

Impresiones

ABRIL 2016 AÑO 10, Nº 103 - DISTRIBUCION GRATUITA

Del Mundo Gráfico



Página 8



Página 3

Más allá de la gráfica:

El color en la vida cotidiana

4

Octavio Zapata, gerente general de Dimacofi: "Estamos cambiando la cara de DIMACOFI"



6

Cadegroup se une a ASIMPRES

Asimpres se reúne con Ministerio de Medio Ambiente

Página 7

Impresión textil 100% digital

POR JOSÉ BODET



Las tecnologías de impresión digitales están invadiendo todos los sectores y, últimamente, la impresión textil no está escapando a esta tendencia, tal como se pudo observar durante la ISA (International Sign Expo 2016), la feria sobre novedades de la industria de impresión de gran formato que tuvo lugar en Orlando (Florida, USA) entre el 23 y el 26 de abril pasado.

Cuando Perrot de Rouen desarrolló en 1834 la primera estampadora mecánica mediante molde de cobre, muchos la juzgaron innecesaria, hasta que la velocidad y calidad de producción mostraron sus ventajas. Lo mismo pasó con la serigrafía rotativa, una técnica que se consideró como compleja y hasta inútil. 200 años después de Perrot de Rouen, muchos siguen pensando de la misma manera frente a las tecnologías digitales de impresión textil.

Y si bien hace 25 años las primeras impresoras textiles digitales producían sólo 2 metros por hora y con una calidad baja, la situación cambió con la llegada de máquinas usando tintas por sublimación, fáciles de usar, económicas y con una velocidad de producción de 100 metros por hora, razones por las cuales no encontraron dificultad alguna para llevarse el mercado de rotu-

lación en tejidos de poliéster. Esto porque la industria textil está cambiando. Los diseñadores quieren tener más opciones para “tirajes” cada vez más cortos, variados, complejos y, además, con plazos de entrega imposibles de satisfacer con tecnologías análogas como la serigrafía.

Hoy contamos con máquinas que pueden imprimir directamente sobre el tejido o a través de un papel de transferencia a razón de unos 2.000 metros por hora, pero también han aparecido tecnologías de cabezales de impresión capaces de producir hasta más de 10.000 metros por hora. Sin lugar a dudas, la impresión textil de mañana será 100% digital.



Desde el taller

● JESSICA GUTIÉRREZ, COORDINADORA DE PRODUCCIÓN.



Jessica es la cara visible de Micropack. Ya son 24 años trabajando directamente con los clientes como la persona a cargo de efectuar la recepción de los trabajos, generando las órdenes de producción e informando el estado de estos.

Al principio no fue fácil, “cuando llegué no sabía nada del rubro gráfico, mi trabajo era el de recepcionista, pero de a poco me fui ambientando en el tema”, cometa orgullosa de su progreso.

En su trayectoria de aprendizaje, ha comenzado a apasionarse por ciertas áreas propias de la industria gráfica: “la terminaciones son lo que más me gusta, ya que son las que le dan el realce a la impresión”. En relación a esto, destaca la expansión y constante crecimiento de Micropack: “Antes sólo teníamos los procesos de termolaminado y lacado UV, con el tiempo he debido aprender sobre otras terminaciones: metalizados, serigrafía, folia y ahora el tema del drupp off el cual estoy aprendiendo”.

Además, Jessica destaca la buena relación que tiene con todos sus compañeros de trabajo.

Jessica lleva 27 años casada con Guillermo y tienen dos hijas Jessica y Francisca, de 26 y 14 años, respectivamente.

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

Editorial

Tenemos que ser positivos

Se nos viene un segundo trimestre activo, ¡tenemos que ser positivos!

Pero primero, no puedo dejar de agradecer a todos quienes participaron de la reunión “El gremio que queremos”. Les anticipo que ASIMPRES está alineado con muchas de las acciones que salieron como resumen o conclusión de la reunión en Las Acacias, pero lo fundamental es que los actores pertenecientes al gremio quieran participar activamente, aunque nos cueste de nuestro preciado tiempo y energía. Usemos a ASIMPRES, ¡es nuestro!

