

Impresiones

EDICIÓN Nº 126 AÑO 13, CHILE 2018 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



9, 10 y 11 de octubre | ESPACIO RIESCO
YA LLEGA PRINTSTGO 2018



PRINT
stgo
2018

Cena Anual de la Industria Gráfica
10 de octubre | Cóctel 19:30 hrs (Pabellón Ferial) | 21:00 horas Espacio Riesco (Gran Salón)

Estudio Smithers Pira: El futuro de la impresión 3D



Según el informe, este mercado está preparado para un crecimiento explosivo durante la próxima década. De \$ 5,8 mil millones en 2016 aumentará a \$ 55,8 mil millones para 2027, con una tasa de crecimiento anual de 23%.

El mercado de la impresión en 3D está comenzando su transición a un entorno comercial en crecimiento y ha adquirido una posición importante como herramienta de diseño y creación de prototipos, y en la producción de herramientas y moldes complejos. El informe estudió tres razones que explican este aumento:

► Evolución de las tecnologías de impresoras y materiales:

Las materias primas de impresión en 3D más comunes son los polímeros termoplásticos básicos, materiales que están fácilmente disponibles, son relativamente baratos y fáciles de manejar y procesar. En cuanto a las materias primas metálicas, la industria está invirtiendo recursos de I+D para expandir la dotación de metales para la impresión 3D.

► **Desarrollo de la cadena de valor:** Con la tecnología avanzada y la sofisticación del mercado de impresión 3D, las cadenas de valor están evolucionando para satisfacer las crecientes y diver-

gentes necesidades de los mercados en rápido desarrollo. Las empresas con una profunda experiencia en la incorporación de principios de impresión 3D en su flujo de trabajo de diseño y fabricación, están desarrollando sistemas de fabricación integrados que la incorporan sin problemas.

► Innovaciones generalizadas:

El liderazgo en el mercado global de impresión 3D continuará residiendo en América del Norte y Europa occidental. Las empresas asiáticas fabricarán una parte cada vez mayor de las máquinas de impresión en 3D. Se espera una innovación generalizada a lo largo del período de pronóstico.

ASIMPRES PATROCINARÁ



Entre el 30 de mayo y el 1 de junio de 2019 se realizará en Santiago la Expo Wine+Beer, evento patrocinado por Asimpres.

Este espacio contará con una feria de proveedores, un congreso del vino y de la cerveza, y ruedas de negocios que servirán para generar nuevas oportunidades y vínculos comerciales con potenciales clientes. Los participantes tendrán la posibilidad de reunirse con profesionales de las industrias vitivinícola y cervecera, dueños, gerentes, enólogos, ejecutivos de marketing y comerciales, entre otros.

A modo de contexto, en Chile existen más de 1.300 viñas registradas, 140.000 hectáreas plantadas, y se consumen 14 litros de vino per cápita. En cuanto a la industria de la cerveza, hay más de 500 productores registrados y el consumo es de 47 litros per cápita. Este ha aumentado más de 27% en los últimos 10 años.

El evento, que contará con más de 200 expositores y al que se espera que asistan sobre 10.000 visitantes, se realizará en Espacio Riesco. Los socios de Asimpres podrán acceder a un 5% de descuento en el stand y a un 10% de descuento para mejorarlo.



Sofofa y CPC reconocen a empresas por aporte al desarrollo sostenible

El reconocimiento fue efectuado por la plataforma Empresas Sumando Valor, iniciativa de la Confederación de la Producción y del Comercio (CPC), la Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa), y Acción Empresas, quienes destacaron a 95 empresas. Entre ellas, Dimacofi fue reconocida por su contribución en el objetivo N°12 de Producción y Consumo Responsables, al reducir la generación de desechos mediante su programa Reciclaje, logística inversa y disposición final de tóner.

Eadec estrena nueva imagen corporativa

En 2019 Eadec cumplirá 25 años como grupo en España y 15 años en Chile. Hace dos años instalaron una fábrica en Perú. Debido a estos hitos, la compañía decidió remodelar su imagen corporativa para que alineara a las empresas en los tres países. "Lo que hemos intentado plasmar son los valores de la compañía, con su sello característico de colaboración con el medio ambiente, que es uno de los pilares que han mantenido las empresas, siendo en España y Chile los primeros impresores de etiquetas en obtener la certificación ISO 14001. Además de reflejar la innovación, calidad y servicio que va acompañado por nuestro equipo", explica sobre la nueva imagen corporativa Javier Ibero, Country Manager de Eadec Chile.





30 de Septiembre - 2 de Octubre, 2018
McCormick Place | Chicago, Illinois EE.UU.

Haga Crecer su Negocio en PRINT®

Tecnología Emergente. Estrategias de Negocios.

Las conexiones para hacer crecer su negocio.

PRINT es el evento sobre impresión y comunicaciones gráficas más concurrido en Norte América. PRINT® 18 ofrecerá capacitación sobre tendencias futuras, estrategias de crecimiento inteligentes y temas empresariales para fortalecer su éxito.

PRINT está llevando toda la industria por el camino del éxito. Usted necesita estar ahí.

