

LABEL SUMMIT 2017

Socios de Asimpres evalúan proyecciones del sector etiquetas



Página 5

Seguridad y marketing en etiquetas:

Las aplicaciones que ya están en Chile

ENCUENTRO ASIMPRES:
Cambio del paradigma del trabajador gráfico

24 de mayo - 17:00 hrs.
Hotel Best Western

Páginas 4 y 5

ETIQUETAS PARA VINOS:
las claves para potenciar a la industria vitivinícola

Los desafíos para el sector de etiquetas industriales

NOTICIAS *BREVES*

Ricoh presentó en Chile su Grupo de Comunicaciones Gráficas



En un evento con clientes y representantes de la industria, Ricoh lanzó en Chile su división de Comunicaciones Gráficas (Graphic Communications), integrada por soluciones enfocadas en los segmentos de las artes gráficas como editorial, impresiones especializadas (paquetes y etiquetas), señalización, imprenta comercial y estudios creativos.

El presidente de Asimpres, Roberto Tapia Mac Donald, participó en el encuentro con la charla “Entendiendo el mercado gráfico”, donde analizó el estado actual de la industria local.

Durante la jornada, donde además se presentaron diversas e innovadoras tecnologías de la compañía para el mercado gráfico, Ángel Bustamante, vicepresidente de Production Print Group para Ricoh Latino América, comentó que “Ricoh es una empresa que desde sus inicios ha ofrecido a sus clientes la más alta calidad con la mayor innovación para apoyar el desempeño de sus productos. Las soluciones Ricoh para las artes gráficas son igualmente potentes e innovadoras. Es realmente gratificante saber que la increíble tecnología que brindamos también resulta en productos que totalmente cambian las reglas del juego para nuestros clientes, ampliando sobremanera su portafolio y potenciando las dimensiones del negocio”.

ENCUENTRO GRÁFICO: EL CAMBIO DE PARADIGMA DEL TRABAJADOR GRÁFICO



Analizar los nuevos desafíos y oportunidades en materia de recursos humanos que está generando en la industria la incorporación de colaboradores de la llamada generación Millennial y de trabajadores con miradas e intereses cada vez más variados será el eje central del próximo evento que realizará Asimpres, esta vez con auspicio de Antalis.

La jornada se realizará el próximo 24 de mayo a partir de las 17 horas en el Salón Atacama del Hotel Best Western (Alonso de Córdova 5727, Las Condes). Dirigida especialmente a encargados de recursos humanos, jefes de área y gerentes, en la cita se entregarán recomendaciones sobre liderazgo efectivo en este nuevo panorama. La inscripción es gratuita para socios de Asimpres, en el correo rodolfo.montiel@asimpres.cl

El futuro de la lectura

“Parece que tenemos Gutenberg para rato. Afortunadamente”, es la conclusión de una columna de Alejandro Navas, profesor de Sociología de la Universidad de Navarra, publicada en El Mercurio. El especialista comenta que, luego del ruidoso lanzamiento del libro digital, los estudios desarrollados por el proyecto E-Read, creado en 2014 para analizar el futuro de la lectura en la era de la digitalización, están mostrando los beneficios de leer en papel por sobre hacerlo en pantallas electrónicas.

Entre los problemas de las pantallas, Navas menciona que no es fácil leer textos largos, menor recordación, menor conexión emocional con los contenidos, menor comprensión de lectura, menor concentración e, incluso, dependencia de estos dispositivos en los niños. Incluso, cuenta, una investigadora de E-Read describió que niños daneses de siete años tienen entre sus pasatiempos favoritos ir a la librería para ver y tocar libros de papel, porque eso les facilita la elección del título y la lectura misma.



Lanzan medio impreso dirigido a la comunidad colombiana en Chile

Buscando crear comunidad mediante la entrega de contenido único e imparcial especialmente desarrollado para los ciudadanos colombianos que residen en Chile, en abril pasado nació “Colombia30Días”, un nuevo medio impreso creado por Importadora Altamira y Agencia Donati.cl, e impreso por Gráfica Andes.

APUNTES DE Impresión *sustentable*



TODO LISTO PARA NUEVO ACUERDO DE PRODUCCIÓN LIMPIA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

Una buena noticia para la impresión sustentable se produjo el pasado 10 de mayo, cuando se cerró la última negociación para el 2° Acuerdo de Producción Limpia de la Industria Gráfica entre ASIMPRES y la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático del Ministerio de Economía.

Continuando con la excelente experiencia de las 31 imprentas certificadas en el primer APL, en esta oportunidad se incorporan las empresas de tecnología digital y flexográfica.

La invitación es abierta para tener la oportunidad de innovar en materia de eficiencia energética, huella de carbono, reducción de emisiones, valorización de residuos y buenas prácticas en el marco del mejoramiento de la competitividad.



Vicepresidente de Asimpres analiza en Label Summit **LAS TENDENCIAS EN ETIQUETAS DEL VINO CHILENO**

Una completa revisión del panorama actual en la industria de las etiquetas es lo que ofrecerá Label Summit 2017. Y, siendo Chile el cuarto productor de vino en el mundo, las etiquetas para este segmento tendrán un lugar destacado, con el análisis de Michel Sabelle, vicepresidente de Asimpres y gerente comercial de Artica, quien repasará el estado actual del sector de las etiquetas para vinos durante el evento.

