

Impresiones

ESPECIAL CENA ASIMPRES 2017, AÑO 14, Nº 118 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



MARCELO
MENEGHELLO:

Líder
Gráfico
2017

Página 3



Industria gráfica
reconoce a los
mejores proveedores
del año

Páginas 4 y 5



Conlatingraf celebra en
Chile su 50° aniversario



BREVES

Kodak presenta nuevo equipo para producción de periódicos

Como respuesta a la imperante necesidad de los periódicos de optimizar sus estructuras de costos, Kodak anunció en IFRA World Publishing Expo el lanzamiento de una nueva incorporación a su portafolio de equipos Computer-to-Plate (CTP) termal. El nuevo dispositivo KODAK ACHIEVE NEWS ofrece toda la estabilidad y confiabilidad de la tecnología termal de Kodak a un costo asequible, y permitirá a los periódicos imprimir sus páginas con la mayor consistencia y calidad.

El equipo ACHIEVE NEWS, que estará disponible en todo el mundo desde comienzos de 2018, es ideal para periódicos medianos y pequeños y reúne una serie de características técnicas que permiten a los impresores acelerar su producción, incrementar su eficiencia, aumentar el control sobre el proceso de grabación de placas y reducir la huella ambiental de sus operaciones.



Xerox presentó en Chile su nueva línea de prensas digitales Versant

Irrumpiendo en la escena de las artes gráficas con varias innovaciones, Xerox presentó su nueva familia de prensas digitales Versant. Los equipos fueron dados a conocer durante un evento donde se analizaron las principales tendencias de la industria, con demostraciones a cargo de Nancy Ortega, especialista de color de la compañía.

El lanzamiento responde a la promesa de Xerox de entregar soluciones de alto valor agregado para hacer más eficiente y sencillo el trabajo de los impresores, con herramientas que les permitan ser cada día más exitosos en el mercado de las comunicaciones gráficas. Es así como Versant 3100, Versant 180 y Versant 180 Performance Package se integran oficialmente a la oferta de la empresa en Chile.

“Todos los equipos Versant entregan más capacidades y herramientas de producción, así como distintos módulos de terminación, para un número de aplicaciones que disminuyen el trabajo manual y proporcionan resultados profesionales impecables”, explica Myriam Villamán, Product Manager Graphic Communications de Xerox Chile.

AMF Etiquetas analiza las tendencias en etiquetado junto a la industria del vino

Una interesante jornada organizó AMF Etiquetas con su primer Taller de Tendencias, evento que reunió a más de 30 representantes de la industria del vino, quienes recogieron los últimos avances tecnológicos y las corrientes que están marcando la pauta en el etiquetado en el mundo.

El encuentro fue encabezado por Juan Ignacio Molina, gerente general de la compañía, quien presentó las novedades de la empresa, con especial énfasis en Print Center, laboratorio digital colaborativo para el diseño personalizado de etiquetas, que permite la impresión de maquetas reales para previsualizar el resultado final de los proyectos.

En la jornada participaron Natalia Carro, de Avery Dennison; María Jesús Vial, de JVD Estudio, y Alex García, jefe de I+D de AMF Etiquetas. Los asistentes pudieron conocer además la nueva máquina Nilpeter MO4 que AMF Etiquetas acaba de implementar y que combina tecnologías de impresión como offset, flexo, serigrafía y estampación.



El papel vuelve a ser negocio, según El Clarín

Un artículo publicado en el diario argentino El Clarín resumió los últimos números que muestran que los libros en papel están retomando el crecimiento. Mientras los ingresos por libros digitales declinan (17% menos en los EE.UU. en 2016, según la AAP, asociación de editores de ese país), crecen sostenidamente las ventas de libros impresos: un 5% total entre 2013 y 2016.

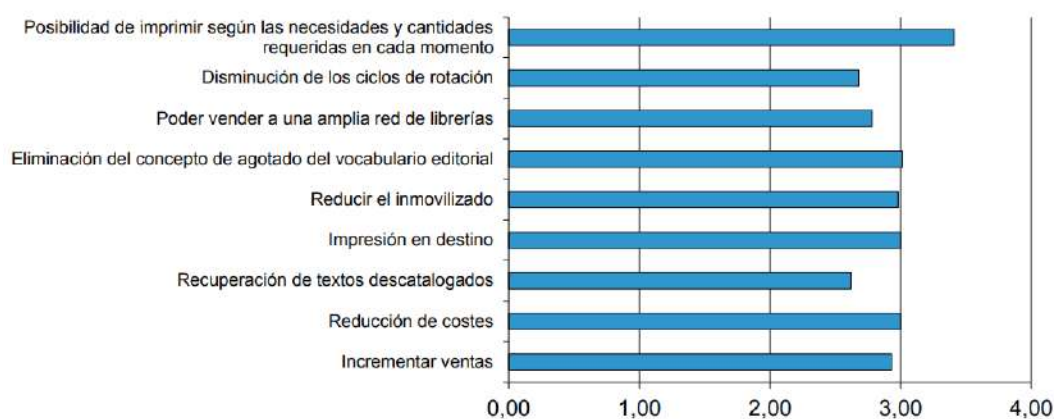
Casi al cumplirse una década del nacimiento del Kindle (la primera versión del ícono de Amazon data del 19 de noviembre de 2007), los grandes sellos vuelven a invertir en ediciones impresas, atesoradas como “ancla de valor” de la industria, señala el periódico. La nota recoge el caso de Rupí Kaur, poeta e ilustradora canadiense que se autoeditaba en la Web y que hoy, autora de Simon & Schuster, prueba que una porción de nativos digitales está volcándose al libro tradicional, buscando “algo embriagador, hermoso y, a la vez, palpable”.

