

Impresiones

MARZO 2017 AÑO 11, N° 111 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



Asimpres prepara primer encuentro gráfico del año

Proyecciones: Chile y el contexto global Jueves 23 de marzo · 17:30 hrs. · Sport Francés (Lo Beltrán 2500, Vitacura)



Página 5

Líder Gráfico de las Américas 2017: Roberto Tapia Mac Donald

Dos empresas chilenas ganan “gráficas de oro” en Theobaldo de Nigris

Página 5

BREVES

3

La experiencia de VSPT Wine Group con AMF Print Center

4

Panorama económico impacta en la industria gráfica latinoamericana



8

Xerox:
Acompañando la evolución de la industria

NOTICIAS BREVES

Mercado de materiales para embalajes de papel superaría los US\$ 362 mil millones en 2021



**42% del mercado
corresponde a
embalajes de
bebidas**

**4,4% crecería
anualmente el
mercado entre
2016 y 2021**

**186 millones de
toneladas fue el
volumen alcanzado
en 2015**

Un importante desarrollo está teniendo el mercado mundial de materiales de embalajes de papel, según el último informe sobre esta industria publicado por Zion Market Research. La investigación indica que esta industria se valoró en alrededor de US\$ 286.610 millones en 2015 y se espera que alcance los US\$ 362.650 millones en 2021, creciendo a un CAGR de alrededor del 4,4% entre 2016 y 2021. En términos de volumen, superó los 186,42 millones de toneladas en 2015.

Los embalajes para líquidos fueron el mayor segmento de productos en 2015 y explican más del 40% del mercado total. Debido al nuevo avance en los embalajes para minoristas, se espera que el segmento de cajas de cartón corrugado lidere el crecimiento entre 2016 y 2021. Por otra parte, Asia Pacífico concentró el 35% del mercado en 2015.

Sin embargo, las restricciones que están surgiendo a raíz de la deforestación podrían reducir el crecimiento de esta industria, concluye la investigación.



Antalis Chile nombra nuevo Gerente de Canales

Con el objetivo de aumentar la participación de Antalis en el mercado de impresión a través de sus canales y fortalecer aún más las relaciones comerciales a nivel país, la compañía nombró al especialista Nelson Sandoval como Gerente de Canales, quien estará a cargo de liderar el área, apoyándose en un plan inicial de fidelización y capacitación. “Esto ayudará a nuestros partners a contar con un portafolio más amplio y completo de soluciones de la mano de KONICA MINOLTA y a que además ellos sean nuestros representantes comerciales donde actualmente no contamos con presencia”, comenta Sandoval, cuyo foco estará puesto en ampliar la plataforma de negocios de equipos office, tanto en Santiago como en regiones.

HP anuncia el lanzamiento de HP Signage Suite

Pensada para apoyar la automatización del diseño y producción de órdenes de señalizaciones (o señaléticas) para las impresoras HP Látex y HP Design, HP acaba de anunciar el lanzamiento de la HP Signage Suite, una herramienta en línea gratuita, diseñada para la fácil integración en los sitios de Internet de productos de software personales (PSP).

HP Signage Suite ayuda a aumentar las capacidades de comercio electrónico, incluyendo su disponibilidad para recibir órdenes 24 horas los siete días de

la semana. El nivel de integración oscila desde un hipervínculo básico hasta una experiencia totalmente personalizada.

Además, proporciona aplicaciones de Internet basadas en la nube para la fácil creación de señalizaciones, ayudando a las tiendas de productos de software personales (PSP) y pequeñas tiendas de señalamientos y copias que tienen impresoras HP Latex y HP DesignJet, a impulsar un nuevo crecimiento para aplicaciones como rollos, banderines y carteles comerciales.

El producto es compatible con la línea completa de productos de impresoras HP Latex, así como impresoras HP DesignJet serie Z, modelos Z2600 y Z5600 PostScript Printer. Será compatible con impresoras adicionales en el futuro.



Nueva etiqueta para neumáticos con tecnología RFID

Avery Dennison y Ferm RFID Solution crearon en conjunto la primera etiqueta de “suela de neumático” realmente universal y con funcionalidad mundial RFID, que permite leer pallets enteros de neumáticos en una sola pasada. Su tecnología permite leer hasta 150 neumáticos simultáneamente, a una distancia de hasta siete metros, con un rendimiento más fiable, menores tasas de error y reducción del desperdicio de neumáticos. Además, cuenta con una antena RFID diseñada para que no pueda desconectarse del chip. Se trata de un adhesivo patentado para etiquetas de neumáticos AveryDennison, con un recubrimiento de alto peso y un patrón de caucho de bajo sangrado, que soporta la conversión de etiquetas de producción fácil y brinda resultados de etiquetado fiables.



Canon celebra el 10º aniversario de su gama imagePRESS

En 2006 Canon puso su sello distintivo en el mercado de la impresión profesional con el lanzamiento de su primer equipo de impresión digital de Producción, la gama Canon imagePRESS. Diez años después sigue llevando más allá los límites de la impresión digital.



La primera prensa digital de Canon en esta gama fue el modelo C7000VP, una demostración de cuán lejos había llegado la impresión digital en términos de calidad, productividad, consistencia, versatilidad y accesibilidad.

