



RCC CASALS CONSULTANTS, S.A.

Contenido de los seminarios en la propia empresa

Realmente, el progreso de la empresa, tanto a nivel de calidad como de productividad o gestión depende de la metodología que se utilice dentro del entorno organizativo de la empresa. Los seminarios que se proponen están basados en necesidades reales de la mayoría de empresas con las que hemos actuado como consultores. Dependiendo del momento de evolución de la empresa unos temas son más trascendentes que otros y, por tanto, invitamos a considerar la elección de los más convenientes en la etapa actual de la empresa.

Si bien se adapta la duración de estos seminarios se adapta a las necesidades concretas de cada colectivo, consideramos que la duración podría ser de entre 2,5 y 3,5 horas, según el tema.

Precios según el número de seminarios en el mismo día: un seminario 650 dólares, dos seminarios 1200 dólares, tres seminarios 1700 dólares y cuatro seminarios 2100 dólares.

A - Estandarización mediante ISO 12647

- 1 la situación del sector
- 2 la competitividad exige crecimiento en productividad
- 3 la productividad exige estandarización
- 4 problemas actuales con el color
- 5 objetivo de la estandarización
- 6 ¿medir densidad o medir color?
- 7 atributos del color
- 8 iluminantes y metamerismo
- 9 la espectrofotometría
- 10 espacio de color CIE
- 11 parámetros de control del proceso
- 12 normas ISO de artes gráficas
- 13 ISO 12647
- 14 proceso de implantación
- 15 las pruebas de color: pruebas de contrato
- 16 plan de progreso

B - Mejora continua en productividad: Lean Printing

- 1 la evolución de la industria gráfica
- 2 Europa, Estados Unidos y América Latina
- 3 competitividad creciente en el mercado
- 4 necesidad de un nuevo enfoque hacia la productividad
- 5 ¿qué es Lean Printing?
- 6 simplificación de la organización
- 7 reducción de los recursos productivos
- 8 reducción de excesos en tirajes y consumibles
- 9 medición de los tiempos no productivos
- 10 reducción de errores y defectos
- 11 reducción de variaciones en la calidad
- 12 reducción de las etapas de producción
- 13 condicionantes en la implementación del Lean Printing
- 14 la profesionalidad de los mandos intermedios
- 15 el ECP una forma práctica de progreso

C - Cálculo correcto del costo / hora y de cotizaciones

- 1 se ha de replantear la empresa gráfica
- 2 conocer bien los costos de producción
- 3 el registro de los tiempos de producción
- 4 el benchmarking
- 5 criterios básicos en el cálculo de costos
- 6 la función de costos y cotizaciones en la organización
- 7 objetivo: cotizaciones realistas
- 8 el cálculo del costo horario o por unidad producida
- 9 centros y subcentros de costo
- 10 asignación de gastos de estructura
- 11 los tipos de horas y el costo por hora
- 12 criterios sobre amortizaciones
- 13 reparto de gastos de centros en subcentros
- 14 utilización de materiales
- 15 pasos básicos para el cálculo del costo/hora
- 16 la realización de la cotización
- 17 tiempo estándar de producción
- 18 el planteamiento del trabajo
- 19 costo de producción de un trabajo
- 20 acciones de progreso más efectivas

D - Cómo aumentar ventas con un Departamento Comercial efectivo

- 1 defectos de la empresa actual
- 2 el nuevo modelo de interacción con el mercado
- 3 malas costumbres del departamento comercial
- 4 malas costumbres de los vendedores
- 5 la actitud del comprador de impresos
- 6 el cliente quiere mejorar sus acciones de marketing
- 7 la satisfacción del cliente
- 8 ¿por qué compran los clientes?
- 9 ¿qué le molesta al cliente?
- 10 la comunicación con el cliente
- 11 la reunión con el cliente
- 12 nuevos servicios al cliente
- 13 ejemplo: la publicidad por correo directo
- 14 ejemplo: el fulfillment
- 15 replantear el departamento comercial: ¿empezamos de cero?
- 16 la función del coordinador de servicios al cliente
- 17 la relación precio - servicio
- 18 una nueva estrategia de marketing
- 19 acciones de marketing más recomendables
- 20 nuevo planteamiento de la oferta de servicios
- 21 por tanto, ¿qué hemos de hacer?