Iniciamos un segundo trimestre muy activo para nuestra industria, se nos viene la feria internacional ícono de la gráfica, DRUPA, marcadora de tendencias, punto de unión de todas las tecnologías gráficas. Ya se nos ha anticipado información con los eventos pre-drupa realizados por algunos de nuestros proveedores. Nos vamos con inquietudes, con ganas de nuevas inversiones, de más conocimiento, de nuevos negocios o simplemente de renovación, todos y/o cualquiera de los puntos, indispensables para la vida de cada una de nuestras industrias.

Sensación de cautela es la que seguimos sintiendo en nuestro mercado chileno, sabemos que debemos avanzar y debemos ser positivos, todos los días a trabajar, tratar de inspirar confianza y tranquilidad a nuestros colaboradores. Todos estamos nerviosos, la estabilidad y buen clima en la empresa es lo que nos da fuerza para seguir creciendo. La empresa que lo hace, da prosperidad y amplía el horizonte de las familias entorno a ella, no más influencia de la incertidumbre reinante, sobrepongámonos... lo necesitamos!

Como industria continuamos aportando a nuestro medio ambiente, hemos finalizado la etapa de diagnóstico del Acuerdo de Producción Limpia 2 (APL 12), estemos atentos a la invitación para suscribirnos a él y así poder continuar produciendo como Chile y sus futuras generaciones se lo merecen.

Despidiéndome, los dejo invitados a contestar para CONLATINGRAF, un pequeño cuestionario referente a la industria, que les llegará por mail, aprovechándonos de su inmediatez, en los próximos días.

Un abrazo y recuerden con o sin drupa, ya falta menos para nuestra “PRINT SANTIAGO 2016”.



Nelson Cannoni B.
Editor

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.

Miembros de:



CONLATINGRAF
Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica

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 son permitidos con la previa autorización de ASIMPRES A.G.

No sólo en la gráfica: EL IMPACTO DEL COLOR EN LA VIDA COTIDIANA



Ingrid Calvo y Osvaldo Zorzano, docentes de Diseño de la Universidad de Chile y parte del comité organizador del Congreso Internacional del Color, que se realizará en octubre en Chile.

Con el objeto de analizar el color desde la óptica de diferentes disciplinas, es que se llevará a cabo el Congreso Internacional del Color en octubre próximo, en Santiago.

En la hora punta, el metro de Santiago cambia entre el recorrido verde y rojo de sus rutas expresas, esto, sin considerar que más del 10% de la población sufre de daltonismo, defecto genético que les dificulta distinguir los colores, y donde usualmente se confunde el rojo y verde. Por esta misma razón, algo que parece tan común como la elección de los colores de las luces del semáforo, puede resultar un verdadero problema para uno de cada 10 chilenos.

La solución no era muy difícil: analizarlo con anticipación y haber elegido colores como el azul y el amarillo.

Las personas puede que no sean conscientes del impacto que puede llegar a tener el color en su vida cotidiana, por lo mismo, académicos y profesionales agrupados en la Asociación Chilena del Color –filial de la Asociación Internacional AIC– están trabajando para que el tema escale hasta ser discutido a nivel gubernamental, con políticas de accesibilidad y de educación.

Precisamente la brecha en la educación

del color es el tema que motivó a docentes de la Universidad de Chile y Universidad Católica, liderados por las diseñadoras Ingrid Calvo, María Rosa Domper y Pax Cox, a organizar el Congreso Internacional del Color de la AIC, esta vez en Santiago de Chile. “El plus que tiene esta versión, a diferencia de todos los otros congresos que se han hecho, es que este año lo organizan dos universidades que inéditamente trabajarán en conjunto. Normalmente lo organizan un par de asociaciones con un par de empresas y tiene como otro perfil. La idea es que participen tanto los estudiantes como los académicos”, explica Ingrid Calvo, directora de Extensión de la Asociación Chilena de Color. La idea es que con este Congreso se empiece a considerar el color también como una herramienta proyectual y no solamente decorativa. Que esté al principio del proceso y no al final.

