

Impresiones



EDICIÓN N° 133 - MAYO AÑO 14, CHILE 2019 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



| página 3

| página 4



Las principales tendencias de Graphispag 2019

Tekkrom innova en Chile y Sudamérica gracias a Xerox Iridesse

| página 8

Simón Socías, gerente comercial de Impresos Socías:

“Si surge un problema, nos ocupamos y después nos preocupamos”

| página 8



Paper & Packaging
How life unfolds.

TM. © 2018 Paper and Packaging Board.

Estudio Paper and Packaging:

Los consumidores siguen prefiriendo el papel

| página 7



Marcela Lahosa expuso sobre la industria gráfica en conversatorio de INACAP

“Los desafíos de la industria gráfica y su impacto en los mundos productivos” es el nombre del conversatorio organizado por INACAP Puente Alto, oportunidad en la que nuestra presidenta, Marcela Lahosa, habló sobre temas como la automatización de los procesos

productivos, la sostenibilidad dentro de la industria, la conciencia ecológica y la responsabilidad social empresarial, entre otros.

“El desarrollo tecnológico en el último tiempo ha sido un huracán. Estamos reconstruyéndonos y re-

inventándonos”, dijo Lahosa en la ocasión. “La tecnología tiene una amplitud de alternativas maravillosa: hay un mundo abierto para todos los que estamos en la industria, tenemos que utilizarlo y aprovecharlo”.

El centro de estudios organizó esta instancia a raíz de la Semana del Diseño, donde los invitados compartieron opiniones sobre cómo el diseño debiese abordar estos fenómenos y el rol que cumple en la creación de nuevos productos después del reciclaje. Además, la Ley REP y la COP 25 fueron temas destacados dentro de la conversación.

“La tecnología permite imprimir lo justo, usar bien el recurso, imprimir a otros sustratos y más”, añadió la presidenta de Asimpres. “Desde el momento que utilizamos un recurso, debemos ser empresarios responsables. Tenemos que mostrar y enseñar al consumidor a distinguir algo hecho de manera responsable”.



Presentan proyecto de ley para eliminar todos los plásticos del comercio

En los últimos años, Chile se ha posicionado como un país pionero en el reciclaje de plástico gracias a iniciativas como la ley que prohíbe la entrega de bolsas plásticas en el comercio; el Pacto por los Plásticos impulsado por el Ministerio del Medio Ambiente, la Fundación Chile y un grupo de empresas líderes, además de la Ley REP, que establecerá metas de recolección y valorización de una serie de productos que hoy son de consumo masivo, entre ellos el plástico.

Sin embargo, estas medidas podrían no ser suficientes, ya que si bien en teoría la gran mayoría de los plásticos son reciclables, solo el 14% de ellos es reciclado a nivel global.

Ante este escenario, un grupo de parlamentarios presentó un proyecto de ley que busca limitar la generación de productos desechables y regular los plásticos de un solo uso, particularmente los que se usan para el consumo de comidas preparadas y bebidas.

Esta medida ya fue implementada por la comuna de Providencia y, siguiendo la misma lógica de la ley contra las bolsas plásticas, pasó desde las ordenanzas municipales y convenios particulares que ya habían establecido algunos locales y centros comerciales, a buscar una ley que tenga alcance nacional.

CREAN PACKAGING ECOLÓGICO A PARTIR DE SETAS



El 40% del plástico producido hoy en día se utiliza en envases de un solo uso, que se desechan inmediatamente una vez que han cumplido su propósito, a menudo terminando en vertederos o en el mar. Es por esto que los empresarios estadounidenses Eben Bayer y Gavin McIntyre decidieron crear un envase que fuera amigable con el medio ambiente y económicamente viable.

Habiendo visto cómo el micelio de los hongos –estructuras de sus raíces que se encuentran bajo tierra– une los residuos orgánicos en la naturaleza, inventaron una nueva clase de biomaterial degradable –no tóxico– que puede moldearse en casi cualquier forma.

Gracias a esta creación, Bayer y McIntyre fueron nominados por la Oficina de Europea Patentes como finalistas al European Inventor Award, uno de los premios a la innovación más prestigiosos de Europa y que rinde homenaje a inventores individuales y/o equipos, cuyos inventos pioneros proporcionan respuestas a algunos de los desafíos más grandes de nuestros tiempos.

FASTSIGNS llega a Chile buscando revolucionar el mercado de la industria gráfica

Las familias Alcayaga, Granic y Winter adquirieron Dimacofi Soluciones Gráficas y se asociaron al gigante estadounidense FASTSIGNS, empresa que cuenta con más de 700 locales y presencia en 12 países a nivel mundial.

El objetivo de la compañía es potenciar el segmento de grandes empresas y abordar también el mercado de pymes, B2B y B2C con una amplia gama de productos y soluciones para luego crecer con más tiendas, a través de franquicias y/o tiendas propias en regiones.

A los pocos meses de cerrada la compra de FASTSIGNS en Chile, se presentó la oportunidad de adquirir el negocio de impresión y locales de Dimacofi Soluciones Gráficas. “Fue un proceso rápido, ya que tenía todo lo que necesitábamos: en primer lugar, es el clásico camino para ganar participación de mercado en forma rápida. Además, es un negocio de gran formato, más grande que el nuestro y, lo mejor, complementario”, explica Gonzalo Alcayaga, director ejecutivo de la empresa, quien trabaja en ella junto a sus hermanos Constanza y Rodrigo.

La compañía también contaba con un negocio de offset digital y con-

venicional que ellos no tenían y con locales funcionando, además de una plataforma e-commerce llamada eprinting.cl, una tarea que tenían pendiente hace años, explica Alcayaga. “¡Fue como comprar 10 años de futuro!”, dice el director ejecutivo. “FASTSIGNS Dimacofi Soluciones Gráficas es un aporte para el mercado chileno, ya que puede atender tanto a grandes empresas como a pymes y personas naturales, con productos y soluciones gráficas innovadoras y a la medida de cada cliente”.

