

Empresas gráficas se reúnen para analizar futuro de la industria



Páginas 4 y 5

EXCLUSIVO PARA SOCIOS ASIMPRES
"Conversando la Reforma Laboral" con Sergio Espinoza Riera - jueves 14 de abril, 18:00 hrs.
Santa Filomena 66.

Página 8

Sustratos biodegradables e impresión digital para envases flexibles

La tecnología como respuesta a las tendencias del consumo



Página 3

6
María José Gumucio, nueva subgerenta de Marketing de AMF Etiquetas, lidera proyecto de Print Center



6
Las últimas tendencias en etiquetas de vino para 2016



8
Multas llegan a 10.000 UTM en caso de no declarar vía Ventanilla Única

16 · 17 · 18
DE NOVIEMBRE

PRINT
stgo
2016

Drupa 2016: Tres grandes tendencias

El evento #1 para la industria gráfica se acerca rápido. A partir del 31 de mayo la Decimosexta edición de la Drupa abrirá sus puertas en Düsseldorf, Alemania, por 11 días que, sin lugar a dudas, marcará las tendencias tecnológicas de los próximos años.

A nivel de tecnologías de impresión, el inkjet se afirma como la “vedette” y solución del futuro y son muchas las novedades y máquinas que se presentarán en torno a esta tecnología. Como por ejemplo Kodak con sus sistemas UltraStream y Prosper, Fujifilm a nivel de tintas y cabezal de impresión para la Heidelberg Primefire 106, Canon y también Konica Minolta con su prensa KM1 inkjet UV al tamaño B2 (en fase de beta test en Alemania desde el mes de enero), Xerox y sus prensas Brenda HD y Trivor 2400, Epson y su nueva línea SureColor, EFI, Bobst, etc.

En 2016 el mercado mundial de inkjet se estima, en valor, en 61,9 mil millones de dólares o 526 mil millones de páginas impresas en tamaño A4.

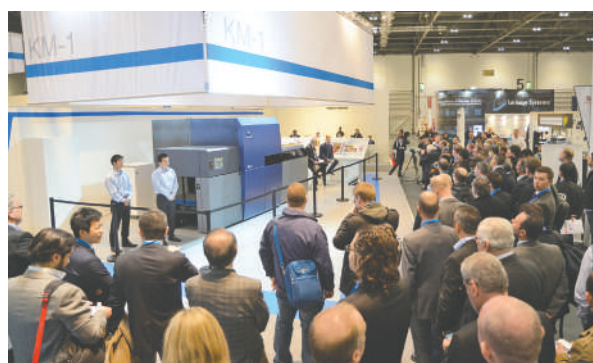
De acuerdo con un estudio realizado por Smithers Pira, la tecnología de impresión digital inkjet tiene un futuro prometedor, tanto en el sector editorial y publicitario como en el sector del packaging. En 2016 el mercado mundial se estima, en valor, en 61,9 mil millones de dólares o 526 mil millones de páginas impresas en tamaño A4. Las previsiones muestran una progresión anual mundial, en vo-

lumen, de 12,7% en el periodo 2016-2021 y 8,7% en valor.

Por otra parte, el packaging seguirá siendo el sector privilegiado y para el cual todos los proveedores presentarán sus estrategias y soluciones, sea para cartulina, cartón corrugado, etiquetas o envases flexibles.

Estas dos grandes tendencias —inkjet y packaging— estarán complementadas por numerosas soluciones en términos de softwares, automatización, flujos de trabajo y soluciones “cloud” casi tan o más importantes que las propias máquinas de impresión en exposición.

El sector gráfico y el impreso siguen tan dinámicos como siempre, por lo que conviene mantenerse muy atento a lo que se viene.



POR JOSÉ BODET



Editorial

La asociatividad no está en crisis

Luego de la exitosa actividad que sostuvimos a inicios de marzo, la premisa con la que inicio esta editorial cobra mayor sentido y relevancia. Aun sabiendo las dificultades de dejar sin supervisión los talleres y oficinas, y a riesgo de acumular un número mayor de e-mails, tuvimos la satisfacción de convocar a cerca de 60 empresarios gráficos y representantes. Todos con una excelente disposición a opinar y proponer ideas para seguir desarrollando nuestro gremio.

