

Impresiones

EDICIÓN Nº 122 AÑO 14, CHILE 2018 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



Página 3

Trazabilidad de medicamentos: **desafíos y oportunidades para la industria gráfica**

Página 7

Asimpres realizará Taller de Eficiencia Energética y Autoconsumo de Energía

Página 4



Entrevista a Carolina Eterovic, directora ejecutiva de Mujeres Empresarias:

“Los liderazgos femeninos son más colaborativos”

PRINT
stgo
2018

9, 10 Y 11 DE OCTUBRE • ESPACIO RIESCO

BREVES

La impresión digital sigue irrumpiendo en la industria del embalaje en el mundo

Smithers Pira acaba de publicar el informe “El futuro de la impresión digital para envases hasta el 2022” (The Future of Digital Print for Packaging to 2022), donde indica que el mercado de la impresión digital se ha expandido en más de 15% en los diversos formatos.

El documento señala que las plataformas de impresión digital están abriendo un mundo de posibilidades para impulsar el compromiso emocional con el consumidor y crear nuevas fuentes de ingresos. Esto permite que las marcas, las agencias de diseño y los minoristas se vuelvan más creativos. Mientras, otras empresas a lo largo de la cadena de valor pueden evolucionar a modelos comerciales nuevos y lucrativos.

La compañía identifica los factores clave que hacen que la impresión digital sea una opción tan atractiva: tiradas cortas económicas, el poder del compromiso, mantenerse al día con la legislación de etiquetados, protección de marcas contra falsificación, seguimiento y localización de productos en la cadena logística y mejoras de diseño.



Dscoop 2018 revela nuevas corrientes en impresión

Entre el 25 y 28 de marzo en Dallas, EE.UU., se llevó a cabo Dscoop Unleashing Print 2018, con el objetivo de cerrar la brecha entre vendedores y proveedores de impresión. Fue el espacio ideal para una experiencia educativa completa alrededor de la tecnología gráfica para todos los públicos del sector.

En el evento, se realizó una serie de seminarios en los que destacados expertos del mundo de la impresión y proveedores expusieron sobre las últimas tendencias y nuevas oportunidades. En estos seminarios se pudo distinguir algunas tendencias, tales como:

Además, se realizó una jornada educativa para vendedores, dueños de marcas y creativos, sobre el poder de la impresión digital, cómo impulsa campañas y ayuda a conseguir espacio en las estanterías y hace que las campañas sean más exitosas si también se realizan online o en redes sociales.

Por otra parte, los asistentes pudieron tener una experiencia creativa inmersiva a través de los diferentes “mundos” de impresión creados a partir de las últimas prensas de HP Indigo y HP PageWide.

Realizado por usuarios y para usuarios, este es el mejor evento para generar oportunidades de negocio, desarrollar nuevos mercados y soluciones que hacen la impresión digital más rentable y efectiva.

- **Impresión para realizar campañas personalizadas.** Los asistentes pudieron conocer las últimas aplicaciones e ideas para crear impresión personalizada, además de entender los costos y beneficios para imprentas y clientes.

- **Cómo crear experiencias interactivas con el poder de las redes sociales y la impresión.** Los expositores explicaron cómo utilizar el poder de las redes sociales y cómo ocupar plataformas físicas y digitales para crear experiencias interactivas para los clientes.

- **El uso de la impresión digital para realizar campañas creativas y como herramienta de marketing.** El público tuvo la oportunidad de conocer cómo posicionar la impresión digital como una herramienta de marketing, para realizar campañas más creativas y de impacto que ayuden al reconocimiento de las marcas.

Lanzamiento del tomo II del libro La Historia de la Imprenta en Chile

El 9 de marzo en un evento patrocinado por Asimpres se lanzó el segundo tomo de La Historia de la Imprenta en Chile, de Jorge Soto Veragua. El autor, 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, decidió abocarse a la investigación de su historia.

En 1991 y tras una larga investigación, Soto publicó su libro Breve Historia de la Imprenta y de la Industria Gráfica en Chile, antesala del 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.

El segundo tomo de ese libro, según Jorge Soto: “Continúa con un desglose de las principales áreas de este oficio como tipografía, serigrafía, huecogrado, flexografía, offset, packaging e impresión digital, con sus proveedores y servicios”.



Kodak anuncia el lanzamiento de la placa SONORA X

La exitosa tecnología de placas sin proceso de Kodak da un nuevo paso adelante con la introducción de la placa Kodak SONORA X Libre de Procesamiento. Desarrollada en base a las ventajas de la tecnología sin procesamiento de Kodak, la nueva SONORA X elimina las barreras que existían anteriormente para los impresores que demandaban un mayor desempeño.

