



Herramientas para aumentar la productividad en la Industria Gráfica

Página 6

Escuela de la Industria Gráfica
Se inician matrículas para 2018

4

Revistas corporativas
Una apuesta por llevar la marca hasta su escritorio



¿Cómo postular a los premios Theobaldo de Nigris?

Página 7

BREVES

Imprenta offset, “idiga 33!”



Por José Bodet,
consultor
de negocios
Antalis Chile.

De vez en cuando es sano hacer una retrospectiva acerca de las implicancias de aquellos cambios que han marcado profundamente la industria gráfica. En esta columna nos referiremos al digital.

33 años después, ¿en qué estamos?

1984 fue el año en que todo empezó. Apple, Aldus y Adobe poco a poco se adueñaron del área del diseño, 10 años después habían convertido la fotomecánica en pre prensa y, a raíz de lo anterior, lo digital está haciendo cada vez más ruido en el área de impresión.

Si bien no todo es color de rosa para el área de pre prensa, con procesos muy artesanales de revisión y corrección de archivos mal preparados por parte de diseñadores cada vez menos experimentados, algo similar sigue pasando en el área de impresión, donde las prensas digitales aún siguen al debe en términos de calidad al momento compararse con el “rey” offset.

A lo anterior conviene sumar una situación y tendencias de mercado que obligarán a las imprentas adaptarse a volúmenes cada vez más grandes de archivos a tratar, tirajes cada vez más cortos que imprimir y precios de venta que seguirán a la baja.

En conclusión, dos buenos consejos que seguir para proyectarse con éxito a futuro: busquen automatizar al máximo sus procesos de pre prensa y abran sus ojos a la tecnología de impresión inkjet single-pass.

¡Cambien los paradigmas!



Siegwerk se titula campeón de la Copa Asimpres 2017

Tras siete fechas, el tradicional torneo de futbolito que cada año organiza Asimpres ya tiene a sus ganadores. Se trata del equipo de Siegwerk, que se tituló campeón de la Copa 2017, superando a los otros 10 conjuntos que participaron en esta edición, que se realizó en el Complejo Deportivo Don Óscar en Maipú.

El segundo lugar fue obtenido por el equipo de Multi-Color Chile, mientras que los representantes de AMF y de Vera y Giannini Impresores se quedaron con el tercer y cuarto puesto, respectivamente. Además, Alejandro Araya, de Siegwerk, fue reconocido como el goleador del campeonato, en tanto que Yerko Guerra, de AMF, fue el portero con la valla menos batida del torneo.

Antalis realiza exitoso Tour Digital en regiones

Con el objetivo de acercarse a sus clientes y entregar información actualizada sobre las nuevas tendencias y ventajas de la impresión textil y digital de Epson, Antalis realizó dos jornadas de actividades en el Tour Digital Print Antalis Epson 2017. Los encuentros sirvieron para dar a conocer la tecnología en impresión textil de sublimación Epson con la impresora SureColor F9200 y la alta productividad y calidad a bajo costo de la impresora ecosolvente SureColor S40600.

El tour se realizó en las ciudades de Concepción y Temuco, los días 8 y 9 de agosto respectivamente, con una exitosa convocatoria y evaluación de los asistentes, quienes valoraron la iniciativa de llevar nuevas tecnologías a la región.



Böttcher y Davis Graphics realizan charla sobre rodillos y químicos

Más de 50 profesionales de la industria de impresión participaron en una conferencia, organizada por Davis Graphics, donde se analizó el alto estándar en calidad de rodillos y químicos de limpieza para el sector, que permitiría aumentar un 20% la productividad de las máquinas con pequeños cambios en estos elementos.

La charla fue liderada por Sergio Cattani, gerente técnico de Böttcher, quien explicó que, “si bien el área digital absorbió la industria de la imprenta, aún quedan nichos de mercado que requieren una calidad extrema. Esto, necesita una máquina de impresión dotada con revestimientos de calidad y productos que acompañen este cambio”.