Porque a veces podemos confundirnos en relación a quién es Asimpres, y creo que es importante explicitarlo: Asimpres son ustedes, cada una de nuestras empresas y compañías define y determina las acciones de la Asociación. El directorio son simplemente los representantes y la administración cumple el rol de ejecutar y asesorar.

El rol del emprendedor, del líder, del gestor, también se orienta a su rol social. Tenemos que darnos cuenta que nos desarrollamos en un contexto y que podemos nutrir ese ecosistema de manera activa.

Sobre todo hoy, en que la idea de competencia está migrando a la colaboración. El buscar espacios de complemento está marcando la forma en que las empresas crecen, innovan y se desarrollan.

Muchas veces me toca escuchar: “Es que Asimpres no es lo mismo que antes”. Y es verdad. Pero no debiera significar un retroceso. Al contrario, demuestra que estamos enfrentando nuevos desafíos. Gracias a la actividad que titulamos “El gremio que queremos” podremos abordarlos con mayor información.



Nelson Cannoni B.
Editor

Desde el taller

● ALEJANDRO MUÑOZ, OPERADOR DE MÁQUINAS DE AFILADO Y A CARGO DEL ASENTADO EN DITRA INDUSTRIAL



Con 20 años de edad Alejandro llegó a trabajar a DITRA. La empresa estaba en un pequeño local. Era junio de 1986 y comenzó a desempeñarse como ayudante. Hoy su trabajo consiste en operar máquinas para afilar las cuchillas de las guillotinas usadas en la industria gráfica y hacer el asentado (limpiar el filo para que no queden marcas en el corte). En estos 30 años ha visto cómo el trabajo que se hacía de forma manual hoy se hace con maquinaria.

Cada día por sus manos pasan entre 25 y 35 cuchillas. “A veces nuestro trabajo parece lo mínimo, pero una guillotina corta papel todo el día. De aquí nace el corte”, puntualiza Alejandro, enfatizando lo fundamental que es su rol para las imprentas.

Explica que lo más importante que ha aprendido en este tiempo es el autocuidado: “Si estás un poquito volado, distraído, te cortas. El trabajo es delicado, y si uno no está bien concentrado... ¡pum!”. Al ser una de las personas más antiguas de la empresa, cada vez que capacita nuevos operarios les transmite esto.

A Alejandro le gusta su trabajo, que realiza con precisión: “Si me queda algo mal, trato de arreglarlo. Si no queda bien, lo vuelvo a hacer aunque tenga que empezar de nuevo”.

Hace unos 6 años realizó un viaje de trabajo a Estados Unidos para conocer cómo funcionaban los procesos de trabajo en ese país. “Uno pensaba que iban a tener más tecnología, pero nosotros teníamos la misma y el trabajo era lo mismo. Inclusive con señas —obvio que no sé inglés— nos fuimos entendiendo con el operario de allá”, indica sobre esta experiencia.

Alejandro está casado con Verónica. Tienen cuatro hijos: Alejandro, Miguel, Francisco y Moriel, más cuatro nietos.

¿Quiere compartir sus consejos, datos y anécdotas del taller? Escribanos a comunicaciones@asimpres.cl

Impresiones

Del Mundo Gráfico

IMPRESIONES DEL MUNDO GRÁFICO® es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos de Chile A.G. ASIMPRES | comunicaciones@asimpres.cl | www.asimpres.cl

Comité Editorial: Nelson Cannoni B., María Eugenia Mingo S., Marcela Lahosa, José Bodet, Natalia Ramos B. y Carla Caorsi R.

Fotografías: Mauricio Vega, Natalia Ramos B. y Archivo ASIMPRES. Impresión: A Impresores. Tiraje: 10.000 ejemplares.

Derechos Reservados. Las expresiones publicadas en este medio son de exclusiva responsabilidad de los autores, entrevistados y avisadores. La reproducción parcial o total de los contenidos de esta edición es permitida con la previa autorización de ASIMPRES A.G.