Quintero avanza a la consolidación en impresión digital de etiquetas

Por más de 25 años, Quintero Impresores se ha especializado en la fabricación de etiquetas de alto valor agregado, principalmente para vinos. Fue el primero en adoptar la tecnología offset digital al adquirir una prensa de bobina Indigo Omnis para la producción de cortos tirajes en el cada vez más segmentado mercado del vino de exportación. Hoy, vuelve a romper los moldes inte-

grando a su planta digital la primera prensa digital HP Indigo 20000 en Chile, además de una tercera HP Indigo WS6800 y una moderna línea de acabados Cartes.

Al respecto, César Morales, gerente general de la empresa, explica que “detectamos que existe una gran oportunidad en el segmento del desarrollo de empaques de cortos tirajes y en la necesidad de las marcas de generar packaging con personalización y de alto impacto”.

“Podremos ofrecer a la industria una nueva forma de comprar, bajando ostensiblemente la cantidad mínima de compra, lo que conlleva disminuir los costos de penetración de mercado para las marcas, bajar el desperdicio y, por sobre todo, controlar los inventarios, dado que esta tecnología permite muy bajos tiempos y metros de setup, incluso logrando variabilidad uno a uno”, agrega.

Estas importantes inversiones en tecnología digital van de la mano con la construcción de una nueva y moderna planta impresora, que permitirá resolver las necesidades logísticas y de espacio surgidas con la creación de la nueva área de negocios de empaques flexibles. Las nuevas instalaciones se emplazan en un terreno de 7.700 m2 en la comuna de San Joaquín y serán inauguradas junto con las maquinarias en mayo 2018.



Trazabilidad de medicamentos: DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES PARA LA INDUSTRIA GRÁFICA



La trazabilidad – herramienta que permite registrar y seguir la trayectoria de cada unidad en la cadena de suministro– ha entrado con fuerza en diferentes mercados, como alimentos, tabaco y alcohol. Uno de los mercados donde resulta muy útil es la industria farmacéutica.

“Esta es la herramienta más eficiente para controlar en tiempo real las transacciones de los medicamentos, verificar el origen de los mismos y registrar la historia de localizaciones y traslados a lo largo de la cadena de distribución. Es ideal para detectar anomalías en un circuito de provisión legal definido”, explica Mauricio Huberman, presidente del Colegio de Químicos Farmacéuticos y Bioquímicos de Chile. Así, se garantiza al paciente la calidad y seguridad de los tratamientos.

La trazabilidad pretende controlar problemas como robo, contrabando, falsificación y adulteración, que ponen en riesgo la salud del paciente. Además, indica Marcelo Espinoza, gerente de desarrollo comercial de AMF

Impresores: “la falsificación y el mercado negro generan daños de impuestos para los Estados y daño a las marcas”.

Desafíos y oportunidades

Implementar este tipo de proyectos de trazabilidad será un desafío para las compañías farmacéuticas y para las imprentas. “Estas reglamentaciones generarán complicaciones iniciales en las imprentas, debido a la utilización de códigos únicos para cada empaque”, señala Leonardo Arellano, gerente de RP Impresores.

El rol de las imprentas en este ámbito es fundamental: “Dada la complejidad de un proyecto de serialización, las operaciones de impresión son cruciales para el éxito”, indicó Thierry Protas, director global de productos farmacéuticos de Videojet Technologies a Industria Gráfica Online.

A la vez, presenta oportunidades para la industria gráfica, gracias a servicios adicionales integrados de soporte empresarial que se puede ofrecer a los clientes (soluciones de datos, logística, marketing, etc.).

La trazabilidad de medicamentos en Chile y mundo

En Estados Unidos y la Unión Europea existen leyes sobre trazabilidad de medicamentos. En EE.UU. desde 2013 el objetivo es construir en 10 años un sistema para la rastreabilidad de los medicamentos, conectado con las prescripciones de los pacientes.

En Chile, lo que exige la ley es que cada medicamento debe contener la información del productor (y distribuidor en caso de ser importado), fecha de elaboración, fecha de vencimiento y número de lote. El Decreto Exento N° 57, Norma técnica N° 147 de “Buenas Prácticas de Almacenamiento y Distribución” habla sobre trazabilidad, pero no es obligatoria.

Por su parte, el CENABAST (Central Nacional de Abastecimiento) está realizando un proyecto piloto de trazabilidad para controlar sus medicamentos, en el que participa AMF Impresores.

AMF Impresores desarrolla plataforma de trazabilidad

Desde el año pasado, AMF Impresores trabaja en un proyecto cofinanciado por Corfo para desarrollar una plataforma de Track & Trace (trazabilidad) para alimentos y fármacos. La herramienta será lanzada en LatinPack.

Después de un año de estudio, explica Marcelo Espinoza, decidieron desarrollar esta área, considerando que ya tenían experiencia con etiquetados, envases de alimentos y packaging farmacéutico. Además son líderes en impresos variables y tienen un data center donde manejan información confidencial.

“Esperamos que ya en unos dos o tres años los laboratorios nacionales que exporten sus medicamentos, tengan la obligación de serializar sus envases con códigos impresos que permitan trazabilidad web/móvil”, finaliza Espinoza.