“Nos dimos cuenta que en Chile existía gente que trabaja el tema del color, pero aisladamente, muy ligado al arte, a la arquitectura o al diseño, pero sin conectarse colectivamente a lo que hoy se conoce como la disciplina del color”, comenta Osvaldo

Zorzano, docente de la Universidad de Chile y parte del comité organizador.

Ingrid y Osvaldo explican que la enseñanza del color a nivel escolar se ha dejado de lado, sólo se estudia hasta sexto básico y la información está muy desactualizada. En palabras de Osvaldo: “Hay terminologías que hace un siglo ya no existen. Nos siguen llegando chicos que creen que los colores básicos son rojo, azul y amarillo, y esa teoría es de 1850”. En las universidades pasa algo parecido, de las 80 escuelas de Diseño y Arquitectura de Chile, solo en 10 existe la asignatura de Color como obligatoria, en las otras solamente es un electivo.

El color aborda diferentes ámbitos, es interdisciplinario. Por ejemplo, un diseñador puede interesarse en saber cómo influye el color de la carne del salmón a la hora de ser elegido por un consumidor en la góndola del supermercado. Ingrid explica que “el salmón tiene un registro de color y está tipificado no solamente a nivel de frescura, sino que también su calidad está asociada al color que tiene. ¡Haría que tener a un diseñador alimentando salmones!”. Este tipo de convergencias son las que pretende promover el encuentro del color en Chile. “Todas las industrias trabajan con el color en algún aspecto, y es uno de los temas más difíciles de controlar, es tremendamente relativo”, sentencia Ingrid.

En la hora punta, el metro de Santiago cambia entre el recorrido verde y rojo de sus rutas expresas, esto, sin considerar que más del 10% de la población sufre de daltonismo. La solución no era muy difícil: analizarlo con anticipación y haber elegido colores como el azul y el amarillo.

INGRID CALVO: “NO HAY UNA REUNIÓN MÁS IMPORTANTE EN TORNO AL COLOR QUE ÉSTA”
Desde el 18 al 22 de octubre se llevará a cabo este primer Congreso del Color en Chile, evento internacional que existe desde 1967 y que se hace todos los años en una ciudad diferente del mundo. En 2015 fue en Tokyo, el próximo año será en Corea.

Postularon 175 ponencias de 45 países diferentes, de los cinco continentes. Las ponencias se dividen en ocho temáticas que vinculan al color con textura, ambiente, diseño, salud, luz, ciencia, bienestar y procesos de producción.

Las modalidades del Congreso serán conferencias, workshops, pósters, reuniones de trabajo específico, ciclo de cine entorno al color, exposiciones, instalaciones y también actividades gratuitas, “esperamos que estas últimas –las gratuitas– sean las que otorguen mayor visibilidad para que el tema de la importancia del color se instale de verdad”, concluye Ingrid.

Octavio Zapata, gerente general de DIMACOFI

“Estamos cambiando la cara de DIMACOFI”

Desde el año pasado, DIMACOFI comenzó a implementar cambios en diferentes áreas, potenciando sus soluciones integrales, inteligencia digital y con foco en las necesidades de sus clientes. Esto lo ha posicionado como un socio de confianza.

Ya son más de 88 años en que DIMACOFI se ha ido adaptando al paso del tiempo, la tecnología y la sociedad chilena. Primero irrumpió con las máquinas de escribir, para seguir con la primera fotocopidora, luego el fax, impresoras y multifuncionales. Actualmente, no se trata sólo de máquinas, la empresa se ha orientado a soluciones documentales de forma integral. “Estamos cambiando la cara de DIMACOFI”, explica Octavio Zapata, su gerente general, quien agrega: “Nuestra oferta hoy está centrada en los procesos de negocio de nuestros clientes, ofreciéndoles soluciones concretas con tecnologías y herramientas que permiten mayor dinamismo, eficiencia, control y seguridad”. Por otra parte este año Dimacofi entró al canal de ventas online, apuntando a un segmento emergente de emprendedores y pequeñas empresas que demandan pocos equipos, de bajo costo, pero con la asesoría de una empresa experta en el mercado.

