

Impresiones

EDICIÓN N° 132 - ABRIL AÑO 13, CHILE 2019 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



ASIMPRES analiza con sus asociados la realidad de la impresión y su entorno

página 3

VISITA DE ANTHONY THIRLBY A CHILE: Cómo convertirse en la imprenta más productiva del mundo



| página 5

ESTUDIO DE ACCENTURE LO FÍSICO DA LA PELEA A LO DIGITAL

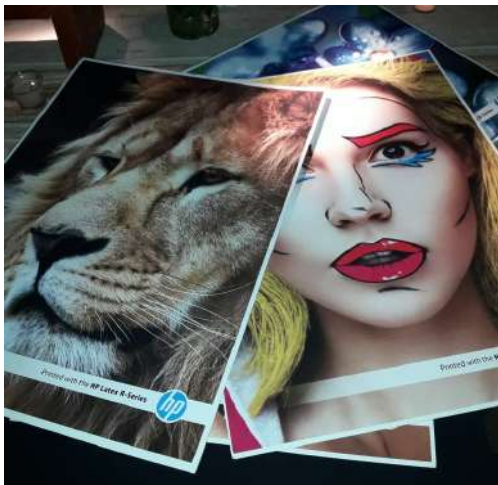
| página 4

TALLER ACUERDO DE PRODUCCIÓN LIMPIA



SE PRESENTAN AVANCES DEL SEGUNDO APL DEL SECTOR

| página 7



HP, 3M y Tecnologías Gráficas Cordillera refuerzan su compromiso con el medio ambiente

El pasado 4 de abril, HP realizó el evento “Nuevo escenario sustentable en Chile: Alternativas integrales y oportunidades de crecimiento” en alianza con 3M, para dar a conocer a sus clientes el compromiso de ambas marcas con el cuidado del medio ambiente mediante soluciones ecológicas que tienen en conjunto. Allí, HP dio cuenta de su portafolio a HP Latex, una línea de impresoras de largo formato que se caracterizan por contar con tecnología de tinta HP Latex a base de agua, acabando con la exposición a productos con etiquetas de advertencia de peligros y altas concentraciones de disolventes.

“La tecnología y tintas HP Latex están diseñadas pensando en el medio ambiente. Además de ofrecer una increíble calidad de imagen, consistencia y durabilidad, las tintas HP Latex ofrecen un atractivo perfil sustentable a todos los clientes”, explica Andrés de Beitia, Large Format Country Manager sobre esta alianza y la importancia de reforzar el compromiso con la sustentabilidad.

Esta innovación es pionera en la industria y permite generar un impacto positivo, tanto en el ámbito del de los negocios, como en la interacción con clientes y comunidades. HP Latex de la Serie R, en particular, se convierte en la solución híbrida que entrega resultados de máxima calidad en formatos flexibles y también rígidos, en línea con una producción sostenible que permite disminuir la toxicidad de su fabricación. La tinta a base de agua, además, mantiene la intensidad y el brillo de los colores en los sustratos rígidos.

La iniciativa también va de la mano de Tecnologías Gráficas Cordillera, que ha logrado optimizar la entrega de servicios innovadores y aumentado su valor competitivo en el mercado, brindando soluciones sustentables mediante impresoras y tintas HP Latex, conjuntamente con materiales certificados y ecológicos de 3M.

VÍA: HP.

DIMACOFI ES RECONOCIDO POR HP INC. COMO PARTNER DEL AÑO REGIÓN AMÉRICA LATINA

La empresa chilena Dimacofi SA recibió un importante reconocimiento por parte de HP Inc. Se trata del premio Latin America Channel MPS Partner of the Year, o Socio del Año, galardón que destaca al mejor socio estratégico en Servicios de Impresión y que fue entregado en el marco del HP Reinvent World Partner Forum 2019, el foro más grande para socios de negocios globales de HP, que reúne a más de 1.400 partners de todo el mundo.

“Es muy emocionante recibir un reconocimiento de clase mundial y más aún si viene del referente en la industria, esto valida el trabajo que desde hace un par de años realizamos en Dimacofi, enfocarnos en soluciones de alto valor tecnológico que permitan generar mayor eficiencia y productividad a los procesos de negocio de nuestros clientes”, dijo Octavio Zapata Silva, CEO de Dimacofi.



En la ceremonia, HP Inc. También reconoció a otras categorías de socios, incluyendo Supplies y Pc's, entre otros. “Me complace y enorgullece enormemente el ver a nuestros canales de América Latina brillar en un evento de escala mundial como es el HP Reinvent World Partner Forum”, dijo Marcos Razón, director y gerente general de HP Inc. América Latina. “Nuestros socios de negocio son un elemento clave en el éxito de HP y estoy muy agradecido de la excelente colaboración que tenemos con todos y cada uno de ellos. Felicidades y vamos por otro año más de grandes logros”.

ANTALIS: NUEVA REPRESENTACIÓN DE EQUIPOS PARA ACABADOS 3D Y METALIZADOS

MGI Digital Technology, reconocida en el mundo por sus equipos para acabado digital, llega a Chile junto a Antalis. La tecnología de esta empresa permite barnizado inkjet UV 2D/3D + iFOIL (Hot-Foil) 100% digital. Los equipos JETvarnish se basan en inteligencia artificial y permiten lograr un registro perfecto desde el primer impreso.

Esta alianza permitirá entregar soluciones de impresión y acabado que visualmente podrán impactar

a los consumidores con acabados metalizados y en 3D de alta calidad para la industria de los alimentos y la cosmética, además de la producción de revistas, libros, envases, embalajes, etiquetas, impresos comerciales, entre otros.