Xerox Versant 180 y 3100: alta calidad de imagen y más capacidad de producción

Según InfoTrends, reducir costos de producción y mejorar la eficiencia es prioridad para el 84% de los negocios de impresión. Para tales objetivos, Xerox está potenciando su familia de prensas digitales Versant 180 y Versant 3100, “equipos que entregan más oportunidades de negocio, niveles de automatización en línea y crecimiento empresarial”, explica Myriam Villamán, Product Manager Graphic Communications de Xerox Chile.

Ambos modelos brindan más capacidades y herramientas de producción, como un espectrofotómetro en línea, distintos módulos de terminación como creador de folletos, perforador, plegado de lomo cuadrado, guillotinado frontal y lateral para una gran cantidad de aplicaciones que reducen el trabajo manual y proporcionan resultados profesionales impecables. Con ello agrega alto valor a documentos como material de marketing, correo directo, revistas con sangrado completo de varios tipos y tamaños de papel, desde sobres hasta banners impresos de 66 centímetros.

Además, “con ciclos de trabajo aumentados y capacidad para imprimir 80 a 100 páginas por minuto, estas prensas pueden hacerlo en papel de hasta 350 gsm, otorgando un mayor desempeño”, puntualiza Villamán. De la misma forma, la Resolución Ultra HD y tecnología de 10 bits proporcionan cuatro veces más píxeles en una página que otras impresoras, innovación que se combina con Xerox Confident Color para brindar una alta calidad de imagen.



Ferrostaal incorpora a nuevo jefe de Servicio Técnico

Buscando generar respuestas óptimas de servicios para todos sus clientes, Ferrostaal anunció la llegada de Andrés Navarro a liderar el Servicio Técnico de la compañía, siendo responsable de todo el grupo de las áreas de HP Indigo, Kodak, Durst, RMGT, Horizon y Wohlenberg, entre otras.

Con 30 años en la industria gráfica y experiencia en empresas como

Davis Graphics, Imagex y HP Indigo, Navarro espera “generar las confianzas adecuadas en el grupo de servicio y desarrollar, a corto plazo, eficiencia en todas sus áreas, convirtiendo al equipo técnico en una extensión del área comercial, para lograr el soporte técnico profesional que nuestros clientes esperan y generar valor agregado a Ferrostaal”.

Herramientas para aumentar LA PRODUCTIVIDAD EN LA INDUSTRIA GRÁFICA



M

ientras avanza la transformación digital en la mayoría de las industrias del mundo, el sector gráfico chileno también está trabajando por impulsar su productividad. Y es que, en momentos de debilidad económica, lograr ser más eficientes e invertir en herramientas clave puede marcar la diferencia.

“La tecnología ayuda en diferentes aspectos, lo más básico es la gestión general de una empresa y eso es un proceso que ya está relativamente incorporado en la mayoría de las compañías del país”, explica Francisco Mardones, presidente del Programa Transforma Industrias Inteligentes de Corfo, quien destaca que actualmente se vive una época de transformación de los modelos de negocios, a partir de la modificación de los procesos y servicios”, agrega.

La automatización, por ejemplo, es una de las herramientas diseñadas para empujar la productividad de las empresas, incluyendo al sector gráfico. De acuerdo a un estudio de la Asociación de la Industria Eléctrica-Electrónica, las empresas que han automatizado sus procesos, haciendo uso de la implementación adecuada y con la asesoría correcta, han llegado a aumentar su producción en hasta un 30%.

Según Mardones, la automatización

Francisco Mardones, presidente del Programa Transforma Industrias Inteligentes de Corfo



actualmente sustituye tareas que antes eran desarrolladas por humano. El desafío es “que las personas que antes trabajaban haciendo una tarea rutinaria tengan que moverse a otras tareas que tengan una mayor carga cognitiva, lo cual entrega un gran valor porque es muy difícil copiar la creatividad, entonces es ahí donde también están los desafíos”.

Mejores procesos

No solamente la tecnología puede ayudar en el camino a la productividad. También hay mejoras en los procesos productivos que apuntan en este sentido. Uno de ellos es Lean Manufacturing, o “producción ajustada”, que busca entregar el máximo valor utilizando para ello los mínimos recursos necesarios.