Modelos como la prensa digital de cinco colores imagePRESS C1+, la primera de la industria en utilizar un tóner transparente que permitía crear efectos metálicos y acabados brillos y mates, o la prensa digital imagePRESS C7010VPS, resultado del trabajo conjunto de

I+D con Océ tras su adquisición, han marcado la historia de la compañía.

En 2016 lanzó la prensa digital de Producción en Color imagePRESS C10000VP, la primera capaz de alcanzar velocidades de producción de tres dígitos. Según consultores independientes, marca un nivel de referencia sin precedentes en calidad de impresión, robustez y productividad en impresión digital electrofotográfica.

Lo más reciente es la serie C850, una prensa de producción más flexible y de tamaño compacto para volúmenes reducidos.

Las competencias CLAVE PARA UN LÍDER EFICAZ

Liderar una empresa o a un equipo de trabajo no es una tarea sencilla. Una buena parte de los resultados se juega en la labor de quien está a la cabeza, y los desafíos para hacerlo bien son múltiples.

Según un artículo publicado en Harvard Business Review, en una encuesta realizada a 195 líderes en 15 países y más de 30 organizaciones globales, el 67% de los consultados eligió a los “altos estándares éticos y morales” como una de las competencias más importantes del liderazgo, seguida por “comunicar claramente las expectativas”. Ambas características generan un entorno de seguridad, justicia y confianza en el equipo, creando mayores espacios para la participación, la innovación, la creatividad y la ambición.

Altos estándares éticos, habilidades de comunicación y espacios de crecimiento para el equipo son fundamentales.

Luego se ubicó la capacidad de permitir a la gente organizar su propio tiempo y trabajo, repartiendo con ello el poder y la toma de decisiones. Esto generaría equipos más proactivos y productivos, que atienden mejor a sus clientes, están más satisfechos con su trabajo y comprometidos con la organización.

Los especialistas hablan sobre liderazgo



JOHN MATTONE, EXPERTO EN LIDERAZGO GLOBAL Y AUTOR DE “THE TRENDS IN LEADERSHIP AND TALENT MANAGEMENT”

“Todos pueden desarrollar sus cualidades de liderazgo y utilizar la influencia que tienen de manera positiva. Estas cualidades y habilidades sirven a la gente bien, sin importar su posición en la vida, y aseguran que cuando surge una situación que requiere sus habilidades, cualidades y conocimientos particulares, estarán listos para intervenir, conducir y hacer el camino más suave y mejor para todos”.



NATALIA CÓRDOVA, SICÓLOGA Y COACH DE LA CONSULTORA ORGANIZACIONAL NEWFIELD NETWORK CHILE.

“Para que los líderes puedan actuar siendo efectivos, primero es relevante comprender que no hay fórmulas estáticas que puedan hacer frente al continuo cambio. Las habilidades de manual se vuelven obsoletas rápidamente, se hace necesario la agilidad y adaptabilidad para modificar el modo de liderar contingentemente. Para un contexto de complejidad, la colaboración y facilitación de la labor del equipo, según lo que vaya requiriéndose, resulta central”.



ROBERT STERNBERG, SICÓLOGO Y PROFESOR DE DESARROLLO HUMANO DE LA UNIVERSIDAD DE CORNELL.

“Un líder eficaz es creativo en venir con ideas nuevas y atractivas para mover su organización adelante; analítico en preguntarse si las ideas que parecen tan convincentes realmente son ideas buenas y potencialmente útiles; práctico en la aplicación de las ideas y en persuadir a otros de su valor; y sabio y ético para asegurar que las ideas ayuden a lograr un bien común para todos los interesados en la organización”.

EXPERIENCIA

AMF PRINT CENTER: LA SOLUCIÓN DE AMF ETIQUETAS PARA VSPT WINE GROUP



La importancia del packaging se ha vuelto cada vez mayor en el mundo del vino. La enorme competencia en las góndolas ha hecho que las etiquetas se conviertan en la carta de presentación de los productos frente a sus consumidores finales al momento de tomar una decisión de compra. Estudios muestran que en la decisión de compra está determinado con anterioridad solamente en un 10%, y el 90% restante está focalizado principalmente en el punto de venta, entregando un rol fundamental el packaging, y principalmente la etiqueta, ya que es lo primero que ven como factor diferenciador al momento de elegir una botella de vino

Por eso, desde hace varios años, VSPT Wine Group, segundo grupo vitivinícola exportador de Chile, trabaja con AMF Etiquetas en el desarrollo de las carátulas de sus reconocidas marcas confiando plenamente en su expertise, que supera los 70 años en el mercado de la industria gráfica local, con instalaciones de primer nivel, como es el primer laboratorio Print Center de Chile, que lanzó a fines de 2016.

El Print Center o laboratorio digital de AMF permite a los clientes desarrollar mockups de etiquetas para sus procesos de experimentación y prueba, los que incluso pueden ser vistos en el extranjero. Gracias a su tecnología de punta en impresión y terminaciones, en solo instantes, permite tener prototipos reales,

optimizando el tiempo y los recursos de VSPT Wine Group, y poder mostrar alternativas de diseño con diferentes materiales en sustratos y aplicaciones en pocas horas, presentando opciones terminadas para una misma marca o diseño.

