



REVOLUCIÓN DIGITAL

Nunca olvidaré el primer día en mi vida que vi un Compact Disc. Qué caro, pensé. Con lo barato que me resulta a mi copiar un cassette pirata!! Dónde lo pongo para escuchar, si no tiene pistas de vinilo?. Qué pequeño, se me va a perder!! Etc...En menos de un año disponía ya de un reproductor de CD de audio y una buena cantidad de LP's en formato CD. Descubrí en muy poco tiempo las ventajas (aparentemente ocultas) de la reproducción de audio en formato digital respecto a la tradicional reproducción analógica en cinta o vinilo. Hace poco tiré a la basura todos mis cassetes que hacía por lo menos 15 años que no utilizaba. Reliquias del pasado, pensé, objetos de museo. Pero bien mirado, no hace tanto tiempo eran una de las formas básicas de reproducción de audio. Y qué me dicen del teléfono móvil? Del GPS del coche? Del reproductor mp3? Del ordenador portátil? Todos

estos avances de la tecnología surgen un día en medio de una gran confusión y rechazo, pero en muy poco tiempo se imponen por sus superiores prestaciones a los sistemas existentes en su época. Al principio cuesta identificar las ventajas y se puede convivir mucho tiempo con estas tecnologías sin usarlas, pero el día que se usan, si se descubren las nuevas ventajas que aportan, ya está, lo anterior desaparece totalmente de nuestras mentes.

Pero cuidado, no todos los avances de la tecnología aportan verdaderas ventajas operativas. Hay ejemplos claros de fracasos tecnológicos: Laser Disc, Video Beta o el Mini Disc, y el motivo definitivo de estos fracasos es que no aportan o no logran hacer ver al consumidor que aportan alguna ventaja significativa.

Tengo la corazonada que con la IMPRESIÓN DIGITAL, enfocada al

sector de la impresión industrial, pasará exactamente igual a lo que pasó con el CD, el móvil, el GPS, el reproductor mp3 o el ordenador portátil, en el sector de consumo masivo: El día que los clientes identifiquen las verdaderas bondades de esta tecnología, se extenderá de tal manera y avanzará tan rápido que puede llegar a ser un real sustituto a las anteriores tecnologías. Evidentemente, la impresión offset o cualquier otro sistema de impresión tradicional perdurarán, por lo menos, mientras exista el producto impreso en papel, sencillamente porque en el mundo del consumidor industrial las cosas no avanzan tan rápido como en el mercado del consumidor final y porque al papel no le queda tanto tiempo como para que se de una sustitución total (qué alivio, por otro lado, pues acabamos de comprar una máquina offset que tiene que durar por lo menos 20 años!!!), pero sufrirá importantes transformaciones.



SUMARIO

NOVOPRINT ENTRA EN EL MUNDO DE LA IMPRESIÓN DIGITAL

ESTUDIO PSICOSOCIAL EN NOVOPRINT

MOTIVADOS PARA MOTIVAR

PLAN DE INVERSIONES 2008+2009

EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS

BREVES

NOVOPRINT ENTRA EN EL MUNDO DE LA IMPRESIÓN DIGITAL



Máquina de impresión digital iGen3 de Xerox.

Tras un largo proceso de estudio y decisión, finalmente, el 1 de marzo de 2008, la primera máquina de Impresión Digital (Xerox iGen3) entró por las puertas de NOVOPRINT. Y junto con ella, un conjunto de instalaciones extras que complementan la sección en su apartado de encuadernación.

Apuesta, aventura, oportunidad, necesidad... Pues se podría considerar que las razones de la decisión final son un poco de todo lo apuntado, pero principalmente se fundamenta en una visión estratégica de futuro y el deseo de aportar el mayor rango posible de servicio a nuestros clientes.

A diferencia de otras muchas inversiones, esta se ha tenido que planificar y organizar de una manera especial. No se trata simplemente de incorporar una nueva herramienta a la empresa, sino que se trata de entrar en un nuevo mercado, con nuevas exigencias y peculiaridades. Hay que buscar nuevos clientes o aprovechar nuevas aplicaciones para clientes existentes.

