



# Registro



**Tendencias en sostenibilidad  
para el sector de la comunicación gráfica:  
Colombia en la OCDE**

**La digitalización de la economía:  
un desafío para América Latina**

**Innovación  
en cajas de empaques**

# Revista



**Perfil**

de nuestra revista

Somos una revista que aporta artículos de interés para pequeños y grandes empresarios de los sectores gráfico, financiero y publicitario, así como para la academia y los consumidores de productos, insumos y servicios de la industria gráfica colombiana.

## ¿Por qué pautar en nuestra revista?



**1.000**   
Ejemplares



Edición Nro. 60  
**Abril 2018**

**Amplia** distribución



**Obtenga** beneficios comerciales y reputación de marca.  
**Si usted nos lee, sus clientes también.**

Si está interesado en pautar en nuestra siguiente publicación, puede escribirnos al correo [comunicaciones@cipb.net](mailto:comunicaciones@cipb.net) o comunicarse al teléfono 208 8700 Ext. 163, con el Comité de Comunicaciones.



# Contenido



<b>EDITORIAL</b>	
▪ Editorial	5
<hr/>	
<b>COIMPRESORES HOY</b>	
▪ Resultados enero a julio de 2018	6
▪ XVLV Asamblea General Ordinaria de Asociados	11
▪ Servicios SIC	13
<hr/>	
<b>FINANZAS Y NORMATIVIDAD</b>	
▪ Aspectos relevantes de la facturación electrónica	16
<hr/>	
<b>SUCESORES</b>	
▪ Empresas familiares: ¿las generaciones segunda y tercera son sus sepultureras?	19
<hr/>	
<b>ENTORNO SOLIDARIO</b>	
▪ Propuestas para avanzar hacia nuevo escenario cooperativo en Colombia	21
▪ Red de Comunicadores para promover y visibilizar el modelo cooperativo	23
<hr/>	
<b>TENDENCIAS</b>	
▪ Innovación en la gestión: el reto decisivo	24
▪ Innovación en cajas de empaques	25
▪ Empaques inteligentes	26
▪ La digitalización de la economía: un desafío para América Latina	27
▪ Hablemos de color	30
<hr/>	
<b>IMPRESORES COMPROMETIDOS CON EL AMBIENTE</b>	
▪ Smurfit Kappa y la educación ambiental	32
▪ Tendencias en sostenibilidad para el sector de la comunicación gráfica: Colombia en la OCDE	34
<hr/>	
<b>SERVICIO CON CALIDAD DE VIDA</b>	
▪ De la pasión por las artes gráficas	37
<hr/>	
<b>PROYECTOS EMPRESARIALES</b>	
▪ Empaques y etiquetas, segmento estratégico en la industria gráfica	40
▪ Un HUB del material en Bogotá- Región, una apuesta conjunta para la competitividad empresarial	41
<hr/>	
<b>APORTES ACADEMIA</b>	
▪ Comunicación gráfica: conceptos básicos	43
<hr/>	
<b>EDUCACIÓN Y BIENESTAR</b>	
▪ Eventos y capacitaciones	44

Revista de la Cooperativa de Impresores de Bogotá, Coimpresores Bogotá

Sede administrativa:  
Carrera 31 Nro. 22B - 15  
PBX: 208 8700  
Fax: 269 7047 Bogotá  
www.cipb.net

Diciembre de 2018  
Edición 59  
ISSN 1794-9882

CONSEJO EDITORIAL  
James Rubio Soto  
Mario Galvis  
Alberto Gutiérrez  
Julián Carreño Neira

COORDINACIÓN EDITORIAL  
James Rubio Soto

REDACCIÓN  
Julián Carreño Neira  
Comité de Comunicaciones

CORRECCIÓN DE ESTILO  
Marcela Manrique Cornejo

DISEÑO  
Jenyffer Pérez Montaña  
Comité de Comunicaciones

IMPRESIÓN

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

# MANTENGAMOS EL CONTACTO

LE INVITAMOS A SEGUIRNOS  
EN NUESTRAS REDES SOCIALES



COIMPRESORESBOG



COIMPRESORESBOG



COIMPRESORES-BOGOTA

¡SEGUIMOS AVANZANDO!



 Coimpresores  
Bogotá



# Ante la incertidumbre

Por: James Rubio Soto, presidente Consejo de Administración Coimpresores Bogotá.

Terminamos el año con la sensación de que los avances en todos los campos del acontecer nacional han sido exiguos y que, por el contrario, se ahondan las brechas que frenan el desarrollo del país.

Las contradicciones aparentes o reales entre el Presidente de la República y los partidos alineados con el Gobierno dejan un sabor agri dulce y nos indican una alta improvisación entre las propuestas hechas por el entonces candidato Duque y su partido, con respecto a la presentación de las reformas que requiere el país.

Es así como vemos que no contamos con una reforma política que disminuya los niveles de corrupción, a pesar de la oferta de campaña que iba más allá de la ingenua creencia de que disminuir el salario de los congresistas garantiza la eliminación de la corrupción, pero que fue abiertamente controvertida por el principal partido de gobierno.

Las otras reformas para mejorar el funcionamiento del Estado tampoco parecen andar por buen camino, con excepción de la maquillada reforma tributaria que aún se discute en el Congreso y la cual, por enésima vez en todos los gobiernos, se presenta con las características propias del jugador de póker que le critican al anterior Presidente: apuestas altas para permitir negociaciones que trasquilan la propuesta.

Esto sin contar con que nuevamente se resuelven los problemas del momento, pero las reformas estructurales que le apuntan al mejoramiento de las condiciones del desarrollo no se ven por ningún lado. El apoyo a la pequeña y mediana industrias es exiguo, se impulsa la economía naranja a pesar de que nadie conoce su real contenido y a la que por otro lado se propone gravar con impuestos, no se cubre el déficit educativo ni se proponen soluciones reales a los graves problemas de salud manejados con criterio financiero, no se mejoran los niveles de inversión en investigación y lo mismo ocurre con tantas otras necesidades.

Lo que sí se puede concluir es que seguimos las directrices de la OCDE, la cual es invocada para decirnos que sus lineamientos son los que garantizan el adecuado comportamiento de la economía, como antes los hacían el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, pero que conlleva gravámenes y talanqueras para el desarrollo de nuestras pequeñas y medianas empresas.

El conjunto de medidas adoptadas en los últimos años –que pueden ser necesarias algunas sí, otras no– obligan a estas empresas a hacer inversiones en asesores, cambios tecnológicos, modificación de sistemas productivos y ajustes a su infraestructura que no siempre son recuperables porque no garantizan un mayor incremento de las ventas.



También se puede inferir que los cambios propuestos en la mal llamada ‘ley de financiamiento’ benefician a las empresas extranjeras, acorde con las recientes sugerencias del representante de la OCDE, quien considera un inmenso avance desgravar a las empresas y trasladar la carga fiscal a las personas naturales.

Pero si entendemos que las personas naturales dueñas de las empresas extranjeras que operan acá pagan impuestos en sus países de origen, Colombia se quedaría sin los ingresos que hoy percibe por impuestos directos a esas empresas y beneficiaría a los sistemas tributarios de los países más ricos. Llegamos al colmo de la inequidad: países pobres financiando a los ricos.

En el mismo sentido se pronuncia un ministro holandés de visita en Colombia, invocando las normas de la OCDE para dirimir conflictos: debemos desgravar la entrada de papa congelada en flagrante desmedro de nuestros productores agrícolas, a cambio de unas monedas para proyectos puntuales en zonas donde el Estado muestra su incapacidad de acción, a pesar de la alharaca de los gobiernos de turno.

Y mientras el debate nacional se centra en el IVA a la canasta familiar, el Gobierno distrital con ayuda del Concejo acaba de aprobar una tasa de valorización en zonas donde se concentran muchos de nuestros industriales, con lo cual se verán afectados –otra vez– a través de una medida que financia obras que en algunos casos no mejoran el entorno, ni la productividad de nuestras empresas y, por el contrario, aumentarán el valor de los activos inmobiliarios y generarán un mayor impuesto predial, por lo que probablemente quedaremos pagando varias veces la misma inversión.

De cualquier forma, no podemos dejarnos ganar por el pesimismo y debemos seguir invirtiendo en las mejoras tecnológicas que mejoren nuestro desempeño empresarial, para garantizar, como mínimo, nuestra permanencia. ●



# Resultados enero a julio de 2018

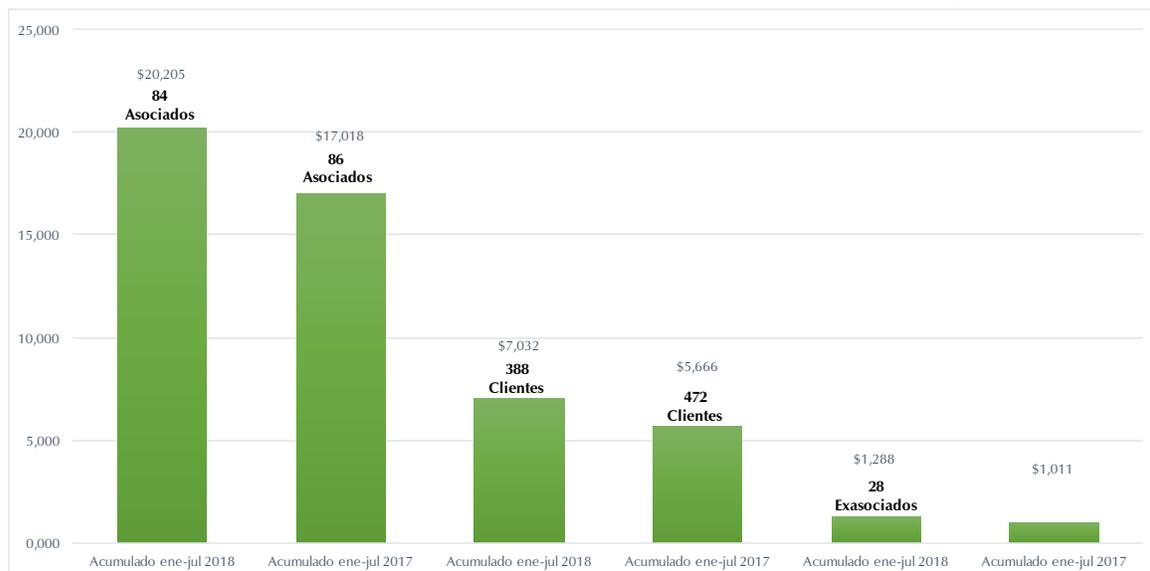
Por: Jesús Sánchez, gerente de Coimpresores Bogotá.

Entre el primero de enero y el 31 de julio de este año, la Cooperativa ha tenido los resultados que presento a continuación.

## Comparativo ventas, enero-julio de 2018 vs. 2017

		Valor	Variación porcentual
Asociados	Acumulado enero - julio 2018 \$	20.205.242.675,59	
	Acumulado enero - julio 2017 \$	17.018.864.570,40	
	Variación 2018 vs. 2017 \$	3.186.378.105,19	18,7%
Clientes	Acumulado enero - julio 2018 \$	7.032.846.070,78	
	Acumulado enero - julio 2017 \$	5.666.135.306,45	
	Variación 2018 vs. 2017 \$	1.366.710.764,33	24,1%
Exasociados	Acumulado enero - julio 2018 \$	1.288.466.790,31	
	Acumulado enero - julio 2017 \$	1.011.235.813,15	
	Variación 2018 vs. 2017 \$	277.230.977,16	27,4%
Totales	<b>Total ventas 2018 \$</b>	<b>28.526.555.536,68</b>	
	<b>Total ventas 2017 \$</b>	<b>23.696.235.690,00</b>	
	<b>Variación 2018 vs. 2017 \$</b>	<b>4.830.319.846,68</b>	<b>20,4%</b>

## Acumulado ventas, julio 2018 vs. 2017 (en miles de millones de pesos)





Coimpresores Bogotá, en estos últimos siete meses, pasó de vender 6.602 toneladas en 2017 a 7.978 toneladas en 2018, con un crecimiento en toneladas del 21%.

En el periodo enero-julio de 2017 frente a enero-julio de 2018, crecimos \$3.186.378.105 en ventas a los Asociados, las cuales significan un incremento del 18,7%; con los clientes tuvimos un crecimiento de \$1.366.710.764, equivalente a 24%; y con los exasociados aumentamos las ventas en \$277.230.977, que representan un crecimiento del 27%. De este modo, el crecimiento total en ventas es de \$4.830.319.846, equivalente al 20%.

El compromiso de nuestros Asociados con su Cooperativa sigue siendo muy relevante, ya que del total de las ventas, el 71% son hechas a los Asociados, el 24% a clientes y el 5% a exasociados.

En cuanto al excedente bruto, este ha tenido un incremento frente al año anterior del 65%, mientras el excedente neto ha crecido en 34%.

## Resultados CtP

El excedente neto de esta unidad es el 6% y sus ventas entre el primero de enero y el 31 de julio de 2018 tuvieron el comportamiento que se muestra a continuación.

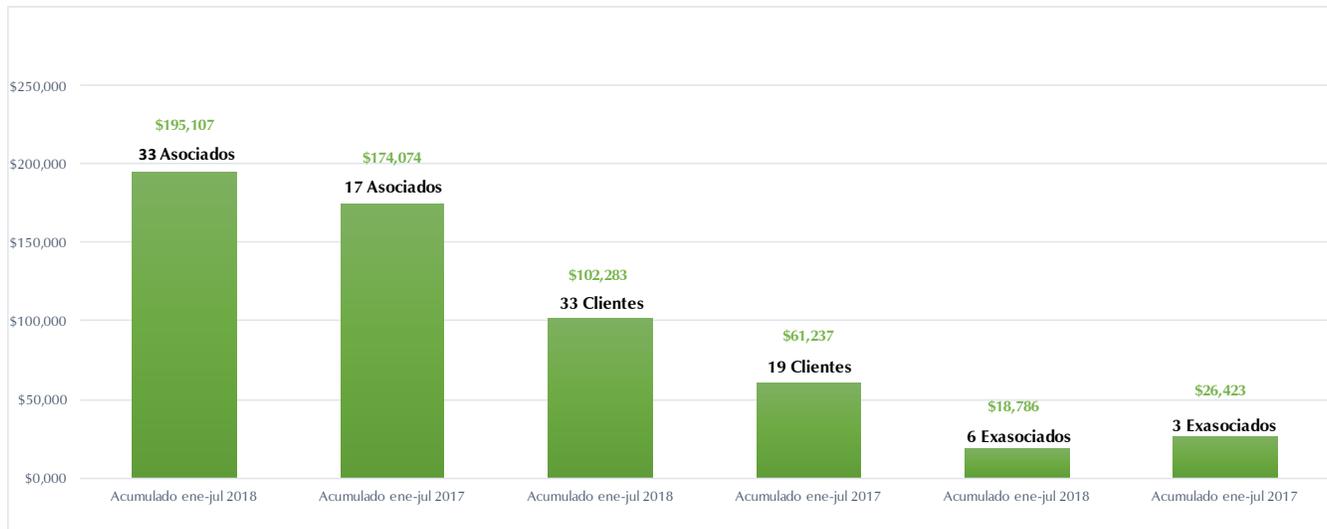


### Comparativo CtP, enero-julio de 2018 vs. 2017

		Valor	Variación porcentual
Asociados	Acumulado enero - julio 2018 \$	195.107.785,69	
	Acumulado enero - julio 2017 \$	174.074.209,68	
	Variación 2018 vs. 2017 \$	21.033.576,01	12,1%
Clientes	Acumulado enero - julio 2018 \$	102.283.799,04	
	Acumulado enero - julio 2017 \$	61.237.445,48	
	Variación 2018 vs. 2017 \$	41.046.353,56	67,0%
Exasociados	Acumulado enero - julio 2018 \$	18.786.735,71	
	Acumulado enero - julio 2017 \$	26.423.265,60	
	Variación 2018 vs. 2017 \$	(7.636.529,89)	28,9%
Totales	<b>Total CtP 2018 \$</b>	<b>316.178.320,44</b>	
	<b>Total CtP 2017 \$</b>	<b>261.734.920,76</b>	
	<b>Variación 2018 vs. 2017 \$</b>	<b>54.443.399,68</b>	<b>20,8%</b>



## Acumulado CtP, enero-julio 2018 vs. 2017 (en millones de pesos)



### CtP Asociados

Las ventas de CtP a los Asociados representan el 62% del total. En este segmento y durante el periodo referido, crecimos en ventas el 12% y pasamos de trabajar con 17 a 33 Asociados, teniendo en cuenta que 24 Asociados a la Cooperativa tienen CtP propio. En el momento se está haciendo una ardua labor de ventas para vincular al 35% de los Asociados que faltan, por lo que los invito a que participen y crean en nuestra unidad de negocio.

