

Impresiones

JUNIO 2017 AÑO 13, N° 114 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



Industria gráfica chilena n°1 en sustentabilidad de Latinoamérica

Página 7



Estudio anual de Asimpres entrega señales del estado del mercado chileno

Página 3

Los nuevos espacios del gran formato



6

Escuela de la Industria Gráfica titula a 150 nuevos técnicos

8

Asimpres realizó segundo Encuentro Gráfico del año

**INTÉGRESE AL
CÍRCULO DE
IMPRESIÓN
SUSTENTABLE**

Miércoles 5 de julio · 8:30 hrs. Casa Piedra (San Josemaría Escrivá de Balaguer 5600 Vitacura).

BREVES



Printer hace historia al ganar por primera vez un Benny

La empresa chilena Printer acaba de ser reconocida con un premio Benny, el galardón más importante de las artes gráficas a nivel mundial, que se entrega desde 1952 por la Printing Industries of America.

El premio de este año destacó el trabajo desarrollado por Printer en la campaña de La Bohème, para el Banco de Chile.

“Nos llena de orgullo, no solamente como empresa, sino a nivel nacional, porque nos permite figurar como una empresa líder en representación de la gráfica chilena”, cuenta Jorge Sanhueza, gerente general de Printer, quien explica que el galardón reconoce una forma de trabajo orientada a la calidad y a la diferenciación.

Además, Chile tuvo una segunda representación gracias a que Ograma obtuvo un Certificado de Mérito por su libro Perú Arte Contemporáneo.

Las piezas de Printer y Ograma participaron automáticamente de este certamen gracias a que fueron ganadoras de los premios latinoamericanos Theobaldo de Nigris.

Antalis lanza nuevos sustratos

Antalis ha ampliado su portafolio de sustratos con el lanzamiento de Curious Skin, los nuevos papeles Tom&Otto para prensa HP Indigo 10000 y las cartulinas Fold, que ofrecen versatilidad y calidad para diversas aplicaciones. **Ver más en www.antalis.cl**



Expositores se preparan para Print Santiago 2018

Grafisoft, Microgeo, Antalis, Canon, Ferrostaal, Epson, Siegwark, Sima Digital y Luis Piano ya reservaron su cupo como expositores de la próxima versión de la Expo de Impresión y Comunicación Gráfica, Print Santiago, que organizan Asimpres y revista Contraseña.

El evento, que se realizará los días 9, 10 y 11 de octubre del próximo año en Espacio Riesco, tiene como ejes relevantes la sustentabilidad, la innovación y la automatización de procesos. En esta edición se espera un crecimiento de un 40% de la superficie ferial y una actualizada oferta de conferencias.

Con Santiago como epicentro, la Expo proyecta internacionalizarse y convocar a empresarios y profesionales gráficos de la región.



El destacado diseñador Luis Piano realizará la identidad visual de Print Santiago 2018

Con una amplia trayectoria en el mundo de la creación de identidad corporativa y el packaging, el reconocido diseñador argentino Luis Piano será el encargado de desarrollar el logo y la imagen de la próxima edición de Print Santiago.

Junto a su hermana Daniela, Luis es socio de Piano&Piano, agencia creada en 1992, que ha obtenido diversos premios a nivel nacional e internacional, incluyendo el Silver Pentaward en 2012. Su especialización apunta a las etiquetas de vino, con clientes tan renombrados como Viña Concha y Toro y Viña San Pedro, entre otros.

A la luz de los cambios en los sistemas de impresión y el avance de lo digital, Piano quiere reflejar a “una industria que avanza y que tiene que tener una visión mucho más jugada, mirando más hacia adelante que hacia atrás”.

“Print Santiago tiene que proyectarse no como una industria local, sino como una industria global. Eso es lo que tenemos que mostrar. A nivel regional Print Santiago tiene que agarrar más vuelo”, afirma.

Socios de Asimpres participan en Xerox Forum

Hasta Barcelona llegaron representantes de Donnebaum, Fyrma y Tekkrom, para participar en el Congreso Anual de Premier Partners de Xerox, que reunió a más de 200 clientes globales de la empresa.

Con diferentes seminarios y presentaciones, y bajo el tema “Conectando redes”, el evento de dos días se centró en el crecimiento del negocio de los partners de este mercado, que se caracteriza siempre por su dinamismo.



Diplomado de la UC visita a empresa socia

Tal como se realiza desde hace cuatro años, los alumnos del Diplomado de Edición y Publicaciones de la Universidad Católica participaron en una visita guiada a una de las empresas socias de Asimpres, con el objetivo de acercar a los editores a los talleres de impresión y entregarles nociones básicas de los procesos propios de las prensas, para que puedan trabajar de manera más integrada con ellas.

En esta ocasión, cerca de 20 estudiantes llegaron hasta las instalaciones de Salesianos. Anteriormente, Andros, Nuevamérica y Ograma han participado en esta actividad.



PARTICIPE EN LA HISTORIA DE LA IMPRENTA EN CHILE TOMO II

Investigación y edición de Jorge Soto Veragua

USTED ES PARTE IMPORTANTE EN ESTA HISTORIA

Datos técnicos: Tamaño 29 x 23 cms. / Impreso en offset 4/4 colores / Papel interior: Couché opaco 130 gramos. Tapas: Couché de 300 gramos / Encuadernación: Al hilo y Hot meld / Cantidad de páginas: 450

¿CÓMO PARTICIPAR DE ESTA EDICIÓN?