Próximos pasos

El plan de la empresa para este año es potenciar y convertir los locales actuales de Dimacofi Soluciones Gráficas a través de un modelo de cobranding, y luego abrir más tiendas, considerando también el desarrollo de franquicias o locales propios en regiones, lo que está actualmente en estudio.

Según Alcayaga existen muchas oportunidades en Santiago, con polos específicos de desarrollo con alta presencia de pymes en Nueva Las Condes, Providencia, Santiago Centro, Irarrázaval, Maipú y La Florida, por nombrar algunas zonas con potencial.



“VUELO DE PAPEL” ES PREMIADO NUEVAMENTE A NIVEL MUNDIAL

El proyecto realizado por la destacada diseñadora Ximena Ureta, “Vuelo de Papel”, fue reconocido nuevamente a nivel mundial, esta vez en el certamen London International Creative Competition. La idea fue propuesta como catálogo de papeles Curious y Rives de Arjowiggins para Antalis en Chile, quienes asumieron el desafío de materializarlo. Anteriormente, el proyecto había recibido reconocimientos en los A’ Design Award & Competition, con Platino; en el Concurso Mundial iJungle Graphic Design Awards 2018 de China con un Oro; con una medalla de plata en los 48th Creativity International Print & Packaging Awards; ganando en la Bienal Perú y siendo finalista Iberoamericana en Madrid 2018.



Simón Socías
IMPRESOS SOCÍAS



Javier Ibero
EADEC



Tomás Guzmán
IMPREX



Nicolás Adriazola
KOALABOX



Cristóbal Trabucco
DITRA INDUSTRIAL



Bárbara Kunze
TECNIFLEX



Rafael Salgado
PROCOLOR



Ignacio Ramos
R&R IMPRESORES

LAS NUEVAS GENERACIONES QUE ESTÁN CAMBIANDO LA INDUSTRIA GRÁFICA

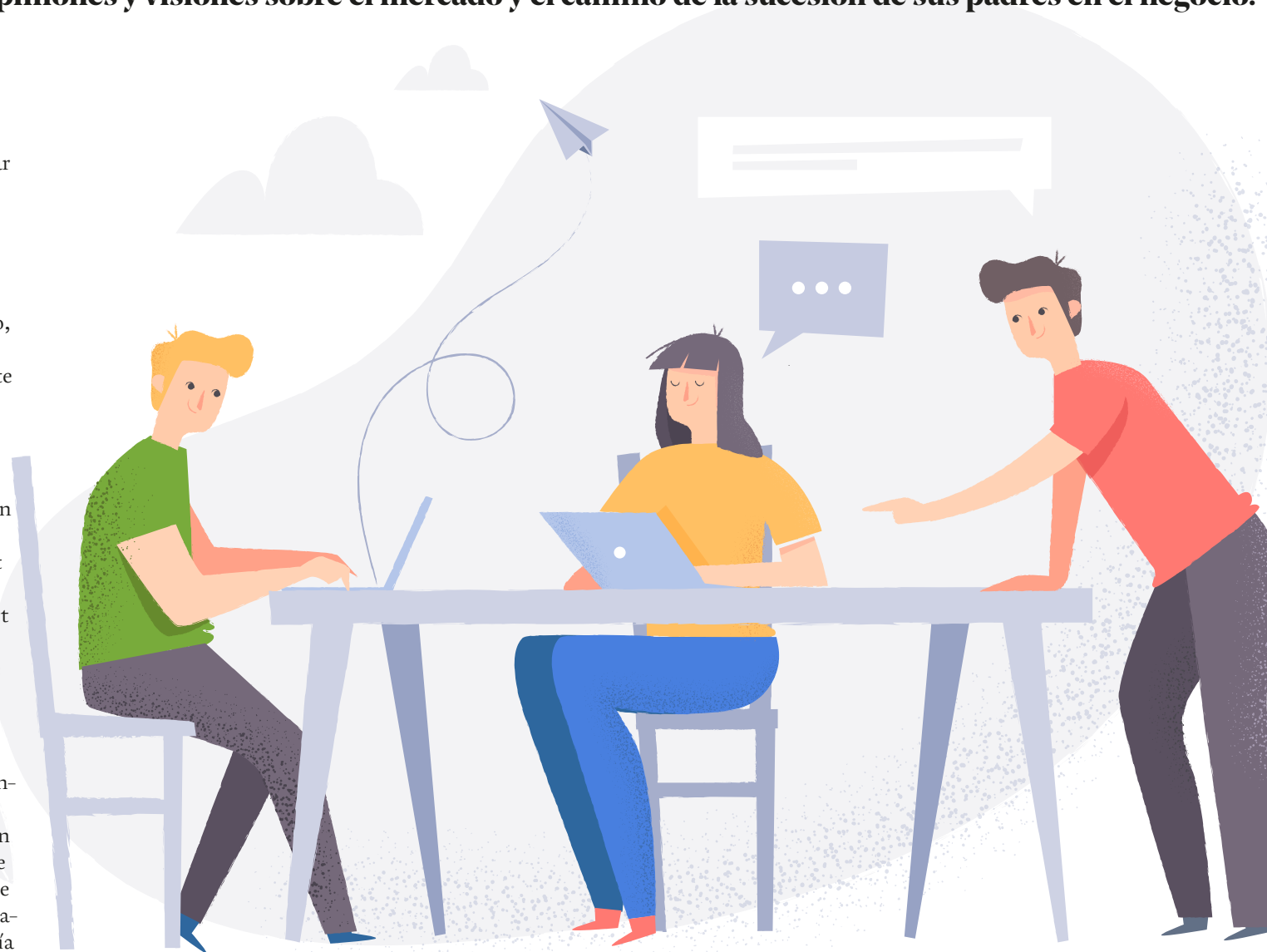
Un grupo de representantes de la nueva oleada de profesionales en la industria se reunió en Asimpres, donde intercambiaron opiniones y visiones sobre el mercado y el camino de la sucesión de sus padres en el negocio.