Finalmente, cabe destacar que MGI es representada por Konica Minolta, marca que también Antalis distribuye en Chile y Latinoamérica.

VÍA: ANTALIS.



Se acerca la Expo Wine+Beer patrocinada por Asimpres

Entre el 30 de mayo y el 1 de junio de 2019 se realizará en Santiago la Expo Wine+Beer, un evento patrocinado por Asimpres que 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. Así, 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, aumentando más de un 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 y comenzará a las 10:00 del próximo jueves 30 de mayo. Los socios de Asimpres podrán acceder a un 5% de descuento en el stand y a un 10% de descuento para mejorarlo.

la oficina de Implementación Legislativa y Economía Circular del Ministerio del Medio Ambiente, Guillermo González, y la realización de mesas de trabajo sectoriales en las que participaron cada uno de los asistentes, cuyas conclusiones servirán para construir la normativa.

La Región Metropolitana genera cerca de 1,3 kg de residuos diarios, disponiéndose cerca de 4.400.000 toneladas de residuos sólidos domiciliarios en rellenos sanitarios en 2017. Se estima que cerca de un 28% de los residuos sólidos domiciliarios y comerciales de la región corresponden a envases y embalajes.

VÍA: MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE.



LEY REP: SE REALIZA EL PRIMER TALLER DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA TEMPRANA EN LA REGIÓN METROPOLITANA

En el marco de la implementación de Ley Marco para la Gestión de Residuos, Responsabilidad Extendida del Productor (REP) y Fomento

al Reciclaje, el Ministerio del Medio Ambiente está realizando talleres de Participación Ciudadana Temprana en cinco regiones del país, con el fin de levantar información para la construcción del anteproyecto de decreto que establecerá metas y otras obligaciones para los productores de envases y embalajes. El pasado 28 de marzo fue el turno de la Región Metropolitana, donde participaron casi un centenar de actores relevantes del sector: productores, empresas recicladoras, recicladores de base, municipios, academia, organizaciones ambientales, entre otros.

La instancia consistió en una exposición sobre los alcances normativos del anteproyecto a cargo del jefe de

ASIMPRES REALIZÓ TALLER

“La Impresión y el Entorno”

para definir el plan de acción de la industria a futuro

El pasado 13 de marzo, cerca de 60 de nuestros socios se reunieron y analizaron la situación actual del sector gráfico en Chile y el mundo, identificando amenazas, stakeholders involucrados y posibles acciones a tomar como industria y Asociación ante la realidad de hoy.

A raíz de la serie de cambios que están afectando hoy a los industriales gráficos en Chile y alrededor del mundo, como el ascenso de la comunicación digital con la penetración de dispositivos móviles y el uso de redes sociales, el surgimiento de iniciativas paperless y la cada vez más usual práctica del Greenwashing, Asimpres convocó a sus socios al taller “La Impresión y el Entorno” el miércoles 13 de marzo, donde cerca de sesenta de ellos participaron en una serie de discusiones sobre el futuro de la industria, buscando definir un plan de acción a futuro.

Nuestra presidenta, Marcela Lahosa, inició la jornada haciendo una detallada contextualización sobre lo que significó el caso No Más Catálogos de París para la industria gráfica, asegurando que instancias como este taller son medidas efectivas para afrontar ese tipo de situaciones. “Este caso se gestionó de la mejor manera, pero no puede quedar ahí. Esta es una tremenda oportunidad para revisarnos como industria y definir qué vamos a hacer hacia delante”, dijo en la oportunidad.

Tras esta introducción, Javier Peralta, socio de Nexos Comunicaciones y uno de los grandes asesores de Asimpres en el caso con París, dio inicio al taller. Divididos en mesas

presididas por dos anfitriones –en las que fueron rotando–, nuestros asociados hicieron un diagnóstico de la situación actual, identificando amenazas actuales y futuras, los stakeholders o grupos de interés involucrados en ellas y sugiriendo acciones a tomar como gremio.

AMENAZAS Y GRUPOS INVOLUCRADOS

Dentro de los posibles riesgos que identificaron los socios en el mundo de los industriales gráficos se repitieron una serie de factores: la tecnología que reemplaza al papel y el cambio en la forma de comunicarse que ha surgido como consecuencia a esto, la noción del papel como algo nocivo para el medio ambiente, la información errónea o falta de ésta sobre el impacto ambiental real de la impresión y fabricación de papel y, finalmente, la resistencia al cambio que ha tenido la industria a lo largo del tiempo.

“Tenemos que llegar a los ambientalistas, a los tomadores de decisiones, al consumidor final, a los medios, al poder legislativo y ejecutivo”, dijo Nelson Cannoni, segundo vicepresidente de Asimpres y gerente de Imprenta Italiana durante su exposición. “Tenemos que obtener



“Es importante que como gremio estemos más fuertes. La idea es re encantar a nuestros socios y a nuestra industria para poder trabajar con Asimpres”, Eduardo Campos.

datos duros, eso es lo que nos falta en nuestra industria. ¿Cuántos árboles efectivamente son talados, cuántas toneladas de papel se reciclan, etcétera? Es información que necesitamos recopilar, y para eso necesitamos la ayuda de la industria del papel y de los proveedores”.