Esta metodología apunta a reducir, por ejemplo, los desperdicios generados en sobreproducción, inventario, procedimientos excesivos, entre otros. Se trata de la búsqueda de una mejora continua que elimina las actividades

CASOS DESTACADOS

Chile: Empresas Jordan

Es una empresa destacada en el segmento de la impresión que estratégicamente ha evolucionado hacia el mundo virtual, convirtiéndose así en la primera imprenta en innovar con este tipo de tecnologías. Inició el proceso de Mejora Continua en el 2008, con la adopción de Lean Manufacturing para empoderar a operadores y ayudantes. Luego incorporó TPM como una filosofía cuyo foco es eliminar las pérdidas asociadas a las detenciones de las máquinas, los problemas de calidad (merma) y las pérdidas de velocidad en los procesos productivos. En estos nueve años se han obtenido ahorros significativos en los costos fijos y variables, a los cuales se hace seguimiento de forma mensual con los estados de resultados de la empresa.



España: Romeu

Fundada en 1940 y enfocada en la comunicación gráfica y editorial, apostó por incorporar en 2011 un CRM para gestionar la relación con sus clientes y optimizar el trabajo de su fuerza comercial. Con esto, la empresa consiguió agilizar los trámites administrativos para la preparación de informes, el análisis de la actividad de los comerciales, la planificación de sus acciones y el seguimiento de los clientes y las operaciones de venta.

Bolivia: Sagitario

Es una de las empresas de artes gráficas más grandes de ese país. En 2013 inauguró unas modernas instalaciones y renovó casi la totalidad de sus equipos de impresión por maquinaria automatizada. Cuenta con equipos digitalizados que ejecutan todo el proceso de impresión en línea, con mínima participación humana, y que trabajan a altas velocidades, disminuyendo los tiempos de producción y ofreciendo productos de alta calidad.



que no agregan valor, a través de diferentes herramientas.

Según un estudio de la Universidad Privada del Norte, en Perú, la aplicación

de Lean Manufacturing en microempresas logró aumentar en 66% la producción e incrementar en 26% la productividad total, entre otros impactos positivos.



Papermint: Desarrollando servicios innovadores para la industria gráfica

Tras 25 años en la industria gráfica, la apuesta de Papermint va por la diferenciación. La empresa, fundada en 1991 por Erik Toro, entrega servicios de terminaciones gráficas para imprentas, incluyendo troquelados, moldes, folias, pegado de estuches y barnices, entre otros, y se caracteriza por una constante búsqueda de alternativas innovadoras de nuevos servicios para ofrecer a sus clientes.

Y es que, frente al complicado momento económico que la industria enfrenta actualmente, la diferenciación es clave para Papermint. Por eso, recientemente agregó a su oferta el servicio de emplacado, para el que la firma compró una máquina sueca Lámina, con una inversión de 140 mil euros.

Además, está desarrollando un proyecto para el procesamiento de polímeros, que le permitirá digitalizar todo el proceso, disminuyendo el número de contactos físicos con el cliente y, por tanto, el tiempo de entrega del producto, que podría reducirse de tres días a sólo uno.

Para Toro, el sector de servicios enfrenta una serie de amenazas. La baja de los precios de las maquinarias ha llevado a que muchas empresas grandes y medianas internalicen la producción de terminaciones que antes trabajaban de forma externa, mermando el negocio.

“Por otra parte está el tema de la baja de los tirajes y la baja demanda”, señala, y agrega que “el tema económico suma otra dificultad, porque si el país no crece al 3% es difícil hacer inversiones”.

Pese a las dificultades, el holding Papermint, que reúne a seis empresas del sector, incluyendo a Papermint y Quintero, tiene más de 200 colaboradores y, para 2017, espera crecer un 3%. “Ya llevamos 25 años y esperamos seguir creciendo por 25 años más”, recalca Toro.