### CtP clientes

El segmento de clientes representa el 32% del total de ventas CtP. Las ventas a este *target* crecieron en 67% y acrecentamos también el número de clientes que atendemos ya que pasamos de 19 a 33, durante el periodo reportado.

### CtP exasociados

Decrecimos en ventas de CtP a este segmento en 28%, pasamos de trabajar con 3 a 6 clientes, las ventas de los exasociados representan el 6% del total.

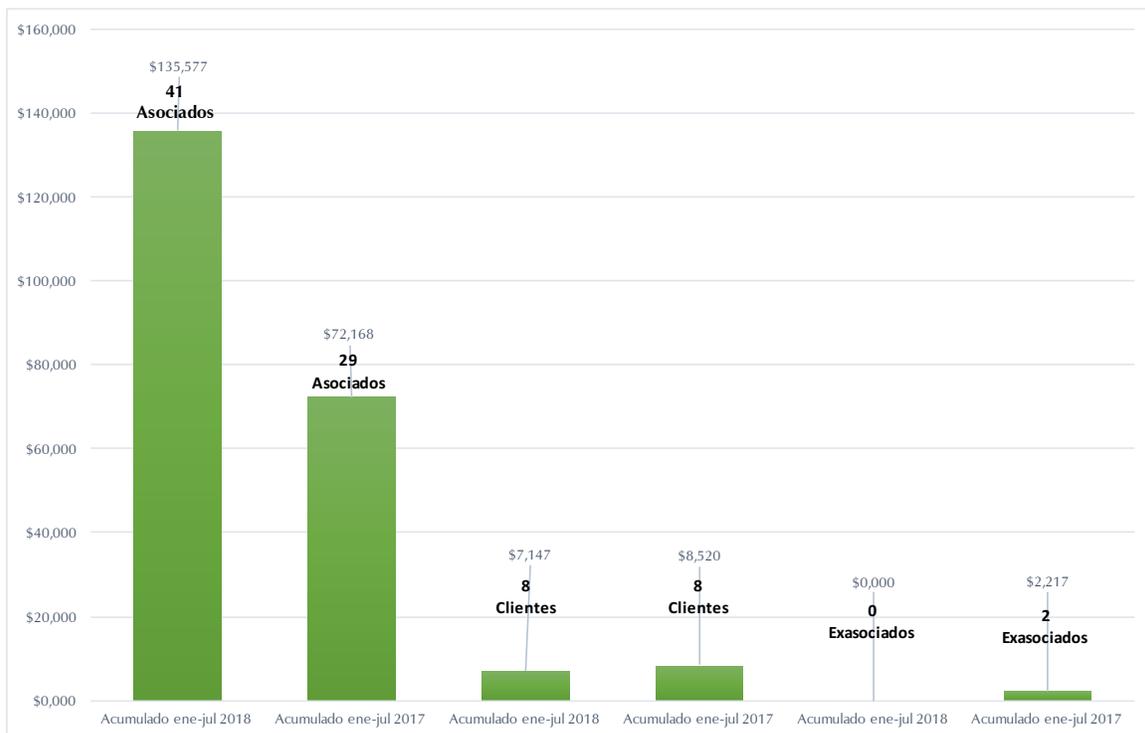




### Comparativo Dotaciones, julio 2018 vs. 2017

		Valor	Variación porcentual
Asociados	Acumulado enero - julio 2018 \$	135.577.605,00	
	Acumulado enero - julio 2017 \$	72.168.220,00	
	Variación 2018 vs. 2017 \$	63.409.385,00	87,9%
Clientes	Acumulado enero - julio 2018 \$	7.147.919,00	
	Acumulado enero - julio 2017 \$	8.520.824,00	
	Variación 2018 vs. 2017 \$	(1.372.905,00)	-16,1%
Exasociados	Acumulado enero - julio 2018 \$	0,00	
	Acumulado enero - julio 2017 \$	2.217.646,00	
	Variación 2018 vs. 2017 \$	(2.217.646,00)0	%
Totales	<b>Total Dotaciones 2018 \$</b>	<b>142.725.524,00</b>	
	<b>Total Dotaciones 2017 \$</b>	<b>82.906.690,00</b>	
	<b>Variación 2018 vs. 2017 \$</b>	<b>59.818.834,00</b>	<b>72,2%</b>

### Acumulado Dotaciones, julio 2018 vs. 2017 (en millones de pesos)





## Resultados Dotaciones

### Dotaciones Asociados

En el periodo reportado, crecimos en ventas el 88%, pasamos de trabajar con 29 a 41 Asociados. Las ventas de dotaciones a este segmento representan el 95% del total.

### Dotaciones clientes

Decrecimos en ventas el 16%, se han mantenido los mismos 8 clientes y las ventas a estos representan el 5% del total de esta unidad de negocio.

Les extiendo la invitación para que sigan participando en esta unidad, cuyos resultados son positivos, como pueden analizar.

## Nuevos papeles

La Cooperativa, en búsqueda de nuevas alternativas de productos para el sector de la comunicación gráfica y ante la situación cambiante del mercado debido al crecimiento en la línea de empaques, ofrece nuevos productos.

### Nuevas alternativas de cartulinas

- **Metsä Board Pro FBB Bright (anteriormente Carta Sólida):** cartulina blanca reverso blanco, excelente blancura de 91%, disponible desde calibre 10 hasta calibre 24 y con un alto rendimiento. Libre de olores, indicada para elaboración de plegadizas en empaques de chocolates y confitería, alimentos, bebidas, aplicaciones gráficas, cubiertas/carátulas, productos para el cuidado de la salud, de belleza y electrónicos de consumo.
- **Metsä Board Pro FSB (anteriormente Carta Dedicada Firm):** cartulina blanca reverso blanco, esmaltada en la superficie, blancura de 84%, buena relación calibre-gramaje que se refleja en el excelente rendimiento, disponible en calibres desde 12 pt hasta 24 pt, libre de blanqueadores ópticos. Recomendada para elaboración de platos de papel, bandejas plegables, envases de alimentos y de comida para llevar.

Estas cartulinas ofrecen un alto brillo y suavidad y están diseñadas para productos de alto valor que requieren una promoción destacada de la marca a través de técnicas de impresión, conversión y conformado exigentes.



Los molinos de Metsä Board tienen cadena de custodia PEFC, cadena de custodia FSC y certificados de madera controlados FSC.

### Papeles especiales

**Prime Baker blanco 40 gr. 70x100 cm. (horneo):** adecuado para la mayoría de los panes, galletas, capacillos y artículos básicos de panadería. Entre sus beneficios se cuentan:

- Facilita la limpieza de bandejas y sartenes.
- Ecológico.
- Papel fabricado con fibra 100% virgen que permite el contacto directo con los alimentos.
- No modifica las propiedades de apariencia, olor, color o sabor del producto. 🌱



## XVLV Asamblea General Ordinaria de Asociados

***Los asistentes recibieron el informe de resultados del año 2017 y eligieron el Consejo de Administración para el periodo 2018-2020.***

Con éxito se llevó a cabo, el 23 de marzo pasado, la XVLV Asamblea General Ordinaria de Asociados de la Cooperativa, que contó con una representativa participación de quienes tenían la condición de hábiles para el efecto.

El Consejo de Administración mantuvo la institucionalidad y el buen gobierno. Así lo señaló James Rubio Soto, presidente del Consejo de Administración, quien además hizo énfasis en las capacitaciones, la gestión normativa interna, los resultados de la implementación de políticas empresariales, los beneficios a Asociados y las relaciones intergremiales.

Entre los aspectos que resaltó el Presidente del Consejo estuvieron la aprobación de los acuerdos 45, 46, 48 y 49, así como el Código del Buen Gobierno (que establece los principios y reglas de ética y buen gobierno), así como la Reforma del Estatuto, que incluye protección al patrimonio y herramientas para mejorar la competitividad en relación con las fluctuaciones del mercado.

De otro lado, señaló el buen cumplimiento en cuanto a la Ley de *Habeas Data* se refiere y destacó la implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo SGSST, así como los proyectos e inversiones realizadas.

Coimpresores Bogotá continuó desarrollando durante el año 2017 estrategias y productos innovadores, parte de la misión de brindar beneficios a sus asociados, conducentes a nuevas oportunidades de negocio. Así lo señaló Jesús Sánchez, gerente de la Cooperativa, quien además aseguró que la entidad obtuvo un sostenimiento de las ventas, un incremento en los excedentes y la puesta en marcha de una nueva unidad de negocios.

Según dijo Jesús Sánchez, a pesar de que se vendió casi igual que en 2016, el excedente bruto de 2017 mejoró en un 10% y el neto en 26%, debido a las buenas negociaciones en descuentos con proveedores, y a los rebates y pagos anticipados, con todo lo cual es evidente un buen manejo de capital de trabajo de la Cooperativa.



Por su parte, José Caviedes, presidente del Comité de Educación, destacó la gestión y las actividades de capacitación, formación, bienestar y deportes, realizadas durante 2017. Todas estas, según advirtió, estuvieron encaminadas a fortalecer el sentido de pertenencia y el talento humano de las empresas de Asociados a la Cooperativa.

El presidente del Comité de Educación resaltó la gestión del auxilio educativo brindado en el marco del convenio entre el Icetex y Coimpresores Bogotá, proceso en el que han participado 17 empresas de Asociados y en el que fueron preseleccionadas 47 personas.

Es de destacar que para los casos de los comités de Apelaciones y Solidaridad, si bien se hizo extensivo a la Asamblea su quehacer, los mismos no presentaron novedades sustanciales. Hay que anotar que estas instancias son vitales, respectivamente, para efectos de las apelaciones disciplinarias y la administración de los recursos del Fondo de Solidaridad, el cual se constituye en la concreción de la ayuda mutua cuando se requiere por fuerza mayor.

Respecto al análisis y control social de las actividades que se realizan al interior de la Cooperativa, Jaime Escobar, presidente de la Junta de Vigilancia, enfatizó los buenos resultados de integración de los Asociados y la ejecución de las actividades proyectadas durante 2017.



## Elección nuevo Consejo de Administración periodo 2018-2020

Con la asistencia de 55 asociados, equivalente al 80% de los asociados hábiles, se eligieron los siete (7) miembros principales y dos (2) suplentes.

Los miembros principales del Consejo de Administración son:

• Marlén Navarrete, de Opciones Gráficas Editores Ltda.	43 votos
• José Caviedes, de Impresos JC S.A.S.	41 votos
• Santos Camacho, de Cartongraf S.A.S.	39 votos
• James Rubio, de Impresores Litográficos Ltda.	39 votos
• Mario Galvis, de Mundo Litográfico Editorial Educativa S.A.S.	38 votos
• Ana Beatriz Rojas, de Univerprint Corporation S.A.S.	37 votos
• Jorge Alba de Líneas Creativas Publicidad Ltda.	28 votos

## Miembros principales del Consejo de Administración



De izquierda a derecha Mario Galvis, Mundo Litográfico Editorial Educativa S.A.S.; Santos Camacho, Cartongraf S.A.S., José Caviedes, Impresos JC S.A.S.; Marlén Navarrete, Opciones Gráficas Editores Ltda.; Jorge Alba, Líneas Creativas Publicidad.; Ana Beatriz Rojas, Univerprint Corporation S.A.S.; y James Rubio, Impresores Litográficos Ltda. 



## Servicios SIC

Por: Sandra Patricia Fajardo, directora del SIC.

### *Desde asesorías, capacitaciones y proyectos en temas estratégicos para el negocio gráfico hasta disposición final y aprovechamiento de residuos.*

El SIC, Sistemas Integrados de Calidad, unidad de negocios de Coimpresores Bogotá que fue creada con el objetivo inicial de promover los programas de las secretarías distritales de Medio Ambiente y Salud, así como de los diferentes entes reguladores, para que los empresarios tuvieran conocimiento y cumplieran con los requerimientos legales exigidos, continúa trabajando por los Asociados y clientes que requieran de sus servicios.

Estos servicios se encuentran en las siguientes líneas de negocio.

#### RESPEL (residuos especiales)



Línea de negocio que centra su servicio en brindar la recolección de los residuos peligrosos que generan nuestros Asociados en su proceso productivo. Incluye la capacitación necesaria para que el generador (empresa de Asociado) comprenda y adopte medidas adecuadas de manejo,

disposición, almacenamiento e identificación de los residuos peligrosos generados en la fabricación de sus productos.

Entre los RESPEL que actualmente son recolectados por el SIC, se encuentran los siguientes:

- Disposición de papel, plástico, *wypall* contaminado con tintas o solventes.
- Material de empaque contaminado.
- Líquidos contaminados que son desechos y resultan de la producción: aquellos generados al realizar la limpieza de las máquinas y el lavado de los rodillos de impresión.
- Recipientes contaminados: todos los que son desechados durante el proceso productivo y se utilizan para recolección de líquidos contaminados, envases generados de la utilización de tintas de impresión, envases de alcohol o sustituto de alcohol, solución de fuente, limpiadores etcétera.

La adecuada disposición de los residuos peligrosos es un requerimiento legal establecido en el Decreto 4741 de 2005, donde se reglamentan la prevención y el manejo de los residuos o desechos peligrosos, con el fin de proteger la salud humana y el ambiente. El Decreto establece las obligaciones y responsabilidades que debe cumplir el generador como, entre otros, gestionar y manejar integralmente los residuos peligrosos, identificar las características de peligrosidad de cada uno de los residuos y garantizar el empaque de los residuos, requisitos que deben ser soportados por cada empresa y presentados a las entidades estatales cuando sean requeridos.

Aunque nos parezca sorprendente, aún encontramos empresas que no han generado conciencia organizacional al respecto



y continúan arrojando los RESPEL en las alcantarillas que se encuentran cerca de sus instalaciones. Esta mala práctica puede llevar a una fuerte sanción económica o, en el peor de los escenarios, llegar hasta el cierre temporal de la empresa.

Todo el manejo de los residuos peligrosos es realizado por el SIC cumpliendo con la legislación establecida actualmente: la Ley 1252 de 2008 “Por la cual se dictan normas prohibitivas en materia ambiental, referentes a los residuos y desechos peligrosos y se dictan otras disposiciones” y el Decreto 1609 de 2002 “que reglamenta el manejo y transporte terrestre automotor de mercancías peligrosas por carretera”. Esto respalda y demuestra la integridad y calidad del servicio. El SIC brinda todo el acompañamiento que sea necesario para que el empresario implemente las actividades requeridas por la normatividad y, si lo considera oportuno, realizar la certificación en la Norma ISO 14001 Sistema de Gestión Ambiental.

## Retal (aprovechables)



Esta línea de negocio nació como un proyecto, en octubre de 2017, y hoy en día ya cuenta con 16 proveedores - clientes con los que el SIC ha realizado negociaciones en el manejo de los aprovechables -. Brinda un acompañamiento a los Asociados para realizar un manejo adecuado de los aprovechables, dando así los primeros avances para el cumplimiento de la Resolución 1407 de 2018 que fue aprobada el pasado mes de agosto, la cual reglamenta la gestión ambiental de los residuos de envases y empaques de papel, cartón, plástico, vidrio, metal, donde nuestra industria tiene un alto nivel de responsabilidad.