Todos los avances han traído resultados positivos, asegura Zapata, quien se siente orgulloso del trabajo logrado, “En 2015 nos fue bastante bien, crecimos en todos los indicadores que teníamos que crecer: en términos de ventas, de mejoras al cliente, de satisfacción del cliente y de cobertura tuvimos muy buenos resultados en todas nuestras líneas de negocio. Todos nuestros grandes clientes renovaron su contrato con DIMACOFI, y nos ganamos cuentas importantes”, expresa.

Dentro de la industria gráfica se está dando una migración definitiva hacia lo digital, con equipos más versátiles y de mayor calidad en tecnología. En particular, se está generando un cambio en la forma de imprimir. Para mantenerse en el mercado gráfico es necesario tener una filosofía de adaptación y estar a la vanguardia. Para DIMACOFI esto es fundamental y Octavio Zapata lo explica al decir que “siempre estamos tratando de mejorar en todo ámbito. El año pasado fortalecimos mucho nuestro servicio al cliente. Hoy somos el único de nuestro rubro que tiene soporte de servicio técnico propio, de Arica a Punta Arenas. Siempre estamos incorporando nuevas tecnologías. De hecho, en 2015 hicimos una inversión importante en softwares, en mejoras al servicio al cliente y en

capacitación. Lo mismo con el área de nuevos productos, estamos constantemente mirando a distintos proveedores, escogiendo a los mejores para nuestra industria e incorporándolos con seriedad al mercado chileno”.

CENTROS DE IMPRESIÓN DIMACOFI, UN APOYO A LA GRÁFICA REGIONAL

Si bien el negocio de DIMACOFI se orienta principalmente hacia las empresas, los Centros de Impresión, ubicados en las principales regiones del país, son un gran apoyo para sus clientes y la comunidad en general. Estos centros representan un 15% del total de las ventas de la empresa, “En regiones, las sucursales son mucho más protagonistas que lo que puede ser acá en Santiago. Por ello queremos seguir creciendo y potenciando estos centros, con el objetivo además de ser una extensión y apoyo al cliente gráfico”.

MUNDO DE SOLUCIONES

Vivimos en un mundo que transita constantemente entre lo físico y lo digital. Así también lo entiende DIMACOFI, quienes han querido adaptarse a las necesidades de sus clientes y para lo cual han desarrollado “un mundo de soluciones”, que van desde un centro de copiado dentro de la empresa, equipos de impresión bajo demanda, reciclaje, y servicios específicos de inteligencia digital, como digitalización y gestión de documentos, entre otras herramientas. En relación a esto último, que da cuenta del cada vez mayor valor de lo intangible, Zapata comenta: “Asesoramos a nuestros clientes para hacer sus procesos más rápidos y dinámicos, por ejemplo, contratos de clientes, notas de créditos, archivos en general que aún están en papel y que tienen que ser encausados a distintos grupos de trabajo, todo eso hoy se hace más rápido con documentos electrónicos y nosotros contamos con la tecnología especializada, consultores y una plataforma para su administración”.

La inteligencia digital también ha permitido a



DIMACOFI, cuenta con una oferta que tiene como fin mejorar los procesos de negocios de sus clientes, pero además con un fuerte sello de sustentabilidad que se manifiesta en la tecnología que promueven, y un completo programa de reciclaje llamado “Juntos cuidemos el planeta” que lanzaron en 2015 y que desarrollan junto a Chile Recicla. La intención es gestionar los residuos de sus clientes (equipos de impresión y toner) y contribuir, de esta manera, a reducir el impacto ambiental de la industria. “Somos los primeros en Chile en hacer reciclado electrónico de verdad. Las máquinas se desarmen, los plásticos se envían a Asia, los circuitos integrados a Europa”, comenta Zapata, quien agrega que para el 2016, la acción es lograr que más clientes se sumen. “Es una inversión, con beneficios mucho mayores”, explica Zapata.

