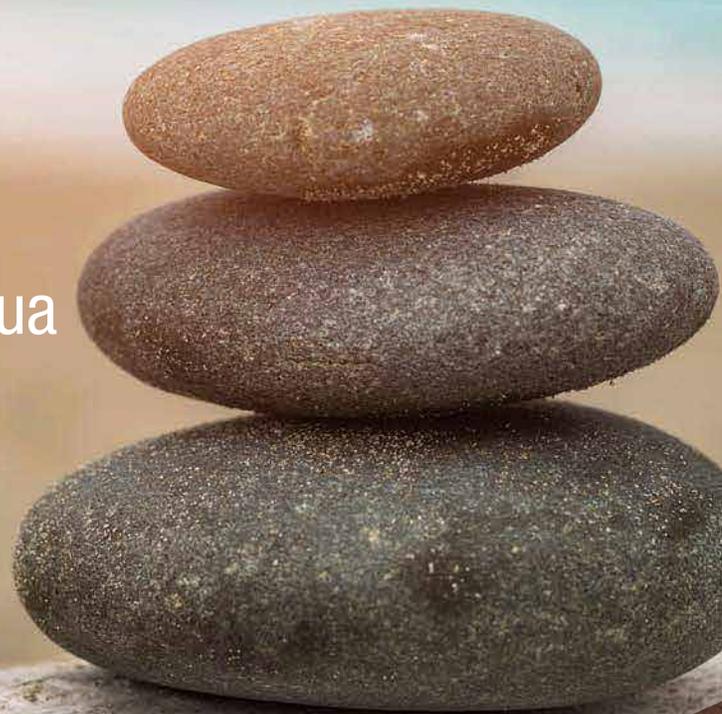


Registro

El papel de piedra:
ecológico y resistente al agua

Una herramienta de diferenciación
en el sector paplero: certificación FSC®

Seguridad industrial:
una cuestión de vida



En el
**Stone
Paper**
está
La magia



en **pro** del
Planeta

Desde
su **origen**, la
caña de **azúcar**

El papel de las artes gráficas en Colombia

PROPALBOND[®]

PROPALCOTE[®]



Papel
de caña de
azúcar



una empresa

Carvajal 



Contenido



EDITORIAL	
▪ <i>Para cerrar estos 366 días</i>	5
<hr/>	
COIMPRESORES HOY	
▪ <i>Balance de gestión administrativa en nuestra Cooperativa</i>	6
<hr/>	
FINANZAS Y NORMATIVIDAD	
▪ <i>Estandarización: elemento crucial para el éxito de la empresa gráfica</i>	8
▪ <i>El adecuado uso de los residuos: una responsabilidad ambiental</i>	10
▪ <i>¡Vertimientos!, ¿tenemos el mismo problema?</i>	12
▪ <i>El SG-SST: una metodología de mejora continua enfocada en detección y prevención</i>	14
▪ <i>Lecciones aprendidas a punto de culminar el proyecto de implementación NIIF</i>	18
<hr/>	
SUCESORES	
▪ <i>Así ha sido nuestro proceso de sucesión</i>	19
▪ <i>La importancia de los sucesores en el liderazgo de los proyectos de empresas familiares</i>	21
▪ <i>Perspectiva sobre la implantación del SG-SST</i>	22
<hr/>	
ENTORNO SOLIDARIO	
▪ <i>Cooperativas por Colombia, ¡nuestro aporte para la paz!</i>	24
▪ <i>Cometa: cooperativa comprometida con lo rural</i>	26
<hr/>	
TENDENCIAS	
▪ <i>Elementos básicos en un plan de marketing digital</i>	27
▪ <i>¿Por qué para una empresa son importantes las redes sociales?</i>	30
<hr/>	
IMPRESORES COMPROMETIDOS CON EL AMBIENTE	
▪ <i>Sello FSC®: bosques para todos, para siempre</i>	32
▪ <i>Una herramienta de diferenciación en el sector papelerero: certificación FSC®</i>	35
▪ <i>Sello Ambiental Colombiano: distintivo para productos y servicios amigables con el ambiente</i>	37
▪ <i>Stone Paper: un papel de origen mineral</i>	39
▪ <i>El papel de piedra: ecológico y resistente al agua</i>	40
<hr/>	
SERVICIO CON CALIDAD DE VIDA	
▪ <i>Seguridad industrial: una cuestión de vida</i>	42
<hr/>	
EVENTOS Y CAPACITACIONES	
▪ <i>Educación y bienestar</i>	44
▪ <i>Seminario taller de buen gobierno cooperativo: un éxito</i>	46
▪ <i>Cuadragésimo primer aniversario de Coimpresores Bogotá</i>	47
▪ <i>XVIII Congreso Colombiano de Cooperativas de la Industria Gráfica</i>	50

Revista informativa de la Cooperativa de Impresores y Papeleros de Bogotá, Coimpresores Bogotá

Sede administrativa:
Carrera 31 No. 22B - 15
PBX: 208 8700
Fax: 269 7047 Bogotá
www.cipb.net

Diciembre de 2016
Edición No. 56
ISSN 1794-9882

CONSEJO EDITORIAL
Marlén Navarrete Garzón
James Rubio Soto
José D. Caviedes
Alberto Gutiérrez
Esther Guzmán
José Enrique Álvarez
Claudia Pensamiento

COORDINACIÓN EDITORIAL
Marlén Navarrete Garzón

REDACCIÓN
Catalina Prieto Mahecha
Andrés Piñeros

CORRECCIÓN DE ESTILO
Marcela Manrique Cornejo

DISEÑO
Jenyffer Pérez Montaña
Comité de Comunicaciones

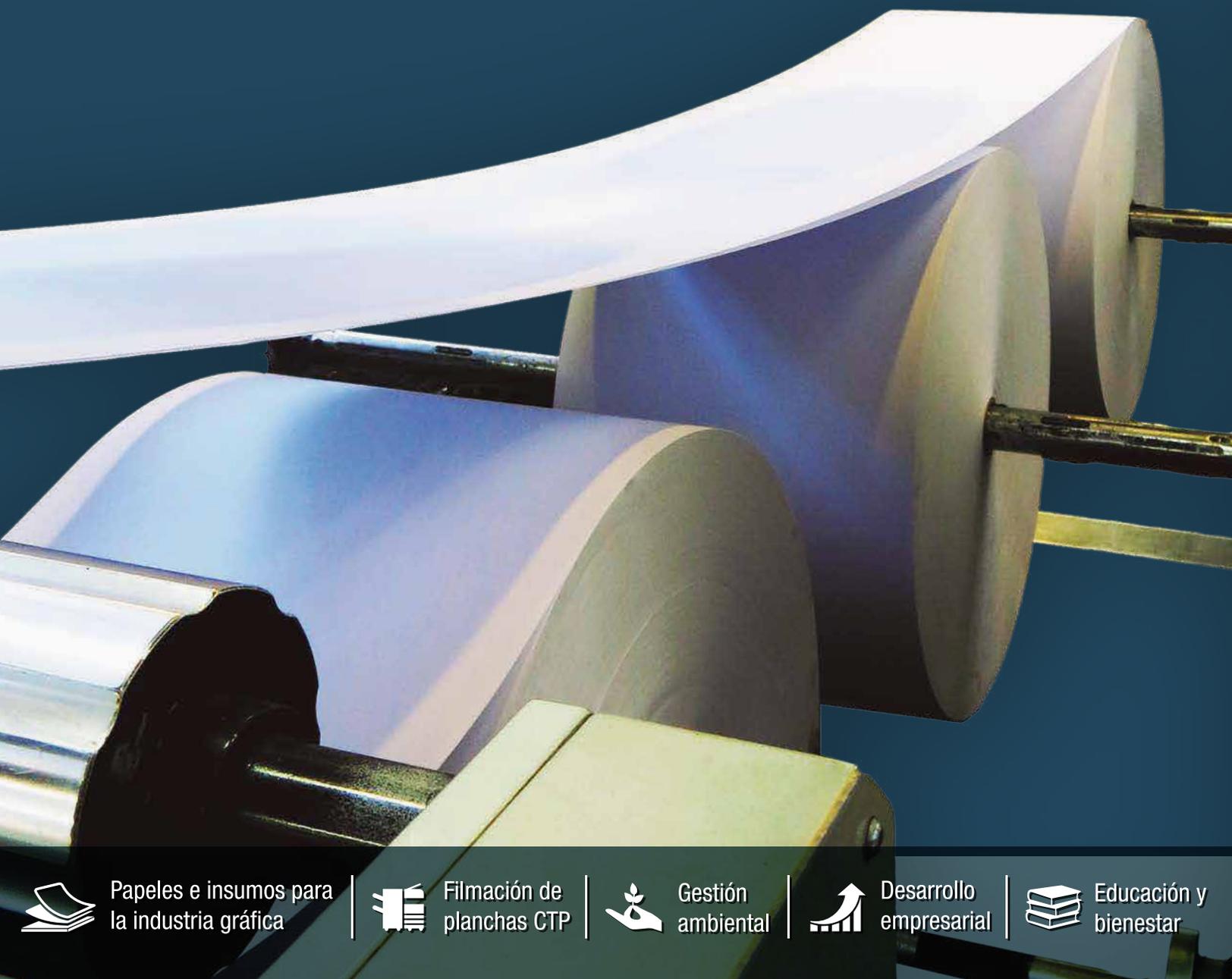
IMPRESIÓN
Kleur Impresores S.A.S.

El contenido de esta revista es responsabilidad de los autores y no refleja necesariamente el punto de vista de la Cooperativa de Impresores y Papeleros de Bogotá.

Que su empresa dé
la mejor
impresión
es nuestro propósito



 **Coimpresores
Bogotá**



Papeles e insumos para
la industria gráfica



Filmación de
planchas CTP



Gestión
ambiental



Desarrollo
empresarial



Educación y
bienestar



Carrera 31 No. 22B-15 / PBX: 208 87 00
info@cipb.net / www.cipb.net
Bogotá D.C.



Para cerrar estos 366 días

Por: James Rubio Soto, Presidente del Consejo de Administración de Coimpresores Bogotá

En la recta final del año no podemos menos que evocar el tradicional y popular pensamiento de que los bisiestos están plagados de catástrofes, malas acciones sociales, pobres resultados económicos y un sinfín de supuestos que para algunos están asociados a la inadecuada sincronización del calendario solar con los eventos naturales del planeta.

Al margen de esto, el 2016 nos mostró la veleidad de las sociedades y el manejo de masas por líderes populistas que mienten descaradamente para favorecer sus propios intereses y los de las ocultas camarillas que representan. Entiéndanse así los resultados del Brexit inglés, del plebiscito colombiano, del triunfo de Trump y de la derrota de la reforma constitucional italiana.

Por ello, los buenos analistas deben recurrir siempre al resultado cuantitativo y a la comprensión de los fenómenos que lo generan, dejando de lado las consideraciones subjetivas o emocionales que normalmente enturbian el buen juicio de las sociedades y sus líderes.

En nuestro caso particular podemos observar que el sector industrial en general y el de la comunicación gráfica en particular presentan crecimientos bajos o negativos, en tanto que nuestra Cooperativa logra incrementos superiores al 11% en valores en sus ingresos y al 2% en volúmenes de productos colocados en el mercado; es decir que las predicciones ancestrales del año bisiesto no afectaron nuestros resultados.

Está por verse si este mismo efecto se produjo en las empresas de los Asociados que son la razón de la existencia de nuestra institución. Depende de la celeridad con que recibamos la información de nuestros Asociados sobre el cierre de sus ejercicios para conocer dichos resultados y poder hacer los ajustes a los propios presupuestos y las proyecciones de la Cooperativa.

Por ahora debemos suponer que en el peor de los escenarios, algunos de nuestros Asociados aumentaron sus compras a la Cooperativa manteniendo los mismos niveles de ventas con sus propios clientes, lo cual indicaría que el proceso de fidelización iniciado hace algunos años empieza a mostrar sus resultados.

Ahora bien, terminado el año bisiesto y según la creencia popular, esperamos que iniciando un nuevo ciclo los resultados del próximo año sean mejores, objetivo que se logrará con la decidida intervención de todos nuestros Asociados en el uso de los servicios que presta la Cooperativa.



James Rubio Soto

Obviamente no podemos dejar de considerar los riesgos que para nuestras empresas puedan representar las medidas adoptadas por el Gobierno en sus diversos órdenes: en el sistema de seguridad y del trabajo, los requerimientos del Invima, la legislación ambiental, el control de activos SIFLAST, las NIIF, la Ley de Habeas Data y, por supuesto, la reforma tributaria, entre otros. Todo ello en su conjunto representa cargas especialmente gravosas para los empresarios, pero que no pueden ser desechadas u olvidadas porque su falta de implementación puede representar costosas multas y sanciones.

Nuestro objetivo sigue siendo, además de la venta de papel, planchas, tintas e insumos, mantener a los Asociados debidamente informados sobre las disposiciones gubernamentales que afectan el funcionamiento de las empresas y diseñar la capacitación en los temas comunes requeridos.

Por lo anterior es importante que mantengamos nuestra disposición a aumentar las compras, a utilizar los servicios de orientación y proyectos del SIC y a vincularnos a las nuevas líneas de negocio —dotación de ropa de trabajo y manejo de residuos peligrosos y retal—, que permitan un crecimiento horizontal y transversal de nuestra Cooperativa.

Colofón: un compromiso con la paz es requisito indispensable para mejorar el clima de negocios y el desarrollo de los sectores empresarial y laboral. Por lo pronto feliz Navidad y exitoso 2017. 🍷



Balance de gestión administrativa en nuestra Cooperativa

Por: Jesús Sánchez, Gerente Coimpresores Bogotá

Nuevos productos, más conocimientos e implementación de sistemas y normas que nos hacen más competitivos.

Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST)

Gracias a la aprobación emitida por el Consejo para la contratación del personal idóneo, hoy podemos mostrar el gran avance que se ha logrado en la implementación del SG-SST, fomentando mejoras que no solo benefician a la CIPB en el cumplimiento de la normatividad legal vigente, sino que además contribuyen a la preservación de la integridad física y mental de nuestros colaboradores, generando ambientes de trabajo sano y productividad que a largo plazo permitirán desarrollar todos los aspectos que faciliten la realización de las labores, para obtener como producto final una organización que cuente con un sistema integrado de gestión.

De esta manera demostramos que la Cooperativa de Impresores y Papeleros de Bogotá está comprometida con el recurso más importante para cualquier organización: su gente.

Sistema de Gestión de Calidad

Confirmando una vez más la responsabilidad de la Cooperativa de Impresores y Papeleros de Bogotá por manejar los mejores estándares de calidad y después de un arduo trabajo por sostener tal compromiso, se ha logrado mantener la certificación de la Norma Técnica Colombiana ISO 9001 versión 2008.

Sin embargo, nuestra labor no termina en mantener intacta esta certificación. Al contrario, continúa e impone un nuevo reto al tener el deseo de trabajar en equipo para lograr la certificación en la versión 2015, desafío para el cual se preparó el personal correspondiente a fin de implementar la nueva norma.



Convertidora de rollos de papel, CIPB.

Nuevas unidades de negocios

Desde sus inicios, la Cooperativa ha estado en pos de ofrecer productos y servicios, que ayuden y mejoren la competitividad de las empresas, mediante la identificación de procesos que tenemos en común, tanto en productos (primero papel y luego tintas), en servicios (como certificaciones y proyectos) y en formación, temas muy amplios que nos conciernen.



Participantes del diplomado en *marketing* estratégico, de izquierda a derecha Olga Pachón, Miguel Roa (Linotipia Martínez), Catalina Prieto, Maribel Rico, Álvaro Camargo (Litocamargo), Jesús Sánchez, Claudia Pensamiento, William Barón (Linotipia Martínez), Zulammy García (Inversiones García Gracia), Erid Jimémez y Andrés Pardo.

