevas ideas, estimulan y provocan el cambio.

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

- Mapas mentales para la venta.
- La creatividad en la venta.
- Inteligencias Múltiples en el arte de la venta.
- Rutinas del pensamiento.
- Seis sombreros para pensar.
- Neuroventas. Cómo vender a la mente del cliente.
- Inteligencia emocional.
- KPI's en Ventas. Key Performance Indicators.
- Marketing y Ventas.
- Marketing Relacional.
- Gestión del cambio.
- Productividad personal.
- Metodología y estructuración del vendedor.
- Linkedin. Redes sociales.
- Change Mindset. Cambio de mentalidad.
- Somos lo que hablamos. El poder de las palabras con el cliente.
- El poder de los hábitos en el comercial.



#### 4. Dos afirmaciones con relación a la formación de los comerciales.

#### Primera afirmación. Prefiero la formación presencial

Cuando pensamos en la formación de los comerciales, pensamos mayoritariamente en la formación presencial o en la virtual si se da el caso. En mi opinión, y referido a la formación comercial, siempre, siempre, y siempre que se pueda, la formación debe ser presencial. Entiendo que alguien pueda no estar de acuerdo con mi rotunda afirmación, pero sé de lo que hablo ya que, en mi caso concreto, estoy impartiendo de las dos formas.

#### Segunda afirmación. Formación en el aula + Formación sobre el terreno

La formación en el aula es necesaria, pero si además se refuerza con una formación sobre el terreno (en formato tipo coaching), doble de bien, y los resultados de ventas, son seguros. De ahí la importancia de hacerlo siempre y de forma complementaria cuando que se realice una formación comercial. En este sentido mi experiencia me lo demuestra.

Entiendo que a ningún comercial le gusta que le acompañe en sus visitas un "extraño" como si fuera un control. Por ello es importante crear un clima de confianza, dar soporte, reforzar lo que se hace bien y enseñar cómo se pueden hacer las cosas de otra forma. La experiencia del formador es vital y "haber pisado la calle" aún más, con un impacto muy positivo.

#### 5. La formación de los departamentos no comerciales

Uno puede pensar que la formación comercial en la industria gráfica es un tema exclusivo de los departamentos comerciales, es decir de la dirección comercial, de los equipos comerciales y de los vendedores. Evidentemente es donde va más dirigida y enfocada, pero no debe ser de forma exclusiva.

La filosofía, los valores y la razón de ser de una empresa son los clientes y por lo tanto poner el foco en el cliente, estar enfocados al cliente. Todas las personas de la empresa han de formarse en temas comerciales, en calidad de servicio y atención al cliente. Todas las personas de la empresa "venden".

De la misma forma que la formación comercial de los vendedores está integrada dentro del plan estratégico de la compañía, también debe incluirse la formación comercial de los departamentos NO COMERCIALES:



- Oficina técnica, Presupuestos, Compras, Producción, Calidad, Atención al cliente, Recepción, Reparto, ...

Por lo tanto, ante las preguntas:

- 1. ¿Es necesaria la formación comercial de los departamentos no comerciales?. La respuesta es sí, también.
- 2. Si yo no veo al cliente o no estoy directamente en contacto con él, es necesario una formación comercial. La respuesta es sí, también.

Las personas que no forman parte de departamento comercial deberían formarse en las siguientes materias, en mayor o menor medida en: habilidades de comunicación, comunicación telefónica (llamadas entrantes y salientes), formación en calidad en el servicio y atención al cliente. formación en técnicas de venta, formación en presentaciones en público.

"Quien quiera enseñarnos la verdad que no nos la diga. Que nos sitúe de tal modo que la podamos descubrir nosotros mismos". Ortega y Gasset



## Horizon

### GRAN PAS A LA HISTÒRIA DELS EQUIPS D'ENQUADERNACIÓ

## **NOVA ENQUADERNADORA HORIZON BQ-500**

- ✓ La nova enquadernadora BQ-500 afegeix importants millores funcionals, reduint encara més el temps d'ajust, augmentant la producció i introduint de sèrie l'enquadernació llibre a llibre.
  - √ Possibilitat de connexió en línea amb guillotina trilateral o afegint un sistema d'alimentació automàtic del tac del llibre.
  - √ Compatible amb el nou software de gestió integral d'Horizon, iCE LiNK, que permet disposar d'un control total de la producció de llibres a temps real en qualsevol part i des de qualsevol dispositiu.
    - √ La BQ-500 està disponible per cola EVA i PUR.





Parli amb nosaltres avui mateix: 936 850 015 info@opgsystems.net



Henke











# ACREDITACIÓ DE BONES PRÀCTIQUES AMBIENTALS EN LA PRODUCCIÓ GRÀFICA

L'any 2008 el Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya va presentar el programa i acreditació de "Bones pràctiques Ambientals".

L'objectiu d'aquesta acreditació és desenvolupar una referència en el sector gràfic que permeti a empreses a reconèixer les que s'han adherit als criteris ambientals i de sostenibilitat des de la preimpressió fins el producte imprès.

Aquesta acreditació està destinada a les indústries gràfiques que tenen el compromís de portar una gestió ambiental acurada, complint la legislació i normativa ambiental vigents, i que apliquen bones pràctiques ambientals.

#### CRITERIS D'APLICACIÓ

L'acreditació de "Bones Pràctiques Ambientals" ha de contemplar els següents aspectes:

- **1.** Compliment de la legislació i normativa ambiental vigents: llicència ambiental, autoritzacions i declaracions de caràcter obligatori.
- 2. Mantenir registres de les mesures dels paràmetres relacionats amb els diversos vectors ambientals.
- 3. Manteniment de l'ordre i neteja.
- **4.** Identificació, recollida selectiva i gestió de residus.

#### PASOS PER OBTENIR L'ACREDITACIÓ

Per a l'obtenció de l'acreditació es seguiran els següents passos:

- 1. L'empresa ha de presentar la carta d'adhesió al projecte i sol·licitar l'auditoria ambiental.
- 2. Realització de l'auditoria bàsica per part dels tècnics del departament de medi ambient del Gremi.
- 3. El Gremi lliurarà un informe de l'auditoria bàsica realitzada a l'empresa.
- **4**. Si l'informe és positiu, el Gremi envia el certificat d'acreditació i l'autorització per l'ús de l'etiqueta. Si l'informe té oportunitats de millora, l'empresa ha de comprometre's a aplicar les mesures correctives necessàries.

#### AUDITORIA BÀSICA

En l'auditoria bàsica es revisaran els següents punts:

- 1. La situació de les llicències, autoritzacions i declaracions obligatòries per la legislació i normativa vigents.
- 2. Relació dels productes utilitzats i fitxes de seguretat d'aquests productes.
- 3. Declaració anual de residus industrials.
- 4. Ordre i neteja de la planta de producció.
- **5.** Emmagatzematge selectiu de residus.
- 6. Revisió dels registres relacionats amb els diversos vectors ambientals: aigua, emissions, energia i sorolls.

A continuació s'emetrà un informe deixant constància del grau de compliment i, si és el cas, de les desviacions trobades amb l'objectiu que es puguin realitzar les accions correctives adequades. Les empreses que obtinguin l'acreditació tindran dret a ser incloses al registre establert a tal efecte pel Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya, rebre la carta d'acreditació i utilitzar l'etiqueta de "Bones Pràctiques Ambientals" en el propi sistema documental.

#### PREU DEL PROGRAMA

El cost del programa és el següent:

- Registre establert pel Gremi de la Indústria i la Comunicació Gràfica de Catalunya: 50 € + IVA
- Auditoria bàsica: 150 € + IVA
- Les empreses que tinguin l'acreditació EMA's o ISO 14001 i tinguin interès en adherir-se al programa, només han de remetre la carta d'adhesió, adjuntar còpia del certificat vigent i abonar 50€ + IVA per concepte de registre.

#### CONTACTE

Si esteu interessats en adquirir/renovar el certificat de "Bones Pràctiques Ambientals" us podeu posar en contacte amb el departament de medi ambient del Gremi, Carme Casanovas - c.casanovas@gremi.net.

## **INFORME FIDE**

# IMPUESTO ESPECIAL SOBRE LOS ENVASES DE PLÁSTICO NO REUTILIZABLES

EL «IMPUESTO ESPECIAL SOBRE LOS ENVASES DE PLÁSTICO NO REUTILIZABLES»
ES UN TRIBUTO QUE RECAE SOBRE EL CONSUMO DE UNA GAMA DE PRODUCTOS MUY
CONCRETOS, LA MAYORÍA RESULTADO DE LA POLIMERIZACIÓN DE ELEMENTOS DEL
PETRÓLEO, PERO TAMBIÉN DE OTROS, COMO GAS NATURAL, CARBÓN O PRODUCTOS
DE ORIGEN NATURAL

I «Impuesto especial sobre los envases de plástico no reutilizables» es un tributo que recae sobre el consumo de una gama de productos muy concretos, la mayoría resultado de la polimerización de **elementos del petróleo**, pero también de otros, como gas natural, carbón o productos de origen natural. El impuesto se aplica por unidad consumida (Kg), lo que significa que el volumen de la recaudación dependerá de la cantidad de **producto fabricado**, importado o adquirido a otros Estados de la UE; por esta razón, a pesar de ser un tributo sobre el consumo, el **hecho imponible** es la fabricación, la **adquisición intracomunitaria** y la importación, lo que necesariamente exigirá la observación de cada uno de estos procesos.

