

Impresiones

EDICIÓN Nº 129 AÑO 13, CHILE 2018 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



Asimpres expone sobre impresión sustentable en empresas Bayer



NUEVO ENCUENTRO DE LA ACADEMIA DE INNOVACIÓN ASIMPRES

| página 8



CONOCE A NUESTROS SOCIOS: **ETAL, ICONOSUR Y SCOTT**

| página 5





ENCUENTRO ANUAL DE LA INDUSTRIA: PRESIDENTE DE SOFOFA LLAMA A DEJAR LAS INERCIAS DEL PASADO PARA “ADAPTARSE A LA ECONOMÍA DEL SIGLO XXI”

Por primera vez en sus 135 años de historia, SOFOFA celebró su Encuentro Anual de la Industria 2018 en una región (Valparaíso).

En su discurso, el presidente de SOFOFA, Bernardo Larraín, destacó que hoy la misión del gremio es que “aspiramos a representar a la empresa, grande o pequeña, en proceso de crecimiento. La empresa que debe gestionar dificultades y tomar riesgos. Es la empresa que más necesita de regulaciones claras y competitivas para, por ejemplo, reinvertir sus utilidades en capital humano, equipos, tecnología y capital de trabajo”.

DESAFÍOS PÚBLICOS – SOLUCIONES PRIVADAS
La directora ejecutiva de SOFOFA, Aurora Olave, presentó el proyecto 2019 “REPosicionando”, que tiene como objetivo promover la economía circular en el cuidado del medio ambiente a través de tres dimensiones: Capacitación y certificación de 95 recicladores de base; articular iniciativas empresariales que fomenten la economía circular, enmarcadas en la implementación de la Ley REP; y conectar empresas, emprendedores, mundo académico y científico, para el desarrollo y adopción de nuevas tecnologías.

Más información: www.asimpres.cl/noticias/sofofa/

Dimacofi presente en el 4º Congreso Latinoamericano de Tecnología y Negocios

La empresa de soluciones tecnológicas en impresión y gestión de documentos, Dimacofi, estuvo presente una vez más en América Digital, con una batería de soluciones enfocadas en acompañar a las empresas en la transformación del trabajo en la era digital.

En el encuentro, realizado los días 5 y 6 de septiembre en Espacio Riesco, la compañía estuvo presente junto a los mayores exponentes tecnológicos nacionales e internacionales, para ser parte de esta transformación y mostrar el potencial infinito que ofrece el área digital para innovar y dar soluciones a las grandes problemáticas que están viviendo las empresas hoy en día.



AMF Etiquetas realizó la 2º Versión de su “Taller de Tendencias”



El 14 y 15 de noviembre AMF Etiquetas llevó a cabo por segundo año consecutivo su Taller de Tendencias, al que asistieron alrededor de 25 viñas invitadas junto con importantes expositores internacionales y nacionales; Nilpeter, Caliptra y Stone Paper.

En el evento, el gerente general, Juan Ignacio Molina, compartió las novedades e innovaciones de AMF/ Etiquetas. Entre ellas, comentó adquisiciones de máquinas de última tecnología, implementación de sistemas de trazabilidad de etiquetas y anunció que el próximo año se inaugurará el Print Center 2.0 Termo, laboratorio digital para maquetas de etiquetas termo contraíbles.

Además, en relación a la política sustentable de la empresa, explicó que en el techo de la planta se han emplazado paneles solares, los cuales producen cerca del 16% de la

energía ocupada en la fabricación de sus etiquetas.

De los expositores, Angelo Tribocco, gerente de Producto Wine & Spirits de Nilpeter, Italia, habló de la evolución de la industria de vino y licores, destacando que el primer consumidor mundial de vino es EE.UU., seguido por UK y muy cerca China, quien se ubica en tercer lugar. Mariela Gutelli, directora de la agencia creativa Caliptra, Argentina, expuso sobre las tendencias en diseño y packaging de vino, dando a conocer algunos ejemplos y casos de éxito de su empresa.

Para finalizar, Francisco Hill, gerente general de Stone Paper, dio a conocer su papel mineral, el cual no utiliza celulosa, por lo que no se genera tala de árboles. El sustrato es 100% reciclable, resistente al agua y al frío, siendo una opción importante para el packaging sustentable.

Asimpres en la inauguración de FILSA 2018

El 25 de octubre se dio inicio a la 38ª Feria Internacional del Libro de Santiago (FILSA 2018) en el Centro Cultural Estación Mapocho. El evento, organizado por la Cámara Chilena del Libro, se desarrolló hasta el 11 de noviembre con Perú como invitado de honor.

A la ceremonia inaugural asistieron la presidenta de Asimpres Marcela Lahosa y María Eugenia Mingo, gerenta de la entidad.

En mayo de este año, Asimpres firmó un acuerdo de colaboración con la Cámara Chilena del Libro cuyos principales ámbitos de contribución son comunicaciones, ferias y patrocinios.

Cómo producir libros inteligentes

Con la intención de responder a la transformación hacia lo digital que se está produciendo en el mundo editorial, la Asociación de la Comunicación Gráfica de España (neobis), realizó un taller práctico junto con BTwinBooks sobre una nueva forma de hacer libros que consiga llevar la experiencia de lectura más allá de formatos y dispositivos.

La tecnología desarrollada por BTwinBooks, que permite asignar una identidad única a cada libro de una tirada, actúa como llave de acceso a todo el contenido asociado al ejemplar. Este mecanismo permite vincular contenido digital a los libros impresos, realizándose el acceso al mismo a través de una aplicación móvil.

Además, la propuesta de valor para las editoriales va más allá ya que ofrece la posibilidad de conocer los hábitos y las preferencias de los lectores.



Packaging senior, el gran olvidado

Según el estudio anual sobre las Generaciones del Consumidor de Tetra Pak, las personas mayores de 60 años son un grupo objetivo con gran capacidad de compra pero muy infravalorado y que con demasiada frecuencia es olvidado a la hora de diseñar el packaging de un producto.