LA TECNOLOGÍA COMO RESPUESTA A LAS TENDENCIAS DEL CONSUMO



Como en todo, la tecnología debiera estar al servicio del hombre. Busca responder de manera eficiente y eficaz las problemáticas del ser humano. Por tanto, cuando queremos referirnos a las tendencias en tecnología del packaging, primero tenemos que mirar con detención los requerimientos que los usuarios están demandando en la actualidad, y las necesidades que comenzarán a tener en un futuro.

Estamos en un contexto de mayores exigencias legislativas en materia medioambiental. Las declaraciones de líderes y actores sociales abogan por una mayor conciencia ante la conservación del planeta y la amenaza del cambio climático. Ante esto, los consumidores están optando por productos cuyo packaging trascienda los objetivos de mantener, identificar y transportar un contenido. Buscan que los envases y los materiales tengan la capacidad de ser reciclados, reutilizados o compostados con el fin de reducir la basura y los desperdicios.

Los sustratos y materiales eco-friendly son los más requeridos. Aquí, los tradicionales papel, cartulina y cartón (corrugados y microcorrugados) tienen camino avanzado, ya que, a diferencia del plástico, el vidrio o el aluminio, la fibra vegetal de la celulosa puede ser reciclada hasta siete veces y es totalmente biodegradable. Mientras una botella de plástico tarda en promedio 500 años en degradarse, el papel demora entre uno a dos años. En el caso de las bolsas, donde las políticas públicas han apuntado a reducir el uso de plásticos, las de papel impresas en flexo con tintas con base en agua y offset con tintas vegetales han tomado la delantera.

A la vez, hoy ya es posible encontrar envases biodegradables o el denominado ‘biopackaging’. Hacen referencia a materiales que proceden de fuentes renovables, como la mencionada celulosa o el almidón, o producidos por microorganismos como los polihidroxialcanoatos (PHA). Los que poseen mayor participación en el mercado son los que proceden de monómeros naturales como el ácido poliláctico (PLA) o los almidones termoplásticos (TPS).

Con estos materiales se ha podido producir bandejas termoformadas, botellas de agua y refrescos (como la “plantbottle” de Coca-Cola, que se fabricó a través de un proceso que convertía la caña de azúcar y la melaza en un componente clave para el PET plástico), bolsas y films flexibles para envoltorios, entre otros.

Por otro lado, con el desarrollo de la impresión digital para envases flexibles se han abierto posibilidades para trabajos de corto tiraje, sin desperdicios y sin uso de solventes –con un importante valor agregado en relación al beneficio para el medio ambiente–. Y con eso, a la vez, se permite a las máquinas convencionales trabajar de manera más eficiente y con mayor capacidad.

En tal sentido, cabe mencionar que ASIMPRES acaba de comenzar un nuevo

Acuerdo de Producción Limpia, el cual se encuentra en etapa de diagnóstico para evaluar tecnologías flexográficas y digitales, además de la tradicional Offset.

Un aporte significativo de la impresión digital está vinculado a la posibilidad de personalización que entrega, lo que fortalece las acciones de comunicación y marketing para las marcas.

Según un estudio de la agencia de inteligencia de mercado, Mintel, uno de cada cinco estadounidenses “Millennials” pide personalizar el packaging en sus compras, mientras que casi una cuarta parte de los consumidores en China está dispuesta a pagar más por los envases de bebidas personalizadas.

En relación con los desafíos que se plantean para la investigación y tecnología en packaging, estos tenderán a ir a dar respuesta a cómo producimos envases inteligentes y activos, donde, por ejemplo, el material pueda cambiar de color si el producto está caducando o una etiqueta pueda ser leída por ondas de radio sin necesidad de contacto.

Por otra parte, envases y etiquetas buscarán adaptarse a diferentes mercados y a colaborar en procesos de trazabilidad o logística, debido a la creciente internacionalización de los negocios y al e-commerce.



Encuentro Gráfico Asimpres: el gremio que queremos

El pasado viernes 11 de marzo cerca de 60 socios y representantes de empresas gráficas se dieron cita en el Hotel Las Acacias para reflexionar en torno a los desafíos de la industria gráfica y proponer acciones que guíen el quehacer del gremio.