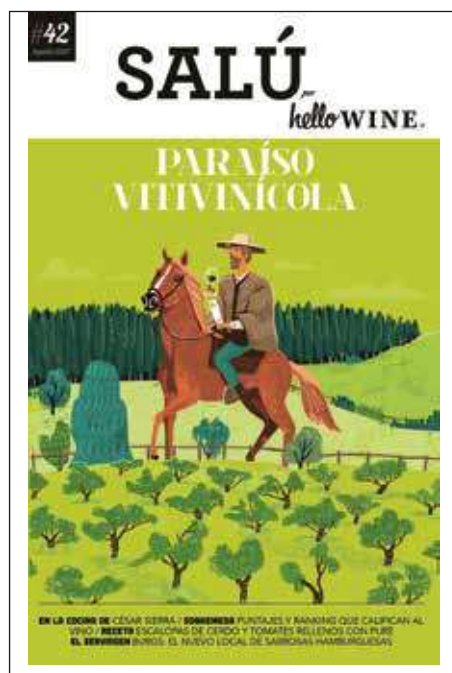


Según un estudio de la agencia británica Magnetic, el momento de leer una revista eleva en un 6% el bienestar subjetivo. Así, frente al resto de los medios, las revistas ocupan el primer lugar entregando momentos de recompensa placentera y el segundo lugar para buscar momentos de información útil. Otra investigación, desarrollada por Valida, indica que las revistas tienen una fuerte incidencia en la decisión de compra, que va desde la búsqueda de información hasta la capacidad de impactar en esa intención.

Por eso, las revistas siguen apareciendo como estrategias válidas para que las marcas lleguen a sus públicos de interés. Y es que, mientras la información digital fluye incontrolable, las marcas tienen que hacer esfuerzos importantes por llegar a ellos, y en ese desafío las revistas corporativas siguen dando frutos.

“En los tiempos actuales llegan miles de correos electrónicos con información relevante. El tener una revista impresa permite que nuestros contenidos ‘permanezcan’ en el tiempo, llegar a más personas (la lectoría no se remite a “1” por persona) y que la gente nos vea más allá de una pantalla”, explica Carol Armstrong, directora de revista Academia, medio que desde hace 11 años comunica las novedades de la Facultad de Medicina Clínica Alemana Universidad del Desarrollo. M

REVISTAS CORPORATIVAS: Una apuesta por llevar la marca hasta su escritorio



La revista comenzó informando temas exclusivos de la facultad, pero con el interés del público y su consolidación como medio, comenzó a abordar también temas de interés nacional

e internacional en materia de salud, investigación y educación. Hoy se envía bianualmente a docentes y funcionarios de la Facultad, médicos de la Clínica Alemana, líderes de opinión,

autoridades gubernamentales, decanos de otras facultades, agrupaciones gremiales, sociedades médicas, entre otros. En paralelo, también se distribuye en versión digital.



TAMBIÉN PARA MILLENNIALS

Una encuesta dada a conocer por Buzz MG, que entrevistó a 400 millennials de entre 21 y 36 años en Estados Unidos, arrojó entre sus datos que el 87% de ellos lee revistas al menos una vez al mes. Por eso, no es extraño que en HelloWine, un club de vinos orientado a adultos-jóvenes, haya lanzado su propia revista: Salú.

“LA REVISTA ES UN PRODUCTO VALORADO POR LOS LECTORES Y UNA HERRAMIENTA EFICAZ PARA COMUNICAR”. CAROL ARMSTRONG, DIRECTORA DE REVISTA ACADEMIA.

Con 22 páginas y tamaño de bolsillo, la revista se distribuye junto con la caja de vinos que los cinco mil suscriptores del club reciben en su casa. Incluye información sobre cepas, recetas, maridaje y otras recomendaciones. El 80% de los socios afirma leerla.

“Cualquiera puede tener una revista digital. Un blog se crea en un día, pero una revista impresa como esta, que además es pequeña, corta y fácil de abordar, es valorada y marca una diferencia, porque te entrega un momento de desconexión”, explica Felipe Ibáñez, gerente comercial de HelloWine.

JORGE SOTO:

Rescatando la historia de la Industria Gráfica chilena



Jorge Soto conoce bien a la industria. Formó parte de la primera generación de diseñadores gráficos de la Universidad de Chile y mientras era alumno se dio cuenta de que no había material sobre los orígenes del oficio de la comunicación gráfica chilena, así que, siguiendo los pasos de maestros como Mauricio Amster o José Toribio Medina, decidió abocarse a la investigación de su historia.

El segundo tomo de Historia de la Imprenta en Chile debería estar listo en noviembre de este año.

“Mi idea inicial y motivadora, fue hacer revistas para la comunicación gráfica como Guía Gráfica, Anuarios gráficos, Revista VAS del envase y embalaje y otros intentos editoriales, pero faltaba poner un mayor acento en la historia, más documentada”, cuenta.