Pedro Morat, Hector Rojas y Ricardo Olave

TOMAR ACCIÓN

Para hacer frente a estas amenazas, los participantes identificaron una serie de acciones a tomar, como innovar en productos y buscar nuevas aplicaciones para el papel, desarrollar estudios, educar desde las escuelas, hacer campañas masivas en medios de manera oportuna, acercarse al Gobierno y, por sobre todo, fortalecer Asimpres. “Creo que es importante que como gremio estemos más fuertes”, dijo Eduardo Campos, Senior Solutions Specialist de Ricoh sobre este último punto. “La idea es re encantar a nuestros socios y a nuestra industria en general para poder trabajar con Asimpres”.

“Este es un trabajo muy conjunto y amplio. Podemos ver que son muchas amenazas las que tenemos y muchas acciones por desarrollar, pero es fundamental hacerlo bien y no a medias, y por eso estamos aquí”, dijo al cerrar el evento la presidenta de Asimpres, Marcela Lahosa. “Esto es un punto de partida, hay que seguir trabajando y en eso nos vamos a enfocar como directorio”.

“Esto es un punto de partida, hay que seguir trabajando y en eso nos vamos a enfocar como directorio”, Marcela Lahosa.



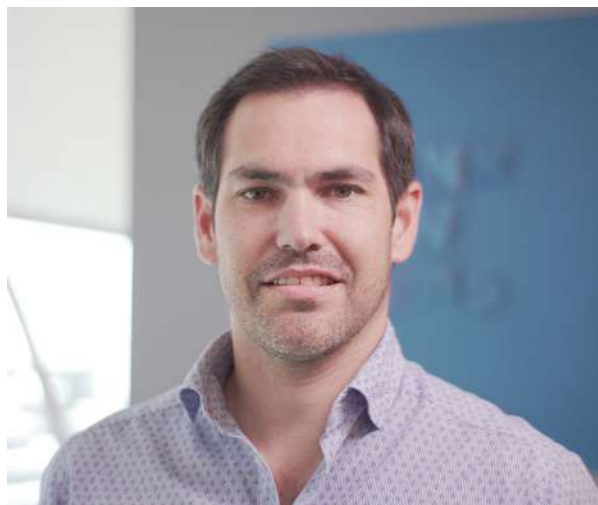
Féipe Arias gerente de Davisgraphics expone las conclusiones de su mesa.

Lo físico está dando la pelea a lo digital

ASEGURA INFORME DE FJORD Y ACCENTURE INTERACTIVE



Andrés Gebauer, gerente de Marketing y Comunicaciones de Accenture Chile, anticipa: “El desafío estará en que las organizaciones usen el conocimiento obtenido online sobre los comportamientos de sus consumidores para transformar las experiencias offline y viceversa”.



Fjord, la consultora de innovación y diseño de la agencia digital Accenture Interactive, destacó entre las tendencias del 2018 la importancia que están ganando las experiencias físicas y sensoriales, tras cinco años enfocados en lo digital. Según el estudio “Physical fights back”, influyen una reducción en los costos tecnológicos, la angustia por la adición a la pantalla y la desagregación de componentes tecnológicos como cámaras, micrófonos, altavoces y pantallas, integrados en entornos y hogares.

Factores

Andrés Gebauer, gerente de Marketing y Comunicaciones de Accenture Chile, explica: “La tienda física y el canal online son espacios que deben integrarse, ya que las personas quieren interactuar en ambos al adquirir productos y servicios. Este entrelazamiento se profundizará en 2019 y el desafío estará en

que las organizaciones usen el conocimiento obtenido online sobre los comportamientos de sus consumidores para transformar las experiencias offline y viceversa. En el retail, la línea entre lo digital y la tienda física desaparecerá, y la experiencia será una sola”.

Ejemplos

Fjord nombra a Airbnb, Amazon, Deliveroo y Alibaba como modelos. Gebauer afirma: “El ejemplo más claro de la experiencia integrada es Amazon Go, supermercado creado por Amazon donde las personas compran sin hacer filas ni pagar en caja gracias al desarrollo de aprendizaje automático, visión computacional e inteligencia artificial. Disfrutan de la ventaja de la tienda física, de poder interactuar con los productos y servicios, y de los beneficios de lo digital, ya que pagan de forma automática a través de sus smartphones. Alibaba realizó algo similar

con su supermercado Hema, pero con pago con reconocimiento facial”.

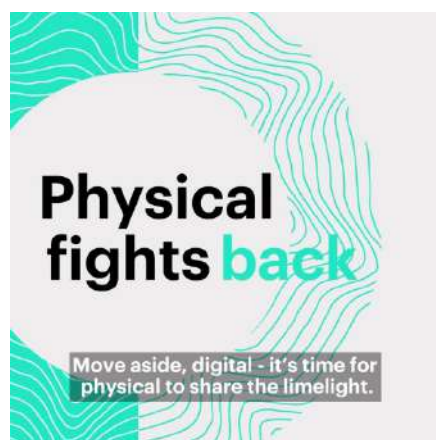
Adaptación

Las compañías deberán tener nuevos sistemas, estructuras y estrategias. “La necesidad de integrar ambos canales se ha vuelto cada vez más importante, ya que los consumidores buscan cada vez más una experiencia holística entre todos los puntos de interacción que tienen con las marcas”, expresa Gebauer.

Ideas

Fjord da tres sugerencias: dejar de ver lo digital y lo físico como cosas separadas y preguntarse cómo fusionarlos de manera invisible; agudizar las habilidades de diseño, ya que una mayor experiencia física debe estar conectada a una estrategia digital; y dejar que la tecnología te inspire, dar paso a nuevas opciones y oportunidades.