Obtenga las estrategias para hacer crecer su negocio.
Aprenda más en PRINTevent.com

Contacto: Hamilton Costa
Escritorio/Oficina: +5511-5093-0734
Celular: +5511-9-9101-5000
email: hterni@anconsulting.com.br

PRINTevent.com
#PRINT18



Owned and produced by the Association for Print Technologies



LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS EN LAS PREFERENCIAS DE LOS CLIENTES HAN CREADO RETOS PARA LOS IMPRESORES, COMO PRODUCIR TIRADAS MÁS CORTAS CON MENORES PLAZOS DE ENTREGA.

¿Sabe cuánta tinta va a ocupar en su próximo trabajo? ¿El color de sus impresiones está estandarizado? ¿Sabe cómo preparar cotizaciones más rápido?

Los cambios tecnológicos y en las preferencias de los clientes han creado retos para los impresores, como producir tiradas más cortas con menores plazos de entrega. Distintas compañías han desarrollado softwares y soluciones que ayudan a disminuir la intervención manual en el flujo de trabajo, automatizando etapas para minimizar tiempos, aprovechar al máximo los recursos, prevenir errores y hacer que el proceso sea más rápido y eficiente.

Por qué invertir

Cristian Guardia, gerente de innovación Latam de Antalis, explica que en las empresas gráficas los dueños dedican gran parte de su tiempo a tareas repetitivas que no generan valor. Por eso, si una herramienta se encarga de trabajos que son rutinarios, se pueden dedicar esas horas a “lo que realmente genere valor, a crecer, a buscar nuevos negocios”. Con esto concuerda Mauricio Villarroel, ingeniero de soporte del área de Solutions Marketing de Canon, explicando que el mercado de la comunicación gráfica es un segmento en constante desarrollo, por lo que los empresarios debiesen invertir en la automatización de flujos de trabajo que les permitirá alcanzar la máxima eficacia y mantenerse competitivos, aumentando de esta manera los beneficios dentro de las organizaciones.

Cómo funcionan

Los softwares y soluciones para optimizar el flujo de trabajo intervienen en distintas etapas. Pueden ayudar a generar una diferencia competitiva sostenible en el tiempo a través del desarrollo de nuevos productos y servicios, sustituir tecnologías de impresión obsoletas, aumentar los márgenes de contribución por unidad independientemente del volumen y complementar

las tecnologías de impresión actuales, explica Luis Miguel Arbelaez, Territory Manager de Chile de HP Indigo. Freddy Runge, creador de Runflow ERP de RUNING-TI SpA, indica que las empresas gráficas usan múltiples instrumentos para controlar sus procesos, los que trabajan de forma independiente: “Las herramientas o software de gestión permiten alinear esos

procesos desde un ingreso de solicitud hasta la entrega del producto terminado”. Sobre el costo de la inversión, Rodrigo López V., Regional Manager Commercial and Industrial Printing de Ricoh indica: “Nuestra experiencia a nivel local y regional nos muestra que el retorno de la inversión en este tipo de soluciones siempre ha sido positivo para nuestros clientes”.

SOLUCIONES
En el mercado existe una amplia gama de softwares para hacer el flujo de trabajo más eficiente. Cada una cuenta con una gran cantidad de funcionalidades y permiten personalizar las soluciones según las necesidades de cada empresa.
Gran parte están basados en la nube, permitiendo acceder a reportes y revisar estados de trabajos desde cualquier lugar.

COTIZACIÓN
La cotización es fundamental en cualquier empresa. Twist Print, creado por Tomás y Jorge Guzmán de Imprex y comercializado por Antalis, cuenta con funcionalidades que permiten, por ejemplo, cotizar de una forma más rápida, en línea y desde cualquier dispositivo, además de entregar indicadores fundamentales para la gestión comercial.

PREPrensa
Algunas soluciones ayudan a hacer más eficiente el proceso de pre prensa, como FreeFlow Core, de Xerox, que se enfoca en automatizar los pasos necesarios para preparar un trabajo para la impresión.

MATERIALES
El uso eficiente de materiales es otra área que puede ayudar a reducir costos. Así, algunos softwares, como InkTune de Agfa, optimizan el consumo de tinta, “pudiendo disminuirlo entre 10% y 20%”, según explica Fabrizio Valentini, presidente de Agfa Graphics América Latina.

COLOR
El garantizar consistencia del color y asegurar que las impresiones cumplan estándares internacionales es fundamental para los impresores que trabajan con marcas a nivel global. “Algunos de los atributos que los clientes exigen es contar con un color uniforme, preciso, repetible y fiable”, explica Myriam Villamán, Product Manager Graphic Communications de Xerox Chile, compañía que cuenta con soluciones de administración y gestión de color como CMI. Asimismo, PressTune de Agfa se ha enfocado en esta funcionalidad, además de disminuir el uso del papel, el tiempo de preparación y mejorar la comunicación entre distintas áreas del proceso.
Por su parte, Total Flow Print Server, herramienta de Ricoh, permite una rápida transición de trabajos de tirajes más pequeños de offset a digital.

COMUNICACIÓN CON CLIENTES
En la mayoría de las soluciones existe la posibilidad de que los clientes vean en línea el estado de sus trabajos, carguen los archivos originales y realicen correcciones.