Encuentro en Asimpres

Optimismo y energía para explorar alternativas y buscar nichos de negocio atractivos para la industria. Esa fue la tónica de la reunión en la cual participaron Simón Socías, gerente comercial de Impresos Socías; Javier Ibero, country manager de Eadec Chile; Rafael Salgado, gerente de producción de Procolor; Nicolás Adriazola, gerente comercial de Koala Box; Cristóbal Trabucco, director de importación y exportación de Ditra Industrial; Tomás Guzmán, CTO de Twist Print (software de Imprex Spin Off); Ignacio Ramos, product manager de R&R Impresores y Bárbara Kunze, subgerente general de Tecniflex.

Modernización

Los empresarios gráficos coincidieron en complejidades tales como la disminución en volúmenes para el control de stocks, además del desafío que supone el inculcar modernizaciones de gestión y tecnología



LOS EMPRESARIOS GRÁFICOS COINCIDIERON EN COMPLEJIDADES TALES COMO LA DISMINUCIÓN EN VOLÚMENES PARA EL CONTROL DE STOCKS, ADEMÁS DEL DESAFÍO QUE SUPONE EL INCULCAR MODERNIZACIONES DE GESTIÓN Y TECNOLOGÍA AL PERSONAL QUE LLEVA MUCHOS AÑOS REALIZANDO LAS TAREAS DE UNA MANERA DETERMINADA.

al personal que lleva muchos años realizando las tareas de una manera determinada.

Además, hablaron sobre cómo seguir adelante con el legado que les dejan sus padres, haciéndose cargo de las comparaciones de los colaboradores, que en algunos casos realizan entre las distintas administraciones. Así, los participantes coincidieron en estar pasando por un proceso similar camino a la sucesión.

Competencia y tecnología

Los invitados también se refirieron a la competencia que se experimenta en

el mercado gráfico y los márgenes de la actividad, lo que implica llevar un control exhaustivo de costos y precios. Además, intercambiaron experiencias relacionadas a las nuevas aplicaciones disponibles que presentan ahorros significativos en logística y transporte, así como las demandas con aplicaciones tales como Instagram.

La capacitación en cuanto a comprensión lectora y comunicación afectiva fue relevada por la nueva generación como algo necesario, y se destacaron los efectos notables en las personas tras asistir a diplomados.

LA BRECHA GENERACIONAL QUE SE PRODUCE EN TÉRMINOS DE DIGITALIZACIÓN Y PENSAMIENTO –ENTRE UNO MODERNO Y OTRO MÁS CONSERVADOR– EN RELACIÓN A SUS PADRES, TAMBIÉN ES UN TEMA IMPORTANTE PARA LAS NUEVAS GENERACIONES DENTRO DE LAS EMPRESAS.

Mirando hacia el futuro

La brecha generacional que se produce en términos de digitalización y pensamiento –entre uno moderno y otro más conservador– en relación a sus padres, también es un tema importante para las nuevas generaciones dentro de las empresas.

Los asistentes comentaron

que el ritmo de avance actual es mucho más rápido y fluido dados los cambios tecnológicos –muy distinto a años atrás, cuando el uso de ciertas máquinas podía durar décadas sin problemas–. De esta manera, el escenario actual moviliza a las imprentas a adaptarse de manera constante y estudiar hacia dónde va el mercado de la industria.

Mesa directiva de Asimpres da la bienvenida a nuevos socios

Nuestros nuevos socios Romipack, Koala Box, Tekkrom, Feyser y Epson compartieron en una reunión liderada por Marcela Lahosa, presidenta de Asimpres.

“Como asociación gremial estamos muy contentos por la incorporación de los nuevos socios, a quienes les damos una cordial bienvenida”, dijo Lahosa en la instancia. “Esto nos fortalece y al mismo tiempo nos ayuda a trabajar más tenazmente en los temas que nos unen y que representan los grandes desafíos de la industria hoy”.

Los participantes del encuentro fueron Juan Carlos González, gerente general de Romipack, Nicolás Adriazola, gerente comercial de Koala Box, Luis Azócar, gerente general de Tekkrom, Juan Rodríguez, gerente general de Feyser y Roberto Donoso, Country Manager de Epson Chile, además

de la presidenta de Asimpres, Marcela Lahosa, Rodrigo León, vicepresidente y María Eugenia Mingo, gerente general.

Alfonso Ureta, gerente general de Ureta Matte y Simón Socías, gerente comercial de Impresos Socías no pudieron asistir a la reunión, pero al igual que los demás, se suman como nuevos socios a la Asociación.



Compartiendo visiones

En la instancia, los asistentes intercambiaron opiniones respecto de la situación actual y visión de la industria futura en las distintas áreas de impreso publicitario: comercial, editorial,



packaging boutique, bolsas de papel y textil. Además, se refirieron a los desafíos en materia laboral, como la alta rotación de los *millennials* y la contratación de personal extranjero.



Más capacitación

También abordaron las necesidades en materia de capacitación, las cuales más que un enfoque técnico, que señalaron hoy es proporcionado por las empresas proveedoras, se requiere que fomenten las habilidades de



BENEFICIOS DE LOS ASOCIADOS

Los asistentes valoraron la oportunidad de compartir experiencias entre empresarios gracias a su integración a Asimpres, una de las ventajas más importantes de unirse a la entidad.

“Los invitamos a ser participantes activos en todas nuestras actividades, donde no me cabe duda alguna nos aportarán con su experiencia y profesionalismo”, dijo Lahosa.

liderazgo, el trabajo colaborativo, la confianza personal y las comunicaciones.

Además, se valoró la capacitación *in situ* sobre temas

transversales que no necesariamente deben ser de gráfica, señalaron los asociados, sino más bien deben buscar ampliar la visión de las personas.