E - El nuevo modelo futuro de industria gráfica

- 1 el modelo actual de empresa gráfica se vuelve obsoleto
- 2 ¿cómo imaginamos la empresa gráfica del año 2020?
- 3 el protagonismo futuro de la impresión digital
- 4 la impresión digital en gran formato
- 5 particularidades de la venta de impresión digital
- 6 la combinación de procesos de producción
- 7 la pre prensa se convertirá en el centro de la comunicación gráfica
- 8 el entorno premedia o crossmedia
- 9 ¿Cómo cambiar progresivamente?
- 10 Primero, decidir la estrategia
- 11 consideraciones sobre la adopción de nuevas tecnologías
- 12 decálogo de recomendaciones
- 13 nueva oferta de servicios
- 14 nos hemos de convertir en la herramienta de marketing de nuestros clientes
- 15 se ha de replantear el departamento comercial
- 16 se precisa una reingeniería de la producción
- 17 incorporar nuevos servicios de valor agregado
- 18 preparar adecuadamente los proyectos
- 19 claves para la rentabilidad
- 20 plan de acción

F - Tendencias en el mercado de cajas plegadizas y etiquetas

- 1 evolución mundial de este sector
- 2 momento actual de la producción
- 3 tendencias en la producción
- 4 aspectos que preocupan al sector
- 5 tendencias en los deseos del cliente
- 6 tendencias en los productos
- 7 importancia creciente de la pre prensa
- 8 tendencias en tema de proceso de impresión
- 9 tendencias en el color y su calidad
- 10 tendencias en el mercado
- 11 posibles nuevas tecnologías
- 12 ¿flexo?
- 13 formas de aplicación de las etiquetas
- 14 evolución mundial de este sector
- 15 soportes utilizados en etiquetas y su tendencia
- 16 tipos de producción de etiquetas
- 17 operaciones para añadir valor
- 18 ventajas de la producción conjunta de cajas y etiquetas

G - El sector en América Latina: fortalezas y debilidades

- 1 evolución en Europa
- 2 evolución en Estados Unidos
- 3 evolución en América Latina
- 4 importancia del offset en América Latina
- 5 soluciones a la crisis adoptadas en Europa
- 6 la organización de la empresa en América Latina: cómo progresar
- 7 el benchmarking de la organización y el número de personas
- 8 la necesidad de una oficina técnica efectiva
- 9 el área de ventas en América Latina: cómo progresar
- 10 el área de producción en América Latina: cómo progresar
- 11 la productividad en América Latina: cómo progresar
- 12 el benchmarking de la productividad
- 13 la calidad impresa en América Latina: cómo progresar
- 14 la implementación de ISO 12647 en América Latina
- 15 el problema de la falta de capacitación
- 16 necesidad de reconsiderar muchos tópicos existentes
- 17 consideración de las oportunidades existentes
- 18 plan de progreso hacia una mayor competitividad

H - Integración de impresión digital en impresión convencional

- 1 evolución previsible de la impresión comercial
- 2 se ha de replantear la empresa gráfica
- 3 ¿cómo imaginamos la empresa gráfica del 2025?
- 4 nuevo planteamiento de servicios
- 5 cambio de interacción con el mercado
- 6 parámetros a considerar en los nuevos equipos
- 7 equipos de cuatricromía de alta velocidad
- 8 comparación digital-convencional
- 9 recomendaciones en la adopción de la impresión digital
- 10 perfil deseable del departamento comercial
- 11 productos característicos
- 12 la venta de impresión digital
- 13 la pre prensa en el centro de la comunicación gráfica
- 14 entorno premedia o crossmedia
- 15 la productividad en la pre prensa
- 16 la incorporación del diseño
- 19 los datos variables
- 20 las páginas web
- 21 la impresión en gran formato
- 22 claves para la rentabilidad

I - Tecnología UV de secado acelerado en artes gráficas

- 1 introducción general
- 2 sistemas de secado sin radiación UV
- 3 conceptos básicos del sistema UV
- 4 ventajas del secado acelerado UV
- 5 desventajas del secado acelerado UV
- 6 aplicabilidad del secado acelerado UV
- 7 los equipos de secado acelerado UV
- 8 las tintas y los barnices
- 9 particularidades de lámparas y reflectores
- 10 tecnología de tinta híbrida
- 11 los soportes no papeleros
- 12 algunos mitos sobre el secado acelerado UV
- 13 evolución de las aplicaciones
- 14 combinaciones de procesos y aplicaciones
- 15 avances recientes
- 16 decisión sobre el sistema más adecuado
- 17 optimización de la producción
- 18 aspectos a tener en cuenta en la implementación
- 19 la calidad y el mantenimiento
- 20 aspectos económicos a tener en cuenta
- 21 plan de implementación