Fue así como, en 1991 y tras una larga investigación, Soto publicó su libro Breve Historia de la Imprenta y de la Industria Gráfica en Chile, que sería la antesala para el primer tomo de Historia de la Imprenta en Chile (2009), que revisa desde la llegada de la imprenta a América hasta los inicios de la masificación de la tipografía.

Hoy se encuentra trabajando en el segundo tomo de ese libro, que debería ver la luz en noviembre de este año y que, según su autor, “continúa con un desglose de las principales áreas de este oficio como tipografía, serigrafía, flexografía, offset, packaging e impresión

digital, con sus proveedores y servicios”. Y en su lista de tareas está el Museo de la imprenta y la Comunicación Gráfica, cuyo proyecto ya presentó a la Dibam.

cade group
integrador gráfico

EPSON
EXCEED YOUR VISION

SEMANA EPSON

Última tendencia y tecnologías
en equipos y suministros Epson

Comparte con los expertos en el área gráfica y optimiza
tus procesos productivos

- SERIE S** - IMPRESORA ECO SOLVENTADA PARA EXTERIORES
- SERIE P** - IMPRESORA PARA PRUEBAS DE COLOR Y FOTOGRAFÍA
- SERIE T** - IMPRESORA DE PLANOS
- CW 7500** - IMPRESORA DE ETIQUETAS



PALACIO RIESCO 4583, CIUDAD EMPRESARIAL, HUECHURABA
05 AL 12 DE SEPTIEMBRE DE 2017
HORARIO 10:00 AM a 1:00 PM / 3:00 PM a 5:00 PM

(56) 2 32245460 | CONTACTO@CADEGROUP.CL | WWW.CADEGROUP.CL



Asamblea General elige a nuevos directores de Asimpres

Más de 70 representantes de las empresas socias participaron en la Asamblea General de Socios que se realizó en Casa Piedra, donde el presidente de la entidad, Roberto Tapia Mac Donald, expuso su cuenta anual y se eligió a los nuevos integrantes del directorio.



“Continuamos trabajando por mantener a flote nuestras empresas en medio de preocupantes cifras macroeconómicas. Hemos debido sortear los constantes desafíos de nuestro medio y las crecientes exigencias que demanda el mercado”, comentó Tapia en su exposición. “Sin embargo, nuestro gremio no ha perdido el foco: la productividad y la calidad de servicio, sin descuidar la seguridad y bienestar de nuestros trabajadores, son nuestro faro”.

Las elecciones arrojaron la reelección de Roberto Tapia, de Salesianos Impresores, y César Morales, de Total Graphics, como directores por un nuevo período. En tanto, Rodrigo León, de Colorpack, y Jan Socha, de Vera y Giannini, fueron escogidos para ingresar al directorio desde este año.

En tanto, el abogado y analista político Gonzalo Cordero participó como invitado especial para analizar la situación política del país de cara a las presidenciales.

En esta oportunidad, la Asamblea contó con el auspicio de Agfa, Antalis, Davis Graphics y Hagraf.

Socios apuestan por educación gráfica

La asamblea aprobó la propuesta de mantener el 15% adicional a la cuota societaria, suma que va dirigida a Ingraf, reafirmando la importancia de la formación de capital humano especializado para la industria.

“La formación de profesionales de calidad es un beneficio para toda la sociedad y nos ayuda a forjar un futuro común. Asimismo, es una herramienta clave y necesaria para afrontar los complejos procesos de transformación que hoy vive la industria gráfica”, explicó Vicky Godia, directora ejecutiva de Ingraf.

“La educación hoy día está demasiado presente en todas las actividades como para estar afuera de este tema”, remarcó Carlos Hernán Aguirre, presidente del directorio de la entidad educacional.



Jan Socha,
nuevo director Asimpres:

“Deberíamos buscar la participación más activa en Asimpres de empresas proveedoras de nuestro rubro”

Desde que se tituló como ingeniero civil industrial mecánico de la Universidad Católica, Jan Socha ha tenido un recorrido empresarial muy diverso. Ha liderado empresas del retail y la construcción, y desde 2014 es gerente general de Vera y Giannini Impresores.