DIMACOFI crecer en el contacto con diversos cargos dentro de las empresas de sus clientes. “Antes, nuestro contacto era el encargado de TI, hoy puede ser un gerente de marketing, recursos humanos, finanzas, ya que son muchos los procedimientos que necesitan ser digitalizados y gestionados”, agrega.



HP Inc. amplía el portafolio de impresión comercial e inspira a los proveedores a reinventar sus posibilidades en drupa 2016

HP ha anunciado el lanzamiento de la prensa digital HP Indigo 8000, que ofrece producción de etiquetas al doble de velocidad que antes. El nuevo portafolio HP Indigo incluye tres prensas de pliego, las prensas digitales HP Indigo 12000, 7900 y 5900, la prensa digital HP Indigo 50000 a doble cara de formato grande B1, la prensa digital HP Indigo WS6800p para aplicaciones especiales de fotografía, también ha anunciado actualizaciones para las Prensas Digitales HP Indigo 20000 y 30000, ahora con nuevas opciones de tinta y materiales, ofreciendo a los impresores y a las marcas infinidad de posibilidades de aplicación a una mayor velocidad.

La prensa digital HP Indigo 8000 y las actualizaciones de las prensas digitales HP Indigo WS6800, 20000 y 30000 estarán disponibles en 2016. Todas las prensas digitales HP Indigo ofrecen conectividad HP PrintOS, permitiendo a los clientes monitorear el estado de la impresión de forma remota.

Se concreta alianza estratégica entre Arclad, Neenah y Antalis



Después de meses de desarrollo, en diciembre del año pasado, finalmente, se concretó la alianza estratégica conformada por tres grandes de la industria: Arclad, Neenah y Antalis.

Quien estará cargo de materializar esta colaboración es Rossana Migliaro, consultora de etiquetas de vino, diseñadora de formación y con más de 10 años de experiencia en marketing de papeles. “Antalis siempre fue líder en la categoría de papeles para engomar, principalmente con su exitosa línea Neenah Papers y buscábamos desde hace un tiempo un socio en el mercado de autoadhesivos que pudiera llevar la línea de Neenah a este nuevo formato”.

Rossana forma parte de un equipo multidisciplinario. Por un lado, brinda apoyo al área comercial que asiste a las imprentas, y personalmente visita a viñas y diseñadores. Además trabaja en conjunto con Claudia Langlois, del Departamento Técnico, quien ha sido por años responsable de la asesoría técnica a las viñas, apoyando los procesos de producción, tanto de impresión como de etiquetado, asegurando la calidad y cumplimiento de los altos estándares de la industria.

“Hoy llevo un año en el cargo de consultora de etiquetas de vino y ha sido un tremendo desafío, ya que por un lado la línea de etiquetas es un foco estratégico de la compañía y, por otro, me ha permitido crecer y desarrollarme profesionalmente en una industria que está constantemente en crecimiento en el país”, expresa.

En su trabajo diario le toca asesorar y coordinar la relación de los tres actores involucrados en las etiquetas: viñas, diseñadores e imprentas, desde la mirada de los sustratos. “Estos materiales son papeles técnica y específicamente desarrollados para la industria de las etiquetas de vinos, pues poseen propiedades en su fabricación, que permiten finalmente que una etiqueta llegue en óptimas condiciones a su destino final. Este es un tema de máxima relevancia, al ser Chile un país mayoritariamente exportador. No debemos olvidar que la botella de vino es uno de los pocos productos que llegan en su envase original a una mesa, de forma que la presentación de ésta juega un rol fundamental”, comenta.

“Buscábamos desde hace un tiempo un socio en el mercado de autoadhesivos que pudiera llevar la línea de Neenah a este nuevo formato”, comenta Rossana Migliaro, consultora de etiquetas de vino de Antalis.

IMPRIME PARA SIEMPRE

GUTENBERG COMENZÓ ALGO.