“Las etiquetas ya no son simples portadoras de un logo y viñedo. Hoy son parte del producto y tienen el enorme desafío de transmitir un concepto, el cual debe ser lo suficientemente atractivo y claro para llegar a nuestros consumidores. En ese marco, con Print Center podemos lograr terminaciones como barniz, relieve y variados colores de folia, utilizando la gama de papeles que ellos tienen a disposición, llegando así a un resultado sumamente cercano a lo que será el producto final”, explica Camila Gómez, diseñadora estratégica de VSPT Wine Group.

La profesional asegura que el mayor logro del trabajo con Print Center “es poder anticiparnos a cualquier eventualidad que pudiese surgir en una etapa de producción final, donde muchas veces resulta imposible hacer cambios importantes. Además, permite que los creativos podamos presentar nuestros proyectos con una maqueta real y luego llegar al visto bueno con mayor tranquilidad y conocimiento de lo que veremos ver como resultado”.

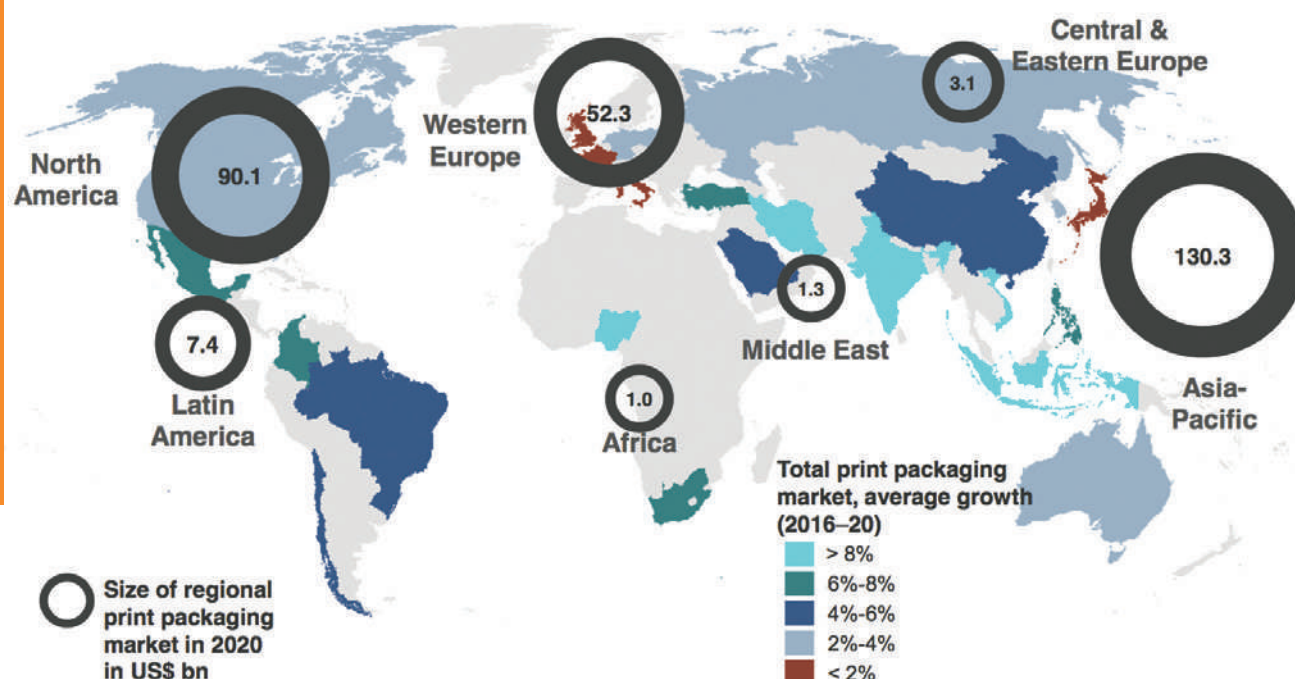
María Trinidad Echegaray, jefa de MKT de AMF Etiquetas, explica que “Print Center está marcando una gran diferenciación de nuestro servicio, con prototipos que son prácticamente iguales a los productos terminados, para que nuestros clientes puedan mostrar sus marcas y desarrollos con mayor facilidad en los diferentes mercados en el mundo. Una real innovación en una industria que debe adaptarse a los nuevos requerimientos en el consumo masivo de estos tiempos”.

Encuentro gráfico PROYECCIONES: CHILE Y EL CONTEXTO GLOBAL PARA LA INDUSTRIA GRÁFICA Y EL PACKAGING



Print packaging market size and growth

Emerging regions generally have high growth but smaller print packaging markets. Asia-Pacific is the exception, having the happy confluence of both large and fast-growing markets.



Fuente: NPES / Hamilton Costa

El próximo jueves 23 de marzo, a partir de las 17:30 horas en el Sport Francés, se realizará el primer encuentro gráfico del año organizado por Asimpres.