Las principales tendencias de Graphispag 2019

“Define impresión” fue la invitación que se extendió a los asistentes de la versión número 15 de la feria Graphispag, que contó con cerca de 200 expositores y más de 22 mil visitas.

Las novedades de la impresión y comunicación visual fueron las protagonistas de la feria Graphispag, organizada por Fira Barcelona entre el 26 y 29 de marzo y que, según cifras entregadas por la organización, albergó 196 expositores y más de 80 ponencias, donde participaron expertos en maquinarias y servicios gráficos. “El visitante ha podido conocer procesos concretos como la personalización, el wrapping, la impresión de packaging, la impresión funcional o el 3D, así como aspectos relacionados con la sostenibilidad, la digitalización y la gestión del negocio”, destaca Xavier Armengou, presidente del comité organizador en el balance oficial de la feria.

Novedades en packaging

Una de las charlas destacadas de la versión 2019 fue la presentada por Joan Campderà, director general de Aktiva, agencia de diseño que trabaja con reconocidas marcas como Prada y Calvin Klein. “Cómo

hacer el packaging atractivo para las nuevas generaciones” fue el nombre de la exposición que habló sobre los consumidores de la llamada generación Z o los *millennials*, reflexionando en torno a cómo su forma de consumo ligada a redes sociales e Internet puede ser una oportunidad para hacer crecer la industria del packaging.

Impresión 3D

Graphispag también abordó la impresión en tres dimensiones. Toni Nadal, ingeniero experto en impresión 3D de la empresa Mastertec – líder en distribución de copiadore de alto volumen–, profundizó en su exposición “El negocio de la impresión 3D en las artes gráficas” sobre cómo esta tecnología complementa el trabajo de la industria gráfica. “Potencia la creatividad y facilita muchos aspectos de la fabricación. Mejora el rendimiento y baja los costos”, explica Nadal.

Además, agrega que este tipo de impresión abre nuevas oportunidades de negocio no solo para las artes gráficas: en publicidad, por ejemplo, permite realizar campañas creativas y focalizadas de acuerdo a los intereses de cada empresa. “Las impresoras 3D permiten fabricar geometrías complejas para hacer



El vicepresidente de Asimpres, Rodrigo León, se reunió con Xavier Armengou, presidente de Graphispag y Jordi Magre, director del evento, en el marco del acuerdo de colaboración entre ambas entidades, con miras a la próxima feria Print Santiago.

prototipos de packaging, conceptos o cosas únicas”, dice el ingeniero.

Sustentabilidad

Otro tema destacado fue la relación entre la impresión y la sustentabilidad, a través de la charla “B-Searcular: impresión responsable para una industria textil sostenible”, proyecto liderado por Epson, LCI Barcelona y Seaqual. “Pensamos que la industria textil, que forma parte de la industria gráfica, es la segunda más conta-

minante del planeta. Esto exige pensar en cambios y aplicarlos”, comenta el expositor Raúl Sana-huja, explicando que el proyecto busca recoger los plásticos del Mar Mediterráneo para transformarlos en hilos de poliéster que posteriormente serán diseños de moda.

Según cifras entregadas por los organizadores de Graphispag, la feria recibió la visita de 22 mil profesionales en su versión 2019 y el próximo encuentro se llevará a cabo el año 2021.



Juguetes de cartón, UNA NUEVA Y SUSTENTABLE OPORTUNIDAD DE MERCADO PARA EL PACKAGING CHILENO



Castillos, cohetes, lámparas, sillas, todo es realizable en cartón, material versátil, ligero y transportable que además se puede reutilizar.

Un uso diferente para el cartón más allá del packaging están promoviendo algunos emprendimientos chilenos. Para los amantes de las manualidades, en Youtube hay muchos tutoriales con estructuras y diseños para confeccionar. Para los que no, hay empresas que pueden hacer realidad todo tipo de diseño.

Juguetes

Las empresas Magia y Cartón y La Cartonería, por ejemplo, confeccionan juguetes: desde el clásico memorice hasta castillos, barcos, alitas de mariposa o piloto, cohetes, un laberinto y lentes de realidad virtual. “Lo vendemos casi como una experiencia y la gente entiende que el juguete va a durar lo que el niño quiera”, dice Trinidad Jove, quien está detrás de ambas compañías. Los juguetes se pueden pintar y decorar, y pasada su vida útil se reciclan. “Hacemos prácticamente cualquier cosa de cartón”, agrega Jove, “es un material súper versátil, hay muchos tipos de cartones, de resistencia, de formas de cortarlo, trabajarlo e imprimirlo”.

Publicidad

Macarena Tapia Carvallo, de Ideas de Cartón, lleva 15 años trabajando este material. Fabrica desde soportes de TV hasta mini torres Eiffel, autos,



árboles y perros de cartón ensamblado. “Al principio había mucho prejuicio pero hoy está más masificado. Tiene un montón de beneficios: es fácil de transportar, inocuo para interacción con niños o adultos, desechable y reciclable”, enumera.

Mobiliaria

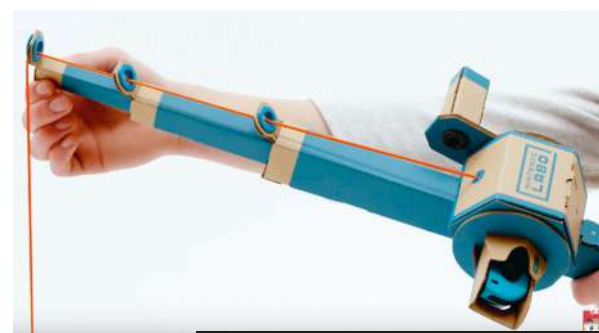
En iColor.cl coinciden en que “el cartón está teniendo mayor aceptación en el mercado local, aunque aún existe desconfianza de su durabilidad”, advierte Andrés Roeschmann, socio y director. Diseñan mesas, sillas y stands. “Para oficina o publicidad son muy cotizados”, afirma Roeschmann.

