

Impresiones

EDICIÓN Nº 130 AÑO 13, CHILE 2019 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



PAPEL: El medio más sustentable

páginas 4 y 5

Giovanni Calderón, nuevo director de Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático

**“EL MODELO DE LOS APL
GENERA EFICIENCIAS,
INNOVACIÓN, MAYOR
COMPETITIVIDAD Y
ECONOMÍAS DE ESCALA”**



página 7



**ASIMPRES
firma convenio
de colaboración
con Seremi de
Energía** | página 7



“Hay tanto contenido disponible en línea que los medios impresos deben ofrecer algo especial para atraer lectores”, dice Emma Goodman, investigadora del London School of Economics y co-editora de la encuesta anual realizada por Innovation Media Consulting Group para la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (World Association of Newspapers and News Publishers, WAN-IFRA). “Debe ser convincente, único y presentado bellamente. De lo contrario, ¿Por qué lo comprarías?”, agrega.

El reporte también indica que los editores deben tomar un rol proactivo en construir nuevos modelos de negocios. La investigación muestra opciones de nuevas oportunidades para financiar el periodismo, profundizando en los ingresos por parte de los lectores “que creemos será parte integral de un negocio exitoso de aquí en adelante”, indican los co-editores. También toca el tema del periodismo de servicio, que provee otra potencial fuente de ingresos a través de marketing.



Se realizó el 1er Seminario Packaging Chile

El viernes 7 de diciembre se llevó a cabo el seminario **Packaging: Ruta hacia la sustentabilidad, innovación y tendencias**, organizado por el medio **Packaging Chile**

APL

Cristián Rivas, director (s) de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC), expuso sobre la labor de la entidad y la historia de los acuerdos de producción limpia (APL) en Chile. Explicó el compromiso de la entidad para avanzar hacia una economía circular, e indicó que “crear consciencia sobre los envases sustentables es tarea de toda la industria”.

Economía circular

Daniel Gajardo, jefe de consultorías de TriCiclos, se refirió a un nuevo paradigma donde ya no existe el concepto de basura: “Creemos que la basura es un error de diseño”, indicó, explicando que es neces-

rio pensar cómo corregir este error usando la creatividad y tecnología.

Ecodiseño

“El ecodiseño hoy es una oportunidad de agregar valor”, señaló Rodrigo González, gerente general de Coinventa. González también se refirió a las tendencias actuales en el packaging de alimentos.

Oportunidad

Sobre la interacción usuario, consumidor y medio ambiente habló Rolando Araya, especialista en envases y embalajes USACH. Además, se refirió a los avances relacionados con empaques en Chile y al nuevo desafío al que los productores se enfrentan hoy.

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



Las potencialidades del *floor graphics*

El suelo se ha convertido en un medio de comunicación que hay que tener en cuenta en la estrategia multicanal, indica PressGraph, ya que pasear con la mirada pegada a la

Antalis nombra nuevo BDM para Equipos Digitales en Chile y nueva Coordinadora de Marketing



Con el objetivo de seguir fortaleciendo su estructura de negocios y relaciones comerciales, Antalis nombró a César Cabrera como nuevo Business Development Manager de Equipos Digitales, quien estará a cargo de liderar el área, desarrollando un plan de venta de valor, teniendo como principal foco conocer mejor las necesidades de los clientes. Cabrera es analista financiero con una vasta experiencia en el mercado gráfico, desempeñándose por más de 9 años en Canon Chile.



Tamara Reyes asumió como Coordinadora de Marketing, con la tarea de fortalecer la comunicación con los clientes, integrando las diferentes áreas para el desarrollo de propuestas diferenciadoras, desarrollando estrategias en marketing que logren potenciar el negocio de sus clientes. Reyes tiene 6 años de experiencia en cargos de marketing, orientada en la experiencia al cliente, posicionamiento de marca y el mundo digital.

Sans Forgetica: Tipografía diseñada para ayudar a recordar

La fuente fue diseñada utilizando la psicología cognitiva para ayudar al usuario a recordar mejor sus notas.

Para crear este tipo de letra con una dificultada óptima y deseable para la memoria, un equipo multidisciplinario conformado por el profesor de la universidad de RMIT y reconocido tipógrafo Stephen Banham, y un grupo de científicos del RMIT Behavioral Business Lab en Melbourne, Australia, probaron y refinaron una serie de diseños tipográficos.

Sans Forgetica es más difícil de leer que la mayoría de los tipos de letra, eso se debe a su diseño incompleto que hace uso de la ley de cierre Gestalt, haciendo que las letras sean letras apenas reconocibles a primera vista. Esto hace que el cerebro acelere su marcha para completar las letras y dar como resultado una “dificultad deseable”. La “dificultad deseable” que experimenta el usuario cuando lee información en esta tipografía hace que el cerebro se involucre en un proceso cognitivo más profundo que lleva a una mejor retención de la memoria.

La tipografía se puede descargar gratuitamente en www.sansforgetica.rmit.