La razón por la cual es tan rentable para una empresa apuntar a personas mayores es simple: una vez que están satisfechos con un producto, no buscan más alternativas. Además, están dispuestos y pueden pagar un cierto precio por la calidad.

Para vincular este grupo objetivo a una marca, el diseño del packaging del producto debe ajustarse a sus necesidades y esto se consigue teniendo en cuenta cinco factores: comunicación visual, legibilidad, apertura, manejo y perecedibilidad.



LOS CONSUMIDORES Y LA SOCIEDAD EN LOS 2030s-2040s: Lo que la industria gráfica debe mirar

¿Cuál será el rol de la tecnología relacionada a impresos y papel en un mundo digitalizado? ¿Qué propuestas de valor del impreso serán importantes en las próximas décadas? ¿Cómo pueden las empresas adelantarse a los requerimientos del futuro? Markus Heering, Managing Director de VDMA Printing and Paper Technology Association, y Sabine Geldermann, directora de drupa, conversaron desde Alemania con Asimpres sobre las tendencias para las próximas décadas.

Hace algunas semanas, la institución alemana VDMA Printing and Paper Technology Association desarrolló un “Taller Futuro” para analizar las principales tendencias de los consumidores para las décadas de 2030 y 2040 y cómo afectarán a la industria gráfica. En el taller participaron compañías miembros de VDMA, el equipo de gestión de drupa, investigadores de tendencias y estudiantes.

En entrevista con Asimpres desde Alemania Markus Heering, Managing Director de VDMA Printing and Paper Technology Association y de PrintPromotion GmbH, y Sabine Geldermann, directora de drupa y Global Head Print Technologies de Messe Düsseldorf, quienes participaron en el taller, analizan las principales tendencias y recomendaciones para la industria.

Prepararse para el futuro

Según explica Heering, las empresas tienen varios desafíos. Entre ellos deben analizar hacia qué segmento del mercado se moverán y dónde especializarse, y para esto necesitan seleccionar las soluciones técnicas apropiadas. Por otra parte, las compañías deben prepararse para usar una gran variedad de sustratos “y darse cuenta de que los productos impresos tendrán un rol más allá que

simplemente transmitir información. Es sobre refinamiento, sobre experiencias táctiles”, indica. En este sentido habrá un cambio desde productos hechos en masa a aplicaciones impresas de alta calidad, personalizadas o individualizadas. “Para esto, los impresores deben invertir en soluciones flexibles y en la cadena de procesos más suave posible”, explica el Managing Director de VDMA.

Sabine Geldermann, directora de drupa, indica que es importante que las compañías se cuestionen sus procesos en forma regular para asegurarse que sus valores y competencias aún son relevantes para sus clientes.

El rol de los usuarios

“Los consumidores son una importante fuente de información al momento de identificar y satisfacer las necesidades de los consumidores en una etapa temprana”, indica Geldermann, añadiendo: “Este grupo provee impulsos para la producción y definirá qué tendencias deseadas serán aceptadas e incorporadas en aplicaciones”.

Heering agrega que, para poder satisfacer las necesidades de los clientes en impresos en textiles, cerámicas o decorativos, ya hay muchas empresas que en una primera etapa impri-



“El hallazgo más importante es que los productos impresos mantendrán su rol clave en muchas esferas de la vida”, Sabine Geldermann, directora de drupa y Global Head Print Technologies de Messe Düsseldorf.

men tiradas cortas digitales y después imprimen las muestras más populares con métodos más convencionales: “Este es un buen ejemplo de cómo los procesos de innovación están cambiando con la ayuda de tecnología nueva y flexible, contribuyendo también a una producción económica y que usa los recursos en forma eficiente”.

Principales oportunidades

Para Heering, la más importante es el uso de la inteligencia artificial, que tendrá efectos profundos en las cadenas de procesos, permitiendo grandes saltos de eficiencia. Y añade que en 2040 las necesidades básicas de las personas serán las mismas que hoy: “La gente continuará dependiendo del suministro de alimentos frescos y sin daños, que solo se puede lograr mediante packaging. El sector de manufactura de maquinaria de impresión puede ayudar a asegurar experiencias exquisitas, emocionales y sobre todo táctiles”. Explica que también la impresión funcional va en alza, siendo capaz de crear conexión entre el mundo análogo y digital.

EL PAPEL

Durante el taller, los jóvenes estudiantes reportaron un cierto cansancio de estar siempre conectados y comentaron que anhelan una “desintoxicación digital”.

Ambos expertos coinciden en que el impreso representa credibilidad, confianza, autenticidad y un mayor entendimiento.

Medios digitales

En cuanto a la sustentabilidad, los dos recalcan que los medios digitales deben ser mirados cuidadosamente. “Hay un aumento de la basura electrónica, especialmente en economías en desarrollo y emergentes como India y Sudáfrica, según un reporte de las Naciones Unidas de 2009”, indica Geldermann. “Según estudios recientes, se necesitan más de 25 plantas de energía nuclear para cubrir el consumo de internet, mientras que el papel se está convirtiendo en más eficiente en cuanto a energía y recursos”, añade Heering.

“La situación ideal es la convivencia de ambos, medios electrónicos e impresos, en forma que satisfaga nuestras necesidades sociales, ambientales y económicas”, finaliza Geldermann.

Más información:
www.asimpres.cl/noticias/sociedad2030-40/

PRINCIPALES TENDENCIAS FUTURE WORKSHOP



Los consumidores estarán online permanentemente y moverán grandes volúmenes de datos mientras van de un lado para otro.



Crece el deseo de tomar recesos “offline”, de experiencias con la naturaleza y consumo ético.



Las fábricas inteligentes, inteligencia artificial y la realidad virtual pavimentan el camino hacia una hiper-individualización.



Crece la necesidad de cadenas de procesos seguras y confiables.