Preparándose para la trazabilidad en fármacos

En RP impresores, explica Leonardo Arellano, imprimen packaging, han confeccionado muestras físicas con los códigos y presentaciones del software, para estar preparados cuando la trazabilidad farmacéutica sea ley.

Están trabajando con una empresa que tiene implementados procesos trazabilidad en medicamentos en EE.UU. “Tenemos la relación comercial y tecnológica para implementar sistemas que están probados. Por otro lado acá desarrollamos algunos sistemas y códigos de seguridad, junto con proveedores de sistemas de impresión para datos variable”, agrega Arellano.

La trazabilidad pretende controlar problemas como robo, contrabando, falsificación y adulteración, que ponen en riesgo la salud del paciente.

Insumos de proveedores para Track&Trace

Dentro de las soluciones de proveedores relacionados con los sistemas Track & Trace se encuentra HP SmartStream Designer, de HP Indigo. Xerox, por su parte, ofrece Xerox® BrandSecure Packaging Solution.

Proyecciones del mercado del etiquetado para 2018



Durante 2017 hubo un robusto crecimiento en el mercado de etiquetas a nivel mundial y la industria se continuó diversificando.

Andy Thomas, director estratégico de Labels&Labeling, destaca para este año que en los mercados en desarrollo aún hay un gran potencial de crecimiento y oportunidades de innovación. “En África, Medio Oriente y Latinoamérica el perfil más joven de los consumidores abre nuevas oportunidades para campañas de marketing innovadoras e interactivas, con las etiquetas como centro”, señala Thomas.

Mientras, en Europa y otros mercados desarrollados la innovación y el crecimiento están cambiando rápidamente los hábitos de los consumidores, lo que hace que las marcas se muevan ágilmente entre distintos formatos.

En todos los mercados globales surge la necesidad de que las etiquetas se vuelvan “inteligentes”. Desde la gestión global de la cadena de suministros y sistemas track and trace, pasando

por detecciones ambientales (como temperatura y presión), indicadores de frescura y elementos integrados de seguridad (desde RFID –identificación por radiofrecuencia– a tintas y barnices especializados).

Otra fuente de innovación son los requerimientos legales de añadir más y más información en los empaques. Esto favorece formatos que dejen espacio para identidad de marca mientras presenten la información requerida. En este sentido, la Asociación Nacional de Fabricantes de Etiquetas en Continuo de España aclara que producto, etiqueta y envase deben concebirse como una unidad que transmite el mismo mensaje, entregando información y además los valores de la marca.

Ganar la lealtad de los clientes, explica Thomas, también necesitará de la innovación. Desde personalización como herramienta de marketing, a conectar con plataformas de redes sociales mediante realidad aumentada y códigos que se puedan escanear.

Carolina Eterovic, directora de Mujeres Empresarias:

“LOS LIDERAZGOS FEMENINOS SON MÁS COLABORATIVOS”

La organización Mujeres Empresarias (ME) ha trabajado durante 16 años en apoyar y promover a las mujeres en el mundo laboral. En el marco del encuentro gremial de mujeres de la industria gráfica, Carolina Eterovic, directora de ME, se refiere a los desafíos del liderazgo femenino, a las prioridades en el ámbito de las políticas públicas y cómo los hombres pueden aportar en la inclusión de mujeres en sus compañías.



¿Cuáles son los desafíos para el liderazgo femenino que ha podido identificar en los años de experiencia de ME?

El liderazgo femenino es una característica que las mujeres han tenido que aprender a desarrollar. Cuando partió Mujeres Empresarias era un tema que prácticamente no se hablaba. Como es algo que estamos aprendiendo, todavía falta de preparación. Ese es un primer desafío.

Segundo, hay mujeres que están medianamente preparadas pero después hay un tema de cómo lo llevan a cabo entre sus pares. Esto se da más en el mundo ejecutivo, donde son pocas mujeres y cuesta hacerse notar.

Un tercer punto es encausar de la mejor manera el liderazgo hacia abajo.

¿Cómo se pueden preparar mejor las mujeres?

Veo dos maneras claras de hacerlo. Una es a través de programas de liderazgo dentro o fuera de las organizaciones. En Mujeres Empresarias tenemos programas de liderazgo donde mujeres motivadas se acercan porque quieren mejorar.

La otra vía son las mentorías. Estas se dan de una manera muy natural, más entretenida y práctica. Estás hablando con una persona que de alguna manera está relacionada contigo en el mundo laboral.

¿Cuáles son las prioridades en inclusión femenina que deberían abordarse en políticas públicas y en las empresas?

La inclusión femenina es el tema que nos convoca, porque estamos al debe y probablemente vamos a seguir al debe por muchos años. Dentro de las políticas públicas creo que se han hecho cosas interesantes, como un programa de ley de cuotas que se planteó en las empresas públicas.