“Estamos en un escenario complejo y de alta exigencia en calidad”, explica Sabelle. “Debido al bajo consumo interno de vino la exportación es obligatoria para nuestros clientes, y hay compradores consolidados como Reino Unido y Estados Unidos que están pasando por situaciones de contracción económica que han provocado una disminución en sus pedidos a las viñas chilenas”.

En el caso específico de Reino Unido, que es uno de los mayores compradores de vino en el mundo, con el 36,5% del

total ofertado a nivel mundial, su moneda está viviendo una desvalorización por su reciente decisión de salir de la Comunidad Europea (BREXIT), lo que ha obligado a los productores locales a cambiar su estrategia de mercados y dirigir sus esfuerzos al continente asiático, altamente exigente en calidad. “Por eso, la industria gráfica chilena ha tenido que efectuar una alta inversión en tecnología, procedimientos y mano de obra especializada para satisfacer este nuevo desafío impuesto por estos nuevos mercados”, señala Sabelle.

Pero este no es el único desafío para las etiquetas chilenas. “Luego del paso del tiempo hemos podido visualizar que

los diseños de chilenos han ido sufriendo cambios, desde la utilización de grandes zonas de folias metálicas y papeles estucados hacia lo sencillo y elegante. La tendencia hoy en Chile es a la etiqueta con papeles de apariencia de ‘algodón’, con diseños minimalistas, de muchos blancos en su información, donde menos es más, lo que ha ido dando como referente a nuestra Imagen País”, comenta.

Además, según Sabelle, la inversión constante en nuevas tecnologías hace que convivan los diferentes sistemas de impresión como lo son el offset, flexografía y digital en sus más recientes versiones para abastecer las diferentes características solicitadas por los diseñadores a través de las viñas chilenas.



Michel Sabelle.

Pese a los esfuerzos, durante 2017 los clientes del sector vitivinícola verán nulos crecimientos en sus ventas, tanto por la situación internacional como por una producción menor a la esperada en un año normal. “Esto afectará directamente a sus stocks de venta y, en consecuencia, esperamos una disminución en las compras de etiquetas para vestir sus productos”, concluye.



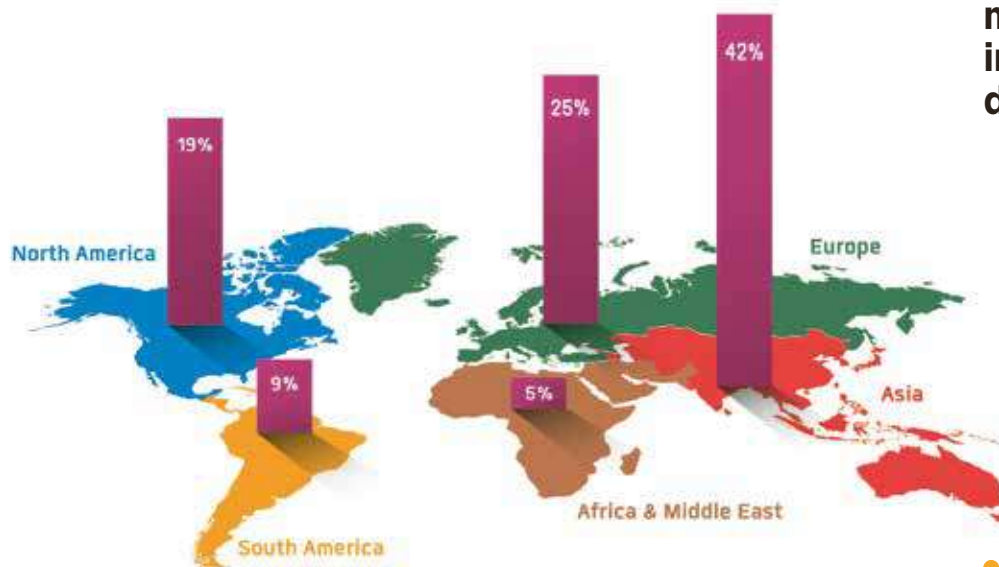
ENTÉRATE



César Morales, director de Asimpres y gerente general de Quintero Impresores.

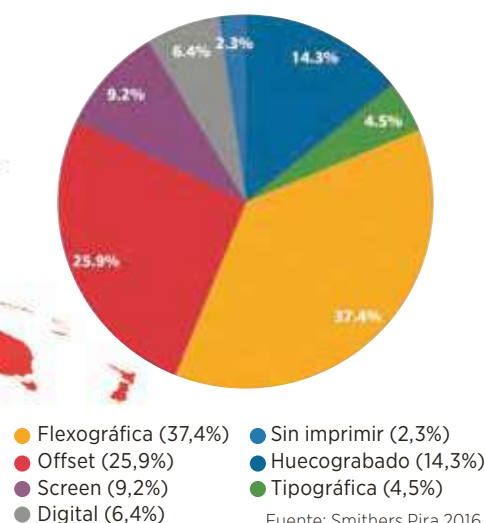
“A nivel mundial, tal como ocurre en Chile, la impresión flexográfica de etiquetas lleva la delantera en términos de volumen, por tratarse de una tecnología de menor costo. Sin embargo, va perdiendo participación frente a la impresión offset, que ofrece mayor calidad, especialmente en el segmento premium. Pese a ello, ni flexo ni offset pueden responder a la sostenida baja en los tirajes que enfrenta la industria, por lo que ambos podrían perder espacios frente a los sistemas digitales, que sí se adaptan a los requerimientos de impresión bajo demanda”.