EMPRESAS GRÁFICAS SE REÚNEN PARA REFLEXIONAR SOBRE DESAFÍOS Y FUTURO DE LA INDUSTRIA

El pasado 11 de marzo, en el hotel Las Acacias de Vitacura –replicando la última jornada de reflexión de Asimpres realizada en el mismo lugar, pero en 2007–, se sostuvo el encuentro gráfico “El gremio que queremos”.

Dicha actividad comenzó con un asado de camaradería entre los asistentes, tanto directores como asociados y representantes de empresas no asociadas a Asimpres.

Luego del almuerzo se dio paso a una dinámica de reflexión donde, a través de una encuesta compartida y discusión por mesa, se obtuvo una visión global de la situación de la industria gráfica, como también de las actividades y expectativas en términos de agregación de valor de la Asociación.

En resumen, los participantes reportaron que los principales desafíos que enfrentará la industria en los próximos años se concentran en tres focos de carácter estratégico: Posicionamiento del formato impreso versus formato digital; innovación tecnológica y capacidad de adap-

tación a cambios; y recursos humanos calificados y comprometidos.

Entre las actividades que Asimpres desarrolla actualmente, y que son percibidas como un beneficio, se encuentran: Educación y Capacitación (a través de la oferta de la Escuela de la Industria Gráfica y CFT Ingraf); información de indicadores sectoriales y de importación, proyectos como APL e Impresión Sustentable, acciones de comunicación (Diario Impresiones, sitio web, redes sociales), estudio de remuneraciones y feria Print Santiago.

Al cierre del evento el presidente de Asimpres, Nelson Cannoni, expresó: “Creemos que era necesario un momento para reordenarnos, para saber en qué íbamos bien y qué es lo que nos falta desarrollar. Y bueno, además de compartir un grato momento con colegas, que siempre es positivo”.

Pero este espacio de discusión y reflexión no termina ahí: los comentarios e ideas que hayan surgido en esta instancia serán considerados por el directorio para la definición de un plan de trabajo esencial, que determina la hoja de ruta que llevará la Asociación de aquí al año 2020. Mientras, los resultados de la actividad serán compartidos con los asociados y participantes en un informe.





Profesores de la Escuela de la Industria Gráfica realizan pasantía en A Impresores y visita a Acrus - CCL

Durante enero, y con el objeto de mantenerse actualizados en procesos productivos de las empresas gráficas, docentes de la Escuela participaron de una pasantía en A Impresores.

La oportunidad, gestionada por Braulio Orellana, dio la oportunidad a los profesores Marlene Silva, Katherine Serna, Liliana Navarro, Abelardo Soto, Patricio Lizama, Roberto Pérez, Rodrigo Palma, Juan Fernández, Nelson Díaz y Pamela Guajardo, de participar en las áreas de pre prensa, prensa y terminación de la compañía.

De igual modo, y en el mismo contexto de actualización, el día lunes 11 de enero los docentes visitaron la planta de ACUS - CCL, donde fueron atendidos por Simón Vilches y Patricio Araya.



Preimpresión Software para automatización de Preprensa	Gestión de color Espectrofotómetros, Software y cabinas de luz
Prototipos 3D Software 3D para prototipos virtuales	Packaging proofing Sistema Integrado para pruebas de color certificadas
Sala de montaje Montadoras flexográficas, semi y full automáticas	Sala de fotopolímeros Computer to Plate CDI y cortadoras de fotopolímero
Color Industrial Equipos esféricos para medición de color industrial	Gran Formato Impresión cama plana y rollo a rollo

www.GrafiSoft.cl
Info@grafisoft.cl
ESKO
x-rite
PANTONE
TECH SLEEVES
AV Flexologic
AGFA
enfocus
Ultimate
JUST
NORMLICHT
COLOR SYSTEM
By GrafiSoft
Presentes en:

LABEL SUMMIT
LATIN AMERICA 2016
www.labelsummit.com/columbia

Somos expertos en automatización de procesos con 16 años de experiencia.