El 50% de los editores ya utiliza servicios de impresión y distribución bajo demanda

La mitad de los editores en España y América Latina afirman estar ya utilizando servicios de impresión y distribución bajo demanda, de acuerdo a la “Encuesta sobre la evolución de la distribución e impresión bajo demanda en mercados en español”, dada a conocer por PodiPrint. El sondeo detectó que el 70% de los encuestados ve en este tipo de sistema una oportunidad para la apertura de nuevos mercados. De hecho, el 40% de ellos recurre a servicios de distribución on demand para proveer al mercado internacional.

La posibilidad de imprimir según las necesidades de cada momento es el beneficio de la impresión bajo demanda más valorado por los encuestados, seguido de cerca por la reducción de costos y la opción de imprimir en destino. Además, más del 50% de los consultados señaló al offset como su modalidad de impresión bajo demanda de preferencia; en tanto, el 22% dijo imprimir sólo en digital y hacerlo en offset sólo para atender pedidos específicos.

Díganos cuáles serían, en su opinión, los beneficios derivados del uso de la Impresión Bajo Demanda en su editorial.
(Valore del 1 al 4, siendo 1 la calificación más baja y 4 la más alta)





**MARCELO
MENEGHELLO,
LÍDER GRÁFICO
2017**

“El desafío ahora es cómo responder a un mercado cada día más impredecible en sus demandas”

Con 35 años siendo parte de Marinetti Packaging, Marcelo Meneghello ha vivido y liderado algunos de los hitos más importantes de la compañía, que este año cumple 96 años de existencia. Uno de los principales ocurrió en 1992, cuando se vivió un momento trascendental hacia la transformación de Marinetti, lo que involucró un profundo análisis para definir los siguientes pasos de la empresa, que hasta entonces se dedicaba a la impresión gráfica y en menor grado a los envases.

MARCELO MENEGHELLO CONSIDERA QUE ESTE PREMIO ES UN RECONOCIMIENTO A LA TRAYECTORIA DE TODO SU EQUIPO EN MARINETTI PACKAGING, QUE SE HA MANTENIDO ESTABLE A LO LARGO DE LOS AÑOS.

“Nosotros veníamos de hacer muchas cosas. Libros, revistas, folletos, revistas, calendarios, etiquetas, envases. Al final dijimos ‘focalicémonos en una sola cosa y hagámosla bien’”, explica Meneghello, agregando que esta

definición se orientó a lo que en ese momento vieron con mayor futuro y donde podían entregar mayor valor. “Ahí vimos que fundamentalmente eran los envases, y en particular los envases de cartulina, porque en realidad teníamos la percepción de que la cartulina iba a conversar bien con el medio ambiente, lo que iba a ser un valor que en el mediano y largo plazo la gente iba a considerar”.

Pasaron a llamarse Marinetti Packaging y a partir de ahí, hace 25 años, comenzó un cambio total, que involucró la especialización de la empresa, sus conocimientos, sus procesos y hasta su portafolio de clientes. Luego, en 1997, la familia Marinetti decidió dejar su administración, entregando definitivamente la gobernanza de la firma al equipo liderado por Meneghello, quien se convirtió en el primer gerente general que no pertenecía a la familia.

La compañía siguió creciendo hasta que, en 2010, surgió la necesidad de acelerar el crecimiento, brindar un mayor soporte a los clientes

MIRANDO A LA INDUSTRIA EN GENERAL, MENEGHELLO CREE QUE “EL DESAFÍO AHORA ES CÓMO RESPONDER A UN MERCADO CADA DÍA MÁS IMPREDECIBLE EN SUS DEMANDAS, DESDE EL PUNTO DE VISTA LOGÍSTICO Y DE PRODUCTOS. **EL CLIENTE DICE ‘ESTO NO ANDA BIEN Y ESTO SÍ’, Y YO TENGO QUE MOVERME CON VELOCIDAD PARA LO QUE SE DESEA’.**”

y tener una competitividad sostenible. Para eso, decidieron buscar a un socio extranjero capaz de llevar a la empresa a globalizarse, lo que se logró a través Mayr-Melnhof, empresa austriaca que decidió invertir en el país, “con lo cual nos integramos a una red de 37 empresas similares en todo el mundo y desde Chile iniciamos la expansión en América”, explica el gerente general de Marinetti.

Y en ese punto, cuenta, viene el orgullo de que la plana ejecutiva haya sido ratificada. “Hoy estamos a siete años de eso y seguimos siendo el mismo equipo gerencial. Eso nos hizo sentir muy orgullosos, de que somos valiosos y competitivos a nivel mundial”, reconoce.