Con un manejo adecuado a los aprovechables podremos iniciar gestión en la responsabilidad que decreta la Resolución, cuyas consideraciones llevan a pensar que es el momento de nuestra industria de demostrar que estamos comprometidos con preservar los recursos naturales y podemos trabajar mancomunadamente para dar un aprovechamiento a los residuos que así lo permitan. Para esto es necesario tomar conciencia en la manera como disponemos nuestros residuos, pues el 43% de aquellos que llegan al relleno sanitario Doña Juana son plástico, papel, cartón, vidrio y metales, los que adecuadamente separados podrían generar ingresos de mil millones de pesos que actualmente están siendo enterrados <sup>1</sup>.

Actualmente la mayoría de los residuos generados en nuestra industria son aprovechables. Para realizar una adecuada disposición de los mismos, el SIC brinda el servicio de asesoría técnica en la compra de los siguientes aprovechables generados en el proceso productivo:

En papeles, cartones o cartulinas:

- Archivo, archivo plastificado, plegadiza plastificada
- Blanco de primera (bond)
- Cartón corrugado (*kraft*)
- Moño archivo, moño periódico, papel periódico
- Papel químico (depende del tipo de químico)
- Plegadiza calidad primera (alma amarilla o blanca), plegadiza calidad segunda (alma café o gris)
- Polyboard (vasos de papel)

En plásticos:

- Lámina de plástico rígido
- Lámina plástica rígida impresa
- Plástico limpio (vinilpel o *stretch*)
- Plástico poste (PVC, zuncho)

Otros aprovechables:

- Caneca de 55 galones metálica (en buen estado), garrafa plástica de 55 galones (en buen estado)
- Chatarra ferrosa, chatarra lámina litográfica aluminio
- Isotanque 10.000 litros (en buen estado)
- Tubos core cartón

<sup>1</sup>Fuente: El Espectador, 28 de septiembre de 2017.



## Asesorías y capacitaciones



Como una de las misiones desde la creación del SIC, se encuentra el servicio de asesorías a la medida para nuestros Asociados, las cuales tienen como objetivo colaborar en el desarrollo y la implementación de estándares que permiten el crecimiento de las empresas, bien sea para cumplir con los requisitos de sus clientes o simplemente porque estandarizar es parte de la planeación estratégica de la organización.

Dentro de los servicios de asesoría, el SIC brinda el acompañamiento en los siguientes estándares o normas:

- ISO 9001:2015, sistemas de gestión de calidad
- ISO 14001:2015, sistema de gestión ambiental
- ISO 45001:2018, sistemas de gestión de seguridad y salud laboral
- ISO 12647:2004, control de procesos para la producción de color medio tono separaciones, pruebas y producción de impresiones
- Resolución 0683 de 2012, requisitos técnicos sanitarios que deben cumplir los envases en contacto directo con alimentos
- Resolución 1407 de 2018, manejo integral de los residuos
- Resolución 1111 de 2017, estándares del Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo
- Decreto 4741 de 2005, manejo de residuos peligrosos

Para cada uno de los estándares mencionados tenemos los programas de capacitación y certificación como auditores en las normas que así lo permitan.

## Proyectos especiales



En esta línea de negocio el SIC continuará trabajando para desarrollar los mejores proyectos que cubran las necesidades del sector y logren beneficios para nuestros Asociados.

En lo corrido del año y con apoyo del Clúster de Comunicación Gráfica, el SIC se encuentra coordinando la implementación de un ERP (sigla en inglés de “sistema de planificación de recursos empresariales”), que facilitara el flujo de información para la gestión y el cálculo de los costos de cada actividad en la elaboración de presupuestos. A su vez, el sistema facilitará el seguimiento y control del estado de las órdenes en etapa productiva a fin de hacer más eficiente su ejecución, e integrará el flujo de información generado por las áreas administrativas y de apoyo a la producción, a fin de minimizar los tiempos improductivos relacionados con la falta de información para la adecuada toma de decisiones de los directivos y encargados de la producción.

Con este tipo de proyectos, el SIC busca incentivar el uso de las herramientas tecnológicas en la industria, para estandarizar los controles, reducir la complejidad en el seguimiento de las órdenes de producción, hacer un control directo y vigente de los inventarios y tener indicadores de gestión disponibles en la inmediatez. Todo ello estimula el proceso de la gerencia y permite una toma de decisiones de la empresa en tiempos mucho más rápidos a los que normalmente estamos acostumbrados.

Para el manejo de los envases, la Cooperativa de Impresores de Bogotá se encuentra adelantando mesas de trabajo con el objetivo de implementar un plan retorno de envases y así brindar a nuestros Asociados un apoyo en la reducción de la disposición de envases contaminados. Este proyecto será presentado en el primer trimestre de 2019. 🌱



# Aspectos relevantes de la facturación electrónica

Por: Pablo César Briceño Molina, gerente regional de auditoría financiera y de impuestos, Kreston RM S.A., revisor fiscal de Coimpresores Bogotá.

## *Un concepto especializado sobre este importante asunto.*

El marco normativo para la facturación electrónica está compuesto por las leyes 962 de 2005 (artículo 26) y 1819 de 2016; los decretos 1929 de 2007, 2242 de 2015 y 1625 de 2016; y las resoluciones 19 de 2016, 55 de 2016 (reglamentó el servicio técnico de solicitud de numeración de facturas), 072 de 2017 y 010 de 2018. También vale tener en cuenta el comunicado de prensa 191 DIAN.

La factura electrónica es un documento que soporta las transacciones de venta de bienes o servicios, realizada en un medio digital y que debe cumplir con las características y condiciones de expedición, recibido, rechazo y conservación.

## Exigencias principales (Decreto 2242 de 2015 y resoluciones 019 y 055 de 2016)

El ámbito de aplicación de la facturación electrónica comprende:

1. Voluntarios: obligados y no obligados a facturar que opten voluntariamente por expedir factura electrónica.
2. Obligados: obligados a facturar seleccionados por la DIAN.

En ambos casos se requiere habilitación por parte de la DIAN para emitir factura electrónica.

Las condiciones de expedición de la facturación electrónica son:

- Formato XML que establezca la DIAN.
- Sistema de numeración consecutiva propio de quien expide las facturas.
- Requisitos señalados en el artículo 617 del E.T.

- Firma digital.
- Código Único de Facturación Electrónica.

Es obligatorio el envío de información a la DIAN, entidad que dará a conocer al contribuyente el recibido de la información con el resultado de la verificación realizada. Si con ocasión de la verificación, se establece la imposibilidad de acceder al contenido de la factura electrónica, la DIAN comunicará tal resultado al contribuyente y este, dentro de las 48 horas siguientes a la comunicación, deberá reenviar la información; de no hacerlo, se expondrá a una sanción por incumplimiento acorde con el artículo 651 del E.T.

El adquirente del bien o servicio está obligado a verificar los requisitos de la factura electrónica: que esté en formato electrónico de generación, que el formato XML sea el establecido por la DIAN, que incluya los requisitos generales establecidos en el artículo 617 del E.T., que contenga la firma digital y que sea válida. El incumplimiento de cualquiera de estos requisitos dejará nula la factura electrónica y, por lo tanto, el emisor deberá emitir la nota crédito correspondiente.

En general, los adquirentes que reciban factura electrónica en formato digital o impreso deberán verificar el cumplimiento de los requisitos de las facturas contenidos en el artículo 617 del E.T. y verificar los demás requisitos a través de los servicios ofrecidos por la DIAN.

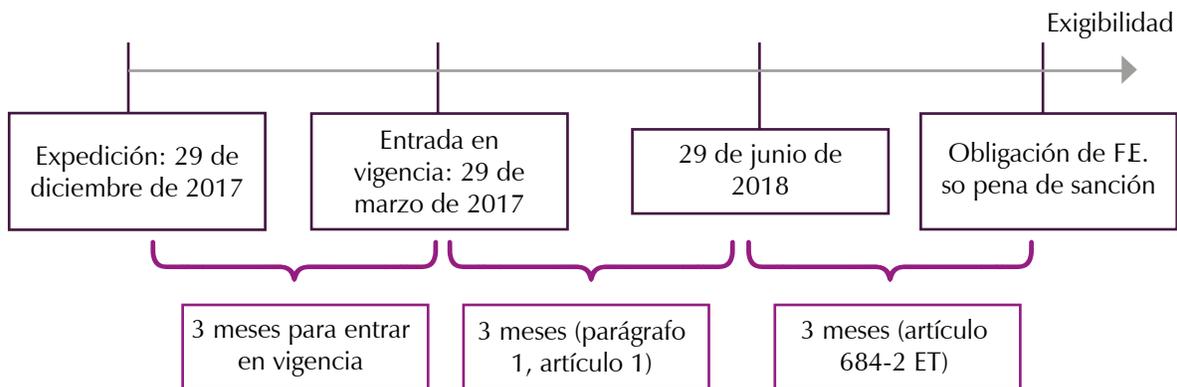
## Conservación de la factura electrónica

Las facturas electrónicas deberán ser conservadas por un periodo mínimo de cinco años contados a partir del 1° de enero del año siguiente a su elaboración, expedición o recibo (artículo 632 del E.T.), o por el plazo que transcurra hasta que quede en firme la declaración de renta que soporta tales documentos (artículo 46 de la Ley 962 de 2005).

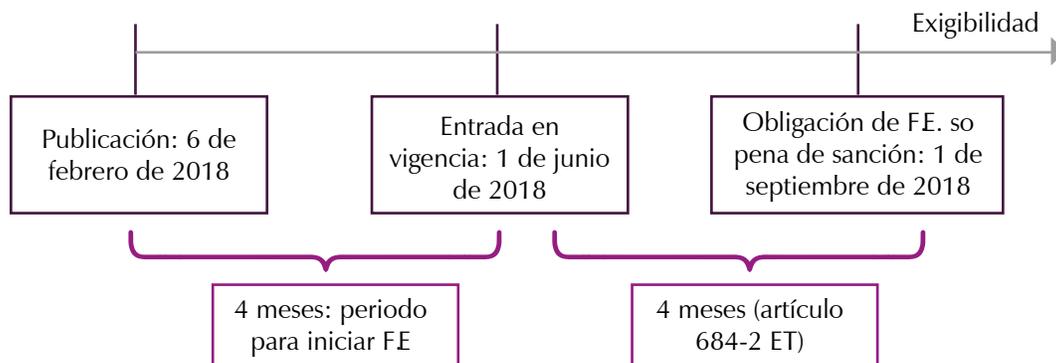


## Proceso de habilitación para expedir factura electrónica

Obligados (Resolución 072 de 2017):



Grandes contribuyentes (Resolución 010 de 2018):



## Soporte fiscal y otros documentos equivalentes

- Documento equivalente: continúan vigentes los otros documentos equivalentes en las condiciones actuales.
- El obligado a facturar electrónicamente podrá continuar utilizando los tiquetes de máquinas registradoras POS. El adquirente puede solicitar factura electrónica.
- Soporte fiscal: la factura electrónica que cumpla con los requisitos consagrados en las normas, servirá como soporte de ingresos, costos y deducciones en renta e IVA.



Freepick.com



- Comercio exterior: en caso de operaciones con adquirente del exterior, previamente debe acordarse la emisión de factura electrónica. En caso contrario, el obligado a facturar electrónicamente deberá emitir la factura según su obligación, pero para el adquirente del exterior, deberá remitirla en representación gráfica (PDF).

## Medidas de la Ley 1819 de 2016

Con la promulgación que trajo la reforma tributaria, en cuanto a lo correspondiente a la factura electrónica, se adicionó al reglamento vigente que los contribuyentes que tengan la obligación de declarar y pagar IVA e Impuesto Nacional al Consumo deberán expedir factura electrónica a partir del 1° de enero del año 2019; para los años 2017 y 2018 solo tendrán esta obligación quienes hayan sido seleccionados por la administración tributaria para tal fin.

## Procedimiento para facturar electrónicamente

1. Definir la plataforma tecnológica con la que se va a trabajar.
2. Registrarse en los servicios informáticos de la DIAN como facturador electrónico.
3. Seleccionar al proveedor tecnológico en los servicios informáticos de la DIAN (a partir de este momento se está habilitado como facturador electrónico y se tienen tres meses para iniciar el proceso de facturación electrónica).
4. La DIAN realiza la expedición de la resolución de habilitación, la cual se envía en físico en la dirección que aparece en el RUT.
5. Validar que el RUT se encuentre actualizado con la responsabilidad 38 (facturador electrónico voluntario) o 37 (facturador electrónico obligado).
6. Se debe autorizar, habilitar y asociar la resolución de numeración de facturación electrónica.
7. Solicitar el certificado digital.
8. Definir fecha de inicio como facturador electrónico en ambiente de producción.



## Sanciones DIAN por no expedir factura electrónica

### Sanción económica

De acuerdo con el artículo 617 del E.T., donde se explican las características que debe contener una factura electrónica obligatoria, se debe tener en cuenta que la omisión de los siguientes puntos se considera causal de sanción económica: estar denominada expresamente como factura de venta o indicar la calidad de retenedor de impuesto a las ventas.

Este tipo de sanción comprende una multa equivalente al 1% del valor de las operaciones facturadas sin el cumplimiento de los requisitos legales, sin exceder de 950 UVT. No obstante, el artículo 657 del E.T. contempla que si hay reincidencia en el incumplimiento de estos requisitos legales para la generación de las facturas, la sanción será el cierre temporal del establecimiento.

### Cierre de los establecimientos

Según el artículo 684-2 (*Implantación de sistemas técnicos de control*), la no adopción de la factura electrónica luego de tres meses de haber sido dispuesta por la DIAN, o su violación, dará lugar a la sanción de clausura del establecimiento en los términos del artículo 657.



# Empresas familiares: ¿las generaciones segunda y tercera son sus sepultureras?

Por: René Pérez, periodista.

***No siempre; la clave está en escoger bien a los líderes sucesores.***

Empecemos este artículo señalando que los porcentajes son para ponerse a pensar: según investigaciones hechas en países de la región con economías y condiciones sociales muy parecidas a Colombia, solo entre 35% y 40% de las empresas familiares pasan de la segunda generación y escasamente entre 10% y 15% sobreviven a la tercera. En otras palabras, de cada veinte empresas solo tres llegan a los hijos de los nietos del fundador. Y si consideramos que más de 90% de las empresas graficas colombianas son pymes y que en un porcentaje muy alto son familiares, el panorama es inquietante.

Vale aclarar que esto no necesariamente significa quiebra, sino que un número importante de las empresas familiares pasa a manos distintas a las de sus creadores, quienes en la génesis y el posicionamiento de sus organizaciones se propusieron asentarlas como una eterna prolongación de la stirpe familiar. En Colombia tenemos casos muy dicentes en que razón social de empresas y nombres de sus dueños eran prácticamente sinónimos. Esto ocurrió, por ejemplo, con emblemáticas industrias editoriales, periódicos y revistas.

Ahora bien, la pregunta es ¿por qué se presenta este fenómeno que parece universal, por lo menos en los países con una economía de mercado? La respuesta o el intento de explicarlos han sido profusamente estudiados por analistas e institutos direccionados al sector empresarial. Algunos sostienen que hay que partir en dos el asunto: la quiebra definitiva de la empresa a causa del mal manejo por parte de los descendientes de los fundadores y la “quiebra” de la primera o segunda generación que debió venderla por su incapacidad para asumir el mando.

Las causas de que la segunda o tercera generación sean sepultureros de su herencia son muchas, pero casi todas



fulminantes. La más remota, aunque no se debe entender como si fuera el común denominador de esta situación, se encuentra en los mismos creadores de estas empresas. Por lo general, el comienzo es difícil y aunque paulatinamente se va consolidando, aparecen tropiezos. Esto es normal. Lo que sucede es que estos tropiezos los lleva el emprendedor a su hogar con denuestos y quejumbres sobre los percances que se le han presentado tal o cual día (por lo general, casi a diario) y, precisamente, sus escuchas son sus propios hijos, quienes, obviamente, ante la quejumbre empiezan a detestar la empresa.