ANALÍTICAS
Estos softwares y soluciones almacenan y crean analíticas, ayudado a tomar decisiones. Por ejemplo, en Prinergy de Kodak se pueden crear tableros que muestran las horas peak en que los trabajos son más lentos, permitiendo a las compañías planificar mejor los horarios.

CONOCER EL NEGOCIO
Herramientas como Runflow ERP, software que comercializa Cadegroup, permiten a las empresas conocer su negocio, saber cuáles son sus fortalezas a nivel de desarrollo de productos y además visualizar sus debilidades.

Bajo porcentaje de empresas automatizadas

Pese a estas funcionalidades, el porcentaje de empresas gráficas que han invertido en softwares para la automatización de flujos de trabajo no es alto. Según el reporte de InfoTrends “Perspectiva de inversión en software en Norteamérica 2017”, solo el 8% de los impresores en el continente posee soluciones para el flujo de trabajo completamente automatizadas. Algunas de las razones que explican esta cifra son el costo y la complejidad, señala Heidi Tolliver-Walker, analista especializada en la industria de impresión.

En qué fijarse a la hora de automatizar

La inversión en soluciones digitales se debe hacer en forma estudiada, ya que la automatización en ciertas áreas puede crear congestión en otras. “Cuando te enfocas solo en algunas áreas del flujo de trabajo, puedes hacer cambios que muevan el trabajo desde áreas donde es más barato a áreas donde es más caro”, advierte Jennifer Matt, jefa de redacción de la sección de software de WhatTheyThink’s Print en una columna del sitio web.

Oscar Vazquez, Regional General Manager Americas, Software Solutions Division de Kodak, explica que se realizó un estudio para ver los tiempos en la industria de la impresión, donde se descubrió que el 54% del tiempo estaba en el proceso de pre prensa: “No importa qué tan rápido fuera la impresión, esto solo reduciría el tiempo en el 45% restante”, indica.

Por otra parte, muchas veces hay impresores que hacen la inversión una sola vez y no actualizan los sistemas y no les sacan el provecho que deberían.

EN EL MERCADO EXISTE UNA AMPLIA GAMA DE SOFTWARES PARA HACER EL FLUJO DE TRABAJO MÁS EFICIENTE. CADA UNA CUENTA CON UNA GRAN CANTIDAD DE FUNCIONALIDADES PARA MEJORAR DISTINTAS ÁREAS.

SE DA INICIO A LA ACADEMIA DE INNOVACIÓN ASIMPRES



A fines de agosto comenzó a ejecutarse el programa piloto de la Academia de Innovación Asimpres, que la entidad gremial llevará a cabo junto con el experto en innovación Iván Vera.

El plan de trabajo, de ocho semanas, incluye un curso online en formato audiovisual, titulado “La disciplina de la innovación: Todos podemos ser protagonistas”. Este fue diseñado por turingo.com y es dictado por Iván Vera, asesor en innovación con 30 años de experiencia innovando, fundador de Innspiral, Magical Startups y Turingo.

Además, contempla el diseño de proyectos de innovación y una evaluación tendiente a obtener financiamiento para la efectiva realización de dichas ideas.

El programa está dirigido a fundadores, sucesores, ejecutivos y colaboradores de empresas vinculadas a Asimpres. Para participar, cada organización debió inscribir al menos a una pareja de alumnos.

El día 8 de agosto se llevó a cabo una primera reunión informativa con las empresas interesadas en participar en la academia, donde pudieron conocer más sobre el proyecto, dando inicio a este el día 30 del mismo mes.

Las empresas participantes son: A Impresores, Colorpack, Distribuidora Walter Lund, Impresos Lahosa, Micropack, Antalis Chile, Impresos Cono Sur, Imprex, Quintero Impresores, Selecta Envases, Reciclajes Ecotrans, Fyrma, Ejeo, Imprenta Italiana y Xerox.

Para más información, comunicarse con María Eugenia Mingo, gerente gremial de Asimpres: mariaeugenia.mingo@asimpres.cl.

EL PROGRAMA ESTÁ DIRIGIDO A FUNDADORES, SUCESORES, EJECUTIVOS Y COLABORADORES DE EMPRESAS VINCULADAS A ASIMPRES.

FABRIZIO VALENTINI,
PRESIDENTE AMÉRICA LATINA AGFA GRAPHICS:

“La industria tiene que buscar mercados de valor agregado”



Durante su visita a Chile en julio pasado, Asimpres conversó con Fabrizio Valentini, presidente para América Latina de Agfa Graphics, sobre los desafíos de la compañía para la región, los retos futuros, cómo adaptarse a los cambios y el rol de Chile para la empresa.

Desafíos en Latinoamérica

Para Agfa Graphics, el mayor desafío es mantener su modelo de negocios en una industria bajo presión, conservando su fuerte presencia en América Latina y una buena logística de apoyo al cliente. “Queremos seguir manteniendo este valor agregado a través de una serie de servicios que se pueden realizar solo a través de la presencia de filiales y de un equipo local profesional y entrenado”, indica Valentini.

A la vez, la empresa también quiere desarrollar otras áreas de negocios en la región, como el gran formato y la impresión industrial.