LA IMPRESIÓN TEXTIL: NEGOCIO EN ASCENSO

Según indica el medio What They Think, el mercado para la impresión textil es enorme y está creciendo junto con la población. Este incluye desde ropa, a decoración de interior y gigantografías. De hecho, según datos de MarketLine el valor estimado del mercado textil mundial era de \$970,4 billones en 2016.

Pese a que la mayoría de los textiles aún son impresos de forma convencional, un pequeño pero

creciente porcentaje está adoptando la producción digital para acomodar tiradas cortas, tiempos de rotación más veloces o nuevos productos.

Dentro de los mercados, según Infotrend, las gráficas desplegadas en textiles crecerá a una tasa anual de 6% hasta 2022. El mercado de impresión directa en vestimentas se espera que aumente 13% anualmente hasta 2021.



Pantone elige a Living Coral como el color de 2019

La empresa referente en tonalidades para impresión marca tendencia cada año, destacando el que consideran será el color que predominará en los diseños gráficos de los próximos años. En esta ocasión, ha escogido a PANTONE 16-1546 de Living Coral, un tono coral que brinda calidez, confort y flotabilidad en un entorno constante de cambio.

Representando la fusión de la vida moderna, PANTONE Living Coral es un color nutritivo que aparece en nuestro entorno natural y, al mismo tiempo, muestra una presencia viva en las redes sociales. Emite los aspectos deseados, familiares y energizantes del color que se encuentra en la naturaleza.

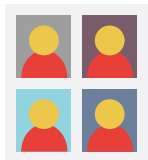
Por qué **imprimir** en la era digital

La transformación digital ha alterado la industria de la impresión y cómo el público crea y accede a la información. Pese a que durante un tiempo se creyó que el mundo digital eliminaría por completo el impreso, hasta ahora no ha sido así, y existen razones que hacen preferir a este último.



COMPROMISO CON LA LECTURA

Los estudios confirman que las personas que leen materiales impresos tienen un mayor interés y compromiso que usándolos desde internet. Quienes leen grandes bloques de texto se sienten más concentrados cuando no tienen elementos que los puedan distraer.



ESTANDARIZACIÓN

Al contrario de una página web, que puede ser invadida por publicidad, pop ups, o el diseño puede cambiar según el aparato que se ocupe para visitarla, los impresos no tienen este problema. Como se imprime es como lo verán los lectores.



NO HAY RIESGO

Lo impreso representa completa privacidad y control.



EL PÚBLICO QUIERE OPCIONES

Hay que proporcionar a los lectores suficientes opciones y canales de distribución para que seleccionen el que prefieran. Por ejemplo, en Estados Unidos la tienda J.C. Penney había anunciado el retiro de sus catálogos impresos y en 2015 debió volver a imprimirlos, por ser una importante herramienta de marketing.



LA IMPRESIÓN PUEDE TRABAJAR MANO A MANO CON LO DIGITAL

El material impreso hace un trabajo muy adecuado a la hora de actuar con el material online, ya sea de forma promocional o trabajando mano a mano, conectando con lo digital a través de códigos QR, realidad aumentada y otras innovaciones.



EL IMPRESO ES TOMADO MÁS EN SERIO

Generalmente, el material impreso tiene más autoridad que el contenido digital. Para ojo del público cuando algo está impreso tiene más peso, ya que cualquiera puede publicar en línea.



DESPIERTA LOS SENTIDOS

El impreso apela al sentido del tacto y, en algunos casos, el olfato. Ashley Hubka, experta en estrategia y desarrollo corporativo, explica en What They Think que los productos físicos resuenan en la gente de una forma que lo digital no lo logra. Una vitrina decorada con impresos construye identidad de una forma que las redes sociales no lo logran. Una tarjeta de presentación genera una conexión tangible y personal.



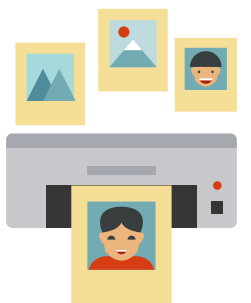
LA IMPRESIÓN DESTACA

Sorprende, pero la impresión destaca hoy día, ya que no es tan común como lo era antaño. Cada día un usuario recibe cientos de correos electrónicos, pero pocos -o ningún- impreso. En el mundo de la publicidad existen estudios que indican que los usuarios encuentran los avisos en internet y pop-ups molestos e invasivos. En cambio, los avisos impresos no son molestos y pueden ser una forma de resaltar y destacar.



Por qué imprimir fotos

En la sociedad actual se realizan más fotografías que nunca. Se estima que este año se tomarán 1,2 trillones de fotografías con smartphones. ¿Por qué debieran ser impresas?



✓ Por razones emocionales y artísticas.

Experimentar una impresión de alta calidad de una imagen puede ser fascinante. Es infinitamente más satisfactorio tener una impresión terminada en las manos que ver la foto en una pantalla.

✓ Hoy es la época ideal para imprimir.

Nunca ha habido un mejor momento para imprimir que ahora, gracias a los avances tecnológicos tanto en cámaras digitales como en impresoras.

✓ Imprimir puede ser más seguro que almacenar archivos digitales.

No hay garantía de que el ordenador del mañana pueda leer las fotos que se hagan hoy. Los servicios en la nube no están garantizados para siempre.