Efectivamente, para estudiar y aplicar el impuesto, no bastará conocer los productos gravados, requerirá, además, conocer los procesos industriales por los que se obtienen. Por ello, el legislador, con la intención de lograr un **régimen apropiado** de tributación y facilitar a la administración los medios necesarios para su control, introduce en el ordenamiento términos y conceptos que en ocasiones responden más a lo científico que a lo tributario. Introduce el concepto químico de polímero e incluye la normativa técnica sobre el reciclaje como algo indispensable en el cálculo de la base imponible, instituye una serie de obligaciones de información respecto a las operaciones del periodo y sobre la clase y cantidad de los productos fabricados y de sus procesos, e incluso sobre



las pérdidas acontecidas. Por esta razón, es necesario examinar conceptos "no tributarios", deberemos discernir sobre polímeros, monómeros, copolímeros y resinas, también sobre procesos industriales, como el soplado, la extrusión o la inyección, así como diferenciar los termoplásticos, los termoestables o elastómeros, que permiten obtener envases de diferentes propiedades.

Por supuesto, el impuesto exige también el estudio sobre todo aquello que atañe a los elementos propios del tributo, como la base imponible, el hecho imponible, los supuestos de no sujeción o las deducciones y exenciones, para los que su cálculo se apoyará en la información derivada del proceso. Por ejemplo, en la fabricación, las minoraciones del impuesto se originan normalmente durante la producción, luego muy difícilmente asignaremos fielmente una minoración, exención, deducción o devolución, si no somos capaces de identificar correctamente el proceso de que se trata. Con todo, del mismo modo que para hacer una operación aritmética no hace falta ser matemático, para conocer «Impuesto especial sobre los envases de plástico no reutilizables», no se requiere ser químico, bastará con reconocer los hidrocarburos principales, las técnicas y los procesos industriales, las materias primas y su grado de aprovechamiento, así como los residuos y perdidas que se generan durante el proceso productivo.

www.fide.es

### PLASTIFICADOS MANZANO apuesta por una plastificadora de alto rendimiento HZKDX comercializada por TAULER

lastificados Manzano es una empresa familiar que desde al año 1996 ofrece servicios de plastificado, estampado y serigrafía. Con sede en Sant Andreu de la Barca (Barcelona) y ocupando un espacio útil de 800 m2. Dirigida por Carmen Vargas y Félix Manzano y con la segunda generación encabezada por Nazareth, Daniel y Félix Jr. preparada al 100% para tomar el relevo y dirigiendo estos 2 últimos la línea de serigrafía.

Las empresas que ofrecen servicios de plastificados tienen grandes retos por delante. El elevado consumo de energía que tienen los equipos, el ofrecer soluciones para que el proceso sea más sostenible, la gestión de la productividad en empresas donde el margen es muy reducido y gestionar las inversiones muy elevadas que suponen estos equipos.

A principios de año la Familia Manzano vio claro que tenían que aumentar la capacidad productiva con un equipo que:

- 1) Consumiera menos que los equipos que habían comprado previamente.
- 2) Que el equipo fuera fácil de usar, customizable y que pudiera trabajar con la más amplia variedad de filmes.
- 3) Que optimizara al máximo el consumo de adhesivo al agua.



- 4) Que tuviera la mejor relación coste de adquisición / prestaciones.
- 5) Con un servicio de soporte próximo y eficiente.

La propiedad evaluó todas las opciones que el mercado ofrece y la opción elegida fue la laminadora del fabricante KDX, de tecnología italiana y dentro del amplio portafolio de este fabricante la opción elegida fue el modelo KMM 1050.

Seis meses después de la instalación Plastificados Manzano constata que su equipo consume un 30% de energía eléctrica gracias que el modelo KMM 1050 tiene un sistema de secado innovador y patentado. Además, son mucho más productivos trabajando con filmes de alta complejidad como el poliéster o PLA, y saben que con el nuevo equipo fácilmente podrán adaptar nuevas tecnologías de filmes que el mercado precise.

El importador exclusivo de KDX es Plasmabox, SL y el distribuidor oficial es la firma TAULER Laminating. @



PAPER I CARTRÓ

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

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.



## Nuevas impresoras de gran formato Ricoh con tintas látex

¿Buscas conomía, versatilidad excepcional y gran productividad?

Con su innovadora tecnología de inyección y tintas de látex, la Ricoh Pro L5100 representa una nueva generación de impresoras que admiten un abanico enorme de aplicaciones de gran formato para que puedas diversificar y alcanzar una productividad como nunca antes en este mercado emergente.

#### Gran velocidad y máximo tiempo de actividad. Economía de uso sin comparación.

- Velocidad de impresión de hasta 46,7 m²/h (6 pasadas) en modo de 4 colores.
- Función de secado a baja temperatura (60 °C) para manejar soportes termosensibles.
- Productividad extraordinaria gracias a las tintas avanzadas de látex AR y al sistema de secado rápido por IR de Ricoh.
- Cabezales industriales Gen5 "MH5421" de Ricoh con gota variable, que garantizan una calidad de imagen fantástica.
- Sistema de limpieza automática y supervisión remota, que minimizan los tiempos muertos.
- Modos de impresión con tintas de látex AR de Ricoh: 2xCMYK o CMYK+W o CMYK+OG.
- Grosor máximo de los soportes: 1371 mm y 1625 mm.
- Homologación Greenguard Gold.





## **GRUPO GÓMEZ BOG EVOLUCIÓN GGB**

POR HEIDELBERG

ace más de 40 años, Gráficas Gómez Boj, S.A. fue el embrión de lo que hoy es Grupo Gómez Boj, dedicado a la creación y fabricación de todo tipo de productos gráficos. Durante este tiempo, la compañía ha ido evolucionando, siempre en busca de mercados y nuevas oportunidades. Esta dinámica constante de estudiar minuciosamente las inversiones en equipos, la ampliación de instalaciones, la formación de un gran equipo de profesionales y de dotarse de procesos certificados, le ha llevado a consolidar una cartera de clientes fieles a la imprenta y que no deja de crecer.

Hace 10 años, el grupo incorporó GGB Digital para dar servicios de preimpresión e impresión digital. Más recientemente, en 2019, se creó GGB Packaging, enfocada en la fabricación de todo tipo de cajas, estuchería y bandejas de cartón. Este salto no es un simple cambio de sector, ampliar el portfolio los convierte en un potente motor capaz de enfrentarse a cualquier tipo de encargo.



La sala de Press dispone de 22 cuerpos de impresión firmados todos ellos por Heidelberg Speedmaster.

Situado en un nudo estratégico, en Molins de Rei, Grupo Gómez Boj aglutina en sus 4.000 metros cuadrados de instalaciones a 70 profesionales, 22 cuerpos de impresión Offset en formatos 72-102 y 75-105, firmados todos ellos por Heidelberg, equipos MasterWork y Polar en Postimpresión, un potente departamento digital dotado de CTPs Suprasetter 105 de Heidelberg e impresión digital, etiquetado por Versafire. La imprenta, además, ofrece a sus clientes la opción de conectarse a su plataforma online dando servicio de esta manera 24 horas. 7 días a la semana.

Cuando estudiamos un parque de maquinaria como este y lo intentamos casar con una cartera de pedidos muy variada, entendemos que Gómez Boj haya apostado por un flujo de trabajo como Prinect Packaging. La integración de Post, Prepress y Press es imprescindible cuando tenemos una cola de trabajos siempre activa, de grandes tiradas y pequeños encargos, y con un abanico de soportes y acabados que exigen un constante control de la situación. Emilio Pérez de Tudela, CEO del grupo, nos comenta: "Prinect es nuestra solución, tanto para impresiones Comerciales como Packaging, tanto si imprimimos en Offset como en digital, y es una herramienta imprescindible a la hora de controlar los cuellos de botella entre los diferentes departamentos.



En Impresión digital, GGB dispone de la polivalente Versafire EV.







En la sala de Post destacan la troqueladora Easymatrix 106 C y la plegadora-engomadora Diana Easy 115, las dos de MK.