Futuro del mercado

Según explica Valentini, la industria gráfica está sufriendo una fase de transformación, por lo que es necesario adaptarse a estos cambios. “Las nuevas tecnologías colocan presión en la impresión, lo que genera desafíos nuevos en la industria gráfica. Por eso tiene que buscar mercados de valor agregado”, indica el presidente regional, añadiendo que van a quedar vigentes las empresas más fuertes, que puedan optimizar sus costos y sus procesos.

“La industria gráfica está muy viva, pero tenemos adelante un tremendo desafío ante los avances de las nuevas tecnologías y de cambios del estilo de vida de las personas”, agrega.

Cómo se ha adaptado Agfa

En el último par de años, la multinacional ha querido abocarse a ayudar a las empresas gráficas a optimizar el proceso de impresión y preimpresión, ya que ahí existe una gran posibilidad de reducir costos. Además, Valentini señala que han estado trabajando en desarrollar planchas más ecológicas y más productivas.

Impresión industrial

El presidente de Agfa Graphics para Latinoamérica indica que hay una tendencia positiva en el mercado en la impresión industrial: “Tenemos muchas aplicaciones y muchos clientes que salen de la impresión tradicional del papel o de display. Estoy hablando de impresión en metal, en lonas, gomas, madera. Todo eso es un mercado de nicho que tiene valor agregado”, indica Valentini, explicando que hoy con la tecnología Inkjet UV se puede imprimir en prácticamente cualquier tipo de material.

Chile en el mercado latinoamericano

Si bien el porcentaje facturado en Chile es menor que Brasil, México o Colombia, para Agfa Graphics es un país de referencia gracias a la estabilidad económica.

“Es un país muy estable, con una economía constante en los últimos años y muy desarrollado. Todo eso lo hace ser el más innovador, donde llegan primero los cambios”, indica Valentini. Además, es uno de los países donde la compañía tiene una mayor participación de mercado, y es sede de algunas posiciones regionales de la empresa.

“LA INDUSTRIA GRÁFICA ESTÁ MUY VIVA, PERO TENEMOS ADELANTE UN TREMENDO DESAFÍO ANTE LOS AVANCES DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y DE CAMBIOS DEL ESTILO DE VIDA DE LAS PERSONAS”.

PRESIDENTA DE ASIMPRES SE REUNIÓ CON EMPRESAS SOCIAS



Marcela Lahosa, nueva presidenta de Asimpres, inició una ronda de reuniones con empresas asociadas para recibir aportes sobre el rol y quehacer de la organización gremial. En la primera reunión estuvieron presentes José Miguel Seguel -gerente general de Xerox Chile-, Eduardo Campos -especialista de soluciones senior de Ricoh-, Fernando Álamos -gerente general de Hagraf-, Jonatan Morán -gerente general de Papelera Dimar-, Edgar Aguzzi -director comercial de Cadegroup-, Freddy Keutel -Country Business Manager de Antalis-, Octavio Zapata -gerente general de Dimacofi-, y María Eugenia Mingo -gerente de Asimpres-.

En la ocasión, los asistentes coincidieron en la importancia de aunar voces para trabajar en el

fortalecimiento de la industria, señalando que es fundamental identificar los puntos que unen a las diversas empresas para lograr, en forma conjunta, lo que no se puede realizar individualmente.

Además, destacaron como un rol importante de la asociación la opción de aprovechar los conocimientos y experiencias internacionales de las empresas proveedoras para transmitir a los asociados; y la posibilidad de compartir y analizar casos de éxito relacionados con la industria.

Entre otras materias, se manifestó la importancia de vincularse con otros sectores de la economía y de establecer lazos con escuelas de diseño, considerando su rol en la cadena de valor del producto final.

MARCELA LAHOSA, PRESIDENTA DE ASIMPRES:

“Creo que ser mujer será un aporte a nuestro gremio; el trabajo conjunto de hombres y mujeres genera un positivo resultado”.

El directorio de Asimpres decidió, en forma inédita, que la Asociación fuera liderada por una mujer: Marcela Lahosa, gerente general de Impresos Lahosa, quien se desempeña como directora hace cuatro años.

SUS INICIOS

Lahosa siempre estuvo involucrada en la industria gráfica. Cuando niña acompañaba a su papá Alberto a trabajar a la empresa creada por él, Impresos Lahosa, donde se entretenía jugando con las máquinas. Hoy Marcela lleva 26 años desempeñándose en la empresa, 15 de ellos como gerente general.

En la actualidad, con cerca de 80 trabajadores, Impresos Lahosa tiene una amplia experiencia en el mercado gráfico y publicitario. Cuenta con impresoras y máquinas de última generación y es reconocida por ser un referente en sustentabilidad.

CENTRARSE EN EL TRABAJO EN EQUIPO

Para Lahosa, asumir la presidencia de Asimpres es un reto doble, porque trabajar por el gremio es un desafío y, además, ser la primera mujer en el cargo genera expectativas.

Durante su gestión espera seguir los procesos que la Asociación ya ha ido desarrollando, poniendo énfasis en el trabajo colaborativo entre sus participantes: “Buscar los temas que nos unen para trabajarlos colectivamente y hacer en conjunto eso que no podemos hacer solos. Nuestra industria está sufriendo cambios estructurales importantes, así es que debemos buscar las instancias para informarnos, aprender, orientarnos, etc.”, indica.