Color, olor y texturas: ELEMENTOS CLAVE PARA COMUNICAR Y ORIENTAR LA COMPRA

El diseño e imagen de un envase son los elementos que llaman la atención del consumidor. El color también es un elemento crucial que apoya la identificación de un producto.

De acuerdo con un estudio del departamento de Psicología Experimental de la Universidad de Oxford, los colores, olores y texturas de un packaging son factores clave al momento de tomar la decisión de compra y cuando se trata de identificar una marca.

Charles Spence, catedrático y jefe del Laboratorio de Investigación In-

termodales de la institución, explicó que al igual que sucede con la forma del packaging, y cómo facilita el reconocimiento de una marca y producto, el color es un elemento crucial que apoya esta identificación, y que al mismo tiempo le da una imagen al producto.

Color

El estudio, que analizó cómo per-

cibe el consumidor los envases disponibles en supermercados, detalla que este año, algunas de las tendencias de color usadas en envases, botellas, cajas y otro tipo de packaging se distinguieron por el uso de colores no tradicionales para mujeres; es decir, el rosa ya no es un color exclusivo del mercado femenino. Ahora tonos de verde, combinados con beige y neutros,

así como escala de grises fueron algunos de los tonos utilizados para dicho mercado.

Lujo

Para versiones de lujo o premium, el negro se mantiene como el favorito y el más efectivo, ya que denota elegancia, sofisticación, destaca el producto y da la impresión de mayor calidad. Este combinado con tipografía en dorado o blanco lo hace lucir aún mejor.

Vintage

El packaging vintage también es una tendencia que se apoya de tonos suaves de colores como el azul, rosa, violeta, gris y verde.



El papel sustentable:

“El papel destruye los bosques” es una frase tan difundida que se asume como realidad. Este y otros mitos del papel (ver recuadro) hacen pensar que es un sustrato que daña al medio ambiente. En esta nota, Asimpres revela la realidad que destruye estas ideas y qué puede hacer la industria para comunicar a distintos públicos la sustentabilidad del papel.

El origen de los mitos

Hace unos 50 años la producción del papel sí era una fuente de contaminación. Pero en estas últimas décadas se ha vuelto consciente ambientalmente. “Las fábricas de papel que usan madera como materia prima ocupan casi todos los componentes de la madera para algo útil”, explica Gary M. Scott, del Departamento de Papel e Ingeniería de Bioprocesos del *State University of New York College at theconversation.com*, agregando que “la corteza removida de los troncos antes de ser convertidos en pulpa usualmente se usa para energía, que es una fuente basada en biomasa y renovable”.

En Estados Unidos, por ejemplo, la *American Forest and Paper Association* estableció una serie de metas de sustentabilidad para el año 2020, algunas de las cuales ya se han logrado, relacionadas



Martyn Eustace,
PRESIDENTE DE TWO SIDES

con eficiencia energética, papel recuperado para reciclaje, disminución de gases de efecto invernadero, seguridad de los colaboradores, aumento de la cantidad de fibra producida en bosques certificados y reducción de la cantidad de agua en los procesos.

Cómo promoverlo

Los distintos actores de la industria pueden tomar acciones para dar a conocer que el papel es un medio sustentable. Martyn Eustace, presidente de *Two Sides* –organización con presencia global creada en 2008 por miembros de la cadena de suministros de las comunicaciones gráficas–, conversó con Asimpres desde Inglaterra.

Eustace explica que hace 10 años la organización nació para contrarrestar la idea de que el papel destruye los bosques: “Sabíamos que no era verdad, pero no teníamos a mano los datos para enfrentar esta mala publicidad”, indica. Así, un primer paso fue reunir la información y después entregarla a quienes trabajan en la industria para que pudieran difundirla entre sus clientes y otros públicos.

En este sentido, el presidente



de *Two Sides* indica que se debe invertir en hacer campañas de marketing activas: “No es bueno sentarse y hacer nada, porque los mitos ya están a ahí y van a ir creciendo”.



El presidente de Two Sides indica que se debe invertir en hacer campañas de marketing activas: “No es bueno sentarse y hacer nada, porque los mitos ya están a ahí y van a ir creciendo”.



Certificaciones



PEFC

El Programa para la Homologación de Sistemas de Certificación Forestal (PEFC) es una organización no gubernamental, independiente, sin fines de lucro y de ámbito mundial, que promueve el manejo forestal sustentable en el mundo con el fin de lograr el equilibrio ambiental, social y económico de la industria forestal y de productos madereros.

En Chile, este sistema posee cuatro estándares de certificación, entre ellos el Estándar Cadena de Custodia de Productos Forestales. Esta es una norma de certificación a través de la cual se hace seguimiento del material certificado desde que sale del bosque hasta que llega al consumidor final como un producto procesado para su uso.

Por qué certificarse

André Laroze, secretario ejecutivo de PEFC Chile explica que para las empresas es importante certificarse en el estándar Cadena de Custodia porque verifica la trazabilidad del material que usan, “este proviene de un bosque que fue manejado de acuerdo a un alto estándar de responsabilidad ambiental y social. Una empresa certificada es un actor responsable en el uso de los materiales”.