Prinect nos ayuda a integrar a nuestros clientes desde el principio hasta la entrega y crea también las condiciones para realizar una producción mucho más eficiente. Lo resumimos con una palabra: "eficacia", y el efecto es la satisfacción y la fidelidad de nuestros clientes".

La imprenta, en su camino hacia el Packaging, apostó en la sección de Post por un efectivo tándem de MK Masterwork. La troqueladora Easymatrix 106 C es un equipo de alto rendimiento, con sus 7.700 pliegos por hora, unos tiempos de puesta a punto muy reducidos y la opción de manipular materiales de 90 a 2.000 g/m² de gramaje y cartón ondulado de hasta 4 mm de grosor. Complementado el flujo en Post, encontramos la plegadoraengomadora Diana Easy 115, con su velocidad máxima de hasta 300 m/min, puede procesar una amplia gama de productos en los formatos 85 cm y 115 cm con una longitud de cartón de hasta 60 cm y con gramajes de hasta 600 g/ m², en cartón compacto u ondulado.

El Grupo Gomez Boj, tal como nos comenta Yolanda Gómez, hija del fundador y directora Comercial del grupo: "El secreto está en la evolución constante, en un trabajo cuidado y priorizando siempre la satisfacción del cliente. Aunque existan otros modelos, para nosotros la calidad de nuestros trabajos está por encima de todo y, por ello, en nuestras inversiones priman la calidad y el resultado de los equipos y la profesionalidad de nuestra plantilla". 🔇

www.graficasgomezboj.es

## Adeslas ASSEGURANÇA DE SALUT PER A EMPRESES AGREMIADES La salut de la teva empresa, en bones mans Escaneja el QR per a

## **OPQ SYSTEMS**

## INSTALA DOS LÍNEAS DE ENCUADERNACIÓN INTELIGENTE EN MONTERREINA

onterreina nace en el año 1954 con una clara vocación de dar servicio al cliente, ofreciendo los mejores productos y aportando la máxima calidad en sus impresos.

Desde el principio han querido adelantarse a las necesidades de sus clientes y por este motivo siempre cuentan con las mejores y más modernas instalaciones, esto lo consiguen con la renovación constante del parque de maquinaria, incorporando la última y más sofisticada tecnología, en la constante formación de sus profesionales y en la adopción de modelos de producción optimizados y respetuosos con el medio ambiente.

Así, trabajando día a día, con objetivos claros y perfectamente definidos, han conseguido una industria gráfica líder en su sector que es capaz de ofrecer el mejor producto en el menor tiempo y con unos costes adaptados a la calidad final.

En Monterreina se esfuerzan para que cualquier necesidad del cliente quede cubierta, es por ello, que pueden ofrecer soluciones de impresión offset plana, offset bobina e impresión digital así como encuadernación.

Como grandes conocedores de las demandas actuales del producto acabado, Monterreina ha depositado su confianza en OPQ Systems, empresa con más de 25 años de experiencia y distribuidor exclusivo en España, Portugal y Andorra de los equipos Horizon, para seguir impulsando el negocio. En concreto, ha adquirido dos líneas de encuadernación inteligente Horizon,



Entrada a bobina y salida de libros totalmente finalizados.

tanto en grapado a caballete con el sistema Stitch Liner, como en rústica con la línea Smart Binding System.

### ¿Cómo funciona la tecnología

Desde hace varios años Horizon ha basado su desarrollo en líneas de encuadernado con los cambios de formatos más rápidos del mercado y sobre todo sistemas que disminuyen drásticamente la intervención del operador. Esta experiencia en distintos sistemas se encuentra en su punto álgido de madurez, muy por encima de sus competidores. En el caso concreto del Smart Binding System, el equipo es capaz de partiendo de una bobina impresa con distintos títulos, acabar con libros de diferentes formatos, perfectamente encuadernados y cortados sin apenas intervención humana. Pero esto resulta fácil de decir y difícil de imaginar, por lo que pasaremos a explicar las distintas fases.

A través de un sistema de desbobinado en línea se consigue convertir la bobina impresa en pliegos para comenzar su proceso. El primer paso es realizar los distintos plegados necesarios para formar los cuadernillos, por supuesto con el más alto nivel de automatismos y sin necesidad de un plegador experto, ya que todas las bolsas y baterías se ajustan automáticamente desde pantalla táctil y/o a través de lectura de códigos. Además, el sistema de plegado dinámico permite que no todos los pliegos sean necesariamente de las mismas páginas, logrando cuadrar la paginación de la manera correcta, sin

desperdiciar papel y sin rebajar la velocidad de producción. El siguiente paso es juntar los cuadernillos a través de puntos de cola, realizando un control de integridad de cada uno de ellos y formando el bloque del libro. Este bloque es introducido automáticamente en la encuadernadora, para realizar las funciones de fresado y pegado, donde de forma simultanea se introduce su correspondiente portada. Todos los ajustes de encuadernado pueden ser predefinidos a través del software inteligente de Horizon iCeLink, aplicando distintas reglas según características del propio libro. De tal forma que mantendremos unificados los parámetros de calidad necesarios.

Por último los libros salen desde la encuadernadora al sistema de corte trilateral, donde de nuevo a través de un sistema de lectura de códigos, realizará el último proceso del libro antes de ser empaquetado.

Todos los puntos están sincronizados entre si a través de un sistema de cintas, donde los libros van pasando de un proceso a otro sin apenas intervención humana y minimizando los costes de producción.

# ¿Qué aporta este sistema a Monterreina Comunicación?

La respuesta es sencilla, cumplir las actuales necesidades de los clientes. Valorando la situación del mercado. existen varias premisas como es dar la máxima calidad, no solo en la impresión, sino en el global del producto terminado, pero además hacerlo acortando los plazos de producción, con sistemas de cambios y arranques rápidos que fomenten una producción dinámica y ágil.

De esta manera Monterreina, en su evolución constante no sólo lidera las grandes tiradas de rotativas y offset convencional, sino que de nuevo se convierte en referencia tecnológica en el sector digital para tiradas medias y cortas, en este caso de la mano de OPQ y su tecnología Horizon.

El compromiso profesional de Monterreina les hace estar en continuo crecimiento y la lista de países a los que exportan aumentan, junto a su prestigio profesional que les acompaña fuera de nuestras fronteras, con clientes afianzados en Francia, Alemania, Italia, Inglaterra, Suiza, Bélgica, Portugal, Holanda, Marruecos... 3

www.opgsystems.net



Salida de la guillotina trilateral Horizon.

# **NUEVA SIGMALINE COMPACT**

# FINISHING 4.0 CUMPLE CON LA SOSTENIBILIDAD

a familia SigmaLine crece: el día de la inauguración de la Printing United Expo, que se celebraba en el Centro de Convenciones de Las Vegas, Bruno Müller, CEO de Müller Martini, anunció el lanzamiento de la nueva SigmaLine Compact para el año que viene. Esta nueva línea permitirá a los impresores digitales producir un mayor número de productos terminados con menos personal y con una tasa menor de maculatura en un espacio muy reducido. Con la SigmaLine Compact, Finishing 4.0 cumple con la sostenibilidad en la producción de libros, folletos y revistas.

Con la introducción de la nueva SigmaLine Compact, que representa la innovación más reciente en el área del manipulado de impresos digital, Müller Martini marca otro hito en la producción digital de bloques de libros. La ampliación de la familia SigmaLine convence especialmente por unos tiempos de cambios de medida mínimos. De esta manera, un cambio de esquema de plegado, por ejemplo, de producción cuádruple a séxtuple, sólo requiere de unos segundos. La nueva SigmaLine Compact cubre todas las opciones del manipulado de impresos: tapa blanda, tapa dura, cosido con hilo y embuchado-cosido. En conjunto con el sistema de flujo de trabajo Connex, eleva el concepto Finishing 4.0 a un nuevo nivel.

La SimgaLine Compact, que sólo ocupa una superficie de producción de 40 m2, no sólo establece nuevos estándares en cuanto a un manejo más sencillo y un menor mantenimiento, sino que también aumenta la productividad y reduce el tiempo de preparación y de cambio de medidas de forma considerable. El hecho de que el cambio de esquema de plegado no implique 10 m de maculatura, es un argumento importante, especialmente teniendo en cuenta los actuales precios de materiales y de energía.

La SigmaLine Compact, concebida para el manipulado de bobinas de 22.5 pulgadas impresas digitalmente, es la solución perfecta para todo impresor digital que produce en su taller inteligente productos previos para la producción en tapa blanda, tapa dura, cosido con hilo y embuchado-cosido. Dado que cubre todas las opciones del manipulado de impresos, la SigmaLine Compact establece nuevos estándares en cuanto a flexibilidad y eleva el concepto de Finishing 4.0 en conjunto con Connex a un nuevo nivel. Este sistema de flujo de trabajo de Müller Martini proporciona un flujo de producción completamente automatizado, sin intervenciones manuales, desde la preimpresión hasta el producto final. Es decir: gracias a la SigmaLine Compact los impresores digitales producirán por turno más libros y revistas y todo ello con menos personal. De esta manera cuentan con una ventaja económica importante.