SER MUJER EN UNA INDUSTRIA MASCULINA

Marcela Lahosa fue la segunda directora mujer de Asimpres –después de María Elena Ocampo, de Imprenta Minerva– y explica que siempre ha tenido un espacio: “No creo que vaya a ser distinto ahora. Los directores me han dado un voto de confianza, sé que cuento con ellos para poder trabajar”.

Por otra parte, se siente validada por el conocimiento que tiene de la industria y sus años de experiencia. Además, indica: “Creo que ser mujer será un

aporte al trabajo gremial, así como lo ha sido en todas las instancias en las que hemos ido formando parte. El complemento entre hombres y mujeres afecta positivamente el resultado”.

TEMAS DE INTERÉS ASIMPRES

Impresos Lahosa se caracteriza por su compromiso con la sustentabilidad, siendo una de las primeras en sumarse y certificarse

con un APL del sector. Marcela explica que las empresas gráficas, al trabajar con papel utilizan un recurso natural, lo que genera espacios de confusión y, a veces, de conflicto. Por eso han buscado certificarse, de manera de poder aprender, educar a sus colaboradores y clientes. “No es difícil tener una consciencia sustentable. Da valor y puedes competir en un mundo que está buscando esto”, indica.

En cuanto a la Academia de Innovación Asimpres, Marcela señala: “Yo me deslumbré cuando Iván Vera dijo que para ser innovador no hay que ser más inteligente ni Einstein, hay que ser metodológico”. Añadiendo que en un mercado inestable puede ser necesario innovar: “Este proyecto nos va a enseñar a ampliar nuestra mirada, a profesionalizarnos y a aprender”.

La nueva directiva de Asimpres está compuesta además por Rodrigo León -de Colorpack- como primer vicepresidente, Nelson Cannoni -de Imprenta Italiana- como segundo vicepresidente y Ricardo Schaub -de Impresora Optima- como tesorero. Los demás directores son Juan Pablo Andreani -de Selecta Envases-, Alejandro Garcés -de A Impresores-, César Morales -de Total Graphics-, Ricardo Olave -de Fyrma- y Roberto Tapia -de Salesianos Impresores-.



Por qué preferimos el PAPEL

Hace algunos años, la introducción de los eBooks y otros medios digitales hizo temer la desaparición de los libros y medios impresos. Pero pareciera que el papel está lejos de esfumarse.

Diversos estudios han revelado por qué se sigue prefiriendo el papel frente a las pantallas. Según el informe “Por qué el cerebro prefiere el papel” (Why the Brain Prefers Paper), publicado por Scientific

American Magazine, los principales inconvenientes de las pantallas frente a las ventajas de la lectura en papel son:

- Las pantallas son cognitivamente más exigentes que el papel. El desplazamiento visual exige un esfuerzo consciente y constante. Las pantallas LCD de tablets y computadores pueden tensar los ojos y causar dolores de cabeza al iluminar directamente la cara.
- Los estudios de las últimas dos déca-

das indican que las personas a menudo entienden y recuerdan el texto en papel mejor que en una pantalla. Las pantallas pueden inhibir la comprensión al evitar que las personas naveguen intuitivamente y mapeen mentalmente textos largos.

► Investigación preliminar sugiere que los nativos digitales son más propensos a recordar la esencia de una historia cuando la leen en papel, ya que los e-books pueden disminuir la atención debido a su complejidad.





Escuela de la Industria Gráfica abrió sus puertas a la comunidad

El día 9 de agosto la institución realizó la Expo Dual, evento que se lleva a cabo hace 29 años donde la Escuela invita a la comunidad a conocer el recinto, lo que hace y la formación dual.

Los cerca de 700 asistentes fueron recibidos por los mismos alumnos y, además de las dependencias, pudieron visitar una exposición con stands de 21 empresas gráficas donde los alumnos que realizan su formación dual explicaron lo que hacen en cada compañía.

La formación profesional dual está presente en el establecimiento desde 1992, e implica que la Escuela y la empresa se corresponsabilizan de la formación del aprendiz dual (estudiante). Así, los alumnos practican en las empresas lo que han aprendido en la sala de clases.

El objetivo de esta actividad es, según explicó

Rubén Castillo, supervisor dual de la Escuela de la Industria Gráfica, “dar a conocer al postulante lo que hace la Escuela, cómo es y lo que hacen los alumnos. La idea es que conozcan todo lo que abarca la Escuela y la gráfica. Los postulantes cuando están aquí ven la realidad de lo que es la empresa gráfica”.

En la ocasión, los asistentes también visitaron la sala Canon, donde los alumnos mostraron los trabajos finales que han realizado con las tecnologías y soluciones de la compañía japonesa. Canon aprovechó la instancia para seguir sumando beneficios a la Escuela de cara al último trimestre del año, incluyendo tecnologías y soluciones de color management y de automatización de flujos de trabajo, para continuar colaborando con la formación de los futuros gráficos.

QUÉ FUE DE...