En esa misma lógica, Coimpresores Bogotá desde julio dio inicio a un plan piloto para la implementación de la unidad de negocio de dotaciones y elementos de protección personal, un tema que compartimos y que esperamos que, al unir pedidos, logremos descuentos por volúmenes que les transferiremos a Asociados y clientes.

Si usted aún no ha sido contactado, pregunte a su asesor comercial de CIPB por los productos de dotaciones y elementos de protección personal. Pude agendar una cita para conocer de diseños, calidades y telas especiales para las necesidades de su empresa.

Nuevos productos

Continuando con la introducción de nuevos productos y luego de haber realizado pruebas con varios de nuestros Asociados, a finales de septiembre la Cooperativa empezó a comercializar planchas para CtP en las tres tecnologías: thermal, violeta y libre de químico, del fabricante Lucky Huaguang.

En nuestro portafolio también ofrecemos Cartulina Polyboard Pro Cup 1 & 2 side PE Coated Board para contacto directo con alimentos al calor y al frío.

También contamos con una nueva cartulina de excelente calidad y a precios favorables, llamada Cartulina Valdivia (reverso crema) del mismo molino de la Cartulina Maule.

Diplomado en *marketing* estratégico

Con el fin de seguir con nuestro plan estratégico en capacitación, el Consejo de Administración aprobó que siete funcionarios de la Cooperativa participaran del diplomado, con el fin de mejorar las relaciones comerciales y el mercadeo con nuestros Asociados y clientes. 🍀





Estandarización: elemento crucial para el éxito de la empresa gráfica

Por: Rainer Wagner, ingeniero gráfico de la Universidad München (Alemania), consultor, asesor y auditor en WPC WagnerPrintConsult (Alemania y Costa Rica).

Producir rápido, con eficiencia y calidad y, además, a bajos costos, es un imperativo en la actualidad. ¿Cómo hacerlo?

Me asusté durante un evento de la Cámara de Comercio e Industria de Bogotá llamado *Innovación para la MIPYME Gráfica*, hace unas pocas semanas. Acorde a la estadística presentada, solamente un 2% de las imprentas en Colombia trabajan de forma estandarizada. Pero lo peor era que de los restantes 98% de dueños de imprentas, solo un 5% ven como importante el tema de estandarización.

Mi respuesta ante esos datos: representan una severa malinterpretación de la real situación de producción y del negocio de una imprenta en estos tiempos de rápidos cambios tecnológicos digitales y de mercadeo digital (pasado: ventas) local e internacional. Aplicar todavía controles empíricos en los procesos de producción y en el manejo de los costos es gestión del pasado. Esa forma de pensar pone en peligro la existencia de la empresa gráfica a mediano y largo plazo (y plazo mediano hoy es solo un año, para entendernos bien).



Foto cortesía Rainer Wagner

En la realidad comercial –ya digitalizada– sin estandarizar no se puede realizar una producción rápida, eficaz, eficiente, de alta calidad, de color digital fiel, de alta productividad y de bajo costo. Ojo y no hablo de una sola estandarización, son varias a implementar en la imprenta como:

- *Processflow* o flujo de proceso: por ejemplo, bajo las normas ISO 12647, ISO 15311 o especificaciones técnicas como G7, FIRST 5.1, WAN-IFRA.
- *Workflow* o flujo de tareas: estandarización de tiempos y costos bajo propios estándares de la empresa.
- Estandarizaciones propias: impresión UV, papeles y cartones especiales, con procedimientos ISO 12647 y otras.
- Estandarización para automatizar la producción: acorde al flujo de producción, menos errores, más productividad, menos costos, mercadeo digital multicanal, Web2Print.
- Estandarización para aplicar un sistema de gestión computarizado: MIS (*Management Information System*), control de producción computarizado.
- Estandarización de los pasos de la producción gráfica: preprensa, prueba de color, CtP, impresión offset, flexo, digital comercial, embellecimientos digitales, terminaciones convencionales y digitales, entrega.
- Estandarización de los productos impresos: para mercadeo digital multicanal, *Web2Print*.
- Estandarización de los procesos de acabados convencionales y digitales.
- Estandarización general de los materiales e insumos de producción: producción convencional y en línea, tintas, solución de fuente, tóneres, fijadores, pegamentos, cintas, limpiadores, detergentes y mucho más.



Processflow

La más importante estandarización, sin ella no se puede manejar una imprenta con prensas convencionales o digitales multicolores de forma productiva. Siempre se necesitan valores estandarizados de producción, como densidades, aumento de valor tonal, contrastes de impresión, curvas características de compensación, valores espectrales como CIE Lab y ΔE CIE Lab, CMC, o 2000 para controlar el color y la producción, midiendo la calidad de impresión por medio del ojímetro con lupa, espectrodensitómetro, aplicación de control de calidad, por ejemplo bajo ISO 9001. Con esta estandarización se logra estabilidad en la reproducción fiel del color digital y cambios más rápidos entre uno y otro trabajo (alistamiento de máquina y visto bueno de colores) con el mínimo de errores posible.

Workflow

Es la segunda estandarización más importante en la imprenta. Se usan estándares propios de la empresa para estandarizar los tiempos y costos de producción. Es trascendental determinar los valores de los costos para calcular un trabajo. Igual de significativo es el control de los tiempos estandarizados para cada paso de la producción y contar con el costo real de la hora/máquina. Resulta esencial para implementar un sistema MIS de control computarizado de producción.

Nuevas tecnologías

El resto de estandarizaciones que necesitamos sirven para emplear tecnologías nuevas, como impresión offset avanzada HD, flexo HD e impresión digital comercial HD. Entre ellas se cuentan las nuevas tecnologías de embellecimientos digitales, que no se pueden implementar con éxito si no está controlado el proceso de impresión por medio de ISO 12647, aplicando la estandarización del processflow.

Foto cortesía Rainer Wagner



Mercadeo digital

Pero el tema actualmente más importante es el mercadeo digital multicanal por medio de centros de venta, en línea o no, por las redes sociales, por centros de llamada o de forma directa en línea para el cliente. Es muy necesario contar con esta columna adicional de ventas y así mismo de ingresos para la empresa gráfica.

Mercadeo digital significa también mantener dos sistemas de producción: el convencional y el sistema digital de ventas de productos estandarizados aptos para este tipo de venta, conocido por el termino *Web2Print*.

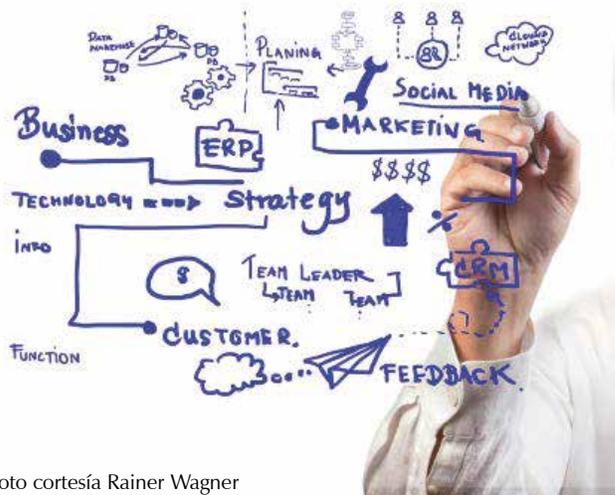


Foto cortesía Rainer Wagner

Sin todas estas estandarizaciones, es imposible implementar de forma exitosa Web2Print en la imprenta. La producción en línea jamás puede ser controlada de forma empírica. Los tiempos de entrega en la mayoría de pedidos son de horas. Así, resulta indispensable automatizar la producción.

Preocupación por ese 93%

Espero que ya usted entienda mi gran preocupación por los restantes 93% dueños de imprentas y empresas gráficas en Colombia que no son conscientes de estos tiempos digitales, de todas las tecnologías nuevas mencionadas y de que una gestión moderna de la producción con control de costos es imposible de implementar sin la estandarización. ©



El adecuado uso de los residuos: una responsabilidad ambiental

Por: Andrés Piñeros, periodista.

El cuidado del ambiente parte del buen manejo de los desechos industriales. Y esa es una de las políticas que promueve la Cooperativa de Impresores y Papeleros de Bogotá.

En cada instancia del proceso de impresión se van generando diferentes tipos de desechos y desperdicios. Por ello, se debe buscar optimizar su manejo, partiendo de seguir los listados de insumos y la consiguiente disposición de los que se consideran como residuos peligrosos.

“El primer paso debe ser la catalogación de los desechos buscando, especialmente, que estos sean tratados de manera cuidadosa, separados y manipulados de tal forma que afecten en la menor medida al ambiente”, precisa Leidy Güina, Coordinadora de Gestión Ambiental Gremial, quien se dedica a promover el cuidado ambiental entre los Asociados de Coimpresores Bogotá.

El manejo de sustancias químicas y los consiguientes sobrantes debe ser parte de las políticas tanto de los grandes como de los pequeños impresores. Sin embargo, suele suceder que las empresas de mayor tamaño cuentan con los equipos y el personal preparado para manejar las distintas sustancias y materiales que generan, mientras que los pequeños impresores no tienen la capacidad de adelantar estos procesos, por lo que la Cooperativa cuenta con programas para apoyarlos.

En todos los casos, una de las principales preocupaciones de la industria gráfica es el manejo de los vertimientos. Es decir, los residuos de las tintas que en muchos casos son vertidos al alcantarillado sin ningún cuidado, situación que puede generar sanciones por parte de la Secretaría de Ambiente. “Tanto los grandes como los pequeños generadores de contaminación por nivel de tintas, tóneres y limpieza de rodillos deben sellar los ductos para evitar que los líquidos contaminantes vayan al alcantarillado”, afirma Leidy.

Una de las alternativas para disminuir la carga contaminante en los alcantarillados es utilizar papeles que requieran menos cantidad de agua en su proceso de impresión como el stone paper. Otros mecanismos son la reutilización del agua, o emplear wypall para sustituir los trapos y así reducir el consumo de agua. Además, existen conductas ecológicas como la reutilización de los trapos de limpieza, que pueden pasar de ser útiles de cinco veces a diez. En las empresas debe haber, fuera de eso, un continuo seguimiento de los diferentes desechos.

La industria de la imprenta cuenta con una tabla donde se clasifican las empresas entre pequeños, medianos y grandes generadores de residuos, mientras entre los tipos de residuos existen los aprovechables, como los sobrantes de la guillotina, otros que pueden ser altamente contaminantes como los trapos, los sobrantes de tintas, los diluyentes y los





que se usan en los procesos de pre prensa, y además, otros desperdicios como las luminarias fundidas y las manchas de aceite, producto del goteo que generan las bandejas de la prensa.

Desechos industriales y no industriales

Coimpresores Bogotá cuenta con un programa de desechos de materiales que no están ligados directamente al negocio de la impresión. Se trata de las pilas o baterías, los computadores viejos y otros desperdicios que requieren de un adecuado manejo. “El transporte y almacenamiento son gratuitos”, dice Leidy Güiza, quien explica que inicialmente esta campaña se adelantaba dos veces al año y ahora solo una, ya que la cantidad de desechos ha disminuido.

Con gran orgullo, recuerda que en octubre de 2015 se alcanzó una cifra récord de 1.610 kilogramos de desperdicios con la participación de 23 empresas. Estos procesos se hacen de la mano de los Asociados, ya que ellos deben hacer un seguimiento, tanto del proceso de recolección como del bodegaje y la eliminación de los diferentes desechos.

El Decreto 1079 del año 2015 contempla la normatividad para el adecuado traslado de los desechos industriales. Desde las normas para el transportador, el seguimiento de corresponsabilidad, las técnicas y el manejo de lodos hasta llevarlos a la planta de tratamiento.

Empresario: infórmese sobre la normatividad ambiental y los planes que la Cooperativa tiene para apoyarle. En la Coordinación de Gestión Ambiental Gremial recibirá las orientaciones necesarias.

Desde hace dos años las empresas vienen haciendo informes de sostenibilidad, manejo ambiental en pro del ahorro de energía y el óptimo uso del agua. Para el desarrollo de estos procesos, la Secretaría de Ambiente del Distrito adelanta un plan de gestión empresarial, que se apoya en un boletín con el cual se difunden las respectivas campañas. Aunque no existe un sello verde para garantizar la calidad de los procesos, cada día hay más conciencia acerca del manejo de los contaminantes.

Capacitación ambiental

Una de las principales exigencias para las industrias tiene que ver con la capacitación del personal en cuanto al manejo de sustancias tóxicas. Allí se deben aplicar normas sobre el manejo de vertimientos, de acuerdo a la Resolución 631, Decreto 3930 de 2010. “El no cumplimiento de los niveles de vertimientos puede llevar a multas, al cierre de empresas o hasta a cárcel para los responsables”, precisa la Coordinadora de Gestión Ambiental Gremial de la Cooperativa.

La normatividad contempla 18 puntos de obligatorio cumplimiento y el plan de manejo de residuos exige no mezclar los vertimientos de tipo doméstico, que son inertes y no industriales, con los de las empresas gráficas. Este proceso es verificado por las autoridades del Distrito, quienes comprueban, a través de sus técnicos, que en las cajas de aguas negras se cumpla con la norma; es decir, que no se hayan vertido líquidos tóxicos, los cuales se deben guardar en canecas para luego darles una correcta disposición final.

Una de las dificultades que enfrenta la industria gráfica es que hay un constante cambio de normas, lo que complica el adecuado cumplimiento de las disposiciones y lleva a que, en algunos casos, el industrial se dé por vencido y deje de seguir con las disposiciones. Debido a ello, los empresarios deben adelantar un proceso permanente de instrucción hacia sus operarios y realizar un control de toda la línea de procesos dentro de la empresa. En este sentido, Coimpresores Bogotá ha venido adelantando actividades de capacitación, dirigidas especialmente a las pequeñas empresas, para llevar a cabo controles y políticas ambientales. 





¡Vertimientos!, ¿tenemos el mismo problema?

Por: Ruth Elisa Castro Cerón, Directora de Sostenibilidad en Tecniamsa S.A. E.S.P.

Los empresarios están a tiempo de definir cómo técnicamente darán cumplimiento a la nueva norma.

Escribir sobre normatividad ambiental para una revista especializada, con lenguaje sencillo, conciso y claro, a fin de que el artículo se convierta en herramienta para que los lectores interesados en el tema evalúen cómo se están preparando para darle cumplimiento, fue complicado.

Al tomar acciones antes de que se ponga en marcha la norma sobre vertimientos, al igual que muchos de ustedes, me he sentido en una encrucijada. Cumplir el anterior Decreto 1594 del año 1984 era una tarea relativamente “fácil” para las industrias con cargas contaminantes altas, pero en mi caso debí superar una situación compleja, ya que una planta con un efluente residual doméstico, con un sistema de tratamiento básico compuesto por una trampa de grasa y un pozo séptico, no cumplía ni la 1594, ni la nueva norma, así que fue intenso el trabajo de ajuste de esa planta para que cumpliera con lo dispuesto por las autoridades.

Creo que posiblemente estén experimentando el mismo escenario en otros sectores de la economía y puede ser el caso en el sector gráfico, cuyos rangos de carga contaminante en sus vertimientos, cuando tienen un buen control en la fuente, son tan pequeños que difícilmente se obtienen porcentajes de remoción del 80% y que por pocos miligramos estaríamos haciendo magia para cumplir la nueva norma.

Ahora bien, para aquellos neófitos en el tema o que necesitan de acotaciones para entender como están sus empresas frente a la nueva norma de vertimientos, planteo el contexto.