El aspecto más destacado de la SigmaLine Compact, que completa la acreditada SigmaLine III con anchos de banda de hasta 42 pulgadas, es el proceso de plegado. Frente a las plegadoras digitales conocidas, que trabajan con un grupo de plegado de espada, embudo o plegado de hendido, la Sigma-Line Compact cuenta para el manipulado de impresos con la tecnología de espada neumática patentada por Müller Martini. «Hemos mejorado la tecnología de espada neumática de forma continuada durante los últimos años y aplicamos en el área de 22.5 pulgadas la misma tecnología que en el área de alto rendimiento», señala Ingolf Fritzsche. El Product Manager de Soluciones Digitales de Müller Martini mantiene desde hace años un estrecho contacto con las empresas del sector de la impresión digital y está convencido de «que las empresas que trabajan en el área digital estaban esperando esta nueva solución.» 🛭







# ACTUALIZA Y HAZ CRECER TU OFERTA DE APLICACIONES

Las amplias capacidades de gestión de soportes permiten imprimir en una amplia gama de papeles, incluidos sobres, tarjetas de visita, papel con revestimiento fino y papel con textura de lujo.



Escanea este código QR para obtener más información.



Canon



DOS EQUIPOS DE LA MARCA EN LA NUEVA PLANTA DIGITAL

# **RICOH - LIBERDÚPLEX UN ENCUENTRO IMPRESCINDIBLE**

El logotipo de Ricoh se acompaña de dos palabras que describen nuestro espíritu y visión: "imagine.change" (imagina.cambia). Líberdúplex tiene también su frase insignia: "Pasión por los libros". Desde los inicios del proyecto de creación de esta planta digital ultrautomática ambas empresas supimos que podíamos hacer propio el eslogan de la otra. En Ricoh amamos los libros y Liberdúplex es una empresa que también mira al futuro con ganas, mente abierta, trabajo en equipo y un extraordinario talento.



CARLOS CASADO

RESPONSABLE DESARROLLO DE NEGOCIO RICOH GRAPHIC COMMUNICATIONS

Il paso de la impresión basada en planchas a una otra en la que cada página impresa puede ser diferente de la anterior es un cambio tecnológico importante, pero también una transformación conceptual que responde a las nuevas necesidades de las editoriales y abre la vía a nuevas operativas y modelos de negocio alejados del sobreestocaje, las estériles logísticas inversas y las mermas por obsolescencia, a la vez que se hace posible el sueño de un fondo editorial perenne y se reduce de forma drástica la tirada mínima viable.

Unidos por la firme voluntad de liderar esa transformación, Liberdúplex ha llevado a puerto su proyecto de fábrica 4.0, para el que ha contado con las tecnologías pero también con el compromiso y la experiencia de Ricoh.

# El inkjet irrumpe en Liberdúplex

La Ricoh Pro V20100 ha entrado ya en la historia de una empresa insignia con 60 años de trayectoria: es la primera rotativa de producción de inyección de tinta y 100% digital que se instala en Liberdúplex.

Una rotativa monocroma que tiene en la robustez y fiabilidad dos de sus principales valores, esenciales para una planta de vanguardia como la que ha montado Liberdúplex. Disponer de tecnologías con poco mantenimiento y sin apenas paradas no programadas ofrece una predictibilidad fundamental para alcanzar los objetivos de producción y para cumplir con los plazos de entrega a clientes.

Por supuesto, la productividad es la otra gran exigencia para un equipo en estas funciones. Los 150 metros por minuto de la Ricoh V20100 garantizan una salida continua de alto volumen, amplificada por su ancho de paso de 558mm que permite configuración de hasta 4 páginas en los formatos de libro pequeños; pasar del 3up al 4up incrementa en un 33% la productividad y reduce la merma de una materia primera cada vez más cara.

Otros grandes valores de este equipo son sus reducidísimas dimensiones, gracias a un recorrido de papel ingenioso que permite producir las dos caras en un único cuerpo, y la sencillez de manejo, que se realiza a través de una interfaz gráfica muy simplificada.



## La referencia en tóner

La serie Ricoh Pro C9000 lleva años convertida en referencia para la producción digital de portadas de libros. Cubierta y sobrecubierta son las piezas más críticas para los editores al constituir la parte más visible del libro y la que compite en el lineal para atraer la atención de los compradores. Con su Ricoh Pro C9210, Liberdúplex produce portadas para algunas de sus tiradas cortas, incluidos libros de bolsillo y tipo manga. La rotundidad y profundidad de sus colores y el excelente resultado en tonos continuos con altas coberturas son una garantía de portadas impactantes y vívidas totalmente equiparables a las que se están produciendo con las demás tecnologías de la imprenta.

Una de las claves tanto de su calidad como de su consistencia y repetibilidad es la arquitectura de doble cuerpo, que separa la formación de la imagen de la zona de fusión, para evitar contaminación calórica y oscilaciones que afectan negativamente a otros equipos de tóner.

Además, los diferentes sistemas internos combinados para la inspección y el autoajuste aseguran una calidad constante en toda la longitud del pliego, a lo largo de una tirada y también entre una tirada y otra.

Por estas y otras razones este equipo se ha convertido en la referencia para la alta producción, tanto en impresión comercial como en impresión editorial de tripa a color y de cubiertas.

# Flujo e interoperabilidad

La nueva planta digital de Liberdúplex es pura industria 4.0. Sus requerimientos de automatización son máximos, pero además serán cambiantes al ser este un proyecto vivo que evolucionará constantemente.

Ricoh Process Director es la mejor garantía de que las tecnologías de Ricoh nunca dejarán de adaptarse a circunstancias cambiantes. Este potente software va mucho más allá de la gestión de colas de impresión: su robustez e integrabilidad permiten a casi cualquier dispositivo o aplicación externa "hablar" con él para que sus flujos basados en reglas lógicas tomen decisiones.

Por supuesto, esa estructura de registro de toda la actividad convierte a Process Director también en un centro de mando adaptable para cada usuario, así como en el soporte para la trazabilidad de todos los trabajos, componentes o procesos realizados.

Y el futuro... ya se verá. Ricoh no deja de trabajar en nuevas tecnologías que a buen seguro satisfarán futras necesidades de Liberdúplex. Ambas compañías podremos seguir compartiendo la frase insignia de nuestro logo: imagina.cambia





# **DUPLO LLEVA EL CORTE AUTOMATIZADO** AL FORMATO B2 DE LA MANO DE EMG

Ya está disponible el sistema de corte DC-20K, capaz de alimentar una hoja impresa B2 directamente a la multifunción DC-746



espués de un primer test de demostración celebrado a finales de mayo, Duplo ha introducido en el mercado de maquinaria gráfica el sistema de corte DC-20K con el objetivo de trasladar la experiencia de la marca en sistemas multifunción de corte, hendido y perforado al formato B2.

Fácil de usar y completamente automatizado, el sistema DC-20K sigue el enfoque de 'cargarlo y dejarlo' de Duplo para eliminar cuellos de botella en la producción y evitar el esfuerzo físico requerido cuando se necesita una guillotina para terminar las láminas impresas.

Este sistema, automatizado e inteligente, se ha desarrollado para permitir que las empresas de impresión gestionen de forma rentable trabajos de tiradas cortas; trabajos que requieran varios cortes, y trabajos de corte que también requieran acabados complejos, como hendidos y perforaciones.

Peter Dyson, gerente de marketing de productos de Duplo International, destaca: "El sistema DC-20K permite a Duplo llevar nuestra experiencia en equipos automáticos multifunción para el corte, hendido y perforado al acabado B2+. Al priorizar la eficiencia operativa, el sistema se ha diseñado para permitir que se encaminen más trabajos procedentes de impresiones en B2, ahorrando tiempo y trabajo al eliminar la guillotina, lo que reduce los costes y aumenta la productividad".

# Conexión con la DC-746

La combinación del sistema DC-20K con la DC-746 supone ampliar el rango de trabajos de la gama multifunción de Duplo, muchos de los cuales están enfocados a sectores en auge como el packaging. También permite realizar trabajos de corte en diseños con más valor añadido y responder a plazos de entrega más cortos. En cuanto a los materiales que puede manejar el sistema, están las hojas de hasta 750×750 mm y hasta 400 gsm.