Hay que comercializar en combinación con la fuerza comercial de siempre más una nueva que se está incorporando. Hay que gestionar con una mezcla de procesos funcionales verticales tradicionales y procesos horizontales creados.

Una vez analizadas las opciones tecnológicas, y ajustadas a nuestro plan de desarrollo de negocio, nos hemos decidido por la siguiente fórmula.

CON QUÉ CONTAMOS?

A. Máquina de impresión digital iGen3 de Xerox.

Características:

Formato 36,4x57,1
(mancha max: 361x569 mm)
Espacio de color:
85% de los tonos Pantone
Velocidad de tiraje de 6000 A4/hr.
Soportes:

Puede usar una grandísima variedad de soportes, desde papeles hasta materiales sintéticos.

B. Sección completa de Encuadernación para el producto Digital

Lista de maquinaria de la sección de Encuadernación Digital

- Plastificadora
- Hendidora
- Encuadernadora rústica fresada
- Plegadora grapadora
- Encuadernadora Wire-O
- Guillotina industrial

QUÉ PRODUCTO LE OFRECEMOS?

De una forma resumida, el producto que ofrecemos tiene la apariencia de un producto impreso con cualquier tecnología tradicional pero con 2 grandes diferencias en su proceso de elaboración que le dan aplicaciones totalmente diferenciadas:



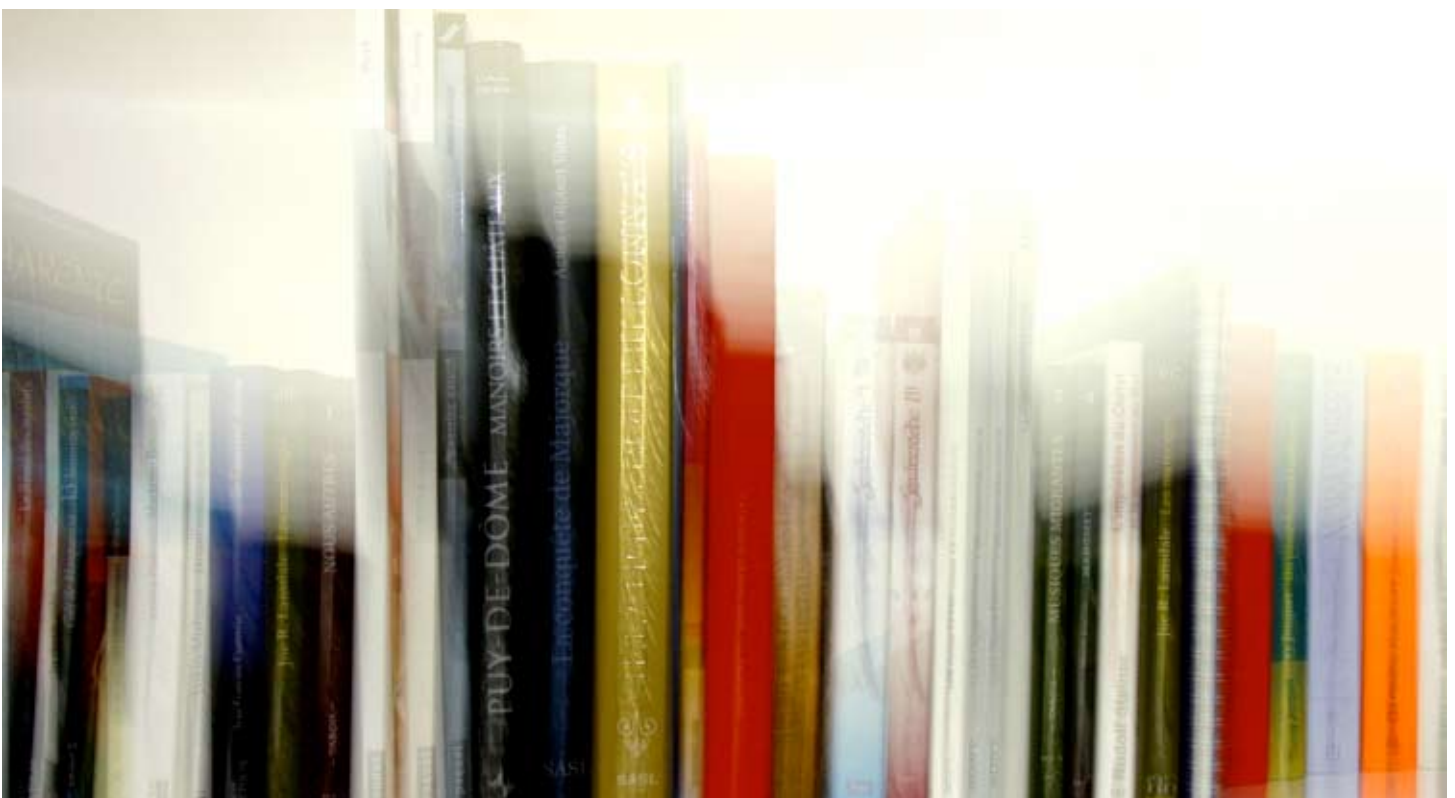
COSTES FIJOS PRÁCTICAMENTE NULOS

Impresión variable: cada hoja que pasa por máquina puede ser diferente a la anterior. Esto nos permite obtener grandísimas ventajas para tiradas cortas o supercortas y para productos que requieran personalización, dato variable o imagen variable.

Así pues, las posibles aplicaciones son:

- Libros, catálogos y revistas, en tiraje limitado y/o numerado
- Mailing personalizado, textos e imagen adaptados al destinatario
- Sobres impresos, con imagen variable
- Fajas y encartes, con nombre y/o código identificatorio
- Talonarios de entradas y/o cupones
- Calendarios, con información a medida del cliente
- Magnéticos, con foto
- Desplegables y troquelados
- Tarjetas identificatorias en cartulina o poliéster
- Manuales en materiales lavables, para ser usados en exteriores y/o en ambientes sucios, húmedos, sumergidos, etc...
- Welcome packs
- Certificados y diplomas
- Packaging rastreado (con código de barras por lote o por ítem, para seguimiento)
- Puntos de lectura con nombre y/o foto
- Etiquetas e indicadores para exteriores
- Cintas, con frases acorde al contenido del regalo
- Postales
- Banderas en poliéster
- Reglas escolares de 30 cm con nombre y foto

En definitiva, el producto digital es un nuevo mundo cuya exploración acaba de empezar. Acompáñenos en esta aventura, y descubra todo lo que esta tecnología puede hacer para su empresa!



ESTUDIO PSICOSOCIAL EN NOVOPRINT



1. ¿QUE ES LA PSICOSOCIOLOGÍA?

Es un área específica o disciplina dentro de la prevención de riesgos laborales que trata de analizar y de proponer soluciones para adecuar en el trabajador los factores internos de la empresa, y los externos del trabajador para prevenir los factores psicosociales. Es decir como interacciona psicosocialmente el trabajador en su empresa.

Estos “factores psicosociales” hacen referencia a aquellas condiciones que se encuentran presentes en una situación laboral y que están directamente relacionadas con la organización, el contenido del trabajo y la realización de la tarea, y que tienen capacidad para afectar tanto al bienestar o a la salud (física, psíquica o social) del trabajador como al desarrollo del trabajo.

Para realizar la evaluación de los factores psicosociales en la empresa Novoprint S.A. se ha utilizado el método ISTAS21 (CoPsoQ), el cual tiene como objetivo la obtención de información, a partir de las percepciones de los trabajadores

sobre distintos aspectos de su trabajo, para poder, de esta forma, valorar las condiciones psicosociales de la empresa. Este método evalúa 21 factores mediante un test.