La norma de vertimientos actualiza los decretos 1594 de 1984 y 3930 de 2010, que fueron derogados por la Resolución 631 de 2015. Sin embargo, hoy debemos hablar de esa resolución y del Decreto 1076 de 2015 *Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible*, capítulo 3 (ordenamiento del uso hídrico y vertimientos), particularmente de la página **343**—lo subrayo, lo pongo en negrilla y cursiva, muy resaltado para que cuando consulten el Decreto lleguen directamente allá, porque entre 653 páginas puede resultar dispendioso buscar lo que se necesita en este compendio—.

No obstante, en este artículo nos centraremos en la Resolución 631 de 2015, que en términos técnicos establece las características físico-químicas del vertimiento que se va a descargar a las aguas superficiales o al alcantarillado público, las cuales fueron fijadas para 73 actividades productivas de ocho sectores económicos del país. En dicha Resolución, si nos dirigimos a la página 15, tenemos el artículo 13, que atañe a las actividades de fabricación y manufacturas de bienes, más adelante encontraremos las cargas permisibles para imprentas y litografías; este tipo de industrias deberán medir 35 parámetros, 18 con límite máximo permisible y 17 que solo se reportan para control de la autoridad ambiental competente. Así, la tarea más difícil va a ser tratar de disminuir las cargas en los metales y metaloides presentes en sus vertimientos.

El primer interrogante que aparece es cuándo se debe cumplir con dichos estándares, para aclararles a los que aún no lo tienen claro: aquellos que tenían permiso de vertimientos y siempre cumplieron, tienen hasta el primero de enero de 2018, y quienes tenían permiso de vertimientos, pero no estaban cumpliendo, tienen hasta el 1 de julio de 2017, si la empresa no pasó un plan de reconversión a tecnologías limpias.



En cuanto a qué hacer para cumplir dichos estándares, creería que ahí está el dilema de muchos. En mi caso he tratado dar respuesta proponiendo varias opciones:

- Invertir una cantidad considerable de dinero para la implementación de una planta de tratamiento eficiente que



nos lleve al cumplimiento de los estándares permisibles. Esta es una opción algo onerosa.

- Implementar tecnologías de producción limpia, uso de productos que no generen residuos peligrosos, lavados en seco u otras alternativas que disminuyan las cargas contaminantes en los vertimientos para que las plantas de tratamiento cumplan con dichos estándares. Podría ser una opción.
- Disponer dichas aguas residuales en terceros que cumplan con la norma o buscar empresas que no tengan dicho inconveniente.

Por ejemplo, Tecniamsa certifica que sus efluentes de la planta de tratamiento, después de pasar por procesos tecnificados de depuración, son evaporados en sus sistemas de incineración. De este modo, en lo ambiental, quienes disponen sus vertimientos a través la empresa no tienen que preocuparse por la contaminación que puedan generar a cuerpos de agua superficiales, o si Tecniamsa cumple o no la nueva norma.

Ahora bien, si ustedes tienen como opción que las aguas son completamente recirculadas en el proceso y no se generan vertimientos, recuerden formular el plan de contingencia y el plan de gestión del riesgo del vertimiento —claro

que lo anterior es a discreción de la autoridad ambiental competente—.

La buena noticia es que aún nos quedan varios meses para estudiar y analizar como técnicos cuál opción tomamos para solucionar el problema, pero la misma deberá ya estar comprada, instalada e implementada en los plazos que da la norma, para así evitar multas por extensión, persistencia, recuperabilidad y reversabilidad de la afectación ambiental, según sea el caso. 🌱

¡Pilas con los plazos para cumplir la nueva norma!

- **Primero de enero de 2018: empresas con permisos de vertimiento que siempre cumplieron.**
- **17 de julio de 2017: empresas con permisos de vertimiento que no cumplieron y no presentaron plan de reconversión a tecnologías limpias.**



Certificado No. SC 4015-1



En estos 30 años hemos realizado muchas campañas exitosas para importantes empresas dentro y fuera del país; nuestra trayectoria y experiencia es garantía a nuestros clientes del éxito en sus proyectos.



Desde sus inicios en 1986 Arte Litográfico, ha trabajado con la premisa de ser una nueva alternativa en el mercado de las artes gráficas en Colombia, es por eso; que permanentemente estamos invirtiendo en el desarrollo de soluciones en materia de impresión. Nuestra tecnología de punta nos ha permitido adelantarnos a las necesidades de nuestros clientes, utilizando los equipos más modernos en máquinas de impresión offset; las últimas versiones de Heidelberg, en máquinas impresoras 74 5XL, impresión digital y gran formato, impresión de rígidos y servicio de acabados totalmente elaborados in house, para cumplir plenamente las necesidades gráficas de nuestros clientes. Una de nuestras principales ventajas competitivas es la planta de producción de 5000 m² con todos los procesos “in-house”, garantizando a nuestros clientes beneficios tales como; agilidad en tiempos de entrega, precios competitivos, confidencialidad y excelente calidad.

Nuestro principal activo es nuestro recurso humano, que es un selecto grupo de profesionales, que permite plantear a nuestros clientes soluciones innovadoras que le aportan valor a su negocio y a sus planes de mercadeo, de igual forma nuestros proveedores estratégicos como son Coimpresores Bogotá; que por más de una década nos ha apoyado de manera impecable para el desarrollo de nuestros proyectos garantizando los mejores resultados.

El mejoramiento continuo de Arte litográfico ha logrado que desde el año 2006 contemos con la acreditación ICONTEC en su versión ISO 9001-2008 en calidad.

Este año se cumplen 30 años de una empresa que nació con muchas expectativas y ahora son realidades de toda la comunidad gráfica de Arte Litográfico.



El SG-SST: una metodología de mejora continua enfocada en detección y prevención

Por: Juan Manuel Pascagaza Rodríguez, Ingeniero máster en gerencia de procesos (IEP Madrid, España), Gerente General de Productivity Consulting Group PCG.

Evitar accidentes y enfermedades laborales reduce el ausentismo de los empleados y los costos de la empresa.

Los sistemas de gestión son metodologías que permiten implementar herramientas para obtener mejoras en las diferentes actividades realizadas en todo tipo de negocio. Por ello, todo sistema de gestión debidamente documentado e implementado en una organización, debe aportar directamente a una reducción de los costos de los procesos y debe estar diseñado para adaptarse a la empresa y no la empresa adaptarse a estos sistemas.

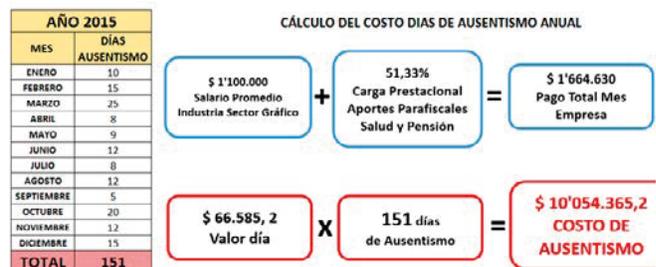
Un sistema de gestión cuenta con un objetivo principal; por ejemplo, un Sistema de Gestión de Calidad tiene como objetivo la satisfacción de los clientes, mediante la mejora continua de los procesos definidos en la organización; para el caso del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, SG-SST, su objetivo principal es minimizar los riesgos en las actividades de la empresa, a fin de evitar incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades laborales, además de velar por la integridad de los activos físicos de la organización.

La implementación del SG-SST permite que los pequeños, medianos y grandes empresarios aumenten la disponibilidad del talento humano en su organización, mediante la reducción de los ausentismos generados por las diferentes incapacidades que se pueden presentar en las actividades diarias en las empresas.

Para asociar cómo el SG-SST aportaría a una mejora económica para nuestra compañía, podemos tomar como ejemplo los ausentismos generados por diferentes incapacidades que se han presentado en la Empresa X (sin importar su clasificación), y así poder observar los costos que asumió el empresario por la falta de talento humano en la operación.



Ejemplo cálculo costos de ausentismo anual¹



Fuente: Cliente Bajo Contrato Confidencialidad con PCG

Para el caso del ejemplo anterior, la implementación del SG-SST buscará como objetivo identificar las fuentes de riesgos de salud y seguridad y reducirlos al máximo, para evitar costos que no permitan el crecimiento de la organización.

¹Cabe aclarar que no se incluyó el costo del talento humano que se debió contratar para suplir la falta de la persona o personas, lo cual aumentaría el costo.



Por otro lado, el SG-SST no solo vela por el bienestar de todas las personas que interactúan con el objeto social de la empresa, todas las personas que interactúan con el objeto social de la empresa, también busca definir herramientas y metodologías que protejan los activos físicos de la empresa (máquinas, instalaciones, equipos, herramientas, etcétera) mediante la planeación de inspecciones y verificaciones que permitan identificar condiciones irregulares de operación y eviten daños locativos y en los equipos utilizados para la operación de la empresa.

Para tener en cuenta

Según cifras 2015 de la Organización Internacional del Trabajo de las Naciones Unidas, cada 15 segundos, 153 trabajadores tienen un accidente laboral; se presentan más de 317 millones de incidentes y accidentes en el trabajo anualmente en el mundo y más de 80% de estos se convierten en ausentismo directo para cada una de las organizaciones. Esta adversidad diaria genera costos enormes y se estima que la carga económica debido a prácticas incorrectas de seguridad y salud equivale a 4% del PIB global cada año.

Gracias al componente de integración de los diferentes sistemas de gestión, la implementación del SG-SST permitirá, a las empresas que aún no estén familiarizadas con las metodologías de los sistemas de gestión, fundamentar las bases para implementar otros tipos de sistemas como lo son: Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), ISO 9001, ISO14000, o requisitos específicos de los clientes.

A su vez, para las empresas que ya estén familiarizadas con otros sistemas de gestión, el SG-SST es y debe ser completamente integrable, con el objetivo de aprovechar al máximo los recursos de la empresa.

Es de vital importancia que todo sistema de gestión se encuentre orientado a generar planes de mejora continua, los cuales deben impactar directamente en el estado de pérdidas y ganancias de las organizaciones. Aunque el SG-SST es un requisito exigido por las autoridades, su implementación permitirá obtener grandes beneficios a las empresas que interioricen la metodología. ●





DESAFIAMOS LOS LÍMITES. BUSCANDO LA PERFECCIÓN



- Molino de papel esmaltado más grande en del Mundo: Incorporado el 18 de mayo de 1997.
- Inversión inicial: US\$ 3.53 billones.
- Capacidad de producción anual: Superior a 2.2 millones de toneladas.
- Área total: 5.33 km2.
- Tres líneas de producción.



HI-KOTE

CARACTERÍSTICAS

- **Brillante**

Brillo superior, terminado liso, superficie suave, facilidad de lectura, color azulado y excelentes características de resistencia.

- **Matte**

Terminado seda, superficie suave y exquisita, facilidad de lectura, color azulado con excelentes características de resistencia.

PESO BASE

Brillante: 90gsm – 350gsm

Mate: 90gsm – 350gsm

MÉTODOS DE IMPRESIÓN

Offset, flexografía y tipografía.



Sostenible. Ecológico y Biodegradable



HI-KOTE
HIGH PREMIUM COATED





Lecciones aprendidas a punto de culminar el proyecto de implementación NIIF

Por: Equipo Coordinación Proyecto Implementación NIIF (Johana Rodríguez Merchán y Camilo Guerrero Rodríguez) y Baker Tilly Consulting Ltda. (Néstor Uribe).

Empoderar a las empresas para que implementen las Normas Internacionales de Información Financiera ha sido un proceso exitoso, del cual quedan valiosos aprendizajes para todos los participantes en esta iniciativa de CIPB.

Desde septiembre de 2014, la Cooperativa de Impresores y Papeleros de Bogotá viene ejecutando y dirigiendo a través de un comité incidental, el proyecto de implementación de Normas Internacionales de Información Financiera, NIIF, creado para hacer frente al proceso de convergencia en que se encuentra Colombia hacia estándares internacionales. La unión de 47 empresas entre Asociados y clientes permitió acceder, con un costo preferencial e inferior a más del 50% del precio de mercado, a los servicios de la firma consultora Baker Tilly Consulting Ltda.

En el presente año, se dio inicio a la fase de implementación, en concordancia con el cronograma de aplicación del nuevo marco normativo (Ley 1314 de 2009), que aclara que a partir del 1° de enero de 2016 inicia el período de aplicación obligatoria y esto incluye la contabilidad oficial, los libros de comercio y la presentación de estados financieros. En esta fase, las empresas participantes con acompañamiento de Baker Tilly Consulting trabajaron sobre la elaboración de sus estados financieros no comparados con corte al 31 de diciembre de 2015 con sus respectivas notas y revelaciones.

NIIF y realizando los ajustes conforme las políticas contables aprobadas por la administración y que fueron ajustadas a su modelo de negocio, a fin de que en la última fase del contrato correspondiente al Aseguramiento, que se realizará en el primer semestre del año 2017, se elaboren los estados financieros comparados, que deberán presentarse con cortes a 31 de diciembre de 2016 y 31 de diciembre de 2015.

Las NIIF, bien implementadas, se convierten en un factor diferenciador, que da confiabilidad en los mercados internacionales.



Sensibilización estados financieros no comparados.

¿Qué es necesario para avanzar con éxito hacia las NIIF?

Por último, durante el avance de este proyecto se identificaron factores críticos para alcanzar su éxito en las empresas:

- Se requiere mayor compromiso y participación activa de la gerencia, especialmente para actividades de toma de decisiones como la definición de políticas contables, cambios funcionales y cambios tecnológicos con sus proveedores de software.
- Para ello, la administración tiene dos responsabilidades: garantizar la presencia en las sesiones de entrenamiento y al interior de las empresas, e integrar a los proveedores del software con el equipo contable para garantizar que sus aplicaciones responden a los requerimientos de NIIF.

De esta manera, se logra mantener un proceso de aprendizaje continuo por parte de todos los involucrados, donde las NIIF, además de ser una obligación puedan verse como una oportunidad para los profesionales en contabilidad y como un elemento que facilita la participación de la empresa en los mercados internacionales, generando credibilidad y ventaja en el acceso a oportunidades de inversión extranjera, máxime cuando las políticas de gobierno colombianas se encaminan hacia la globalización y la firma de nuevos tratados comerciales. 🌐



Así ha sido nuestro proceso de sucesión

Por: Esther Guzmán C., Gerente General de Editorial Kimpres S.A.S.

Más allá del relevo generacional permanecen los valores que marcan la historia de una empresa y su impacto en la sociedad.

La historia de mis padres –supongo que muy similar a otras– nace de la idea de emprender su propia empresa; no sé si igual o diferente a muchos, pero sí con el deseo de dejarles algo a sus hijos y sobre todo el sueño de la continuidad, de la perpetuidad de su obra. Precisamente es en este punto donde realmente encuentro posibilidad real o no de sucesión. En nuestro caso, desde los fundadores, se gesta el profundo deseo de que nosotros como sucesores continuemos con su obra, que nació con el fin noble de construir un mejor país.

Para profundizar en el tema, retrocedo a los primeros tiempos de vida y gestión de la empresa, los cuales estaban enmarcados en un desempeño un poco artesanal e informal, que fue evolucionando en su infraestructura y tecnología de acuerdo a las necesidades y demandas del mercado y, ante todo, según la visión de sus socios. Sin embargo, aquella informalidad fue frenando la evolución y el desarrollo pujante de la misma empresa en áreas del negocio, situación que empezó a requerir cambios.

Conscientes de la realidad que se estaba presentando y ante la decisión libre por parte de nosotros, los sucesores, de continuar con la empresa, se fue dando de manera progresiva nuestra vinculación oficial, iniciando con la responsabilidad de cargos operativos (acabados, producción, cotizaciones) y luego poco a poco, en la medida que nos íbamos capacitando, asumiendo cargos directivos.