Mario González,

supervisor educación dual, Escuela de la Industria Gráfica:

“Yo estoy feliz con esta oportunidad, vuelvo a lo que me gusta, a la industria gráfica”

A Mario González le encantaba el dibujo técnico, y entró a estudiar a la Escuela de la Industria Gráfica en 1962 pensando que eso era lo que iba a aprender ahí. Una vez que comenzó las clases, descubrió un nuevo mundo y se sintió fascinado por los talleres gráficos. Cursó aquí hasta el 4° industrial.

Se desempeñó en el diario La Prensa y en la Cooperativa y Editorial Minerva. Después trabajó en la empresa gráfica Horizonte, donde empezó a aprender fotograbado. En esta compañía se desempeñó por cerca de nueve años como copiadur offset convencional: “Esos años fueron buenísimos. Tuve muy buenos maestros que me enseñaron muchas cosas, como fotograbado, que fue muy importante para mí”, explica Mario.

Posteriormente comenzó a trabajar en Ograma, donde también tuvo el cargo de copiadur, por cerca de siete años. En esta empresa realizó cursos de perfeccionamiento a inicios de la década de los 90, para aprender sobre la tecnología computer to plate (CTP) que se estaba empezando a masificar.

A continuación, trabajó por siete años en Maval, desempeñando las mismas funciones. Mario explica que realizar la tarea de copiadur es lo que más le gustan de trabajar en la gráfica: “Porque es lo más lindo, es en lo que me perfeccioné. Es lindo porque uno está haciendo cosas importantes. Tienes mucha responsabilidad”, indica.

En esta empresa tuvo la oportunidad de trabajar con alumnos de la escuela, quienes lo apoyaron y a quienes siempre les enseñó lo que más pudo.

Después de varios meses buscando trabajo, a Mario lo llamaron hace unas semanas de la Escuela de la Industria Gráfica para trabajar como supervisor dual. En este cargo tiene que ir a las empresas donde los alumnos están perfeccionándose para asesorarlos, ver cómo está su comportamiento y si realmente les gusta la gráfica. “Yo estoy feliz con esta oportunidad, vuelvo a lo que me gusta, a la industria gráfica”, finaliza González.



CAPACITACIONES SEPTIEMBRE INGRAF

En septiembre, el Centro de Formación Técnica de la Industria Gráfica realizará cinco cursos que cuentan con código Sence:

- Programación y planificación de la producción en la impresión offset
- Coaching y liderazgo en la industria
- Colorimetría
- Preps
- Impresión flexográfica para vendedores

Diplomado Gestión de la Producción en la Impresión Flexográfica

El centro de formación técnica Ingraf dictará este diplomado dirigido a colaboradores que tienen relación directa o indirecta con el proceso productivo gráfico y su calidad.

El curso de 108 horas cuenta con financiamiento Sence y se compone de cuatro módulos:

- Programación y planificación de la producción gráfica
- Implementación de la Norma ISO 12647-6 para impresión flexográfica
- Proceso de la impresión flexográfica
- Coaching y liderazgo en la empresa

Las clases se realizarán lunes, miércoles y viernes de 18:00 a 22:00 hrs., desde el 17 de octubre hasta el 19 de diciembre.



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

RECICLAJE DE PAPEL EN CHILE Y EL MUNDO



*El programa de Impresión Sustentable de Asimpres cuenta con el auspicio de Kodak.

Desde hace algunas décadas, el mercado chileno de producción de papeles requiere fibras económicas que permitan reemplazar la celulosa. El objetivo: mantener su competitividad frente a las alternativas de importación de papel.

“Para atender esa necesidad nace Sorepa y desde entonces, hace casi 40 años, ha mantenido su misión siendo un aporte tanto para sus clientes como para sus proveedores de fibra. Además, todos en conjunto, generan un invaluable aporte, silencioso, para el medio ambiente y para un sector de la sociedad que se ha beneficiado de una actividad de recolección inexistente hace algunos años”, indica Eduardo Gildemeister, gerente general de Sorepa.

Ajustes en la producción de papeles

En el último tiempo y, particularmente en los últimos meses, se han producido ajustes a la baja en la producción de papeles en base a reciclado en Chile. Eduardo Gildemeister explica que estos ajustes se deben a varios motivos: “En la práctica, una consecuencia de este fenómeno es el ajuste de

inventarios. Cayó la demanda y por lo tanto las compras. La cadena de abastecimiento, lógicamente, llevó a Sorepa a bajar transitoriamente su nivel de compras en algunas calidades”.

“Afortunadamente, la proyección de consumo parece positiva y gradualmente, de la mano de la demanda de nuestros clientes, se irá retomando la compra, acompañada del nivel de servicios que se requiere”, agrega Gildemeister.

Factores que afectan el reciclaje

El gerente general de Sorepa explica que es relevante notar a partir de este ejemplo que, para poder reciclar, tiene que haber en qué utilizar el producto reciclado. “En el marco de incertidumbre que se vive en la actualidad, por las tensiones en la economía mundial, de renegociación de acuerdos comerciales y amenazas de barreras arancelarias es

siempre algo a tener presente. Hay efectos que hoy se viven en EE.UU. en el sector del reciclaje de cartón, derivados de restricciones puestas por China a la importación de ‘basura’ para producir papel. Estados

“AFORTUNADAMENTE, LA PROYECCIÓN DE CONSUMO PARECE POSITIVA Y GRADUALMENTE, DE LA MANO DE LA DEMANDA DE NUESTROS CLIENTES, SE IRÁ RETOMANDO LA COMPRA, ACOMPAÑADA DEL NIVEL DE SERVICIOS QUE SE REQUIERE”

Unidos hoy está llenando los vertederos con esa ‘basura’”, indica Gildemeister.