Como parte del evento se dará a conocer un estudio desarrollado por NPES, la Asociación de Proveedores de Tecnologías de Impresión, Publicación y Conversión en Estados Unidos, que entre otros puntos indica que la industria de embalajes impresos en los mercados emergentes experimentará una expansión de 6% anual entre 2016 y 2020.

“El crecimiento económico, el aumento de la alfabetización y el cambio en el estilo de vida y las preferencias del público han creado consumidores más sofisticados y estimulado la mayor demanda de productos envasados, en forma de alimentos y bebidas procesados, juguetes, productos electrónicos y farmacéuticos, especialmente en los mercados emergentes”, comenta Hamilton Costa,

**5,6%
CRECERÁN
ENTRE 2016 Y 2021
LOS EMBALAJES
FLEXIBLES**

experto que presentará el estudio en Chile. En cambio, las economías desarrolladas crecerán solo 2,6% a raíz de la crisis financiera y la frágil perspectiva ocasionada por el Brexit.

Según datos de NPES, los embalajes flexibles liderarán el crecimiento a una tasa anual promedio de 5,6% en 2016-

2020, impulsado por ligereza de los envases y el avance de la impresión digital.

Las etiquetas y empaques en cartón plegable crecerán un 5,2% anual en el mismo periodo, gracias a la impresión digital y en pequeños lotes, mientras que el cartón corrugado, el segmento más grande y maduro, crecerá a tasas de 4,5%, empujado por el comercio electrónico y la impresión digital para envases de marketing de alta calidad.

Además, durante la actividad se realizará la presentación del evento Print 17, el cual se desarrollará en la ciudad de Chicago del 10 al 14 de septiembre del presente año.

PANORAMA ECONÓMICO IMPACTA EN LA INDUSTRIA GRÁFICA LATINOAMERICANA

Realidades similares en materia económica están viviendo casi todos los países de la región. Así se vislumbró en la Asamblea Extraordinaria de Conlatingraf, donde los participantes compartieron sus visiones respecto a sus economías y a los desafíos que el sector gráfico está enfrentando.

Estados Unidos, por ejemplo, a través de Printing Industries of America, informó que el PIB gráfico en 2016 llegó a US\$ 165 mil millones, creciendo 1,6% respecto al año anterior. Este número se incrementaría 2,1% en 2017 y 2,8% en 2018, cerrando este año con 27.000 gráficas.

En el caso de Brasil, mientras el PIB del país retrocedió -3,5% en 2016, la industria gráfica se

contrajo en -5,8%. A nivel de embalajes, el decrecimiento llegó a -2,3%, mientras en la transformación de la industria la baja llegó a -6,6%.

En México, Canagraf reconoció que los desafíos económicos del país se relacionan con las medidas de Estados Unidos. Con una balanza comercial deficitaria con mercados como Estados Unidos, Europa y Asia, ha disminuido la capacidad instalada de sus empresas, incluyendo a compañías gráficas.

En Paraguay, el PIB en 2016 habría crecido un 4%, ritmo similar al esperado para este año, con un 3,7% de incremento. Para impulsar a la industria gráfica la asociación local impulsó la creación de un centro de capacitación, que ya ha generado

más de 550 egresados para el sector.

La economía colombiana proyecta un crecimiento del PIB de 2,5% en 2017, pero su producción industrial se mantiene a la baja: en noviembre de 2016 las actividades de impresión tuvieron un decrecimiento de -8%.

Por su parte, Chile está viviendo un estancamiento económico que le permitiría crecer solo 1,9% en 2017. Durante 2016 la industria gráfica experimentó un retroceso de -7,3% en ventas físicas y de -3,9% en producción.



Foto oficial de los países miembros de Conlatingraf que participaron en la pasada Asamblea Extraordinaria, realizada en Fort Lauderdale, EEUU.

Líder Gráfico de las Américas 2017: Roberto Tapia Mac Donald

El actual gerente general de Salesianos Impresores S.A., quien además preside la Asociación Gremial de Industriales Gráficos de Chile (Asimpres) y la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica (Conlatingraf) recibió el pasado febrero el principal reconocimiento que entrega la industria gráfica de América Latina a un actor destacado del sector; el galardón de Líder Gráfico de las Américas.

Roberto Tapia Mac Donald recibió el premio en el marco de la cena de gala del evento Graphics of the Americas realizado en Fort Lauderdale, Estados Unidos y de manos de Gabriel Hernández, presidente de la Printers Association of Florida (PAF).

Durante la premiación, Tapia agradeció a los presentes, representantes gráficos de EEUU., México, Colombia, Paraguay, Chile, Panamá, Brasil y Costa Rica que participaron de la cita en Florida y co-

mentó que “llegar hasta acá ha sido un extenso camino que he recorrido en forma profesional e inconsciente, no exento de múltiples dificultades que, lejos de desalentarme, me han proporcionado la energía y experiencia necesaria para superar, gradualmente, diversas etapas y obtener grandes satisfacciones que me permiten sentir que el próximo día será siempre el mejor”.

“En mi condición de Presidente de la Confederación y también de la Asociación Gráfica de Chile, Asimpres, los convoco a desarrollar una comunidad gráfica sin fronteras, donde los principios y las cualidades que nos resultan comunes, nos permitan continuar fortaleciendo nuestra red de asociaciones, con el único objetivo de cuidar a nuestra América”, agregó.