2. ¿QUÉ APORTA A LA EMPRESA UN ESTUDIO PSICOSOCIAL?

La Psicología aplicada pretende conseguir que el diseño de las tareas y del entorno organizativo en la que éstas se desarrollan tenga en consideración las exigencias, necesidades y características humanas, de tal manera que se consiga un entorno de trabajo satisfactorio y saludable.

Por lo que a Novoprint respecta, con los resultados obtenidos en el estudio, la empresa quiere aportar propuestas de intervención en distintos factores psicosociales evaluados en los diferentes departamentos analizados, mejorando, en algunos casos, y manteniendo, en otros, medidas en el trabajador y en la organización, en función del estado en que se encuentran, con el fin de conseguir posibles mejoras en procesos

organizativos que beneficien la eficiencia y productividad laboral, además de mantener la seguridad y salud de los trabajadores de la empresa

3. ACCIONES DE MEJORA Y COMPROMISOS

Tras la encuesta realizada, las conclusiones y recomendaciones genéricas a aplicar a toda la empresa se son:

1. ACCIÓN: Definir por escrito las funciones y responsabilidades de todos los trabajadores de Novoprint hasta oficial 1ª (a la espera del nuevo convenio). Realizar la misma acción en casos puntuales que también lo requieran, especialmente cuando existan discrepancias, cumpliendo siempre con lo establecido en el estatuto de los trabajadores.

Que se mejora: las puntuaciones obtenidas en los factores de exigencias psicológicas sensoriales, cuantitativas, control de tiempos de trabajo y conflicto de rol.

2. ACCIÓN: Formación específica a los mandos intermedios y la dirección para mejorar la comunicación con sus trabajadores, técnicas de asertividad, resolución de conflictos, etc

Que se mejora: Aumentar el nivel de estima de la plantilla adecuando los sistemas de comunicación y refuerzo de la empresa a las necesidades de la misma

3. ACCIÓN: Proponer a la dirección la redacción de un código ético para la empresa Novoprint.

Que se mejora: Esta acción incidirá sobre la estima, las exigencias psicológicas emocionales, la inseguridad y el conflicto de rol.

4. ACCIÓN: Las promociones de las secciones de producción se harán públicas de manera escrita a través del tablón de anuncios, que será acristalado para evitar manipulaciones no autorizadas.

Que se mejora: transparencia en la comunicación y mitigar efectos negativos de la inseguridad entre los trabajadores.

5. ACCIÓN: Estudiar la posibilidad de aplicar beneficios sociales para los trabajadores, en relación a sus familiares directos (hijos), por ejemplo, crear una bolsa de horas para poder llevar a los hijos de los trabajadores al médico.

Que se mejora: un buen equilibrio entre la vida laboral y la vida familiar (doble presencia), especialmente en las trabajadoras de la empresa

6. ACCIÓN: Establecer un calendario para los grupos de mejora, con una periodicidad marcada y con asesoramiento externo, para asegurar su adecuado funcionamiento. Estudiar la posibilidad de crear grupos multidisciplinares dentro de la empresa.

Que se mejora: las puntuaciones obtenidas en factores como las exigencias psicológicas sensoriales, emocionales, cuantitativas, control de tiempos de trabajo, estima y conflicto de rol.

7. ACCIÓN: Establecer una periodicidad de la reunión de sensibilización por parte de gerencia (2 veces al año). Publicar, dentro de la revista de Novoprint ("News"), noticias internas relacionadas con el funcionamiento interno de la empresa: actas de comité, resoluciones, notas informativas a personal, calendario laboral, situación de la empresa... Establecer un correcto funcionamiento y unidad de los grupos de trabajo establecidos.