ALGO QUE CAMBIÓ AL MUNDO.

Durante generaciones, las innumerables innovaciones en la impresión nos han permitido compartir y expresar los momentos más importantes para nosotros. La ciencia que llevó a George Eastman a inventar la fotografía, comenzó con tinta negra sobre un papel blanco en Mainz, Alemania. Nuestro deseo de compartir historias sólo ha crecido y con ese deseo la tecnología ha fluído por siempre, creando prensas más rápidas, tecnología digital y más medios de publicación que nunca antes.

En Kodak estamos orgullosos de nuestro legado de fomentar este intercambio vital. Como impresor, esperamos que usted también.

Contáctenos para conocer nuestras promociones especiales de CTP, placas y workflow:

Daniel Ramírez
daniel.ramirez@kodak.com

Promociones vigentes por tiempo limitado.

Para conocer más visite nuestro
Stand en Drupa, Pabellón 5

IMPRIME PARA SIEMPRE.
Kodak.com/go/drupa

 **Kodak – Soluciones Gráficas**

 **@kodakLatam**

 **Kodak Latinoamérica**



Kodak

QUARTER

2016 Kodak. Kodak es una marca registrada de Kodak.



Edgar Aguzzi,
gerente
comercial.
Dalton
Rodríguez,
gerente general.
Antonio Genua,
gerente de
Marketing y
Desarrollo.
Cristian Munita,
gerente de
Finanzas.

multidisciplinario de muy alta calidad y profesionalismo. “Necesitas un equipo de ventas ganador, ambicioso y profesional; además un equipo de técnicos especializados con mucha preparación con habilidades específicas. Muchos de ellos bilingües”.

Hoy cuentan con un equipo de 23 profesionales y representaciones de 14 marcas, con servicios de venta y asesoría técnica en prensas

digitales, equipos de terminación, impresión de etiquetas, plotters y softwares. Además, complementando lo que hace Xerox, abrieron unidades para impresión en líneas de flexo, en ancho formato y se encuentran trabajando constantemente en complementar la oferta de cara al mercado.

Una de sus metas a futuro es fabricación local para la industria: “Creo que es necesario, da la posibilidad de colaborar en el país y tener a Latino América entera como mercado objetivo”, señala Genua.

¿Crees que las imprentas están preparadas para la diversificación?

No, pero a diferencia de unos dos años atrás, hoy en día están abiertos a escuchar. Yo creo que falta un poco más de ganas de realizar un cambio y minimizar sus miedos.

¿El cliente final se atreve a innovar?

Les cuesta mucho, por eso es importante capacitarlos. Hay que trabajar con los creativos, para que la necesidad venga de ahí.

¿Cuáles son los desafíos 2016 para CADEGroup?

Arreglar un poco la mala actividad 2015. Tenemos desafíos importantes por áreas de negocios: queremos vender más máquinas, tener mayor facturación en contratos de servicios y vender más suministros. Yo creo que en representaciones de máquinas ya tenemos un portafolio bien amplio. En suministros queremos ofrecer cosas distintas a nuestros clientes. El gran desafío es seguir siendo innovadores. Mantenerse en innovación es importante para nosotros. Si nosotros estamos innovando, nuestro cliente innova.

¿Qué esperan al ser parte de Asimpres?

Acercarnos más al gremio. Queremos colaborar con los impresores y aportar. No ser solo un proveedor de tecnología, sino también compartir conocimientos.