Mercado mundial de etiquetas, según volumen



Fuente: AWA 2015.

Participación de mercado de etiquetas impresas según proceso de impresión



Fuente: Smithers Pira 2016.



ETIQUETAS INDUSTRIALES: LOS DESAFÍOS DE UN ÁREA QUE CRECE CON CAUTELA



PARA ESTE AÑO, ONE LABEL ESPERA CRECER UN 6%.

“La mayor incertidumbre no te permite avanzar con la confianza que a uno le gustaría, por lo mismo nos hemos enfocado en hacer más eficiente nuestro proceso para enfrentar de buena forma esta desaceleración.

Para este año esperamos crecer un 6%, porcentaje similar al crecimiento de la industria del packaging”.

José Patricio Castro, gerente general de One Label.



“Este año más que crecer, pesamos en eficiencia en los negocios que generamos. Trabajamos con más foco, con mejor seguimiento, con herramientas que nos permitan incrementar nuestro ROI”.

Alejandro Tornería, gerente comercial de JP Print.

SEGÚN JP PRINT, LOS SEGMENTOS DE ETIQUETAS INDUSTRIALES CON MEJORES PROYECCIONES PARA EL 2017 SON ALIMENTOS Y LOGÍSTICA.



“Hoy, el consumidor final en cualquier mercado extranjero tiene que saber quién plantó la mata de las manzanas o del árbol, en qué fundo, en qué sector, con qué lo regaron. La trazabilidad completa del producto. Entonces, la etiqueta tiene que entregar esos datos”.

Mario Cortés, gerente de PMC Labels.

PMC LABELS PROYECTA UN CRECIMIENTO DE ENTRE 5% Y 10% PARA ESTE AÑO Y ACABA DE COMENZAR LA PRODUCCIÓN DE ETIQUETAS EN PERÚ GRACIAS A LA INVERSIÓN EN UNA NUEVA MÁQUINA.

Tendencias

ETIQUETAS MULTISENSORIALES: APUNTANDO A LOS CINCO SENTIDOS DEL CONSUMIDOR



Jorge Fuentes, Siegwirk Chile.

Pasar de una etiqueta visualmente atractiva a una que incite al consumidor a tocarla y olerla, es uno de los desafíos que la industria está tomando hoy. “Está demostrado, con la teoría del marketing sensorial de Martin Lindstrom, que el 85% de las decisiones que tomamos dependen de nuestro sub consciente, lo que mueve a los seres humanos es la emoción y no la razón”, explica Jorge Fuentes, managing director de Siegwirk Chile.

Por eso, en el mercado existen en la actualidad diferentes tipos de tintas y barnices para fabricar etiquetas multisensoriales. En Chile se pueden encontrar barnices de alto relieve serigráficos, barnices con efecto soft touch, tintas que responden a la temperatura, barnices con alto efecto mate o de alto brillo que se pueden usar combinados en una etiqueta para resaltar ciertas zonas.

Según Fuentes, ha habido un crecimiento sostenido de la demanda de barniz serigráfico de alto relieve con alto brillo, que se aplica especialmente en las etiquetas de vinos, para producir un efecto visual y al tacto que llama la atención al consumidor. En los últimos tres años, la venta de este barniz se ha incrementado en promedio 35% anual y para Siegwirk ya representa aproximadamente el 5% de sus ventas.

En los últimos tres años, la venta del barniz serigráfico de alto relieve con alto brillo se ha incrementado en promedio 35% anual.

Más allá de los contratiempos que plantea el escenario económico nacional y que la industria espera superar en 2018, la tendencia es a exigir mayor calidad, prácticas que garanticen la inocuidad de los productos y mayor valor agregado.

En la agroindustria, por ejemplo, la etiqueta ya no es solamente para hermosear un producto, sino que tiene el rol de entregar una enorme cantidad de información. Mientras, en el segmento cosmético o en vinos y licores, la tendencia va hacia el aporte del diseño, innovación y terminaciones para la diferenciación en góndola.

PERSONALIZACIÓN Y TIRADAS CORTAS: LOS DESAFÍOS EN EL SECTOR VITIVINÍCOLA

Adaptarse a los requerimientos de los clientes es una de las claves del éxito en el rubro gráfico, y el segmento vitivinícola está en plena evolución, no sólo creciendo hacia nuevos mercados, sino también ajustando sus necesidades para posicionarse de mejor manera y responder a la demanda internacional. Y es ahí donde los impresores tienen también nuevos desafíos.