Crónicas históricas: Después de la descripción de cada área: Serigrafía, Offset, Flexografía, Huecograbado, Packaging e Impresión digital, los interesados podrán participar en las categorías mencionadas, solamente, con textos e imágenes en el marco de una descripción histórica de la empresa, de ninguna manera podrán incluir mensajes de índole comercial o de marketing, para no desvirtuar la finalidad de la edición.

LANZAMIENTO

Primera semana de Noviembre del presente año, en torno al evento de CONLATINGRAF que se celebrará en Santiago. El cierre de la edición deberá ser el mes de Agosto. La publicación cuenta con el patrocinio de: Asociación Gremial de Industriales Gráficos. ASIMPRES. Centro de Envases y Embalajes de Chile, CENEM. Colegio de Diseñadores Profesionales de Chile, CDP. Revista CONTRASEÑA

MAYORES INFORMACIONES

Editorial ARCA GRAFICA Director Responsable: Jorge Soto Veragua. email: sotoragua@yahoo.es
Nota: Para ver la maqueta de la edición tomo II, fijar fecha y hora. Para ver la edición del tomo I; ir a página de la DIBAM: Memoria Chilena y bajar el PDF. www.memoriachilena.cl/602/w3-article-84575.html



El espacio del gran formato ya **NO TIENE LÍMITES**

“La imaginación es el límite; la producción pareciera estar resuelta”, cuenta Andrés Santander, gerente general de Inser. Y es que, gracias a los avances en la tecnología, la capacidad de cubrir superficies se ha multiplicado.

Según Santander, es posible imprimir o brandear cualquier superficie sin dañarla: vehículos, pisos, pavimentos, cerámicas, mármol, muros, vidrios. “También están todos los sustratos rígidos, como cartones, planchas de PVC u otros, que nos permiten ocupar los espacios abiertos como techos para posicionar las más variadas formas, planchas con troqueles o crear figuras 3D”, dice.

Además, la industria del gran formato está viviendo una transformación donde sus clientes están buscando soluciones en menor tiempo y con desarrollos cada vez más estandarizados.

“Existen dos tendencias importantes, una es la innovación en formas y materiales y otra es la búsqueda de materiales más sustentables, lo que muchas veces implica un costo mayor para el cliente, el cual está asumiendo”, cuenta Karin Wlach, gerente comercial de Wlaver, quien agrega que el cartón ha tomado preponderancia, un “material que antes era visto como básico y poco elegante, ahora es todo lo contrario e indica que se trata de una empresa preocupada por el medio ambiente”.

“Tenemos el desafío de armar estructuras comerciales y productivas para poder atender a los nuevos nichos, que son segmentos mucho más pequeños, pero mucho más rentables”.

Jorge Welch, socio/director de Tecnologías Gráficas Cordillera.

Materiales libres de PVC o tintas menos dañinas con el entorno son otras de las exigencias actuales. Pero no sólo eso: también los clientes están buscando que el mismo proveedor que imprima, sea capaz de instalar y encargarse de la posventa, por lo que agregar los servicios es también una tendencia que viene.

Las nuevas capacidades del gran formato, sin embargo, no están siendo bien aprovechadas aún. “Hay un trabajo de evangelización bien grande que debemos hacer, porque hay mucho desconocimiento por parte de las agencias, arquitectos y diseñadores, de todos los alcances de la tecnología gráfica”, comenta Jorge Welch, socio/director de Tecnologías Gráficas Cordillera.

“Los productos impresos en cartulina son los más requeridos. En una industria donde el plástico era el rey absoluto, la cartulina ha ido tomando un peso específico cada vez más importante”.

Andrés Santander, gerente general de Inser.



1. REVESTIMIENTO DE TECHOS FALSOS
La tecnología de impresión permite llegar a todo tipo de superficies, incluyendo láminas de techo, que son movibles y se imprimen como cualquier otro material, aprovechando un lugar ignorado por la publicidad o decoración.

2. BRANDEO REFLECTANTE DE FLOTAS
Aprovecha a los vehículos empresariales como medio publicitario, incluyendo a los que se desplazan de noche. Utiliza técnicas de instalación tradicionales, pero con materiales reflectantes.

3. CAJAS DE LUZ LED CON TEXTIL
Están revestidas de tela impresa en lugar de PVC, material más amigable con el medio ambiente y con una calidad muy superior. La estructura es importada y el textil se imprime en Chile.

4. DISPLAY DE FÁCIL ARMADO
Elementos y muebles autoarmables en segundos. Tienen la particularidad de poder ser despachados en un tamaño muy reducido, pueden soportar pesos significativos y se pueden desarrollar para usos específicos. En el mercado existen diversas alternativas.

“No dejamos de ser importantes, ya que muchas veces diseñadores o arquitectos desconocen la versatilidad de soluciones que se pueden hacer desde la gráfica”. Karin Wlach, gerente comercial de Wlaver.

RALPH OLTHOFF, DE AVERY DENNISON:

“Las viñas boutique están mirando hacia las etiquetas de lujo”

Llegó a Chile para participar en la Label Summit y se reunió con diferentes actores de las empresas nacionales de vino, para conocer las necesidades del mercado, tal como lo hace en todo el mundo. Y es que Ralph Olthoff, director global de Vinos e Espumantes de Avery Dennison, tiene a su cargo un área en expansión y con oportunidades claras: los espumantes, por ejemplo, crecieron 30% en los últimos dos años a nivel local.