Casado y con tres hijos, Socha es uno de los nuevos directores de la asociación, pero esta no es su primera experiencia gremial. Tiempo atrás fue secretario general de la Cámara Argentina de Decoración, lo que, dice, le permitirá aportar con conocimiento y experiencia al quehacer de Asimpres.

“Creo que donde más puedo entregar experiencia es en el trabajo con las diferentes universidades y oficinas dedicadas al diseño y desarrollo de nuevas alternativas de packaging”, explica Socha. “También me gustaría apoyar en el desarrollo de ferias y eventos y finalmente creo que deberíamos buscar la participación más activa en Asimpres de empresas proveedoras de nuestro rubro”.

Para él, los desafíos de la industria pasan por tres áreas. A nivel tecnológico, cree que es necesario incorporar tecnología digital de pre prensa, impresión y terminaciones como complemento a los procesos tradicionales. En términos de recursos humanos, piensa que hay que rescatar a los talentos técnicos para la industria, ya que las nuevas tecnologías y procesos requieren una especialización distinta que se debe desarrollar y potenciar con nuevos planes de capacitación.

Y en innovación, considera clave el desarrollo de herramientas computacionales o plataformas tecnológicas que acerquen los requerimientos de la empresa a los convertidores. “Sobre todo a la pequeña y mediana industria”, recalca.



Escuela de la Industria Gráfica cumple 77 años

Con su tradicional cena de camaradería de los exalumnos, la Escuela de la Industria Gráfica celebró un nuevo aniversario, ocasión en la que participaron más

de 200 antiguos estudiantes, quienes regresaron para compartir con directivos y profesores en el cumpleaños número 77 de la entidad.

“Observamos con admiración a estos discípulos de las tintas y papeles, cuando recorrían como niños pequeños los rincones de la escuela que atesora aún recuerdos, añoranzas y travesuras que traspasan las fronteras del tiempo”, comenta Víctor Castro, director de la Escuela.

4.000 estudiantes han egresado de la Escuela en los últimos 25 años.

SE INICIAN MATRÍCULAS PARA 2018

Un nuevo proceso de admisión está desarrollando la Escuela, con 200 vacantes para Primer Año Medio 2018. Como parte de este período, el 7 de septiembre

los postulantes podrán conocer las instalaciones de la entidad y los temas que forman parte de su plan de estudios.

“Muchos de ellos terminarán enamorándose de la impresión en cualquiera de sus formas, de la encuadernación, de sus misterios, descubriendo la magia de los colores y sus papeles junto a sus nuevos profesores”,

adelanta el director de la escuela, Víctor Castro.

Qué fue de...

JUAN CERDA, JEFE DEPARTAMENTO DE COTIZACIONES Y DESARROLLO EN OGRAMA:

“Los alumnos egresamos bien preparados de la Escuela”

Siguiendo los pasos de su padre, que tenía una pequeña imprenta, Juan Cerda decidió ingresar a la Escuela de la Industria Gráfica en 1998. Hoy recuerda con cariño su paso por la escuela, de donde salió como técnico con mención en prensa. Hizo su formación dual en Ograma y, tras egresar, entró a IVROS como ayudante, hasta que dos años después se convirtió en prensista.

“Los alumnos egresamos bien preparados de la Escuela y después, al perfeccionarse, se obtienen otras competencias”, explica.

Estuvo tres años a cargo de una prensa hasta que recibió un llamado de Ograma, invitándolo a participar de un nuevo proyecto. Actualmente es el jefe del Departamento de Cotizaciones y Desarrollo, área que valoriza y desarrolla los impresos, asesora técnicamente a los clientes para lograr el mejor resultado, “sello que nos distingue como líderes en calidad”, cuenta.

Trabajando en Ograma estudió Ingeniería en Administración de Empresas con Mención en Marketing en IP Diego Portales. A futuro, le gustaría seguir perfeccionándose en el desarrollo de productos gráficos, así como aprender también de las nuevas tecnologías de impresión. Su enfoque siempre ha sido escalar en la industria y dice que le gustaría llegar a ser tan buen gráfico como su padre.