J - Formación básica sobre el proceso offset y su calidad

- cinco módulos a escoger entre:
 - 1 Introducción a los procesos de impresión y particularidades del offset
 - 2 Conceptos básicos de física
 - 3 Conceptos básicos de química
 - 4 Conceptos sobre papel, tipos y sus características
 - 5 Características de la tinta y su secado
 - 6 Nociones básicas sobre la reproducción en el proceso offset
 - 7 Conceptos básicos de colorimetría y densitometría
 - 8 La ganancia de punto en offset
 - 9 La plancha offset
 - 10 El efecto de la humedad en el comportamiento del papel
 - 11 La solución de la fuente y su control
 - 12 Los productos químicos en el offset
 - 13 Condicionantes de la impresión en el diseño y la pre prensa
 - 14 Condicionantes de la postimpresión en el diseño y la pre prensa

K - La oportunidad del packaging y sus versiones en offset, flexo, rotograbado y digital

- 1 Panorama general de los procesos de impresión
- 2 Panorama general de los productos gráficos
- 3 Tendencias de los empaques en la sociedad
- 4 Factores que hacen crecer o disminuir el consumo de empaques
- 5 Tendencias en los deseos del cliente
- 6 Tendencias en los productos
- 7 El futuro de los bioplásticos en los empaques
- 8 Los acabados en los empaques y su evolución
- 9 La utilización de la flexografía en el packaging
- 10 La utilización del rotograbado en el packaging
- 11 La utilización del offset en las cajas plegadizas
- 12 Las etiquetas y sus posibilidades
- 13 La utilización de la impresión digital en el packaging
- 14 La combinación de varios procesos de producción
- 15 Tendencias generales en el packaging
- 16 Resumen a modo de conclusiones

L - La impresión digital en gran formato, una oportunidad de negocio

- 1 Procesos de impresión en Europa
- 2 Procesos de impresión en América Latina
- 3 Tendencias por especialidades
- 4 Descripción de la impresión digital en gran formato
- 5 Aplicaciones de la impresión digital en gran formato
- 6 Los sustratos y su nivel de utilización
- 7 Importancia del vinilo autoadhesivo
- 8 Las tintas inkjet y su utilización
- 9 Tecnologías inkjet más utilizadas
- 10 Impresión 3D
- 11 El termoformado
- 12 Operaciones de acabado más características
- 13 Mercados a los que va dirigida esa tecnología y su evolución
- 14 La serigrafía en gran formato y su evolución
- 15 Evolución de la producción en América Latina hasta 2017
- 16 Perspectivas de crecimiento futuro
- 17 Recomendaciones para su comercialización

M - El panorama de la flexografía

- 1 panorama de los procesos de impresión a nivel mundial
- 2 panorama de los productos gráficos
- 3 participación de los productos de packaging a nivel mundial
- 4 productos de packaging por tipo de mercado
- 5 productos de packaging por procesos de impresión
- 6 el empaque en la sociedad
- 7 tendencias en los productos
- 8 el futuro de los bioplásticos
- 9 los acabados en el packaging y su evolución
- 10 evolución de la flexografía
- 11 la tecnología flexográfica y su progreso
- 12 las tintas flexográficas
- 13 los anilox
- 14 las planchas flexo
- 15 los parámetros de impresión
- 16 diferencias en la impresión sobre papel y sobre plástico
- 17 tendencias generales en el empaque

N - Buenas prácticas de Recursos Humanos en la Industria Gráfica

- 1 lista esquemática de buenas prácticas de Recursos Humanos en la Industria gráfica
- 2 identificación de candidatos efectivos
- 3 la incorporación de un nuevo vendedor y su programa inicial de trabajo
- 4 los sistemas de incentivos en artes gráficas
- 5 los incentivos y comisiones de ventas
- 6 la importancia de la formación y la contratación de personal
- 7 módulos cortos deseables de capacitación continua
- 8 "performance appraisal" o valoración del progreso personal
- 9 qué ocurre cuando un ejecutivo de alto nivel deja la empresa gráfica
- 10 la satisfacción por el trabajo
- 11 la lealtad de los trabajadores en la empresa gráfica
- 12 los directivos son el recurso humano más importante de la empresa