Después, fomentar que las mujeres tengan más acceso a trabajos mediante la flexibili-

dad. Hoy ya se ve en algunas organizaciones. Son prácticas que deberíamos imitar a través de políticas públicas a nivel nacional.

Un motor importante es que

“LOS LIDERAZGOS FEMENINOS SON MÁS DE EQUIPO, MÁS PERSONALES EN EL SENTIDO DE PREOCUPARSE POR LA PERSONA, SON MÁS DE TRATAR DE AUNAR OPINIONES Y MENOS VERTICAL”.

las cabezas de las organizaciones, principalmente hombres, estén convencidos de que son medidas que tenemos que to-

mar como país para poder aumentar la productividad.

¿Cómo debieran los líderes hombres, participar activamente en la inclusión de las mujeres en sus compañías y en alta dirección?

Es la pregunta del millón. Aquí un factor muy importante es el tema cultural, por lo que toma tiempo, años. No se puede resolver por medio de una ley. Tienen que estar convencidos, entenderlo e incorporarlo.

Creemos que ha habido un recambio generacional, las generaciones más jóvenes lo entienden. Sentimos que cuando ya las organizaciones están lideradas por otra generación se abre una puerta y oportunidades para que este tema sea importante y se tomen medidas.

Hoy día nos llaman mucho para preguntar nombres de mujeres para cargos gerenciales o directorios, hay un interés real. Antes no era tema.

¿Se pueden determinar características comunes al liderazgo femenino?

Son liderazgos más colaborativos, más de equipo, más personales en el sentido de preocuparse por la persona, son más de tratar de aunar opiniones y menos vertical. Eso es muy bien valorado y en general a las empresas le hace falta.

A mí me parece que la mezcla de los dos es muy buena, porque los hombres se preocupan de otras instancias en sus liderazgos. Tiene que haber un liderazgo de complemento. También vemos en esto un cambio, porque las mujeres que eran líderes en organizaciones hace 10, 15 o 20 años eran muy masculinas en sus liderazgos, por que tenían que copiar lo que había. El gran valor, la gran riqueza, está en hacer organizaciones más balanceadas en todo sentido.

MEETINGS GREMIALES

Líderes femeninas de la industria gráfica se reúnen en evento organizado por Asimpres

El 27 de marzo se realizó en dependencias de Asimpres el meeting gremial de mujeres de la industria gráfica con Carolina Eterovic, directora ejecutiva de Mujeres Empresarias.

En el encuentro las participantes compartieron sus historias de emprendimiento y conversaron sobre temas en común, como ser la única mujer en sus directorios y ser líderes femeninas en una industria mayoritariamente masculina, coincidiendo en que el rol de la mujer en los directorios está subrepresentado. Asimismo, destacaron que el valor del liderazgo femenino es que tiene una mirada más blanda.

Por su parte, Carolina Eterovic compartió la historia de la formación de Mujeres Empresarias, institución que fundó en 2001 junto con Francisca Valdés, directora ejecutiva. Hoy la red está integrada por más de tres mil socias: emprendedoras, empresarias y ejecutivas, quienes asisten a sus eventos, utilizan los diferentes servicios, se

capacitan, forman redes y acceden a difusión en los medios. A la vez, señaló que en su experiencia Chile está a la delantera en este tema.

En el evento participaron Cecilia González -socia y encargada del área de producción de Gonsa S.A.-, Andrea Ramírez -directora y gerente de gestión y ventas de Ártica la Impresión del Vino-, Karin Wlach -gerente de Wlaver Impresores-, Lucía Bustamante -gerente general de Andros Impresores-, Myriam Villaman -Product Manager de Graphic Communications de Xerox Chile- y Daniela y Sandra Romero, socias de Imprimarte. Además de María Eugenia Mingo, gerente de Asimpres, y Natalia Ramos, coordinadora de comunicaciones.

Este es el segundo meeting gremial de 2018. Los meeting gremiales corresponden a reuniones mensuales de grupos reducidos de socios para conversar con un experto en diferentes temas de interés. Tienen formato de mesa redonda y están programados para el primer miércoles del mes.



Bernardo Larraín, presidente de SOFOFA:

“Esperamos un repunte en coherencia con la economía”

Valeria Olivari
Claudio Margarit
Roberto TapiaJuan Pisano
Marcela Lahosa
Rodrigo León
Felipe AriasJorge Ortúzar
Michel SabelleDaniel Ramírez,
Mario Castro
Roberto Gana
Juan Eduardo Olmos

El miércoles 14 de marzo se realizó el primer Encuentro Gráfico Asimpres de 2018 en dependencias de la SOFOFA. El evento, auspiciado por Dimacofi, contó con la participación de más de 70 socios de Asimpres.

En la ocasión Bernardo Larraín, presidente de la SOFOFA, dio a conocer las proyecciones de la industria para este año, explicando que se ven vientos positivos con expectativas de crecimiento por la gestión del nuevo gobierno y condiciones externas favorables.