Una vez involucrados en la operación, vimos la necesidad de saber cómo se manejaba “el poder” y fue entonces cuando tomamos la decisión de iniciar una consultoría especializada en proceso de sucesión para entender cómo debíamos actuar en los diferentes roles: empleados e hijos, pero más adelante nuestro rol de socios, ya que parte de este proceso exigió la



Esther Guzmán, gerente general Editorial Kimpres.

necesidad de ceder y asumir la responsabilidad accionaria en parte de la empresa.

Nuestro papel como sucesores trascendía lentamente en la medida que se podían implementar nuevas ideas; dentro del proceso inicial se logró mayor documentación y formalización de los procesos. Mediante asesorías externas, se trabajó fuertemente en la definición de una planeación



La empresa de la familia Guzmán tiene más de tres décadas en el mercado.

estratégica, un cambio de estructura para definir claramente las responsabilidades y los responsables, entre muchas otras cosas que realizamos. Sin embargo, en un momento los sucesores tomamos la decisión de estudiar fuera del país y esto obligó a incorporar en la compañía un “gerente externo”, hecho que aunque en su momento chocó totalmente con los fundadores, poco a poco permitió prepararnos el camino para que al volver tuviéramos posibilidad real de liderar la empresa.

Preparación académica, responsabilidad asumida paso a paso y desde abajo, consultoría externa y mucho empeño, son características de una exitosa sucesión en las empresas familiares.

El tiempo fue pasando y la tarea aumentando... Y al regresar, nos encontramos frente a retos más exigentes que nos obligaron a actuar rápidamente, dejando a un lado las peleas y diferencias para centrar nuestros esfuerzos, tiempo

y recursos en lograr un crecimiento económico, hecho que nos implicó tomar decisiones en conjunto, como incursionar en el campo digital, descubrir nuevos mercados, lograr certificaciones y dar pasos en el mundo de la innovación y la búsqueda de alianzas.

Hace tres años que nuestros padres dejaron de asumir funciones al interior de la empresa. Por lo tanto, rendimos cuentas a través de un órgano de gobierno denominado Consejo de Administración, en donde cada dos o tres meses se presentan los resultados y el seguimiento a tareas pendientes.

Todo esto nos ha hecho ver que como sucesores tenemos un amplio campo de acción que nos exige enfrentarnos a infinidad de retos y que no solo nos proporciona la satisfacción de ser útiles y lograr ejercer nuestras profesiones, sino que también nos llena de orgullo al sentir que aún se continúa esta obra que nació con principios nobles y transformadores para la sociedad.

Ciertamente hoy la situación de crisis e incertidumbre del sector nos obliga a tener una mirada más amplia que a pesar de traer un cambio sustancial en muchos aspectos, no modifica la esencia de lo que ha sido y será Editorial Kimpres S.A.S. 



La importancia de los sucesores en el liderazgo de los proyectos de empresas familiares

Por: Jenny Carolina Caviedes Gómez, Jefe de Calidad Impresos JC

El cambio es la constante en el mundo empresarial y las generaciones siguientes están dispuestas a afrontarlo.

Para nadie es un secreto que nuestras empresas familiares han ido creciendo de una manera inesperada y con ello han tenido que ir cambiando sus modelos de negocio. Por eso es importante entender que la industria demanda cambios inesperados que conllevan a transformar la mentalidad de quienes están a la cabeza de las organizaciones.

Es aquí donde se debe ver reflejada la pujanza y preparación de aquellos sucesores que son parte de la alta dirección, este es el espacio en el que cada sucesor debe hacer huella en el desarrollo y crecimiento de la empresa; es el momento de demostrar que se puede seguir con un legado, pero mejorado, acorde con el cambio que demanda el paso del tiempo. En este instante es cuando los sucesores deben ayudar a surgir las empresas, buscando y entendiendo los enfoques que la evolución y el Estado buscan.

Muchas de las empresas mueren en el intento de lograr dos cosas fundamentales: la sucesión y el crecimiento. En el caso de nuestra compañía, he liderado desde hace diez años un proyecto de evolución interna con el fin de que su estructura sea mucho más eficiente y que nuestro trabajo se vea reflejado en su crecimiento. Desde hace ese tiempo, la empresa se ha ido preparando para los diferentes cambios organizacionales y normativos que obligan, de una u otra forma, las autoridades y el mercado en general para poder seguir a flote en esta industria tan competitiva y desleal.



Jenny Carolina Caviedes Gómez, Jefe de Calidad Impresos JC.

Por esta razón, el proyecto de mejora continua en nuestros procesos ha ayudado a que nuestra estructura esté cobijada bajo una idea latente de ISO 9001 que con los años se ha vuelto una pieza clave para poder involucrarnos en normativas más grandes, como lo son gestión ambiental, BPM y SG-SST, que aunque para el otro año son obligatorias, en nuestra empresa han sido el pilar para mejoras en el diario vivir; prácticas básicas que de no haber sido lideradas de alguna forma por un sucesor y acompañadas por nuestros colaboradores no habrían rendido los frutos que hoy se ven reflejados en el entorno.

Para los fundadores es importante saber que poco a poco los sucesores seguimos sus pasos con el fin de lograr mantener o hacer perdurar su negocio; para ellos es claro que todo cambia, pero que parte de ese cambio está en dejar de asumir todos los roles dentro de la empresa y empezar a delegar parte de su control a jóvenes, quienes a pesar de no tener la suficiente experiencia –como ellos sí la poseen– pueden ir tomando las riendas del negocio, con la ventaja de que traen consigo el valor académico y las ganas de superación.

Ser sucesor en una empresa familiar no es tarea fácil y mucho menos lograr que sus conocimientos sean recibidos de la mejor manera; lo que sí es acertado es decir que los sucesores son los que dan el impulso al empresario para seguir creciendo, para que la organización salga de la zona de confort en la que se encuentra actualmente; son la pieza importante para que los proyectos de innovación y emprendimiento que se quieran realizar tengan el resultado esperado.

“Un pequeño esfuerzo es el mejor sustituto para las excusas”, Donald Trump.

Actualmente nuestras empresas deben tomar conciencia de los cambios que se avecinan, hay que iniciar un proceso fuerte de implementación de sistemas en los cuales la participación de los fundadores, sucesores y colaboradores es vital para que las empresas sigan siendo competitivas. Ir a la velocidad con la que cambia el mundo es el ideal, pero ir adelante de esos cambios es la clave para llegar al éxito. 🌱

Perspectiva sobre la implantación del SG-SST

Por: Carlos Guillermo Rozo, Gerente de Operaciones
de Editores Gráficos Colombia.

Lo que aparentemente representa un beneficio exclusivo para los trabajadores es también una oportunidad para que las empresas sean más productivas.

A principios del siglo XIX vivió un hombre a quien siempre se le conoció por ser curioso e inventivo. Él tenía el deseo de crear la fórmula para que el caucho pudiera resistir el calor. Pasaron años sin poder lograr el más mínimo resultado, y los recursos de la familia se agotaban en intentos fallidos y prototipos inútiles. La situación llegó a tal punto que Clarissa, su esposa, le prohibió rotundamente seguir con sus pruebas, alegando que de seguir así podrían terminar en la ruina y con las manos vacías. A pesar de las advertencias y gracias a su espíritu de científico insaciable, decidió seguir haciendo sus pruebas en la casa, aprovechando las constantes ausencias de Clarissa.

Cierto día, él se encontraba experimentando en la cocina con caucho y sulfuro, cuando al alzar la mirada, por la pequeña ventana, vio que su mujer se aproximaba. Claramente, él se 'vio obligado' a ocultar su experimento y lo primero que se le ocurrió fue esconderlo en el horno; allí depositó sus mezclas y esperó a que no hubieran moros en la costa para seguir trabajando. Clarissa no lo descubrió y el plan tuvo un resultado inesperado, ya que el horno estaba prendido! Este hombre se llamó Charles Goodyear y en ese instante descubrió el caucho vulcanizado. Lo demás es historia.

Hago el símil del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, SG-SST, con Clarissa. La norma puede ser esa 'Clarissa', esa 'piedrita en el zapato', eso que quizás nos haga 'meter algo en el horno' y que resulte otra cosa totalmente inesperada como, por ejemplo, poder afectar positivamente nuestra productividad y rentabilidad. ¿Por qué no?

Las empresas vemos el SG-SST como algo que "nos toca hacer", algo engorroso, más aún si en nuestras empresas tenemos índices bajos de accidentes o enfermedades, y además, si tenemos protocolos y políticas de seguridad ya establecidas. La obligatoriedad de la norma tiene el único objetivo de proteger la salud y la integridad de los empleados y, por ende, la salud de los colombianos.



Carlos Guillermo Rozo, Gerente de Operaciones de Editores Gráficos Colombia.

La implantación obligatoria de la norma es una de las formas en que el Estado asegura y protege el bienestar de los colombianos y apoyo totalmente esta política pública. Tenemos la percepción de que los beneficiados serán únicamente los empleados y que los empresarios tendremos que invertir para lograr la implantación exitosa del sistema. Ahora bien, ¿qué pasaría si el beneficio, que pensamos será solo para los empleados, logra convertirse en un beneficio incluso mayor para las empresas?

El caso de Charles Goodyear, quien por temor y equivocación descubrió un método que cambió para siempre la movilidad de los seres humanos, impulsa a reflexionar sobre aquello que acaso jamás se nos cruzaría por la mente, pero puede traernos beneficios inmensos.

Creo que las compañías deben ver la norma como una oportunidad para mejorar sus estándares de calidad, ser más competitivas y generar un mayor sentido de pertenencia dentro de las mismas, aparte de simplemente asegurarse de reducir accidentes o enfermedades laborales. Tengo la firme convicción de que la seguridad y la protección de nuestros empleados van más allá de simplemente proteger su integridad. El reto de los gerentes está en hacer uso de las herramientas e indicadores propios de la norma para vincularlos con la brújula organizacional y alinearlos con los objetivos de productividad y mejoramiento de la empresa.

Hay una tendencia mundial, impulsada por multinacionales como Google, Facebook o Amazon, donde se propende por ser empresas 'felices', es decir, que se preocupan por tener ambientes felices, personas felices y espacios felices. Pero, ¿es esta tendencia simplemente una política altruista de dichas organizaciones?, ¿o quizás quieren que sus clientes los perciban como 'empresas socialmente responsables'? Pues NO. Mathew Killingsworth, científico de Harvard, nos prueba que la felicidad se relaciona directamente con la productividad de las personas y, por tanto, con la productividad de las compañías. En resumen, para estas grandes multinacionales, la felicidad es utilidad. Y si ellos lo hacen, ¿por qué nosotros no? Creo que otro gran reto de los gerentes hoy en día es ser líderes de personas felices y el primer paso es asegurar el bienestar de nuestros empleados. La norma nos brinda la posibilidad de acogerlos y demostrarles cuán valiosos son para nosotros.

A veces las circunstancias nos obligan a reaccionar hacia cosas que no teníamos en mente, pero dichos giros pueden significar un cambio sustancial y totalmente provechoso, además de inesperado. Si Clarissa no le hubiera prohibido a Charles Goodyear seguir con sus experimentos, no sé cómo se moverían nuestros vehículos en la actualidad, o los de la Fórmula 1 o Nascar.

Tal vez en unos años, nos preguntaremos: ¿cómo hacían antes las empresas para funcionar sin el SG-SST? 🍀



Para Carlos Guillermo, "las compañías deben ver la norma como una oportunidad".



Cooperativas por Colombia, ¡nuestro aporte para la paz!

Por: Carlos Ernesto Acero Sánchez, Presidente Ejecutivo de la Confederación de Cooperativas de Colombia.

Un programa de Confecoop que busca consolidar a estas organizaciones solidarias como gestoras de desarrollo humano y social con equidad.

En Colombia, desde hace muchos años, muchas cooperativas trabajan en los territorios con la lógica del desarrollo socioeconómico basada en la organización de las comunidades, la cooperación económica y la solidaridad, que les ha permitido crear empresas de propiedad colectiva con las cuales contribuyen a fortalecer los aparatos productivos locales y regionales, estimular el ahorro y el crédito popular y autogestionar su desarrollo y bienestar.

Esas cooperativas han generado empresas patrimonialmente fuertes, cuyos beneficios y retornos han servido para que sus asociados y sus familias hayan alcanzado mejores niveles de bienestar social, calidad de vida y acceso a servicios que, de otra manera, no hubieran podido tener, o de lograrlo, hubiesen tenido que asumir con mayor costo económico.

El acceso a crédito para financiar líneas sociales (salud, educación, vivienda, recreación, aseguramiento, solidaridad, entre otras) en condiciones mejores a las del mercado (tasas de interés subsidiadas), la preocupación permanente por la formación y capacitación de los asociados y la promoción de programas sociales con los diferentes grupos de interés al interior de la cooperativa (mujeres, pensionados, jóvenes y niños, etcétera), son algunas de las acciones cooperativas que comprueban a diario y en favor de millones de personas el auténtico poder de la cooperación.

Acuerdo de paz abre oportunidades enormes para las cooperativas

El papel de las cooperativas en el posconflicto se convierte en esencial, pues definida una política pública adecuada,



informada la sociedad sobre los beneficios de asociarse en cooperativas y la gestión de estas organizaciones con base en sus valores y principios, las convierten en un instrumento de inclusión y desarrollo muy poderoso para superar los factores de inequidad y la histórica desigualdad en que hemos vivido los colombianos.

El Acuerdo de Paz supone un nuevo escenario de promoción, fortalecimiento y consolidación de las cooperativas en nuestro país. El primer punto del mencionado Acuerdo, Hacia un nuevo campo colombiano. Reforma Rural Integral, establece las bases para una transformación estructural del campo y crea condiciones de bienestar para la población rural con el fin de contribuir a la construcción de una paz estable y duradera.

En desarrollo de este propósito, el Acuerdo establece una serie de estímulos a la producción agropecuaria y a la economía solidaria y cooperativa, que deberán concretarse en un Plan Nacional de Fomento a la Economía Solidaria



y Cooperativa Rural, el cual servirá de marco general de trabajo para el Gobierno en los próximos años y que estará acompañado de un ajuste normativo cuyo trámite, de acuerdo con el Acto Legislativo N°1 de 2016, deberá adelantarse dentro de los seis meses siguientes, contados a partir de la refrendación popular del Acuerdo.

Consecuente con ese nuevo horizonte, la Confederación de Cooperativas de Colombia, Confecoop, impulsa desde finales de 2015 el Programa Cooperativas por Colombia 2016-2020 ¡Nuestro aporte para la paz!, cuyo objetivo es que, en 2020, las cooperativas nos consolidemos, en los territorios y en el país, como gestoras del desarrollo humano y social con equidad, para contribuir a una paz sostenible y avanzar contra la desigualdad.

Este Programa promueve la presencia cultural, la importancia socioeconómica, el circuito cooperativo y solidario, la presencia en la esfera pública y el fortalecimiento institucional del movimiento cooperativo colombiano. Para alcanzar tal objetivo requerimos del compromiso y la voluntad política de todas las cooperativas colombianas y de sus directivos y dirigentes. Son ellas (las organizaciones) y ustedes (los dirigentes y asociados) quienes podrán hacer realidad ese gran propósito cooperativo.

Según se estableció en el Acuerdo de Paz, las cooperativas desempeñarán un papel fundamental durante el posconflicto, organizando a los grupos sociales para orientarlos hacia el desarrollo y demostrando, una vez más, el auténtico poder de la cooperación.

Cooperativas: una oportunidad para el desarrollo local y regional

Las cooperativas han demostrado su eficacia e impacto en el desarrollo local y regional. Organizar comunidades o grupos sociales en torno a la producción agropecuaria o la transformación de materias primas en nuevos productos, genera polos de desarrollo y mejora las condiciones de ingreso, trabajo, producción y bienestar de las personas en los territorios.



¡Nuestro aporte para la paz!