CADEGroup

Antonio Genua, gerente de Marketing y Desarrollo: “El gran desafío es seguir siendo innovadores”

CADEgroup nace hace 6 años en Chile y luego de 4 años de operaciones, deciden ser fieles a su visión de negocio e inician operaciones en Perú. La empresa es creada por un grupo de ex trabajadores de la multinacional Xerox, en respuesta a la fuerte necesidad del mercado de contar con diferentes opciones de soluciones para el correcto desarrollo del negocio de impresión digital. Si bien la experiencia sobra en el conocimiento de prensas digitales color y blanco y negro de alta producción de hoja cortada, tuvieron que enfocarse, investigar y estudiar los diferentes equipos de impresión digital que existían en cuanto a etiquetas y wide format se refiere, además, en el tiempo se sumaron todos los equipos que complementan actualmente la oferta de valor, que es terminación y una variedad de suministros para impresión digital, también software de gestión y

color para el mercado, logrando ser en poco tiempo uno de los proveedores más importantes de la industria gráfica con foco 100% en este nicho de negocio en particular, “hoy somos un socio estratégico e integrador para nuestros clientes actuales”, explica Antonio Genua, gerente de Marketing y Desarrollo.

El primer paso de la empresa fue empezar a vender máquinas Xerox que es lo que sabían hacer, pero necesitaban complementar su oferta de valor, “decidimos buscar representaciones de marca, No fue fácil”, indica Antonio, “las marcas ya tenían representantes. Tuvimos que hacer alianzas”.

Otra parte fundamental en el desarrollo de CADEGroup, fue crear un equipo de trabajo mul-

“Una de sus metas a futuro es fabricación local para la industria: “Creo que es necesario, da la posibilidad de colaborar en el país y tener a Latino América entera como mercado objetivo”, señala Genua.



Papelería Dimar S.A.

Bond – Couché – Cartulinas – Cartón Piedra – Kraft
Autoadhesivos – Autocopiativos – Papeles para Corrugar
HP índigo – Papel Fotocopia – Especiales.

40
Años
Juntos

PRESTIGIOSAS MARCAS REPRESENTADAS:

Torraspapel / Sappi / Fedrigoni / Soporcel
Saica / Irani / CMPC / Metsa

CALL CENTER:
(56 2) 25911100

Lunes a Viernes: de 8:30 a 17:30 | Sábado: de 8:30 a 13:30



www.dimar.cl

Mail: callcenter@dimar.cl



Asimpres trabaja con director del Consejo de Producción Limpia, Juan Ladrón de Guevara, en la etapa diagnóstico del APL #2 del sector.

Asimpres y CPL en etapa de diagnóstico APL #2 del sector flexo, digital y offset

En reunión con el Director Ejecutivo del Consejo de Producción Limpia, Juan Ladrón de Guevara, se analizaron los avances de la etapa de diagnóstico del APL #2 del sector, que incorpora las tecnologías flexográficas, digital y offset y en especial, considera el enfoque de ciclo de vida del producto impreso.

El ciclo de vida es una nueva herramienta que permite visualizar con claridad el lugar donde se encuentra el producto impreso dentro de la cadena de valor, para así sopesar su impacto medioambiental y el de los demás procesos del encadenamiento productivo previos y posteriores a éste.

Asimpres se reúne con Ministerio de Medio Ambiente

En la reunión, realizada durante el mes de abril, se analizaron distintas medidas a tomar por parte del sector gráfico, orientadas a contribuir al Plan de Descontaminación de la Región Metropolitana.

Hubo consenso en que cualquier medida que se llegara a tomar debía ir orientada a la transparencia del sector en función de su verdadera generación de compuestos orgánicos volátiles (COVs) y esto debiese ser informado a través de la modalidad de declaración de la “Ventanilla Única”.

De la reunión participaron Cristián Tolvett y Tatiana García del Ministerio de Medio Ambiente; Antonio Opazo y Carolina Giaconi del CPL; Sergio Becker, asesor medioambiental de Asimpres y María Eugenia Mingo, gerente gremial.

En la reunión también se abordó la posibilidad de realizar una misión tecnológica a países que lideran en materia de impresión sustentable.

De derecha a izquierda:
María José Rodríguez, Gerente de Aseguramiento de Calidad, Juan Carlos Vélez, Gerente de la Línea Vscm y Graphic para Latinoamérica, Alejandro Vega, Gerente de Finanzas de Ritrama Chile, Luis Pérez Carbonera, Gerente Técnico de Ritrama Chile, Paola Lira, Gerente Comercial de Ritrama Chile, Tomás Rink, Presidente y Dueño del Grupo Ritrama, Ivonne Molina, Administración, Erika Figueroa, Ventas Ritrama Chile, Sofía Balaguera, Gerente de Ritrama Colombia, José Luis Cester, Gerente General de Ritrama Chile, Maggi Moreno, Diseñadora argentina.