Ya comenzaron las Conferencias Gráficas de Ingraf

Cerca de 50 asistentes participaron en las dos interesantes charlas que marcaron el inicio de las Conferencias Gráficas de Ingraf, ciclo de presentaciones que busca mantener a actualizados a técnicos y profesionales de la industria en diversos temas de interés para el sector. En el primer encuentro, realizado el pasado 23 de agosto, se revisaron las últimas tecnologías de Kodak y las tendencias en cintas de montaje.

Las Conferencias Gráficas de Ingraf forman parte de las actividades que el instituto realiza con el fin de entregar una capacitación continua a los trabajadores de la industria. “El permanente avance tecnológico que vive nuestra área exige a los profesionales y técnicos del sector



CADA CONFERENCIA TIENE UN COSTO DE \$30.000 Y CUENTAN CON 100% DE FINANCIAMIENTO SENCE. SOCIOS DE ASIMPRES 20% DE DESCUENTO

estar en una preparación constante para responder a los requerimientos de las empresas y sus clientes”, explica Vicky Godia, directora ejecutiva del centro de estudios.

Para el miércoles 30 de agosto está programada la charla “Gama extendida en flexografía”, mientras que el 6 de septiembre se realizará la conferencia “Preprensa y estandarización de prensa bajo normas 12647-2:2013”. La charla culmina el 13 de septiembre, con la presentación “Impresión digital en microrragado”.



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



¿Cómo postular a los premios Theobaldo de Nigris?

Ya está abierta la recepción de trabajos para postular a la XXIV versión del Concurso Latinoamericano de Productos Gráficos "Theobaldo de Nigris", que organiza Conlatingraf. Se trata de unos de los reconocimientos más importantes de la región, que varias empresas chilenas ya han ganado en el pasado.

Una de ellas es Ograma, que este año recibió un galardón por el libro "Perú Arte Contemporáneo", desarrollado en conjunto con Arte al Límite, el último de varios premios en este concurso. Según Juan Pablo Morgan, gerente general de la empresa, "a los clientes que les toca ser de los trabajos

premiados, les gusta. Con ellos se genera una situación especial, en que por lo menos por un rato se sienten muy orgullosos y se produce una cercanía que beneficia la relación cliente-imprenta".

Al mismo tiempo, explica Morgan, "si tú tienes una trayectoria con premios, eso va quedando establecido y a la larga eso incide en que la gente opte por hacer trabajos finos con nosotros versus otras empresas que no tienen mucho background o historia de premios".

La premiación de esta edición se realizará el 22 de febrero de 2018 en Fort Lauderdale.

DATOS RELEVANTES

PERÍODO DE PRODUCCIÓN DE MUESTRAS: 1 de agosto de 2016 al 31 de agosto de 2017

ENTREGA DE MUESTRAS: oficinas de Asimpres (Canadá 253, oficina C), en sobre cerrado y con ficha de postulación.

PLAZO DE RECEPCIÓN: 30 de septiembre de 2017

PAGO DE POSTULACIÓN: efectivo en Chile o transferencia a Estados Unidos

Selecta Envases renueva su imagen y se apronta a sus nuevos desafíos



Un sostenido proceso de modernización ha vivido Selecta Envases durante los últimos cinco años. Además de efectuar importantes inversiones en su planta y en su equipo de gestión, la empresa decidió ingresar en el negocio de consumo masivo, segmento de mercado en el que no participaba y que le ha permitido crecer por sobre el mercado.

En línea con esos cambios, la firma acaba de presentar una nueva imagen con un logotipo que, según su gerente general, Juan Pablo Andreani, es más moderno y tiene relación con el negocio gráfico de envases.

"La forma del isotipo está asociada a un estuche y los colores representan las opciones de la impresión offset", cuenta Andreani y recalca que, a través de él, "queremos mostrar esta etapa de fuerte cambio y mejora de Selecta Envases", asociando con mayor fuerza su marca a los conceptos de tecnología y calidad.

Para los próximos meses, la compañía planea seguir creciendo al ritmo actual y ampliar su capacidad de producción, especialmente en el negocio de estuches de consumo masivo y farmacéutico.

Además, según su gerente general, Selecta Envases espera "mantener un buen servicio en el negocio de cerezas, segmento clave en este período, pero sin caer en las guerras de precios que estamos ya visualizando, pues estos precios no son de largo plazo, haciendo inviable el negocio de cerezas a estos niveles".