“LA TIENDA FÍSICA Y EL CANAL ONLINE SON ESPACIOS QUE DEBEN INTEGRARSE, YA QUE LAS PERSONAS QUIEREN INTERACTUAR EN AMBOS AL ADQUIRIR PRODUCTOS Y SERVICIOS”, ANDRÉS GEBAUER, GERENTE DE MARKETING Y COMUNICACIONES DE ACCENTURE CHILE.



Más información: www.asimpres.cl



AMF Etiquetas

GENERA EL 16% DE SU ENERGÍA CON PANELES FOTOVOLTAICOS (ENERGÍA LIMPIA)

AMF Etiquetas, filial del grupo AMF, nació en 2009 dedicada a la impresión de etiquetas de alta sofisticación y procesos. Focos importantes en su década de existencia han sido la innovación y sustentabilidad.



Energía solar

“El concepto de “innovación sustentable” en la industria que vivimos hoy es fundamental para afrontar los nuevos desafíos y escenarios que muestra el futuro” explica Juan Ignacio Molina, gerente general de AMF Etiquetas. Agregando que como equipo están siempre en búsqueda de alternativas para alinearse con estos desafíos.

Así, durante 2018 instalaron paneles fotovoltaicos en el techo de sus instalaciones. Hoy la planta fotovoltaica funciona al 100% generando 150kW al día. Esto implica que el 16% de la energía con que se fabrican las etiquetas de la empresa proviene de una fuente renovable.

“Nuestros clientes están felices porque este proyecto va en línea con los nuevos tiempos”, agrega Molina, puntualizando “y eso AMF etiquetas lo tiene en su ADN como concepto de trabajo”.



Papeles

La empresa también se ha enfocado en buscar alternativas de papeles sustentables para sus clientes. De esta forma, además de papeles de celulosa trabajan con stone paper (papel mineral), papeles de algodón, de agave y de caña de azúcar.



Inversión en tecnología

“Siempre estamos a la vanguardia tecnológica y al día con las últimas tendencias de la industria, lo que nos permite innovar para dar apoyo a nuestros clientes con sus

desarrollos y que así logren diferenciarse en un mercado cada día más competitivo” indica el gerente general.

En enero 2019 AMF Etiquetas adquirió una máquina Digi-con Series 3, máquina con tres flexos que puede realizar hasta cinco folios, embossing, serigrafía con bastidor, troquel magnético y plano y barniz UV.

En 2016 ya habían invertido en adquirir una MO-4 para altos volúmenes. Estas máquinas “permiten hacer nuestros procesos más eficientes y generar menos merma y gastos de insumos”, añade Molina.



Print Center

También en 2016 la compañía inauguró un Print Center, “un laboratorio digital único en Chile, que permite desarrollar mock-ups de etiquetas terminadas con muy pocos recursos y uso de papeles, tintas y energía”, explica el gerente general.



Innovación

Uno de los últimos desarrollos en los que la empresa está trabajando es en las etiquetas IML (in-mould label o etiquetado en molde), que permite fusionar una etiqueta impresa de polipropileno con polipropileno fundido en un molde, facilitando el proceso de reciclaje de los envases.



Certificaciones

AMF Etiquetas participó del APL1 y ahora es parte del APL2 de la industria gráfica digital, flexográfica y offset. Además, cuenta con la certificación FSC de la cadena de custodia de los papeles.

ANTHONY THIRLBY

El experto que explicó cómo convirtió su imprenta en la más productiva del mundo



El pasado martes 2 de abril, nuestros socios de Hagraf organizaron la charla dictada por el experto Anthony Thirlby, actualmente Global Senior Vice President Commercial Segment y Head Of Sub Sales en la empresa Heidelberg, quien habló sobre sus inicios en la imprenta británica ESP Colour y las herramientas que lo ayudaron a transformarla en una de clase mundial.

Sus inicios en la industria se remiten a la imprenta ESP Colour en Swindon, Inglaterra, donde se desempeñó como Managing Director y se consagró como un líder mundial en la automatización de la producción de impresos, además de la mejora e industrialización de sus procesos. Se trata de Anthony Thirlby, oriundo de la región anglosajona quien, tras un intento por dedicarse al fútbol profesional, se insertó en el mundo de las imprentas gracias a ESP, migrando luego hacia Pureprint y más tarde a la gran empresa Heidelberg, en 2016, donde actualmente ocupa el cargo de Global Senior Vice President Commercial Segment y Head Of Sub Sales.

En la misma compañía, Thirlby se desempeñó anteriormente como General Manager del negocio Prinect, unidad que apunta a la impresión inteligente a través del estándar de trabajo Push to Stop, es decir, procesos que aportan a la digitalización y optimización de los flujos de trabajo a nivel transversal –gracias a tecnología como business intelligence y analítica–.

Esta misma idea fue mencionada por el británico durante su exposición “Cómo una imprenta normal se convirtió en la más productiva del mundo”, organizada por nuestros socios de Hagraf el pasado 2 de abril en Casa Piedra, donde explicó la evolución que vivió ESP Colour desde una imprenta corriente



hacia una inteligente que llegó a romper récords –pasando de un tiraje medio de 16.000 pliegos y 4.000 órdenes por año en 2008, a una de tiraje medio de 3.950 pliegos y 27.500 órdenes anuales en 2015–. “Creamos un modelo de negocio distinto”, dijo Thirlby sobre esta transformación hacia una Smart Print Shop. “A través de este proceso cometimos errores grandes, pero aprendimos rápidamente a poner la tecnología en la parte frontal del negocio”.