Comunicar

El secretario ejecutivo de PEFC Chile indica que las empresas certificadas que están usando papel o cartón pueden comunicar a sus públicos que están ocupando un material que por definición es renovable y cumple con los requisitos de la Ley REP, ya que es biodegradable y compostable: “Hay que difundir continuamente la idea de que el papel certificado es positivo en cuanto a que el manejo forestal sustentable ayuda a aspectos sociales y ambientales”.



FSC

El Consejo de Administración Forestal, FSC en sus siglas en inglés (Forest Stewardship Council), es una organización global y sin fines de lucro dedicada a promover el manejo forestal responsable de los bosques del mundo: ambientalmente apropiado, socialmente beneficioso y económicamente viable.

Junto con el manejo forestal responsable de grandes y pequeños, FSC promueve también la certificación de servicios ecosistémicos y la trazabilidad de los productos elaborados con materias primas certificadas 100% o Mixto a través de su Estándar de Cadena de Custodia.

Por qué certificarse

Regina Massai, directora ejecutiva de FSC en Chile, indica que para las empresas gráficas certificarse en Cadena de Custodia “significa estar alineados con una tendencia país e internacional vinculada a la provisión de productos responsables y promoción del consumo responsable, una tendencia en aumento. La cadena de custodia asegura que el valor de la materia prima de fuentes responsables no se pierde en su proceso de transformación y la industria puede ir agregándole aún más valor”.

Comunicar

La directora ejecutiva señala que los distintos actores de la industria pueden difundir su compromiso para contribuir a un desarrollo más sostenible, señalando ojalá metas concretas de sustentabilidad. “Los mensajes al cliente/consumidor deben ser claros en destacar que, al momento de elegir productos certificados, están ejerciendo su derecho a votar por aquellos productos que han sido elaborados a partir de materias primas provenientes de bosques manejados de manera responsable y sensible con el ambiente y las comunidades que viven en ellos”, añade.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS) DE LA ONU

De ambas entidades señalan que consumir papel certificado contribuye a los 17 ODS establecidos por las Naciones Unidas y suscritos por Chile, como producción y consumo responsable, cambio climático, salud y bienestar, trabajo decente y crecimiento económico.

Derribando mitos



Principales mitos



La producción de papel daña el medio ambiente y es una causa de la deforestación

El papel proviene de fuentes sostenibles y renovables, y su producción cuenta con estrictas certificaciones. Además, el 90% de la deforestación es causada por prácticas no sustentables de agricultura y ganadería.

Fuente: Underlying Causes of Deforestation, World Rainforest Movement, UN FAO.



La producción de papel es responsable de la tala de árboles

La producción de papel cuenta con estrictas certificaciones, como PEFC y FSC (ver recuadro), para asegurar el manejo sustentable de los bosques. El 55% de la madera a nivel mundial es usada para energía, el 25% para construcción y solo el 11% para la producción de pasta y papel.

Fuente: FAOSTAT 2011



La producción de papel contamina el aire

La pulpa, el papel y la impresión son responsables de solo el 1,1% de las emisiones de gases de efecto invernadero en el planeta. Los bosques y la vegetación capturan cerca del 30% de las emisiones humanas de CO2, y mientras crecen, los árboles jóvenes absorben CO2. La industria ha reducido las emisiones de CO2 por tonelada de papel producida en un 42%.

Fuente: World Resources Institute, NASA, Forestry Commission England, compromisorse.com.



La producción de papel y de impresos gasta mucha energía

Comparativamente, la energía que se usa para producir papel es menor a la utilizada en otras industrias. Las papeleras tienen estrictas normas legales para aplicar eficiencia energética y usar energía renovable.

Fuente: FAOSTAT 2007



El papel es basura

El papel puede reciclarse hasta 7 veces. En Chile, 70% del consumo del papel industrial es recuperado. Además, la producción de nuevo papel necesita 30% de fibras recicladas. El papel es 100% biodegradable y en comparación con otros materiales se degrada en menor tiempo. Cada tonelada de papel que es recuperada ahorra 25 metros cuadrados de espacio en un vertedero.

Fuente: Sorepa, Enviromental Protection Agency, American Forest & Paper Association.



Los medios digitales no contaminan

La realidad es que los medios digitales tienen una huella de carbono significativa. Por ejemplo, internet utiliza el 10% del consumo anual de energía eléctrica mundial.

Fuente: Digital Power Group.