Roberto Tapia Mac Donald es diseñador gráfico e industrial de la Escuela de Arquitectura de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Cuenta con 35 años de carrera, en los cuales se ha des-



Roberto Tapia Mac Donald

empeñado como diseñador, gerente de Producción, gerente Comercial, subgerente y durante la última década como gerente general de Salesianos Impresores S.A. Durante el año 2005 a 2010 fue director,

vicepresidente y presidente de Asimpres, en el periodo 2013 al 2015 vicepresidente de Conlatingraf y desde 2006 a 2010 ocupó el cargo de director de la Corporación Educacional de las Artes Gráficas.

Se desarrolla Asamblea Extraordinaria de Conlatingraf en Estados Unidos

Con la participación de representantes de México, Colombia, Paraguay, Chile, Brasil y Costa Rica se realizó la asamblea general extraordinaria de la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica, Conlatingraf. La cita, desarrollada en Fort Lauderdale, en el marco del evento Graphics of the Americas, fue encabezada por Roberto Tapia Mac Donald, presidente de Asimpres y de Conlatingraf, y sirvió para analizar el presente y los desafíos a futuro que enfrenta el sector en la región.

Ograma y Printer destacan en Theobaldo de Nigris

Una destacada participación tuvieron las empresas gráficas chilenas en la XXIII edición del Concurso Latinoamericano de Productos Gráficos Theobaldo de Nigris, cuyos premios fueron entregados la semana pasada en Fort Lauderdale, Estados Unidos, en el marco del evento Graphics of the Americas.

Ograma y Printer, dos empresas socias de Asimpres, fueron reconocidas con los premios Gráfica de Oro. En el caso de Ograma, la firma recibió cinco galardones, por los proyectos *Bailahuén*, *La Voz de las Ballenas del Sur* (desarrollado para Fundación Meri); *La Voz de la Maestra* (desarrollado para la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, DIBAM); *Perú, Arte Contemporáneo* (desarrollado para Entel); *Monsieur* (desarrollado para Monsieur Editorial) e *Intriga Máxima* (desarrollado para Viña Mont Gras).

En tanto, Printer obtuvo tres Gráfica de Oro por los proyectos *Calendario de pared 2016* (desarrollado para Papeles Cordillera); *Bolsa Padre Natura* (desarrollado para Natura Cosméticos S.A.) y *Gala La Bohème Banco de Chile* (desarrollado para Banco de Chile).

Este año se presentaron 529 trabajos de toda la región, los que fueron examinados por un comité experto, encabezado por Rainer Wagner, ingeniero gráfico de la Universidad Técnica de Ciencias Aplicadas de Munich y asesor de diversas industrias de la región, y Mike Burgstein, ejecutivo de Relaciones Internacionales de Graphics of the Americas.

“La calidad general de impresión es buena y en algunos casos excelente. Para ser específico, las excelentes piezas parecían ser producidas con materiales excelentes, como papel, tinta y equipos de acabado. El barnizado era muy profesional y bien pensado. La diferencia más notable en comparación con los concursos



anteriores fue la limpieza general de los trabajos y el registro de la preimpresión y la impresión. Miramos atentamente los crossovers de páginas y nos sorprendió encontrar poco que criticar, excepto en páginas con colores difíciles de reproducir”, comentó el jurado.

Ograma y Printer, así como todos los ganadores del concurso, competirán directamente en el principal premio internacional del sector, The Benny, organizado por la asociación gremial de la industria gráfica de Estados Unidos, Printing Industries of America (PIA).



Theobaldo de Nigris

1. (De izq. a der) Marilú Ortiz de Rozas, Juan Pablo Morgan, de Ograma y Francisca Cortés.
2. Jorge Sanhueza, de Printer.



ESCUELA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA INICIA SUS CLASES

El jueves 2 de marzo comenzaron las clases para los 677 alumnos de la Escuela de la Industria Gráfica. Entregando una alternativa de estudios única, tanto por su infraestructura tecnológica como por su especialización en el área gráfica, la Escuela reúne este año a 435 hombres y 242 mujeres, quienes se preparan para obtener el título de Técnico Gráfico de Nivel Medio.

Actualmente la entidad cuenta con una red de 120 empresas colaboradoras que apoyan semanalmente el trabajo de la Escuela y entienden la importancia de preparar a los futuros técnicos de la industria, por lo que se han comprometido con esta misión.

Para 2017 la institución espera impulsar y fortalecer un consejo asesor empresarial, que esté compuesto por empresarios gráficos, maestros guías, técnicos gráficos y educadores y que permita orientar de mejor forma la especialidad gráfica y la proyecte adecuadamente hacia el futuro.

Además, según Manuel Betancourt, rector de la Escuela, este año buscarán además “fortalecer nuestra relación con las empresas que conforman nuestros espacios de aprendizaje en estrategia dual, desarrollando vínculos más significativos entre escuela-empresa, para orientar adecuadamente los procesos de aprendizaje a las necesidades de desarrollo de la industria gráfica”.