“Cada vez el sector tiende a más personalización y diferenciación de recursos en la etiqueta, donde los diseños juegan un papel fundamental”, explica Javier Ibero, country manager de EADEC. “Los impresores

debemos tratar de combinar ambas herramientas, cliente final y diseñador, para sacar el máximo partido a las etiquetas, buscando la parte técnica más



Javier Ibero, EADEC.

apropiada en cada caso. Las tiradas son más cortas, pero con más recursos, lo cual hace que tengamos que estar preparados con los setup mínimos posibles”.

Para Ibero, los diseñadores están jugando un papel fundamental ya que ellos son los que marcan estas tendencias según el sicoanálisis de los mercados de compra y su posicionamiento.

“Transmitir diferenciación dentro de la góndola en el mercado retail es fundamental, para ello recursos de foil y serigrafía son los más demandados, pero siempre se pueden hacer cosas que te diferencian del resto en imprentas como EADEC Chile, donde nos preocupamos de traer la innovación a nuestros clientes”, señala.

Pese al devenir económico, que no se ve tan favorable para el sector vitivinícola en 2017, EADEC espera mantener un crecimiento en torno al 15% este año, con inversiones para renovar algunas maquinarias de su parque tecnológico. “Los tiempos son más cortos y las tiradas también, con más SKU por tipo, a lo que se puede responder con una buena organización interna. Además, tienes que ir acompañado con un gran equipo de trabajo y la tecnología adecuada”, concluye Ibero.



Álvaro Ide,
Antalis.

LA VISIÓN DE LOS PROVEEDORES DE PAPEL EN EL MERCADO DE LAS ETIQUETAS

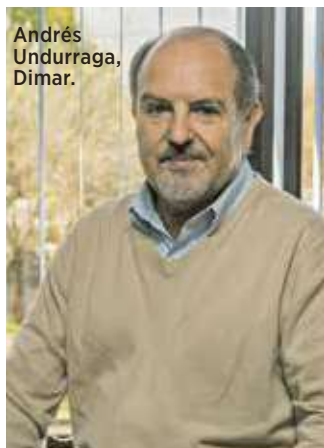
La tendencia creciente es que los envases sean sostenibles, reciclables, con impresión de alta calidad e inteligentes, es decir que se integren a la tecnología y con mayor personalización. “Los convertidores de etiquetas que estaban focalizados más a la industria del vino se han expandido a nuevos mercados como licores, alimentos gourmet y etiquetas industriales”, comenta Álvaro Ide, gerente general de Antalis.

Dentro de los productos más requeridos por el segmento industrial, “además de los papeles estucados y de rotulación, los films plásticos y papeles de seguridad incrementan cada vez más su presencia”, cuenta Andrés Undurraga, gerente de Negocios Etiquetas en Dimar. En el área de vino y gourmet, en tanto, los papeles sin estuco (blancos y cremas), con y sin texturas son los más demandados.

“Diría que en el área vino y gourmet, de las etiquetas fabricadas con papeles estucados se ha notado una tendencia creciente a utilizar papeles naturales blancos o de color, en desmedro de los anteriores; para los vinos de alta gama, se usan cada vez más los papeles especiales con distintas

texturas y colores y que en lo posible sean diferentes a los que se conocen en Chile”, explica Undurraga, y agrega que, “desde un punto de vista tecnológico, hemos notado la búsqueda creciente de la viña hacia una etiqueta que no produzca arrugas en la hielera o en los refrigeradores para sus vinos blancos y espumantes”.

El desafío de los convertidores es aprovechar toda la tecnología de impresión para responder a las nuevas tendencias y demandas, “invirtiendo en procesos de valor agregado con la finalidad de crear envases que destaquen de la competencia. Y donde el papel cumple también su función. La durabilidad y resistencia de los sustratos y sus certificaciones medioambientales, son aspectos muypreciados que hoy las marcas están considerando. La idea es lograr productos que permitan, además de las ventajas mencionadas, producciones atractivas, ideales para dar respuesta a los mercados cada vez más exigentes en estos aspectos”, comenta Ide.



Andrés Undurraga,
Dimar.

Dentro de los productos más requeridos por el segmento industrial, “además de los papeles estucados y de rotulación, los films plásticos y papeles de seguridad incrementan cada vez más su presencia”, cuenta Andrés Undurraga de DIMAR.

ETIQUETAS PARA VINOS: LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS LLEGAN A CHILE

La industria del vino es muy competitiva, pero no está exenta de los problemas y fluctuaciones que viven los mercados internacionales. Chile es el cuarto productor a nivel mundial y debe competir para mantenerse vigente en países tradicionales como Reino Unido, así como para posicionarse en nuevas latitudes, como China y Japón, que en este momento parecen estar viviendo un período de mayor crecimiento y estabilidad, al menos en este segmento.

Por eso, las etiquetas deben adaptarse a las nuevas necesidades. “Los mercados asiáticos por ejemplo son culturas muy diferentes a las de occidente, donde la etiqueta puede ser un factor primordial para el éxito de una marca. Estos son los principales desafíos de hoy y para el futuro, también con un importante foco en los temas de sustentabilidad para las nuevas generaciones, en resumen, el desafío está en crear valor transversalmente a los clientes y a la sociedad en su conjunto”, explica Juan Ignacio Molina, gerente general de AMF Etiquetas.