“En octubre del año pasado la proyección del Banco Mundial para la economía chilena para 2018 hablaba de un 2,5%. En ese entonces se veía una incipiente recuperación de la economía internacional. En enero el Banco Mundial habla de señales más sólidas y más consolidadas de recuperación de la de la economía global”, señaló Larraín. En este sentido, la última proyección para el crecimiento en Chile está cerca del 3%.

Asimismo, explicó que la producción industrial en el país ha sido negativa en los últimos años y se espera que pase a positivo: “La industria gráfica ha estado en negativo los últimos tres años. Esperamos que tenga un repunte en coherencia con la economía”, indicó el presidente del gremio fabril, añadiendo: “la expectativa es que los vientos favorables se transformen en un motor que dé estabilidad a este mayor crecimiento”.

Pero, según señaló el presidente de la SOFOFA, hay algunas limitantes para el crecimiento: “En los últimos años estamos creciendo bajo nuestro potencial y nuestro potencial ha bajado también. Esto tiene relación con algo más estructural de la economía chilena”. En este contexto, ha ido bajando la inversión, en parte por la minería y en parte por los cambios regulatorios. “Los empresarios sabemos gestionar algunos riesgos, pero hay otros que no. Estos se relacionan con la falta de predictibilidad de decisiones de instituciones y organismos. Finalmente esto inhibe la decisión de inversión”, explicó Bernardo Larraín.

Freddy Keutel
Jan Socha
Ricardo Schaub

Durante su presentación, el presidente del gremio fabril trató temas como la importancia de poner en la discusión la competitividad en estructura tributaria. Además, presentó la agenda de modernización del Estado de la institución, que incluye instituciones, regulaciones y gestión.

En cuanto las instituciones, Larraín indicó que es importante crear en Chile una institución que vele por que las leyes sean bien diseñadas. Sobre las regulaciones, la SOFOFA aboga a simplificaciones regulatorias en cuanto a las leyes tributarias y laborales. Finalmente, refiriéndose a la gestión del aparato público, señaló que es importante digitalizar el Estado.

Fabricio Cáceres
Myriam Villamán
José Miguel Seguel

Los socios preguntan...

Para finalizar el evento, se realizó una ronda de preguntas donde los socios tuvieron la oportunidad de hacer preguntas a Bernardo Larraín, presidente de la SOFOFA.

JUAN PISANO, GERENTE GENERAL DE EMPRESAS JORDÁN

“¿Qué debemos hacer los empresarios en la trinchera para ayudar en esta agenda de la SOFOFA? ¿Qué podemos hacer desde el gremio?”

Bernardo Larraín: “El desafío es que estos temas no

aparezcan como temas de elite, técnicos o académicos. Las empresas tienen un deber de socializarlos y convertirlos con sus trabajadores, proveedores y contratistas”.

MICHEL SABELLE, GERENTE COMERCIAL DE ÁRTICA, LA IMPRESIÓN DEL VINO

“Hay una marca país de Chile que se ha desarrollado pero no ha tenido la presencia en el extranjero como la que ha logrado Perú. ¿Se ha hablado en la agenda de la SOFOFA sobre qué se va a hacer en cuanto a este tema?”

Bernardo Larraín: “Se han hecho varios diagnósticos negativos en este tema especialmente en comparación con países vecinos como Argentina y Perú. Estamos encargando un estudio para pedir que nos modernice-

mos, y coordinemos institucionalidades que hoy están fragmentadas”.

RODRIGO LEÓN, SOCIO Y GERENTE GENERAL DE COLORPACK

“Las grandes compañías han cambiado su comportamiento hacia las empresas proveedoras. Nos vemos afectados por los largos plazos de pagos ¿De qué manera puede influir SOFOFA para cambiar este comportamiento?”

Bernardo Larraín: “Hicimos un catastro de cuántas empresas vinculadas a SOFOFA enfrentan estos problemas y estamos haciendo una encuesta con las grandes empresas. Se quiere proponer una especie de auto regulación SOFOFA para las empresas asociadas”.



VICTOR CASTRO,
DIRECTOR DE
LA ESCUELA DE
LA INDUSTRIA
GRÁFICA

“Nuestros estudiantes, orgullo de sus profesores, cada vez destacan más donde van”

El comienzo de un nuevo año nos trae nuevos desafíos, nuevos estudiantes han llegado a la Escuela de la Industria Gráfica, nuevos padres y apoderados se están integrando a nuestra comunidad escolar.

Casi doscientos estudiantes con sus respectivos apoderados están depositando su confianza en la institución. Muchos de ellos han llegado porque un hermano, tío, maestro guía o vecino ya estudió en la Escuela de la Industria Gráfica.