Así, otro tema abordado en el encuentro fueron las mejoras logradas por ESP al año 2015, como la implementación de un sistema manejado completamente con tecnología, la creación de una política de precios con cambios semanales basada en la carga del área de terminaciones, un modelo de depreciación de equipos de 3 años para pre-prensa, 4,5 años para prensas y 4 años para terminaciones, entre otras.

Optimizando el trabajo

En la oportunidad, Thirlby sostuvo que lo que frena la productividad no es la prensa, sino los procesos que se realizan previo a la impresión, especialmente los cambios que se realizan respecto a lo que se consideró al momento de cotizar, como los cambios de tamaño de pliego, de imposición, o gramaje. En un promedio de 400 imprentas, los tiempos para la cotización, la administración del trabajo, la planificación y, finalmente, el trabajo pre-prensa, consumen cerca de un 55% del tiempo total que toma el proceso de producción total –etapas que fueron calificadas por Thirlby como pre-producción–.

Así, la solución pasaría por automatizar estas etapas, reduciendo los puntos de contacto entre los operadores y el proceso y utilizando máquinas inteligentes que organizan y ejecutan los procesos de impresión estandarizados de forma autónoma, aumentando la productividad. “Cuando hablamos de una imprenta inteligente, es todo el proceso que ocurre dentro de ella: desde recibir una solicitud de cotización hasta la entrega”, dijo Thirlby.

LOS CUATRO PILARES DE LA AUTOMATIZACIÓN

Otro tema destacado por el británico fueron los cuatro pilares o impulsores clave para lograr un sistema automatizado en una imprenta –en base al estándar de trabajo Push to Stop–: Estimación, Programación y Planificación, Sustratos y Papeles y, finalmente, los Consumibles. Dentro de estos elementos, Thirlby recalcó especialmente la importancia de utilizar sustratos y consumibles que permitan utilizar el máximo rendimiento de la máquina impresora y de crear una correcta estrategia de planificación.

“Esto tiene un gran impacto sobre la productividad. Muchas imprentas cambian tamaños de hojas 5 veces por día. Son 22 minutos por cambio, es decir, 500 horas por año. De seguro hay formas de lograr productividad sin costos”, explicó Thirlby, dirigiéndose luego al público: “Si quieren entender cómo adaptar Push to Stop, estas cuatro áreas clave van a ayudarlos a entender y a ver las cosas de forma distinta, a comprender cómo funcionan sus máquinas”.

Finalmente, el Global SVP de Heidelberg entregó cifras Benchmark para distintos tipos de empresas, agrupadas según su facturación. Por ejemplo, aquellas que facturan 15 millones de euros o más, realizan cerca de 920 mil impresiones por semana y 6.388 pliegos por hora real de producción, así como 120 cotizaciones al día y solo 8 puntos de contacto medidos desde la recepción del requerimiento hasta el pliego vendible –y 14 de negocios–.

“Cada decisión que tomamos en la imprenta fue para impulsar las utilidades. No fue sobre nuestras subjetividades, fue sobre calidad. Sacamos muchos procesos ineficientes y nos permitió maximizar la capacidad de la parte frontal del negocio”, dijo Anthony Thirlby en el encuentro. “Comenzar, y lentamente mejorar los procesos de su organización, no es un proceso difícil en sí mismo. Nosotros pasamos de cuatro máquinas a dos, pero incrementamos en cuatro veces nuestra producción”.



“CUANDO HABLAMOS DE UNA IMPRENTA INTELIGENTE, ES TODO EL PROCESO QUE OCURRE DENTRO DE ELLA: DESDE RECIBIR UNA SOLICITUD DE COTIZACIÓN HASTA LA ENTREGA”, DIJO THIRLBY.



Inicio año escolar 2019 en la Escuela de la Industria Gráfica

El miércoles 27 de febrero la escuela dio inicio al año escolar 2019. A las 8:30 horas se realizó un acto de inauguración que contó con la presencia de todo el alumnado, apoderados, profesores, asistentes de la educación, directivos y la representante de la dirección provincial Santiago Centro, Lorena Pastén.

El acto inició con palabras de bienvenida por parte de los presentadores, seguido de la entonación del himno nacional e izamiento del pabellón patrio, dirigidos por la encargada del CRA (Centro de Recursos del Aprendizaje), Nadia Astudillo. A continuación, se entonó el himno de la escuela, dirigido nuevamente por Astudillo y acompañado por alumnas y el profesor Roberto Pérez.

Para continuar, el director de la escuela, José Rodríguez Muñoz, reiteró el saludo de bienvenida a todos los presentes, destacando la importancia de estudiar en un colegio técnico profesional de la especialidad gráfica, modalidad dual; el respeto y la disciplina como pilares fundamentales en toda institución educativa; el orgullo que deben sentir todos los presentes por pertenecer a una institución con 78 años de vida y que cuenta con tradición y prestigio otorgado por sus aproximadamente 7.000 egresados y alumnos actuales.

Finalmente, la jefa de Asuntos Estudiantiles, Cecilia Encina, entregó informaciones generales.

Posteriormente los estudiantes de los niveles 2°, 3° y 4° se dirigieron a clases, mientras que los del 1a nivel, junto a sus profesores jefes, hicieron un recorrido por toda la escuela conociendo sus dependencias y trabajadores.

SALUDO A LOS APODERADOS

Señores apoderados,

En nombre de todos los trabajadores de nuestra querida Escuela, reciban el más cordial saludo en este año académico 2019.

Gracias por matricular a sus pupilos en nuestra escuela y darnos la oportunidad de ser coeducadores de la importante formación que ustedes les dan a sus hijos en sus familias.