Iluminación

EH! PALE tiene las lámparas hechas a mano EH! LAMP, compuestas por varios anillos de cartón corrugado cortados con láser. Catalina Cheyre cuenta: “Elegimos el cartón porque es biodegradable y se puede reutilizar. Además, su textura y materialidad proporciona un diseño interesante para este tipo de productos”.

Tendencia mundial

En el exterior la industria alcanzó otro nivel. Se pueden encontrar mesas de taca, camas, bicicletas, kayaks o hasta una casa entera fabricada de cartón (Wikkelhouse). Incluso, Nintendo lanzó el 2018 Nintendo Labo: accesorios de cartón que se arman y ensamblan con el Nintendo Switch para construir desde un piano hasta una caña de pescar.



 [Sigue leyendo en asimpres.cl](#)

El mercado de las tarjetas y su complemento con las nuevas tecnologías

El consumo de tarjetas plásticas ha crecido en los últimos cinco años, manteniendo su vigencia entre los consumidores. Pero, ¿Cómo puede potenciarse esta herramienta a través de nuevas tecnologías?

RFID

La tecnología de identificación por radio frecuencia (RFID) ha sustituido el uso de algunas tarjetas para, por ejemplo, entrar a instalaciones como oficinas, hoteles, reemplazar boletos de tren o hacer pagos.

“Clientes como empresas, universidades, bancos y hospitales utilizan nuestra tecnología RFID. Esto permite que la gente pueda realizar marcaciones de asistencia, controlar accesos restringidos, almorzar en los casinos”, indica Daniela Romero, socia de Imprimarte.

El sistema se puede incorporar en tarjetas, brazaletes y también en microchips insertados bajo la piel. Estos últimos se usan en países como Alemania, Australia, Nueva Zelanda y Suecia. En el caso del país báltico, BBC Mundo indica que al menos unas 3.000 personas se han implantado chips RFID.

BIOMÉTRICOS

Factores biométricos (huella dactilar, iris del ojo, patrón de latidos del corazón) han reemplazado en al-

gunos casos al plástico, tarjetas de embarque y pasaportes.

Hay empresas que usan biométricos para registrar movimientos de sus empleados, hoteles para dar acceso a sus suites, estadios para la entrada a sectores específicos y universidades para evitar la falsificación de identificaciones.

En el mundo de los viajes, algunas líneas aéreas están testeando sistemas de reconocimiento facial y de huellas dactilares para reemplazar las tarjetas de embarque. En 2017 Australia fue el primer país en reemplazar el pasaporte por controles biométricos.

BANCA

En distintas partes del mundo están en uso sistemas de pago a través del celular sin necesidad de usar una tarjeta bancaria. También se han desarrollado tecnologías que se incorporan al plástico: con el fin de mejorar los sistemas de seguridad es posible incorporar tecnología biométrica en las mismas tarjetas, como un escáner de huella dactilar.



Compañías del rubro opinan



Mercado → “El mercado de las tarjetas en general lo hemos visto crecer en los últimos cinco años, por lo que creo que sigue siendo un producto muy vigente y lo vemos complementario a estas tecnologías ‘nuevas’”, señala Fernando Valenzuela, gerente comercial de Donnebaum.

“Las nuevas tecnologías que van proliferando en algunos casos son reemplazo de los plásticos, en otros casos conviven o se combinan”, explican Patricio Cerpa, gerente Operaciones & TI, y Carlos Alfredo Undurraga, gerente de la división Tarjetas de Undurraga TI.



Desafíos → Valenzuela explica que hay productos en que tiene sentido que la tarjeta sea reemplazada, pero hay nichos en donde ha ido creciendo. “Lo importante es que nuestros productos contengan tecnología y valor agregado”, señala.

Daniela Romero, socia de Imprimarte, explica que “el principal desafío es lograr un excelente producto final”.

Por su parte, Cerpa y Undurraga indican que los desafíos varían de acuerdo con el rubro y el avance tecnológico.



Tecnología → “Siempre hemos tenido el foco en el cliente y en el mejor uso que se le pueda dar a la tecnología, por lo que en muchos casos recomendamos usar tecnologías biométricas, con teléfonos, o cualquiera distinta a la tarjeta si el proyecto requiere esa funcionalidad”, explica Valenzuela.

“La tecnología RFID es súper compatible con nuestro trabajo, los controles biométricos muchas veces tienen la opción de utilizar tarjeta con chip también”, indican en Imprimarte.

En Undurraga TI trabajan con diferentes alternativas tecnológicas al mercado de fabricación de plásticos y personalización como un complemento y valor agregado: “se combina la parte industrial tradicional, así como soluciones informáticas y electrónicas”, señalan.



Nelson Díaz y Patricio Lizama, profesores del área técnica de la Escuela de la Industria Gráfica fueron seleccionados para estudiar por cuatro meses en la región del País Vasco, en la pasantía “Competencias para la educación técnica profesional”.

Más de 450 profesores de distintas especialidades a nivel nacional postularon a la beca “Técnicos para Chile” del Ministerio de Educación, siendo solo 34 los beneficiados, entre ellos Nelson Díaz y Patricio Lizama, profesores del área técnica de la Escuela de la Industria Gráfica.

Los docentes viajaron a la ciudad española de San Sebastián, donde realizaron la pasantía “Competencias para la educación técnica profesional”, una enfocada en el mejoramiento del proceso de aprendizaje de los estudiantes y donde fortalecieron áreas como competencias digitales, desarrollo de personas y equipos, análisis del sistema educativo y metodologías pedagógicas, evaluación y tutorización, pensamiento creativo y emprendimiento.