La DC-20K se coloca junto a la DC-746 formando un ángulo recto, y las hojas ya cortadas pasan automáticamente a este dispositivo multifunción para realizar los cortes y hendidos definitivos en una amplia variedad trabajos, como tarjetas de presentación, folletos promocionales o felicitaciones. El formato de hoja B2+ permite disponer más diseños por página y tener un menor desperdicio. Además, usando la DC-20K se elimina la guillotina del proceso de acabado, con lo que esto supone a la hora de reducir costes operativos y permitir que el operario dedique ese tiempo a otras tareas.

El proceso para que el sistema DC-746 vuelva a funcionar para formatos SRA3 también es muy sencillo, ya que simplemente hay que quitar una placa.

El sistema primero corta la hoja al tamaño adecuado y luego se alimenta a través de un puente hacia el equipo multifunción DC-746. Para muchos productos, la hoja en formato B2 se puede cortar por la mitad y, de esta manera, dos hojas iguales pasarán por la multifunción. Para otros, será necesario un corte asimétrico, lo que significa que las hojas de diferentes tamaños se alternan entre sí. El diseño de la hoja se programa en la preimpresión. De hecho, la DC-20K utiliza un controlador de PC similar al resto de la gama Duplo DC, con el objetivo de lograr una automatización completa, reducir los errores y ahorrar tiempo de preparación. Para asegurar la precisión, un sistema de cámaras registra la hoja en el dispositivo DC-20K, corrigiendo cualquier desalineación en la impresión o alimentación. Luego, la hoja avanza a la mesa de alimentación de la DC-746, donde puede estar sujeta a la gama completa de opciones que tiene esta unidad para cortar, hendir y perforar en una sola pasada.

# Más equipos para formato B2

El tamaño B2 no resulta desconocido para la mayoría de los impresores comerciales acostumbrados a utilizar equipos offset. Hasta hace unos años, las prensas digitales estaban limitadas al formato más pequeño SRA3, lo que requería modificar la forma en que se imponen los trabajos para adaptarlos al tamaño de hoja más pequeño. Pero con el auge de las prensas digitales B2, ahora muchos de los trabajos que producen una imprenta offset también pueden moverse a estas nuevas prensas, con los beneficios que eso puede suponer. Por ejemplo, el formato B2 es un 27% más grande que dos SRA3 juntos, permitiendo tener más diseños por hoja y, por tanto, reducir el coste de cada unidad.

Uno de los obstáculos que todavía impedía a muchos impresores cambiar a estas nuevas prensas digitales era la falta de opciones de equipos para el acabado en B2, pero ahora eso también ha cambiado, con Duplo introduciendo equipos de acabado digital nuevos, altamente automatizados y adaptados al formato B2 que permiten mejoras en la eficiencia y la productividad en todo el proceso de producción. Al sistema ya comentado DC-20K, se unen la mesa de corte digital PFi Blade B2+ y la barnizadora UV Spot con efecto relieve Du-Sense DDC-8000.

La PFi Blade B2+ corta, hace hendido y perfora una variedad de materiales que incluyen papel, cartón, PVC o foam de forma ágil, lo que es ideal para producir tarjetas de felicitación y etiquetas con formas creativas, tickets o cajas para objetos. Al no necesitar un troquel físico la hace idónea para trabajos bajo demanda y de entrega rápida. Puede trabajar con hojas impresas de hasta 800x600 mm. Por su parte, la Dusense B2 lleva el barnizado UV Spot con efecto relieve a un nivel superior, tanto en formatos como en la gama de efectos que permite producir sobre los materiales impresos.

Duplo, marca de referencia en equipos para los acabados de impresión, es distribuida en España por EMG (Equipos y Maquinaria Gráfica).

Para obtener más información de estos y otros equipos para los acabados de impresión, contacte con EMG. 3





# **NECESIDADES** EN LA IMPRESIÓN DIGITAL



EUGÈNIA ÁLVAREZ RIEDWEG ESPECIALISTA EN LA INDUSTRIA GRÁFICA PACKAGING SALES MANAGER www.podium.graphics eugenia.alvarez@podium.graphics

omo muchos ya sabéis, hace muy poco que he cerrado la consultoría Podium para empezar un proyecto con Fujifilm. El reto es importante y muy retador para mí: dar a conocer al sector del packaging las posibilidades que brinda esta marca con productos de todo tipo tanto analógicos y digitales.

Agradezco mantener esta columna de forma neutral como he hecho hasta ahora, dando a conocer lo que me encuentro en el sector y lo que creo que podemos mejorar, y siguiendo con mi línea, hoy os quiero hablar de las necesidades digitales.

Los que hemos crecido profesionalmente en un sector de impresión analógico, sabemos las necesidades que existen previas y posteriores a la impresión: dificultad de venta, necesidades en administración y logística, de acabados, necesidades de preimpresión, de resolución y definición de los originales a imprimir, de sus características, de la gestión de color, etc.

Todos estos pasos previos y posteriores a la impresión se tienen muy bien engranados en la impresión convencional, pero cuando nos enfrentamos a la impresión digital, en la que parece que todo es más sencillo, vemos que todo se complica mucho más.

Nos encontramos con cuatro handicaps importantes: la venta, la administración, la preimpresión y los acabados. Aunque todos conocemos con qué inconvenientes nos encontramos, no parece que se ponga el foco adecuado puesto que siguen estando.

Explicamos que ocurre en cada fase:

En el proceso de venta, seguimos comparando unidades, a mayor cantidad de unidades, más barata la unidad, por lo que: para que pagar mas si puedo tenerlo mas barato. Bajo ese razonamiento que tiene el cliente nos quedamos sin argumentos, y lo que pedimos internamente es una reducción de precios, pero realmente hemos de poder poner en valor todos los factores importantes que nos encontramos por imprimir menos:

- Diversificar imagen de marca: pocas cantidades con diferentes diseños mayor impacto. Esto lo hemos comentado muchas veces, pero el engranaje del proceso de creación de marca, diseño de producto, campaña e impresión no está entrando de lleno en ello, sino



solo hemos de mirar alrededor y todos volvemos a hablar de las mismas campañas de personalización.

- Reducir stock de producto: es importante que no nos quede producto obsoleto sin ofrecer al cliente, por campaña, por temporada, por impacto. El coste de stock es realmente muy elevado.
- Reducir el consumismo. Hubiera puesto, mirar por la sostenibilidad, pero es una palabra que ya está muy usada y como tal no tiene mucho sentido, aunque aquí quiero dárselo.

Todos tendemos a consumir en exceso, sobre todo cuando es barato: acabamos de pasar "Black Friday", si tengo 3x2, genial, aunque sólo necesito uno y realmente pago el doble por el producto, porque los otros dos quizá queden en un cajón o simplemente caduquen. La sostenibilidad llevada al consumo con consciencia nos ayuda, no sólo a beneficiar al medio ambiente, sino también a poder contarlo, cosa que hoy en día es muy importante y que quizá gracias a ello estemos avanzando en conciencia de sostenibilidad.

Así que hemos de argumentar y dirigir a nuestro cliente a decidir por una compra adaptada a las necesidades del momento, y no a los precios finales por unidad

Si entramos en los procesos de administración y logística, todos sabemos que los costes de tramitar un pedido y de enviarlo son los mismos para uno grande que para uno pequeño, por lo que, repercutidos al mismo, incrementan mucho el precio final. Es por lo que el proceso de compra, gestión de pedidos, facturación y logística ha de automatizarse tanto como sea posible. Como nos ocurre con la venta, sabemos que esto es así, pero nos es difícil mejorar estos procesos, aunque en realidad sólo hay que analizarlos, definirlos y reestructurarlos y veremos que es mucho mas sencillo de lo que parece.

También hemos de considerar el departamento de preimpresión.

Cuando un negocio de impresión convencional que tiene departamento interno de preimpresión introduce sistemas digitales, no hay inconveniente alguno, todo suele seguir igual.

Hemos de tener en cuenta que hay empresas que han empezado siendo digitales, y que, si bien tienen claro que el equipo digital es muy importante, la preimpresión la tienen como un mal necesario pero que con lo mínimo ha de ser suficiente, por lo que nos encontramos con RIPs diferentes para cada equipo, tratamiento de color individualizado, sin planificación, etc. La resistencia a implementar un departamento de preimpresión con su automatización ralentiza el proceso en sí, incurriendo en errores y repeticiones.

Hay otras empresas en cambio que todavía no han empezado con el digital, o lo están empezando a hacer y en cambio no tienen preimpresión interna. Habitualmente hablamos de aquellas que imprimen en flexografía o huecograbado que se limitan a recibir los clichés o cilindros y a imprimir.

Adquirir un equipo digital no significa que recibirán un pdf con el montaje realizado y que con darle al botón imprimir todo estará hecho. Hay muchos ajustes que, aunque tengamos un sistema digital, precisamos realizar: Trapping, si el material sufre deformaciones, añadir marcas propias para el registro del equipo, ajustar el color para que sea lo mas parecido a los equipos que tenemos actualmente, ajustar las tintas planas para que puedan reproducirse lo mas fielmente posible, y un largo etcétera que nos lleva a tener muy en cuenta que es realmente necesario tener un departamento como tal.