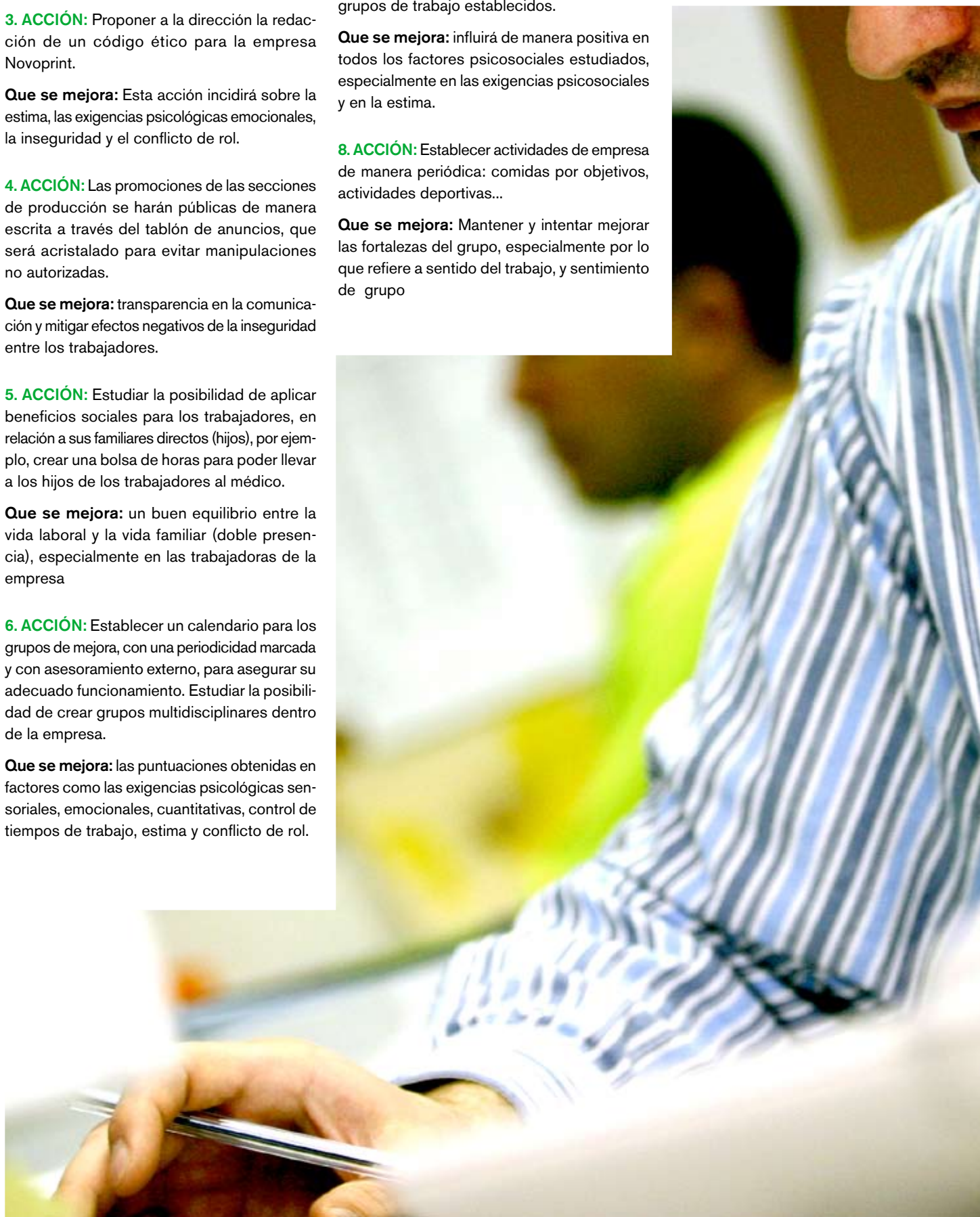
Que se mejora: influirá de manera positiva en todos los factores psicosociales estudiados, especialmente en las exigencias psicosociales y en la estima.