“Lo que nosotros hacemos es aprender en todo el mundo qué está funcionando y qué no”, explica Olthoff, y

cuenta que una de las tendencias que ve en Chile es la premiumización de las etiquetas, especialmente entre las viñas más pequeñas. “Parece ser que en uno o dos años las viñas boutique han mirado hacia las etiquetas de lujo, para diferenciarse de las marcas estándar”, agrega.

Otra de las preocupaciones del sector que levantó en Chile es el tema medioambiental, en lo que el ejecutivo destaca la importancia que tiene el desarrollo de etiquetas con materiales sustentables, donde el reciclaje también es clave.



Actores de la industria analizan su desarrollo y los desafíos que enfrenta el sector hoy

Un estudio anual, encargado por Asimpres a la consultora Asecomeg, arrojó una serie de cifras que muestran el comportamiento de la industria en términos de importaciones de diversos insumos, desde papel hasta maquinarias en los últimos cinco años.

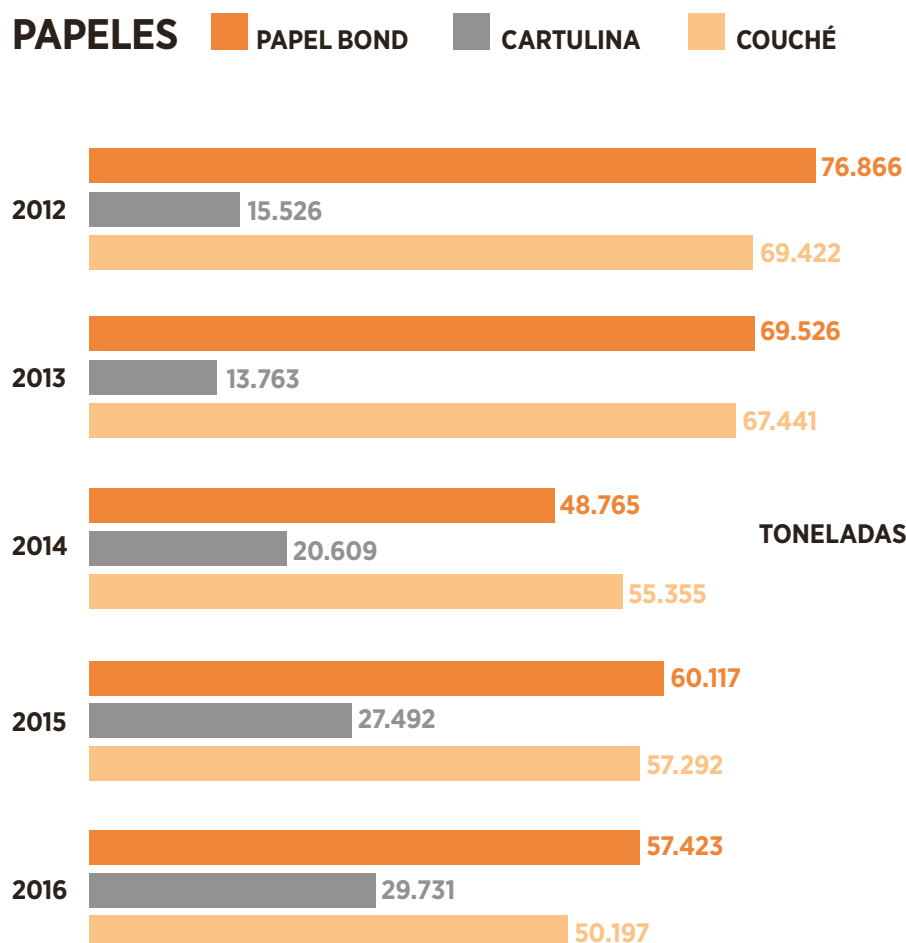
A partir de ahí, un grupo de destacados actores del mundo gráfico analizó el estado del sector gráfico y delineó sus desafíos para retomar la senda del crecimiento.

Según Nelson Cannoni, de Imprenta Italiana, la madurez de la industria debe impulsar al sector a asimilar las nuevas tendencias del mercado. “Debemos tener la claridad y fortaleza necesarias para asumir los nuevos cambios y adaptarnos. La industria de la impresión seguirá

adelante, cada día con nuevos desafíos y cada vez más variantes”.

Por su parte, Roberto Gana, product Manager de Ferrostaal, asegura que en la actual transformación de la industria algunos actores perderán su liderazgo, otros serán exitosos y otros desaparecerán. “No sé decir si la industria será mejor o peor, sólo estoy consciente de que está cambiando y se necesita estar atento a las oportunidades y los nuevos modelos de negocios que este cambio está ofreciendo”.

“Las señales son claras: tenemos que reinventarnos, tenemos que ser más eficientes, tenemos que diversificar el segmento gráfico, a través de nuevos productos de impresión, así como de nuevas materias primas de impresión”, concluye Evelyn Cabrera, sales manager Latin America de Flint Ink Chile.



Disminuye consumo de papel en el área editorial

“Desde 2012, el área de impresión de libros ha vivido una disminución ostensible y paulatina de los tirajes. Esto se debe, en parte, a la integración cada vez más acentuada y masiva del uso de Internet, sistema que día a día abarca más sectores de nuestro país. No podría visualizar hasta dónde nos llevará este efecto, pero esto nos obliga a disminuir los costos de manufactura, buscando en cada área del proceso productivo el máximo de optimización.”