Por eso, aunque su elección como Líder Gráfico 2017 es a título personal, él considera que es un reconocimiento a la trayectoria de todo su equipo, que se ha mantenido estable a lo largo de los años. “Esta es una industria fascinante, dinámica, y si tú no tienes un equipo de trabajo que te acompañe en aspectos de tecnología, de relacionamiento con los clientes, en la gestión humana, no logras el resultado”, recalca.

Para él, contar con este equipo comprometido y capaz de desarrollar los lineamientos que se han trazado para la empresa, ha sido clave. También lo ha sido el apoyo de su familia.

HACIA EL FUTURO

Mirando a la industria en general, Meneghello cree que “el desafío ahora es cómo responder a un mercado cada día más impredecible en sus demandas, desde el punto de vista logístico y de productos. El cliente dice ‘esto no anda bien y esto sí’, y yo tengo que moverme con velocidad para lo que se desea. Es lo que yo llamo el time to market, que es un desafío para la industria y que se basa en ser capaces de responder a tiempo a los cambios de demanda de productos, porque el mercado está cambiando en forma permanente”.

La interconexión de los canales de distribución, fabricación y ventas, que permite disponer de información sobre el cliente en tiempo real, obliga a reaccionar rápidamente a lo que requiere el cliente y, al mismo tiempo, a contar con colaboradores con competencias adecuadas a estas exigencias. “Esas nuevas competencias hay que buscarlas o hay que formar personas que las tengan, por eso es valioso lo que ha hecho la asociación con el foco en lo educativo: crear una base de conocimiento y de nuevas competencias que puedan acompañar este desafío”, dice.

A nivel de materiales, Meneghello cree que la cartulina debe empezar a hablar más fuerte y a tener otras aplicaciones, muy en línea con la Ley REP (Fomento al Reciclaje). Para él, la innovación es fundamental, tanto para el time to market como a nivel de productos, y en eso es clave el Co-Work con los clientes. “Eso es lo que yo veo como desafío, cómo metemos cerebro, competencias y habilidades, buenos diseñadores, gente que sea capaz de manejarse con las tecnologías que estamos viendo hoy día”, concluye.

MEJOR EMPRESA PROVEEDORA DE INSUMOS 2017



Álvaro Ide, gerente general de Antalis Chile:

“Este premio nos reafirma una vez más que estamos haciendo bien nuestro trabajo”

Dando continuidad al proceso de posicionamiento iniciado en 2016, que tuvo como punto central la creación de la Gerencia de Investigación y Desarrollo de Antalis Consulting, este año el foco de Antalis ha puesto en la inversión en servicios y soluciones de valor agregado, consolidándose en diferentes nichos de mercado al entregar tanto insumos como tecnología, capacitación y consultoría. Esta estrategia le valió a la compañía ser elegida por los socios de Asimpres por segundo año consecutivo como la Mejor Empresa Proveedora de Insumos de 2017.

Con presencia en 45 países y fuertemente posicionados en los mercados de Bolivia, Brasil, México, Colombia y Perú, además de Chile, la empresa

de origen francés tiene como sello, de acuerdo a su gerente general, Álvaro Ide, “ser una compañía comprometida con sus clientes, un socio estratégico para el desarrollo de su negocio, capaz de entregar herramientas de valor y una propuesta diferenciadora en tecnología e innovación”.

Actualmente la compañía está trabajando en diferentes proyectos, con miras a estar preparada para el futuro de la industria. Uno de ellos es Twist Print, el primer sistema operativo de la industria gráfica en Latinoamérica. Se trata de una innovadora plataforma que, según Ide, representa un salto para las imprentas hacia el futuro para participar de la llamada revolución 4.0, que deberán estar preparadas para una realidad más competitiva. Esta solución permite una automatización de todos los procesos de una planta, ayudando a reducir costos, aumentar ventas e incrementar productividad.

Y es que, para la Antalis, su objetivo como proveedor es convertirse en un aliado estratégico de negocios de la industria gráfica, que hoy se enfrenta al desafío de maximizar la eficiencia y productividad para seguir creciendo. “Las imprentas deben tener claro su modelo de negocio, definir sus procesos productivos, lograr eficiencia, mayor capacitación y formación de sus empleados y rentabilización de la tecnología. Y un punto muy importante, conocer la realidad de otros mercados a nivel mundial para descubrir tendencias y nuevas oportunidades”, señala el gerente general de Antalis.

Sobre el premio, Álvaro Ide comenta que “es un orgullo ser reconocidos nuevamente como el mejor proveedor de insumos de la industria. Es muy importante, ya que nos reafirma una vez más que estamos haciendo bien nuestro trabajo, y que el empeño puesto en cada uno de nuestros proyectos está logrando sus objetivos, siendo reconocidos por nuestros clientes”.

“Nos proyectamos mirando el futuro con optimismo y siempre con nuevos desafíos”, concluye.