María José Gumucio

Nueva subgerente de marketing en AMF Etiquetas lidera el proyecto Print Center

En febrero María José Gumucio se unió al equipo de AMF Etiquetas como subgerente de marketing, para hacerse cargo de un innovador proyecto: AMF Print Center. Este es un laboratorio de impresión de alta tecnología para etiquetas de vinos, idea que nace de la necesidad de los clientes por contar con muestras físicas con los acabados, terminaciones y atributos finales lo más reales posible.

Socióloga de formación, con estudios en marketing y apasionada por los vinos, Gumucio tiene una amplia experiencia en el mundo vitivinícola: trabajó varios años en La CAV y en las áreas de marketing de las viñas Botalcura y Bisquertt. Y hoy podrá seguir aportando a la industria vitivinícola desde el área de impresión de etiquetas.

El objetivo del AMF Print Center es permitir que los equipos de diseñadores de las viñas puedan fabricar mock ups, teniendo acceso a toda la información necesaria en cuanto a tendencias de diseño y materialidades más destacadas a nivel internacional, ordenados por país y rangos de vinos. Es por eso que María José, junto con Juan Ignacio Molina, gerente general de AMF Etiquetas, viajaron a ProWein, para imponerse en primera persona de esta información. “Buscamos ser un referente para el rubro vitivinícola. Si necesitan desarrollar alguna nueva línea de vinos, yo feliz los puedo orientar y presentar las reales tendencias internacionales”.

El Print Center estará operativo el segundo semestre de 2016 y ya hay viñas en espera. “La idea de nosotros es ser un facilitador del tema y aportar a Chile en tendencias. Queremos que sea una experiencia con instalaciones construidas especialmente para crear un grato ambiente creativo”, explica Gumucio.

En la práctica, ¿de qué forma el Print Center va a ayudar a los diseñadores?

El objetivo es que el Print Center sea una experiencia, donde en 15 minutos el diseñador pueda ver la etiqueta terminada. Lo que en los procesos productivos demora 2 o 3 meses. Además, van a poder probar nuevas ideas, por ejemplo nuevos diseños y sus tratos. Queremos asesorarlos en detalle, que puedan conocer lo que se usa en un determinado lugar geográfico, en un determinado rango de vinos.

¿Cuál es el aporte de la impresión a la industria vitivinícola?

Nos permite, como país, darles mayor va-

lor agregado a nuestros vinos. Darle mayor valor percibido a este producto en punto de venta. Esto significa que los exportadores pueden incrementar el volumen de venta y también incrementar el precio de venta, lo que aumenta el precio promedio de las exportaciones del país, ayudando al rubro completo. Es un círculo virtuoso. Hasta este minuto, el rol que hemos cumplido los impresores es procesar una orden. La idea es que seamos partners. Yo no vengo a terminar un proceso productivo, quiero que empecemos un proceso productivo. Quiero que comencemos un proceso creativo. Esa es mi pega, no es que el cliente pague más, es que hagamos bien la pega, por que nuestra tecnología y servicio nos permitan brindar un trabajo de excelencia.

El objetivo es que el Print Center sea una experiencia, donde en 15 minutos el diseñador pueda ver la etiqueta terminada. Lo que en los procesos productivos demora 2 o 3 meses.

Tendencias en etiquetas de vinos para 2016

La decisión de compra de un vino es de 1,5 segundo y está determinada por la etiqueta. Eso es lo que dice John Lawlor, fundador de "The real picture research". Entendiendo dicha realidad, es que el diseño y materialidad de la etiqueta se vuelven esenciales para cautivar la atención de un consumidor en góndola. Aquí presentamos algunas de las tendencias actuales.

I. Serigrafía: Permite dar relieve y brillo usando distintos colores. Hace que las botellas resalten más en góndola y con un menor costo de producción.

II. Ilustraciones y patrones: Facilitan y resuelven necesidades gráficas más específicas, aportando al carácter y personalidad del producto final. Destaca el uso de patrones decorativos.

III. Colecciones: Otra de las novedades ha sido generar propuestas más amplias por parte de la industria vitivinícola, en donde su identidad visual se completa en una historia más larga. Un ejemplo de ello son los vinos coleccionables. Lo importante de este tipo de productos es que el packaging final pueda exhibirlos en conjunto, para que el cliente entienda el concepto en su integración.