Sorepa está particularmente empeñada en mantener su posicionamiento de liderazgo en este segmento, explica el gerente general: “Agradecemos a nuestros tradicionales proveedores asociados a Asimpres la comprensión y el apoyo recibido. Esperamos mantener nuestra excelente relación del pasado también en el futuro”, indica.

“Es relevante que nuestros clientes sepan que estas situaciones responden a coyunturas internacionales. Consideramos que es poco probable que vuelva a ocurrir y como empresa seguiremos entregando una solución óptima e integral a sus exigencias y necesidades”, finaliza Gildemeister.



Desmitificando el papel

MITO: La producción de papel usa mucha energía.

REALIDAD: La producción de medios impresos tiene eficacia energética y la industria ha reducido sus emisiones de CO2.

Para producir la cantidad media de papel que cada uno de nosotros consume en un año – 200kg – la industria solo necesita 500 kilowatts hora (kWh). Eso es el equivalente a la alimentación de un computador durante un mes. La industria del papel también es uno de los mayores usuarios de energía renovable, con bajo contenido en carbono.

El papel proviene de la madera, un material natural y renovable. Mientras los árboles para producir papel crecen, estos absorben CO2 de la atmósfera. Los bosques capturan, anualmente, un 15% de emisiones globales de CO2 y constituyen la mayor fuente de biodiversidad de la Tierra.

Por otra parte, la industria de pulpa y papel ha reducido las emisiones de CO2 por tonelada de papel producida en un 42% respecto a 1990.



APL

APL 2, un instrumento para mejorar nuestras prácticas y competitividad

POR JAVIER OYARZÚN, ASESOR SSO Y MEDIOAMBIENTE INTEGRANTE COMITÉ COORDINADOR APL N° 2



Hace meses Asimpres firmó el segundo Acuerdo de Producción Limpia (APL) del rubro con la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC), consolidando así el trabajo iniciado en el primer APL, que alcanzó en 2014 la certificación en Producción Limpia de 31 imprentas de la región Metropolitana y logró una importante reducción -de un 10%- en la generación de compuestos orgánicos volátiles (COV).

Una de las novedades de este APL2 es la incorporación de estándares en materias de higiene y seguridad ocupacional, apuntando de esta manera a minimizar también el impacto del ambiente laboral sobre los trabajadores gráficos.

Desde el punto de vista de Asimpres, esta es un área donde se observan oportunidades de mejora que impactarían positivamente en la industria.

Si bien las metas del APL2 en este sentido son bastante conservadoras, limitándose a promover el cumplimiento del estándar básico exigido por nuestra legislación, debemos considerar que los registros de dichos cumplimientos son fiscalizados o requeridos ante cualquier conflicto laboral o ambiental, por lo

que no tenerlos al día implica mantener flancos abiertos en la organización que eventualmente podrían significarle un perjuicio e incluso, en casos extremos, la clausura y consecuencias civiles y/o penales para sus directivos.

EL PRIMER PASO

El primer paso que deberíamos considerar para comenzar a implementar este APL2 y mejorar la gestión administrativa de nuestra empresa, sería conocer nuestra matriz legal (no confundir con matriz de riesgos o matriz ambiental). En este documento, generalmente elaborado en una planilla tipo Excel, deben figurar todos los aspectos normativos (laborales, ambientales, de seguridad y de salud ocupacional) que le

“LO IMPORTANTE ES QUE COMENZARÁ A CONOCER CUÁL ES EXACTAMENTE SU SITUACIÓN, RECONOCERÁ ALGUNOS DE LOS ASPECTOS QUE LE ESTÁN GENERANDO PÉRDIDAS Y A LA LARGA PODRÁ SER MÁS EFICIENTE Y MÁS COMPETITIVO”.

corresponden a la empresa. Asimismo, se describe el tipo de registro que asegura el cumplimiento de la norma, quién es el responsable de su aplicación o control dentro de la empresa, ente fiscalizador, etc.

SABER DÓNDE PISAMOS

Imagino que cuando vea su matriz e identifique los puntos que no cumple o no sabe que cumple, se dará cuenta que hay mucha legislación relacionada al rubro que desconocía, sobre todo en materias de seguridad y salud ocupacional. Pero no

desespere ni tire la toalla antes de empezar, no debería ser tan complicado ponerse al día y obtener la evidencia de cumplimiento. Junto a Asimpres le orientaremos para ir lográndolo poco a poco.

Lo importante es que comenzará a conocer cuál es exactamente su situación, reconocerá algunos de los aspectos que le están generando pérdidas y a la larga podrá ser más eficiente y más competitivo, uno de los aspectos que Asimpres consideró como objetivos al momento de suscribir este APL2.