Somos un colegio técnico profesional, modalidad dual de la especialidad gráfica; ese es nuestro primer compromiso. No obstante, la formación dual permite entregar a nuestros estudiantes herramientas que posteriormente necesite usar en cualquier otro ambiente laboral. Este es el año en que debemos resaltar en la familia, la escuela y la empresa, valores como el respeto, la responsabilidad, la tolerancia, entre otros. Deseamos a ustedes y a nuestros queridos estudiantes un año exitoso en todos los ámbitos: rendimiento, asistencia, puntualidad, ambiente grato de disciplina, aprendizaje dual.

Ustedes y nosotros unámonos en la educación de sus pupilos.

Muchas gracias.

QUÉ FUE DE...

Bárbara Osorio, operaria HP Indigo serie 4500 en Colorama:

“En Ingraf me enseñaron las competencias necesarias para poder desenvolverme”

El acercamiento de Bárbara Osorio a la industria gráfica fue a través de su colegio. Cursó la enseñanza media en el colegio politécnico Nuestra Señora de la Presentación, en Melipilla, donde impartían la carrera de técnico gráfico. El establecimiento organizó un paseo para conocer las instalaciones de Ingraf y la institución llamó la atención de Bárbara como un lugar para seguir incrementando sus conocimientos.

Así, en marzo de 2016 comenzó a cursar la carrera de Postprensa en Ingraf, de donde egresó en junio de 2018. En este lugar “me enseñaron las competencias necesarias para poder desenvolverme como persona y trabajadora; saber y expandirme más allá de la industria gráfica, con perseverancia y optimismo, logrando llegar más allá de mis capacidades”, señala.

Aquí, explica que además de recibir amplio conocimiento sobre el área de terminaciones también aprendió de impresión, gestión y sobre “la fortaleza del trabajo en equipo, la toma de decisiones ante una problemática laboral, y muchos puntos más que en sí son fundamentales, como la organización y la auto superación”.

Durante su paso por Ingraf, Bárbara destaca el apoyo y acompañamiento del instituto y los profesores, quienes le brindaron apoyo incondicional: “siempre muy dispuestos a responder las consultas que tenía”. Sobre la preparación que entrega el instituto técnico profesional, recalca el acuerdo mutuo entre docentes y alumnado, “lo que genera un aprendizaje eficaz y claro”.

Una vez egresada, Bárbara Osorio entró a trabajar a Colorama como aprendiz en abril de 2018. Hoy es operaria de HP Indigo serie 4500.



En su trabajo realiza las mantenciones diarias, semanales y mensuales de la impresora. Además, soluciona los problemas operacionales de la máquina y realiza el retoque de color y el montaje e impresión de las etiquetas de vino. Bárbara se declara satisfecha con su desempeño: “es un área de gran conocimiento y movilidad”, indica.

En su desarrollo, Bárbara agradece a sus profesores de Ingraf “por su apoyo incondicional; y a mis compañeros de Colorama por entregarme y ayudarme a desarrollarme en la labor que cumpla hoy en día”.

INGRAF 2019

Durante mayo Ingraf impartirá siete cursos que cuentan con financiamiento Sence.

Mejora continua: Conociendo las 5S
7 al 16 de mayo
4 clases
18:30 a 22:30 hrs.
\$136.000

Liderazgo y trabajo en equipo en la industria
13 al 29 de mayo
5 clases
18:00 a 22:00 hrs.
\$170.000

Marketing en las comunicaciones gráficas
7 al 15 de mayo
5 clases
18:30 a 22:30 hrs.
\$170.000

Importancia de la legislación laboral chilena
14 al 31 de mayo
5 clases
18:30 a 22:30 hrs.
\$170.000

Impresión digital gran formato
13 al 27 de mayo
6 clases
18:30 a 22:30 hrs.
\$204.000

Metrología
7 al 23 de abril
5 clases
18:30 a 22:30 hrs.
\$170.000

Gestión de calidad en la impresión flexográfica
6 al 29 de mayo
10 clases
18:30 a 22:30 hrs.
(última clase hasta las 20:30hrs.)
\$323.000

*Los cursos se dictarán sólo si se cumple con el mínimo de participantes.

- Financiamiento Sence y particular.
- Sobre 4 alumnos en el mismo curso 20% de descuento

Para más información, contactar a Vicky Godia (v.godia@educagrafica.cl). Teléfonos: 225566445/225559998. Whatsapp: +56996504365. Dirección: Salesianos 1463, San Miguel, Santiago.



**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.

TALLER SOBRE AVANCES DEL SEGUNDO ACUERDO DE PRODUCCIÓN LIMPIA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA SE REALIZA CON ÉXITO

El 26 de marzo se realizó un nuevo taller de seguimiento del segundo APL de la industria gráfica digital, flexográfica y offset, donde distintos expertos expusieron los pasos a seguir en su elaboración, la importancia del compromiso empresarial con la gestión de residuos y las implicancias de la ley REP en este escenario.



Bosques sostenibles

En el segundo bloque del encuentro, Rodrigo Vidal, secretario técnico de CERTFOR PEFC Chile, expuso sobre la Certificación Forestal Sustentable y el Programa para el Reconocimiento de Certificación Forestal (PEFC), organización que vela por la gestión sostenible de los bosques a través de la certificación de un tercero independiente. “Es importante que el papel tenga mejores componentes para la sustentabilidad”, dijo Vidal, añadiendo que la trazabilidad del producto –o el recorrido que éste hace desde el bosque hasta el consumidor final– es la clave para diferenciarlo y añadirle valor.