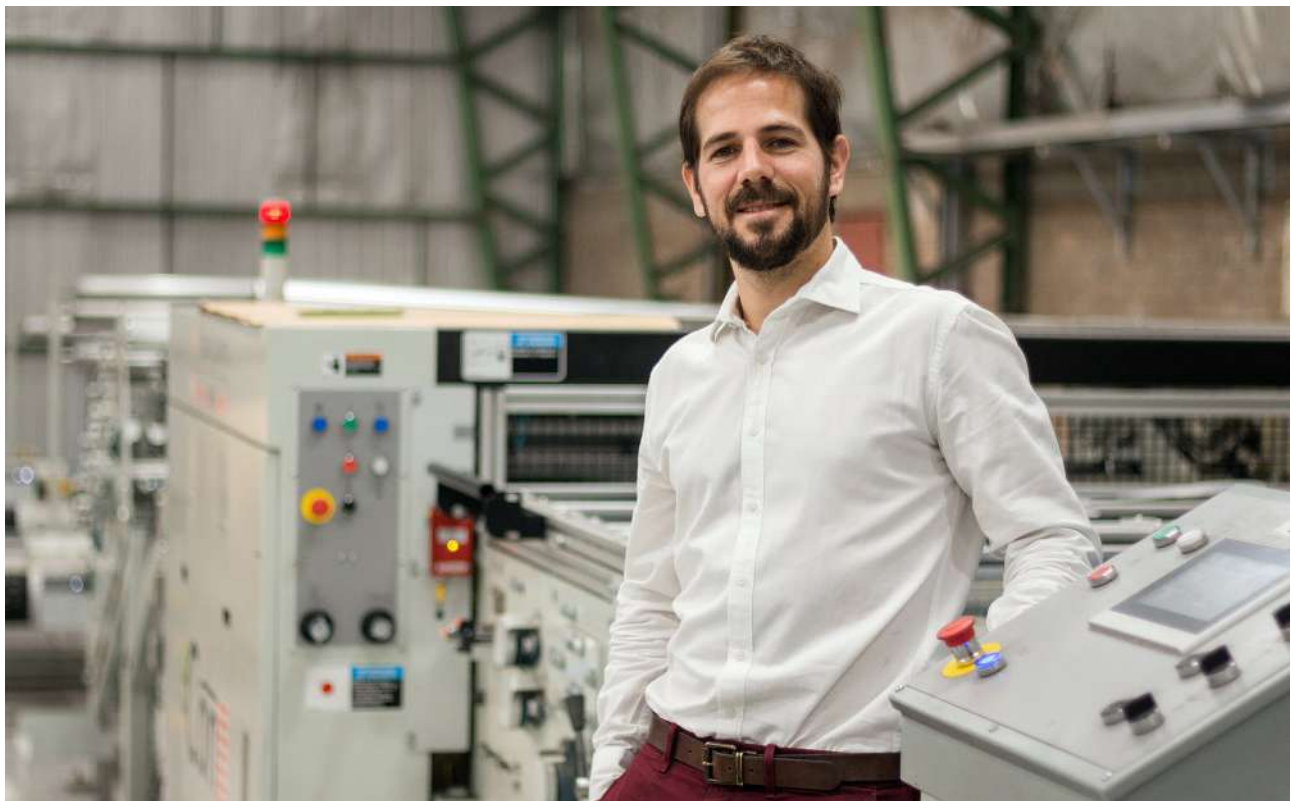
Con métodos como la innovación abierta las compañías pueden identificar necesidades e ideas de sus clientes y socios en momentos más tempranos y precisos, y ajustar sus modelos de negocios y portafolios.



“Los productos impresos tendrán un rol más allá que simplemente transmitir información”, Markus Heering, Managing Director de VDMA Printing and Paper Technology Association y de PrintPromotion GmbH.

Dipisa finaliza el año consolidando cambios

Durante 2018 Dipisa, empresa proveedora de la industria gráfica con casi 40 años de trayectoria, ha puesto en marcha una gran cantidad de proyectos, entre ellos nuevas líneas de negocio, inversión en logística, en infraestructura y maquinaria, y mejora en los estándares de gestión de la empresa.



LOGÍSTICA

En Dipisa, hasta el 2017 la logística se encontraba tercerizada. A fines de ese año integraron el área dentro de su negocio, como un apoyo a su actividad actual y negocios futuros. “Esto significó entender la naturaleza del negocio y compras de nuestros clientes, lo que nos llevó a un rediseño de la flota que está en constante cambio”, explica Gabriel Ruiz-Tagle, gerente general de Dipisa.

Para esto, la compañía invirtió en consultorías y desarrollos logísticos. Ahora posee un warehouse management system (WMS) de clase mundial, teniendo un mayor orden del stock y más agilidad en el momento de preparar una orden de venta.

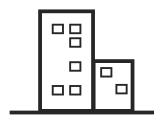
“Todo esto nos permite tener una eficiencia en costos y usos de recursos, pero también poder llegar al cliente de manera más rápida y con mayor certeza para cumplir con lo prometido. El 2019 ya es un año donde el camino está mucho más despejado y se deberían ver en plenitud los frutos de estas inversiones y del doble esfuerzo que hemos hecho”, indica Ruiz-Tagle.



GESTIÓN

Por otra parte, Dipisa ha trabajado en mejorar el estándar de gestión de la empresa: “Para tener una mayor visibilidad en los negocios desde el punto de vista de la información, la estra-

tegia con la que enfocamos nuestra fuerza de venta a los distintos negocios y todo el soporte de tecnológico y de servicio que las áreas necesitan hoy y van a necesitar en desarrollos futuros”, explica el gerente general.



INFRAESTRUCTURA

La compañía durante los últimos meses ha realizado una gran inversión en infraestructura. Iniciaron con el reacondicionamiento de la bodega de productos terminados con un sistema de racks, además del rediseño de un galpón para el área de Packaging. También están construyendo un nuevo galpón para productos terminados. Todo esto implica que la planta aumentó la capacidad de bodegaje en un 30%.



TECNOLOGÍAS E IMAGEN

“Nuestro propósito es atender cada día mejor a nuestros clientes pensando en que tienen necesidades cada vez más exigentes y requieren tener su stock cada vez más rápido. Estamos trabajando en línea con eso”, señala Ruiz-Tagle.