8. ACCIÓN: Establecer actividades de empresa de manera periódica: comidas por objetivos, actividades deportivas...

Que se mejora: Mantener y intentar mejorar las fortalezas del grupo, especialmente por lo que refiere a sentido del trabajo, y sentimiento de grupo

9. ACCIÓN: Establecer calendario con dirección de empresa para realizar la revisión de la evaluación de riesgos psicosociales cada 2 años.

Que se mejora: el control de la eficiencia y eficacia de las acciones tomadas en factores psicosociales



MOTIVADOS PARA MOTIVAR



Uno de los objetivos más exigentes que se han marcado este año en NOVOPRINT es formar a todos los directivos y a todos los mandos intermedios de la empresa para saber motivar a sus equipos de trabajo.

Para este fin, se han impartido ya y se seguirán impartiendo durante todo el año cursos que pretenden un doble objetivo: en primer lugar, aprender a trabajar en equipo, no tan sólo en

los equipos de mandos y sus trabajadores sino también en equipo entre directivos y mandos y entre los equipos de mandos en sí mismo y directivos en sí mismo.

Para hacer que las personas que dependen de ti trabajen en equipo, primero debes ser tu el que trabaje de esta manera. En el NOVOPRINT de los últimos años, se echa a faltar el trabajo en equipo, sobre todo en mandos y directivos.

Es por este motivo que se pretende mejorar esta situación.

La primera sesión tuvo lugar el sábado 16 de Octubre de 2007 y sirvió como primera toma de contacto del proyecto.

Las valoraciones realizadas por todas las personas que asistieron fue muy positiva y sinceramente aporta mucha ilusión para continuar este proceso de formación.



PLAN DE INVERSIONES 2008+2009

A finales de 2007 se definió el plan de inversiones para el período 2008-2009. Se trata de un ambicioso plan de fuertes inversiones con el objetivo principal de seguir adecuando la capacidad productiva de la empresa a los crecimientos obtenidos así como abrir nuevos y diferentes mercados y áreas de negocio en los que opera la empresa.

A tal efecto, se ha detallado un plan de inversiones que toca cada una de las siguientes áreas:

IMPRESIÓN DIGITAL:

Como se puede comprobar en el artículo de actualidad de este mismo número de las news, NOVOPRINT ha apostado muy fuerte por la entrada en el mercado de la impresión Digital. A pesar de que la impresión digital

es usada por algunos impresores como un complemento más a la impresión convencional, en NOVOPRINT no sólo queremos obtener este beneficio sino abrir nuevos nichos de mercado totalmente nuevos y con un potencial de crecimiento incalculable. Por lo tanto se ha invertido en una máquina de impresión iGen3 más una completa sección de encuadernación adecuada a la impresión digital. Esta máquina está operativa desde el 1 de abril.

IMPRESIÓN EN BLANCO Y NEGRO EN HOJA

Debido al gran incremento obtenido en este sector de mercado en los últimos años, la empresa ha decidido apostar por una segunda máquina de impresión 1+1 / 2+0.

Con esta apuesta, la empresa busca disponer

de mayor capacidad para ofrecer al mercado de libros de 1 color, sea del formato que sea, en tiradas cortas o medias.

Para ello se ha invertido en una HiPrint roland 702. Esta máquina está operativa desde el 21 de abril.

IMPRESIÓN EN BLANCO Y NEGRO EN ROTATIVA

Con el fin de abaratar los costes de impresión de libros de bolsillos la empresa ha fijado como objetivo la inversión en una nueva máquina rotativa de impresión. Debido a la feroz competencia existente en el mercado español así como en los mercados europeos la empresa realiza una apuesta arriesgada para consolidar su posición a nivel mundial.

No está todavía decidida la máquina, el modelo, el formato etc. Si incorporación a la empresa está planificada para el verano del año 2009.

ENCUADERNACIÓN EN RUSTICA

Por último, debido a la evolución esperada en los nuevos mercados de impresión en negro tanto en plano como en bobina, se ha firmado la inversión de una nueva cadena de encolar en rústica con la que mantener inalterado el gran servicio y calidad que nos caracteriza.