Juan Ignacio Molina,
AMF Etiquetas

De hecho, según el gerente de AMF Etiquetas, hace seis años los diseños eran muy clásicos y seguían el modelo francés, que mostraba viñedos y castillos, lo que en Chile era reemplazado por una casona. “Hoy miras la variedad de nuevas etiquetas, sus formas y diseños y es impresionante la evolución de las mismas, en materiales y en aplicaciones”, agrega Molina.

Dentro de las tendencias, destacan los sistemas holográficos, que han tomado fuerza en el sector del etiquetado del vino. El gerente de AMF Etiquetas comenta que se trata de “estampaciones de lámina con holografía, que se pueden desarrollar tanto en frío como en caliente, que ofrecen acabados más avanzados y, con ello, diferenciación. Las etiquetas holográficas son el icono de seguridad, el 3D es casi imposible de falsificar y ofrece al cliente final la posibilidad de autenticar visualmente la validez del producto. Algunos incorporan imágenes o etiquetas encriptadas, lo cual hace que la creación de este tipo de hologramas sea realmente compleja. Las perspectivas apuntan a descubrir nuevas formas creativas y originales, en constante evolución”.

Pese al devenir económico y a los problemas de producción que está enfrentando este año la industria vitivinícola, AMF proyecta crecer este año a un ritmo de dos dígitos, tal como viene haciéndolo desde hace cuatro años, apoyado por la adquisición de una moderna máquina que “nos permitirá seguir innovando, creciendo y apoyando a diferentes áreas de la industria del vino, cerveza, alimentaria y de consumo masivo en Chile y el mundo”.

Tendencias

TRACK & TRACE: SEGURIDAD, TRAZABILIDAD Y MARKETING

Hoy, las funciones de las etiquetas van mucho más allá de un fin puramente estético. Deben contener importantes datos relativos al producto para comunicarlos al cliente final y, en el camino, deben asumir también desafíos de seguridad y trazabilidad, que las sitúan en un rol clave para muchos productores.

Gerardo Montes, gerente comercial de FSK, afirma que “el gran desafío de la industria es poder ‘certificar’ la autenticidad y por tanto la trazabilidad de un producto”, para lo cual FSK, por ejemplo, sigue investigando e innovando en soluciones y recursos, basadas en propuestas Track & Trace, tanto a nivel de protección holográfica óptica como de etiquetas de RFID (Identificación por Radio Frecuencia). Estas tecnologías permiten no solo certificar la autenticidad de una etiqueta y del producto que representa, sino también ampliar la experiencia del usuario al interactuar con la etiqueta a través de aplicaciones

“EL GRAN DESAFÍO DE LA INDUSTRIA ES PODER ‘CERTIFICAR’ LA AUTENTICIDAD Y POR TANTO LA TRAZABILIDAD DE UN PRODUCTO”



Gerardo Montes,
FSK

móviles. “Con esto, desde el punto de vista del Brand Owner, no tan solo tiene un control de su producto para evitar falsificaciones, sino que dispone de un canal directo con el usuario para explotar a nivel de marketing”, señala.

“Hoy es factible que un usuario desde su celular interactúe con una botella de vino, trazando desde el lugar de recogida de la uva utilizada para el vino, así como todos los puntos por los que pasó esa botella o si ese vino en algún momento rompió la cadena de frío (por ejemplo, un vino tinto de alta gama que debe tomarse entre 14 y 18 grados) y a su vez, poder disponer de ofertas especiales de la marca en ese mismo momento”, explica Montes.



CORPORACIÓN EDUCACIONAL DE ARTES GRÁFICAS ANALIZA AVANCES DE 2016 Y RENUEVA SU DIRECTORIO

El pasado 26 de abril se realizó la Asamblea General Extraordinaria de la Corporación Educativa de Artes Gráficas y Afines, ocasión en la que el presidente de la entidad, Miguel del Río, presentó los avances obtenidos en 2016, incluyendo resultados académicos, administrativos y financieros.

Entre los logros alcanzados, se encuentra la positiva evaluación que tienen los estudiantes sobre las áreas de convivencia escolar, de

participación ciudadana y de autoestima académica. En el área pedagógica, la Escuela

de la Industria Gráfica dio un salto cualitativo al mejorar el resultado de matemáticas en la prueba SIMCE, con un incremento de 15 puntos con respecto al año anterior y de casi 19 puntos sobre el promedio de las escuelas técnico profesionales de administración delegada. Además, el 100% de los docentes ha sido capacitado en cada año y la escuela ha invertido fuertemente en talleres de libre disposición para los estudiantes.

EL NUEVO DIRECTORIO DE LA CORPORACIÓN QUEDÓ COMPUESTO POR:

- Felipe Báez
- Ricardo Olave
- Marcela Lahosa
- Jonatan Morán
- Miguel Del Río
- Carlos Hernán Aguirre
- Carlos Vergara
- Felipe Villaseñor
- Carlos Eicholz (director honorario)
- María Elena Ocampo (directora honoraria)

Qué fue de...