Así, se ha invertido en maquinarias como una cortadora estadounidense eCon de última tecnología, que recibieron hace tres meses: “Ya se están viendo los frutos en cuanto a la precisión, calidad de corte del papel y a la productividad. Nos va a ayudar a siempre tener disponible el papel que el cliente necesita”, dice Ruiz Tagle.

“TODO ESTO NOS PERMITE TENER UNA EFICIENCIA EN COSTOS Y USOS DE RECURSOS, PERO TAMBIÉN PODER LLEGAR AL CLIENTE DE MANERA MÁS RÁPIDA Y CON MAYOR CERTEZA PARA CUMPLIR CON LO PROMETIDO”.



NUÉVAS LÍNEAS DE NEGOCIOS

“En un afán de estar a la vanguardia en los mercados de los insumos derivados del papel y expandirnos como compañía, que es una práctica necesaria de cada empresa para perdurar en el tiempo, desde este año empezamos a desarrollar el área de negocio del packaging secundario con impresión en cartón corrugado”, cuenta el gerente general, explicando que esta decisión se tomó para cubrir una necesidad más del mercado gráfico, entregando a sus clientes, además de papel, embalaje para que puedan llegar a sus clientes finales.



COMPROMISO CON CLIENTES Y LARGA RELACIÓN CON PROVEEDORES

En Dipisa comentan que tienen compromisos a largo plazo con sus clien-

tes y proveedores. Sus proveedores se mantienen como tal desde que parten con una línea o tipo de papel, manteniendo el estándar y a que trabajan con líderes a nivel mundial, como Stora Enso e International Paper. “Las capacidades de producción afuera son bastante limitadas, hay mucha demanda, pero tenemos acceso a ese suministro estable de papel gracias a la relación de décadas con las fábricas más importantes de papel en el mundo”, indica Ruiz-Tagle.

En cuanto a los clientes, el gerente general señala que “este año hemos visto lo difícil que ha sido para el mercado gráfico y Dipisa confirmó su compromiso con sus clientes en todo lo que implica el servicio”.



COLABORADORES

Hasta el año pasado en Dipisa trabajaban un poco más de 100 personas. Hoy cuentan con 133. Por esto, Ruiz-Tagle explica que han asumido un gran compromiso con el bienestar de sus colaboradores: “Queremos prácticamente dos cosas: que las personas estén a gusto, estén contentas trabajando y que toda persona que trabaje en Dipisa pueda desarrollar y perfeccionar sus capacidades profesionales”.



Línea digital

Considerando que cada vez los clientes finales quieren impresiones con mayor rapidez y tirajes más bajos “Dipisa se ha ido anticipando y con los mismos proveedores históricos, con quienes trabajamos hace más de 30 años, hemos adaptado nuestro formato para tener disponibles las medidas más utilizadas en digital: 13x19, 12x18 y 11x17 pulgadas”, explica Alberto Tuñón, subgerente de desarrollo.

Tuñón comenta que, gracias a las instalaciones y la capacidad productiva, son capaces de mantener papeles, cartulinas sólidas, cartulinas opalinas y cartulinas dúplex en stock constantemente. “Y estamos en búsqueda

de nuevos proveedores para productos digitales que hoy no tenemos en el mercado”, agrega.

Además, desde este año también ofrecen productos digitales para formato ancho y camas planas, como autoadhesivos de PVC en formato ancho, planchas de PVC espumado y PaperFoam.

Por último, en el área de autoadhesivos en rollo trabajan con los productos UPM Raflatac y cuentan con un sector en una bodega especializado para la conversión y almacenaje de estos, “donde podemos cortar y despachar en los tiempos requeridos por los clientes y también dar servicios de corte”, finaliza Tuñón.

Viviana, Sandra y Pola Vignolo, socias de Etal:

“Nos diferencia la rapidez, la calidad y la buena gestión con los clientes”

Etal nació en 1964 como un emprendimiento de universitarios. Ese año, Benito Vignolo junto a un socio alemán decidieron comprar algunas máquinas Heidelberg y establecerse en la calle Exequiel Fernández, en Macul. Más de medio siglo después, la compañía sigue funcionando en el mismo lugar.

En un inicio, Etal comenzó haciendo litografías hasta que Benito Vignolo, quien trabajó un tiempo en un laboratorio, hizo las conexiones para que la empresa comenzara a reali-

zar estuches para medicamentos, especialidad que ha mantenido en su historia. Con el tiempo, el socio alemán se fue a vivir al extranjero y cedió su participación.

LAS HERMANAS VIGNOLO

Desde pequeñas, las hijas de Vignolo, las hermanas Viviana, Sandra y Pola, solían ir a la imprenta y jugar entre las máquinas y recortes. Hoy son ellas quienes están a cargo de la empresa. Viviana lleva más de 11 años y se desempeña en la gerencia de producción, Pola está

en el área de diseño y contacto con clientes y Sandra se encarga de la implementación de la ISO, administración y finanzas.

RAPIDEZ Y CALIDAD

Viviana Vignolo explica que la empresa ha logrado mantenerse por tantos años gracias a que “nos diferencia la rapidez, la calidad y la buena gestión con los clientes. Hacemos lo mismo que hacen los grandes, pero en chiquitito”, agregando que “tenemos la capacidad de ser muy flexibles”.

Así, debido a la calidad y buenos estándares de producción, algunos de sus clientes -como Laboratorio Chile y Avon- han trabajado con ellos por más de 25 años.

UNA EMPRESA CON HISTORIA

Durante décadas, Etal se ha especializa en los rubros de cosmética y farmacéutica. Hoy cuenta con 25 colaboradores, y las hermanas indican que “los trabajadores son súper antiguos, gente ya con muchos años de experiencia”.



Certificación

Hace algunos años Etal decidió certificarse ISO, lo que los ha ayudado a ordenar sus procesos bajo exigentes estándares. Después de la certificación ISO 9001:2008, este año se certificaron ISO 9001:2015.