Así y todo, este fenómeno podría revertirse, tal como señala Umberto Eco, en su conferencia de Gutenberg a Internet (1996): ‘La comunicación en las computadoras viaja delante de usted, los libros viajan con usted y a su velocidad, pero si usted naufraga en una isla desierta, un libro puede servirle, mientras que usted no siempre tiene la opción de enchufar una computadora donde quiera. Y si tiene baterías solares, nunca disfrutará de la lectura tendido sobre una hamaca. Los libros siguen siendo los mejores compañeros para un naufragio, o para el día después’.”

Gastón Herrera, gerente comercial de Andros Impresores.



Economía arrastra a la baja los papeles

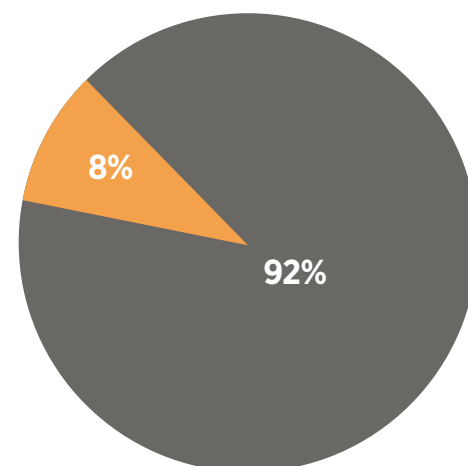
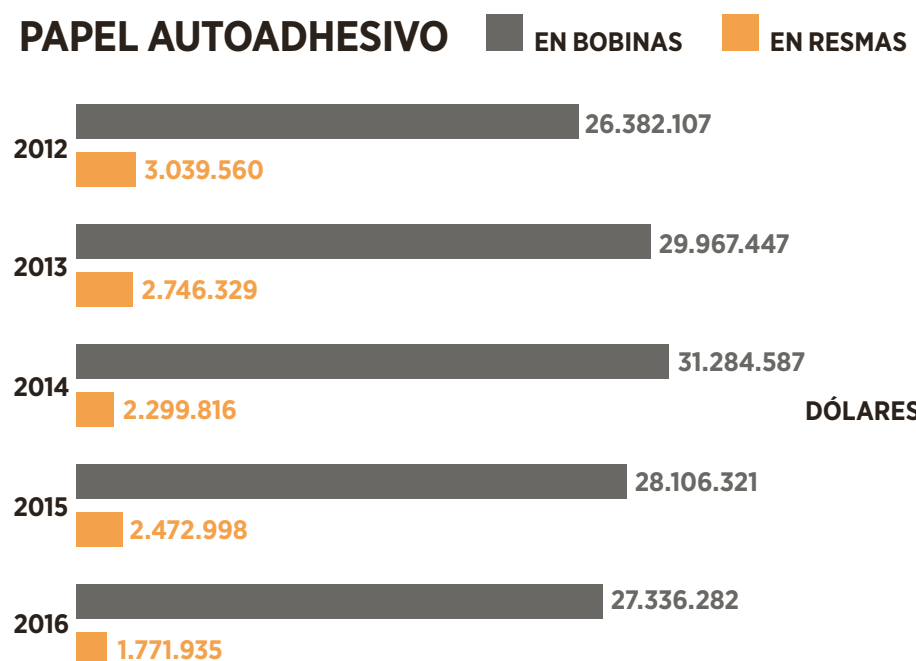
“El incremento en el volumen de la cartulina importada a contar del año 2014, se debe principalmente a que esta pasó a ser más competitiva con precios más bajos en algunos casos que la cartulina local y eso ha hecho que ciertos actores estén trayendo cartulinas importadas como sustituto de esta.”



El papel autoadhesivo, en tanto, pienso que grafica la tendencia real del consumo de todo el mercado de packaging donde se obtuvo un peak en el año 2014, y pasando luego por situaciones internas de la economía a decrecer en los años siguientes obteniéndose un volumen de ventas en el año 2016 similar al del año 2012.

Finalmente, este año el sector cartulinas debería decrecer aún más en volumen de ventas motivado por dos razones: bajo crecimiento de la economía y término de producción para el mercado local de detergentes en polvo”.

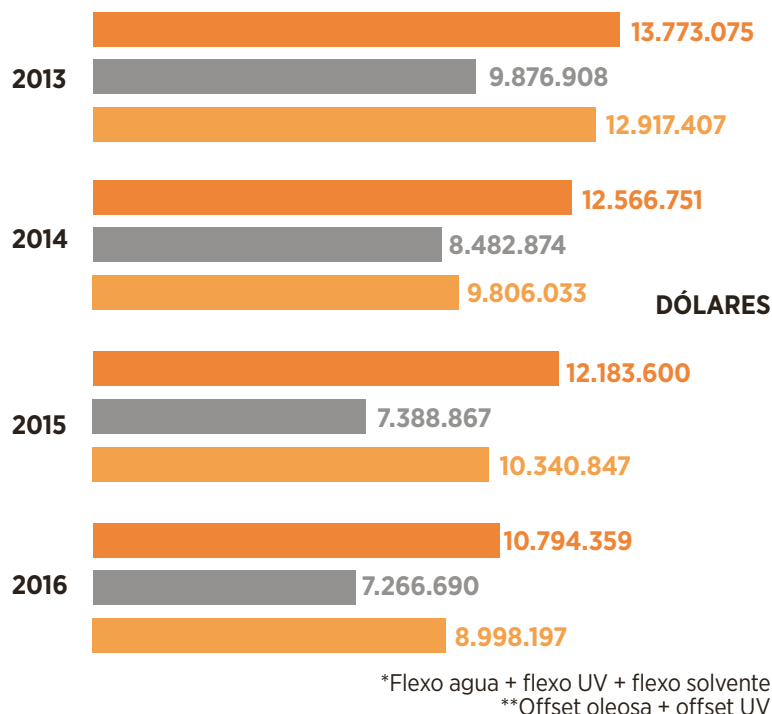
Jan Socha, gerente general de Vera y Giannini