Paola Lira, gerente comercial de Ritrama Chile

Ritrama anuncia servicio de reciclado de respaldos pet en Chile

Ritrama SpA, el fabricante italiano de materiales autoadhesivos con 23 plantas de producción en todo el mundo, ha anunciado que su planta de producción de Chile ha iniciado una alianza estratégica de cooperación mutua con una empresa de reciclaje. Este proyecto de reciclaje sustentable utiliza respaldos PET para ser transformados en bandejas para el envasado.

Esta nueva solución de reciclado de PET, ofrecida por Ritrama, provee a los impresores de etiquetas y a los usuarios finales (bebestibles, hogar, codificación y cuidado personal) una opción de reciclaje sustentable para los residuos de respaldos PET una

vez que estos han sido utilizados como portadores de etiquetas de autoadhesivo.

Esta iniciativa es de un claro beneficio medioambiental, ya que ofrece un ahorro de costos y residuos en el uso del producto final. Su alto contenido de RPET (post-consumo de material reciclado) ayuda a reducir la huella de carbono.

Una mayor conciencia entre los consumidores sobre el impacto de objetos de uso cotidiano en el medio ambiente ha dado lugar a una mayor necesidad de soluciones de envasado más ecológico para sostener un futuro más saludable.

Ritrama Chile propondrá la opción de reciclaje de PET a todos sus clientes. La tecnología desarrollada se puede implementar fácilmente en otras áreas geográficas. La recolección del material de desecho está planificada a través de los servicios locales de tratamiento de residuos por medio contenedores instalados especialmente para ello.

Este es un paso importante en el compromiso del Grupo Ritrama para a futuro promover más iniciativas hacia un proceso de etiquetado más sustentable a través de su red de producción y distribución en todo el mundo.

SOCIOS DE ASIMPRES PARTICIPAN DE CHARLA “CONVERSANDO LA REFORMA LABORAL”

El pasado miércoles 20 de abril, Asimpres convocó a sus asociados a participar de una reunión con el objeto de conocer los alcances de la nueva normativa laboral. La actividad fue dirigida por el abogado experto en derecho del trabajo, Sergio Espinoza Riera.



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

ecotrans

Una empresa del Grupo Hagraf

Teléfono (+56 2) 2759 5647
www.reciclajesecotrans.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



Nuevos cursos Ingraf para el mes de mayo

Durante mayo, el Centro de Formación Técnica INGRAF, dará cinco nuevos cursos, los cuales cuentan con financiamiento parcial de Sence. Para los socios de Asimpres, existe un 20% de descuento.

Los cursos que se impartirán en mayo serán: Troquelado y Plisado, Control de Calidad para Operadores Gráficos, Administración y Gestión de Archivos Digitales con Adobe Acrobat, Metrología, Impresión Offset Intensivo.

Los valores varían entre los 160 mil y 320 mil pesos, dependiendo de las horas de duración de cada curso.

Mayores informaciones al mail v.godia@educagrafica.cl



Canon realiza evento Pre-Drupa en Santiago

El evento Pre-Drupa, que también se realizó en Argentina, Brasil y Colombia, tuvo como objetivo fomentar los contactos profesionales y preparar a los clientes para lo que será la feria de Dusseldorf.

En la cita, hubo oportunidad para escuchar historias de éxito de clientes como Eduardo Spencer, gerente de Spencer Gráfica.

Canon-Océ reveló nuevas aplicaciones como las Océ ColorStream 3900 y dio a conocer nuevos lanzamientos previstos para Drupa, incluyendo el i300 de inyección de tinta Océ VarioPrint i300 Inkjet Sheetfed Press y ImageStream 2400.