Harry Scott, gerente general de Scott Etiquetas:

“Tenemos una relación cercana con nuestros clientes y damos un buen servicio”

Huberto Scott volvió a Chile en 1975 después de vivir un tiempo en Australia. Estaba especializado en el rubro metalmecánico y tenía la idea de emplearse en esta área. Lamentablemente, no pudo encontrar trabajo y decidió independizarse. Así, en 1976 fundó su empresa, que en un inicio comenzó como una sociedad importadora de insumos gráficos.

ETIQUETAS

Además de insumos, la empresa tenía la representación de máquinas que trabajaban con sistema hot stamping. Estas no se vendieron fácilmente y Scott decidió ponerlas en funcionamiento. De esta forma, en 1979 la compañía empezó a fabricar etiquetas autoadhesivas, rubro que hoy es su foco principal.

En los siguientes años la empresa siguió creciendo. En 1985 adquirió la primera máquina letterpress y el 1990 su primera flexográfica. Con el tiempo, incorporaron la serigrafía y en 2002 prensas digitales.

INSTALACIONES

Scott Etiquetas se ubica en la calle Santa Isabel, en Providencia, donde ha estado desde un inicio. Harry Scott, hijo de Huberto Scott y gerente general, explica que con el tiempo la empresa ha ido adquiriendo los edificios circundantes.

En la actualidad las instalaciones tienen cerca de 2.700 m. Aquí se desempeñan 75 personas, entre ellas la esposa de Huberto Scott, quien trabajó con él y a sus 82 años es la gerenta de producción.

BUEN SERVICIO Y CALIDAD

Harry Scott comenta que al estar tantos años en el rubro tienen clientes de larga data: “Tenemos una relación cercana con nuestros clientes y damos un buen servicio y buena calidad. Básicamente eso es



lo que nos diferencia”.

Los clientes de la empresa pertenecen a diferentes rubros, desde alimentos y vinos, pasando por cosmética y farmacéutica, hasta la industria metalmecánica.

AUMENTAR LA EFICIENCIA

En 2017 la empresa adquirió una impresora flexográfica Nilpeter de 8

colores. “Esto ha significado un salto importante. Nos ha permitido tener más capacidad de entrega, más rapidez, mayor diversidad de tecnologías, más colores”, explica Scott, quien indica que esperan cosechar dividendos de esa inversión en el próximo tiempo y mantenerse competitivos invirtiendo en maquinaria más moderna.

Francisco Raveau, gerente general de Iconosur:

“Nuestra fortaleza ha sido el medio ambiente”

Después de cerrar una imprenta que tenía con su hermano, en 1996 Francisco Raveau decidió emprender solo y fundar Iconosur. En un inicio la empresa imprimía desde facturas a folletos, pero hace unos 10 años se fue especializando en packaging.

SUSTENTABILIDAD

El foco de Iconosur es la sustentabilidad. Desde 2014 cuentan con la certificación PEFC, que asegura que el papel utilizado proviene de bosques manejados responsa-

blemente. La empresa comenzó a interesarse en esta área en forma experimental: “Con el tiempo me fui dando cuenta que era un gancho comercial súper importante. Cada vez le fui tomando más peso y al final es una gran diferenciación”, indica Raveau. Agregando que además este proceso de certificación ayudó a la empresa a ordenarse en su operación.

MÁS ALLÁ

La certificación PEFC fue solo un primer paso. Con el objetivo de ser

lo más limpio posible instalaron paneles fotovoltaicos para producir energía renovable. Actualmente, el 15% de la energía que la empresa ocupa proviene de esta fuente. “Ahora quiero poner más, para llegar a un 30% de la producción”, indica Raveau, añadiendo que están pensando en cambiar los motores de algunas máquinas para que estas sean más eficientes.

La compañía también es parte del Acuerdo de Producción Limpia #2 de la industria gráfica y en 2019 quieren medir la huella de carbono de todos sus productos.

EMPRESA B

Después de tres años de trabajo, hace un mes Iconosur fue certificada como Empresa B, sistema que reconoce a organizaciones que persiguen el triple impacto (económico, social y ambiental) de manera simultánea, con un compromiso de mejora continua, legal y a largo plazo.



“Fue un paso increíble. Somos la primera imprenta en Chile y yo creo que en Latinoamérica. Después de mucho tiempo, muchas transformaciones y harta pega logramos hacerlo”, explica Raveau, quien agrega: “Nuestra fortaleza ha sido el medio ambiente, proteger nuestra forma de producir”.

PREDICADOR

Raveau quiere que sus clientes también se empapen con la idea de la sustentabilidad: “Soy como un predicador de esto. Aparte de vender impresos vendo esta idea, vendo sustentabilidad, que tengan un producto limpio”, indica.



PROFESORES DE LA ESCUELA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA GANAN BECA DE

“Técnicos para Chile” para perfeccionarse en España

Después de una rigurosa selección en donde participaron más de 450 profesionales de todo Chile, los profesores del área técnica de la Escuela de la Industria Gráfica, Nelson Díaz y Patricio Lizama, se adjudicaron la beca “Técnicos para Chile” del Ministerio de Educación.

El perfeccionamiento, llamado “Competencias para la educación técnica profesional”, busca contar con docentes con las competencias necesarias para poner en práctica las modificaciones del currículo técnico-profesional y que puedan asumir eficientemente la implementación de nuevas tecnologías, acordes a las exigencias del mercado laboral.

Durante los meses de noviembre y diciembre de 2018 y enero y febrero de 2019 se realiza el proceso de perfeccionamiento en el centro de estudio e innovación de Tknika ubicado en la ciudad de San Sebastián, país Vasco, España.



Si bien los directos beneficiados de este perfeccionamiento son los profesores, estos nuevos saberes se permearán tanto a los estudiantes como a los demás docentes.

Esta experiencia deja de manifiesto el permanente interés del profesorado por adquirir nuevas herramientas y conocimientos que les permitan realizar una mejor labor en el aula, en beneficio directo del proceso enseñanza-aprendizaje de sus estudiantes.

QUÉ FUE DE...