Porcentaje de ventas entre 2012 y 2016

TINTAS

FLEJO* OFFSET** PLOTTER



No se espera decrecimiento en tintas

“Hemos visto un decrecimiento y eso principalmente se debe a los medios tecnológicos, debido al cambio generacional que tenemos hoy en día y a la tendencia del cuidado del medio ambiente. Hacia adelante, esperamos que el mercado se mantenga estable y con un leve crecimiento, pero muy bajo en comparación a años atrás.

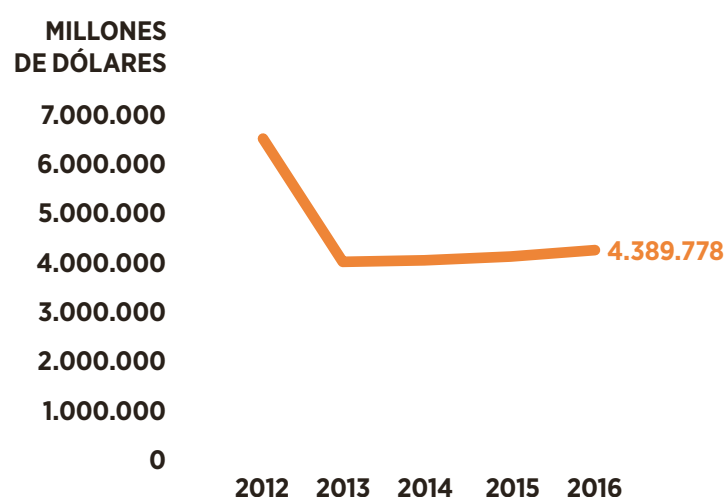


El segmento UV ha enfrentado el impacto medioambiental que tenía al comienzo, desarrollando sistemas limpios y con menor consumo de energía. Está creciendo por el uso en el mercado de etiquetas y en todo este tipo de productos que son de detalle, productos de alto valor”.

Evelyn Cabrera, Sales Manager Flint Ink Chile.

TERMINACIONES

FOLIAS



Folias crecen de la mano del vino

“El mercado de las folias se mueve en torno a los US\$4 millones en un año normal.

El uso de folias está muy ligado a la exportación de vino, ya que el 80% del consumo viene de esa industria, que sube entre un 2% y un 3% anual. Además, están creciendo los vinos premium que llevan folias, así que no prevemos que esta área decaiga.

El crecimiento del vino equipara la baja en la producción de revistas como catálogos del retail o del sector inmobiliario, que eran fuertes consumidoras de terminaciones”.

Erik Toro, gerente general de Papermint.



Renovación de máquinas busca eficiencia

“La renovación de lo convencional por lo digital se da en aquellas líneas de negocio donde el digital es más eficiente.

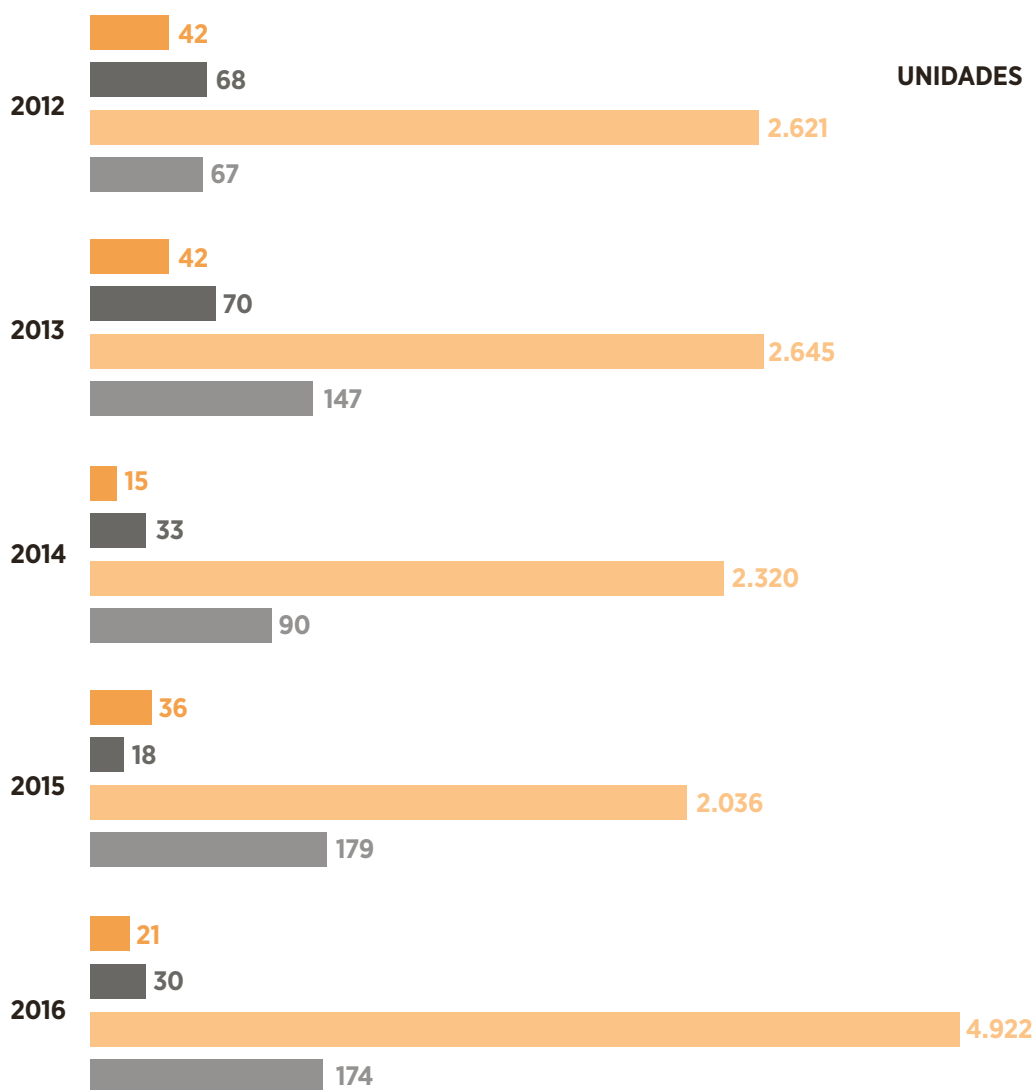
A pesar del perfil conservador de los actores gráficos, el crecimiento e inserción de las tecnologías digitales no se detendrá, porque las exigencias, principalmente en términos de servicio, tiempo, calidad, individualización, entre otros, de las nuevas generaciones con poder de compra, no conversan con la dinámica de la industria tradicional. Tal como en otras experiencias en el tiempo, el mercado demandará el cambio”.