Javier Ospina Bermeo, profesor y experto en direccionamiento estratégico corporativo, precisa otra causa que llama motivación: “el propósito del fundador es distinto al de los herederos primarios y secundarios. Las motivaciones del emprendedor no son las mismas que los que llegan a disfrutar la empresa”.

Ernesto Casas, gerente de Dejour, empresa colombiana que produce equipos y maquinaria de alta calidad para la industria de comunicación gráfica, tiene toda la autoridad para hablar del tema ya que recibió en 1978 la empresa de su padre, Darío, quien la fundó en 1948, y tiene desde hace varios años al frente de la subgerencia a su hijo Camilo —segunda generación—, quien ya se prepara para tomar las riendas de la entidad. Este empresario afirma que “a los herederos les llega una etapa de confort: sigo con lo de mi papá porque ya todo está hecho. Pero se puede romper esta etapa porque la responsabilidad no es fácil y, entonces, declinan. En fin, es culpa de los padres que no los prepararon para que continuaran con la empresa”.

¿Y las soluciones? Ospina da un remedio, la pasión: “más allá de los protocolos y planes de sucesión, es responsabilidad del fundador elegir a quien será su sucesor, para educarlo en el ejemplo y que logre vibrar con el propósito fundacional”. Y agrega con sencillez docente: “los fundadores deben generar amor por la empresa”.

---

***Si bien unas buenas relaciones familiares derivan en prosperidad de la empresa, es necesario acordar un código de conducta para superar las diferencias que se presenten en cualquier momento y crear la cultura de acatarlo entre todos los miembros de la familia.***

---

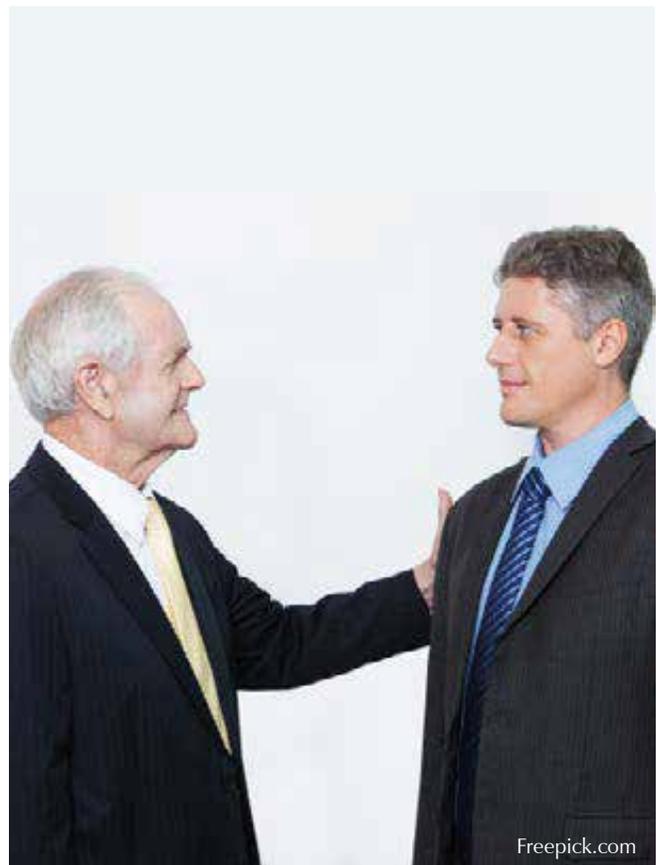
Algo parecido afirma el empresario Casas respecto a la misión de los creadores con sus sucesores: “se les debe crear amor por la empresa, que la sientan y que la consideren su proyecto de vida. Y que eso mismo se lo transmitan a sus hijos”.

Desde luego no es fácil porque, además, surge otro problema: la rivalidad entre los sucesores. ¿Quién de todos va a ser la cabeza principal? Claro, cuando hay más de un sucesor. La experiencia demuestra que postergar la

sucesión, no definir papeles claros entre familia y negocio, y confundir los recursos de compañía y familia, son algunas de las trampas más comunes en que caen las empresas familiares.

Por eso, las empresas familiares deben crear un código o protocolo de conducta que trace las pautas que permitan sobreponerse a las diferencias que surjan entre sus miembros en cualquier etapa de la vida de la compañía. Pero, en primer lugar, crear una cultura dentro de la familia en la confección y el acatamiento a las reglas de este código. Hay que tener presente, como lo corrobora la experiencia, que ninguna empresa familiar prospera a menos que prosperen las relaciones familiares.

De otra parte, según el Instituto para el Desarrollo Gerencial (IMD), los sucesores son más hábiles de lo que se cree, pero son poco desarrollados como individuos y líderes familiares y propietarios. Por eso, según esta misma entidad, ellos deben capacitarse por lo menos diez años antes y, sobre todo, aquel destinado a ser líder. Ahí es donde debe clavar la mirada quien esté al frente de la empresa familiar: quién de todos es el más apto. Y olvidarse de cualquier asomo de nepotismo. 🟢



Freepick.com



# Propuestas para avanzar hacia nuevo escenario cooperativo en Colombia

Por: Carlos Acero, presidente de la Confederación de Cooperativas de Colombia, Confecoop.

## *Detalles de la política pública propuesta por Confecoop al Gobierno nacional.*

Una vez conformado el nuevo Congreso de la República y establecido el nuevo Gobierno, la economía y la sociedad colombianas dejan atrás el tradicional periodo de incertidumbre, propio de los años en los cuales se llevan a cabo comicios electorales.

Las cooperativas, como empresas que participan en el mercado de bienes y servicios, han experimentado las consecuencias generadas por la baja dinámica económica referida, lo cual se ve reflejado en el crecimiento de sus principales cifras durante 2018 que, aunque positivo, resulta moderado respecto a los dos últimos años.

Ahora, con un nuevo escenario político, económico y social, desde la Confederación de Cooperativas de Colombia (Confecoop) vemos que el sector se proyecta como uno de los actores llamados a ser protagonista en diversos campos y por ello hemos presentado una propuesta de política pública al nuevo Gobierno, la cual pretende consolidar a las cooperativas como gestoras del desarrollo humano y social con equidad.

Factores como la paulatina superación del conflicto armado y la reactivación de la demanda global que impulsa sectores relevantes de nuestra economía como la minería, la producción agropecuaria, el turismo, la denominada economía naranja, los servicios asociados a tecnología, entre otros, resultan motivantes para las empresas cooperativas. De otro lado, situaciones como la informalidad, el desempleo, la inclusión o la desigualdad, invitan a una reflexión sobre la manera de gestionar las empresas en favor de un desarrollo económico y social integral y sostenible.

Las cooperativas, por su modelo de gestión, han contribuido de manera efectiva a aportar en las dos visiones mencionadas: de una parte, ofrecen bienes y servicios en condiciones favorables de acceso y, de otra, reducen las desigualdades en la medida que propenden por mejores condiciones de



calidad de vida de sus asociados y comunidades debido a su carácter de entidades sin ánimo de lucro.

Según el presidente Iván Duque Márquez, el “sector cooperativo es un aliado para el desarrollo del país”, palabras que resaltan su aporte en áreas como la inclusión financiera, la vivienda, la salud o las industrias creativas. Por esto, la propuesta de política pública hecha por Confecoop busca tres grandes objetivos:

1. Contar con un marco legal y una institucionalidad pública que brinden seguridad jurídica y adecuados controles al desarrollo de la actividad socioempresarial cooperativa, acorde a su especial naturaleza.



2. Contar con adecuados estímulos a la actividad socioempresarial cooperativa desde las diferentes agencias gubernamentales, que permitan consolidar el portafolio de productos y servicios ofrecidos por estas organizaciones.
3. Contar con un adecuado nivel de conocimiento sobre el modelo socioempresarial cooperativo, de manera que los colombianos comprendan esta forma de hacer empresa, cuyo propósito es mejorar la calidad de vida de las personas.

Para lograr estos objetivos, la Confederación ha fijado ocho estrategias por medio de las cuales se resalta a las cooperativas como empresas de bienestar, basadas en la ayuda mutua, con una visión socioempresarial acorde a la dinámica económica actual, y orientadas a la prestación de bienes y servicios que el Estado o el mercado no suplen oportuna o adecuadamente.

Las estrategias propuestas abarcan los campos de: política pública, cultura, oportunidades, bienestar, bienes y servicios, inclusión, seguridad jurídica e institucionalidad.



La visión de Confecoop para el diseño de estas propuestas se ha dado en virtud de un cooperativismo colombiano caracterizado por un predominio en la prestación de servicios, especialmente de carácter financiero, dejando espacio para el crecimiento en nuevos sectores claves de la economía como la producción agroindustrial, las nuevas tecnologías, la industria, el turismo, la prestación de servicios sociales.

Del mismo modo, tenemos un cooperativismo concentrado en las zonas urbanas, lo cual deja un espacio grande, esperanzador y oportuno, para su incursión fuerte en el entorno rural, donde han predominado los emprendimientos individuales o de asociaciones que no tienen vocación empresarial, todo ello en medio de una débil política pública nacional que no está reconociendo, valorando y promoviendo a la empresa cooperativa como opción eficiente y sostenible de desarrollo, lo cual da lugar a repensar el marco normativo vigente, a evaluar una institucionalidad nueva y fortalecida y, lo más importante, a desarrollar una política de Estado que ponga en nuevo nivel al cooperativismo colombiano.

---

***Las características del cooperativismo colombiano dan lugar a repensar el marco normativo vigente, a evaluar y fortalecer la institucionalidad y a plantear una política de Estado que lo ponga en un mejor nivel.***

---

Un llamado obligatorio ante estos desafíos para las actuales cooperativas es seguir trabajando bajo un modelo cooperativo auténtico, que base su accionar y su gestión en los principios doctrinarios; estas serán las credenciales y la demostración de la capacidad para dar salida a los problemas económicos y sociales que enfrentamos como nación y que soportarán la propuesta de política pública al nuevo Gobierno.

Finalmente, queremos resaltar la necesidad de visibilizar el impacto social del sector cooperativo, no solo mostrando los muy buenos resultados obtenidos cada periodo a través de los balances financieros, sino exhibiendo el balance social, haciendo de este último el principal instrumento de medición de la gestión y el insumo de las comunicaciones hacia la opinión pública. Las cooperativas son empresas de personas, no de capital, por ende, sus resultados se miden más en términos de bienestar y de satisfacción de necesidades más que en generación de resultados financieros. ●



# Red de Comunicadores para promover y visibilizar el modelo cooperativo

Por: Asociación Colombiana de Cooperativas, Ascoop.

## ***Comunicación estratégica en pro del modelo solidario.***

En 2014, más de cincuenta cooperativas colombianas lideradas por Ascoop decidieron crear una Red de Comunicadores Cooperativos que impulsará el modelo de economía solidaria, entendiendo su concepto, fortalezas y principios, valores e impacto real en nuestra sociedad.

Desde ese momento, se han trazado importantes metas a nivel de comunicación estratégica para el cumplimiento de ese objetivo. Así, en 2018 se han realizado dos actividades con importantes resultados gracias al empeño, profesionalismo y compromiso con el cooperativismo de los integrantes de la Red.

## **Rueda de prensa, nuevo lenguaje sobre el cooperativismo**

El 17 de abril de este año, se llevó a cabo por segunda vez el desayuno rueda de prensa con periodistas, organizado por Ascoop y la Red de Comunicadores Cooperativos.

El desayuno, que tuvo como tema “¿Qué futuro tienen las cooperativas en Colombia?”, contó con una intervención central de la directora ejecutiva de Ascoop, María Eugenia Pérez Zea, y la participación, en la rueda de prensa, de los presidentes ejecutivos de Análfe, Miller García, y de Fecolfin, Enrique Valderrama, así como el presidente de la Junta de Vigilancia de Ascoop, Francisco Sánchez. Al evento asistieron periodistas de siete medios de comunicación.

## **Tecnología e innovación**

Con el propósito de formar a los comunicadores del sector en temas de *marketing digital* y crear condiciones para la realización de una estrategia digital del cooperativismo, en junio pasado se realizó un taller dirigido por el consultor Manuel Caro, experto en comunicación y nuevas tecnologías. Durante el encuentro, Caro habló de las estrategias para utilizar adecuadamente las herramientas de internet en los negocios, sustentadas a partir de ejemplos como el de



Cortesía Red de Comunicadores Ascoop

la popularización de los negocios y la crisis de Kodak, e incluyó a la comunicación digital como un factor clave para hacer *branding*, posicionar a las empresas, hacer negocios y obtener resultados de ventas.

En el taller, los participantes propusieron objetivos y mecanismos para que se potenciara el trabajo de los comunicadores cooperativos y las instituciones en relación con los medios de comunicación de las cooperativas y del sector solidario.

La Red también realizó y difundió una minicampaña digital con ocasión del Día de las Cooperativas y se propone para el resto de año realizar acciones estratégicas concertadas a través de medios propios y digitales, alrededor de temas como la imagen del sector, la educación cooperativa y la participación de las cooperativas en el posconflicto.

Actualmente las entidades adscritas a este programa son: Coimpresores Bogotá, Crediciti, Coopebis, Alianza, Coasmedas, Coounibosque, Febor, Corpecol, Feval, Signo, La Equidad Seguros, Congente, Convergente, Cooptrais, Coempopular, Why Creative Solutions, Servimcoop, Copservir, Construye-CMPS, Cometa, SAVI, Coomeva, Cooptenjo y Comagiscun. 🌱



# Innovación en la gestión: el reto decisivo

Por: Carlos Silgado Bernal, consultor y periodista independiente. Experto en sistemas de impresión convencional y digital, ha sido director editorial de publicaciones verticales para el Grupo Carvajal y publicado artículos en numerosos medios internacionales.

## ***La comunicación gráfica colombiana está abocada a transformarse a sí misma.***

La industria de la comunicación gráfica colombiana posee un historial de innovación y logros nada despreciable. Alcanzó el liderazgo mundial por varias décadas en la producción de libros animados, mejor conocidos como *pop-up books*. Editó y produjo con maestría un atlas de mapas reconocido como uno de los libros más bellos del mundo. Cuando emergieron los sistemas electrónicos para la separación de color, invirtió con prontitud en ellos y transformó la impresión comercial de revistas y catálogos en un espectáculo de color y excelencia gráfica que persiste incólume. Por ese camino, se abrió paso como potencia exportadora de libros en América Latina, una posición empresarial por la que aún es respetada. A la llegada de la revolución de la edición electrónica, acogió la utilización de flujos digitales y transformó sus procesos y la formación de los diseñadores y profesionales del sector.

En fin, cientos de logros, alcanzados por multitud de compañías, sus clientes y sus colaboradores, y entre los que se cuenta una experiencia asociativa notable: el movimiento cooperativo de impresores y papeleros que trajo desarrollo empresarial y bienestar a miles de familias de empresarios pequeños y medianos en todas las regiones principales del país.

Acostumbradas a lidiar con el perfeccionamiento de los métodos de manufactura y con esa mezcla *sui generis* entre arte y técnica que llevó a nombrar el oficio como artes gráficas, las generaciones recientes de empresarios gráficos están abocadas, sin embargo, a un reto inédito: el de su propia transformación y la de su estilo gerencial.

El reto, al principio, les fue impuesto desde fuera. El surgimiento y la expansión de los medios digitales hicieron fluir hacia su cauce la inversión publicitaria a costa de los medios impresos. Los diarios, las revistas y los libros, medios centenarios de difusión de la cultura y la información comercial, se encontraron compitiendo por audiencias, usuarios y presupuestos con el internet, la banda ancha y la telefonía celular.



Por su parte, la globalización llegó sin tocar a la puerta de los locales. ¡Tocó a la puerta de los clientes! Y expuso a fuertes y a débiles a la competencia de ultramar y a la no menos activa competencia del vecino regional. La violencia del choque llevó a que pocos vieran la oportunidad que escondía.