Nos queda por último la parte de acabados. Quizá los tamaños del sistema digital no coinciden con los tamaños del sistema convencional. Quizá sí, pero hemos de tener en cuenta que tenemos mas producción, por lo que tiene sentido que tengamos en cuenta que se han de incluir sistemas de acabados para poder dar el producto finalizado. Sistemas que seguramente serán digitales, pero que pueden ser perfectamente convencionales según sea el producto y acabado que realice-

Seguramente me dejo muchos apartados y elementos que añadir a la lista, pero creo que he dado un punto de vista general de las necesidades de la impresión digital. Una visión que todos conocemos pero que seguimos manteniendo igual. Quizá ha llegado el tiempo de modificar algunas cosas para lograr reducir costes y ser más efectivos.

No nos olvidemos de rodearnos de un equipo de profesionales que puedan ser capaces de darnos soluciones completas a nuestras necesidades.



# CÓMO HACER CONTENIDO ATRACTIVO PARA LA GENERACIÓN Z







# **ENRIQUE SAN JUAN © 2022**

DIRECTOR DE COMMUNITY INTERNET - THE SOCIAL MEDIA COMPANY Y DE LOS CURSOS DE WEBINARS, ZOOM, COMERCIALES DIGITALES Y DE ORATORIA DIGITAL TEL. 93 238 65 05 - www.community.es

eneración Z, Millennials, Baby Boomers... La diferencia de consumo digital entre generaciones es cada vez más grande debido al rápido avance de las tecnologías de la información y a la velocidad con la que muta el atractivo de los contenidos digitales.

Captar la atención de la generación adecuada a nuestro tipo de negocio -especialmente si te encargas de la gestión de redes sociales de tu empresa o negocio-es una tarea importante que se puede volver complicada e ineficiente si no tenemos en cuenta los puntos que abordamos en este artículo.

En este sentido, comunicar o anunciar cualquier producto o servicio a través de nuestros canales digitales debería tener como premisa previa saber con diáfana exactitud a qué grupo de edad vamos a comunicar para enfocar nuestro mensaje y adaptarlo al grupo de edad correcto.

## Definiciones de generaciones

Si las definiciones de las generaciones todavía nos resultan difusas, he aquí los 5 principales grupos generacionales:

- Generación Z: Esta es la generación más diferente a todas las demás, es una generación que ha crecido con la tecnología y con la digitalización del mundo. Han utilizado el internet des de muy pequeños y dominan toda la escena de redes sociales. Se comprende entre los 5 y 25 años aproximadamente.
- Millennials: A diferencia de los Z, la aparición de internet sorprendió a esta generación en una etapa más "madura" de su crecimiento. Se dice que es la generación que llegó con edad adulta al cambio de milenio, de ahí su nombre. Es una generación que ha vivido los "dos mundos", y que tuvo una fácil adaptación del mundo pre-internet y la actual era digital. Esta generación se situaría entre los 26 y 40 años.
- Generación X: Esta generación creció entre los 70 y 80, una época de de cambios sociales en las que se dice que gozaron

de poca supervisión de adultos en comparación con generaciones anteriores, rompiendo así con modelos de conducta y estereotipos. Por ello, también se les ha conocido como la "Generación Peter Pan". Pertenecen a esta generación la población entre 41 y 55 años.

- Baby Boomers: Nacieron después de la Segunda Guerra Mundial, y el origen del nombre que los identifica surge de que fue una época de gran crecimiento de la natalidad en gran parte del mundo. Crecieron en una época de grandes cambios sociales y políticos, a la vez que rodeados de Rock and Roll, la música disco y los principios del Punk. La población de 56 a 75 años pertenecen a esta categoría.
- Silent Generation: Es la generación de más edad y de la que hay menos población. Se dice que es una generación de personas trabajadoras, debido a una vida complicada. El nacimiento de internet y las redes llegó a una edad muy avanzada para ellos, así que su adaptación es relativa. Entran dentro de esta generación la población de más de 76 años.

Con las características de cada generación claras, ya podemos empezar a planificar qué contenido puede llamar más la atención de cada una. Si formamos parte de una de estas generaciones, ya sabremos lo que nos gusta y lo que no de manera natural.

El problema surge cuando, como responsables de la gestión de redes sociales de nuestra empresa o negocio, tenemos que comunicar a un grupo muy diferente del nuestro: por ejemplo, si somos baby boomers y nuestro público objetivo es milenial o de la generación Z.



# Contenidos que interesan a la generación Z

Algunos ejemplos de contenido que interesa a la generación Z incluyen:

- Encuestas sobre temas de actualidad para recibir sus opiniones y comentarios.
- Vídeo tutoriales sobre cómo hacer algo interesante o útil, como el scratch booking.
- Artículos sobre un tema de actualidad, como el cambio climático, presentado de una manera atractiva y fácil de entender.
- Juegos en línea que les permita desarrollar habilidades valiosas, como habilidades de resolución de problemas o pensamiento crítico.
- Guías sobre cómo comenzar a ahorrar dinero o cómo elegir una carrera profesional, con consejos y recomendaciones útiles.



# Contenidos que no interesan a la generación Z

Hay algunos tipos de contenido que no suelen interesar a la generación Z, especialmente el irrelevante, desactualizado o aburrido. Especialmente importante es evitar el contenido ofensivo o discriminatorio. La generación Z es una generación muy diversa y tolerante, y valora la inclusión y la equidad. Por lo tanto, es importante evitar contenido que pueda ser percibido como ofensivo o discriminatorio.

Algunos ejemplos de contenido que poco interesante para la generación Z son:

- Artículos sobre temas que ya no son de actualidad o que ya no son relevante para esta generación.
- Conferencias o charlas largas y tediosas que carecen de elementos visuales o interactivos.
- Vídeos o artículos que presentan ideas u opiniones ofensivas o discriminatorias.
- Tutoriales o guías que utilicen técnicas o herramientas.



# Cómo llegar a la generación Z

Dentro del panorama de las generaciones, una de las más complicadas de abordar es la generación Z. Para hacer contenido interesante para esta generación, es importante tener en cuenta sus intereses y preferencias. La generación Z está compuesta por personas nacidas entre 1997 y 2012. Esta generación nació y creció en un mundo digital y está acostumbrada a tener acceso constante a la tecnología y a la información.

Por tanto, para hacer generar contenido relevante es importante enfocarse en temas importantes y de actualidad, y presentarlos de una manera atractiva y fácil de entender. Además, el contenido debe ser visualmente atractivo, ya que esta generación responde a las imágenes y los videos, así como a contenido interactivo, encuestas y juegos.

Un aliciente extra para hacer el contenido más interesante para esta generación es darles la oportunidad de participar y de aportar sus propias ideas y opiniones.

# Redes sociales para la generación Z

Las mejores redes sociales para conectar con la generación Z incluyen TikTok, Instagram, Snapchat y Twitch y YouTube.

TikTok es una red social muy popular en estos momentos, especialmente entre la generación Z, ya que les permite crear y compartir videos cortos y divertidos. Instagram es otra red social popular entre esta generación, ya que les permite compartir fotos y videos y conectarse con amigos y seguidores.

Snapchat también es una red social popular entre la generación Z, ya que les permite enviar mensajes y fotos que desaparecen después de ser vistos. Esto puede ser atractivo para los miembros de esta generación que valoran la privacidad y la seguridad en línea.

Twitch es una red social de transmisiones en directo de todo tipo de contenidos, especialmente de e-sports y juegos en línea, que forman parte del entretenimiento de la generación Z.

Y, por último, YouTube, que actúa como repositorio de vídeos informativos, formativos y también del panorama musical.



# **Community Managers y redes sociales**

Si quieres saber cómo llegar más eficazmente a a tu público en redes sociales, contáctame directamente al +34 932 386 505, por WhatsApp +34687044744, email a info@community.es o participa en los cursos de gestión de redes sociales que organizamos habitualmente. Tienes toda la información en nuestra web, www.community.es.





# 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

# ADOBE CREATIVE CLOUD DISSENY GRÀFIC - DIGITAL

LA COMBINACIÓ PERFECT



CLARA FORRADELLAS DISSENYADORA GRÀFICA I DOCENT

dobe Systems Incorporated, és una empresa de software nord-americana amb seu a Califòrnia, EUA (San José) fundada el desembre de **1982** per John Warnock i Charles Geschke.

Destaca pels seus programes enfocats al món del disseny, la preimpressió, web, animació i vídeo. Aquest software rep el nom d'Adobe Creative Cloud. Sense ell, els professionals que ens dediquem a aquests sectors digitals, no podriem treballar, ja que són les eines per portar a terme els projectes digitals i gràfics.