Roberto Gana, product manager de Ferrostaal Chile.



EQUIPAMIENTO Y MAQUINARIAS

FLEXOGRÁFICA OFFSET PLOTTER DIGITAL



El estudio consideró las siguientes importaciones: equipamiento y maquinaria flexográfica, offset, plotter y digital (color y blanco y negro); en insumos, folias, fotopolímeros, mantillas, películas y planchas; en papel, autoadhesivo (en resmas y bobinas), autocopiativo (en resmas y bobinas), bond, cartulina, cartón, cast coated, fax, fotocopia, LWC, opalina, text and cover, couché tradicional y vegetal. Y en tintas, plotter, serigrafía, flexo (agua, UV, solvente) y offset (oleosa, UV).

Para conocer los datos completos, escriba a gerentegremial@asimpres.cl



ESCUELA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA TITULA A 150 NUEVOS TÉCNICOS

En dos ceremonias solemnes, la Escuela de la Industria Gráfica entregó su título a 150 nuevos Técnicos Gráficos de nivel medio, quienes finalizaron exitosamente su etapa escolar y se encuentran capacitados para desenvolverse en las empresas del sector gráfico.

La titulación fue encabezada por el presidente de Asimpres, Roberto Tapia Mac Donald, quien dirigió unas cariñosas palabras a los asistentes, y en ella participaron también el rector, Manuel Betancourt, y el director de

la Escuela, Víctor Castro, además de directores de la Corporación, el equipo directivo de la entidad, representantes de Ingraf y los maestros guías que trabajaron con los alumnos en su recorrido académico.

Dos profesores fueron premiados por su labor y destacada trayectoria en la Escuela: DIEGO SAAVEDRA SALAZAR Y RODRIGO PALMA ITURRA.

En la ceremonia se destacó a los estudiantes que en su permanencia en la empresa tuvieron logros importantes: Bryan Encina Farías, Nicolás Parra González, Brayan Navarrete Gálvez, Danae Pérez Epulef, Ignacio Cayuela Salvo, Laura Cea Miranda, Luna Cancino Cancino, Solange Adones Antillanca y Marina Riquelme Echeverría.

Qué fue de...

SIMÓN VILCHES LLAÑA, DEVELOPING & NEW PROJECTS DE ACRUS-CCL:

“Tengo muy buenos recuerdos respecto a cómo se formaba una familia en la industria gráfica”

A sus 31 años, Simón Vilches Llaña ha desarrollado una carrera en diversas áreas de la industria. Luego de egresar de la Escuela de la Industria Gráfica en 2003, en la primera generación que salió con el título de Técnico Gráfico, sin una especialidad, decidió estudiar Diseño Gráfico en DuocUC, carrera de la que se tituló en 2007. En el camino, hizo su práctica en la agencia Arte Digital y luego ingresó a Cameo Marinetti, donde además de trabajar en el área de Pre Prensa, fue parte del área Comercial, integrando el equipo de atención de grandes clientes.

Tras su creación, fue uno de los primeros colaboradores de Acrus-CCL Labels, donde actualmente trabaja como Developing & New Projects. “Lo que hago es evaluar la receta de fabricación de todos los productos de la compañía donde, aparte de una evaluación técnica, hago una evaluación económica, viendo cómo es la rentabilidad, si se financia el proyecto en la planta, todo lo que tenga que ver con costos del producto”, explica.