Cerca de 50 participantes se reunieron en el taller de avances del segundo Acuerdo de Producción Limpia (APL) de la Industria Gráfica, realizado el martes 26 de marzo por Asimpres, oportunidad en la que Franco Rivas, jefe del proyecto APL de Hagraf y Sara Contreras, consultora medioambiental de CyV Medioambiente expusieron las mejoras a implementar por las

empresas tras esta segunda etapa de seguimiento.

Dentro de ellas se encuentra el desarrollo de planes de minimización de residuos o compuestos orgánicos volátiles, y la creación de un plan de gestión de energía. Además, las compañías deberán inscribirse en el sitio de HuellaChile para la declaración de la huella de carbono 2017 y 2018 – en base a registros de consumo de energía y combustibles– y realizar

capacitaciones a sus trabajadores. Así, Rivas llamó a los asistentes a liderar el proceso de elaboración y cumplimiento del APL en sus respectivas empresas, señalando que “el gestionar residuos genera valor”.

Durante la conversación también se mencionaron los próximos pasos a seguir para la implementación de la ley REP, que entre otras cosas buscará regular la responsabilidad de proveedores ante residuos como envases y embalajes.



APL 2

¿Cliente libre o proyecto fotovoltaico?

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

Desde que comenzamos a desarrollar el APL2 con el Ministerio del Medioambiente, en casi todas las reuniones se ha tratado el tema de la implementación de medidas para la eficiencia energética. Esto en el esfuerzo por disminuir las emisiones de carbono a la atmósfera y promover el cuidado de los recursos naturales. El Ministerio de Energía nos ha tratado de orientar y Asimpres ha gestionado encuentros con distintos expertos, representantes de consultoras o empresas que se dedican a dichos temas.

Es así como las empresas gráficas han visto una oportunidad para mejorar su gestión y generar importantes ahorros en energía. Sin embargo, al poco andar nos damos cuenta que estos son temas complicados técnicamente, que requieren grandes inversiones, o bien que no existen fondos públicos para financiar proyectos de conversión.

Haciendo este camino es que algunas empresas han descubierto la opción

que entrega la Ley 20.805 para migrar de la categoría de cliente regulado a la de cliente libre, lo que permite generar ahorros importantes, según el nivel de consumo de cada empresa.

CLIENTE LIBRE

Al ser cliente libre podemos negociar un mejor precio de la energía directamente con las empresas generadoras. El requisito básico para optar al cam-

bio es tener una capacidad instalada de al menos 500 kW (esta información se encuentra en las boletas).

Según mi experiencia personal, recomiendo asesorarse por alguna de las consultoras que existen en el mercado y cuyos honorarios, por lo general, se descuentan del ahorro mensualmente generado (hay que cotizar con al menos dos). Estas consultoras nos representarán ante la empresa generadora y se preocuparán de todas las gestiones que se requieran mientras dure nuestra calidad de clientes libres.

Como consumidores no notaremos diferencias en el servicio entregado, salvo que se deberá pagar el consumo de energía directamente a la generadora y los cobros por peajes a las distribuidoras, sumatoria que será siendo menor a lo pagado como cliente regulado.

PROYECTO FOTOVOLTAICO

Una opción muy interesante es la que ofrece la empresa Solarity, y que da solución a quienes desean bajar sus costos por concepto de energía y al mismo tiempo disminuir su huella de carbono, pero no tienen la capacidad económica para financiar la instalación de paneles fotovoltaicos u otro sistema de generación limpia de energía. Según tengo entendido (puedo estar equivocado) es la única en Chile que actualmente ofrece el servicio de instalación gratuita de paneles.

Dicha empresa realiza la evaluación de factibilidad, diseña un sistema solar a medida del cliente y posteriormente instala los equipos a su costo. Solarity realiza el monitoreo y mantenimientos mientras dure el contrato.

En resumen, esta compañía ofrece instalar paneles aprovechando los

techos de las empresas y cobra por el gasto de energía realizado durante la jornada. Dicho costo es menor al de la energía eléctrica convencional y, además, tiene el importante valor agregado de provenir de una fuente no contaminante, siendo este un punto que se puede promocionar entre clientes y comunidad.

Mi experiencia personal en las implementaciones en materia de eficiencia energética que hemos desarrollado inspirados por los APL, es que llegado un punto donde tomadas las medidas básicas para ahorrar energía -como eliminar los consumos innecesarios, cambio de luminarias, adquisición de equipos más eficientes, etc.-, debemos buscar otras opciones para disminuir consumo y gastos, siendo las expuestas, alternativas que debieran estudiarse con atención y mirada de largo plazo.

Nicolás Adriazola, gerente general de Koalabox:

“Los tiempos están cambiando velozmente y lo vemos como una gran oportunidad”

Koalabox nace en el año 2003 junto con el auge y la necesidad de las agencias de marketing directo en Chile, que cada vez más requerían piezas innovadoras, creativas y de calidad.

La empresa fue fundada por María Cecilia Rosas y Jorge Adriazola. Posteriormente se incorporaron Nicolás y Jordi Adriazola, como gerente general y gerente de producción respectivamente. Hoy cuentan con staff de 35 personas en las diferentes áreas de la compañía.

TECNOLOGÍA

En Koalabox, explica Nicolás Adriazola, desarrollan los productos completamente dentro de sus instalaciones. Para esto han invertido en maquinaria y tecnología, “tenemos empaquetadoras y forradoras que hacen cajas que nadie produce en Chile y una Scodix Ultra Foil que fuimos los primeros en Sudaméri-

ca en tenerla”, indica el gerente general. “Esto nos da la tranquilidad de entregar a nuestros clientes una excelente calidad y terminaciones, con un alto volumen en caso de ser necesario y en los tiempos más reducidos posibles”, agrega.