MEJOR EMPRESA PROVEEDORA DE SERVICIOS GRÁFICOS 2017



Juan Zúñiga, gerente general de Zuve:

“La valoración del cliente final, nos permite tener trabajo a todos en la cadena”

El próximo año, Zuve cumplirá una década de vida. Por eso, siendo una empresa tan joven, los sorprendió recibir el Premio a la Mejor Empresa Proveedora de Servicios Gráficos de 2017. “Lo tomamos con mucha alegría, porque nos valida en cómo estamos haciendo las cosas, en el concepto o la visión que tenemos de servicio”, cuenta Juan Zúñiga, fundador y gerente general de la compañía, dedicada al desarrollo de cortes, encuadernaciones y dobleces.

Al mismo tiempo, explica Zúñiga, el reconocimiento les genera un alto grado de responsabilidad y el desafío de mantener la calidad del servicio que motivó a los socios de Asimpres a elegirlos.

La compañía comenzó sólo con una máquina encuadernadora de revistas Muller Martini, entregando servicios de doblez y corte a través de alianzas. Luego invirtieron en nuevas maquinarias, como dobladoras y guillotinas, lo que permitió a Zuve completar sus servicios y comenzar a invertir en el respaldo total de sus equipos y líneas de producción, en un servicio que está pensado para responder a urgencias y a tener disponibilidad total. De hecho, el diseño actual de la empresa busca desarrollar todos los trabajos dentro del mismo día, lo que les permite tomar todos los pedidos que reciben.

Y es que el sello que Zuve ha marcado en todas sus actividades está ligado a la responsabilidad y a entregar certezas a sus clientes. Saben que los servicios que la compañía entrega están muchas veces orientados a cubrir emergencias como fallas o plazos vencidos, por lo que su capacidad de cumplir con los tiempos especificados es clave. Hay un compromiso de por medio, dice su fundador, ya que gran parte de las relaciones comerciales parten por la confianza. “Ser estables en el cumplir nos ha permitido llegar a esto, porque cuando damos una fecha de entrega, esa fecha no tiene interpretación”, agrega.

Otro punto que Zúñiga considera clave es la especialización. La empresa se dedica exclusivamente a sus áreas de acción, lo que le permite entregar recomendaciones a sus clientes desde el inicio del proceso de impresión para que el resultado final sea el mejor. Además, tener flexibilidad, comprender que los trabajos casi siempre son urgentes y contar con personal adecuado para sacarlos adelante, son parte integral de su visión como empresa de servicios.

Con la experiencia de 22 años siendo parte de la industria gráfica, Juan Zúñiga está seguro de que “la valoración del cliente final, es lo que nos permite tener trabajo a todos en la cadena”.

“No hay que perder nunca de vista al cliente final”, concluye.

MEJOR EMPRESA PROVEEDORA DE MAQUINARIA Y EQUIPAMIENTO 2017



Rodrigo Serres, gerente general
de Ricoh:

**“Se están
produciendo muchas
oportunidades en
el ámbito de la
impresión digital”**

El análisis que tienen en Ricoh es claro: la transformación digital está cambiando los modelos de negocios de las empresas en áreas como la banca y el retail, que están apostando por conocer mejor a sus clientes y atenderlos de forma personalizada. Estos sectores, a su vez, son clientes de la industria gráfica, lo que lleva a que el sector gráfico tenga que adaptarse rápidamente y responder a estos nuevos requerimientos.

Por eso, dice Rodrigo Serres, gerente general de Ricoh, compañía elegida como Mejor Empresa Proveedora de Maquinaria y Equipamiento 2017, las tecnologías de impresión digital ganan cada vez más terreno e, incluso, hay empresas que es-

tán migrando definitivamente del offset a lo digital, lo que empieza a romper con la idea de una coexistencia más larga entre ambas tecnologías.

“Se están produciendo muchas oportunidades en el ámbito de la impresión digital”, recalca Serres, ya que estos equipos permiten entregar al cliente mayor flexibilidad, alta calidad, menores costos y la capacidad de imprimir en tirajes más pequeños. Justo lo que parecen necesitar hoy para el desarrollo de este nuevo modelo de negocios basado en la personalización.

El gerente general de Ricoh indica que “buscamos ponernos en los zapatos de nuestros clientes y la mejor forma de conectarnos con ellos es entender cómo funciona su negocio, cuáles son los riesgos que tiene, cuáles son los desafíos y las amenazas que hay en el entorno”. Y como parte de esa estrategia, la compañía, que invierte el 5% de sus ganancias a nivel mundial en Investigación y Desarrollo, creó recientemente la vertical de Graphic Communications.

“Nuestro objetivo no es vender por vender, sino acompañar al cliente y ayudarlo a darse cuenta de cuándo es el momento de hacer ciertos cambios, cuándo existen ciertas ventajas tecnológicas que le permiten aprovechar esas necesidades del mercado”, destaca Serres, para quien este es el momento de buscar cosas nuevas para no seguir imprimiendo de la manera tradicional, sino apoyar los procesos de transformación de las empresas, que están buscando maneras novedosas para, por ejemplo, comunicarse con sus clientes de forma más personalizada.

Respecto al premio, Rodrigo Serres comenta que “estos reconocimientos siempre nos ayudan y nos motivan a seguir mejorando, a darnos cuenta de que esto no significa que lo hacemos perfecto y que no hay nada que corregir, sino que te incentivan a seguir trabajando y haciendo los esfuerzos en el camino correcto para poder desarrollar estas relaciones de largo plazo, para poder seguir ganando la confianza de nuestros clientes y seguir creciendo junto con ellos”.