ISABEL ANDAUR, COORDINADORA DE SERVICIO TÉCNICO DE ANTALIS:

“He tenido toda una vida ligada al rubro gráfico”

Estaba en la universidad estudiando psicopedagogía cuando Isabel Andaur tomó una decisión. Se acababa de crear Ingraf y con eso vio la posibilidad de cumplir su sueño y cursar una carrera gráfica, así que se adentró en Gestión y Producción de Medios Gráficos, área con la que estaba familiarizada desde niña: su papá trabajó siempre en el rubro gráfico y cuando ella estaba en el colegio abrió su propia imprenta, hasta donde Isabel llegaba después de clases para ayudar en lo que fuera.

“He tenido toda una vida ligada al rubro gráfico, con mi papá”, cuenta.

Luego de titularse en Ingraf ingresó a Dimacofi. Posteriormente, en 2011, se trasladó a Antalis, como ejecutiva de ventas. Pero ella quería trabajar en Servicio Técnico, donde entró al abrirse un cupo como coordinadora del área. “Mi función está principalmente enfocada en preventa, a cargo de todo lo relacionado con las instalaciones de equipos, como coordinar el chequeo del lugar donde se va a instalar la máquina para que cumpla con los requerimientos que establece el fabricante”, explica. Para ello, debe alinear al equipo de 12 técnicos que forman parte del área de soporte, donde ella es la única mujer.

Actualmente, Isabel estudia Ingeniería en Administración de Empresas y se proyecta haciendo carrera en Antalis. “Me gustaría mucho quedarme aquí, porque es una buena empresa. Ya voy a cumplir seis años acá, y he logrado cumplir varias de mis metas profesionales. Además, uno va creando amistades. Mis mejores amigas y amigos trabajan o han trabajado en Antalis, entonces si se dan las posibilidades, sumado a las herramientas que puedo encontrar acá, yo feliz”, señala.



Brayhan Moya, estudiante de Impresión Offset:

“Mi aprendizaje en Ingraf ha sido muy positivo”

Mientras Brayhan Moya termina sus estudios de Técnico de Nivel Superior con mención en Impresión Offset en Ingraf, está trabajando en Asociados Undurraga Impresores como ayudante prensista en la máquina Speed Master 74UV, donde debe ejecutar los conocimientos que ha obtenido en el instituto.

“Mi aprendizaje en Ingraf ha sido muy positivo, ya que hay cosas que he podido desarrollar sin ningún problema en mi rol de las prensas offset”, cuenta, mientras planea desarrollar en su tesis un proyecto de mantenimiento de máquinas offset.

Su carrera dura cinco semestres y busca formar competencias profesionales en sistemas de impresión y nuevas tecnologías, vinculando al estudiante con las exigencias del mercado gráfico, cuyos nuevos estándares requieren un mayor conocimiento técnico, metodológico y procedimental.



Ingraf recibe nueva máquina flexográfica

A través de una donación de parte de la empresa de uno de los directores del Centro de Formación Técnica Ingraf, la entidad recibió una máquina Mark Andy 850, flexográfica de dos colores, que servirá para apoyar la formación de los estudiantes del centro.

“Es de gran importancia para nuestros alumnos de la carrera Impresión Flexográfica, ya que no contaban con ningún tipo de maquinaria para su conocimiento”, explica Jimena Tapia, directora académica de Ingraf.

“Es una máquina de aprendizaje fácil, por tener las características del tambor central y un molde de troquelado, lo que servirá para reconocer las características básicas de la flexografía”, agrega.



**Oportunidades de capacitación y educación
100% financiamiento SENCE - 0 costo para su empresa!**

La cruzada de Hagraf para que hijos de trabajadores gráficos ingresen a la Educación Superior



A comienzos de 2016, Hagraf extendió una invitación a los trabajadores de diferentes empresas gráficas para asistir a una charla, dictada por Fundación por una Carrera, que buscaba orientarlos para que sus hijos postularan con éxito a los distintos beneficios que entregan tanto el Estado como organizaciones privadas para apoyar económicamente a los estudiantes de Educación Superior.

Fueron en total seis las personas que siguieron el proceso hasta el final, que culminó con la obtención de aportes por cerca de \$15 millones para que, tanto hijos como colaboradores de distintas empresas gráficas, pudieran acceder a carreras en universidades e institutos profesionales, lo que fue posible gracias a la inversión de poco más de \$2,3 millones hecha por Hagraf para financiar el programa.

Según Marcela Meza, de Fundación por una Carrera, las personas no tienen clara la forma de postular ni en qué consiste el proceso, así como tampoco conocen las becas privadas disponibles.

Este último punto fue clave para Claudio Carrillo, técnico de nivel superior en Offset, y su hijo Claudio, quien obtuvo una beca privada para financiar parte de su tercer año de Ingeniería Civil en Informática y Telecomunicaciones, en la Universidad Diego Portales. “Yo pertenezco al grupo que

no tiene posibilidad de beca y uno también necesita una ayuda de ese tipo”, cuenta el orgulloso padre. La beca cubre aproximadamente la mitad de la carrera de su hijo.