“Es fundamental como docente gráfico estar actualizado en los aspectos técnicos y pedagógicos, pensando en las nuevas necesidades del siglo XXI, que requiere a estudiantes capaces de adaptarse rápidamente a cualquier escenario, ser ciudadanos en un mundo cambiante, globalizado y muy tecnológico”, opina Díaz sobre el curso.

Además, cuenta que uno de sus objetivos principales es traspasar lo aprendido en la región del País Vasco a la Escuela de la Industria Gráfica, algo que requiere tiempo y planificación. “Ya hemos implementado en nuestras clases algunas mejoras que nos ha permitido visualizar y evaluar resultados positivamente”, cuenta Díaz. “Es importante para nosotros que el esfuerzo realizado se refleje en nuestros estudiantes y en nuestra labor como pedagogos digitales”.

“Es fundamental como docente gráfico estar actualizado en los aspectos técnicos y pedagógicos, pensando en las nuevas necesidades del siglo XXI”, dice Nelson Díaz.

QUÉ FUE DE...

Paula Rivera, Técnico en Impresión Digital en Colorama S.A:

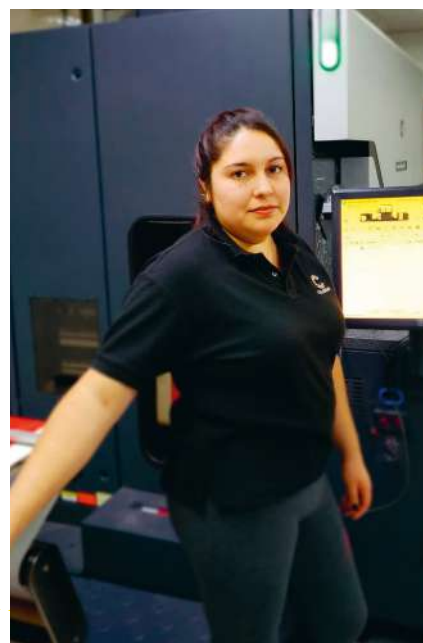
“Me encantaría repetir la experiencia de estudiar en Ingraf”

Paula Rivera es técnico en educación parvularia y comenzó su vida laboral trabajando en el jardín infantil Miró. Sin embargo, con el tiempo se dio cuenta que su vocación era otra: un día, su hermana le mostró un folleto del Centro de Formación Técnica de la Industria Gráfica (Ingraf) y de inmediato le llamó la atención estudiar Impresión Digital, a pesar de no tener conocimientos previos en el área.

Una vez matriculada, los primeros meses fueron los más difíciles: “No entendía nada de lo que hablaban mis compañeros”, comenta Paula, destacando los conocimientos entregados por Ingraf. “Con el paso de los meses ya manejaba los conceptos y podía hablar el mismo idioma que los demás”. Además, en el mismo Centro de Formación Técnica aprendió sobre otras áreas que le ayudaron a complementar su especialidad, como la impresión offset y flexografía.

En 2015, Paula ingresó como estudiante a la empresa de impresión de etiquetas Colorama S.A. “Siempre pensé que me mandarían a hacer otras pegs, como realizar despachos o embalar cajas”, cuenta Paula. Pero no fue así: trabajó de forma inmediata como ayudante en las máquinas de impresión índigo, donde aplicó los conocimientos teóricos y técnicos entregados por Ingraf. Hoy, recién titulada de esa institución, se desempeña como operadora de la máquina.

“Lo que me gusta es que se pueden hacer muchas cosas en la gráfica. Creo que el campo que abarca la industria es muy amplio, ya que pasamos de una etiqueta de vino a una gigantografía en plena autopista, o de un sticker promocional a una caja de luz de alguna tienda comercial”, cuenta Paula sobre lo que más le gusta del rubro.



La actual técnico en impresión digital evalúa su paso por Ingraf como una etapa entretenida y de alto aprendizaje: “Me encantaría repetir la experiencia. No descarto volver a estudiar en Ingraf”, asegura.

“Lo que me gusta es que se pueden hacer muchas cosas en la gráfica. Creo que el campo que abarca la industria es muy amplio” dice Paula Rivera.

INGRAF 2019

Durante junio Ingraf impartirá las siguientes capacitaciones:

Manejo de conflictos en la Industria

10 al 24 de junio.
5 clases
18:30 a 22:30 hrs.
\$170.000

Colorimetría

10 al 27 de junio
6 clases
18:00 a 22:30 hrs.
\$229.500

Illustrator Básico

3 al 21 de junio
9 clases
18:30 a 22:30 hrs.
\$306.000

Control de calidad en los procesos gráficos

11 al 26 de junio
8 clases
18:30 a 22:30 hrs.
\$272.000

Auditor Interno Norma ISO 9001:2015

11 al 20 de junio
4 clases
18:30 a 22:30 hrs.
\$136.000

*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!**

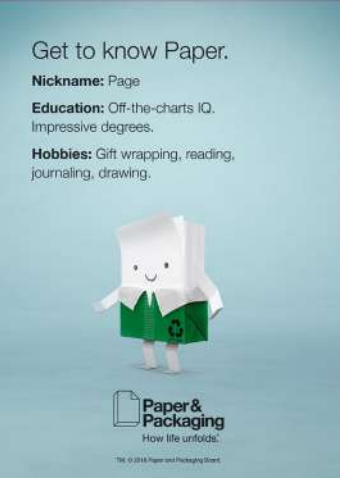
LA PREFERENCIA QUE SIGUE EXISTIENDO POR EL PAPEL ENTRE LOS CONSUMIDORES

Un 80% de los usuarios considera que el papel cumple un rol importante en sus vidas, según informa un reciente estudio de Paper and Packaging Board.

Casey y Page: esos son los nombres de la caja y papel animados que actúan de embajadores en redes sociales, prensa y televisión para la campaña How Life Unfolds del programa Paper and Packaging Board desde 2018, creado con el objetivo de frenar la disminución en el uso de papel y aumentar su demanda en Estados Unidos.