La participación de las cooperativas de producción en cooperativas de segundo grado encargadas del transporte y la comercialización de los productos transformados, la prestación de servicios de asistencia técnica por profesionales asociados en cooperativas, el impulso a las redes de servicios cooperativos para adelantar compras comunes o para ampliar la cobertura y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos, son algunas de las posibilidades que ya se están desarrollando en diferentes regiones del país y que han permitido consolidar procesos sostenibles y un mayor acceso a mercados en condiciones favorables.

Si las cooperativas colombianas han podido avanzar en medio del conflicto armado y de la exclusión social y económica en la que ha estado el país por décadas, imaginemos por un momento lo que podrían hacer en un entorno de tranquilidad social, seguridad y desarrollo.

Estas ideas son parte de nuestra propuesta para la sociedad y para el Estado. También son un llamado a los casi seis millones de asociados y a las cerca de cinco mil cooperativas que hoy existen en Colombia. Las oportunidades que vienen para las cooperativas son grandes y necesitamos del compromiso, la convicción y el trabajo de toda nuestra base social, y la visión y claridad de nuestra dirigencia cooperativa. **C**

Cometa: cooperativa comprometida con lo rural

Por: Gerardo Cárdenas, Gerente de Cometa Global Cooperativa Multiactiva.

Una organización solidaria que le apuesta al cambio de la sociedad.

Desde su creación en Bogotá, a mediados del año 2012, Cometa Global Cooperativa Multiactiva ha mantenido un particular interés en la promoción y el apoyo a la creación de diferentes formas asociativas en el sector rural colombiano.

Indudablemente dicho interés ha estado jalonado siempre por la posibilidad de culminar el proceso para la terminación del conflicto armado en Colombia, cuyo inicio fueron los acuerdos firmados en La Habana. El acuerdo número 1 titulado Hacia un nuevo campo colombiano: Reforma Rural Integral plantea que el Gobierno estimulará la economía solidaria y cooperativa como medio para canalizar recursos y servicios a la población rural, que apoyará a las organizaciones comunitarias existentes y que implantará el plan nacional de fomento a la economía solidaria y cooperativa. Considera el acuerdo que promocionando la asociatividad para la comercialización de la producción de la economía campesina, la obtención de asistencia técnica, riego y crédito, entre otros, se contribuye sustancialmente con la superación de la pobreza y desigualdad reinante en nuestro país.

Dentro de Cometa vemos con buenos ojos la oportunidad que se nos presenta para iniciar un trabajo de incidencia en este tema de lo rural. Con un capital humano disponible al interior del colectivo trataremos de contribuir, con nuestro grano de arena, para la superación de la pobreza de la población rural, que siempre ha estado marginada y sin posibilidades de mínimas condiciones de vida digna.

Hemos iniciado la tarea de conformar nuestro Comité de lo Rural, acercando a profesionales expertos del sector: agrónomos, economistas, ingenieros de minas, administradores; nos hemos puesto en la tarea de iniciar la construcción de propuestas que presentaremos a diferentes organismos como parte de nuestro compromiso con el sector. Creemos que así nos aproximamos aún más al cumplimiento de uno de nuestros objetivos sociales contemplados en los estatutos de la cooperativa.



Cortesía Cooperativa Cometa

La reforma rural que se dará durante el posconflicto es para esta cooperativa una oportunidad de aportar a la superación de la pobreza de los habitantes del campo colombiano.

Cometa, por otro lado y desde lo solidario, ha venido apoyando desde hace más de un año la promoción y conformación de una cooperativa rural en el corregimiento de Berrugas, municipio de San Onofre, departamento de Sucre, donde una comunidad afro asentada en una de las playas del golfo de Morrosquillo ha sido golpeada desde finales del siglo pasado por los diversos actores del conflicto armado.

Ha sido satisfactorio para los asociados de Cometa saber que esta comunidad ha entendido que la asociatividad es una alternativa para enfrentar dignamente la etapa del posconflicto. A través del trabajo desarrollado, han experimentado que la riqueza natural de sus territorios les ha permitido iniciar proyectos productivos de turismo ambiental. Su tejido social empieza a reconstruirse. 🌱



Elementos básicos en un plan de marketing digital

Por: Oscar Javier Auza Mora, Docente de la Universidad EAN, Máster en Marketing y Dirección Comercial y en Administración con Especialización en Proyectos, Especialista en Comunicación Corporativa.

Aclaraciones sobre algunos conceptos que escuchamos frecuentemente y con los que conviene familiarizarnos, ya que pueden aportar en gran medida al sostenimiento de nuestras empresas.

El *marketing* digital permite poner en práctica las estrategias y tácticas del *marketing* convencional en cualquier medio que utilice las tecnologías digitales, teniendo en cuenta que el medio con mejores beneficios es internet sumado al uso de dispositivos electrónicos como computadores, tabletas y *smartphones*.

Para una adecuada estrategia en *marketing* digital se debe contar con un modelo de negocio innovador. Es decir, debemos pensar en la innovación offline antes de aplicar alguna actividad *online*. Primero hay que desarrollar un modelo de negocio que se diferencie por la innovación y la oferta de valor para las diferentes audiencias de la empresa. Luego de tenerlo, podemos empezar a pensar en una estrategia *online*.

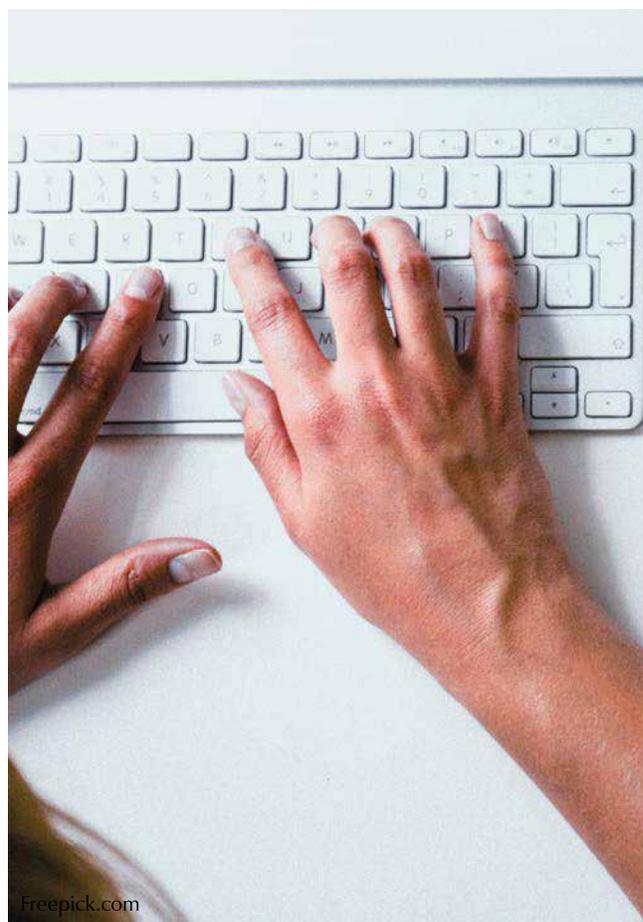
A continuación describo los componentes básicos de una estrategia en *marketing* digital, aunque aclaro que cada negocio debe replantearlos de acuerdo a su naturaleza.

Web o aplicación

Todo negocio online debe empezar con la construcción de un sitio que puede ser de tipo informativo o de comercio electrónico. El sitio web es la vitrina de su empresa, es el símil de su tienda física y por tal motivo es uno de los elementos a los que debe dedicársele mayor inversión y tiempo.

El desarrollo del sitio puede realizarse mediante plataformas de código abierto (de uso libre y gratuito), como Wordpress, Wix, Joomla, Magento, TiendaNube, Shopify, Monomi, entre otras que son de fácil uso. También se puede construir un sitio mediante desarrollos propios, los cuales no son de código abierto y para los que debe recurrirse a un profesional en la materia.

No olvide que un sitio web requiere de la adquisición de un dominio y el alquiler de un *hosting*.



Blog

Un *blog* es esencial para generar contenido que ayude a posicionar el sitio web en motores de búsqueda pues da a conocer que somos los que más sabemos del negocio en el que estamos; nos perfila como verdaderos especialistas. Por ello, debe ser el primer elemento de la estrategia de



marketing digital enfocado en generar valor a las audiencias y clientes del sitio.

Google por medio de su producto Blogger permite tener un blog sencillo y fácil de administrar sin requerir conocimiento en programación. Algunos ejemplos desarrollados con esta plataforma son plazapiensa.blogspot.com.co, que incluye contenidos sobre el equipo de fútbol bogotano Independiente Santa Fe, y colectivobicicleta.com, con información relevante para diseñadores, ilustradores y demás profesionales de las artes visuales.

Posicionamiento en buscadores

Su objetivo principal es hacer que nuestra audiencia objetivo aterrice en nuestro sitio web o aplicación, haciendo que la caja registradora del negocio suene.

La estrategia de posicionamiento en buscadores se debe construir mediante la identificación de palabras claves (*keywords*) que indiquen las intenciones y los intereses de nuestro público objetivo, aquellas que las personas que nos interesan como clientes escriben en un buscador para encontrar información importante.

Identificar palabras claves nos permitirá construir el calendario de publicaciones para el *blog*. De igual manera, indican si el cliente potencial tiene interés o intención de compra de nuestro producto.

El posicionamiento en buscadores se logra mediante SEO (posicionamiento orgánico, es decir, gratuito) o mediante SEM (posicionamiento pago, pautando anuncios en los buscadores como Google o Bing).



Redes sociales

El objetivo principal de las redes sociales es generar un espacio de interacción con nuestras audiencias que permita llevarlas a nuestro sitio web o aplicación y generar conversiones. Se debe evitar ver la red social como una plataforma comercial, por el contrario, hay que pensar en ella como un medio de comunicación único, interesante y de valor para un nicho de mercado reconocido.

La planeación estratégica en redes sociales consta de cuatro pasos básicos: escuchar, analizar, planificar y actuar. En la actualidad se pueden realizar campañas pagas en algunas redes sociales (Facebook, Twitter, Pinterest e Instagram) que permiten mejorar nuestros objetivos.

Email marketing

Una estrategia de *email marketing* tiene como fin primordial llevar a nuestra audiencia hacia el sitio web o la aplicación. Se adelanta a partir de una base de datos con registros de quienes se han interesado en nuestros productos, redes sociales y demás actividades *online* y *offline*.

Existen varias opciones para enviar correos electrónicos a los clientes y de esta manera mantenerlos actualizados de nuestras publicaciones (boletines) y promociones (objetivos comerciales). La mayoría de estas herramientas tienen una oferta gratis (en general muy buena para pymes) y otra paga (para negocios más grandes).

Una herramienta fácil de utilizar para el envío de correos electrónicos con fines de marketing es mailchimp.com.



Display

Es una estrategia dirigida a comunicar la marca mediante herramientas interactivas tales como Google Display Network, donde podemos contar las diferentes herramientas y aplicaciones de Google (YouTube y su red de partners, por ejemplo). Facebook y Twitter también poseen su propia red de display con la cual podemos llegar a nuestro público objetivo con un mensaje adecuado y segmentado. Esta estrategia es paga y se debe disponer de un presupuesto mayor para identificar resultados.

Su principal objetivo también es llevar a la audiencia hacia nuestro sitio web o aplicación.

Remarketing

Se puede definir como el refuerzo que se realiza para buscar una conversión en aquellas personas que en algún momento sintieron interés en nuestro contenido o productos a través de los diferentes medios utilizados. Es el caso cuando cotizamos un tiquete aéreo y después observamos en nuestras redes sociales publicidad de la agencia de viajes donde hicimos la cotización. También es pago y su objetivo principal es la conversión por medio de la recordación del producto o el contenido visitado.

Relaciones públicas

Permite que clientes, audiencias de interés, blogueros, periodistas, líderes de opinión y embajadores de marca

nos recomienden, nombren nuestra empresa y productos y generen *links* hacia nuestro sitio web o redes sociales, para aumentar nuestra audiencia y clientes potenciales.

Analytica web

Es la administración de los resultados y estadísticas de nuestras acciones en *marketing* digital. Sirve como indicador de gestión frente a los futuros planes de mercadeo digital.

Aspectos legales y jurídicos

Cada mercado maneja sus propios aspectos legales y jurídicos. Es necesario tenerlos en cuenta desde la misma creación de la idea de negocio. 📍

Sin duda, cada elemento se debe adaptar a la empresa y su presupuesto. Es recomendable el acompañamiento de un experto que le ayude a construir un plan de marketing digital, identificando los objetivos adecuados para su negocio.



¿Por qué para una empresa son importantes las redes sociales?



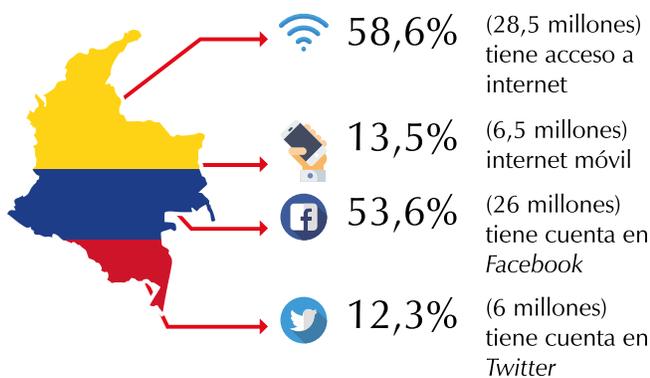
La tecnología transforma al mundo permanentemente y nadie está exento de que cambie su industria.

Desde 2000, **más de la mitad** de las empresas (52%) que estaban en el **listado Fortune 500** han **desaparecido** por la **transformación digital**.

Entre tanto, los seres humanos usan las TIC cada día más. **Las empresas deben entender ese cambio para aprovecharlo**. De lo contrario, **desaparecerán**.



Según el DANE, en 2016, los colombianos somos 45,5 millones



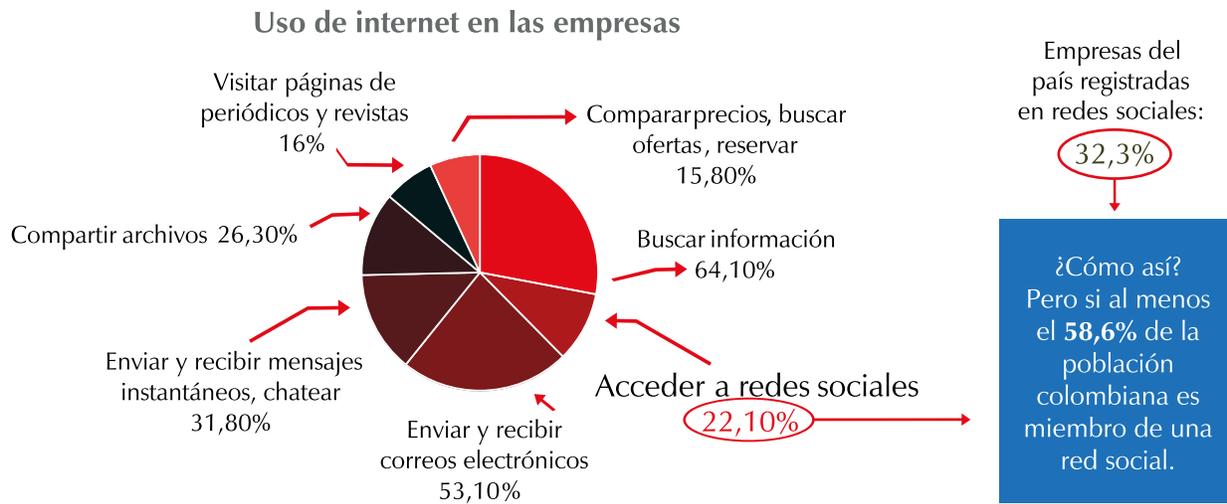
La gente en nuestro país está sintonizada con el mundo. Tanto así que en Colombia hay más de un celular por habitante:

55,9 millones de líneas, que corresponden a **116,1%** de la población.