A lo largo de los años, cuenta que ha mantenido la relación con la Escuela, donde quienes eran sus profesores finalmente se transformaron en amigos. “De mi paso por la escuela tengo muy buenos recuerdos respecto a cómo se formaba una familia en la industria gráfica”, cuenta.

Actualmente está terminando un curso de Costos en la Universidad de Santiago, área donde espera seguir creciendo y proyectándose en Acrus-CCL.



TERMINACIONES GRÁFICAS: Atendiendo los desafíos de postprensa



Las terminaciones pueden marcar la diferencia entre un proveedor y otro en la industria gráfica. Por eso, y con el objetivo de responder a la demanda de capital humano calificado en el campo de la encuadernación, terminaciones gráficas y control de procesos, Ingraf cuenta con la carrera de Técnico de Nivel Superior en esta área.

Julio Ocampo completó este programa de estudios en 2016 y actualmente trabaja como operador de la máquina de encuadernación Ibis Smart Binder

en el área de postprensa de AMF. Ocampo cuenta que durante la carrera pudo “certificar todos los conocimientos técnicos adquiridos en el transcurso de más de 20 años dedicados a este rubro, especialmente en el área de encuadernación y terminación”.

“Saber que existe un CFT del área gráfica me motivó para aprender los aspectos teóricos de los procesos prácticos que ya conocía y poder seguir creciendo en el ámbito laboral”, agrega.

5 semestres dura la carrera de Técnico en Terminaciones Gráficas

INGRAF PRESENTA CURSO DE IMPRESIÓN DE DATOS VARIABLES

Con el objetivo de generar documentos de impresión combinada y de impresión rápida desde las bases de datos, Ingraf presentó su nuevo curso Impresión de datos variables para procesos gráficos. El programa de 50 horas está dirigido a ingenieros de software, programadores y personal de soporte avanzado, además de operadores de estaciones de datos variables.



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

ASIMPRES FIRMA SEGUNDO APL: Hacia una industria 100% sustentable

Para posicionar la producción gráfica baja en carbono y mejorar la competitividad de las imprentas de las tecnologías digital, flexográfica y offset, Asimpres firmó el segundo Acuerdo de Producción Limpia del rubro con la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC).

La iniciativa tendrá una duración de 18 meses, con énfasis en reducir el consumo energético mediante prácticas de eficiencia y un impulso a las energías renovables.

El nuevo acuerdo voluntario permite consolidar el trabajo iniciado en el primer APL, exclusivamente de tecnología offset, firmado en 2014 (ver infografía).

El director ejecutivo de la ASCC, Juan Ladrón de

Guevara, señaló que “se realizará un análisis de los instrumentos de fomento disponibles para apoyar la implementación de energías limpias en las empresas adheridas, en el marco de la licitación Fomentando la Producción Limpia a través de Tecnologías de ERNC en empresas chilenas”.

“Asimpres, como representante de todo el gremio de la industria gráfica, quiso suscribir una nueva versión del APL, esta vez extendiendo su impacto no solo en imprentas con

maquinaria offset, sino que también con tecnologías flexográfica y digital, como una forma de responder a las nuevas realidades operativas de nuestras plantas”, comentó el presidente de Asimpres, Roberto Tapia Mac Donald. “Nosotros, como empresarios y emprendedores, tenemos un rol de liderazgo que cumplir”.

ALGUNAS METAS DEL ACUERDO
Con el APL2 se espera definir políticas de sustentabilidad dentro de las empresas, incrementar el uso de sustratos certificados y reducir la generación de COVs en un 5%, lo que minimizará los impactos en el medio ambiente y en la salud de los trabajadores.



**INTÉGRESE
AL CÍRCULO DE
IMPRESIÓN
SUSTENTABLE**

Miércoles 5 de julio
8:30 hrs. • Casa Piedra
(San Josemaría Escrivá de Balaguer
5600 Vitacura)
INSCRIPCIONES:
rodolfo.montiel@asimpres.cl

EMPRESAS QUE PARTICIPARON EN APL1 CUENTAN SU EXPERIENCIA:



“Nos dimos cuenta de que no éramos inofensivos, sino que afectábamos mucho el medioambiente, las aguas, los químicos, entonces cuando empezamos a tomar conciencia y te empiezas a dar cuenta de eso, es mucho más fácil cambiar”. Marcela Lahosa, gerente general de Impresos Lahosa



“La experiencia en el APL1 fue 100% positiva. Las mejoras internas tienen costos, pero son una inversión para la empresa. Logramos estar al día en seguridad operacional, laboral y medioambiental, mientras que las capacitaciones al personal mejoraron la comprensión de nuestras metodologías en estas materias”. Nelson Cannoni, de Imprenta Italiana



Las actividades del APL2 serán conducidas por la consultora Ecotrans y cuentan con el auspicio de Kodak. Al respecto, Héctor González, Director General de la División de Sistemas de Impresión InterLAC Sur, de Kodak, expresó: “Es un motivo de orgullo para Kodak auspiciar este proyecto, que demuestra nuestro interés en ayudar a los impresores chilenos a desarrollar sus negocios de la mano de la sustentabilidad. Nuestra misión de cada día es permitir a nuestros clientes ser cada vez más eficientes, rentables y sustentables”.

CONSULTORA
Ecotrans
Una empresa del Grupo Högref

LOS RESULTADOS DEL PRIMER ACUERDO DE PRODUCCIÓN LIMPIA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

En 2009, 48 empresas de todos los tamaños de la Industria Gráfica adherieron al primer Acuerdo de Producción Limpia (APL1) del sector. Entre otros objetivos, el acuerdo buscaba promover el uso de tecnologías limpias, generar información sobre la situación ambiental del rubro y crear competencias de gestión en el personal profesional y operativo.