Supervisado por el Departamento de Agricultura del país (USDA), este programa fue establecido en 2014 y financiado por más de 50 fabricantes e importadoras de papel y empaques de papel.

Así, Paper and Packaging Board decidió medir su efectividad a través del informe “2018 Campaign Impact Report” lanzado en octubre, que reveló que la preferencia



Un **80%** de los consumidores afirma que el papel aún tiene un rol importante, y un **74%** considera que guardar información en él sigue siendo valioso.

por el papel y los empaques de este material era muy fuerte entre los encuestados que conocían la campaña de Casey y Page.

“Esperamos que la publicidad esté teniendo efecto”, explicó Joan Sahlgren, directora senior de relaciones públicas de Paper and Packaging Board sobre este resultado. “Pero también sabemos que la tendencia negativa en el uso del papel se ve afectada por la sustitución digital en curso. En empaques, las cajas de papel continúan siendo parte importante del transporte seguro”.

RECUERDOS Y CONCENTRACIÓN

Aunque los usuarios encuestados admitieron pasar más de 12 horas diarias en todo tipo de medios y, de ese tiempo, estar más de la



PAPEL SUSTENTABLE
 Aunque existe una opinión popular contraria, “en EEUU la industria de papel planta más árboles que los que cosecha desde hace años”, explica Sahlgren. “Tenemos más árboles que muchos años atrás y los silvicultores manejan sus bosques y plantan más árboles para todo tipo de beneficios: hábitat de vida silvestre, agua limpia, recreación y, eventualmente, cosecha”.
 Lo afirmado por Sahlgren se condice con la opinión de los encuestados: un 62% cree que los beneficios de los productos y empaques de papel superan los riesgos ambientales, y un 60% considera que son una buena opción porque están hechos en base a árboles.
 Así, el papel sigue viéndose como una opción favorable ante el plástico, con un 58% de adherencia versus un 36% del segundo. Además, las percepciones negativas hacia el papel bajaron, y un 83% de los consumidores considera que reciclarlo vale la pena.

mitad en aparatos digitales –de escritorio y teléfonos–, tienen una alta preferencia por el papel: un 80% afirma que aún tiene un rol importante y un 74% considera que guardar información en él sigue siendo valioso.

Un 76% dice que tomar apuntes a mano les ayuda a retener mejor la información, y un 72% que ver las palabras en una página les ayuda a recordar lo leído. Así, un 77% se concentra más cuando lee un libro impreso.

PUBLI-REPORTAJE

ENVIRO CARE

Un reciclaje personalizado para los residuos de papel

Javier Stâger es gerente general de Enviro Care, empresa familiar fundada en 1993 que se ha transformado en una de las líderes en la fabricación de equipos para el reciclaje de papel, buscando dar soluciones ambientales a través de su expertise: la ventilación industrial.

Enviro Care, empresa especializada en ventilación industrial, fue creada por Teodoro Stâger hace 26 años: “Mi papá venía trabajando con su hermano en otras empresas hasta que se independizó”, relata Javier Stâger, actual gerente general de la compañía. Desde su fundación, buscó dar una solución a distintas problemáticas ambientales –como los movimientos de aire contaminado y su extracción– a través de la ventilación y aspiración industrial. Actualmente, una de sus aristas se dedica al reciclaje de residuos de papel o refiles sobrantes de las imprentas.

Así, Enviro Care colabora con la gran mayoría de las empresas que están asociadas a Asimpres, como Papelera Dimar, Marinetti, Gráficas Quilicura, RR Donnelley, Fyrma, entre otras, alcanzando cerca de 18 proyectos vinculados al sistema de reciclaje de refiles.

EL MUNDO DEL PAPEL

Enviro Care comenzó a involucrarse con el papel hacia el año 2000. En esa época, en conjunto con Quad Graphics –actualmente A Impresores–, nació la preocupación por reciclar los residuos de papel de su imprenta de una forma más eficiente, ya que previo a la implementación de esta nueva tecnología, los refiles eran recolectados y trasladados dentro de la planta de forma manual. Stâger cuenta que Enviro Care centralizó la recolección de refiles, para que tuviesen un solo lugar de retiro.

De esta forma, la empresa entregó a la imprenta una solución amigable con el medio ambiente por medio de un sistema de ventilación y pre-separación de papel y aire, algo que comenzaron a replicar en otras empresas luego de este primer éxito. “Es una solución mucho más eficiente, con casi un 99% de eficiencia en el retiro de papel”, declara Stâger. A su vez, esta retención de desperdicios permite a distintas entidades comercializar estos papeles, entregando una solución que además resulta rentable.



SISTEMAS PERSONALIZADOS

El trabajo es de carácter personalizado y se realiza según los requerimientos de cada empresa, explica Stâger. “No es un sistema que se compre y se instale. No es algo estándar, sino que se arma un sistema ideal para cada imprenta”, explica el gerente general de Enviro Care.

La entidad también ha expandido sus proyectos a otros materiales como la madera y el plástico, que son trabajados bajo el mismo sistema de ventilación que el papel. Han fabricado e instalado equipos de aspiración de aserrín y polvo en plantas madereras y laboratorios farmacéuticos, por dar algunos ejemplos, todo esto en función de la recolección de residuos y el cuidado medioambiental.

LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE RECICLAJE DE REFILES ES DE CARÁCTER PERSONALIZADO Y SE REALIZA SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DE CADA IMPRENTA.

Impresos Socías

Persiguiendo la buena atención, cortos tiempos de respuesta y precios justos

Hace cinco años que Simón Socías, gerente comercial e hijo de Miguel Socías, fundador de la compañía en 1982, se sumó a las filas de la imprenta. Actualmente, la maneja junto a su familia. “¿A qué nos dedicamos? A todo lo que sea papelería”, nos cuenta Socías.