En consecuencia, los empresarios se han visto llamados a redefinir su papel en un área clave: la gestión de la innovación. Innovación para el desarrollo de productos; innovación para incorporar servicios más allá de la impresión y que resultan claves en la cadena de valor del cliente. Y, también, innovación para transformarse a sí mismos.

El reto decisivo consiste en transformar la gestión misma de las compañías, en desarrollar las capacidades y competencias de la alta y media gerencia no solo para contar con empresas más eficientes, sino para ponerlas a tono con las elevadas exigencias tecnológicas del mercado, y para renovar el valor de la cadena del papel y sus productos en el competitivo mundo digital en el que convergen actualmente todos los medios. ●



# Innovación en cajas de empaques

Por: Juan Manuel Ramírez Martínez, innovación+I+D,  
juanma@123diseno.com.

***Relato de un proceso que transformó la tradicional caja de cartón corrugado en una más resistente y barata, que consume menos materia prima y es amigable con el ambiente.***

Hoy el mercado de los empaques y embalajes en el planeta crece a una tasa de 34% anual y el *packaging* a base de pulpa representa el 32% del total, con un gasto anual de 170 mil millones de dólares. Estos números, entre otras cosas, muestran la tendencia de consumo de materias primas ambientalmente amigables, biodegradables, 100% reciclables, etcétera, características que el usuario final busca, prefiere y exige al momento de consumir responsablemente, debido al impacto que su desecho genera.

Alineados a esta tendencia, al desarrollo de productos y a la investigación y de la mano del sector privado, realizamos en 2016 un proyecto de innovación con base en un problema real, donde se requería un “empaque embalaje especial que disminuyera el riesgo de daño de la mercancía”, para una empresa que despacha 180.000 paquetes diarios, sin superar un dólar de costo por unidad y disminuyendo las averías en un 80%.

Después de un trabajo colaborativo, llegamos a una solución que superó las expectativas de todos los involucrados en el proyecto. Diseñamos una caja 77% más resistente a la compresión, con 25% menos de consumo de materia prima, 33% más económica que una caja regular de idénticas dimensiones, ambientalmente amigable y, lo mejor de todo, costaba menos de 50 centavos de dólar.

El principal protagonista del proyecto, una caja de cartón corrugado, diseñada hace 180 años y que presta un invaluable servicio a todos quienes requerimos enviar nuestros productos de un punto A a un punto B, garantizando la integridad del contenido, esa caja hoy tiene una versión 2.0, para los amantes de las sagas.

La caja “G180”, como la llamamos, consta de tres partes: un cuerpo o funda y dos tapas idénticas que se deslizan y



pegan al interior de la funda según lo requiera el contenido; de esta manera, la caja tiene tres capacidades internas diferentes. Su resistencia se debe a la combinación de claves y a la configuración de las tapas, con las que se genera doble pared donde las cajas son más vulnerables.

En el año pasado, gracias al nivel de invención y utilidad, la Superintendencia de Industria y Comercio nos otorgó Patente de Modelo de Utilidad 16025648, denominada *empaque / embalaje telescópico de capacidad variable para recepción almacenamiento, despacho, transporte y entrega de mercancía.* ●



# Empaques inteligentes

Por: Camilo Soto y Joannes Granja, Idom Consulting.

## *Impulsados por la normatividad y los cambios de consumidores finales e industriales.*

El concepto de etiquetas y empaques inteligentes o *smart labels and packaging* surge en el marco de la tendencia internacional a incorporar nuevos materiales, diseños, y tecnologías de la información y las comunicaciones en el empaque, que permitan ofrecer un producto/servicio de mayor valor agregado más allá de la protección, preservación y presentación del producto. Al respecto, las etiquetas y empaques inteligentes permiten alargar la vida útil y conservar las características del producto envasado y, por supuesto, ofrecer y obtener información relevante relacionada.

Se agrega hoy en día de manera importante un enfoque claro de sostenibilidad (en lo referido a la etiqueta, el empaque y el envase) que si bien no es parte (de manera directa) del concepto *smart*, se está convirtiendo en el principal factor de transformación del segmento de negocio de las etiquetas y empaques, sobre el cual están trabajando de manera intensa los gobiernos y consumidores finales e industriales.

Tres son los factores que están influyendo globalmente en ese proceso de transformación en la demanda de etiquetas y empaques: la normatividad, la modificación de los patrones de consumo de los consumidores finales y los cambios que se están dando en las tendencias de consumo industrial.



Freepick.com

A nivel normativo, hay una tendencia por parte de los gobiernos a crear normas que incentivan el reciclaje y la reutilización del plástico, y a desarrollar nuevos materiales biodegradables a partir de fuentes orgánicas y desechos o subproductos

orgánicos. A modo de ejemplo, cabe señalar que la Unión Europea ha definido que a 2030 todos los envases de plástico del mercado serán reciclables, o que en Chile se emitió la ley de responsabilidad extendida del productor, que busca aumentar el reciclaje, la vida útil del producto e integrar el ecodiseño en el proceso.

De otro lado, los cambios en los patrones de consumo están detonando un mayor grado de involucramiento en el ciclo de vida del producto de un consumidor que en el pasado era pasivo y desinformado, pero que actualmente busca estar más informado, consumir productos frescos y convenientes y de forma responsable. En cuanto al consumidor industrial, destaca una orientación hacia la industria verde, y las oportunidades de acopio de datos e información relevante que permitan potenciar la propuesta de valor de las etiquetas y los empaques.

Los cambios que se están dando a nivel mundial pueden suponer una oportunidad para las empresas de Bogotá Región en este segmento, siempre y cuando puedan abordar un proceso de transformación y adecuación a estándares internacionales, fundamentado entre otros, en un desarrollo de encadenamientos productivos y dinámicas de innovación cruzada, un avance en nuevas soluciones para sectores exportadores, y la consideración del diseño y el ecodiseño como atributos fundamentales en su cadena de valor.

El sector relacionado con etiquetas y empaques inteligentes tiene la oportunidad de ganar nuevos mercados y converger a una industria más competitiva, proactiva y que trabaje de forma intensa con los clientes para obtener información que permita personalizar y adecuar el producto final a la demanda. Lo anterior supone un reto importante, pero también un punto de inflexión hacia el futuro. Se requerirá un esfuerzo grande y no solo de las industrias gráficas de la región, sino también de empresas de distinta tipología, incluyendo aquellas que trabajan en el ámbito de los materiales sofisticados, las soluciones TIC, el diseño e incluso la industria plástica, entre otros. En definitiva, un espíritu colaborativo y el esfuerzo conjunto de todos los actores de la industria serán claves en el proceso de transformación del sector para ganar un futuro prometedor. 🌱



# La digitalización de la economía: un desafío para América Latina

Por: Raul Katz, Telecom Advisory.

***La economía digital colombiana se encuentra en un claro proceso de avance, marcado por una convergencia geográfica y sectorial que en los próximos años posiblemente impactará la productividad del país.***

La brecha que separa a América Latina de los países de la OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económico) en términos del producto interno bruto está creciendo. El PIB per cápita de los latinoamericanos, entre 2003 y 2016, ha crecido en un 48%. Sin embargo, la brecha del PIB per cápita entre la región y los países de la OCDE ha crecido de 23.117 dólares en 2003, a 28.553 dólares en 2016.

La clave para acelerar el desarrollo económico de la región reside en el aumento de la productividad, cuyo crecimiento se encuentra estancado. El análisis de la contribución de la productividad al crecimiento económico de América Latina para los últimos catorce años muestra que si bien la productividad del trabajo, definida esta como la producción dividida por el número de horas trabajadas, ha contribuido al crecimiento del PIB, el impacto de la productividad multifactorial ha sido negativo (-0,48). De esta forma, se observa que en América Latina el crecimiento negativo de la productividad multifactorial se contrapone a la tasa de crecimiento para igual periodo de otras economías, como China a 3,52%, Corea del Sur a 3,46%, Rusia a 1,92 % e India a 1,76%.

Una extrapolación de la situación actual indica que la postergación de América Latina tiende a continuar. Proyectando hacia el futuro (2018-2027), el Banco Mundial estima que el crecimiento del PIB de la región alcanzará una tasa de 2,35% anual, lo que representa 0,72% de incremento de la fuerza de trabajo, 1,46% de aumento del capital y tan solo 0,18% de productividad multifactorial. El aumento de la fuerza laboral está determinado esencialmente por el crecimiento de la población, proyectada a crecer a una tasa anual de 0,86%. Bajo estos supuestos, la única manera posible para retomar tasas de crecimiento históricas que



Freepick.com

oscilen alrededor del 3% y permitan a la región cerrar la brecha con la OCDE, es un aumento de la productividad multifactorial.

La digitalización representa una transformación socioeconómica resultante de la adopción masiva de tecnologías digitales de información y comunicación por parte de individuos, empresas y gobierno. De esta manera, el incremento de la digitalización contribuye al crecimiento de la productividad laboral y multifactorial.

Un aumento del índice de digitalización de 1% resulta en un incremento de 0,32% en el PIB, de 0,26% en la productividad laboral, de 0,23% en la productividad multifactorial y de 0,09% en la contribución de las TIC a la productividad laboral. Por ello, el aceleramiento en el desarrollo de la digitalización, tanto en términos de



infraestructura digital como en el crecimiento de industrias digitales y la correspondiente digitalización de la producción, representa la palanca fundamental para el aumento de la productividad multifactorial y el correspondiente cerramiento de la brecha de América Latina con los países de la OCDE.

## Así está Colombia

La importancia de la digitalización de sectores productivos para el aumento de la productividad y el crecimiento económico requiere de una herramienta que permita apoyar la formulación de políticas públicas. El Observatorio de la Economía Digital de Colombia permite monitorear el estado de la digitalización de procesos productivos para apoyar el desarrollo de los mismos. La medición de la digitalización de procesos productivos debe incluir tanto la adopción de tecnologías como los procesos para gestionarlos.

En 2015 la economía colombiana demostraba una digitalización de procesos productivos limitada. Si bien el índice de adopción de tecnologías digitales maduras (banda ancha, informática de gestión, telefonía móvil) era moderado, el índice de asimilación de tecnologías digitales en procesos productivos (cadena de suministros, procesamiento/manufactura y canales de distribución) era muy bajo.

Las diferencias entre el índice de digitalización de infraestructura y los índices que calculan la asimilación de tecnologías digitales en procesos productivos indicaban falencias en la acumulación de capital intangible (definida esta como cambios en procesos de negocio, reestructuración organizacional y capacitación de empleados). Sin embargo, la situación de debilidad en la asimilación tecnológica en procesos productivos no era homogénea. La digitalización de empresas grandes ya en 2015 era mucho más elevada que en mipymes.

Por otra parte, la digitalización por sector industrial hacia 2015 demostraba un nivel de rezago generalizado, con excepción de educación, información y comunicaciones y salud. Sin embargo, aún estos sectores presentaban tan solo un elevado índice de infraestructura y baja asimilación tecnológica por proceso productivo, mientras que la adopción de tecnologías digitales maduras mostraba un desarrollo regional desigual, compuesto por regiones líderes (Central, Antioquia y Orinoquía) y el resto del país estaba más rezagado.

En resumen, la adopción de tecnologías digitales (medida por el índice de infraestructura) en todo el territorio nacional no encontraba su correlato en la digitalización de procesos productivos. En el marco de este rezago generalizado de la digitalización de la economía, Colombia presentaba en

2015 un desarrollo dicotómico por tamaño de empresa, sector industrial y regiones. Más allá de las empresas grandes, sobre todo en los sectores de información y comunicación, educación y salud en las regiones Central, Antioquia, y Orinoquía, la digitalización de la economía era considerablemente más baja.

Sin embargo, en un proceso que comienza en 2016, la digitalización de la economía colombiana ha comenzado a avanzar a pasos importantes. El índice de digitalización de tecnologías maduras saltó de 25 a 54 en dos años. Además, los avances más significativos se observan en la digitalización de la cadena de suministros y en la etapa de procesamiento/manufactura. Estos avances están acompañados por una convergencia por dimensión de empresas, sector industrial y regiones. Por ejemplo, el avance en los últimos dos años muestra la importante penetración en mipymes, en todos los estadios de la cadena de valor. La diferencia que separaba a la pequeña y mediana empresa de las empresas grandes se ha reducido de 27 a 16 puntos. Sin embargo, el rezago de la microempresa todavía se mantiene. A pesar de los avances generalizados en adopción de tecnologías maduras, las brechas en digitalización de procesos productivos todavía existen sobre todo en el estadio de distribución de la cadena de valor.



Freepick.com

El proceso iniciado en 2016 también ha resultado en un avance importante a nivel de sectores industriales. En 2015, tan solo algunos sectores industriales (información y comunicaciones, y educación) presentaban índices de adopción avanzados en el estadio de infraestructura. En 2017, la mayoría de los sectores industriales alcanzaron niveles avanzados en infraestructura. En segundo lugar, en 2015 ningún proceso vertical presentaba índices transicionales o avanzados; para 2017, la situación cambia radicalmente, especialmente en los estadios de insumos y procesamiento. Asimismo, el proceso convergente entre sectores industriales también se observa en términos regionales: el desarrollo



desigual de la adopción de tecnologías maduras registrado entre regiones en 2015 prácticamente ha desaparecido en 2017.

Resumiendo, en lo que se refiere a las tecnologías digitales maduras, el periodo 2016-2017 muestra avances importantes en la digitalización de procesos productivos, tanto en lo que se refiere a estadios específicos de la cadena de valor como en la desaparición de diferencias sectoriales o regionales. El siguiente desafío en términos de digitalización de la producción en el país es cómo avanzar en la adopción de tecnologías digitales avanzadas.

Colombia está comenzando a transitar el camino de adopción de tecnologías digitales avanzadas (robótica, internet de las cosas, blockchain, inteligencia artificial, etcétera). El proceso está siendo, como es de esperar, liderado por empresas grandes y refleja las dificultades ya aludidas para superar la barrera de asimilación de tecnologías en procesos productivos.

La adopción de tecnologías avanzadas muestra un avance importante en infraestructura y rezago en tecnologías que impactan procesos productivos. En el caso de tecnologías avanzadas, las diferencias regionales todavía persisten. Por ejemplo, la adopción de inteligencia artificial en procesos productivos está centrada en las regiones Central y Antioquia, mientras que la adopción en otras regiones es muy limitada. Lo mismo ocurre con internet de las cosas, aunque las regiones líderes son, en este caso, la Central y Atlántica. Finalmente, la adopción de sistemas de robótica en procesos productivos está muy limitada en todas las regiones.

En conclusión, la penetración de las tecnologías avanzadas a nivel de infraestructura muestra cierto avance especialmente en las empresas grandes. El rezago de las tecnologías avanzadas es homogéneo a nivel nacional, aunque ya hay algunas regiones que comienzan a transformarse a partir de las empresas grandes. Las regiones menos rezagadas son la Central, Antioquia y Atlántico. Por otra parte, las tecnologías avanzadas que apoyan el procesamiento y la distribución están aún muy rezagadas. De esta forma, la economía digital colombiana se encuentra en un franco proceso de avance, signado por una convergencia geográfica y sectorial. Si bien existen todavía ciertos sectores rezagados, estos se encuentran en proceso de claro avance. Considerando esta situación, en los próximos años se debería detectar un impacto en la productividad.

El próximo desafío es impulsar aún más la asimilación tecnológica en procesos productivos, especialmente la distribución. En paralelo, las empresas deben avanzar en la adopción de tecnologías avanzadas, lo que plantea nuevos

desafíos en su gestión. Asimismo, la región Central debe continuar su avance impulsando los efectos de derrame sobre el conjunto del país.