Qué fue de...

GUILLERMO VALVERDE, JEFE DE DESARROLLO DE AMF PACKAGING

“Mi meta es seguir entregando conocimientos y captando gente para terminación gráfica”

Entró a la Escuela de la Industria Gráfica motivado por su mamá, quien también estudió ahí. Y en ese lugar encontró a sus dos amores: su esposa, con quien tiene tres hijos y 15 años de matrimonio, y la terminación gráfica, área que lo conquistó y de la que se tituló como técnico en 1998.

Para entonces, Guillermo Valverde, jefe de Desarrollo de AMF Packaging, ya había visto que faltaba gente para terminaciones gráficas, área que ofrecía menos beneficios que pre prensa o impresión, pero que a él lo cautivó desde el comienzo.

Trabajó por casi 10 años en Industrias Gráficas Mónaco y emigró a Industrias Vanni. En 2009 ingresó a AMF Packaging, a la recién formada área de estuches farmacéuticos. Ahí impulsó la creación del área de Pretroquel, luego asumió el área de Troquel y después pasó a Desarrollo, departamento que ahora encabeza.

El año pasado se tituló como Técnico de Nivel Superior en gestión y producción de medios gráficos en Ingraf, y hoy es profesor de la carrera de Técnico en Terminaciones Gráficas, área que sigue siendo su pasión. “Mi meta es seguir entregando conocimientos y captando gente para terminación gráfica”, cuenta.

“Tuve la fortuna de poder hacer clases a la primera generación que salió egresada como Técnico en Terminaciones Gráficas y eso para mí es una satisfacción, es una meta cumplida”, concluye.



Gestión y Producción de Medios Gráficos: coordinando el proceso productivo y la relación con el cliente

Dentro de la amplia oferta de carreras de Ingraf, la carrera de Gestión y Producción de Medios Gráficos busca formar técnicos de nivel superior integrales, capaces de organizar y dirigir equipos de trabajo, planificando y coordinando el proceso productivo y aplicando en él controles continuos de calidad.

“Los alumnos de este programa tienen la capacidad de conocer todos los sistemas productivos de gráfica para poder garantizar al cliente su producto final en las mejores

condiciones”, comenta Vicky Godia, directora ejecutiva de Ingraf.

Con una duración de cinco semestres en horario vespertino, Godia señala que “la carrera se caracteriza por potenciar ciertos liderazgos de los alumnos para trabajar en equipo, lo cual permite habilitar procesos de comunicación y producción dentro de la misma empresa para asegurar a los clientes mejores estándares de calidad y entrega oportuna de lo requerido”.



Ingraf impartirá diplomado “Gestión de la calidad en la industria gráfica”

El diplomado se compone de cuatro módulos que abordan temáticas como estandarización en los procesos de la reproducción del color, gestión del color, gestión del sistema de calidad, coaching y liderazgo en la empresa.

Las inscripciones son hasta el 27 de marzo al mail v.godia@educagrafica.cl y el programa de estudios se impartirá desde el 3 de abril hasta el 9 de junio.

Cuenta con 100% financiamiento SENCE, sin costo para la empresa.

APUNTES DE Impresión *sustentable*

Conlatingraf presenta Guía de Producción Sostenible para industria gráfica de la región

Una importante iniciativa dio a conocer Conlatingraf durante la última Asamblea Extraordinaria de socios, realizada en Fort Lauderdale. La entidad presentó la *Guía de Producción Sostenible de la Industria Gráfica de América Latina*, documento que recoge una serie de buenas prácticas para minimizar los impactos ambientales de la cadena productiva de las empresas del rubro, con el fin de lograr una producción más limpia a través de herramientas de gestión ambiental.

“El reto que el empresario necesita enfrentar es trabajar de forma más eficiente para producir mejor y cada vez ‘más con menos’, generando ganancias económicas. Para ello es necesario estar en constante busca de nuevas tecnologías y herramientas, además de capacitar, concientizar y preparar, adecuadamente los funcionarios, construyendo una nueva cultura sostenible en la empresa y explorando todas las posibilidades tecnológicas disponi-

bles”, recalca el documento.

Dentro del análisis se encuentra un mapeo detallado de los principales procesos de impresión y sus impactos en el medio ambiente, tanto en preimpresión como en impresión plana o rotativa y en posimpresión. Polución del suelo, del agua y del aire, además de ocupación del suelo, son los impactos identificados en el documento, a partir de los residuos generados en los distintos momentos de la producción, como sobras de sustrato impreso, residuos de plástico, de papel, de cajas de cartón, de tubos, de cintas o de pegamento, entre otros.

El documento ofrece propuestas para tomar acciones de control que permitan generar impactos positivos en el manejo sustentable de la producción. Reutilización de agua, reciclaje e, incluso, utilización de nuevas tecnologías, son parte de las recomendaciones, para las que cada empresa debe analizar y evaluar su aplicación.