DIFERENCIACIÓN

Adriazola indica que las cajas que desarrollan van desde productos sencillos, como un estuche de cartulina, hasta “una caja muy sofisticada que puede tener varias terminaciones, cierres y formas distintas”. La tecnología y experiencia que poseen no la tienen otras empresas de la competencia y “Trabajando en conjunto con los mejores proveedores de insumos del mercado nacional, se han convertido en líderes del packaging en Chile”, puntualiza.

CERTIFICACIONES Y MEDIO AMBIENTE

Conscientes de la responsabilidad que significa trabajar en la industria gráfica, en Koalabox se han comprometido a hacerlo en forma sustentable.



“QUEREMOS QUE NUESTROS CLIENTES ESTÉN FELICES Y PODER AYUDAR A SOSTENER Y AUMENTAR SUS VENTAS. LOS TIEMPOS ESTÁN CAMBIANDO VELOZMENTE Y LO VEMOS COMO UNA GRAN OPORTUNIDAD”, NICOLÁS ADRIAZOLA.

ble. Los cartones, cartulinas y tintas que ocupan cuentan con las certificaciones FSC y PEFC y están participando en el Acuerdo de Producción Limpia n°2 de la Industria Gráfica. Por otra parte, “al hacer una caja de mejor calidad, una caja rígida por ejemplo, con terminaciones distintas, con formas y tamaños diferentes, se llega a un producto de estética y calidad, que seduce y entretiene. Llama la atención y es totalmente reutilizable. Es una linda tarea para diseñadores y para nosotros mismos”, explica el gerente general.

DESARROLLO A FUTURO

Adriazola comenta que en Koalabox están atentos a los cambios y a las tendencias de los últimos años y quieren seguir siendo un referente para la industria, “con propuestas flexibles, con diseños y materiales que identifiquen los nuevos tiempos, entregando la asesoría y rapidez que siempre nos han caracterizado. Queremos que nuestros clientes estén felices y poder ayudar a sostener y aumentar sus ventas. Los tiempos están cambiando velozmente y lo vemos como una gran oportunidad”.

Christian Dettleff, Regional Business Developer Cono Sur, y Roberto Donoso, Country Manager Chile, de Epson:

“Hay un círculo virtuoso entre la innovación, la inversión en tecnología, el feedback de los clientes y la propuesta de valor que sale al mercado”

Epson es una compañía multinacional de origen japonés. Cuenta con operaciones en todo el mundo y en Chile está presente desde 1985.

NUEVOS DESARROLLOS

En los últimos años, Epson ha desarrollado con fuerza productos comerciales e industriales. Para esto ha invertido cerca de 300 millones de dólares en tecnologías nuevas con miras al desarrollo de su estrategia 2025. “El objetivo es desarrollar soluciones que superen cualquier expectativa que tenga el cliente en términos de calidad y precisión” explica Christian Dettleff, Regional Business Developer Cono Sur.

ASIMPRES

La empresa estará lanzando al mercado nuevas tecnologías para el

mundo textil, comunicación visual, etiquetas y producción. “Sentimos que Asimpres es el canal para comunicar qué es lo que está haciendo Epson, además de entender el sentir del usuario final”, señala Dettleff.

RESULTADOS

En los últimos dos años Epson evalúa sus resultados positivamente: “Hemos visto un crecimiento explosivo en nuestras líneas de impresión más industrial”, indica Roberto Donoso, Country Manager Chile. “Ese crecimiento ha implicado aumentar nuestros equipos comercial y de soporte para el rubro gráfico, demostrando el compromiso de Epson con la industria”, puntualiza Dettleff.

SOCIOS DE SUS CLIENTES

La propuesta a largo plazo es que nuestros clientes puedan ir creciendo con Epson, incorporando el feedback de los usuarios en los nuevos productos: “Ahí hay un círculo virtuoso

entre innovación, inversión en tecnología, el feedback de los clientes y la propuesta de valor que finalmente Epson lanza al mercado”, explica el Regional Business Developer.

CAMBIOS EN LA INDUSTRIA

Ambos ejecutivos concuerdan en que “desde hace unos 4 años la industria gráfica ha ampliado su mirada y ha respondido rápido a la innovación y la transformación digital”. Donoso agrega que parte importante del portafolio de Ep-

son apunta a dar flexibilidad a los clientes, permitiéndoles entrar en el mundo de impresión digital a diferentes escalas de producción.

ÁREA TEXTIL

Al día de hoy, 9 de cada 10 clientes que entran al negocio textil lo hacen con Epson, y hoy además de la sublimación, el desarrollo de soluciones incluye impresión directa y DTG (direct to garment), preparando el mercado para lanzar nuevos productos industriales en los próximos 12 meses.



“EL OBJETIVO ES DESARROLLAR SOLUCIONES QUE SOBREPASEN CUALQUIER EXPECTATIVA QUE TENGA EL CLIENTE EN TÉRMINOS DE CALIDAD Y PRECISIÓN”, DICE CHRISTIAN DETTLEFF.

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

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. **Edición General:** Natalia Ramos. **Diseñadora:** Carla Caorsi. **Periodistas:** Sara Alfaro, Ignacia Castillo y Catalina Escalante. **Fotografías:** Mauricio Vega y Nicolás Soto. **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.