A nivell cronològic, Adobe va exercir un rol significatiu quan va començar la revolució de l'autoedició. Va sorgir l'Apple Computer utilitzant PostScript per a la seva línia d'impressores LaserWriter el 1985. Més endavant, el 1994 va adquirir Aldus amb la compra de Pagemaker (software d'edició editorial, competència de Quark-xpress). En 1999 va crear Adobe InDesign, el software per referència en autoedició editorial, vigent a l'actualitat. Seguint en aquesta línia comercial, va comprar en 2003 a Syntrillium Software el programa Adobe Audition, editor d'àudio d'alt nivell. Finalment el 2005, va comprar Macromedia, empresa de software distribuïdora de programes tan importants a nivel profesional com Flash, Dreamweaver, Director, Fireworks, i Freehand (alguns softwares com Flash i Freehand ja no són accesibles en el sector digital).

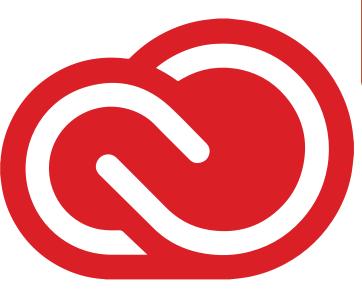
Actualment, Adobe produeix aplicacions de nivell professional destinades al retoc fotogràfic (Photoshop), dibuix vectorial (Illustrator), maquetació (InDesign), edició de vídeo i àudio (After Effects, Premiere Pro, Audition, Soundbooth), documents digitals (Acrobat), contingut web i multimèdia. Un dels principals mèrits de l'empresa va ser la creació del llenguatge PostScript, el format PDF i Adobe Acrobat (Adobe Reader i Adobe Acrobat Pro.



Després d'aquesta introducció als orígens i a les característiques del software d'Adobe, us vaig a presentar el món del disseny. Adobe i disseny (gràfic i digital) van junts, es necessiten per poder generar projectes i poder-los portar a terme a nivell industrial. Paral.lelament, hi existeixen altres sofwares com Coreldraw i el pack digital d'accés lliure: Gimp, Inkscape i Scribus. Aquests també s'utilitzen a nivell professional, però no és tant habitual el seu ús en l'entorn digital.

Els professionals que ens dediquem al disseny gràfic o digital rebem el nom de dissenyador gràfic. Som els professionals encarregats de concebre i de projectar una comunicació visual. Aquesta es produïda per mitjans informàtics per a transmetre un missatge específic. En aquest punt, el paper de Adobe és essencial, és el mitjà informàtic (les eines) per poder crear aquesta comunicació gràfica o digital. El dissenyador ha de dominar el software gràfic ja que aquest forma part del procés productiu en la creació del projecte.





# Diseña todo lo que te puedas imaginar. En cualquier lugar.

Puedes crear de todo, desde logotipos e iconos hasta itustraciones y pósteres con las aplicaciones de diseño de Adobe, que ahora ofrecen formas magnificas de trabajar estés donde estés.



El disseny gràfic és la branca del disseny enfocada a la composició de textes, imatges i formes gràfiques amb la finalitat de comunicar un missatge. Aquests missatges dissenyats es canalitzen per diversos mitjans, poden ser impresos o digitals, per exemple packaging d'envasos, animacions, web, llibres interactius, imatges corporatives, revistes, llibres, pòsters, lones, roba, gadgets (complements), etiquetes, fulletons, rètols d'establiments, videojocs, etc. L'origen es remonta al segle XIX, però va ser a mitjans del segle XX quan va tenir entitat pròpia fins a la actualitat.

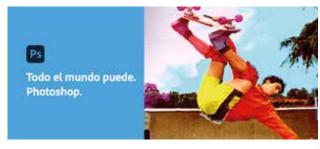
Els elements que intervenen en el procés del disseny són: les formes geomètriques com quadrats, rectangles, cercles... la tipografia que són les lletres que s'han de conèixer i triar correctament per poder comunicar bé, els elements gràfics com els punts i les línies amb diferents formats, les imatges (fotografies, il.lustracions, gràfics i infografies) i el color, és bàsic dominar les gammes cromàtiques i la combinació entre elles. I com a complement relevant, conèixer la part de web i interactivitat per poder treballar en el món digital.

Els dissenyadors utilitzen ordinadors i les eines informàtiques d'Adobe per poder crear i tractar imatges digitals. Són creacions realitzades en un entorn tridimensional virtual.

El software més utilitzat pels dissenyadors gràfics és el Pack Adobe Creative Cloud format per Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, i Adobe Indesign. Junt amb aquests programes, també es poden utilitzar dintre d'aquest paquet informàtic: Lightroom, XD, Premiere pro, After Effects, Dreamweaver, Animate, Audition, Media Encoder, Bridge, Substance 3D y Character Animator. S'ha de comptar amb un processador Intel Core i5 o equivalent potent, 4 Gb de RAM, Mac OS X 10.15, 11.0 y 12.0 y Apple Safari (última versió), Google Chrome (última versió).



Comencem amb el líder del disseny vectorial, Adobe Illustrator, crea logos, icones, infografies que s'adapten perfectament a l'ordinador i al iPad. Les creacions realitzades amb aquest software són destinades a impressió, vídeo, xarxes socials, portfoli entre altres. Les imatges no perden qualitat, les creacions són editables, té una àmplia gamma de colors i eines per crear peces digitals i és aplicable a maquetació, disseny web, dibuixos vectorials, gràfic per mòbils, etc.



Seguim amb Adobe Photoshop, el millor software del retoc fotogràfic. S'aplica al camp del disseny i la fotografia, disseny web, estilisme digital, edició en vídeo i bàsicament en activitats professionals on sigui necessari fer tractament d'imatges digitals. És la eina ideal que combina perfectament en els projectes d'Adobe Illustrator i Indesign. Les imatges únicament es poden retocar en aquest programa per obtenir una alta definició.





I finalment, el número ú en disseny editorial a nivel mundial, ell és Adobe Indesign. És el programa essencial destinat a la maquetació de projectes editorials, tant llibres convencionals, revistes, publicacions i pdfs interactius, llibres digitals i producció editorial gràfica. És el software utilitzat en totes les editorials nacionals i internacionals.

En conclusió, el pack Adobe Creative Cloud està dirigit a totes aquelles persones interessades en aprofondir en les eines més utilitzades en el món del disseny gràfic i obtindre resultats professionals. Us animo a conèixer aquest software i a crèixer en el vostre desenvolupament professional diari. 3





La gestió de personal és cada dia més complexa.
Cada vegada es requereix un assessorament més personalitzat i especialitzat i més en aquests temps tan difícils. Des del Gremi t'oferim un servei de confiança.

Com a negociadors del Conveni Col·lectiu del sector, tenim el coneixement i l'experiència per oferir-vos un servei complet i de garanties en l'àmbit de la gestió de recursos humans.

# OFERIM:

# **SERVEI DE NÒMINES:**

- Confecció de nòmines.
- Documents de cotització a la Seguretat Social.
- Confecció i tramitació de contractes laborals.
- Elaboració de cartes de pagament 111 i resums anuals 190.
- Gestions OTG i Seguretat Social.
- Tramitació de malalties i accidents.

# **ASSISTÈNCIA LLETRADA:**

- Un advocat laboralista per a assistir l'empresa en temes laborals
   i la presència del mateix a conciliacions i judicis de la jurisdicció social.
- Redacció de cartes d'acomiadament, paperetes de conciliació i escrits de sanció.
- Redacció d'escrits genèrics de l'àmbit laboral.
- Assistència en inspecció de treball.