CERTIFICACIONES SOCIOS ASIMPRES

Socio	APL1	APL2	PEFC	FSC
A Impresores S.A.		x	x	
AMF Etiquetas SPA		x		x
Antalis Chile			x	x
Imprenta Alfredo Molina Flores S.A.	x	x		
Productora Gráfica Andros Ltda.	x	x	x	
Artica S.A.	x	x		x
Avery Dennison Chile S.A.				x
Baez & Bargellini Impresores Ltda.	x	x		
Colorama S.A	x	x		
Colorpack Impresores Ltda.	x	x		
Impresos Cono Sur		x	x	
Dimacofi Negocios Avanzados		x	x	
Papelera DIMAR S.A			x	x
Distribuidora Papeles Industriales S.A. (DIPISA)			x	x
Eadec Chile S.A.		x		
Edipac S.A			x	
Etal Impresores Ltda.		x		
Fyrma Gráfica Ltda.	x	x	x	
Impresos G4 Ltda.		x		
Gonsa S.A.		x	x	
Imprenta y Librería Grafik Ltda.	x			
Huberto Scott Hohne e Hijos S.A		x		
Iconex Chile SPA		x		
Imprenta Italiana Ltda.	x	x		
Empresas Jordan S.A.	x	x	x	
Selecta Envases	x	x	x	x
Impresos Lahosa	x	x	x	
S. de Impresión Laser SA	x	x		
Mayr – Melhnof Packaging Marinetti Ltda.	x		x	x
Nuevamerica Impresores Ltda.			x	
Impresora Ograma Ltda.			x	x
One Label S.A.		x		
Optima S.A.	x	x		
Impresora Printer S.A.	x	x	x	
Procolor Ltda.	x	x		x
Quintero Impresores SPA	x	x		
Roensa S.A.		x		
RR Donnelley Chile Ltda.	x	x		x
Salesianos Impresores	x	x	x	
Suministros Gráficos S.A.			x	x
SC Mediterráneo SPA		x		
Totalgraphics Ltda.		x		
Impresora Valus Ltda.		x		
Vera y Giannini Impresores S.A.	x	x	x	x
Wlaver Impresores Ltda.		x		x

Más información: www.asimpres.cl/noticias/desmitificando-el-papel



Escuela de la Industria Gráfica realiza reunión para maestros guías del modelo Dual

El miércoles 21 de diciembre se reunieron en la Escuela de la Industria Gráfica cerca de 25 maestros guías de empresas participantes en el plan Dual.

José Luis Rodríguez, encargado del programa de formación Dual de la escuela, agradeció en nombre de los alumnos y apoderados “por la noble tarea que realizan al interior de las empresas”. Rodríguez también se refirió a la mirada que el Ministerio de Educación está dando a la educación técnico-profesional, donde se ha resaltado la necesidad de vincular a las instituciones educativas con las empresas y sus trabajadores. “Sentimos que vamos bien. Desde 1992 nuestro sistema Dual está instalado en la escuela y desde hace 13 años aproximadamente contamos con el centro de formación técnica Ingraf”, agregó.

Posteriormente se refirió a los objetivos para 2019 y presentó el perfil de egreso de los estudiantes de la escuela, enfatizando que existen algunas competencias técnicas que no se pueden adquirir en la sala de clases por lo que deben desarrollarse en las empresas. También solicitó un mayor

apoyo por parte de las empresas en el denominado plan de rotación, que se presenta renovado para el siguiente año.

Por su parte, Vicky Godia, directora ejecutiva de Ingraf, reconoció la importancia de los maestros guías para la escuela y presentó la posibilidad de que estos realicen un curso en Ingraf para obtener el grado de técnico en nivel superior, con financiamiento de 50% de beca con cargo al Sence.

En el evento se presentó la posibilidad a los maestros guía de realizar un curso en Ingraf para obtener el grado de técnico en nivel superior.

QUÉ FUE DE...

Matías Orellana, control y abastecimiento en Empresas Jordan:

“Lo que viví en la escuela y en el instituto me ayudó a llegar a donde estoy”

Matías Orellana quería estudiar arquitectura. El año 2012 entró a 1° medio en la Escuela de la Industria Gráfica, que él conocía como Escuela de Artes Gráficas, pensando que le entregaría conocimientos que lo ayudarían para esa carrera.



Ahí fue descubriendo a la industria y le gustó: “Me fui enamorando de la gráfica”, indica. En 2° medio, en la semana de experiencia en empresas, tuvo la oportunidad de conocer las máquinas y los procesos de pre prensa, prensa y postprensa: “Prensa fue lo que me encantó. La impresión desde que se carga el papel, cómo se formaba una imagen,

era como magia” señala. Durante los dos últimos años, con el sistema Dual le tocó involucrarse en impresión digital, donde “todo era novedoso y espectacular”.

“A MÍ ME GUSTA VENIR A TRABAJAR, PORQUE ME GUSTA LO QUE HAGO, Y CREO QUE LO DEMUESTRO”.

Matías egresó en 2015 sin estar muy seguro de cuál sería su siguiente paso: “Decidí meterme al instituto. Como ya tenía una base, quería consolidarme más en la gráfica”. Así, en 2016 comenzó

a cursar Gestión y Producción de Medios Gráficos en el CFT Ingraf. A través de esta institución surgió la oportunidad de integrarse a Empresas Jordan, donde comenzó a trabajar como ayudante de prensa el 1 de junio de ese año.

“En Ingraf me enfoqué en la parte más administrativa de lo que es la gráfica. Eso me dio la base para llegar a lo que estoy ahora, que me encargo de la gestión de abastecimiento del área completa. Lo que viví en la escuela y en el instituto me ayudó a llegar a donde estoy”, puntualiza Matías.