EN ESTA ETAPA DE MEJORA DE SELECTA ENVASES, EL NUEVO ISOTIPO REPRESENTA LOS CONCEPTOS DE TECNOLOGÍA Y CALIDAD.



SELECTA
ENVASES · GRUPO HZ

Impresión Sustentable

Reutilización de folias: UNA NUEVA VIDA PARA LOS RESIDUOS DE LA INDUSTRIA



El reciclaje es parte de las primeras medidas que se toman a la hora de pensar en sustentabilidad. Sin embargo, la reutilización de estos residuos no siempre aprovecha sus características originales, especialmente cuando se trata de productos con gran potencial estético.

El caso de La Alacena de la Tuca es diferente. Enfocada en la producción, restauración y rescate de muebles y objetos decorativos, la tienda recibió diferentes materiales de desecho de impresión de etiquetas de vino, donados por AMF Etiquetas, con el objetivo de reciclarlos. Entre ellos había distintos colores de folias.

"Un día, pintando muebles, se nos ocurrió iluminar los muebles con folia. Así comenzamos a experimentar distintas técnicas para dar luz, texturas y resaltar variados objetos decorativos",

cuenta Amalia Echegaray, dueña de La Alacena de la Tuca, quien explica que esta nueva técnica ha permitido generar una diferenciación en sus trabajos de restauración y renovación.

Mesas, siales, pisos, pinturas y diversos elementos decorativos son sólo algunos de los proyectos que han sido iluminados con las folias donadas por AMF Etiquetas. "Nos encanta ir descubriendo cómo este material de desecho tiene potencial para dar elegancia y distinción a muchos elementos que creamos y transformamos", agrega Amalia.

"Decidimos donar este material dado que siempre hemos estado comprometidos con la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente, iniciativa que debieran imitar las otras empresas de la industria", comenta Juan Ignacio Molina, gerente general de AMF Etiquetas.



Asamblea de Socios 2017



Juan Pablo Morgan, de Ograma; Roberto Gana, de Ferrostaal; Ricardo Schaub, de Impresora Óptima; Juan Ignacio Olaechea, de Pan Impresores, y Gastón Herrera, de Andros



Sergio Becker, de Ecotrans, junto a Fernando Álamos y Carlos Gallardo, de Hagraf.

Una intensa jornada se vivió en CasaPiedra el 26 de julio pasado, hasta donde llegaron más de 70 representantes de las empresas socias para participar en la Asamblea General 2017 de Asimpres. En la oportunidad, que contó con el apoyo de Agfa, Antalis, Davis Graphics y Hagraf, el presidente de la entidad presentó su cuenta pública y se eligió a cuatro miembros del directorio para este año.



Mario Castro, de Ferrostaal; Marisol Villanueva, de Salesianos Impresores, y Héctor Rojas, de Agfa.



Paulina Núñez y Macarena Rodríguez, de Ricoh, junto a Marisol Jorquera, de Avery Dennison, y Valentina de la Sotta, de AMF Etiquetas.



Rodrigo Cárdenas, de Antalis; Myriam Villamán, de Xerox; Michel Sabelle, de Artica, y Álvaro Ide, de Antalis.



Alejandro Garcés, de A Impresores; Juan Pisano, de Empresas Jordan; y Felipe Arias, de Davis Graphics.



Juan Eduardo Olmos, de EJEJO, junto a Juliana Reinoso y Rafael Salgado, de Procolor.



Freddy Keutel, de Antalis; Víctor Muñoz, de Total Graphics, y Eusebio Henríquez, de Quintero Impresores.

SE INVITA A EMPRESAS SOCIAS A INSCRIBIRSE EN PRINT CHICAGO 2017

Empresas socias proveedoras realizarán invitaciones y atenciones especiales a los asociados de Asimpres que viajen a participar a la expo de Chicago, que se realizará del 10 al 14 de septiembre de este año. Favor enviar confirmación de asistencia e-mail a: gerentegremial@asimpres.cl

ESTA EDICIÓN FUE POSIBLE GRACIAS A:



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



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



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* 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:



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.