Si esteu interessats en aquests serveis, us podeu posar en contacte amb Ramón Vilaltella, al telèfon 630 574 791, o bé per email a r.vilaltella@gremi.net



# SOM COMUNICACIÓ, SOM GRÀFICS.

# t'assessorem • t'informem • t'ajudem

# **ASSESSORIA LABORAL**

# **Mateo Argerich**

De dilluns a dijous, de 16,30 a 18 h Telèfon 93 481 31 61

## ASSESSORIA COMPTABLE I FISCAL

# Jordi Martínez

De dilluns a divendres Horaris d'oficina Telèfon 93 481 31 66

# ASSESSORIA EN MEDI AMBIENT, QUALITAT I SEGURETAT SALUT

# **Carme Casanovas**

De dilluns a divendres 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 ENERGÈTICA**

# **Xavier Massana**

De dilluns a divendres Horaris d'oficina Telèfon 93 481 31 61

# 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

De dilluns a divendres Horaris d'oficina Telèfon 93 481 31 61



# 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**

# Francesc Fernández

De dilluns a divendres Horaris d'oficina Telèfon 93 481 31 61

## **BENCHMARKING SALARIAL**

# Miquel Marcé

De dilluns a divendres Horaris d'oficina Telèfon 93 481 31 61

# **ACOMPANYAMENT EMPRESARIAL**

# Ana Pérez

De dilluns a divendres Horaris d'oficina

# **GESTIÓ EN COMPETITIVITAT INDUSTRIAL**

# **Marc Tarral**

De dilluns a divendres Horaris d'oficina 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



# **Publicitat** per a empreses agremiades

# Preu anual 175 euros + IVA

Per incloure publicitat en aquest Directori contactar amb:

> Quim Macià Tel.: 93 481 31 61 j.macia@gremi.net

# **CAIXES FOLRADES**

# 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



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

# **CARPETERIA**



**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.° C - 08028 Barcelona C/. Maestro Arbós, 9 - 28045 Madrid

PRODUCCIÓN DE CARPETAS Y PACKAGING PERSONALIZADO CARTÓN FORRADO · PVC · POLIPROPILENO

Ctra. Argentona a Granollers Vecindario Pins, 3 · 08310 ARGENTONA (Bcn) Tel. +34 937 971 561 · Fax +34 937 972 461 www.s-pack.es · www.soldaplastic.com

# **CONTRAENCOLATS**



# CONTRAENCOLADO RÁPIDO

Avda. del Vallés, 30 - Pol. Ind. Sud 08440 Cardedeu (Barcelona) Tel. 93 790 62 43 - Fax 93 796 44 96 E-mail: info@fastflute.com

# **CONTRAENCOLATS**



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

CARTONATGES TERRASSA, S.L. Pol Ind. Lo Bo

# EMBALATGE FLEXIBLE I MARKETING DIRECTE





Soluciones de impresión en offset y acabados de marketing directo, embalaje flexible y etiquetaje (Śleeves, In Mold, etiquetas).

# **ENQUADERNACIÓ**



**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) I. 93 849 30 44 - 93 849 36 15 - Fax. 93 840 25 74

# 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**

C/ Bosch i Gimpera, 47-49



Tel. 93 731 58 56

sater@satergraf.es · www.satergraf.es

# **FABRICANTS DE SOBRES**



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

# **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



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**



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

# **GRAVAT AL BUIT**



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

# **IMPRESSIÓ DIGITAL**



# FABRICANTS DE CARTRÓ ONDULAT



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

# **GRAVATS I ESTAMPACIÓ**



# **IMPRESSIÓ ÒFSET**



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



# **IMPREMTA**





Policolor Offset, s.a.

08210 BARBERÀ DEL VALLÈS Tel. 933 352 448 - Fax 933 357 361 policolor@lgr-packaging.com www.policoloroffset.com

## MANIPULATS DEL PAPER



## ACABADOS GRÁFICOS

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

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

M.V. MANIPULADOS, S.L.

al servicio de las Artes Gráficas

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

## **PACKAGING**



Especialistas en cajas de joyeria y cajas especiales

Tel: 93 260 50 80 - 667 61 01 82 encuadernacionesyuste@gmail.com

40 años de experiencia y dedicación.

**Publicitat** per a empreses agremiades

# Preu anual 175 euros + IVA

Per incloure publicitat en aquest Directori contactar amb:

> Quim Macià Tel.: 93 481 31 61 j.macia@gremi.net

# PAPER I CARTRÓ



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

# industrias botella



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





# **LLIBRETES · ESPIRALS · TACOS**

Vía Trajana, 13, 08930, Sant Adrià de Besòs (Barcelona) Tel. 93 314 50 51 - Fax 93 314 97 04

info@escolofi.com · www.escolofi.com





**Publicitat** per a empreses agremiades Preu anual 175 euros + IVA



## **POSTALS**



C/ del Plàstic, 16-18 - Pol. "Les Guixeres" - 08915 Badalona Tel. (34) 93 455 40 81

savir@savir.com - www.savir.com

# **PREIMPRESSIÓ**



## SERVEIS GRÀFICS I EDITORIALS

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

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

## **RELLEU EN SEC**

# **RELIEVES Y DORADOS** LLOBET, S.L.

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

# **RELLEU EN TERMOGRAVAT**



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

> Bruc, 120 - 08203 SABADELL Tel. 93 726 11 60

info@imprelux.com - www.imprelux.com

# . disgrafservei Aplicacions gráfiques 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

**SERVEIS GRÀFICS** 

Tot tipus de materials Penedès 7, nau 14 - P. I. Can Casablancas 08192 - Sant Quirze del Vallès (BCN) e.mail: disgraf@disgrafservel.com Fax. 93 721 18 48 Fax. 93 721 37 51 Mobil: 666 52 72 69



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.articervei.com • e-mail: articervei@articervei.com

## **SERIGRAFIA**



# 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 www.grupograficolv.com

# PROMOCIÓ I ESPECIALITATS GRÀFIQUES





# TIPOGRAFIA ÒFSET



# PROMOCIÓ I ESPECIALITATS GRÀFIQUES



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

# **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

# **TREPADORS**



TROQUELATS, MANIPULATS, PLEGATS I DISPLAYS

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

## **TREPADORS**



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

## **TREPADORS**



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

## **TREPADORS**

PLASTIFICADOS, TROQUELADOS Y ENGOMADOS GRÁFICOS



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



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



- ♣ TROQUELADOS FORMATO MAX. 220 X 150 CM
- MANIPULADOS P.L.V.
- # FABRICACIÓN CAJAS CARTON ONDULADO

CARTONATGES TERRASSA, S.L.

# GRAFOPLAS, S.L.

Santander, 120-122 08030 Barcelona Tel. 934 622 070 administracio@grafoplas.cat



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



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

# **Publicitat**

per a empreses agremiades

# Preu anual 175 euros + IVA

Per incloure publicitat en aquest Directori contactar amb:

> Quim Macià Tel.: 93 481 31 61 j.macia@gremi.net













Per informació sobre la publicitat a la revista

# GREMI

poden dirigir-se a: Marina Corominas

Tel.: 93 481 31 61 - revista@gremi.net

# Inkjet. Demos la vuelta a las reglas.

Multipliquemos por cinco la velocidad. Igualemos la calidad del offset, también sobre papeles estucados.

Con sus nuevas tintas y su exclusiva tecnología de secado, la nueva Ricoh Pro™ VC70000 te permite reescribir las reglas de lo que puedes hacer con inkjet.

El hito son sus 150 metros por minuto sobre papeles estucados estándar.

Desafiamos a lo convencional con innovación; creamos nuevas oportunidades para ti con la inyección de tinta.

Descúbrelo.

Solicitanos una presentación en línea en production.printing@ricoh.es.

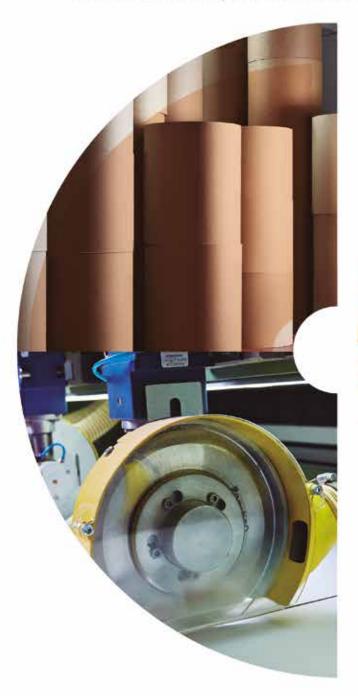
# 

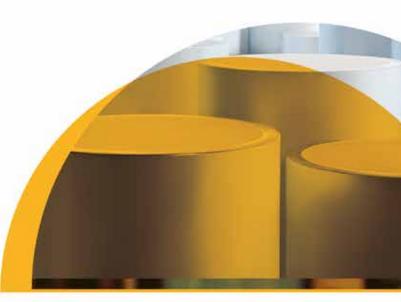
ONE WORD. ENDLESS POSSIBILITIES.

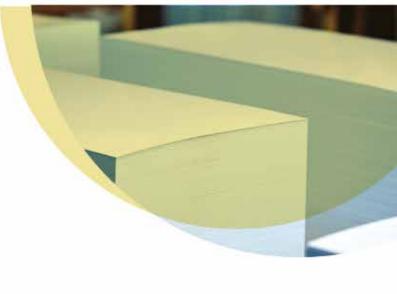


# PAPELES Y CARTONES PARA LA INDUSTRIA GRÁFICA

Servicio de corte a medida · Suministro inmediato · Amplio stock Cut service and taylor made delivery · Immediate delivery · Large stock









PAPEL Y CARTON

Montmeló, 2-4 - CENTRAL / 08170 Montornès del Vallès - Barcelona / T +34 93 474 11 60 Severo Ochoa, 22 / 45224 Seseña - Toledo / T +34 91 893 64 32