En octubre de 2018 egresó de Ingraf y fue ascendido a su puesto actual: “Encuentro que tengo una buena base para poder desempeñar bien mis labores y desenvolverse en situaciones complejas”, señala.

A futuro, Matías quiere seguir desempeñándose en el rubro gráfico y estudiar más, ya que “la gráfica es algo que nunca se deja de aprender”, dice, agregando que “este es un mundo súper lindo y uno puede tener un recorrido profesional”.

Matías comenta que sigue enamorado de la gráfica: “Ver todo el proceso, desde que es un papel blanco hasta que un impreso que llega a las manos de alguien es bonito. No todos se dan cuenta de los procesos rigurosos que van pasando para lograrlo... La composición de colores, desde que va cayendo el cian, magenta, amarillo, negro y forma una imagen completa, es especial”, indica. “A la gente que le gusta, como a mí, le apasiona hacerlo y lo haces con ganas. A mí me gusta venir a trabajar, porque me gusta lo que hago, y creo que lo demuestro”, finaliza.

INGRAF: ADMISIÓN 2019

Ya comenzó el proceso de admisión 2019 en el Centro de Formación Técnica Ingraf.

Las clases inician el 11 de marzo 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 enero de 2019 Ingraf impartirá ocho cursos que cuentan con financiamiento Sence.

Ilustrador avanzado
36 horas
Lunes/ miércoles/ viernes
19:30 a 22:30 hrs.
2 al 28 de enero
Valor: \$288.000
Código Sence
1237942064

Preparación de archivos para la impresión digital
32 horas
Lunes/ miércoles/ viernes
18:30 a 22:30 hrs.
7 al 23 de enero
Valor: \$256.000
Código Sence
1237958272

Liderazgo y trabajo en equipo en la industria
20 horas
Lunes/ martes/ miércoles/ jueves/ viernes
17:30 a 21:30 hrs.
7 al 11 de enero
Valor: \$160.000
Código Sence
1237951053

Técnicas de la impresión flexográfica
32 horas
Lunes/ miércoles/ viernes
18:30 a 22:30 hrs.
7 al 23 de enero
Valor: \$256.000
Código Sence
1237951053

Técnicas de venta en la industria
20 horas
Lunes/ martes/ miércoles/ jueves/ viernes
17:30 a 21:30 hrs.
21 al 25 de enero
Valor: \$160.000
Código Sence
1237951127

Encuadernación
20 horas
Martes/ jueves
18:30 a 22:30 hrs.
3 al 17 de enero
Valor: \$160.000
Código Sence
1237949532

Control de calidad para los procesos gráficos
32 horas
Lunes/ miércoles/ viernes
18:30 a 22:30 hrs.
7 al 23 de enero
Valor: \$256.000
Código Sence
1237950471

Gestión del sistema de calidad gráfica (módulo del diplomado de Gestión de Calidad)
32 horas
Martes/ miércoles/ jueves
18:30 a 22:30 hrs.
9 al 24 de enero
Valor: \$256.000
Código Sence
1237950471

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!**



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

GIOVANNI CALDERÓN, NUEVO DIRECTOR EJECUTIVO DE LA AGENCIA DE SUSTENTABILIDAD Y CAMBIO CLIMÁTICO:

“Los APL tienen la virtud de incrementar la capacidad adaptativa, fortalecer la resiliencia y reducir la vulnerabilidad al cambio climático”

En agosto de este año, Giovanni Calderón Bassi asumió la dirección ejecutiva de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC). En conversación con Asimpres, el director discutió la importancia de los Acuerdos de Producción Limpia (APL) para el país y las metas de su gestión.

Acuerdos de Producción Limpia (APL)

Chile cuenta, desde hace 20 años, con una política pública de fomento de la producción limpia en las empresas, que hoy se ejecuta a través de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC). Los APL, explica Calderón, son una de las principales herramientas de gestión ambiental para promover iniciativas de reducción de emisiones contaminantes, ahorro energético, ahorro de agua, manejo de residuos y otras estrategias de sustentabilidad.

Es por esto, que la industria gráfica ya ha adherido a dos de estos acuerdos. El primero, suscrito el año 2009, logró reducir en un 10% la emisión de COVs (compuestos orgánicos volátiles) por parte de las empresas participantes. El segundo fue suscrito en 2017.

“EL MODELO DE LOS ACUERDOS DE PRODUCCIÓN LIMPIA GENERA EFICIENCIAS, INNOVACIÓN, MAYOR COMPETITIVIDAD Y ECONOMÍAS DE ESCALA”.



SEGÚN EL ÚLTIMO REPORTE DE LA ASCC, EN EL PERIODO 2012-2018 SE HAN LOGRADO REDUCIR CERCA DE 585.000 TONELADAS DE CO2 EQUIVALENTE.

Resultados

Según el último reporte de la ASCC, en el periodo 2012-2018 se han logrado reducir cerca de 585.000 toneladas de CO2 equivalente. Estas reducciones provienen de ahorros asociados a menores niveles de quema de combustible en establecimientos industriales o transporte (48%), reducciones asociadas a menor eliminación de desechos sólidos a disposición final (28%) y un menor consumo de energía eléctrica en las instalaciones productivas adheridas a los acuerdos (21%).