Víctor Mieres, jefe de planificación en Selecta Envases:

“A futuro siempre hay que pensar en capacitación”

Víctor Mieres llegó a la Escuela de la Industria Gráfica el año 2000 motivado por su familia, quienes lo guiaron y acompañaron durante el proceso de inscripción y exámenes. Así, durante cuatro años Mieres estudió con el plan Dual y al egresar empezó a trabajar en el área de pre prensa en Industrias Gráficas Mónaco, donde también hizo su práctica Dual.

Sobre su paso por la escuela explica que ahí aprendió las bases de la industria: “Las bases ayudan bastante para tener un buen pasar en la gráfica. Algo muy diferente es que una persona que viene del área de administración pueda comprender correctamente el flujo que tiene una empresa gráfica. En ese sentido el colegio entrega las bases principales”, indica.

Tres años después, Víctor decidió cursar la primera generación de Gestión y Producción de Medios Gráficos de Ingraf, carrera que dura 5 semestres y que debió congelar. Ahí, entre sus compañeros había algunos que trabajaban en Selecta Envases y así se gestó una nueva oportunidad laboral en esta organización.

En Selecta Envases Mieres comenzó a trabajar en el área de pre prensa. En ese tiempo la empresa no contaba con área de planificación de la producción y cuando la compañía fue adquirida por la empresa argentina Grupo HZ se implementó. Así, en 2010 Víctor pasó a desempeñarse como asistente de planificación y desde 2012 está en el cargo de jefe de área.

“CADA VEZ EL MERCADO ESTÁ MÁS COMPETITIVO. TODO LO QUE CORRESPONDA A CAPACITACIÓN O TÉRMINO DE CICLO EN EL ESTUDIO VA ORIENTADO A MEJORAR”.

Víctor se siente agradecido de las oportunidades que la empresa le ha entregado: “Yo creo que una de las cosas que se valora es la preocupación y las ganas de aprender y de desarrollarse. En eso creo que yo logré demostrar que tenía interés en lograr el puesto y la empresa me dio la oportunidad”, puntualiza.

El año pasado, Víctor decidió retomar los estudios que había congelado en el Centro de Formación Técnica Ingraf. “Lo que me llevó al CFT Ingraf fue buscar una diferenciación. De esa forma uno tiene una carta de presentación un poco mejor”, explica, agregando que terminará la carrera ahora “porque cada vez el mercado está más competitivo. Todo lo que corresponde a capacitación o término de ciclo en el estudio va orientado a mejorar, obtener los títulos; y hay varias cosas que quiero seguir haciendo”.



Al mismo tiempo, Mieres está terminando un diplomado en Administración y Planificación de la Producción de la Universidad de Chile: “A futuro siempre hay que pensar en capacitación. El estudio da un poco más de fuerza y conocimiento al quehacer diario”, señala.

INGRAF: ADMISIÓN 2019

Ya comenzó el proceso de admisión 2019 en el Centro de Formación Técnica Ingraf. Las clases inician el 11 de marzo del próximo año y las carreras impartidas son las siguientes:

- Gestión y producción de medios gráficos (5 semestres)
- Impresión offset/flexográfica/digital (5 semestres)
- Post prensa (5 semestres)
- Diseño gráfico (5 semestres)

Capacitación

Durante diciembre Ingraf impartirá seis cursos que cuentan con financiamiento Sence.

Photoshop avanzado

36 horas
Código Sence 1237942064
Valor: \$288.000
23 de noviembre al 21 de diciembre
Lunes/viernes,
18:30 a 22:30 hrs.

Control de calidad en los procesos gráficos

32 horas
Código Sence 1237950471
Valor: \$256.000
3 al 19 de diciembre
Lunes/ miércoles/ viernes,
18:30 a 22:30 hrs.

Coaching y liderazgo

20 horas
Código Sence 1237951053
Valor: \$160.000
4 al 12 de diciembre
Martes/ miércoles/ jueves,
18:00 a 22:00 hrs.

Gestión del color en la industria gráfica

32 horas
Código Sence 1237950471
Valor: \$256.000
3 al 19 de diciembre
Lunes/ jueves/ viernes, 18:30
a 22:30 hrs.

Excel avanzado

27 horas
Código Sence 1237949714
Valor: \$216.000
10 al 21 de diciembre
Lunes/ martes/ jueves/
viernes, 19:00 a 22:30 hrs.

Técnicas de la impresión flexográfica

32 horas
Código Sence 1237958272
Valor: \$256.000
3 al 19 de diciembre
Lunes/ miércoles/ viernes,
18:30 a 22:30 hrs.

Para más información, contactar a Vicky Godia (v.godia@educagrafica.cl) o Jimena Tapia (jtapia@educagrafica.cl). Teléfonos: 225566445/225559998



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

Asimpres expone sobre impresión sustentable en Empresas Bayer

Asimpres fue invitado por Empresas Bayer a participar en el Supplier Day 2018, evento al que asisten colaboradores de Bayer de las áreas de marketing y compras. El encuentro se enfocó en “El papel sustentable de la industria gráfica”.

María Eugenia Mingo, gerente gremial de Asimpres, expuso sobre la impresión sustentable y el APL2 de la industria gráfica.

MITOS

Para comenzar, se refirió a distintos mitos sobre el papel y los contrastó con la realidad. Entre ellos la creencia de que la producción de papel daña el medio ambiente y es una de las causas de la deforestación (siendo que el papel proviene de fuentes sustentables y posee estrictas certificaciones) y que los medios digitales no contaminan (cuando la realidad es que tienen una gran huella de carbono).

APL#2

Posteriormente habló sobre la situación actual de las empresas del gremio, según los resultados del diagnóstico inicial del Acuerdo de Producción Limpia #2 (APL#2).

Para finalizar explicó lo que está haciendo la industria para ser más sustentable, comentando las metas del APL#2, entre las que se encuentran desarrollar una política de sustentabilidad, incrementar un 75% el uso de sustratos certificados, reducción de 5% de los COVs y generar una política de seguridad y salud ocupacional.

TINTAS

Entre las preguntas del público, se consultó por la contaminación de las tintas ocupadas en el papel. Mingo explicó que el principal contaminante en ese sentido son los tarros de tinta de desecho, que hoy se disponen como residuos sólidos: “Está prohibido que los residuos de tinta se vayan al alcantarillado o que se dispongan de otra forma que no sean contenedores sellados que van a reciclaje”, indicó.