PREMIO A LA EXCELENCIA PROFESIONAL 2017



Marisol Jorquera, Technical Sales
Support de Avery Dennison:

**“Tenemos mucha
tecnología, mucha
maquinaria, pero
aquí las cosas las
hacen las personas”**

Se tituló como tecnóloga en alimentos, pero las vueltas de la vida la llevaron a trabajar en una imprenta. De eso han pasado 24 años y hoy, con una marcada experiencia hacia la calidad gráfica y la atención técnica de clientes, Marisol Jorquera se declara sorprendida y orgullosa de ser reconocida con el Premio a la Excelencia Profesional 2017.

“Me fui armando en el área gráfica ya estando en la gráfica. Como la formación en el área de calidad la tenía, entonces la fui complementando”, explica Marisol, quien cuenta que al comenzar a trabajar en imprenta Toprint, en 1993, tomó todos los cursos y diplomados que pudo para prepararse. Incluso comenzó a motivar a sus compañeros para sumarse también y continuar capacitándose permanentemente, lo que considera clave para su trabajo.

Durante cuatro años fue parte de Etiprak, donde también obtuvo importantes logros profesionales, y luego, en 2008, llegó a Avery Dennison. Ahí, su labor la ha llevado a generar una relación de confianza con los clientes de la compañía, a quienes debe dar soporte de pre y post venta, entregándoles sugerencias, recomendaciones y capacitación, en un trabajo conjunto y permanente.

La clave, dice, es la perseverancia. “Busco siempre mantenerme activa, escuchar la información que me están presentando los clientes y no dejar cabos sueltos, sino que siempre estar presente con ellos, para darles una solución. Estar siempre presente y perseverando”, recalca.

Sobre el reconocimiento, confiesa que fue inesperado. “Nunca lo había pensado”, reconoce, y cuenta que el hecho de que la gente a la que atiende haya reconocido su función la hace sentir “súper orgullosa de lo que he estado haciendo y me da mucha satisfacción saber que con esta labor de todos los días he ido sembrando y hoy hay una bonita cosecha”.

Marisol destaca que parte importante de este logro ha sido gracias al apoyo de su familia, compuesta por su esposo y sus dos hijas, además de sus padres. Sus hijas ya están grandes, la mayor va a la universidad y la pequeña se apronta a terminar el colegio, pero muchas veces tuvo que dejarles una foto para que no la olviden, cuenta bromeando. Sin embargo, cree que el esfuerzo y las horas dedicadas han valido la pena.

“La gráfica te encanta, te atrapa y es muy bonita. Cuando uno está adentro, inmerso en este mundo, se da cuenta de todas las cosas que dependen de ella”, comenta, pero recalca que lo principal siempre es el trato humano. “Tenemos mucha tecnología, mucha maquinaria, pero aquí las cosas las hacen las personas”.



Alumnos de la Escuela de la Industria Gráfica reciben gira de estudios tras mejora en el Simce

El año pasado, antes de rendir la prueba Simce, los alumnos de segundo medio de la Escuela de la Industria Gráfica recibieron un desafío: mejorar los resultados de la institución, cuyos puntajes anteriores eran de 219 puntos en Lenguaje y 261 puntos en Matemáticas. Como motivación, la Escuela prometió invitar al mejor curso a una gira de estudios con todos los gastos pagados.

Al revisar los resultados, éstos habían mejorado significativamente en todos los cursos. En la prueba de Lenguaje promediaron 240 puntos y en Matemáticas, 262. Además, en Ciencias la escuela logró 250 puntos, 17 más que en la última medición, realizada en 2014.

Finalmente, como dos cursos obtuvieron

una diferencia muy estrecha, se decidió premiar a ambos con un viaje a la localidad de Cobquecura, VIII Región.

La empresa Grafisoft contribuyó a financiar el viaje de estos alumnos.

“Estamos otorgando a nuestros estudiantes un aprendizaje distinto, donde la experiencia de esta gira puede estar marcada por ser la primera vez que están lejos de sus casas y donde el paisaje, las actividades programadas y la convivencia con sus pares en otro entorno invitan

al crecimiento personal como adolescentes”, explica Lorena Huenanuca, jefe de UTP de la Escuela, quien reconoce que no hay recetas mágicas para mejorar los resultados, pero recalca que hay elementos como la motivación que pueden ayudar a optimizar los esfuerzos de los estudiantes.

Qué fue de...

EDUARDO PÉREZ, OPERARIO DE PLANTA EN AMF ETIQUETAS:

“Me han dado muy buenas herramientas y las he aprovechado bien”

A los siete años, Eduardo Pérez supo lo que quería hacer de grande, cuando su hermano, quien estudiaba en la Escuela de la Industria Gráfica, lo llevó a conocer una editorial. Con el tiempo ingresó también a la escuela e hizo la práctica en Plásticos Bio Bio, en el área de flexografía.

Motivado por el profesor Abelardo Soto, ingresó a Donnebaum, donde aprendió de máquinas digitales. Fue adquiriendo experiencia, hasta que lo invitaron a trabajar a AMF Etiquetas, con la responsabilidad de iniciar la producción en una HP Indigo 7600. Hoy es parte del Print Center de la compañía, donde apoya a los clientes en el desarrollo de etiquetas.