Metas

Calderón señala que una de las metas para su gestión es el fomento de la producción sustentable: “Nuestro principal objetivo es escalar los impactos que generan los acuerdos en reducción de emisiones, ahorro de agua, eficiencia energética y manejo de residuos, entre otras materias”. Además, explica, es fundamental que la ciudadanía conozca el trabajo de la agencia para servir de puente entre los esfuerzos serios por generar una producción sustentable que realizan las empresas y la percepción que la ciudadanía tiene de esos esfuerzos.

COP24

A inicios de diciembre se realizó en Polonia la COP24, vigésimo cuarta Conferencia de las Partes sobre el cambio climático, auspiciada por la ONU. Calderón estuvo presente como parte de la delegación chilena.

El director ejecutivo indica que los APL colaboran a los objetivos de mitigación y adaptación al cambio climático establecidos en la conferencia: “tienen la virtud de incrementar la capacidad adaptativa, fortalecer la resiliencia y reducir la vulnerabilidad al cambio climático”.

En cuanto a otras acciones que puede tomar nuestro país para frenar el cambio climático, Calderón señala que la única forma de frenar el proceso de cambio climático por causas humanas es llegar a la meta de cero emisiones de gases de efecto invernadero, pero “no podemos perder de vista que Chile es un país que tiene una participación reducida en la emisión de gases de efecto invernadero en comparación con los países industrializados, por lo que no hay que olvidarse que tan importante como las acciones de mitigación, son las acciones de adaptación a los efectos del cambio climático que debemos implementar”.

El año 2019 la próxima conferencia COP25 será celebrada en Chile.



Asimpres y Seremi de Energía firman convenio de colaboración

El 3 de enero de 2019 Marcela Lahosa, presidenta de Asimpres, y Sebastián Herrera, Secretario Regional Ministerial de Energía de la región Metropolitana suscribieron un convenio de colaboración entre ambas entidades en el contexto del programa Gestiona Energía MiPyMEs del Ministerio de Energía, cuya finalidad es fomentar el buen uso de la energía en las micro, pequeñas y medianas empresas a lo largo del país.

El objetivo general del convenio es fortalecer el uso eficiente de los recursos energéticos en los procesos internos de Asimpres, a través de la promoción de la gestión energética y de la utilización de sistemas y equipos energéticamente eficientes, así como fomentar iniciativas que contribuyan a la innovación y la cultura en el buen uso de la energía.

El objetivo general considera abordar los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Desarrollar capacidades al interior de las empresas que componen Asimpres para realizar un buen uso de la energía.
- ✓ Desarrollar un plan de trabajo en eficiencia energética, evaluando las diferentes alternativas de implementación de medidas.
- ✓ Realizar un plan de difusión de las actividades realizadas durante la vigencia del convenio.

“Para Asimpres firmar un acuerdo como este es un importante hito. Nos permitirá seguir en la línea de desarrollar una industria gráfica más sustentable, específicamente en el ámbito del uso eficiente de los recursos energéticos y la preparación técnica de los encargados de producción limpia de las empresas de nuestro rubro”, indica Marcela Lahosa sobre el convenio.



La importancia del empaque en las compras en línea

Esko, junto con las compañías Pantone, X-Rite y AVT, presentaron una investigación que brinda datos a las marcas para optimizar, evolucionar y conectar mejor los empaques a través de plataformas tecnológicas que soportan la cadena de valor de empaquetado de extremo a extremo y aprovechan el packaging como un habilitador para la innovación de productos.

Algunas estadísticas claves del estudio revelan que:

0,8% de los compradores nunca compraron alimentos y bebidas en línea.

34% de los compradores devuelven una compra en línea por el empaque. 26% de estos lo hicieron porque se veía mal o falso.

75% de los compradores prevén comprar más refrigerios en línea en los próximos 18 meses.

47% de los compradores esperan que la imagen del producto coincida con el empaque del producto que llega a su puerta.

Expertos agregaron que es más probable que el comprador compre un producto una vez que lo vea físicamente, lo toque y sienta el empaque.

Distribuidora Walter Lund sigue creciendo

Klaus Lund, gerente comercial de la compañía, conversa sobre los principales hitos de la empresa en 2018 y proyectos futuros.

¿CÓMO FUE EL AÑO 2018 PARA DISTRIBUIDORA WALTER LUND?

Muchos comentan que fue un año difícil y que el rubro ha estado bastante complicado. Por nuestra parte fue un gran año, por primera vez nos presentamos con un stand en la Print Santiago y auspiciamos el diario Impresiones, esto nos ha traído muchos réditos al permitir presentarnos como una empresa que tiene una variada oferta de productos. Muchos clientes nos reconocían solamente por el papel autocopiativo pero al vernos con más de 15 líneas de productos importados se han dado cuenta que somos una alternativa muy interesante que busca no solamente la transacción comercial de corto plazo, sino que generar lazos de largo plazo por medio de un aporte de valor en la cadena de los clientes. Hemos incorporado nuevos colaboradores que tienen una experiencia y profesionalismo que nos ha permitido impulsar con mayor velocidad todos nuestros proyectos de crecimiento.