Nuestros estudiantes, orgullo de sus pro-

fesores, cada vez destacan más donde van. Adquieren competencias en el transcurso de cuatro años, valores como el respeto, la responsabilidad y la confianza se van impregnando en la piel de estos jóvenes y jovencitas, no sin mediar muchas dificultades propias de nuestros adolescentes, sin embargo con la ayuda y colaboración de sus profesores y guías salen adelante con sus estudios y sueños.

Muchos desafíos nos quedan por delante. Todos esperamos que se cumplan los anhelos de una parte importante de los padres y madres de la escuela, donde esta es un lugar seguro, acogedor y que brinda muchas oportunidades.

Qué fue de...

RODRIGO PEÑA, *prensista offset en Impresos G4:*

“La perseverancia y la paciencia es lo que más se aprendía en la Escuela. Y es algo muy útil de saber hasta el día de hoy”

El interés de Rodrigo Peña por la industria gráfica surge a partir de un hermano mayor que era prensista offset, a través de quien supo que existía la Escuela de Artes Gráfica. Fue así como estudió y egresó el año 90 de Impresión Gráfica.

Su práctica la hizo en Diprint, donde trabajó por 16 años y llegó a ser jefe de prensa offset. Posteriormente, se desempeñó en B&B impresores y después tuvo la oportunidad de trabajar como jefe de taller en la Editorial Edobol, en La Paz, Bolivia.

Por asuntos de fuerza mayor tuvo que volver a Chile, donde se integró a Impresos G4. “Tuve la suerte de comunicarme con don Gerardo Soto, gerente general, quien se estaba instalando con su imprenta. Yo sabía imprimir, doblar y cortar, lo que era necesario para las tres máquinas que tenía en ese entonces: la Heidelberg Speedmaster SM 52, la Polar 115 y la Stahl 54. Ahí empecé a trabajar solo en el taller”, explica Rodrigo. De esto ya han pasado 9 años.

De la industria gráfica, explica que disfruta “el día a día. Un día nunca es igual que otro. No es rutinario... acá hay que hacer de todo, desde cortar el papel, imprimirlo, terminarlo y hasta despacharlo”, agrega sobre su labor en Impresos G4, donde también se encarga de las reparaciones de la máquina Heidelberg SM 52.

Sobre su paso por la Escuela, Rodrigo destaca: “La perseverancia y la paciencia es lo que más se aprendía en la Escuela. Y es algo muy útil de saber hasta el día de hoy”.



Desde el 11 de junio al 22 de agosto de 2018 Ingraf ofrecerá un diplomado de Impresión Digital Estandarizada bajo norma ISO 12647-8. Este programa está dirigido a un amplio espectro de personal que tiene directa relación o indirecta con la impresión digital y sus procesos.

Según explica Jimena Tapia, directora académica del CTF Ingraf, la importancia de este diplomado radica en que la impresión digital está tomando una nueva directriz en el mercado gráfico.

“El diplomado recoge todos los procesos de la impresión digital: preparación de archivos, impresión con dispositivos digitales y la gestión del color: puntos fundamentales de la Norma ISO 12647-8, la cual controla la base de los procedimientos”, agrega.

Diplomado Impresión Digital Estandarizada bajo norma ISO 12647-8

EL DIPLOMADO, QUE TIENE COMO CUPO MÁXIMO 15 PERSONAS, CUENTA CON CUATRO MÓDULOS:

- **Módulo 1:** Preparación de archivos para la impresión digital (32 horas)
- **Módulo 2:** Impresión con dispositivos digitales (32 horas)
- **Módulo 3:** Gestión de color en la impresión digital (32 horas)
- **Módulo 4:** Coaching y liderazgo en la empresa (12 horas)

Las clases se realizarán los días lunes, miércoles y viernes, de 18 a 22 horas, en Salesianos 1463, comuna de San Miguel Santiago. El valor del curso es de \$540.000 y cuenta con 100% de financiamiento SENCE.

Las inscripciones están abiertas hasta el 6 de junio (v.godia@educagrafica.cl, 22 556 6445).

Para el segundo semestre de 2018 CTF Ingraf tiene planeados dos diplomados más: uno de impresión flexográfica y otro sobre impresión offset.



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

ASIMPRES REALIZARÁ TALLER DE Eficiencia Energética y Autoconsumo de Energía para la Industria Gráfica

El 8 de junio de 2017 se firmó el segundo Acuerdo de Producción Limpia de la Industria Gráfica. Desde ese día, las empresas gráficas inician un proceso de certificación ante el Ministerio de Economía, a través de su Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático.

Entre las temáticas abordadas por este segundo APL se encuentra la eficiencia energética y el autoconsumo de energía renovable. Y es precisamente para tratar este punto que el 24 de abril se realizará el Taller de Eficiencia Energética y Autoconsumo de Energía para la Industria Gráfica.