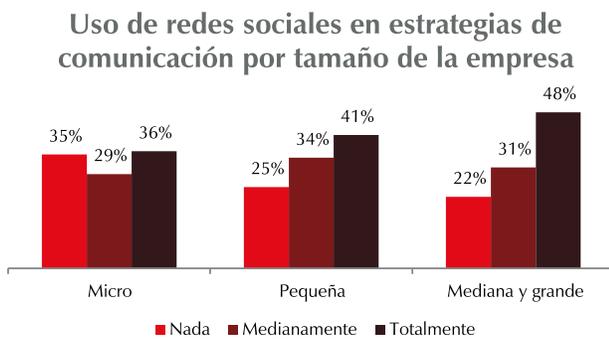
Además, **77%** de los colombianos con acceso a internet **diariamente** entran a las redes sociales y cada uno ve **56 páginas** en promedio.



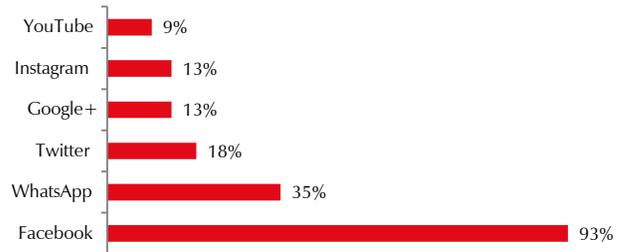
Sin embargo, las empresas colombianas parecen no enterarse de lo que hace la gente...



Las empresas en Colombia no emplean el internet para mejorar sus procesos. Prueba de ello es su actuar en las redes sociales:



Frecuencia con que las empresas usan las redes sociales



Los objetivos principales de las redes sociales son: escuchar al cliente, conocerlo y acercarse a él. Cuando esto se logra, se genera confianza y las redes sociales se convierten en un instrumento muy efectivo para promover o generar ventas online y offline.

Y usted, ¿qué está esperando para aprovechar las redes sociales en beneficio de su negocio?

Si solo 22,1% de las empresas colombianas están activas en las redes, todavía su organización está a tiempo de colonizarlas. ***¡Actúe pronto!***

Fuentes: Encuesta Elite Empresarial de *Portafolio* (2015); DANE Informadores Básicos de TIC en Empresas (2014); Internet World Stats (junio de 2016); Estudio de la Cultura Digital MinTIC (2015); Encuesta de Opinión Industrial Conjunta ANDI (agosto de 2016).



Sello FSC®: bosques para todos, para siempre

Por: Smurfit Kappa Colombia

Una organización internacional, en la que participan las principales ONG ambientalistas del planeta, ha establecido estándares para garantizar que los recursos forestales se empleen de manera adecuada.

El *Forest Stewardship Council*, FSC, trabaja para mejorar el manejo forestal en el mundo entero y a través de certificaciones crea incentivos para que los propietarios de bosques y los administradores forestales implementen las mejores prácticas sociales y ambientales. Con estos incentivos se obtienen beneficios directos para el bosque, como la protección de la biodiversidad, de las áreas de gran importancia ambiental o cultural, y de los derechos de los pueblos indígenas y de los trabajadores.

Las ONG ambientalistas más grandes y respetadas del mundo, como Greenpeace y WWF, participan en esta entidad de escala global y aportan en la creación de los estándares más elevados de certificación forestal. La certificación les permite a los consumidores identificar, comprar y usar madera, papel y otros productos provenientes de plantaciones forestales o de materiales reciclados manejados adecuadamente.

De esta manera, se establece un vínculo entre el bosque y el usuario final, garantizando que los productos que reciben la etiqueta FSC® cumplen con los principios y criterios que traen consigo los mayores beneficios sociales y ambientales. Al ver la etiqueta en el producto, los compradores tienen la confianza de estar ayudando a asegurar que los bosques estén vivos para las generaciones futuras.

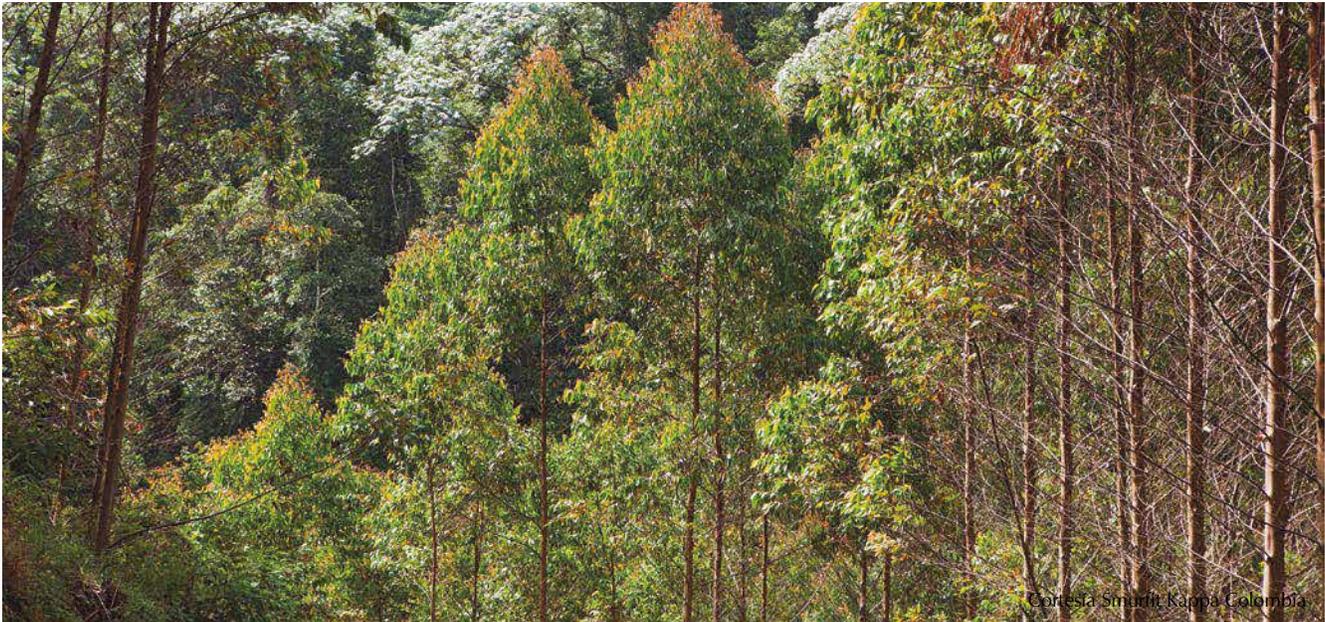
El esquema global de certificación forestal del *Forest Stewardship Council* maneja dos componentes principales: certificación en manejo forestal y certificación en cadena de custodia.



Cortesía Smurfit Kappa Colombia

¿Por qué buscar el sello FSC® en los productos a base de madera?

- Cuando las operaciones del bosque cumplen con los requisitos del *Forest Stewardship Council*, los materiales y productos reciben el sello FSC®, dándoles a las empresas y a



los consumidores una poderosa herramienta para influenciar cómo se manejan los bosques de todo el mundo.

- Las marcas registradas FSC® proporcionan a los consumidores una garantía de que los productos que están adquiriendo vienen de fuentes responsables.
- Al buscar el sello FSC® los consumidores adquieren productos que apoyan la conservación forestal, ofrecen beneficios sociales y permiten que el mercado incentive un mejor manejo forestal.

Al comprar productos que tienen la etiqueta FSC®, el consumidor contribuye a que los bosques estén vivos para las generaciones futuras.

Un referente sobre los beneficios de este esquema de certificación es Smurfit Kappa Colombia, que desde 2003 cuenta con la certificación FSC® en manejo forestal para las plantaciones de donde obtiene las fibras vírgenes que utiliza para la fabricación de papeles y empaques, y desde 2009

con la certificación FSC® en cadena de custodia, la cual garantiza que las fibras usadas en los productos certificados que llegan a sus clientes provienen de plantaciones forestales manejadas de forma sostenible o de sistemas de reciclaje posconsumo.

Con estas certificaciones, Smurfit Kappa refleja su compromiso con los principios promulgados por el *Forest Stewardship Council*:

- Respeto por la diversidad: reconocimiento a las diferentes culturas y paradigmas que las comunidades alrededor del mundo viven en relación con el manejo forestal.
- Conservación de la naturaleza: protección y restauración de forma holística, de los procesos naturales, manteniendo y mejorando las funciones ecológicas y la capacidad productiva de los ecosistemas.
- Empoderamiento: promoción de la participación equitativa y el empoderamiento en la toma de decisiones por parte de trabajadores, pueblos indígenas, comunidades, pequeños propietarios, mujeres y demás grupos minoritarios.
- Ejercicio de los derechos: promoción, protección y ejercicio libre de los derechos de los pueblos indígenas, de las mujeres y de los trabajadores. 🌱



Estamos comprometidos con el **ambiente**

Coimpresores Bogotá inicia el proceso
de certificación FSC.

Que garantiza que el papel proviene de
bosques renovables.



 **Coimpresores
Bogotá**



Una herramienta de diferenciación en el sector papelerero: certificación FSC®

Por: Natalia Marius, SGS Colombia

Tanto las normatividades internas de los países como la legislación internacional, los mercados y los consumidores, exigen certificaciones que avalen el buen uso de los bosques y el comercio de lo que se produce a partir de ellos.

En un mercado de consumidores cada vez más exigentes con aspectos ambientales y con el desarrollo de iniciativas de “certificados verdes” para identificar a los productos de un origen conocido y valorado desde el punto de vista ambiental, los productos de origen forestal no son ajenos.

Productos que van desde los rollos de madera hasta los muebles y la pulpa de celulosa, o el papel o cualquier otro producto de origen forestal, cuentan con la presión de un mercado de consumidores preocupados por temas críticos a nivel global, como la deforestación de los bosques naturales, la pérdida de diversidad en cuanto a flora y fauna y otros recursos, el desplazamiento de comunidades indígenas, y los impactos en suelos y aguas.

Esto se manifiesta en iniciativas cada vez más importantes para conocer de dónde proviene la materia prima de origen forestal. A su vez, muchas iniciativas gubernamentales o requisitos reglamentarios de control están siendo más estrictos y los consumidores, atentos a los problemas ambientales, están exigiendo que la madera y los productos de papel provengan de bosques gestionados de manera adecuada.

A nivel mundial, a medida que crece la demanda de madera o papel, suministrados y manufacturados desde fuentes distintas, el proceso de rastreo e identificación se ha vuelto más complicado.

En ciertos mercados —europeo, americano y de Oriente—, los clientes y consumidores finales esperan disponer de información clara sobre el origen de las materias primas. En tal sentido, por ejemplo, se aprueban normativas



gubernamentales regionales como EU TR para la trazabilidad de la madera legal como un requisito condicional para el ingreso a la Unión Europea.



Proveer la trazabilidad de la información a través de una cadena de suministro asegura que clientes y consumidores pueden conocer ese origen. Cuando este proceso es evaluado por una entidad independiente, bajo un estándar o norma reconocida, hablamos entonces de una certificación de cadena de custodia.

La cadena de custodia es el camino que toman los productos madereros desde el bosque hasta el consumidor, incluyendo todos los eslabones de procesamiento, manufactura, transformación, almacenamiento y distribución. La certificación de cadena de custodia juega un papel importante en asegurar la trazabilidad de la madera desde su origen a través de toda la cadena de producción, lo que permite que terceras partes verifiquen lo que las compañías declaran realizar con sus clientes.

Esta certificación permite a una empresa demostrar su compromiso con la trazabilidad en su cadena de producción, ayudar a sus clientes a confiar en su madera, papel u otros productos forestales, satisfacer la demanda de los consumidores y mejorar continuamente su imagen corporativa.

Son dos los estándares ampliamente reconocidos a nivel mundial: FSC® (*Forest Stewardship Council*) y PEFC™ (Programa de Reconocimiento de Certificación Forestal).

En Colombia, durante los últimos ocho años, se ha desarrollado de manera significativa el mercado de organizaciones interesadas y certificadas en cadena de custodia, principalmente bajo el estándar de certificación FSC®, siendo en su mayoría empresas vinculadas a la industria del papel y la impresión.

Cuando una empresa tiene certificación en cadena de custodia está garantizando el origen de sus productos y la adecuada gestión de los mismos hasta que llegan a las manos de clientes y consumidores; es decir, en todos los eslabones (procesamiento, manufactura, transformación, almacenamiento y distribución).



La demanda surge en muchos casos a través de editoriales, organizaciones globales e incluso nacionales que desean confirmar que el papel o cartón involucrado en sus cajas, publicaciones o papelería, proviene de fuentes reconocidas y gestionadas de manera adecuada.

Solo a través de la certificación de una cadena de custodia, se puede utilizar la marca como sello de identificación para el producto.

SGS como entidad acreditada y reconocida para la certificación de Cadena de Custodia FSC®, es la empresa líder en Colombia en certificaciones FSC®, y también realiza actividades de capacitación en la temática para quienes están interesados en conocer más acerca de estos procesos.

SGS Colombia cuenta con 18 certificados emitidos vigentes, que abastecen los más variados sectores. Fábricas de cartón, embalajes, sacos de papel, imprentas, distribuidores de papel, fábricas de tableros de madera y aserraderos en varios departamentos diferencian sus productos y atienden la demanda de sus clientes incluyendo el logo FSC® o la referencia a su certificación.

En SGS Colombia estamos comprometidos con la mejora de la competitividad de la industria del papel en nuestro país. Por esto, consideramos que el fortalecimiento de los vínculos con Coimpresores Bogotá traerá muchos beneficios para los Asociados a través de servicios estratégicos, encaminados a fortalecer la productividad y competitividad de sus empresas. 🌱



Sello Ambiental Colombiano: distintivo para productos y servicios amigables con el ambiente

Por: Smurfit Kappa Colombia

Además de preferir los productos y servicios hechos en nuestro país, los colombianos también podemos identificar aquellos que son elaborados con responsabilidad ambiental.

Esto es posible gracias al Sello Ambiental Colombiano, SAC, una certificación voluntaria mediante la que el Estado reconoce a los productores de bienes y servicios que hacen de la sostenibilidad ambiental un pilar de su estrategia empresarial y su proceso productivo. Con él se busca estimular tanto a empresarios como a consumidores para dinamizar el comercio de productos y servicios ecológicos que sean altamente competitivos.

En el marco del Plan Nacional de Mercados Verdes, en 2005, el Ministerio del Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible creó y reglamentó en conjunto con el Ministerio de Comercio Industria y Turismo el uso del SAC, convirtiéndolo en el único sello ambiental válido en Colombia aprobado por el Gobierno nacional.

Entre los beneficios del SAC podemos contar que:

- Es una herramienta informativa con la que los consumidores colombianos pueden identificar productos amigables con el medio ambiente.
- Los productores acceden a nuevos nichos de mercado y posicionan sus productos dentro y fuera del país.
- Promueve el uso y desarrollo de procesos, técnicas y tecnologías limpias o sostenibles.
- Colombia se posiciona en la economía global como un país que protege el medio ambiente.



Cómo se obtiene

Para el trámite del Sello Ambiental Colombiano es necesario el cumplimiento de las normas de conservación del ambiente que le aplican a cada categoría y evidenciar una diferencia



en el impacto ambiental del producto que cumple con estos criterios, en relación a otro similar. Así, una vez se identifica la categoría a la que pertenece el producto aspirante al sello, este se evalúa bajo los criterios ambientales que definen las Normas Técnicas Colombianas o las Normas Técnicas Sectoriales.

El sello es otorgado por organismos de certificación acreditados por el Organismo Nacional de Acreditación, ONAC, y autorizado por la Autoridad Nacional de Licencias Ambientales, ANLA.