“Es bien entretenido, porque ocupo todas las alternativas que permite la máquina”, cuenta. “Pero lo primordial es que uno lo hace con gusto, uno se enfoca, da ideas, mejoras y acá los clientes nos escuchan y nos permiten ejecutar esas ideas”.

Para eso, AMF Etiquetas lo capacitó junto a HP y también asistió a un curso en Ingraf para actualizar sus conocimientos.

“Me han dado muy buenas herramientas y las he aprovechado bien”, reconoce, y recalca que la escuela es un excelente punto de partida para surgir en las distintas áreas de la industria.



Ingraf lanza nuevo diplomado en “Gestión de calidad en la industria gráfica”

Un nuevo programa de estudios presentó Ingraf para seguir potenciando su oferta académica. Se trata del diplomado “Gestión de calidad en la industria gráfica”, que está dirigido a los colaboradores que tienen relación -ya sea directa o indirecta- con el proceso gráfico y su calidad.

Entre sus objetivos, el diplomado busca entregar herramientas para determinar los procedimientos técnicos de calibración y mantenimiento en los equipos, dispositivos y máquinas que intervienen en la reproducción del color, y asegurar la eficacia del plan de calidad en el departamento de impresión, mediante



la medición y el análisis de indicadores, entre otros aspectos clave para conseguir resultados estandarizados y de alto valor.

El diplomado está estructurado en cuatro módulos: “Estandarización en los procesos de reproducción del color”, “Gestión del color en la industria gráfica”, “Gestión del sistema de calidad en la industria gráfica” y “Coaching y liderazgo”. Su programación está pensada para impartir conocimientos teóricos que luego son llevados a la experimentación a través de laboratorios prácticos.

Los requisitos para ingresar a este plan de estudios son poseer experiencia e interés en el área de gestión de calidad de los procesos gráficos, además de tener Licencia de Educación Media.



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

Cartón en los puntos de venta: CUANDO LA GRÁFICA SE VUELVE FUNCIONAL

La industria gráfica está viviendo un momento clave. Las nuevas tecnologías, así como el cambio en los intereses y prioridades de los clientes, están agregando desafíos en la mayoría de las áreas de trabajo del sector y abriendo, al mismo tiempo, nuevas oportunidades de crecimiento.

Una de ellas está en los puntos de venta. Si bien en esencia las necesidades en esta área se mantienen -creatividad, elementos novedosos, destacar en un ambiente saturado de gráficas-, se han sumado nuevos elementos que dan espacio a las empresas y productoras gráficas para innovar. Por ejemplo, hay una preocupación cada vez mayor por ser responsable con el medio ambiente, así como por controlar los costos. Y la gráfica está consolidando un rol más funcional a partir del uso de nuevos materiales.

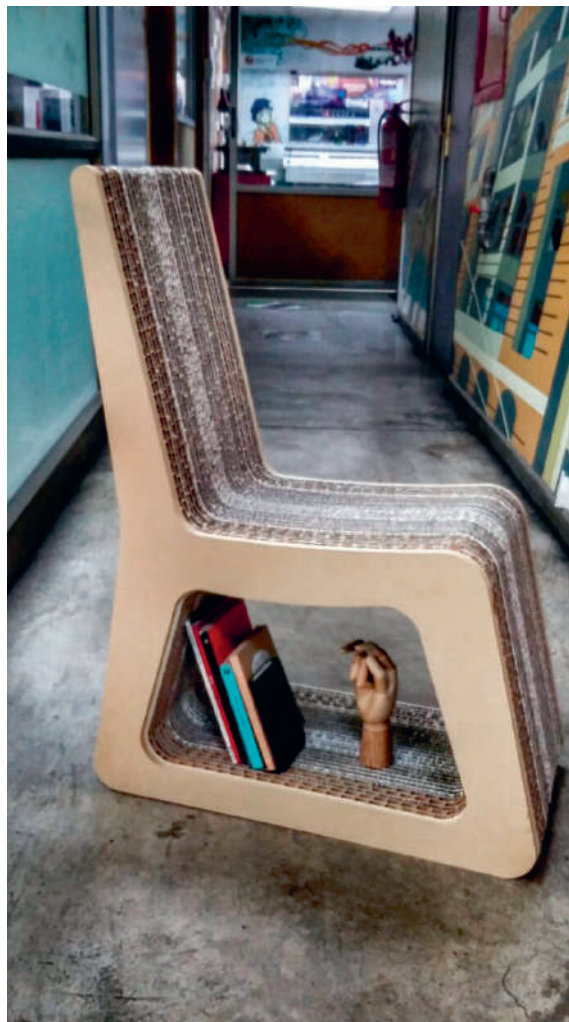
Para Nicolás Fracchia, Product Manager de NewGraph, esto genera una gran oportunidad para “implementar ideas creativas en un tiempo muy acotado dada la rapidez en la producción e implementación de exhibidores, puntos de venta de armado rápido, utilización de troqueles y big boys en cartón para resaltar el mensaje que se quiere dar. Esto, sumado al tema logístico que significa implementar grandes espacios y mover estructuras livianas en forma rápida, sin tanta mano de obra y de fácil bodegaje, hace que el cliente esté pidiendo cada vez más productos innovadores en cartón”.