En la ocasión, los profesionales Alejandro Silva, de la División de Eficiencia Energética, y Alberto Ortega, de la División de Energías Renovables del Ministerio de Energía, expondrán sobre los modelos ESCO y los beneficios de aplicar eficiencia energética e implementar autoconsumo de energía con sistemas fotovoltaicos en las empresas. Francisco Raveau, gerente general Impresos Conosur contará la experiencia de su empresa y Sergio Becker, consultor en impresión sustentable de Asimpres, hablará sobre el Manual de Gestión de Energía y Guía de Autodiagnóstico.

El modelo ESCO, señala Gabriel Prudencio, jefe de la División de Energías Renovables del Ministerio de Energía, es un modelo de negocio técnico-financiero que permite una relación comercial para el desarrollo de proyectos de eficiencia energética y energías renovables. Es ofrecido por empresas de servicios energéticos (ESCO por su sigla en inglés), donde la inversión inicial financiada por ellas, se paga en el tiempo a través de los ahorros generados por la implementación de una medida de eficiencia energética y/o de autoconsumo con energías renovables.

“En general las empresas han mostrado gran interés en los modelos ESCO, ya que es una forma simple, rápida y segura de obtener ahorros energéticos, sin desviar esfuerzos ni recursos de la propia empresa, aumentando su eficiencia energética e incorporando energía renovable para el autoconsumo; mejorando su competitividad y agregando valor a sus productos y servicios” indica Prudencio.



TIPOS DE CONTRATO DE DESEMPEÑO ENERGÉTICO DENTRO DEL MODELO ESCO

Contratos de autoconsumo con energías renovables:

- **Venta de energía:** la empresa ESCO vende al cliente la energía que es generada por un sistema de eficiencia energética, por un cierto período y a una tarifa acordada entre las partes.
- **Leasing:** se establece cuota fija mensual por un período acordado.

Contratos de eficiencia energética:

- **Ahorros compartidos:** los ahorros se comparten entre la ESCO y el cliente según porcentajes acordados.
- **Fast Out:** todos los ahorros son para la empresa ESCO, pero el contrato tiene un plazo menor que las otras opciones.

Los servicios ofrecidos bajo este modelo de negocio, se traducen en que la ESCO desarrolla los proyectos (diseña, financia, instala, opera y los mantiene) bajo un contrato especial de desempeño energético, donde la empresa ESCO se ocupa de la correcta implementación y el funcionamiento de las medidas de eficiencia energética y de generación de energía para autoconsumo. De esta forma es la empresa ESCO quien asume los, pues el contrato vincula la recuperación de la inversión que ella realiza y sus ganancias a los ahorros generados a sus clientes.

Hoy existen más de 17 compañías de servicios energéticos en Chile que ofrecen y trabajan bajo este modelo de negocio.

Taller de Eficiencia Energética y Autoconsumo de Energía para la Industria Gráfica

FECHA: **Martes 24 de abril** • HORARIO: **9:45 a 13:00 hrs.**

LUGAR: **Escuela de la Industria gráfica. Calle Florencia 1442, San Miguel, Región Metropolitana.**

PROGRAMA

1. Eficiencia Energética: Beneficios de aplicar eficiencia energética en las empresas y los modelos ESCO asociados. Alejandro Silva, de la División de Eficiencia Energética del Ministerio de Energía.

2. Autoconsumo de Energía: Incorporación de sistemas fotovoltaicos para el autoconsumo de energía y Modelos ESCO para su implementación. Alberto Ortega, de la División de Energías Renovables del Ministerio de Energía.

Coffee Break

3. Caso de experiencia.

Francisco Raveau, Gerente General Impresos Conosur.

4. Manual de Gestión de Energía y Guía de Autodiagnóstico.

Sergio Becker, consultor en impresión sustentable de Asimpres.

INSUMOS
Sustentables

La impresora sin tinta ni tóner

La impresora inkless®, desarrollada por ex estudiantes de la Universidad Tecnológica de Delft en los Países Bajos, no necesita tóner y usa un haz de luz láser para imprimir quemando directamente la superficie del papel.

La tecnología de esta impresora monocroma se basa en el láser y permite imprimir en múltiples estratos sin insumos (como catridges o tóner) ni revestimientos. A diferencia de otras tecnologías de impresoras sin tinta, inkless® no requiere imprimir sobre sustratos revestidos, ya que esta tecnología ha sido desarrollada para imprimir en cualquier tipo de papel.

El principio utilizado para desarrollarla no es tan distinto a quemar un papel utilizando una lupa. Los desarrolladores recrearon este principio en un laboratorio usando un láser infrarrojo que pasa por un grupo de lentes especiales y quema el papel, con una serie de puntos negros.

“Aplicamos energía usando el láser, y así cambia el color del papel. Si alguien intentara hacer esto tendrían problemas como que el color sería café y al frotarlo la impresión no sería permanente y se podría borrar. Lo que hemos hecho en los últimos años de investigación es poder asegurar que la calidad, el color de la tinta y el color de la impresión que se obtenga con la impresora inkless®, sea del mismo tono de negro que una impresora normal”, explicó Venkatesh Chandrasekar, uno de los desarrolladores, a Euro News.