Participaron:

Javier Oyarzún, Salesianos Impresores. Ricardo Schaub y Claudia Toro, Impresora Óptima. Rodrigo García, Ártica S.A. Carolina Correa, Cristián Tolvet y Giannina Sambuceti, Seremi de Medio Ambiente. Carolina Giaconi, Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ex CPL) María Eugenia Mingo, Sergio Becker, Cristián Lillo, ASIMPRES

AVANZA EL TRABAJO PARA LA FIRMA DEL APL #2

Luego de realizada la etapa de diagnóstico y entregado el informe, la comisión liderada por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ex Consejo de Producción Limpia, CPL), dependiente del Ministerio de Economía, y Asimpres, abordó el apartado de acuerdo sobre eficiencia energética. Durante la pasada reunión comenzó la discusión basada en los rangos efectivos de reducción para compuestos orgánicos volátiles (COVs).

Por qué las libretas de papel sobreviven a la era digital

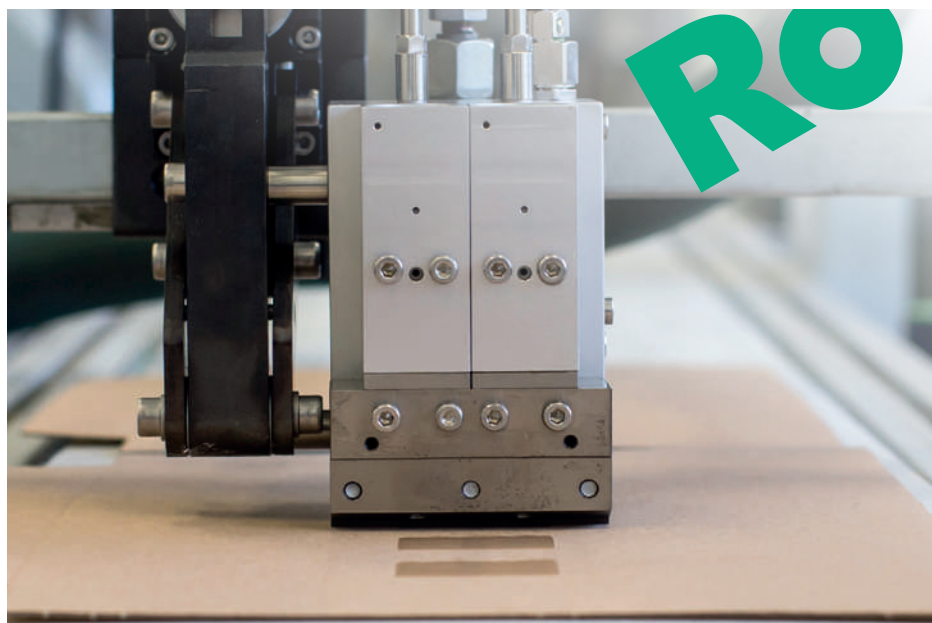
“La gente consigue una Moleskine y un iPhone”, recalca Ariello.

Puede parecer sorprendente en un momento donde las alarmas y los calendarios digitales se han tomado la agenda de las personas, pero los expertos dicen que las libretas han sobrevivido a la revolución digital y que sus ventas incluso han subido en algunos segmentos particulares.

De acuerdo con un estudio de NPD Group, publicado en *The New York Times*, las ventas de libretas y agendas aumentaron en 10% entre 2014-2015 y 2015-2016, hasta los US\$ 342,7 millones. En tanto, las ventas de calendarios en papel crecieron 8% en el mismo periodo, hasta los US\$ 65 millones.

Leen Nsouli, analista de NPD Group, comenta en *The New York Times* que la personalización es la clave de la popularidad de estos productos. “El consumidor puede personalizar un planificador para adaptarlo a su estilo con accesorios y colores distintos para cada evento y actividades. Eso no es algo que puedas hacer en el calendario del teléfono”, explica.

Un caso exitoso es el fabricante de libretas italianas Moleskine, comprada en 2006 por el fondo Syntegra Capital. Según *The Wall Street Journal*, si la firma vende su participación recibiría 19 veces más que lo invertido, con unos US\$ 363 millones de ganancia. “Hay dinero en el papel”, dice el diario.



Flexibilidad en la aplicación de adhesivo.

Las innovadoras pistolas de laminación **FK IT** de Robatech.

Corte perfecto del adhesivo a altas velocidades de producción y bajo tiempo de conmutación.

Reaccione de manera rápida y eficiente a las necesidades de sus clientes gracias a la nueva tecnología de la nueva serie **FK IT**. Simplifique el cambio de formato e incremente la reproducción de su producción.

Descubra más:



Robatech Chile
info@robatech.cl
+56 2 2672 9119
robatech.cl

Robatech
Gluing Technology



Juan Carlos Urruticoechea,
gerente general SCM

“La principal virtud del pedido perfecto es poder entregar a tiempo”

Como su nombre lo indica, SCM o Sociedad Comercial Mediterránea tiene sus orígenes en la región meridional de Europa. Su gerente general, Juan Carlos Urruticoechea, es hijo de padre chileno y madre española, y comenzó la empresa hace 24 años con su socio Carlos Barco, de origen griego.

Partieron comercializando cintas autoadhesivas provenientes de una fábrica de San Sebastián, España. Dos años después comenzaron a elaborar etiquetas autoadhesivas.