El presente análisis ha permitido definir los desafíos que enfrenta el sector productivo colombiano para avanzar en la asimilación de tecnologías digitales avanzadas. Esto requiere:

- Encarar decisivamente estrategias de transformación digital que aborden la asimilación de tecnología de manera integrada a lo largo de toda la cadena de valor, considerando el potencial de nuevas tecnologías.
- Reconocer que este desafío debe ser afrontado por los más altos ejecutivos de la empresa y que no puede ser delegado a un gerente de tecnología solamente; acelerar la formación de capital humano cuya capacidad vaya más allá del tema tecnológico, incluyendo capacitación en reorganización, restructuración de procesos de negocio y gestión del cambio.
- Enfocar el desarrollo de capacidad de gestión de tecnologías digitales de avanzada en el conjunto de mipymes, que se encuentran consistentemente distanciadas de las grandes empresas.
- Enfatizar el desarrollo de capacidad de gestión de tecnologías digitales avanzadas en los sectores industriales más rezagados con impacto decisivo en el desarrollo de la productividad y la competitividad.

Por tanto, es fundamental que Colombia continúe avanzando en el proceso de digitalización de procesos productivos, tanto para aquellos sectores que todavía están atrasados respecto a la asimilación de tecnologías digitales maduras, como para el conjunto del tejido productivo en lo que respecta a la adopción de tecnologías avanzadas. En lo que atañe a las tecnologías maduras, el principal rezago reside en la asimilación de las mismas, no en su adopción, dado que Colombia ya presenta un nivel elevado de digitalización. En particular, la asimilación de tecnologías en procesos productivos debe enfocarse en la compra de insumos y distribución de productos a través de comercio electrónico. Finalmente, es imperativo continuar avanzando en la adopción y asimilación de tecnologías digitales avanzadas, lo cual es dependiente de un mejoramiento significativo de los procesos de gestión de las mismas. En particular, las áreas más importantes a mejorar son la definición de estrategias de transformación digital, el desarrollo de capital humano que pueda apoyarlas y la necesidad de que sea la gerencia general de empresas la instancia que impulse este proceso. ●



# Hablemos de color

Por: Julio César Forero Castellanos, Taller Creativo Dragón Azul, dragonazul64@gmail.com.

***Los procesos controlados significan menos desperdicios, menos maculatura, menos tiempos de alistamiento y mucho ahorro de dinero en productos bien impresos con mayor productividad.***

El color es resultado del trabajo en equipo. No es el logro de una sola persona o de un área en particular. Es un trabajo que compete a toda la empresa gráfica o de comunicación visual, comenzando desde la gerencia y terminando con el operador de la prensa.

Y se debe trabajar siempre al revés. Es decir, comenzar desde el final de la cadena productiva del impreso. En otras palabras, subiendo por toda la cadena productiva hasta llegar a la gerencia, definiendo las condiciones reales de impresión. Entonces, el color es una decisión gerencial. Los negocios, los clientes y las ganancias en dinero se logran con un buen impreso, uno de calidad, que satisfaga las expectativas del mercado.

La pregunta es: ¿cómo ganamos negocios obteniendo una buena rentabilidad? Y la respuesta es sencilla: construyendo todo desde el final hasta el inicio. En lo que concierne a los procesos de impresión, el final de la cadena es el impresor y, en algunos casos, los acabados que se realizan al producto impreso (plastificados, laminados, recubrimientos, etcétera).

¿Y qué tenemos al final? La prensa, la tinta, la plancha, el sustrato y, obviamente, el prensista. Esto es lo que define la realidad de nuestras condiciones de impresión:

1. Una prensa en buen estado, no necesariamente nueva, pero sí con un óptimo mantenimiento de acuerdo a las recomendaciones del fabricante.
2. Un tinta que cumpla con las condiciones colorimétricas (LAB), acorde al estándar seleccionado.
3. Un sustrato con correctas propiedades de blancura, brillo y absorción, que cumpla con el estándar o la norma elegida.

4. Una matriz técnicamente bien elaborada, ya sea una película, una plancha, un polímero o el mismo archivo, en el caso de los procesos digitales (láser, inkjet, Índigo, entre otras).
5. Un prensista con muy buena actitud, con un conocimiento técnico en su oficio y en la prensa.

---

***El color es una decisión gerencial.***

---



Adicional a estos cinco elementos, es importante tener un parámetro de medición y control; es decir, contar con un espectrofotodensitómetro. El color se mide en coordenadas espectrales o en LAB, los valores con delta E menores o iguales que cinco nos darán la correcta valoración para la densidad, de acuerdo el estándar seleccionado (recuerden que la tolerancia para la densidad es más o menos 0,05). La definición del IVT (incremento de valor tonal), o ganancia de punto, proporciona las indicaciones reales para construir las curvas de compensación.



Recapitulando:

- a. En la prensa son vitales: la participación del equipo de mantenimiento y las BPM (buenas prácticas de manufactura) del prensista; y si hay que hacer reparaciones para mejorar el funcionamiento de la máquina, entonces intervienen las áreas de producción, compras y gerencia.
- b. Al seleccionar las tintas y el sustrato, son importantes la evaluación y el control de la materia prima al ingreso, en el almacenamiento y en su aplicación en la prensa. Esto influye en áreas como bodega y control de calidad.
- c. Un matriz bien elaborada (película, plancha, polímero o archivo digital) debe contener las correcciones reales de prensa, como lo es el IVT y su correcto procesamiento. En esta labor debe haber supervisión de calidad y buen conocimiento en las áreas de copiado, montaje, preprensa y diseño.
- d. área de supervisión con el fin de empoderarlo para que su desempeño sea excelente y pueda tomar correctas decisiones en el día a día del oficio de imprimir.
- e. Los valores obtenidos a través de las mediciones con el espectrofotodensitómetro se alimentan en el área de preprensa y dan las coordenadas correctas para ejercer un buen control de la calidad en el taller de impresión. De nuevo, esta labor involucra la participación de todo el equipo productivo. 

Hay que contar con un prensista que tenga las actitudes correctas, evaluadas por el área de talento humano y el

---

***¡Controlar para ganar!  
Controle: tintas, residuos, mano  
de obra, tiempos de inactividad,  
preparación de archivos.  
Gane: beneficios, automatización,  
calidad y dinero.***

---



**Imprelit** Ltda.

**Productores de CORRUGADO y  
MICROCORRUGADO para sus Empaques.**



 Diagonal 47 No. 76 - 14  
 295 8363 - 295 4706 - 295 4638

[www.imprelit.com](http://www.imprelit.com)

**Fabricamos a  
su medida**



## Smurfit Kappa y la educación ambiental

### ***Transmisión de conocimiento en torno al desarrollo que generan las plantaciones forestales.***

Desde la operación forestal hasta los productos y empaques a base de papel que entrega a sus clientes, la protección del ambiente es un elemento clave en la gestión de Smurfit Kappa. A través de su División Forestal y su Fundación, esta empresa contribuye a la educación ambiental en las regiones donde opera, con iniciativas como:

- En alianza con universidades y empresas especializadas, desarrolla estudios sobre protección de cuencas e identificación de flora y fauna en sus 22.000 hectáreas de bosque natural protegido. A la fecha se han registrado 1.200 especies, de las cuales 41 se encuentran bajo algún grado de amenaza o en peligro de extinción.
- Al interior de los bosques naturales protegidos por la compañía, hay 513 tomas de agua que abastecen acueductos para más de 135.000 personas en seis departamentos. Por eso la División Forestal acompaña a las juntas administradoras de acueductos comunitarios en la ejecución y actualización de sus planes de acción, el monitoreo de caudales y calidad de agua, la identificación y el control de actividades que afecten el recurso hídrico.
- *Mi Amigo el Bosque* es una iniciativa que refuerza entre los niños la importancia que tienen las plantaciones forestales para la conservación del bosque natural y las fuentes de agua. Así mismo, con su papel para impresión y escritura, Smurfit Kappa produce cada año 20.000 cuadernos que llevan mensajes sobre el cuidado del ambiente para estudiantes de escuelas rurales de comunidades vecinas a la operación forestal.
- En los institutos técnicos agrícolas y forestales, tres colegios del programa de educación de la Fundación Smurfit Kappa, más de 500 jóvenes reciben educación secundaria de alta calidad con énfasis en desarrollo de proyectos productivos forestales y agropecuarios.
- Desde 2013, la compañía ha atendido visitas de más de 2.600 personas, entre estudiantes de facultades



de ingeniería forestal y otras carreras, clientes, líderes comunitarios, investigadores internacionales, entidades y medios de comunicación, con quienes comparte el impacto positivo que las plantaciones forestales y los productos y empaques a base de papel tienen en el desarrollo sostenible del país.

- Ricardo Gómez, jefe de Desarrollo Social de la División Forestal, sostiene que “Smurfit Kappa es el mayor reciclador de papel y cartón, así como el mayor reforestador en Colombia. Por eso cuando hablamos de educación ambiental, tenemos mucho por compartir con las comunidades sobre reciclaje, reforestación y desarrollo sostenible. En esta misma línea, uno de nuestros objetivos es compartir conocimiento sobre la certificación FSC® para que se convierta en un atributo cada vez más valorado en los productos provenientes de la madera”. 

---

***Estudios sobre flora y fauna, acompañamiento a los acueductos comunitarios, educación sobre bosque, agua y proyectos productivos, junto a visitas de estudiantes universitarios y líderes comunitarios, entre otros, son las actividades más importantes de educación ambiental que adelanta la Compañía.***

---

# EL PAPEL BLANCO ECOLÓGICO



**100% ecológico,  
reciclable y biodegradable**



# Tendencias en sostenibilidad para el sector de la comunicación gráfica: Colombia en la OCDE

Por: José Alejandro Martínez S., Director del departamento de Sostenibilidad del Instituto para el Emprendimiento Sostenible de la Universidad EAN, jamartinez@universidadean.edu.co.

***El país ha avanzado en el tema ambiental, pero el compromiso adquirido con esta organización de cooperación internacional nos impulsa a mejorar.***

La Presidencia de la República de Colombia se trazó como meta para el cuatrienio 2014-2018, lograr el ingreso de Colombia a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). El cumplimiento de este objetivo implica para el país, sus instituciones y empresas, asumir compromisos con dicha organización en aras de mejorar las prácticas que orientan a un cambio económico, social y ambiental.

La OCDE es una organización de cooperación internacional compuesta por casi 40 Estados, cuyo objetivo es coordinar las políticas de dichos países en términos económicos y sociales; fue fundada en 1960 y su sede principal está en París (Francia).

Para lograr el ingreso, Colombia debió presentar un “estado del arte” en diferentes aspectos (normativos, institucionales, ambientales, económicos, sociales, entre otros) y desde esa autoevaluación, la Organización brindó directrices para reducir la brecha entre lo que se reportaba y lo que es ideal para los países miembros. Por ello para 2014, la OCDE había dicho que nuestro país debía “imprimir al desarrollo económico un rumbo ambientalmente más sostenible y socialmente más equitativo” en términos globales. Así mismo, en esa época la organización recomendó (sobre los temas ambientales presentados por Colombia) que debería trabajarse en algunos temas, como:

- Buenas prácticas internacionales y política ambiental
- Planes de ordenamiento territorial y uso del suelo en zonas rurales y costeras
- Mejora del sistema de información ambiental
- Crecimiento verde: elemento central del PND

- Impuestos relacionados con el ambiente
- Política proactiva de cooperación ambiental internacional
- Cambio climático

Y particularmente sobre el tema de residuos sólidos, Colombia debería trabajar en:

- Orientación de la política de control hacia la prevención.
- Mejora en la recopilación de información y su tratamiento acerca de residuos peligrosos.
- Aumentar la infraestructura para aumento en capacidad de tratamiento de residuos sólidos y fortalecer las capacidades para hacer seguimiento al cumplimiento de la normativa.
- Aumentar los índices de reciclaje del país.
- 

Es importante mencionar que los residuos sólidos en el país se definen mediante el Decreto 2981 de 2013 como “cualquier objeto, material, sustancia o elemento principalmente sólido resultante del consumo o uso de un bien en actividades domésticas, industriales, comerciales, institucionales o de servicios, que el generador presenta para su recolección por parte de la persona prestadora del servicio público de aseo” (Martínez, 2018). Además, el decreto dice que “los residuos sólidos que no tienen características de peligrosidad se dividen en aprovechables y no aprovechables”, visión muy cercana a un modelo de economía lineal, donde la materia prima se extrae de la naturaleza, se utiliza para fabricar bienes aplicando energía, se venden dichos productos al consumidor final y

por último se descartan y disponen, cuando ya no sirven a los propósitos de los usuarios (ver gráfico 1).



Frente a las recomendaciones hechas al país por la OCDE, Colombia mostró su interés de cumplir con los estándares e instrumentos en materia de política ambiental, y de estar al nivel de los países que tienen mejores prácticas en materia de su gestión pública y estándares de gestión ambiental elevados. Esta condición implicaba adquirir compromisos para mantener altos estándares de calidad en todos los aspectos de desarrollo, de tal forma que garanticen un bienestar social, económico, político, ambiental para sus comunidades, mientras mejora la imagen del país y se fortalece su presencia internacional.

¿Por qué Colombia respondió de esta manera? No solo por su compromiso e interés en ingresar a la OCDE, sino porque el trabajo que venía haciendo el país (particularmente en el tema residuos) daba un soporte real a dichos compromisos. De eso da fe el Decreto 1076 de 2015, que compiló gran parte de la normativa ambiental de los últimos años y regula, entre otros:

- El manejo de los recursos naturales renovables (Decreto Ley 2811 de 1974)
- Los lineamientos para el correcto manejo de los residuos peligrosos (Decreto 4741 de 2005)
- El manejo posconsumo de residuos peligrosos como envases de plaguicidas (Resolución 1675 de 2013), medicamentos vencidos (Resolución 0371 de 2009), baterías plomo-ácido (Resolución 0372 de 2009), pilas y acumuladores (Resolución 1297 de 2010), bombillas fluorescentes (Resolución 1511 de 2010) y otros residuos de interés, por ejemplo, llantas usadas (Resolución 1326 de 2017)

Este trabajo histórico, así como el desarrollo de dos instrumentos de política pública (el CONPES 3874 de 2016 y el CONPES 3934 de 2018) permiten identificar al menos dos aspectos que serán la tendencia en el tema de residuos para el país y que, en particular, deberán ser tenidos en cuenta por parte de las empresas del sector de comunicación gráfica, con el fin de mantener su competitividad y afrontar los retos de globalización que se observan en el mundo moderno.

# SIMPLIFIQUE, CONTROLE Y ORGANICE DE FORMA AUTOMÁTICA, LOS PROCESOS DIARIOS DE SU COMPAÑÍA

## INEDITTO

El software especializado en Artes Gráficas que le aportará información y control sobre todas las actividades que se desarrollan en su empresa.



Descubra cómo tener el control de toda su empresa, desde cualquier lugar con nuestro sistema modular.



01 COTIZACIONES

02 COMERCIAL

03 PRODUCCIÓN

04 INVENTARIOS

05 ADMINISTRACIÓN

06 R. HUMANOS

07 LOGÍSTICA

08 MANT. DE EQUIPOS

Nuestra completa suite de módulos, le permite que toda su empresa trabaje bajo un mismo sistema, ayudando a obtener datos en tiempo real de toda la gestión de su empresa, e interconectando todas las áreas de su compañía.

## INEDITTO

Software Integral de Gestión Empresarial

**EL SOFTWARE LÍDER QUE USAN LAS EMPRESAS DE ARTES GRÁFICAS EN COLOMBIA!**

[www.itt.com.co](http://www.itt.com.co)

Bogotá: 390 5900 • Medellín: 604 2959 • Cali: 485 0699  
B/quilla: 385 8028 • Ibagué: 277 0264 • B/manga: 697 8988



Un primer aspecto es el trabajo en economía circular, que tiene como objetivo lograr que el valor de los productos y materiales se mantenga durante el mayor tiempo posible en el ciclo productivo, buscando que los residuos se reduzcan al mínimo y se conviertan en recursos, de forma que se conserven dentro de la economía cuando un producto ha llegado al final de su vida útil, con el fin de volverlos a utilizar repetidamente y seguir creando valor (ver gráfico 2).