¿CUÁL ES SU VISIÓN DEL RUBRO?

Es un rubro donde las imprentas cada vez necesitan mayor rapidez para cumplir con los compromisos adquiridos. Consideramos fundamental la velocidad en la entrega de los productos. Debido a la congestión vehicular y los tiempos de despacho, pretendemos dar la opción más expedita en Santiago centro para que los clientes puedan venir a nuestras oficinas a retirar sus requerimientos. Cuando vendes un pro-



ducto te debes diferenciar por algo, nosotros intentamos diferenciarlos por medio de la entrega de un producto de calidad junto a un servicio de excelencia de venta y despacho.

¿TIENEN ALGÚN PROYECTO NUEVO PARA EL AÑO 2019?

Con el afán de mejorar nuestra calidad de servicio estaremos en condiciones de potenciar nuestro local comercial de San Francisco 918 con 270 m2 adicionales de oficinas y seis estacionamientos para clientes a partir de marzo de 2019. Sabemos lo importante que es ofrecer una experiencia de compra de alto estándar por lo que hemos enfocado parte de nuestro negocio a la atención personalizada de nuestros clientes con vendedores y técnicos especializados.

Por el lado de productos, seguimos muy fuerte con nuestro enfoque global. No somos solo papeleros y seguiremos potenciando las tintas, químicos, planchas, consumibles y otros insumos gráficos.

Aprovecho este espacio para desearles a todas las personas del rubro; clientes, proveedores, amigos y especialmente colaboradores los mejores deseos y el máximo éxito para el año 2019.

CÓMO AYUDAR A LOS COLABORADORES A ENFRENTAR EL CAMBIO

Usualmente, los dueños de un negocio entienden la necesidad de realizar cambios. Pero, muy pocos empleados o equipos de gerentes comprenden su valor y en algunos casos son reacios a este, siendo uno de los asuntos más difíciles de manejar en las empresas. Bob Cronin, gerente general de diversas empresas de impresión y columnista entrega algunos consejos en Labels & Labeling.



SENSIBILIZACIÓN

El primer paso para adoptar cambios es darse cuenta de la necesidad. El personal debe entender el porqué. Se debe educar a los empleados sobre las iniciativas, cuál es el objetivo final y cómo los cambios van a ayudar a la empresa a llegar ahí. Mostrar ejemplos de empresas que se han aventurado exitosamente en nuevas direcciones puede ayudar, comparándolos con otras que no lo han hecho.



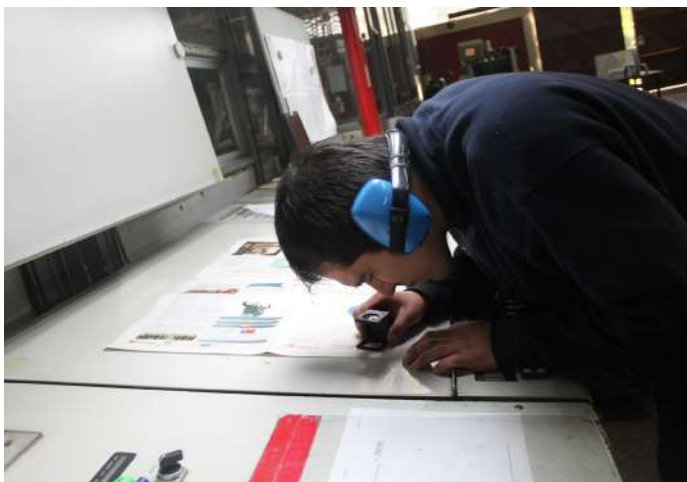
CONTRIBUCIÓN

Los colaboradores solo van a aceptar el cambio si sienten que son parte activa en el proceso. Es necesario involucrarlos. Una estrategia es obtener en primer lugar información y compromiso por parte de los gerentes y crear una estrategia. Revisar quiénes serán los más afectados por el cambio e intentar que estén a bordo a inicios del proceso.



RECOMPENSA

Un "pago" atractivo es tal vez la mejor forma de lograr que el equipo acepte y se comprometa con los cambios. Esta recompensa puede tener distintas facetas como una mayor satisfacción con el trabajo (trabajo más desafiante), nuevos incentivos o beneficios, aumento del aprendizaje o desarrollo profesional, o simplemente sentirse parte de conseguir logros.



Alianza Asimpres – Intermediación Gráfica

Durante noviembre se suscribió un convenio entre ASIMPRES y Carlos Miranda en representación de Intermediación Gráfica, con el fin de encontrar oportunidades laborales para los trabajadores sin empleo del sector gráfico. Intermediación Gráfica es empresa dedicada a la búsqueda de personal técnico y administrativo exclusivamente para la gráfica nacional y Latinoamericana.

Los asociados de Asimpres tendrán el beneficio del 50% de descuento en las tarifas de colocación de personal.

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

ecotrans
Una empresa del Grupo Hagraf

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

EDIPAC

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

HAGRAF

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

Distribuidora Walter Lund
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, 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.