PRINT stgo 2018

En esta sección, presentamos a empresas que participarán en PrintStgo 2018, feria de la comunicación gráfica que se ha consolidado como un referente a nivel nacional y regional en exhibición de plataformas tecnológicas e innovación. Los participantes explican por qué han decidido participar en el evento y cuentan qué estarán presentando.



Abingraf

Abingraf lanzará en la feria novedoso vinilo para rotulación vehicular

Desde 1999 Abingraf entrega novedosas soluciones para la industria gráfica, lo que ha llevado a la compañía a posicionarse rápidamente en el mercado, y a estar constantemente innovando para entregar a sus clientes los más recientes productos.

VINILO PARA ROTULACIÓN VEHICULAR LG

En la quinta versión de PrintStgo, Abingraf lanzará oficialmente el vinilo para rotulación vehicular LG. "Se puede usar para cambiar el color a un auto o hacer publicidad de alguna marca. Es un producto específico para esto, porque se adapta a la curvatura del vehículo (se moldea fácilmente aplicando calor al material), funciona como repelente de agua, anti-rayaduras y tiene una durabilidad de cinco años", detalla José Cajtak, gerente general de Abingraf.

OTROS PRODUCTOS

En la misma línea, Abingraf presentará los films decorativos para interior y exterior marca LG; un producto para estampado llamado Sublitex, que es un vinilo para termo transferencia para estampado de prendas de vestir principalmente; y el producto Alukomp (aluminio compuesto), el que se aplica tanto en la industria gráfica como en vialidad.



Dibco

Dibco se suma con completa muestra de soluciones aplicadas

Con una larga historia en la venta de sustratos, Dibco, empresa que desde 1981 está presente en la industria gráfica a través de la distribución de distintas soluciones en la materia, acaba de confirmar su presencia para PrintStgo.

La compañía, que en una primera etapa estuvo marcada por desarrollar insumos, materiales y equipamiento para serigrafía, hoy es una de las más consolidadas a nivel nacional, principalmente porque han sabido adaptarse a los desafíos de la industria desarrollando siempre soluciones que los clientes demandan.

ENTENDER LOS PRODUCTOS

En esta quinta versión de PrintStgo, Dibco exhibirá parte de su amplia gama de productos. "Nos enfocaremos en mostrarlos en aplicaciones para que las personas puedan entender y conocer los distintos usos de los materiales. Algunos destacados serán materiales para flotas de las marcas 3M y Avery Dennison, tanto para superficies lisas como corrugadas con remaches. Adicional a esto también le daremos énfasis a materiales de importación propia que han tenido excelentes resultados", comenta José Ignacio Dib, gerente general de Dibco.



Octopus

Realidad aumentada y virtual, diseño al servicio de la diferenciación de las marcas

Las marcas siempre buscan elementos para diferenciarse y comunicarse de forma única con sus consumidores. En este contexto han adquirido ventaja la realidad aumentada y la realidad virtual.

OCTOPUS nació el 2008 y se dedica a la innovación tecnológica con un fuerte énfasis en la realidad aumentada y virtual. Es uno de los grandes exponentes en el tema y será parte de la quinta versión de PrintStgo.

REALIDAD AUMENTADA

El fundador de OCTOPUS, Mauricio Lavín, explica que es una nueva forma de comunicar, atractiva para quien busca llamar la atención con sus productos y llamativa para el eventual cliente, dado que tiene que interactuar con la plataforma que "almacena" la información digital.

OPORTUNIDADES

En la feria, OCTOPUS también presentará un análisis de las oportunidades que las tecnologías de reconocimiento visual, realidad aumentada y realidad virtual facilitan a las marcas, especialmente enfocado en las posibilidades para conectar impresos y convertirlos en un 'botón' que activa contenido digital complementario.

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

cotrans
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**
PAPELES E INSUMOS GRÁFICOS
Teléfono (+56 2) 2665 2021
www.walterlund.cl

Síguenos en
www.asimpres.cl
  
como Asimpres

EJEO  **SPA**
IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA GRÁFICA

Ejeo se presenta como una alternativa a los grandes distribuidores de insumos y maquinarias

Desde 2008 la empresa familiar Ejeo se dedica a vender barnices y material de laminación termal, junto con comercializar maquinaria china para diferentes procesos de impresión, aportando a entregar un servicio más rápido frente a la competencia.

Gracias al crecimiento que ha experimentado durante los últimos años y al posicio-

namiento y visibilidad que ha logrado en la industria gráfica, Ejeo estará en esta quinta versión de PrintStgo, siendo una alternativa a los grandes distribuidores de insumos y maquinarias del sector gráfico.

PRODUCTOS PARA DISTINTAS NECESIDADES

Juan Eduardo Olmos Guerra, gerente general de Ejeo,

comenta que en la feria presentarán barnices UV, poli-propileno, stopper para POP y otros productos, destinados a distintos tipos de clientes de la industria gráfica, que en su mayoría buscan alternativas frente a distintas necesidades.

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, Nicolás Soto, Miguel Candia y archivo ASIMPRES. Foto portada: Miguel Candia. Impresión: A Impresores. Tiraje: 10.000 ejemplares.

Miembros de:

ASIMPRES  ASOCIACION GREMIAL DE INDUSTRIALES GRAFICOS 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.