Se ha firmado la compra de una nueva Acoro 7 de 16 estaciones.

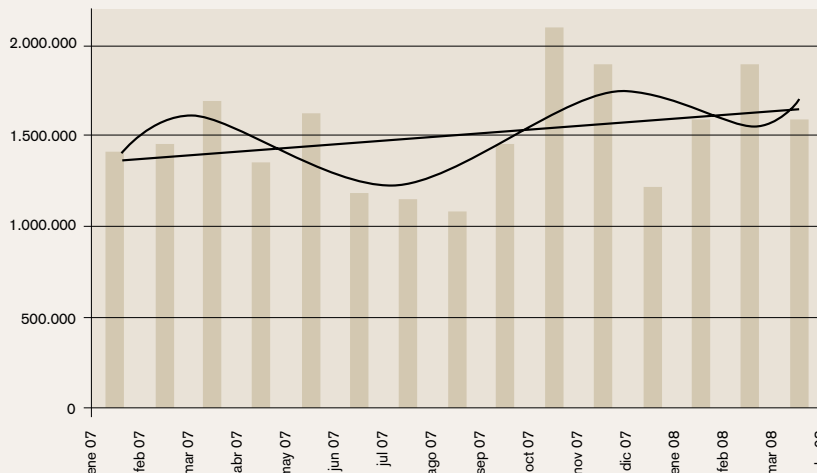
La fecha de operatividad de la máquina está prevista para el 1 de agosto.



EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS

La evolución de las ventas del último trimestre de 2007 fue muy positiva. En el mes de octubre se superó la mítica barrera de los 2 millones de euros de facturación mensual, una cifra, nada despreciable. Las ventas de noviembre también fueron fuertes y en cambio las de diciembre fueron más flojas. En total el trimestre registró un incremento del 27% sobre el mismo trimestre del año anterior para completar un año con un incremento del 25% sobre el 2006 y del 56% sobre el 2005.

Por el contrario, las ventas obtenidas en el inicio del año 2008 han presentado unos incrementos bastante más moderados que los incrementos del último trimestre de 2007. Así, el año empezó algo flojo en Enero, continuó con un gran mes de Febrero pero concluyó con un ligero pinchazo en marzo. De todas formas, estas ventas representan un incremento del 11% sobre el mismo trimestre del año anterior, y aunque se sitúan



algo por debajo de la previsión de ventas, el incremento previsto para el 2008 es sensiblemente más moderado que el de años anteriores, situándose en torno a un incremento del 16%.

Como conclusión, podemos comentar que la tan anunciada crisis económica se está notando en el sector, pero tampoco es tan fuerte como algunos expertos habían predicho.

breves

INAUGURACIÓN ESLOVAQUIA

Ya se ha fijado la inauguración oficial de la planta de Eslovaquia para el 28 de junio de 2008. Para dicha inauguración se desplazará toda la junta directiva de NOVOPRINT Barcelona. También asistirá toda la plantilla de NOVOPRINT Slovensko así como los clientes más destacados de la empresa filial.

PREMIO SONY

El pasado 4 de Marzo en Bratislava NOVOPRINT fue galardonado con el premio SONY a la calidad por todo un año de exquisita colaboración con SONY. Recogieron el premio Sergi Bellido y Olga Molostova.

NOVOPRINT CON EL MEDIO AMBIENTE. AHORRO DE PAPEL.

NOVOPRINT ha dado un primer paso para mejorar sensiblemente su política medioambiental. Para ello, se ha eliminado el uso del papel impreso en toda la sección de Cálculos y Presupuestos utilizando para ello un revolucionario sistema de archivo digital de toda la documentación. La verdad es que tras un proceso de adaptación, el nuevo funcionamiento es mejor, más rápido y eficaz que el anterior. Ya se ha decidido extender este funcionamiento al departamento de Gestión de Ventas.

Además, en la empresa estamos haciendo los primeros pasos para obtener el año que viene la certificación FSC y la ISO 14000