Y es que el cartón parece ir en línea con las preocupaciones de los clientes, quienes están tratando de hacer más eficiente su gasto en gráficas y en publicidad. Además, según Karin Wlach, gerente general de Wlaver, la industria publicitaria está dando cada vez mayor preponderancia al uso de materiales amigables con el medio ambiente. “Considerando que estos elementos no duran más allá de dos o tres meses y luego debes desecharlos, la idea es que sea fácil y lo menos contaminante posible”, recalca.

En ese sentido, la versatilidad del cartón permite ofrecer soluciones capaces incluso de sostener peso, pero más livianas, fáciles de transportar y con resultados similares a los de materiales convencionales como maderas o fierro. Y, según Wlach, a un costo mucho menor.

Más funcional

Andrés Santander, gerente general de Inser, explica que la irrupción del concepto de Pallet Ready, que consiste en pallets que se instalan directamente en los pasillos del retail e incluyen



CARTONES PARA CADA NECESIDAD

Las posibilidades que entrega el uso de cartón son múltiples. Según su utilización, la industria está utilizando diferentes tipos de materiales ya que no hay que olvidar que, en el fondo, se trata de papel. Nicolás Fracchia, de NewGraph, explica que la tendencia en el punto de venta es el cartón corrugado onda C y E (de 4 y 1,5 mm respectivamente), económico y que permite manufacturar exhibidores de temporada, que tienen poca vida útil. En el nicho de mobiliario y stands para ferias, el “caballito de batalla” es el cartón panel de 10mm, con el cual se puede hacer mobiliario totalmente funcional y que, con el cuidado necesario, puede ser reutilizado en varias ocasiones. Y para mobiliario más permanente o stands de alto tráfico, el material que recomendado por Fracchia es Xboard, de la marca sudafricana Xanita, que ofrece planchas de 10 y 16 mm, con un relleno mucho mayor que los panales tradicionales, lo que le da una mayor resistencia al uso diario.

gráficas llamativas, refleja la oportunidad funcional de los productos: el packaging en sí mismo se transforma simultáneamente en un elemento de embalaje y exhibición en el punto de venta.

“No sé si esto sea algo nuevo, pero lo que sí creo es que el packaging debe ser más funcional de lo que hoy es, y algunas empresas están trabajando fuerte en esto”, dice Santander.

“La gráfica siempre ha tenido oportunidades en lo funcional, solo que ahora está permitiéndose que participe de forma activa en el proceso creativo y no como sólo el detalle final. Esto de que el cliente busque alternativas más ecológicas y más económicas, sin perjudicar la imagen del producto, nos ha abierto a la industria gráfica la puerta para poder llegar con proyectos completos al punto de venta”, concluye Karin Wlach.

Explorando el cartón y la funcionalidad

WLAVER: CON CERTIFICACIÓN FSC

Con larga experiencia en la elaboración de productos para el punto de venta, tanto gráficos como mobiliarios, a Wlaver le faltaba innovar en los materiales de fabricación para ofrecer artículos amigables con el medio ambiente y a menores costos. “El primer paso fue obtener la certificación FSC, para dar respaldo a nuestros clientes de la procedencia de los materiales y luego comenzar a crear”, dice Karin Wlach. Con esto, la empresa pudo diversificar su cartera de clientes y ofrecer soluciones gráficas para distintos espacios. Algunos ejemplos de estos desarrollos son cubre alarmas, que pasaron de tela PVC al cartón; pórticos, que antes eran de madera y hoy son de cartón; exhibidores, entre otros.



INSER: PRODUCTOS REUTILIZABLES

Hace un año, la compañía está desarrollando la línea Faster Display, que incluye productos funcionales para desplegar en el punto de venta y exhibir productos. Gracias a su forma de armado, son productos plegables, reutilizables y transportables. “En un país como el nuestro, donde el transporte es una parte importante del costo de implementación del punto de venta, estás disminuyendo en un 75% ese costo, sin perder funcionalidad”, explica Andrés Santander y agrega que “somos los únicos que ofrecemos un mueble que lo llevas como una carpeta bajo el brazo, y al armarlo tiene bandejas que soportan 40 kilos cada una. Es algo muy novedoso”.



NEWGRAPH: SOLUCIONES DE DISEÑO

Con un equipo de diseño que busca entregar soluciones a clientes que no saben lo que necesitan y también a otros que tienen una idea clarísima, pero les falta aterrizar la idea, el foco de NewGraph es brindar no sólo productos a la altura de su imaginación, sino también “una asesoría en lo estructural y en la materialidad necesaria para que su compra sea una inversión”, explica Nicolás Fracchia. Entre sus proyectos, destaca un exhibidor desarrollado para Stick Fix, redondo y en cartón microcorrugado y cartón panel, además de exhibidores para Hasbro, muebles más resistentes que se arman y desarmen para su posterior bodegaje y reutilización.