Por su parte, Cristopher Calderón trabajaba en Procolor cuando se enteró de la charla de Hagraf y del programa de apoyo. Participó en las sesiones de orientación vocacional y decidió estudiar Ingeniería en Marketing en DuocUC, ayudado por la gratuidad que obtuvo tras el proceso. “Querer es poder”, dice Cristopher y agrega que “estoy muy contento por el apoyo que me dieron en Hagraf, porque me sirvió mucho”.

Durante 2017, Hagraf y Por una Carrera esperan ayudar a 50 personas en este proceso.



Hagraf y Por una Carrera esperan ayudar a 50 personas en 2017.

Para más información, contactar a Marcela Meza, mmeza@porunacarrera.cl

Xerox lanza nueva línea de prensas Versant

Mayor calidad de imagen, más amplitud de materiales y capacidades avanzadas de acabado en línea, son las tarjetas de presentación de las nuevas impresoras Xerox Versant® 180, Versant 180 Performance Package y Versant 3100, innovaciones que llegan a potenciar las oportunidades de negocio, los niveles de automatización y el crecimiento empresarial.

Las nuevas prensas brindan a los impresores más capacidades y herramientas de producción y automatización en línea, tales como un espectrofotómetro, creador de folletos con sangrado completo, perforador, módulo de recorte de pliegues cuadrado y otros dispositivos avanzados para una gran cantidad de aplicaciones.



COLUMNA

Industria gráfica y maternidad

Por Daniela y Sandra Romero, socias de Imprimarte.

El sector industrial en Chile es eminentemente masculino: según una encuesta del INE de 2012, en 77,5% de los trabajadores industriales corresponde a hombres, lo que indica que de cada 10 empleados menos de tres son mujeres.

Una situación similar, seguramente, se da en la industria gráfica, donde poco a poco las mujeres nos estamos incorporando en roles ya no sólo de apoyo o administrativos, sino también técnicos y como emprendedoras, creando valor y aportando con ideas, empleos y propuestas creativas para enriquecer el sector.

No obstante, hay una barrera importante que todavía enfrentamos: la maternidad. Existe poca comprensión de parte de la industria para las trabajadoras que son mamás e, incluso, para las emprendedoras. Uno de los problemas mayores tiene que ver con los horarios, ya que los niños tienen jornadas más reducidas, lo que obliga a sus madres a buscar mecanismos para retirarlos y cuidarlos que no siempre son bien recibidos por la industria. Y ni hablar de cuando se enferman o tienen alguna actividad especial.

En Imprimarte, dos hermanas lideramos la empresa. En 2015, ambas fuimos madres y nos enfrentamos a la duda de

qué hacer con nuestros hijos mientras trabajamos. Finalmente, optamos por que los niños vayan al jardín hasta las 16:30 y, luego, con nosotras a la oficina. Así podemos conciliar el rol de emprendedoras y empresarias con el de mamás. Y en esa decisión nos hemos enfrentado a las miradas

críticas de clientes y proveedores que no entienden la presencia de niños en una imprenta, o con la necesidad de fijar reuniones en horarios que, por esta situación, nos son imposibles.

Por eso, decidimos acortar la jornada de nuestras colaboradoras que sean madres, como un primer paso que marque un precedente

para nuestro sector, sabiendo que hay que avanzar también en integrar a los hombres en la crianza de los hijos para facilitar la incorporación de las mujeres. Tenemos que asumir que las mamás son un aporte a la industria y cambiar la idea de que los hijos son “un cacho” del que hay que desligarse.

Los invitamos a trabajar juntos para crear una industria más inclusiva y respetuosa hacia las madres y los niños. El futuro de nuestra sociedad está en ellos.



EXISTE Poca COMPRENSIÓN DE PARTE DE LA INDUSTRIA PARA LAS TRABAJADORAS QUE SON MAMÁS E, INCLUSO, PARA LAS EMPRENDEDORAS



MÁS QUE PEGAR

Soluciones completas perfectamente adaptadas para la industria gráfica.

El nuevo equipo fusor RobaPUR 2 MOD.

Tecnología de encolado eficiente para el encolado del lomo del libro. Fusión bajo demanda MOD, máximas prestaciones y flexibilidad para cumplir con sus necesidades.

Conozca los beneficios de nuestras soluciones y atractivas ofertas de servicios en nuestra web. Para una mayor eficiencia en el pegado.



Robatech Chile | info@robatech.cl | +52 2 2672 9119 | robatech.cl



Robatech
Gluing Technology

Nuevos Socios



Fundada en 1987, Valus acaba de celebrar sus 30 años de vida. La empresa diversifica sus servicios entre las áreas publicitaria, corporativa y editorial, y también colabora con el Estado en el desarrollo de campañas comunicacionales masivas. “Todos ellos deman-

dan productos gráficos de gran complejidad y urgencia”, explica Luis Loyola González, gerente general de Valus.

Con un equipo formado por 45 colaboradores, Loyola cree que “la industria gráfica atraviesa por un período de dificultades, en donde la mejora

Luis Loyola González, gerente general de Valus:

“Aspiramos a atender a nuestros clientes de manera oportuna y con la mejor calidad”

continua, la mayor eficiencia y la fidelización de nuestros clientes son nuestros principales objetivos”.