IV. Tipografías con personalidad: Atrás quedó

el manuscrito del siglo XIV. Hoy las tipografías son distintas y no se limitan en creatividad. Las más clásicas también se renuevan, buscando manuscritos más simples.

V. Tamaño: La etiqueta ya no solo se reduce al recuadro acostumbrado. Etiquetas que rodean completamente a la botella o se disponen de manera vertical son nuevas alternativas de atracción al consumidor.

VI. Papeles más resistentes: Hoy existen técnicas que permiten un etiquetado más resistente al agua, al aceite y otros líquidos, sin dañar los patrones gráficos ni la textura del papel.

VII. Folios disruptivos: Atrás quedó el duopolio dorado/plata. Hoy los diseños se atreven con otros colores, que mantengan la armonía, pero que den mayor contraste al uso de esta técnica de estampado.



GENTILEZA: VIÑA BOTALCURA



Luis Guillermo Azócar, gerente de Tekkrom

“Siempre me he sentido respaldado por Asimpres”

En 1999 Luis Guillermo Azócar tomó sus 28 años de experiencia en la industria gráfica —como parte del equipo de su padre en Azócar Muligráfica— y fundó la actual Tekkrom, la que comenzó operando con solo tres personas.

Hoy la empresa cuenta con un equipo de 33 personas, entre ellos su hija mayor, Cristina, que es psicóloga y trabaja en el área de personal; y su hijo Guillermo, en el área de desarrollo web. Además, en la empresa hay dibujantes técnicos arquitectónicos, diseñadores gráficos, informáticos y profesionales con experiencia en manejo de equipos.

Luis Guillermo define a Tekkrom como un “local comercial con servicios gráficos”. La empresa está orientada a soluciones digitales y ofrece más de 40 servicios, entre ellos imprenta digital, diseño, gigantografías, planos y plotter, fotocopiado, digitalización y scanner de documentos, empastes y encuadernaciones. En los últimos años se incorporaron los servicios de dibujo técnico y digitalizaciones.

Tekkrom trabaja 100% con impresión digital, pero también cuenta con una centena de clientes de impresión tradicional. “Como no quiero perder a mis clientes tradicionales, de altos volúmenes, externalizamos este servicio con tres empresas”, aclara Luis Guillermo.

Además, cuentan con un joint venture con una empresa constructora, para asesorías y control en terreno relacionadas con certificación de la estructura productiva de grandes empresas. “Es algo completamente distinto, no tiene nada que ver con los servicios gráficos. Ellos tienen una fortaleza por el lado de obras civiles y nosotros por los clientes y servicios gráficos. Esta idea surgió buscando cómo diversificar”, explica Azócar. De hecho, gracias a esto lograron cumplir la meta comercial del año 2015.

¿Cómo has visto este año y los dos anteriores en relación con la gráfica?

En general ha sido complicado. Por una

parte hay un problema de cambio tecnológico, y por otro lado hay una política de gobierno que no es buena en lo relacionado con producción. El año pasado cumplimos metas, pero son metas adaptadas para un mercado que está deprimido.

¿Cómo se ve la meta 2016?

La estamos cumpliendo, pero eso no quiere decir que podemos estar tranquilos. Estamos siendo bien cuidadosos, viendo la presión para el año que viene. Con un país que crece al 2% no se puede esperar mucho.

¿Qué consejo se podría dar a las empresas gráficas que se han quedado atrás?

Hay que tratar de reinventarse. Cada empresa es distinta, pero hay que definir cuál es el objetivo hacia adelante. Si se está achicando el escenario donde uno se está desarrollando hay que ver cómo ampliarlo. Siempre se puede. Lo principal es que cuando uno tiene la estructura de personal adecuada uno tiene lo principal. En Tekkrom eso es lo más importante. Cuando presenté el joint venture al grupo que toma decisiones todos sintieron que eran parte importante, todos colaboraron y lo fuimos mejorando.

¿Qué es lo que más te motiva de tu trabajo diario?