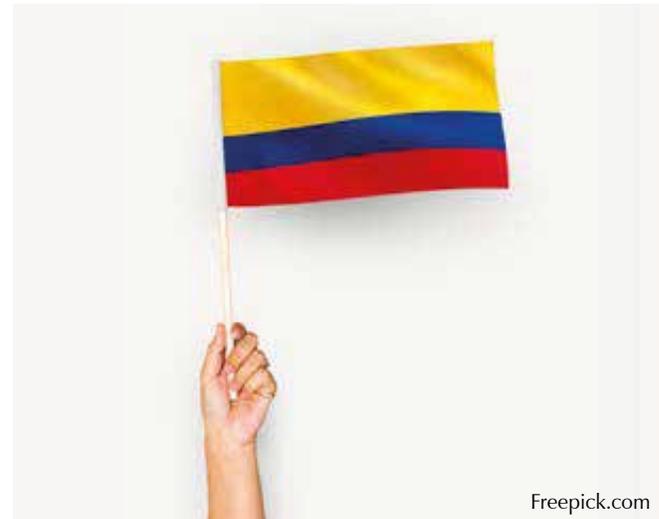
De esta forma, en el manejo de los residuos, el concepto de “reciclable” (usado en muchos materiales que son insumos para el sector de la comunicación gráfica) se aleja del concepto de comercializable y se orienta, desde el mismo diseño del producto, al uso intensivo del recurso.

---

***Para mantener su competitividad y afrontar los retos de globalización, las empresas gráficas deberán tener presentes dos tendencias en el tema de residuos: la economía circular y la responsabilidad extendida del productor.***

---

Un segundo aspecto relevante es la implementación cada vez más común de la responsabilidad extendida del productor, como instrumento que obliga a los fabricantes e importadores de ciertos productos (y otros miembros de la cadena de comercialización) a organizar, desarrollar y financiar la gestión



Freepick.com

integral de los residuos derivados de sus productos, una vez el consumidor final los desecha. Esto resulta interesante porque antes del año 2030 se observará que envases y empaques tendrán altas metas de recuperación y manejo adecuado, en las cuales se verán involucradas tanto las empresas que los producen como las empresas que los usan en sus productos. El reto que tiene el sector de comunicación gráfica en la actualidad es pensar su rol en los esquemas de responsabilidad extendida del productor, así como incorporar de forma real la economía circular a sus procesos y, con ello, pasar a desarrollar programas de manejo de recursos con nuevos actores, nuevas cadenas de valor y nuevas posibilidades para agregar valor, generar crecimiento económico y crear condiciones de trabajo dignas para las personas vinculadas al actual aprovechamiento de residuos (Martínez y Montoya, 2013).

El cambio anterior no solo es de forma: es un cambio estructural que construirá unas nuevas interacciones entorno–recursos–actividad productiva–consumidor–Estado, de forma tal que efectivamente se pueda apuntar a un desarrollo sostenible, de cara al cumplimiento de las recomendaciones OCDE, de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el año 2030, pero más importante, de cara a la verdadera generación de abundancia para la sociedad y progreso para el país. 🌱

---

#### Bibliografía

- Ellen MacArthur Foundation. (2013). Circular Economy Overview. Disponible en <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/overview/concept>.
- Martínez Sepúlveda, J. A. (2018). Economía circular y residuos. Revista ANDESCO, 34, 50-55.
- Martínez Sepúlveda, J. A. y Montoya Gómez, N. J. (2013). Análisis preliminar de la viabilidad de obtención de bioetanol a partir de la fracción orgánica de los residuos sólidos urbanos. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10567/1259>.



# De la pasión por las artes gráficas

Por: Julián Carreño, coordinador del Comité de Comunicaciones de Coimpresores Bogotá.

## ***La historia de Herpin Impresores S.A.***

Corría el año 1950. La Violencia, ese turbio pasaje de la historia nacional, contagiaba cada rincón del país; los movimientos migratorios hacia las grandes ciudades no se hacían esperar. Rafael Enrique Pinzón Pabón, hoy uno de los empresarios más conocedores de la comunicación gráfica, no fue la excepción; tuvo que abandonar desde muy temprano el departamento del Tolima, la tierra que lo vio crecer, donde sus padres tenían negocios, para pisar suelo bogotano.

La gráfica no siempre fue lo suyo. Estuvo cerca de convertirse en sacerdote, de aquellos que conocían de pies a cabeza la misa en latín, pero los avatares de la vida lo condujeron hacia otro lugar, justo cuando los padres salesianos proyectaban enviarlo al Brasil y él se decidió por el cuidado de sus cuatro hermanos y por las que en ese entonces llamaban artes gráficas, las cuales comenzó en el Instituto San Juan Bosco de Bogotá y signaron su paso por la tierra. Como si se tratase de un matrimonio indisoluble o como tinta que se plasma en el papel de la vida, las artes gráficas lo buscaron y el libro de su destino se trazó sin asomo de vuelta atrás.

Tiempo después, la vida lo llevó a aprender sobre el arte de la tipografía, screen y litografía y, como sus horizontes eran más vastos, al cumplir los 40 años, se independizó como distribuidor de Tintas S.A. en Colombia.

Con la fuerza que demanda toda pasión, pues como él mismo lo dice “las artes gráficas le pasan a uno por las venas”, surgió, en 1980, Herpin Impresores S.A. Con pujanza y arrojo, los todavía hermanos Pinzón o Herpin, nombre que finalmente adoptaron, obtuvieron una primera máquina de cuarto de pliego y luego, tras la demanda insistente de clientes y amigos, adquirieron una máquina de medio pliego y una pequeña guillotina polar semiautomática.

El negocio comenzó a crecer y se quedaron pequeños. Por ello, montaron media bodega en el barrio Pradera de Bogotá, en la que llegaron a tener una máquina de dos colores. Con el paso del tiempo, compraron una bodega en la calle 35 con décima; más máquinas llegaron, entre



ellas, una flexográfica de siete colores para etiquetas en rollo. No pudieron contener la fuerza del crecimiento y las circunstancias del momento los llevaron a la bodega en donde actualmente se encuentra la empresa.

En aquellos años de oro se privilegiaba la calidad sobre la cantidad. Según él, hoy en día existen más máquinas y, en consecuencia, impresiones más modernas, pero hacen falta trabajos bien impresos: las policromías, los paisajes, detalles quizás un poco imperceptibles actualmente. Afirma que muchos desconocen el sector y es enfático en resaltar el exceso de competencia desleal.

Rafael es un hombre sencillo y destella la sabiduría que solo da la experiencia. En su caso, parafraseando a Einstein, “el aprendizaje es experiencia, todo lo demás es información”. O como él mismo lo dice en relación con la altivez de algunos empresarios gráficos herederos o junior: “es más difícil ser señor que doctor”.



Si bien en la actualidad los cambios vertiginosos son ineludibles, afirma que la calidad y los servicios prevalecerán: “con buenas máquinas y personal cualificado se sale adelante. Estos factores integrados son importantes. Además y muy a pesar de que actualmente el sector viene incursionando en la era digital, lo digital no se presta todavía para grandes tirajes”.



Hoy Herpin Impresores S.A. se mantiene. Se ve orden, limpieza y organización de procesos. En cada rincón de la empresa están plasmados los vestigios de los grandes esfuerzos de antaño. Se ven los frutos del arduo trabajo. Allí

se cuenta la historia de aquello que trasciende el espacio físico, justo en el lugar donde el tesón y la actitud son designio de buenos presagios.

Con modestia pero con firmeza señala: “Herpin Impresores no es muy grande, pero estamos bien organizados. Nuestra empresa no es la más grande, tenemos más o menos 60 empleados, pero nos gusta saber que podemos ayudar a mucha gente”.

---

***Pujanza, arrojo, privilegiar la calidad en productos y servicios, aprendizaje permanente a través de la experiencia, conocimiento del sector y un duro trabajo son las claves para que esta empresa siga adelante.***

---

Rafael agradece al sector por estos años inmensos de trayectoria imparables. Y esta pasión ha sido transmitida a dos de sus cinco hijos, Rafael y Edison, quienes hoy continúan. Su empresa cuenta con tres máquinas de cinco colores, medio pliego; dos máquinas de cuarto pliego, ambas entre cuatro y cinco colores; troqueladoras, pegadoras de cajas, CTP, una máquina flexográfica, equipo de brillo UV, convertidora de papel, guillotinas... En fin, todo lo que hace sostenible a una empresa de comunicación gráfica; la suya cuenta, además, con historia y un invaluable conocimiento del sector, ejemplo para las nuevas generaciones de empresarios. 🍀



### ***Rodrigo Salazar Giraldo: un legado invaluable***

El pasado 5 de octubre falleció, en la ciudad de Cali, el doctor Rodrigo Salazar Giraldo, abogado, incansable trabajador, multifacético y comprometido con la pequeña y mediana empresa, en especial con la industria gráfica del país. Se le conoció como uno de los defensores incondicionales de empresarios del sector y como una persona de calidad invaluable.

El doctor Salazar Giraldo se desempeñó, entre otros cargos, como presidente de Acopi y presidente del Consejo de Administración de Coimpresores de Occidente. Además, fue fundador de la Federación Colombiana de Cooperativas de Empresarios de la Industria Gráfica, Fedegráfica, que presidió por más de 30 años, y se destacó por ser uno de los pioneros de la industria gráfica y el sector solidario del país.

Es preciso destacar que el doctor Salazar enfrentó con gran decisión los problemas de la industria gráfica y realizó importantes concertaciones, en las que siempre estuvo presente su indeclinable defensa gremial.

Desde Coimpresores Bogotá atesoramos su gran legado, poniendo en relevancia todos sus aportes, los cuales siempre estarán presentes en los caminos por venir. Que en paz descansa. 🍀

# RAMÍREZ

## IMPRESORES S.A.S.

Industria Gráfica



### **Diseño**

Ofrecemos servicio de asesoría en diseño y diagramación de piezas graficas corporativas y comerciales, estudiando cada requerimiento para generar una comunicación visual, adecuada a cada necesidad.



### **Impresión**

Impresión Offset Publico-comercial.  
Papelería Administrativa.  
Impresión Relacional y Variable.  
Impresión Digital.



### **Plataforma e-commerce B2B**

Gestión de compras online para múltiples usuarios, manejo de inventarios de forma electrónica relacional con clientes y CCM relacional con clientes finales.



### **Logística de Almacenamiento**

Alistamiento, almacenamiento, control de inventarios y empaque de acuerdo a los centros de costo y sucursales de nuestros clientes.



### **Distribución local y nacional**

Transporte y entrega a las diferentes sucursales y ciudades de nuestros clientes.

# 35 AÑOS

*Siempre una buena impresión*

PBX:(1)311 0255  
Celular: 321 2413063  
ventas@ramirezimpresores.com  
Bogotá, D.C.- Colombia

[www.ramirezimpresores.com](http://www.ramirezimpresores.com)



# Empaques y etiquetas, segmento estratégico en la industria gráfica

Por: Clúster de Comunicación Gráfica de la Cámara de Comercio de Bogotá.

***El Clúster de Comunicación Gráfica de Bogotá y la Región, liderado por la CCB, analiza las oportunidades de la industria a través de la innovación y las tendencias mundiales en empaques y etiquetas.***

La iniciativa de Clúster de Comunicación Gráfica de Bogotá y Cundinamarca, liderada por la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), junto con actores públicos, privados y académicos, definió el segmento de empaques y etiquetas especiales como una de las apuestas estratégicas del sector por tener un gran potencial de crecimiento local, nacional e internacional, sumado a la posibilidad de ingresar a nichos de mercado más sofisticados.

La idea es aprovechar mejor las oportunidades de negocio en el desarrollo de artículos gráficos especializados como, por ejemplo, los utilizados por las industrias farmacéutica, cosmética o de alimentos, donde el consumidor final requiere empaques y etiquetas que le brinden información sobre la calidad y procedencia de los productos, y hasta una experiencia interactiva a través del internet de las cosas o la realidad aumentada.

El potencial de este tipo de productos se identificó luego del trabajo al interior de la iniciativa de Clúster de Comunicación Gráfica que de manera permanente busca cerrar brechas de competitividad a través de gestión articulada de sus miembros, entre quienes se encuentran empresarios, sector público y academia.

El vicepresidente de Competitividad de la CCB, Marco Llinás, comentó: “tenemos un norte claro que es ayudar a que esta industria sea reconocida en América Latina por su calidad, cumplimiento e innovación en el diseño y la producción de impresos, sector del que es parte el segmento de empaques y etiquetas”.

Para lograrlo, uno de los factores de diferenciación es la incorporación de servicios y soluciones que integren el papel con las TIC, las nuevas plataformas digitales para la difusión de contenidos y el diseño como factor de innovación para el ingreso a nuevos mercados.



Freepick.com

La industria de comunicación gráfica reúne a más de 11.400 empresas y establecimientos de comercio ubicadas en Bogotá Región y trabaja con otros segmentos como impresión publicocomercial, editoriales, prensa, revistas y con empresas que desarrollan actividades de posimpresión.

Además de los proyectos para promover la competitividad en el segmento de empaques y etiquetas especiales, la industria gráfica reunida en la iniciativa de este clúster, trabaja en otros frentes como, por ejemplo, un centro de materiales para la innovación que lideran la Universidad Jorge Tadeo Lozano, la Secretaría de Desarrollo Económico y la Cámara de Comercio de Bogotá.

Para el caso específico de la comunicación gráfica, la iniciativa de clúster trabaja en temas de talento humano, normatividad y logística, innovación y productividad, y mercadeo y promoción. Los avances y proyectos en estas líneas estratégicas fueron el tema del Consejo Ampliado de esta industria, encuentro que se realizó el 23 de agosto en el Centro Empresarial Salitre de la CCB. ●



# Un HUB del material en Bogotá-Región, una apuesta conjunta para la competitividad empresarial

Por: Nelsy Edith Cely A., ingeniera y directora del proyecto Centro de Materiales, [proyectocentrodemateriales@gmail.com](mailto:proyectocentrodemateriales@gmail.com).

El material es un factor determinante en la comunicación de producto y de marca. A partir de este concepto se han desarrollado innovaciones tecnológicas en la industria del *packaging*, que la han hecho cada vez más sostenible, digitalizada y eficiente a través de la automatización de procesos, la robótica colaborativa, el internet de las cosas, los ecodiseños, los materiales biopolímeros, los biocompostados, los materiales para embalaje, el *packaging* cosmético y el software de etiquetado, entre otros. Estas innovaciones marcan una hoja de ruta de desarrollo competitivo de la comunicación gráfica.

En tal contexto, la Universidad Jorge Tadeo Lozano, desde la Escuela de Diseño, Fotografía y Realización Audiovisual, de cara al sector empresarial de la ciudad, ha asumido el reto de liderar uno de los proyectos bandera de la estrategia de especialización inteligente: el Centro de Materiales para Bogotá Región, destinado a recopilar, divulgar y gestionar la información de sustratos, materiales y componentes.

El proyecto se gestiona con la participación institucional de la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico y las iniciativas clúster promovidas por la CCB (comunicación gráfica; prendas de vestir; cuero, calzado y marroquinería; joyería y bisutería; construcción, entre otros).

Los sectores que participan en este proyecto se identifican por compartir una necesidad: crear valor agregado a sus productos a través del uso y la apropiación de nuevos materiales, sustratos y componentes, que les permitan cerrar brechas tecnológicas en el diseño de nuevos productos.

En este primer año de ejecución del proyecto, se está avanzando en la definición del modelo de negocios del *hub* de material, con su respectivo portafolio de servicios, su proyección en los siguientes años, la identificación de los actores internacionales y nacionales que desarrollan una oferta de conocimientos alrededor del material. Es decir, se está construyendo un ecosistema del material.



## Un ecosistema del material

La información es uno de los recursos más valiosos para la toma de decisiones estratégicas de los empresarios. Sin embargo, ¿cómo podemos construir procesos innovadores interempresariales que respondan a las tendencias estructurales de cambio del material, cuando los generadores de esta información no la comparten o no se considera que un resultado obtenido de manera aislada pueda potenciar el desarrollo de una cadena de valor de una industria?