En el evento también participó María José Pérez, ingeniero de asuntos técnicos de CERT-FOR/PEFC, para exponer sobre esta certificación.

SE REALIZÓ SEMINARIO SOBRE LEY REP



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

Nueve especialistas se reunieron para revisar los avances de la Ley Responsabilidad Extendida del Productor (REP) en un seminario organizado por Everest Ingeniería y Gestión Ambiental.



Políticas públicas

El ex ministro de Medio Ambiente, Pablo Badener, habló de la visión desde las políticas públicas, explicando que la ley de fomento del reciclaje es relevante para Chile, pero hay dudas sobre quién tiene competencia en gestión ambiental. Agregó que las comunas de Santiago usan un 25% de su presupuesto en residuos y reciclaje.

Experiencia internacional

El doctor en economía, José Luis Samaniego, director de la División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos de la CEPAL, brindó un amplio informe sobre las perspectivas y experiencias internacionales del fomento al reciclaje. Explicó que algunos países de Europa cuentan con este tipo de leyes desde los años 90s, continente en que entre el 2000 y 2010 se

duplicó el empleo relacionado a gestión de residuos.

Sanciones

Eduardo Astorga, abogado y consultor para el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) sobre Medidas de Compensación en Biodiversidad en el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental, analizó las sanciones y penalizaciones para aquellos que no cumplan con lo establecido en la ley.

Asociaciones

Por su parte, el gerente general de la Asociación Nacional de Industria del Reciclaje (ANIR), Alejandro Navech, mostró cómo la ley y sus reglamentos impactan a las empresas de su asociación. El ingeniero Justo Verdejo, directivo de CELA Chile, dio a conocer la participación de sus asociados en mesas de diálogos

con la autoridad ambiental y el esquema de recuperación y reciclado de los lubricantes. En la misma línea, José Browne, gerente general de la Cámara de la Industria del Neumático de Chile (CINC), luego de mostrar las externalidades negativas de los neumáticos expuso qué necesitan las empresas para el éxito de la REP.

Inversión

Sobre las decisiones empresariales en el futuro cercano de inversión en proyectos, Ricardo Fernández Milla, gerente comercial de VOLTA, señaló que se debe lograr gestionar los residuos integralmente. “Necesitamos que el sistema sea inclusivo y todos los actores participen. Una cadena sólida, con instituciones fuertes, salud pública y financieramente sustentable”, agregó.

Organismos gubernamentales

Guillermo González, jefe de la Oficina de Economía Circular del Ministerio de Medio Ambiente, exhibió el plan de la actual administración en materia de reglamentos, proponiendo transitar hacia una economía circular.

Asimismo, Rosario Ossandon, jefa de la Unidad de Residuos Industriales y Fiscalización de la Seremi de Salud Región Metropolitana, recalcó la responsabilidad de este órgano de administración del Estado en materia de autorizaciones sanitarias y fiscalización de los productos prioritarios como residuos.



Desmitificando el papel

MITO: El papel es basura

REALIDAD: El papel se recicla fácilmente

El papel de impresión es uno de los pocos materiales capaces de ser completamente reciclados y esta es ciertamente la mejor manera de evitar que vaya a los vertederos de basura. La fibra de papel puede ser reciclada hasta siete veces y se debe considerar además que la producción de nuevo papel requiere hasta un 30% de fibra reciclada.

En Chile, el 70% del consumo de papel industrial es recuperado: todos los papeles que se obtienen se reciclan para hacer papel higiénico, el cartón se recicla para hacer más cartón y el papel de diario para hacer bandejas para huevos y para frutas de exportación.

Por otra parte, el papel es 100% biodegradable. El proceso demora 3 meses (1 año en el caso de un diario), en comparación a la cáscara de frutas que es biodegradable en 6 meses, las bolsas plásticas que demoran entre 100 y 1.000 años o el vidrio, que puede tardar hasta 4 mil años.



Más información: www.asimpres.cl/noticias/seminariorep/

APL 2



Documentación relacionada con prevención de riesgos y accidentes graves

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

Durante la implementación de este APL2, nos encontraremos con una serie de requerimientos que deberán contar con registros que comprueben su aplicación dentro de la compañía. Para su identificación, disponemos de una planilla elaborada para tal efecto que fue enviada en su momento a las empresas asociadas.

Considero pertinente resaltar cierta documentación, considerada implícitamente en los puntos relacionados a la prevención de riesgos, que adquiere especial relevancia cuando ocurre un accidente grave, tal como:

- Muerte de un trabajador.

- Fracturas, pérdida de conocimiento.
- Accidente que provoque amputación o pérdida de alguna parte del cuerpo (incluido desmoronamiento de dedos, pérdida de pabellón auricular, ojos, etc.).
- Accidente que obligue a realizar maniobras de reanimación o rescate.
- Caída de altura superior a 1,8 metros.
- Accidentes ocurridos en condiciones hiperbáricas.
- Eventos ocurridos a un número tal de trabajadores que afecten el normal desempeño de las faenas.

Dada alguna de estas situaciones, corresponderá aplicar el protocolo descrito por la circular 3335/2017, que nos obliga a suspender de manera inmediata las faenas afectadas -permitiendo a los trabajadores evacuar el lugar- e informar inmediatamente a la SEREMI de Salud e Inspección del Trabajo. No actuar de esta manera

nos expondría a fuertes multas y otras consecuencias legales derivadas.

Posteriormente, deben hacer presente en la empresa funcionarios de la SEREMI o Inspección del Trabajo, quienes levantarán un acta y solicitarán la siguiente información:

- Contrato de trabajo de los accidentados.
- Registro de asistencia de los accidentados.
- Declaración de Accidente del Trabajo (DIAT).
- Informe de la investigación del accidente por parte del organismo administrador (mutualidad) y del comité paritario de la empresa (este último aplicable a empresas con más de 25 trabajadores).
- Certificado de pago de cotizaciones al día.
- Procedimientos de Trabajo Seguro y registro de recepción por parte del

“Debemos tener presente que esta documentación es básica para cualquier empresa, legalmente obligatoria y siempre debe estar disponible”.