LA CELEBRACIÓN EN CHILE DE LOS 50 AÑOS DE CONLATINGRAF



Premio Benjamín Hurtado recae en el empresario brasileño Paulo Gonçalves

En febrero pasado se anunció al ganador de este año del Premio Benjamín Hurtado, que recayó en el empresario brasileño Paulo Gonçalves, quien ha desarrollado una importante trayectoria gráfica y ha impulsado permanentemente el desarrollo de la industria de su país, dirigiendo la compañía Gráfica Gonçalves.

La entrega del reconocimiento forma parte de los festejos de los 50 años de Conlatingraf, en una distinción que busca resaltar a los gráficos que contribuyen de forma significativa al crecimiento de la industria local y regional, potencializando y fortaleciendo esta actividad.

Este premio fue creado en honor del empresario chileno Benjamín Hurtado, quien fue el fundador y primer presidente de la confederación que agrupa a las asociaciones gráficas de toda la región. Además, fue el impulsor de la creación de Asimpres, en 1930.

Representantes de toda la región participan en Asamblea 2017

Una vez al año, los representantes de las 14 asociaciones que forman parte de Conlatingraf se reúnen en la asamblea anual para analizar el desarrollo de los

últimos meses y elegir a la directiva que dirigirá los pasos de la entidad en el siguiente período.

En esta oportunidad, los participantes de la asamblea están encabezados por Bruno Galicia, presidente de Canagraf (México); Levi Ceregato, presidente de Abigraf (Brasil); Soledad Laguna, presidenta de Agudi (Perú); César Aguilar, presidente de Asoingraf (Costa Rica); Gabriel

Hernández, presidente de PAF/GOA (Estados Unidos), y María Alexandra Gruesso, presidenta de Andigraf (Colombia), además de Roberto Tapia, presidente de Conlatingraf y de Asimpres.

Las actividades de Conlatingraf cuentan con el auspicio de empresas proveedoras como Ricoh, AGFA y Dipisa, cuyos representantes también están en Chile para reunirse con los em-

presarios de las asociaciones latinoamericanas que participan en la asamblea. En el caso de Ricoh, destaca la presencia de Ángel Bustamante, vicepresidente de Production Print Group para Ricoh Latino América. AGFA, por su parte, cuenta con la llegada de Fabrizio Valentini, presidente de AGFA Graphics América Latina, y de Paulo Amaral, director comercial de AGFA Graphics Brasil.



La industria latinoamericana reconoce a sus líderes

Cada año, desde 1982, Conlatingraf elige al Líder Gráfico de las Américas, destacando al representante de la industria gráfica latinoamericana que ha impulsado al sector en áreas como administración, tecnología y negocios, contribuyendo además al desarrollo de la industria, la comunidad y la sociedad en general.

Al cumplir medio siglo de vida, la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica decidió entregar medallas conmemorativas a una algunos de esos líderes que forman parte del Salón de la Fama de Impresión y que durante estas décadas han encarnado los valores que Conlatingraf promueve.

Es así como en el listado de personajes destacados por la entidad figuran nombres de empresarios chilenos como Ernesto Salviat Wetzig, fundador de Salviat Impresores; Carlos Hernán Aguirre, presidente de A Impresores; Roberto Tapia Mac Donald, actual presidente de Asimpres y Conlatingraf; Juan Marinetti Verderau, quien fue presidente de Marinetti Packaging, y Ernesto Salviat Escaff, reconocido como Empresario Joven en 2013.

Además, se consideran reconocimientos póstumos a Luis Vera Giannini, el primer chileno reconocido como Líder Gráfico de las Américas; César González Samohod, fundador de Gonsa, y Patricio Hurtado, quien fue presidente de Asimpres y Conlatingraf.

En la lista de líderes destacados también se encuentran empresarios de la región: Gustavo Morales Velilla, ex presidente de Asociación de Industriales Gráficos del Paraguay, y los ex presidentes de la Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas de México, José Luis Zamora y Héctor Cordero Popoca. También está incluido Emmanuel Rojas Bolaños, gerente general de Conlith S.A., reconocido como Empresario Joven en 2012.

ESTA EDICIÓN
FUE POSIBLE
GRACIAS A:

AGFA 

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

antalis 
Just ask Antalis

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

Canon

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


DIPISA
DISTRIBUIDORA
PAPELES INDUSTRIALES S.A.
San Ignacio 0131 Quilicura, Teléfono: 387100

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

Ecotrans
Una empresa del Grupo Hagraf

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


EDIPAC

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

HAGRAF 

Teléfono (+56 2) 2827 8000
www.hagraf.com


Distribuidora
Walter Lund
Desde 1979
PAPELES E INSUMOS GRÁFICOS

Teléfono (+56 2) 2665 2021
www.walterlund.cl


CERTFOR PEFC
PEFC/24-01-01
Comprometidos con la Sustentabilidad

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:

ASIMPRES  ASOCIACIÓN GREMIAL DE INDUSTRIALES GRÁFICOS DE CHILE

 **CONLATINGRAF**
Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica

Derechos Reservados. Las expresiones publicadas en este medio son de exclusiva responsabilidad de los autores, entrevistados y avisadores. La reproducción parcial o total de los contenidos de esta edición se permitirá con la previa autorización de ASIMPRES A.G.