“Nos dimos cuenta que había un mercado muy importante en la fruta, que empezaba a crecer en Chile y demandaba muchas etiquetas autoadhesivas. Pero las ventas de las etiquetas comenzaron a evolucionar mucho más que la de las cintas y al mismo tiempo comenzó a llegar mucha cinta desde China, por lo que el precio bajó y el negocio se volvió menos apetitoso. Así, fuimos derivando en etiquetas autoadhesivas”, explica Urruticoechea.

SCM atiende a empresas del retail, alimentos, salud y belleza, lubricantes, química y vitivinícola, ofreciendo soluciones para cubrir necesidades de embalajes, seguridad, identificación visual,

información variable, publicidad y marketing.

“Nuestro eslogan es ‘trabajando por el pedido perfecto’ y la principal virtud del pedido perfecto es poder entregar a tiempo”, comenta Juan Carlos. Sin embargo, los tiempos de entrega son complejos en esta industria y, según él, el verdadero valor de la etiqueta surge después de la cadena productiva. “El cliente ignora muchos aspectos importantes cuando planifica las etiquetas, pero si una etiqueta no te llegó a tiempo, o salió mal impresa y tuviste que echar para atrás toda la producción, ese sí que se vuelve un costo importante”, asegura.

La principal inspiración de SCM está en la industria europea, por eso viajan constantemente para traer a Chile las últimas tendencias en el mercado. En tal sentido, Juan Carlos reconoce que en Chile queda mucho por avanzar. “Aquí venden los productos sin ninguna presentación, en cambio el tema de la bollería en los mercados de Europa es espectacular. En Chile el mercado de la presentación tiene que crecer muchísimo todavía, aunque va evolucionando de a poco”, asegura.



Pablo Figallo, Business Manager
Graphic Communication para
Latinoamérica de Xerox:

“El impresor entiende que debe integrar la tecnología digital a su negocio para no quedarse atrás”

Hace dos años Xerox decidió dar un giro en su estrategia hacia la industria de artes gráficas, reenfocando su portafolio hacia los nuevos desafíos del sector y, también, desarrollando una nueva estructura que permita a la empresa desarrollar una relación más cercana con sus clientes.

“Teníamos que hacer un trabajo mucho más profundo para comunicar qué más podíamos hacer para la industria gráfica, y acompañar la evolución de la industria en esta migración del negocio desde una impresión tradicional a una digital, con distintos tipos de aplicaciones, sustratos y mercados objetivos. Queríamos acompañar esa evolución del negocio de la mano de nuestros clientes”, explica Pablo Figallo, Business Manager Graphic Communication para Latinoamérica de Xerox.

“Entonces, hemos hecho un cambio interno, desde el punto de vista de cómo reorganizamos nuestra fuerza de ventas, marketing y soporte. Además, cómo reenfocamos nuestro portafolio de negocio y cómo llegamos a nuestro cliente de una forma mucho más activa para comunicar la capacidad que tiene nuestra tecnología. Asimismo, plantearnos cómo acompañamos la evolución de la industria en general”, agrega.

El ejecutivo cuenta además que, “sumado a la reorganización interna, incorporamos ejecutivos como

Rodrigo Bitrán como key account executive senior en el segmento de Graphic Communications, con el fin de trabajar de manera directa con los clientes, con fuerte foco en la promoción de plataformas digitales, incluyendo láser e inkjet. Hoy también estamos desarrollando a nuestros socios de negocio especializados para la industria gráfica”.

Según Figallo, el trabajo de Xerox está yendo más allá del hardware, incluyendo soluciones completas para la gestión de documentos que ofrecen mayor valor agregado y que les permiten acompañar la administración del cambio digital. “Participamos en el entrenamiento, capacitación y todo lo que esto involucra dentro de una empresa gráfica. También apoyando la implementación de esta nueva cadena de producción, que ya no es solamente manejo del papel, sino cómo desarrollar, implementar y gestionar el cambio, cómo enviar las pruebas de forma digital —no solo impresas—, cómo imprimir y distribuir electrónica y físicamente. El portafolio es completo”, dice el ejecutivo.

“El impresor entiende que debe integrar la tecnología digital a su negocio para no quedarse atrás. Ya lo tienen presente y está dentro de su agenda estratégica”, comenta Figallo. Y la respuesta de Xerox es clara: la firma, que invierte entre 2% y 3% de sus ingresos mundiales en investigación y desarrollo, proyecta lanzar este año 29 productos nuevos con la plataforma ConnectKey, un sistema que permite optimizar el flujo de documentos en forma colaborativa y eficiente.

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



Papelería 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

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: Rodrigo León, Marcela Lahosa, Héctor Rojas, Juan Pablo

Morgan, Nelson Cannoni, María Eugenia Mingo. **Periodistas:** Natalia Ramos y Claudia Marín. **Diseñadora:** Carla Caorsi. **Fotografías:** William Casique y Archivo ASIMPRES.
Impresión: A Impresores.
Tiraje: 10.000 ejemplares.

Miembros de:



ASOCIACIÓN GREMIAL DE INDUSTRIALES GRÁFICOS DE CHILE



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 se permitirá con la previa autorización de ASIMPRES A.G.