Cuando hay propuestas y cotizaciones. Me encanta cuando hay desafíos interesantes. Puedo estar ahí hasta que el cliente tenga una buena respuesta. He tratado de delegar y no he podido.

¿Cuál es el valor de pertenecer a Asimpres?

Todo. La exposición, estar al tanto de lo que pasa en el gremio gráfico, de lo que pasa con los papeles, materiales, calidad, estar contactado con los proveedores. Siempre me he sentido respaldado por Asimpres. Me gusta informarme a través de ustedes. En el tiempo que estuve fuera me sentí solo. Quiero seguir participando, estar informándome de qué pasa en el medio, qué se viene hacia adelante.

Fe&Ser

Juan Carlos Loaiza: “Hemos armado un equipo de gente realmente comprometida”



Con máquinas de formularios, hace 18 años, Juan Rodríguez inició Fe&Ser. Cuatro años después llegó su aliado en la producción, Juan Carlos Loaiza. En ese momento la empresa contaba con tres máquinas impresoras. Ambos comenzaron a armar un equipo y a crecer: compraron nuevas máquinas, adquirieron un terreno vecino y otro al frente, añadieron un segundo piso a las instalaciones y construyeron un nuevo galpón de dos pisos. Hoy la imprenta cuenta con 57 personas. “Hemos armado un equipo de gente realmente comprometida. Los que no están en esa línea pueden buscar otros rumbos. Los que están acá están súper comprometidos con lo que hacemos”, señala Juan Carlos Loaiza, gerente de Producción de Fe&Ser.

Diversos hitos han marcado su historia. Uno de los más importantes fue la compra de las dos Ryobi nuevas, 78 y 52. “Eso nos dio un gran puntapié”, explica Loaiza.

Un hito importante, “que nos permitió reafirmarnos en lo que estamos haciendo” indica Juan Carlos, fue el año 2011 cuando fueron aceptados en el convenio Marco —siguen en el actual—. Cuando se presentaron para el convenio prestaban servicios a otras imprentas, por lo que sentían que eran “desconocidos”.

Hoy la imprenta se enfoca principalmente en impresión comercial, y entre sus clientes se encuentra el Club Hípico —que trabaja con ellos desde los inicios—, Universidad Católica, IP Chile, Fundación BanIguadad, K+S (Sal Lobos), Inmobiliaria y Constructora Pocuro, instituciones públicas como el Ministerio de Obras Públicas, SAG y SERNAC, algunas municipalidades y muchos otros.

¿Cómo les fue en 2015?

Estuvo complicado. Fue un año lleno de desafíos, con la incorporación de nuestra Indigo 10.000. Pero creo que en resumidas cuentas fue favorable, pudimos cancelar todas nuestras deudas. No tenemos ningún inconveniente con proveedores ni trabajadores. Y me siento muy comprometido con lo que hemos hecho, con lo que estamos haciendo y con lo que vamos a hacer.

¿Cuál es la situación en que se encuentra la gráfica hoy?

Creo que uno de los temas importantes es el manejo de los precios. Todos queremos hacer trabajos, y por supuesto que manejamos un nivel de precios que resista el negocio. Cada uno es libre de fijar sus propios valores, pero me pregunto cómo abrir una ventana para manejarse mejor y fijar criterios.

¿Qué proyectos tienen para 2016?

Vamos a seguir creciendo y sostenidamente.

¿Cómo se complementan con Juan en el día a día y en la toma de decisiones?

Los dos perseguimos lo mismo. Tenemos la misma visión de negocio. Pero él es mucho más arriesgado que yo, que soy súper temeroso. Creo que en todos los proyectos que hemos hecho, o en los más importantes, yo he sido más temeroso. Pero siempre le he dicho que cuando una decisión ya está tomada yo me pongo de su lado y es como si siempre hubiera dicho que sí. Así hemos levantado este proyecto.



ESTA EDICIÓN
FUE POSIBLE
GRACIAS A:

AGFA 

Teléfono (+56 2) 2595 7600
www.agfa.cl

antalis 
Just ask Antalis

Mesa central (+56 2) 2730 0000
Directo ventas (+56 2) 2730 0058
Gratis 800 223 012 / www.antalis.cl

Canon

Teléfono (+56 2) 2477 6100
800 470 855 / www.canon.cl



Papelera Dimar S.A.