64%
de las empresas
adheridas al APL1
obtuvieron la
certificación de
producción limpia.



RESIDUOS DE PAPEL

→ El 100% del papel generado por las empresas es reciclado.
→ El beneficio económico sólo por recuperación de papel es de \$868 millones.
→ Con el reciclaje de papel se reducen 11.100 toneladas de CO2 al año.



RESIDUOS DE PAÑOS DE LIMPIEZA

→ 1.250 kilos de paños contaminados por la limpieza de las máquinas producen las empresas del APL1 al año.
→ Hoy se prefieren paños reutilizables y sus residuos son enviados a combustible alternativo.



EMISIONES DE COVs

→ El sector disminuyó su aporte de emisiones de Compuestos Orgánicos Volátiles (COVs), que incluyen solventes, alcohol isopropílico y tintas, en un 10%.
→ La disminución del alcohol isopropílico implicó una fuerte capacitación de los trabajadores para mejorar la calidad de la impresión con menor uso de esta sustancia.



CONSUMO DE AGUA

→ Se disminuyó en 40% el uso de agua en el proceso de impresión, bajando en 3.625 metros cúbicos su consumo anual.



GENERACIÓN DE RILES

→ Los residuos líquidos dejaron de eliminarse por el alcantarillado. Hoy son almacenados en bidones y tratados como residuos sólidos industriales en empresas autorizadas.



CAPACITACIÓN DE TRABAJADORES

→ Se capacitó a 600 trabajadores, lo que corresponde al 100% de los operarios de planta de las empresas adheridas.
→ Mayor rentabilidad de la empresa y mejor actitud y desempeño fueron algunos de los beneficios.

Segundo encuentro gráfico del año analizó cómo enfrentar a los trabajadores de la generación Millennial



Ver galería completa en www.asimpres.cl

¿QUÉ COSAS NUNCA SE DEBE DECIR A UN MILLENNIAL?

- “Esa no es una buena idea”
- “Así es como siempre lo hemos hecho”
- “No tienes idea de lo duro que es trabajar”
- “Eres el único que tiene problemas con esto”
- “Porque yo lo digo”
- “Si no te gusta, puedo encontrar a alguien más”
- “No me importa lo que pienses”

Con más de 60 participantes se realizó el seminario “El cambio de paradigma del trabajador gráfico”, segundo encuentro del año, desarrollado en conjunto con Antalis. La charla estuvo en manos del coach Juan Enrique Spencer, quien delineó las características de los integrantes de la generación Millennial, cuya irrupción en el mercado laboral ya es una realidad y supone una serie de desafíos para los líderes de las compañías.

Según Spencer, a diferencia de otras generaciones, los Millennials no temen quedarse sin trabajo, por lo que el liderazgo “a la antigua”, basado en la autoridad, debe cambiar. Nacidos entre 1981 y 2000, aproximadamente, se trata de un grupo con una alta preparación y un alto grado de compromiso, siempre que la empresa le entregue lo que necesita. Y sus necesidades

¿CÓMO LIDERAR A LOS MILLENNIALS?

- Darles estructura y enfoque
- Oportunidades para crecer
- Fomentar el aprendizaje
- Reforzarlos en sus conocimientos

van por el desarrollo de sus talentos, las oportunidades para crecer y para sentir que pueden causar un impacto positivo en la compañía, con el foco puesto en los procesos más que en los resultados.

“Ellos están acostumbrados a la gratificación inmediata, no les gusta planificar en el largo plazo”, explicó Spencer, por lo que el control a través de indicadores diarios, por ejemplo, puede ser un buen método para trabajar.

Pero el liderazgo autoritario no tiene lugar con esta generación: “La clave es ser amorosamente estrictos”, recalcó el experto.

El 15% de los Millennials dice que lo más importante es tener un cargo de alto ingreso.

ESTA EDICIÓN FUE POSIBLE GRACIAS A:



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

antalis ^{EM}
Just ask Antalis

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



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



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



Una empresa del Grupo Hagraf

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

Ya está en juego la pelota de la Copa Asimpres 2017

Con la participación de 11 equipos se inició una nueva edición del torneo de fútbolito que cada año organiza Asimpres. Representantes de AMF, Colorama, Dipisa, Gonsa, Impresos Lahosa, Multicolor, Impresora Printer, Siegwark, Vera y Giannini, Empresas Jordan y Acrus CCL Labels están disputando, desde el pasado 27 de mayo, la Copa Asimpres 2017, que se desarrolla semanalmente en siete fechas, en las canchas del Complejo Deportivo Don Óscar, en Maipú.

Al finalizar el campeonato, se premiará al campeón, junto al goleador del torneo y al mejor arquero, entre otros reconocimientos. El año pasado, el equipo de Colorama se quedó con el título.



Ver galería completa en www.asimpres.cl

Impresiones
Del Mundo Gráfico

IMPRESIONES DEL MUNDO GRÁFICO es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos de Chile A.G. **ASIMPRES** comunicaciones@asimpres.cl
• www.asimpres.cl
Comité Editorial: 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:



ASOCIACIÓN GREMIAL DE INDUSTRIALES GRÁFICOS DE CHILE



CONLATINGRAF

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.