¿Qué se ha encontrado? Unos grupos de investigación que en las universidades de Bogotá investigan sobre nuevos materiales, nanotecnología y biomateriales, desarrollo de patentes, nuevos diseños y nuevos materiales.

En el contexto internacional son muchas las lecciones aprendidas que se están incorporando para la definición del modelo de negocio del Centro de Materiales. Uno de los



referentes es el Instituto Tecnológico del Plástico AIMPLAS, entidad orientada a la prestación de servicios de investigación, desarrollo e innovación de procesos de transformación de plásticos y de materiales, líder en el desarrollo de soluciones que integran la electrónica impresa y la impresión funcional, tecnologías que dan valor agregado a los sustratos utilizados en la industria de empaques, etiquetas, envases activos e inteligentes y materiales compostables. Cuentan con una oferta de servicios de investigación y desarrollo en procesos de sostenibilidad, reciclado de materiales plásticos, caracterización y control de calidad de material reciclado, uso de plástico reciclado en envase alimentario, entre otros.

Desde la mirada de un centro de experiencia del material, se han identificado centros de materiales internacionales como Materfad, Material Conexión, Materioteca del Politécnico de Milano, Matech de Italia, SUS Design de Portugal, o las Cuevas de Aladino de Materio en Francia, entre otros.

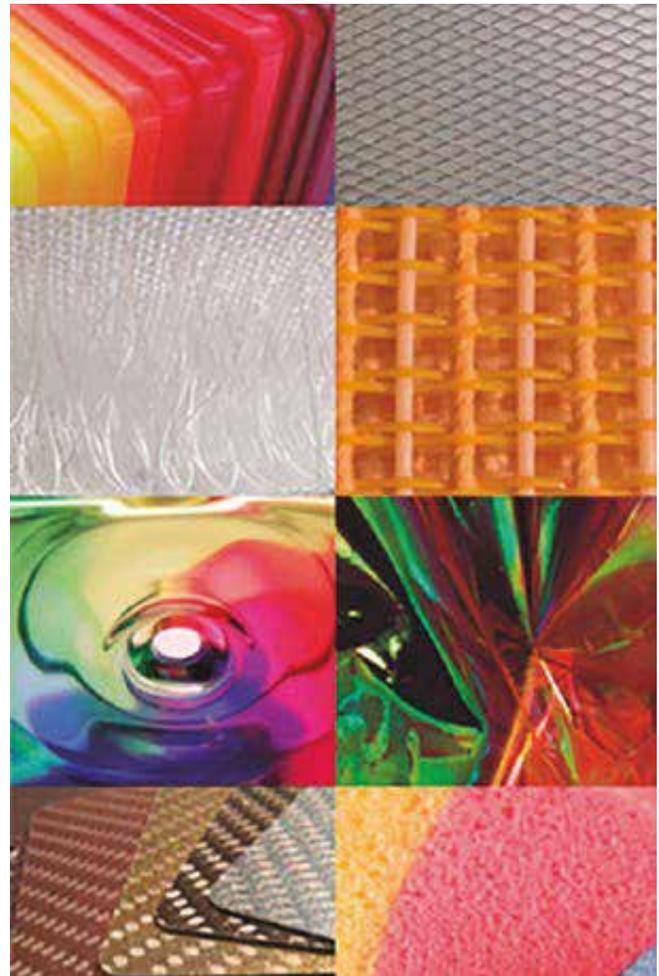
---

***Con el Centro (o Hub) de Materiales para Bogotá Región se está construyendo un ecosistema en el que los sectores productivos encontrarán información actualizada y global sobre materiales.***

---

En el caso del Materfad, el centro de su modelo de negocios es el portafolio de servicios asociado a las exposiciones permanentes de materiales innovadores que se encuentran en el mercado local e internacional, los mismos que proceden de diferentes sectores y actividades. Esta muestra que se puede apreciar tanto física como virtualmente, se articula desde la perspectiva I+D+i en cinco conceptos principales: la naturaleza como fuente de la materia; la sociedad como la ejecutora de la investigación, el desarrollo y la innovación; la ciencia como origen y propulsor de los avances y revoluciones; la tecnología como vehículo que le permite al ser humano modificar sus entornos; y finalmente, la innovación como el motor que empuja a ampliar los horizontes.

De otro lado, Matech orienta su portafolio de servicios en la aplicación de nuevos materiales y tecnologías para la innovación de productos. Está enfocado en resolver problemas específicos de diseño, en sugerir materiales innovadores para el desarrollo de nuevos productos, en coordinar sesiones creativas de intercambio de ideas para seleccionar nuevos materiales para mejorar el producto funcional o estético, en la actualización sobre materiales innovadores y sus posibles usos, y cuenta con almacén y sala de exposición de materiales.



El SUS Design interpreta claramente las necesidades de diseño de la empresas. Allí se diseñan proyectos, soluciones y productos orientados a una producción y un consumo más sostenibles, con un proceso de diseño basado en estrategias de diseño ecológico y enfoques de desarrollo de productos circulares.

Con estos referentes internacionales, con el mapeo institucional que se está identificando y con las bases técnicas para una plataforma digital, se está construyendo la oferta de valor para el Hub del Material de Bogotá Región, a fin de dar respuesta a los requerimientos de información de materiales de los sectores productivos involucrados en el proyecto.

La Universidad Jorge Tadeo Lozano, comprometida con el sector empresarial de la ciudad, extiende la invitación a los empresarios y proveedores de la industria gráfica, a participar activamente en la conformación de esta red de conocimiento alrededor de los materiales y a construir una oferta de valor que nos permita aportar conocimiento y tecnología en el cierre de brechas para el diseño de nuevos productos. ●



# Comunicación gráfica: conceptos básicos

Por: Óscar Rincón, docente de la  
Universidad Minuto de Dios.

***Un libro que explora los significados actuales de los elementos de la expresión gráfica.***

Esta obra es resultado de la investigación “Fundamentos Epistemológicos de la Comunicación Gráfica que realizó el profesor Óscar Rincón de la Facultad de Ciencias de la Comunicación”, adelantada en Uniminuto, y busca exponer de forma sencilla algunas de las bases conceptuales de la comunicación gráfica con una mirada contemporánea, que aporte una visión actual de conceptos tales como diseño, imagen y lenguaje visual, entre otros.

El libro pretende un acercamiento conceptual a algunos de los términos que caracterizan el oficio de un comunicador en los campos de la expresión gráfica y en los aspectos básicos de la comunicación gráfica-visual, con el objeto de identificar en su labor una producción que va más allá de la simple operatividad puesto que una actividad de esta magnitud no tiene su esencia en la manipulación técnica de herramientas, sino en la generación de sentidos expresados a través de medios gráficos.

Se enfatiza en la importancia de la imagen y de la cultura como categorías significantes en contextos donde lo visual es el horizonte de recepción e interpretación de los mensajes producidos; además, se reconoce la importancia del oficio del comunicador gráfico en tanto es un agente fundamental en los procesos de producción de sentido a través del lenguaje visual, convirtiéndose así en un reproductor de los procesos de construcción de identidad y de los contenidos simbólico-culturales de su sociedad. ●





## Eventos y capacitaciones

### Actualización tributaria y laboral

Entre el 12 y el 15 de marzo se realizaron los seminarios de actualización tributaria y laboral, que contaron con la participación de 47 y 30 personas, respectivamente, entre Asociados e integrantes de la administración de Coimpresores Bogotá y que fueron convocados por el Comité de Educación.

El Seminario de Actualización Tributaria, cuyo fin estuvo encaminado a vislumbrar los cambios y novedades en torno a la Reforma Tributaria, con base en situaciones de caso relativas a retención, liquidación, efecto de la reforma en la nómina y en la renta de las personas jurídicas, base y liquidación, entre otros, fue desarrollado por la empresa experta en capacitación Ceitac.

Por su parte, el Seminario de Actualización Laboral fue facilitado por los docentes Francisco Buriticá, doctor en ciencias jurídicas y especialista en derecho laboral de la Pontificia Universidad Javeriana, y Andrés Cortés, abogado de la Universidad del Rosario y especialista en derecho tributario.

Ambos seminarios, los cuales se realizaron con éxito en el auditorio del tercer piso de Coimpresores Bogotá, son parte de las estrategias de formación de talento humano que desarrolla la Cooperativa, encaminadas a generar sentido de pertenencia y agregar valor. 🍋

### Con éxito culminó Torneo de Bolos

Durante los días 16, 19 y 23 de abril se realizó el torneo anual de bolos de Coimpresores Bogotá, en la sede recreativa de Compensar y como una de las actividades de integración social de los Asociados de la Cooperativa.

Esta versión del torneo contó con la participación de 30 personas, entre Asociados y funcionarios, y se desarrolló a tres rondas efectuadas por los participantes, quienes se ubicaron en las categorías A y B. 🍋



Seminario de actualización laboral y tributaria.



Seminario de actualización laboral y tributaria.



Ganadores Torneo de Bolos 2018.



## Festejamos el Día de la Secretaria

Con la participación del humorista colombiano Heriberto Sandoval, quien a través del humor resaltó la importancia de la felicidad y la visión positiva en los entornos laborales, así como con la puesta en escena de música DJ y mariachis en vivo, se llevó a cabo, este 30 de abril, la celebración del Día de la Secretaria, en las instalaciones de Coimpresores Bogotá.

Este homenaje contó con la participación de secretarías de las empresas de Asociados de la Cooperativa, quienes tras ser convidadas a un almuerzo especial, disfrutaron de un momento único que buscó resaltar la importante labor que ellas cumplen en el buen funcionamiento de las organizaciones. 🌍



Celebración del Día de la secretaria 2018.

## Gran celebración del Día de la Madre

El pasado jueves 17 de mayo se celebró, en el restaurante bar Plaza México, el Día de la Madre, en medio de una noche que cautivó a los aproximadamente 90 asistentes con música mariachi, comida mexicana e iconografía propia de esa región del mundo.

El presidente del Comité de Educación brindó unas palabras de apertura, en las que exhortó a la integración mediante ésta y las demás actividades promovidas por la Cooperativa. Las madres asistentes recibieron un detalle especial con el que fueron homenajeadas todas ellas como parte fundamental de la familia de Coimpresores Bogotá. 🌍



Día de la Madre 2018.

## ¿Y cómo afecta la OCDE al sector de la industria gráfica?

Este 31 de julio se realizó, en las instalaciones de Coimpresores Bogotá, una conferencia tendiente a brindar una visión general sobre las implicaciones del ingreso de Colombia a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE, para el sector de la comunicación gráfica del país.

Dicho escenario contó con las intervenciones de los profesores Enrique Gilles (investigador de la Universidad Sergio Arboleda, asistente técnico del Ministerio de Industria, Energía y Minería uruguayo, miembro de la Junta Directiva de Amarlon S.A.S. y pasante del Banco Central del Uruguay) y José Alejandro Martínez Sepúlveda (director del Departamento de Sostenibilidad y docente asociado en el Instituto para el Emprendimiento Sostenible de la Universidad EAN).



Día de la Madre 2018.



Conferencia: ¿Y cómo afecta la OCDE al sector de la industria gráfica?



Entre los aspectos relevantes se destacaron los cambios sustanciales en materia de buenas prácticas de sostenibilidad ambiental relacionadas con el manejo de los residuos con carácter preventivo, y la responsabilidad extendida al productor durante la fase de posconsumo, sobre todo cuando de plásticos y material celulósico se trata. 🌱

## Curso de facturación electrónica

El Consejo de Administración de Coimpresores Bogotá llevó a cabo, el pasado 17 de julio, una charla sobre la implementación de la facturación electrónica, la cual fue facilitada por los expertos Luis Ángel Castellanos y Pablo Briceño, ambos de la empresa consultora Kreston S.A.

Esta charla, que se efectuó con el objetivo de brindar herramientas encaminadas a la comprensión de los cambios que se suscitarán a futuro desde el punto de vista fiscal, a partir de la implementación de la facturación electrónica, trató temas alusivos a los tránsitos normativos que conllevaron a la actual situación normativa, destacando el Decreto 2242, hoy vigente hasta que inicie la nueva normatividad que regule la facturación electrónica. 🌱

## Show room hotelero y gastronómico

Coimpresores Bogotá estuvo una vez más en la muestra comercial del sector hotelero y gastronómico, que se realizó los días 15 y 16 de agosto, en el Hotel Sonesta, y que fue convocada por la Asociación Hotelera y Turística de Colombia, Capítulo Bogotá, COTELCO.

La Cooperativa participó en esta muestra comercial con un stand donde se exhibieron productos de las empresas asociadas Andina Productos Ltda., Impresores Litográficos Ltda., Kleur Impresores S.A.S., Linotipia Martínez S.A.S., Mecars Impresores S.A.S. y Herpin Impresores y Cía. S.A.

El evento, que contó con la presencia de cerca de 50 expositores entre representantes de restaurantes, clubes, casinos, compañías de *catering* y proveedores de diversos productos y servicios de la industria de la hospitalidad, logró captar la atención de gerentes generales, jefes de compras y de diversas áreas de los establecimientos hoteleros y gastronómicos de Bogotá, Cundinamarca y otras regiones del centro del país. 🌱



Conferencia: ¿Y cómo afecta la OCDE al sector de la industria gráfica?.



Curso de facturación electrónica.



Showroom hotelero y gastronómico 2018.



## IV Encuentro de Saberes de la Comunicación y las Artes Gráficas

Los días 29 y 30 de agosto se llevó a cabo el IV Encuentro de Saberes de la Comunicación y las Artes Gráficas, en la Cámara de Comercio de Bogotá. La Cooperativa participó con su tradicional *stand móvil*, en el que dio a conocer algunos productos de los Asociados, los cuales fueron compartidos con los asistentes.

En esta edición del encuentro se contó con una nutrida agenda académica, entre talleres, proyecciones y ponencias. Se destacaron las intervenciones de autoridades en políticas de desarrollo productivo y las TIC, así como experiencias de proyectos relacionados con *marketing* digital, *mapping* y diseño en diversos formatos, entre otros. 🌱



IV Encuentro de Saberes de la Comunicación y las Artes Gráficas.

## Seminario estratégico para fortalecer las ventas y su equipo de trabajo

Con el objetivo de elevar los resultados en los equipos de trabajo relacionados con las ventas de las empresas de Asociados, se realizó, los días 12 y 13 de septiembre, en las instalaciones de Coimpresores Bogotá, el Seminario Estratégico para el Fortalecimiento de las Ventas.

El Seminario, que contó con la asistencia de 42 personas entre responsables de procesos comerciales, Asociados y personal administrativo de la Cooperativa, fue facilitado por Jaime España, coach certificado internacionalmente, y se focalizó en las actitudes y los procesos a tomar en cuenta para lograr negocios exitosos, a partir de las necesidades y expectativas reales de los clientes. 🌱



Seminario estratégico para fortalecer las ventas y su equipo de trabajo.

## Campaña de Recolección 2018

Con éxito se llevó a cabo la Campaña de Recolección de residuos posconsumo, los días 30 y 31 de agosto, en las instalaciones de Coimpresores Bogotá.

La jornada fue promovida por la Unidad de Negocios Sistemas Integrados de Calidad, SIC, y tuvo como finalidad permitirles a los Asociados la disposición gratuita de los residuos y darles el certificado de disposición final.

En esta jornada participaron 13 empresas de Asociados y se recogieron 750 kilos de residuos posconsumo. 🌱



Campaña de Recolección 2018.

# Suministro de papeles, cartulinas, planchas CTP e insumos para el sector de la industria gráfica



 **Coimpresores Bogotá**



La cantidad que usted necesita, al mejor precio

## Nuestros Servicios

Filmación de planchas CTP - Servicios Integrados de calidad - Punto de venta - Compra de retal - Conversión - Afilado de cuchillas



**Stone Paper**  
PAPEL MINERAL

El papel mineral que nace de la tierra

Cooperativa de Impresores de Bogotá  
PBX: 208 87 00 - Cra. 31 No. 22B - 15  
[www.cipb.net](http://www.cipb.net)