Para obtener el SAC, las empresas deben:

- Hacer uso sostenible de los recursos (materia prima e insumos).
- Utilizar materias primas que no generen impactos negativos en el ambiente.
- Tener procesos de producción menos intensivos en uso de energía y/o utilizar fuentes de energías renovables.
- Considerar aspectos de reciclaje y reutilización.
- Usar materiales de empaque preferiblemente reutilizables o biodegradables.
- Emplear tecnologías limpias o que generen un menor impacto relativo sobre el ambiente.
- Indicar a los consumidores las mejores formas sobre la disposición final de sus productos.

Las empresas que logran el SAC desarrollan procesos, técnicas y tecnologías limpias o sostenibles que les abren nuevos mercados, y posicionan sus productos dentro y fuera del país.

Smurfit Kappa, primera compañía del sector en recibir el SAC

Desde abril de 2016, los papeles para impresión y escritura, la pulpa blanca, el cartón plegable y el papel para sacos de Smurfit Kappa en Colombia cuentan con el Sello Ambiental Colombiano. La certificación fue otorgada por Icontec luego de un proceso de auditoría en el que se evaluó el cumplimiento de nuevos requisitos para la industria del papel.

Entre los aspectos de la reglamentación que para Smurfit Kappa son impactos positivos en materia ambiental, están que las compañías deban certificar la idoneidad del origen de la fibra celulósica, como el esquema de certificación FSC®, y que todos los productos químicos usados en la producción de pulpa y papel sean ambientalmente amigables. 🌱



Freepick.com



Stone Paper®: un papel de origen mineral

Por: Francisco Fhill, Gerente de Stone Paper.

Una concisa y breve reseña de sus ventajas.

Generar un cambio en el medio ambiente fue lo que motivó a la empresa STONR PAPER Spa a introducir Stone Paper®, un papel fabricado en base a carbonato de calcio, mineral que permite fabricar un sustrato durable, resistente al agua, reciclable y ecológico, acreditado por *Cradle to Cradle*.

Stone Paper® puede ser utilizado para sustituir papeles y cartones tradicionales, con la garantía que para su fabricación no se talarán árboles ni se consumirá agua, haciéndolo amigable con el ambiente.

Para producir una tonelada de papel de celulosa hay que cortar 20 árboles, consumir 75 mil litros de agua y 36 mil BTU de energía. Con Stone Paper® no se cortan árboles, no se consume agua y se utiliza la mitad de energía; es un proceso extremadamente verde.

Con Stone Paper® las imprentas usuarias están aportando al cuidado del ambiente al reducir su huella hídrica, al cambiar parcialmente su papelería, etiquetas, manuales de procesos, folletería, bolsas, afiches, mapas y una gran variedad de impresos o aplicaciones.

Además de la protección del agua y de los árboles, Stone Paper® no genera riles tóxicos, su fabricación tiene una mínima huella de carbono, es fotodegradable y reciclable. El proceso de impresión en Stone Paper® es igual al tradicional y además es resistente al agua. ♻️



Stone Paper® es la mejor solución para que el negocio de las imprentas sea más amigable con el ambiente.





El papel de piedra: ecológico y resistente al agua

Por: Andrés Piñeros, periodista.

Un versátil sustrato que es útil en diversas aplicaciones de impresión offset.

Poco a poco, los empresarios colombianos han ido encontrando un nuevo producto de impresión. El papel de piedra, o Stone Paper®, ofrece importantes alternativas. Por un lado, es un producto ecológico ya que para su fabricación no se utiliza celulosa, mientras que por otro lado, es resistente al agua, lo que le hace útil para elaborar bolsas, elementos de cocina o productos que requieran resistir a los líquidos.

El papel de piedra está elaborado hasta en un 80% de carbonato de calcio y en su fabricación, como material aglomerante, se utiliza resina de polietileno de alta densidad no tóxica. Esta conformación le permite ser durable, resistente al agua y, gracias a eso, puede ser utilizado hasta en la industria alimenticia.

Aunque se usa el término de papel, es un producto lejano a lo que se conoce como tal tanto en lo que respecta a su calidad como a su forma de producción, ya que esta no requiere agua, energía ni químicos blanqueadores. Todo ello hace que el stone paper se considere, desde todo punto de vista, como un producto amigable con el ambiente.

En nuestro medio apenas se inicia su utilización pues Coimpresores Bogotá es la primera empresa en importarlo al país y actualmente es la única que lo distribuye. Sin embargo, varios de los Asociados de la Cooperativa han ido encontrando el valor y los usos alternativos de este maravilloso producto. A continuación, algunos de ellos nos dan su punto de vista y su experiencia en el uso de un papel hecho de piedra.

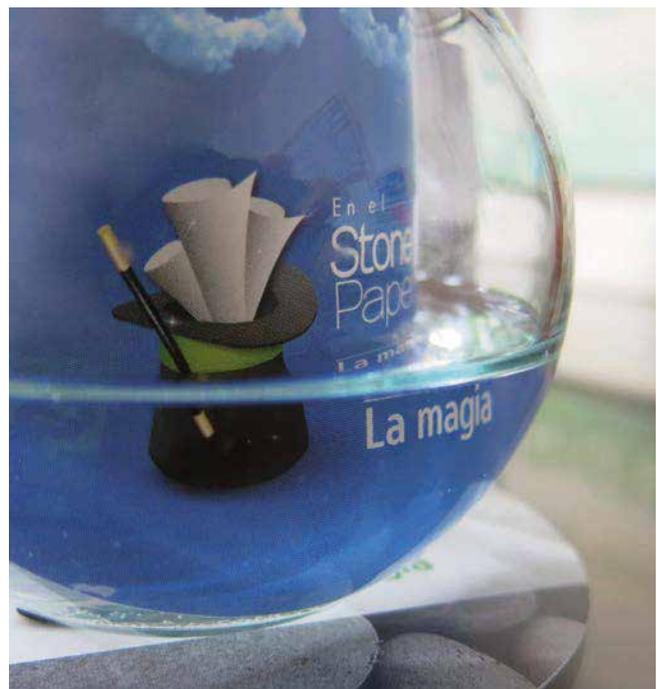
Francisco Martínez, de Linotipia Martínez

“Nosotros imprimimos algunos productos en Stone Paper®. Éste se imprime en un proceso offset común y corriente, como en cualquier otro papel. Su principal ventaja es que

no se deslíe en el agua, por lo que resulta más ecológico. Se puede utilizar para empaques, revistas, libros, bolsas, afiches. Es muy diferente al papel de celulosa, tanto en cuanto a su textura como composición. Es muy amigable con el ambiente. El problema es que aquí en Colombia la gente exige que utilicemos materia prima ecológica en un proceso ecológico, pero a la hora de pagar no cubren la diferencia y este material es más costoso que el papel tradicional.”

Cristian Holguín, de H y A Impresores

“Utilizamos el Stone Paper® en la elaboración de unas bolsas para un cliente y en temas de impresión nos fue muy bien. Sin embargo, pensábamos que la duración del material iba





a ser mayor. En el caso de la impresión, el resultado fue similar al de cualquier otro papel esmaltado. El precio fue mayor, pero es un material más pesado, de calidad muy buena. Es un producto innovador. Un aspecto que hay que tener en cuenta es que cuando se corta en el sentido de la veta es más fácil, mientras que al hacerlo de manera transversal resulta más difícil. Como solo lo hemos utilizado una vez, no sabría decir si es reciclable; realmente no me he enfrentado a ese problema. Al ser un papel más duro, con base en piedra, la cortadora tiene más desgaste. Pero sin duda alguna yo lo aconsejaría a mis colegas. Además me gustaría que la Cooperativa ofreciera otros papeles parecidos al Stone Paper® y que fueran más promocionados.”



Marlén Navarrete, de Opciones Gráficas Editores

“Hemos usado varias veces el Stone Paper® en libros, portavasos, individuales y cajas. Le ayuda a uno a ofrecerle al cliente una alternativa diferente que es competitiva. Es una buena posibilidad y hemos tenido trabajos importantes por ofrecerlo como opción. Las ventajas son que se moja y no le pasa nada, seca muy rápido, utiliza tintas normales de offset y gusta mucho por la textura, que es muy bonita. Es así como resulta agradable escribir en las libretas elaboradas en

stone paper. Es un poquito más costoso, pero toca mostrarle la ventaja al cliente, en especial respecto a que es ecológico porque hay una confusión entre papel reciclado y ecológico. El ecológico es el que se produce con un material diferente a materias primas como la madera; mientras el reciclado es el que se obtiene del papel utilizado. Espero que la Cooperativa siga ofreciendo este papel y otras alternativas para nuestros clientes.”

Stone Paper® es un producto exclusivo de Coimpresores Bogotá y un factor diferenciador para las empresas de todos sus Asociados, ya que pueden ofrecer la impresión en un papel verdaderamente novedoso para el mercado colombiano.





Seguridad industrial: una cuestión de vida

Por: Andrés Piñeros, periodista.

Es urgente crear en todas las empresas una cultura de seguridad que desarrolle mejores condiciones para el desempeño de los empleados y prevenga accidentes.

“La guillotina es la máquina más peligrosa para los operarios de una imprenta”, dice de manera enfática Claudia Pensamiento, Directora de Sistemas Integrados de Calidad, SIC, de la Cooperativa de Impresores y Papeleros de Bogotá, quien se encarga de promover las medidas de seguridad industrial y las buenas prácticas de los operarios en las imprentas.

Incumplir con dichas normas y prácticas ocasiona diferentes accidentes, donde los operarios pueden terminar perdiendo sus falanges o hasta uno de sus dedos. Por eso, dentro del cuidado de los trabajadores, se han implementado medidas de precaución que varían de acuerdo al tipo de actividad. Mientras los oficinistas deben preocuparse por tener buena posición frente al computador o realizar pausas activas, para evitar problemas de columna, los operarios que trabajan en el área de producción tienen que utilizar protectores para los oídos, guantes y zapatos resistentes ante la posible caída de resmas de papel, aunque algunas mujeres se opongan por considerarlos poco estéticos.

Fuera de los elementos de protección, las empresas gráficas han ido mejorando su tecnología, así que buena parte de ellas cuentan con sensores que, de manera abrupta, interrumpen su funcionamiento para evitar que el operario sea lastimado por la cortadora o alguno de los equipos de impresión.

Las máquinas actuales también tienen guardas de seguridad, a las que se suman los guantes que protegen de las cortaduras que produce el papel. Sin embargo, por eso que podríamos definir como falta de cultura, los guantes no son usados cotidianamente.

La baja iluminación en las zonas de trabajo es otra condición que afecta a los operarios y una molestia que puede convertirse en dolencia mayor es la relacionada con dolores en los pies o en las piernas, debido a la necesidad de permanecer demasiado tiempo parado o en una posición

fija. Esta situación se puede enfrentar con pausas periódicas, conocidas como pausas activas, en las que las personas puedan sentarse o moverse del lugar de trabajo por un tiempo.

No es cuestión de gusto

Aunque el sector gráfico no es de los de mayor riesgo laboral, son comunes accidentes relacionados con cortadas en los bordes de las manos, o pérdida de dedos por las cortadoras o guillotinas. Por eso es importante seguir las indicaciones y observaciones de seguridad industrial.

En muchos casos, los accidentes suelen ocurrir por actos inseguros ya que el riesgo en una planta de producción es permanente, pero existen diversas maneras para impedirlos. Una forma es a partir del análisis de las actividades y su posible riesgo. Otra es cumpliendo con las normas básicas como el uso de elementos de protección, “así no les guste a los operarios”. Hay situaciones que solo se pueden enfrentar con el uso permanente de protectores, como la pérdida del oído que se presenta luego de la constante exposición al ruido y en cuya prevención son determinantes los protectores auditivos.

Otro comportamiento que debe evitarse es el de ver al supervisor como un “personaje cansón” y no aceptar sus consejos. Además, es indispensable utilizar la dotación completa. Y más allá de ver los cuidados como una exigencia, se deben asumir como un sistema que evita los riesgos laborales para todos los actores del proceso industrial.

Normatividad para todos

La salud ocupacional en Colombia está reglamentada por el Decreto 1072 del año 2015, donde se establecen normas como la equidad de género (es decir, la igualdad laboral para hombres y mujeres) y el requerimiento de



que los trabajadores sociales tengan licencia profesional, entre otras. Esta norma deberá implementarse el 31 de enero de 2017.

De otro lado, a nivel internacional, la norma que rige el desempeño laboral es la OHSAS 18.000, del inglés Occupational Health and Safety Assessment Series que traduce Normas de Trabajo, Salud y Seguridad Ocupacional, donde se contemplan las disposiciones para el adecuado manejo y cuidado de los trabajadores de cada sector productivo.

Sin embargo, más allá de las leyes y normas, el objetivo de empresarios y trabajadores debe ser mejorar la calidad de vida de los integrantes de toda organización. Antes que nada hay que aplicar el sentido común: hacer seguimiento de las guías de uso de maquinarias y equipos, así como aprovechar la experiencia de los funcionarios para evitar desde pequeños accidentes hasta riesgos de mayor envergadura.

Existen otras normas claves como la demarcación de los senderos para circular al interior de las plantas. “Aunque muchos trabajadores no hacen caso y buscan peligrosos atajos”, precisa Claudia Pensamiento, quien afirma que se deben generar hábitos de conciencia en todos los procesos, ya que el cambio de conducta permite mejorar la calidad de vida de los operarios y disminuir las estadísticas de accidentalidad.

Aunque la labor de las personas en el sector gráfico no supone un riesgo alto de perder la vida, se calcula que en

las plantas existen entre tres y cuatro posibilidades, sobre cinco, de sufrir un accidente. Por esa razón, la Cooperativa tiene programas para dar a conocer la normatividad y realiza cursos permanentes para implementar los sistemas de seguridad laboral. Todo ello va de la mano con la promoción de una conciencia en pro de mejorar los sistemas de gestión que impulsan la competitividad de las empresas y a fin de evitar sanciones impuestas por las autoridades.

La cultura del desempeño laboral, los exámenes periódicos para conocer a tiempo alguna enfermedad, y el mejoramiento en procesos como la carga y el transporte de los materiales utilizados, permiten mejorar la productividad y disminuir los riesgos laborales. Es así como la seguridad industrial debe ser un objetivo de todos los que participan en los procesos de la cadena de la industria gráfica. ●

Los accidentes pueden presentarse en cualquier momento, independientemente del nivel de experiencia y competencia técnica o profesional de los trabajadores. No es suficiente contar con el personal experimentado y diestro en el oficio, es necesario insistir en que cada cual siga las normas de seguridad industrial y emplee los elementos de protección.



Educación y bienestar

Diplomado en marketing estratégico

Con el propósito de que los participantes conocieran los fundamentos conceptuales y prácticos que rigen el mercadeo estratégico y la actividad comercial, del 26 de julio al 7 de septiembre Coimpresores Bogotá desarrolló este encuentro académico en la Universidad EAN, que contó con la participación de 30 representantes de 20 empresas de Asociados. El costo total del evento fue de \$39.195.712, de los cuales el Comité de Educación asumió la suma de \$20.115.712. El diplomado estuvo dirigido a gerentes, Asociados, sucesores, coordinadores y personas involucradas en el área comercial. ●



Clausura diplomado en marketing estratégico 2016.

Seminario de actualización tributaria

Asociados, contadores y gerentes, entre otros, recibieron asesoría en reforma tributaria estructural, actualización en renta, cree, IVA y otros contenidos en materia tributaria. Este espacio de formación estuvo a cargo de Actualización Profesional Legis S.A. y fue desarrollado del 12 al 14 de abril, con la participación 30 personas representantes de 22 empresas. La actividad fue coordinada por el Comité de Educación, que aportó un 60% del valor total. ●



Sesión seminario de actualización tributaria 2016.