Esta tecnología implica una reducción significativa de los costos de impresión, menos horas hombre utilizadas en cambiar insumos y no hay momentos en que no se utiliza la impresora, ya que el proceso de impresión puede realizarse en forma continua y sin interrupciones. Además tiene un menor impacto ambiental, porque no es necesario producir y desechar catridges para su funcionamiento (un catridge demora unos 450 años en descomponerse totalmente una vez desechado).

PRINT stgo 2018

5ª VERSIÓN - EXPO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

09.10.11 • OCTUBRE / ESPACIO RIESCO

Epson

La pasarela se llena de innovación gracias a la producción textil digital

La alta costura y la tecnología más avanzada en impresión digital textil son hoy mundos que dialogan e interactúan. La irrupción de la impresión digital textil permite a la industria de la moda responder en menor tiempo y generar tiradas cortas de producción.

Prueba de ello han sido los dos últimos proyectos liderados por Epson, junto a los afamados diseñadores Ion Fiz y Richard Quinn, donde las propuestas de alta costura, caracterizadas por su estilo atrevido, contaron con la participación de Epson en la

impresión de tejido mediante técnica de sublimación.

Las telas del vestuario del proyecto "Epson by Ion Fiz" se estamparon con impresoras textiles de Epson, permitiendo al diseñador centrarse más en labores de diseño y no de gestión de proveedores y materiales.

Richard Quinn, por su parte, mostró en la London Fashion Week su colección Liberty London, basada en la deconstrucción de las impresiones de Liberty, todo ello impreso con impresoras Epson SureColor SC-F.



Tal como explica Josep María Coll, director de la división Commercial & Industrial Printing: "Hemos querido mostrar al público que la tecnología es capaz de fusionarse con la alta costura para desarrollar diseños atrevidos, sorprendentes, donde el único límite es la imaginación".

Antalis

confirma su presencia en la quinta versión de Print Stgo

Con presencia en 45 países, Antalis se ha posicionado como una de las compañías más importantes de la industria gráfica a nivel mundial, comercializado en el mundo nuevas tecnologías e innovación.

En Chile Antalis está presente desde hace más de cuatro décadas, representando marcas líderes que desde distintas áreas de negocios entregan las más diversas y completas soluciones.

En Print Stgo, Antalis estará dando a conocer las últimas soluciones en tecnología e innovación que aportan directamente al crecimiento eficiente y rentable de sus clientes. "Esta feria es una instancia que nos permite dar a conocer todo nuestro portafolio de soluciones al mercado, además de ser una excelente vitrina y plataforma de nuevos negocios" comenta Freddy Keutel, Country Business Manager de Antalis.

"Soluciones Innovadoras será uno de los pilares en Print Stgo, mostrando a los asistentes herramientas que ayuden a optimizar sus procesos mediante uso de tecnología y automatización", agrega.

Siegwerk



Alianza estratégica entre dos grandes compañías revoluciona el mercado de tintas de empaques digitales

Siegwerk Druckfarben AG & Co.KGAA, uno de los principales proveedores internacionales de tintas de impresión para aplicaciones de envasado y etiquetas, y Agfa Graphics, proveedor líder en offset de preimpresión e inyección de tinta print, generaron una importante alianza estratégica para tintas de empaques digitales.

El contrato incluye la transferencia comercial de Agfa Graphics a Siegwerk de una lista seleccionada de clientes, acceso a conocimientos, propiedad intelectual y servicios en el dominio de tintas de inyección de tinta digital curables por UV para la industria de etiquetas y envases de un solo paso.

"Esta alianza estratégica encaja perfectamente para nosotros", señaló Tom Cloots, director industrial Inkjet Agfa NV. "Con este acuerdo, estamos uniendo lo mejor de dos mundos. Si bien seguiremos confiando en la fuerte colaboración existente de Agfa con fabricantes de equipos originales y fabricantes de cabezales de impresión, podremos ofrecer nuestro acceso al mercado del empaquetado y el conocimiento de la aplicación a estos nuevos socios", dice Matthieu Carni, Director de la Unidad de Negocio Inkjet Siegwerk.

Ambas compañías trabajarán en estrecha colaboración para garantizar el traspaso de negocios sin ninguna interferencia para sus clientes.

ORGANIZAN

CONTRASTE

ASIMPRES



ASOCIACIÓN GREMIAL DE INDUSTRIALES GRÁFICOS DE CHILE

PRODUCE

inter
expo

PRINT PARTNER



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 Catalina Escalante. 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.

ESTA EDICIÓN
FUE POSIBLE
GRACIAS A:

AGFA Agfa

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

Canon

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



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

ecotrans

Una empresa del Grupo Hagraf

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



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

HAGRAF

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



PAPELES E INSUMOS GRÁFICOS

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

Síguenos en

www.asimpres.cl



como Asimpres