Teléfono (+56 2) 2591 1100
www.dimar.cl



Teléfono (+56 2) 2387 1000
www.dipisa.cl



Teléfono (+56 2) 2375 2400
www.edipac.cl

HAGRAF 

Teléfono (+56 2) 2827 8000
www.hagraf.com

Síguenos en
www.asimpres.cl



como Asimpres

Hagraf y Asimpres realizan desayuno técnico sobre Ventanilla Única

El pasado 22 de marzo, en dependencias de Hagraf, se realizó una charla informativa sobre las obligaciones que integra el sistema de Ventanilla Única, que unifica los canales de declaración del RETC (Registro de Emisiones y Transferencia de Contaminantes), que permite la captura y estandarización de información relevante a nivel ambiental.

La charla, brindada por Sergio Becker,

gerente de Ecotrans, abordó las obligaciones a las que están sujetas las imprentas, en relación con la declaración de **emisiones de fuentes fijas, transferencias de residuos peligrosos, transferencias de residuos no peligrosos, lodos de plantas de tratamiento de aguas servida y riles.**

Además, la ventanilla única trae consigo otras obligaciones, como el Formulario de Producción, Formulario de Gasto

de Protección Ambiental y Declaración Jurada Anual.

Si no se realizan estas declaraciones dentro de los plazos estipulados se arriesgan multas que van desde 1 UTM a 1.000 UTM (falta leve), 1.000 UTM a 5.000 UTM, revocación de RCA y clausura temporal o definitiva (falta grave) y desde 5.000 hasta las 10.000 UTM, revocación de RCA y clausura temporal o definitiva (falta gravísima).

Breves

Cambio de sucursal EDIPAC en Viña del Mar



A comienzos de este año la sucursal de Edipac ubicada en la ciudad de Viña del Mar se trasladó a sus nuevas instalaciones, las cuales fueron inauguradas el día 13 de enero.

La nueva sede está ubicada en la calle Limache N° 3116 y cuenta con una bodega de 828,1 m2 de superficie y oficinas que totalizan los 167,9 m2.

Según comenta la Jefa de Sucursal, Isabel Beyer: "el cambio de bodega ha sido muy positivo en todos los aspectos para nuestro equipo de trabajo y nuestros clientes. Nos sentimos muy a gusto, contamos con oficinas muy confortables, ubicación privilegiada a pasos del metro y de los buses, es un sector tranquilo y seguro, con menos contaminación y un entorno bonito".

Por su parte, los Asistentes de Ventas y vendedores coinciden en que los clientes ven esto como un "cambio de imagen total". Destacan la mejor accesibilidad, los estacionamientos cómodos y las oficinas espaciales.

Curso auditores internos de Cadena de Custodia CERTFOR/PEFC

El Sistema Chileno de Certificación de Manejo Forestal Sustentable, CERTFOR, abre la convocatoria para el curso de Auditores Internos de Cadena de Custodia, el cual se desarrollará en Santiago durante los días 26, 27 y 28 de abril de 2016.

El curso está dirigido a aquellas personas que están a cargo de los procesos de gestión, medio ambiente y/o calidad dentro de las empresas. Su objetivo es brindar desde el conocimiento básico de lo que es una certificación forestal, pasando por cada uno de los principios que rigen la cadena de custodia. El

curso incluye una visita guiada a una empresa certificada para complementar el conocimiento teórico con el práctico.



PEFC/24-01-01

EXCLUSIVO PARA SOCIOS ASIMPRES

"Conversando la Reforma Laboral" con Sergio Espinoza Riera, asesor especialista en derecho del trabajo.

El espacio de conversación, organizado por Asimpres como beneficio para sus asociados, es una oportunidad para efectuar consultas técnicas específicas en relación con el proyecto de reforma laboral.

La actividad se realizará el jueves 14 de abril, a las 18:00 hrs. en Santa Filomena 66, Barrio Bellavista (sala Gentileza de Antalis).

Inscripciones: comunicaciones@asimpres.cl. Cupos limitados