Por eso, para su fundador el sello que marca a la compañía es claro: “Aspiramos a atender a nuestros clientes de manera oportuna y con la mejor calidad. Nuestras fortalezas son un capital humano de excelencia que permite brindar un servicio altamente especializado. Y nuestra convicción, experi-

mentar nuevas ideas, productos y procesos productivos”.

Valus acaba de pasar a formar parte de Asimpres, decisión que tiene dos motivaciones centrales. Según Loyola, la empresa confía “en la contribución que las asociaciones gremiales pueden realizar en beneficio de la industria”.

“Además, entendemos a Asimpres como un foro donde compartir experiencias y aprendizajes”, finaliza.

Nicolás Matte y Javier López, de Partners Impresores:

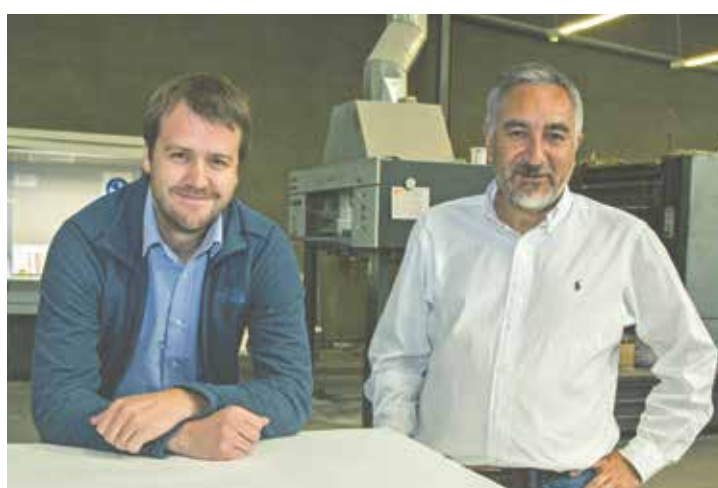
“La motivación para formar parte de Asimpres es demostrar nuestro compromiso con la industria gráfica”

Con cinco años en el mercado gráfico, Partners Impresores ha tenido un rápido crecimiento: ya tiene cerca de 150 clientes, entre pequeñas y grandes imprentas. Nicolás Matte y Javier López son los creadores de la empresa, que surgió para enfocarse exclusivamente en entregar servicios de impresión.

“Partners Impresores nace en 2012, al ver la necesidad en el rubro gráfico de contar con

un aliado en servicio de impresión de gran formato”, explica Nicolás. “Sabíamos que había imprentas que daban servicio de impresión, pero también sabíamos que no se dedicaban al 100% al tiraje y, por lo tanto, muchas veces ocurría que el servicio de impresión quedaba de lado por satisfacer a sus clientes propios”.

Desde entonces, el foco ha estado puesto en ofrecer alta calidad y buen servicio, eje cen-



tral para sus primeros años, que ellos califican de “exitosos”.

“A pesar de que han sido años difíciles, no sólo para el rubro gráfico sino también para todo el país, hemos logrado salir adelante de buena manera, creciendo año a año y aumentando la cantidad de clientes”, cuenta.

Actualmente, Partners Im-

presores cuenta con 19 colaboradores y una capacidad de impresión de 150 mil tiros diarios. “La motivación para formar parte de Asimpres es demostrar nuestro compromiso con la industria gráfica y, asimismo, poder darnos a conocer aún más y lograr una mejor unión con el resto de los socios de Asimpres”, recalca Nicolás.

HP APUESTA POR LA VELOCIDAD EN SUS NUEVAS IMPRESORAS DE GRAN FORMATO

Chile fue el país de Latinoamérica elegido por HP para lanzar sus impresoras de gran formato HP PageWide XL 4000 MFP y 5000 MFP, equipos que buscan proporcionar una experiencia de alta calidad tecnológica que permitirá que los rubros ligados a la ingeniería, arquitectura y minería, entre otros, logren aumentar su productividad, realizar más impresiones de gran formato internamente y optimizar su flujo de trabajo.

Los equipos de HP PageWide XL ofrecen impresiones monocromo y a color eficientes en un único dispositivo con ahorros de hasta 30% en el costo total de impresión. La mul-

tifunción proporciona producción de documentos técnicos a centros de impresión y copiado y departamentos centrales de impresión de empresas a velocidades de hasta 14 impresiones tamaño D/A1 por minuto.

Todo esto con una salida de primera página en sólo 30 segundos. Además, incluyen la capacidad de manejar hasta cuatro rollos con un apilador superior integrado para 100 páginas, lo que per-

mite a los usuarios enfocar su trabajo en la creación de proyectos y no en la impresora.



ESTA EDICIÓN
FUE POSIBLE
GRACIAS A:



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



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



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



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



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



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



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:** Mauricio Vega, William Casique y archivo ASIMPRES. **Impresión:** A Impresores. **Tiraje:** 10.000 ejemplares.

Miembros de:



ASOCIACION GREMIAL DE INDUSTRIALES GRAFICOS DE CHILE



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.