- trabajador (al menos de la actividad que desarrollaban los trabajadores al momento del accidente).
- Procedimiento de selección y control de los elementos de protección personal (EPP), incluido el registro de capacitación en su uso y recepción por parte de los trabajadores.
- Registro de entrega del “Derecho a Saber” o “Deber de Informar” por parte del empleador (D.S. 40).
- Copia timbrada de carta de ingreso del Reglamento Interno de Higiene y Seguridad a la Inspección del Trabajo y SEREMI de Salud (actualizado).
- Registro de recepción del Reglamento Interno de Orden Higiene y Seguridad por parte de los trabajadores accidentados.

- Planes de mantención de equipos, planes de emergencia, registro de trabajadores autorizados para operar equipos, licencias de conducir especiales, señalética, certificado de extintores u otros, según la naturaleza del accidente.

Debemos tener presente que esta documentación es básica para cualquier empresa, legalmente obligatoria y siempre debe estar disponible tanto para los entes fiscalizadores como para los distintos organismos certificadores (ISO, PEFC, APL, etc.).

Como ya hemos dicho anteriormente, este APL2 nos permite detectar los requerimientos legales obligatorios que nos aplican y nos da la oportunidad de ponernos al día.



Presidenta de Asimpres se reúne con asociados

Durante los primeros días de noviembre, Marcela Lahosa, presidenta de Asimpres, se reunió en un almuerzo con representantes de diversas empresas socias.

En la ocasión estuvieron presentes Christian Dettleff -Business Manager Cono Sur de Epson Latinoamerica-, Hans Rehr -director de Business Imaging Solutions Group de Canon-, José Ignacio Navarro -gerente comercial de Dipisa-, Pablo Ortega -gerente de Equipment Solutions de Ferrostaal Chile-, Klaus Lund -gerente comercial de Distribuidora Walter Lund-, Felipe Arias -gerente general de Davis Graphics- y Osvaldo Saravia -Country and BG Manager Pacific Region de Agfa Graphics-.

Felipe Arias, gerente general de Davis Graphics:

“Contribuimos al mejor desarrollo de la industria gráfica, realizando no solo una labor comercializadora sino también una labor educadora”



Davis Graphics S.A. es una empresa proveedora especializada en insumos para la industria de impresión flexo gráfica, de banda ancha, banda angosta y corrugado, impresión offset y pre-prensa, y además posee una división de oficinas.

CAPACITACIÓN

Desde 2017 Davis Graphics decidió comenzar a realizar actividades de formación en dependencias del centro de formación técnica Ingraf, de modo de promocionar el uso de sus instalaciones. Entre ellas, se realizó un seminario sobre proyección y automatización del empaque en abril, y otro en administración del color, gama expandida y sus mitos, en junio.

Según explica Felipe Arias, gerente general de la compañía, para la empresa es muy importante participar como formador en el mundo gráfico: “De esta forma contribuimos al mejor desarrollo de la industria gráfica, realizando no solo una labor comercializadora sino también una labor educadora, que es una tremenda gratificación”, explica.

Además, la empresa lleva algunos años desarrollado sus seminarios técnicos en las instalaciones del centro, “por el ambiente que se genera al llevar a los ex-alumnos a su instituto”, indica el gerente general.

La relación con el CFT Ingraf ha ido reforzándose y en 2018 el centro de formación técnica invitó a Davis Graphics a participar en el programa Socios de Calidad, con el fin de trabajar en conjunto a favor de la especialización de trabajadores, otorgando un espacio adecuado para ello, generando capacitaciones en materias específicas, y entregando becas profesionales. “Es un programa en el cual estamos felices de colaborar”, señala Arias.

Por otra parte, la compañía está trabajando con Fundación 2020, como parte de un grupo de empresas precursoras de una red de tutorías. Arias manifiesta: “Es una metodología que revoluciona la forma de aprender en las salas de clases. Los resultados han sido sorprendentes. Esto nos permite motivar a otras empresas, por ejemplo, junto a Quintero Impresores donamos la agenda para un colegio”.

PRINT STGO 2018

Davis Graphics participó en la quinta versión de Print Stgo para “mostrar que nuestra asesoría es

integral y que, a diferencia de nuestra competencia, va más allá de la oferta de las mejores marcas. Cada cliente recibe de Davis Graphics colaboración para maximizar sus productos”, explica Arias.

En el evento la empresa presentó una oferta variada, dice el gerente general, lo que “nos permitió generar relacionamiento con muchos clientes interesados en productos muy diversos, desde softwares para el manejo del color, máquinas impresoras, productos amigables con el medio ambiente, hasta máquinas de terminación”.

ADAPTARSE A LOS CAMBIOS

“Como una de las empresas con más trayectoria, y líderes del mercado gráfico, nos hemos adaptado favorablemente a todas las etapas de reconversión de esta industria, principalmente a la llegada de nuevas tecnologías”, indica Arias. “Somos una empresa flexible, cercana y seria, dispuesta a invertir para el éxito de cada una de las marcas que nosotros representamos”, finaliza.

NUEVA SESIÓN DE LA ACADEMIA DE INNOVACIÓN ASIMPRES



El lunes 29 de octubre se realizó una nueva sesión de la Academia de Innovación Asimpres, en la que 15 empresas gráficas socias están siguiendo un plan de estudios online y desarrollando proyectos de innovación interna con potencial de financiamiento Corfo.

En la reunión, Iván Vera, asesor en innovación con 30 años de experiencia innovando, fundador de Innspiral, Magical Startups y Turingo conversó con los participantes persuadiéndolos a salir a terreno para conocer los problemas susceptibles a ser solucionados mediante innovación.

Por otra parte, se refirió a cómo el día a día y la innovación compiten y “lamentablemente gana el día a día”, incitando a los alumnos a buscar instancias de conversación con sus clientes.

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

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, Rosario González 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.