Seminario de actualización laboral

Se desarrolló del 5 al 7 de abril y en cada sesión los asistentes despejaron dudas relacionadas con contratos laborales, salarios, fueros y aportes a la seguridad social, entre otros aspectos. Con 44 personas inscritas, representantes de 20 empresas, los Asociados, contadores, gerentes y encargados de recursos humanos actualizaron sus conocimientos en materia laboral. La formación estuvo a cargo de Legis S.A. y fue coordinada por el Comité de Educación, quien aportó cerca del 60% de su valor total. ●



Sesión seminario de actualización laboral 2016.

Formación a cotizadores

Este curso se desarrolló durante los días 20, 21, 22, 26, 27 y 28 de septiembre. Contó con la participación de 21 personas vinculadas a 20 empresas de Asociados a la Cooperativa. Su costo total fue de \$9,1 millones, de los cuales el Comité de Educación asumió más de \$4,3 millones. ●



Curso de cotizadores 2016.



Día de la Secretaria

Con 45 personas inscritas, esta celebración se llevó a cabo el 30 de abril en la Hacienda La Margarita. Allí nuestras colaboradoras tuvieron la oportunidad de pasar un día de integración incluyendo actividades como show musical, almuerzo, show de caballos, entre otras. Para este evento se empleó un presupuesto cercano a los \$7,5 millones, de los cuales \$4,6 millones de pesos fueron asumidos por el Comité de Educación. 🍷



Día de la Secretaria 2016.

Día de la Madre, una excelente noche cultural

Las homenajeadas con sus acompañantes disfrutaron de una noche de teatro en la que presenciaron la obra Hay un complot. Este encuentro cultural se llevó a cabo el día 27 de mayo en el Teatro La Castellana, contó con la asistencia de 84 personas y se estimó un presupuesto total de \$11,8 millones, de los cuales \$11,7 millones fueron cubiertos por el Comité de Educación. 🍷



Día de la Madre 2016.

El equipo A de Coimpresores Bogotá: campeón del Torneo de Fútbol 2016

El V Torneo de Fútbol 5 organizado por el Comité de Educación de Coimpresores Bogotá fue desarrollado en Campín 5, entre el 3 y el 15 de septiembre. Esta actividad deportiva contó con 28 equipos inscritos que representaron a 23 empresas de Asociados y tuvo un costo total aproximado de \$21,6 millones de pesos, de los cuales el Comité de Educación asumió la suma de \$12.516.246. Se destinaron más de \$4 millones en la premiación de primero a cuarto lugar, goleador, valla menos vencida y balones Golty para cada equipo. 🍷



Campeón Torneo de Fútbol 5, 2016.

Torneo de Bolos 2016

La justa deportiva se desarrolló los días 3, 10 y 24 de octubre, con la participación de 28 personas pertenecientes a 12 empresas de Asociados a la Cooperativa. En esta oportunidad, las instalaciones del Centro Urbano de Recreación de Compensar acogieron a los deportistas, quienes destacaron el campeonato como un espacio propicio para combatir la monotonía y fortalecer relaciones. 🍷



Premiación Torneo de Bolos 2016.

Campeonato relámpago de tejo masculino y femenino

Tuvo lugar el pasado 27 de noviembre, en el Club deportivo Turmequé, donde los representantes de Tipografía Americana fueron los campeones de tejo y en la modalidad femenina (minitejo), las representantes de Sideplast ratificaron su liderazgo, alzándose con la victoria por segundo año consecutivo. 🍷



Equipo Tipografía Americana, campeones de tejo 2016.



Seminario taller de buen gobierno cooperativo: un éxito

El encuentro tuvo 29 asistentes, integrantes de los comités, órganos de administración y control de Coimpresores Bogotá.

Desde el 29 de septiembre hasta el primero de octubre se desarrolló el *Seminario taller de buen gobierno cooperativo*, en el que los asistentes conocieron la normatividad que regula a los órganos de administración y vigilancia, así como su estructuración y funciones.

El Seminario contó con la intervención del Presidente de Confecoop, Carlos Acero Sánchez, quien hizo énfasis en cómo volver a la esencia del modelo cooperativo aplicando los siete principios cooperativos en la gestión de la organización, destacó el aporte de las cooperativas por la paz, expuso estadísticas económicas del cooperativismo a nivel mundial y explicó cómo las cooperativas se pueden consolidar en los territorios del país como gestoras de desarrollo humano y social con equidad, entre otros importantes aspectos para el sector solidario.



De izquierda a derecha: Cristina Camino, Daniel Rueda, Gonzalo Montes y José Enrique Álvarez.

Para Edgar Vargas, integrante del Comité de Cupos y Crédito y participante de este Seminario, “es importante conocer a fondo cómo funciona el Consejo de Administración y sus comités para estar al tanto de los manejos que se le dan a la Cooperativa, y si se está actuando de manera correcta; hasta ahora, todo como lo conocemos está funcionando bien”.

Durante el evento, el abogado consultor en legislación cooperativa y de economía solidaria Antonio Sarmiento

expuso la normatividad que regula el cooperativismo, las generalidades y funciones de los órganos de administración y vigilancia, así como el régimen de responsabilidad de sus integrantes. De igual forma, realizó una síntesis de las tendencias jurídicas y las últimas directrices normativas que deben acatar los integrantes de dichos órganos, entre otros factores fundamentales para la gestión óptima del gobierno cooperativo.

Por su parte, Cristina Camino, integrante del Comité de Educación de la Cooperativa, opina que “es fundamental conocer los detalles de conformación, responsabilidad y función del Consejo y los Comités de apoyo; hasta hoy considero que Coimpresores Bogotá tiene una buena conformación de sus órganos de administración y vigilancia así como de los comités, es un grupo unido que trabaja y cumple con todas las directrices que exige la ley.”

El *Seminario taller de buen gobierno* fue desarrollado en el Hotel Tocarema, en Girardot, y contó con la asistencia de los integrantes del Consejo de Administración, la Junta de Vigilancia y los comités de Coimpresores Bogotá, quienes recibieron certificado por 20 horas académicas de parte de la Asociación Colombiana de Cooperativas, Ascoop. 



Participantes del *Seminario taller de buen gobierno cooperativo*.



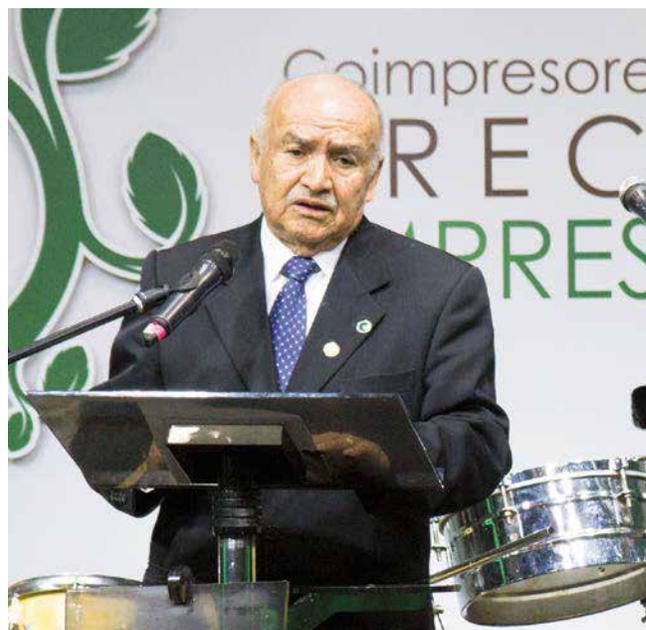
Cuadragésimo primer aniversario de Coimpresores Bogotá

Así se vivió la celebración que contó con cerca de 200 asistentes.

Al evento asistieron personajes como el Embajador de Guatemala, Héctor Iván Espinosa Farfán, así como representantes del sector solidario y del sector de la comunicación gráfica, como Hernando Agudelo, Presidente de la Cooperativa Nacional de Droguistas Detallistas (Coopidrogas); Andrés Bula, ejecutivo de Carvajal Pulpa y Papel; Mónica Rebolledo, ejecutiva de Smurfit Kappa Colombia, y Fernando Chávez, Director de Comunicaciones de Ascoop, entre otras personalidades.

El acto protocolario inició con las palabras del Presidente Honorífico de la Cooperativa, Jorge Parra, quien resaltó el trabajo de estos 41 años. Después intervinieron Jesús Sánchez, Gerente General, y el Presidente del Consejo de Administración, James Rubio Soto, quien dio inicio a la celebración.

Este encuentro se desarrolló en el Hotel Cosmos 100, donde se contó con la participación de cerca de 200 asistentes entre asociados, sucesores, invitados especiales, proveedores y clientes. Durante la ceremonia se resaltaron las unidades



Jorge Parra, Presidente Honorífico CIPB.



De izquierda a derecha: Marlén Navarrete G., Nora Silva, Bibiana Cruz, James Rubio Soto (Presidente de Coimpresores Bogotá), Héctor Iván Espinosa Farfán (Embajador de Guatemala), Hernando Agudelo (Presidente de Copidrogas), Marisol Navarrete, Carolina Mayorga, Jorge Parra (Presidente Honorífico de Coimpresores Bogotá).



de negocio: Sistemas Integrados de Calidad, Dotaciones, Punto de Venta y alianza con CTP, que se han convertido en aliados estratégicos para el desarrollo empresarial de nuestros asociados y clientes.

En la celebración, los espectadores fueron transportados a los años setenta con la emotiva presentación del artista que representó a Nino Bravo en el programa *Yo me llamo*. Este fue un momento ideal para revivir el romanticismo y compartir con las familias aquellos éxitos musicales del cantante argentino que perduran de generación en generación.

El Embajador de Guatemala, Héctor Iván Espinosa Farfán agradeció la invitación al evento que catalogó como una actividad que le permitió percibir el buen ambiente y espíritu de solidaridad entre los miembros de la Cooperativa, adicionalmente opinó que “el mensaje del Presidente del Consejo de Administración, James Rubio Soto en representación de los cooperados, sin duda fue muy constructivo y con una visión de futuro, lo cual fortalecerá aún más el posicionamiento de la Cooperativa, con espíritu innovador y de proyección para poder afrontar los retos y las oportunidades en el futuro.”

Finalmente el Embajador manifestó que “Coimpresores Bogotá cuenta con grandes potencialidades de poder expandirse hacia el exterior, la región de Centroamérica ofrece grandes oportunidades y facilidades de inversión. Paralelamente la entidad cuenta con gran experiencia con más de cuarenta años, personal bien capacitado, innovación tecnológica, sensibilidad con el medio ambiente y principios cooperativos y de solidaridad muy bien cimentados”.

La celebración del cuadragésimo primer aniversario de Coimpresores Bogotá se convirtió en el mejor pretexto para ofrecer un merecido homenaje a una entidad que sobrepasó las cuatro décadas impulsando la evolución del sector gráfico colombiano. 🍷



James Rubio S., Presidente de Coimpresores Bogotá.



De izquierda a derecha: Rosa González, Miguel Arcángel Muñoz, Angélica Muñoz y Miguel Muñoz.



Jesús Sánchez, Gerente de Coimpresores Bogotá.



Lina Alba y Jorge Alba.



De izquierda a derecha: Rafael Cardozo, Martha Pardo, Nino Bravo, Graciela Galindo, Heidy Cardozo y Jorge Parra.



Show central a cargo de Nino Bravo.



De izquierda a derecha: Aguedita de Gutiérrez, Julio Gutiérrez, Liliana Mejía, Wilton Herrera Leiton, Pamela Herrera y Wilton Herrera.



De izquierda a derecha: Marlén Navarrete, Nora Silva, Nino Bravo, Gloria Bonilla de Covarria, Zulammy Gracia.



Sorteo para sucesores: Juan Pablo López y Marlén Navarrete.



Ganadores viaje a San Andrés, de izquierda a derecha: Rubén Darío García, Zulamy María Gracia, Marlén Navarrete (Líder del Comité de Comunicaciones) y Jaime Escobar (Presidente de la Junta de Vigilancia de Coimpresores Bogotá).



Celebración del cuadragésimo primer aniversario de Coimpresores Bogotá.



Celebración del cuadragésimo primer aniversario de Coimpresores Bogotá.



XVIII Congreso Colombiano de Cooperativas de la Industria Gráfica

Del 4 al 7 de noviembre, FedeGráfica llevó a cabo este encuentro que reunió cerca de 200 representantes del sector.

Con la participación de empresarios de pequeñas y medianas compañías de la comunicación gráfica del país, proveedores, conferencistas, representantes del gobierno e instituciones académicas, fue desarrollado el XVIII Congreso Colombiano de Cooperativas de la Industria Gráfica, en medio del cual se resaltó la importancia de la economía solidaria, y se abordaron los retos tecnológicos y las oportunidades académicas para el sector.

Organizado por la Federación Colombiana de Cooperativas de Empresarios de la Industria de Comunicación Gráfica, FedeGráfica, el congreso tuvo una muestra comercial con cerca de 15 expositores nacionales e internacionales, expertos

en maquinaria, equipos, insumos y servicios de la industria gráfica. Así mismo, contó con la presencia de la Ministra de Industria y Comercio.

Bajo el lema “Cooperativismo empresarial, equilibrio económico y social”, los cerca de 200 empresarios de las pymes de la comunicación gráfica colombiana que asistieron al evento, trataron temas de interés tales como la importancia de la economía solidaria a nivel mundial, las cooperativas en el posconflicto, la educación y el cooperativismo, entre otros puntos claves que les permitieron conocer con mayor profundidad la situación actual del sector cooperativo a nivel nacional e internacional.



Inauguración del Congreso de FedeGráfica 2016.



Asistentes a la primera jornada del Congreso.



Segunda jornada del Congreso.



Empresarios del sector en la muestra comercial.



Empresarios y representantes de Coimpresores Bogotá.

Por otra parte, el evento tuvo un espacio destinado al sector de la industria gráfica y la gestión empresarial, donde se abordaron temáticas como el panorama de riesgos empresariales y sus soluciones, la campaña de buen uso del papel y foros correspondientes a la feria drupa 2016 divididos por subsectores, de manera que los asistentes encontrarán información de acuerdo a sus intereses empresariales y de negocios.

Coimpresores Bogotá impulsó activamente este Congreso desde su planeación, apoyando a FedeGráfica en la

programación de conferencias y la consecución de patrocinios. Así mismo, llevó la delegación regional de empresarios más numerosa.

El XVIII Congreso Colombiano de Cooperativas de la Industria Gráfica se adelantó en las instalaciones del Hotel Caribe, del 4 al 7 de noviembre, y fue un escenario propicio para promover la integración, el conocimiento, la innovación, la tecnología y el desarrollo de nuevos negocios en el sector gráfico. 🌐



De izquierda a derecha: Álvaro Camargo, Ricardo Riccardi, Claudia Pensamiento y José Caviedes, Coimpresores Bogotá.



Representantes de la Cooperativa del Sur.



Representantes de Coimpresores Bogotá.



De izquierda a derecha: Martha Hernández, Dora de Salazar, Rodrigo Salazar y Víctor Salazar, Coimpresores de Occidente.

1^{ER} PAPEL
CERTIFICADO
CON EL SELLO
AMBIENTAL
COLOMBIANO

CARTOPrint

su mejor impresión

✓ Alta
BLANCURA ✓

Calidad
SUPERIOR

CARTA
500 | 75
Hojas | g/m²



Smurfit Kappa | CartoPrint



SELLO AMBIENTAL
COLOMBIANO

MINISTERIO DE AMBIENTE Y
DESARROLLO SOSTENIBLE

NTC 6019(2015)
Etiquetas ambientales tipo 1.
ICONTEC
CSAC 11-6019-CER458608

ES
GAR
QUE
PA

www.smurfitkappa.com.co

Cuando pienses en **papel ecológico**,
piensa en **CartoPrint**.

Producido por:  Smurfit Kappa