Carpetas, sobres, volantes y todo lo que pueda surgir a raíz del papel o la cartulina. Esos son los productos que hoy en día ofrece Impresos Socías, compañía chilena fundada en 1982 de la mano de los hermanos Miguel y Jorge Socías, conocido jugador de fútbol en la época y quien diez años después dejaría el negocio en manos del primero.

EMPRESA FAMILIAR

Actualmente la empresa es manejada por Miguel, gerente general, su esposa Axa Vera, encargada de recursos humanos y cobranza y sus tres hijos: Simón Socías, gerente comercial, Romina Socías, encargada de producción y Vanessa Socías, encargada de facturación y despacho. Ariztía, Ripley y Disney son algunos de sus clientes, entre otros que consiguen a través del trabajo con agencias.

FORTALEZAS

“Si surge un problema, nos ocupamos y después nos preocupamos”, dice Simón Socías sobre las fortalezas de la empresa, quien llegó a ella en 2014 tras vender su participación en una productora a su socio, insertándose de lleno en el rubro de la gráfica.

Además, agrega que los precios y tiempos de respuesta de Impresos Socías también son destacados por sus clientes: “Si bien no somos los más baratos del mercado, tenemos un precio justo. Hacemos todo lo que sea papelería, y eso nos ha ayudado a mantenernos vivos”, dice.

ÁREA DIGITAL

La arista digital de la empresa nació con la llegada de Simón y la



máquina Xerox 2100, gracias a Cade Group. “En un principio yo me encargaba de todo: era el operario, el diseñador, el vendedor, cortaba el papel si era necesario, tenía que mantener el insumo de papel al día y si aprobaban un trabajo con algún cliente, yo lo mandaba a visto bueno”, cuenta el gerente comercial sobre sus inicios.

Tras la incorporación de más personal y del software Twist Print para ordenar su flujo de trabajo, el área digital pasó a ser una parte integral de la empresa, consolidándose en lo que es hoy: un equipo completo de 27 personas, con cerca de un 35% de personal femenino.

ENTRANDO AL GREMIO

Simón Socías nos cuenta que al unirse a Asimpres buscan tener opinión dentro del gremio y generar un networking colaborativo entre las empresas socias, algo que va de la mano con la búsqueda de una especialización que persiguen como empresa.

“Buscamos hacer unión y número para luchar e ir viendo hacia dónde tenemos que ir en conjunto. No que una imprenta se quede con el secreto del éxito, sino que lo podamos compartir, generar contactos y más”, explica Socías. “Asimpres es quien nos ayuda a comandar y liderar todo eso. Ellos están a la cabeza, pero nosotros somos las voces en todo esto”.

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

Tekkrom innova en la industria gráfica de Chile y Sudamérica gracias a Xerox Iridesse

La prensa digital de Xerox permite aplicaciones en blanco, dorado, plateado y clear toner, además de CMYK. Luis Azócar, gerente general de Tekkrom, empresa pionera en adquirir la tecnología en nuestra región, nos cuenta cómo ha influido esta herramienta en su negocio.

El Xerox Forum 2018 en Varsovia, evento que reunió a todos los Premier Partners de la compañía, fue donde Luis Azócar, gerente general de Tekkrom, presenció el lanzamiento de la Xerox Iridesse: “Fue una sorpresa para todos los gráficos”, dice Azócar sobre esta tecnología de impresión digital, que trasciende la impresión tradicional en CMYK a través de aplicaciones en blanco, dorado, plateado y clear toner o efecto barniz. “Con este equipo, Xerox está logrando una calidad gráfica que, de alguna forma, le gana a la imprenta”.

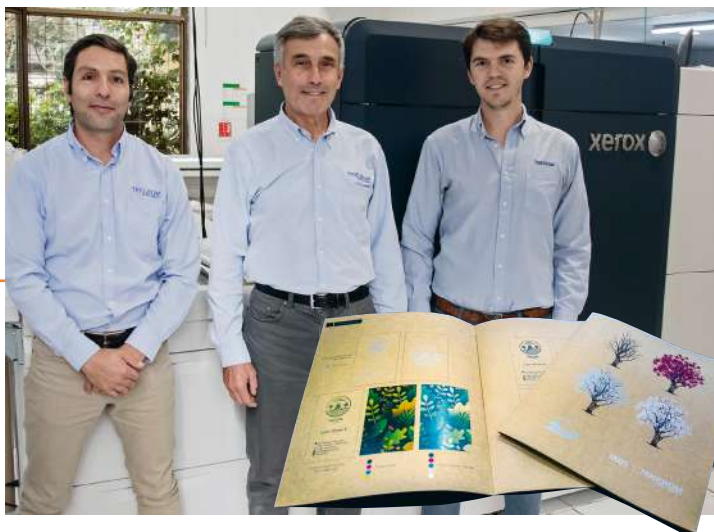
Gracias a Cadegroup, uno de los canales de distribución de Xerox y asesor de Tekkrom, la empresa adquirió la prensa digital en diciembre de 2018, siendo la primera en instalarse en Chile y Sudamérica. En marzo de 2019 realizaron una campaña de difusión de esta nueva tecnología junto a Xerox, a través de

email marketing y marketing directo, la que ya alcanza cerca de un 10% de respuesta.

Además, la demanda para usar Iridesse en lugar de otros equipos y el aumento en su número de copias han reflejado la preferencia de sus clientes por la tecnología de Xerox. “En este minuto estamos entregando una calidad óptima, y la diferencia es notoria. Iridesse es un equipo clave que entró en un momento oportuno”, dice Azócar, agregando que incluso la calidad en CMYK es superior a la tradicional.

AMPLIA GAMA DE CLIENTES

“Con esta campaña de marketing captamos el interés de personas a las que nunca pensamos que íbamos a llegar”, dice Luis Guillermo Azócar hijo, quien trabajó en la difusión. “El cliente se ha dado cuenta de nuestra diferenciación, lo que nos ha permitido posicionarnos



como innovadores y está atrayendo a una masa cada vez mayor”.

Así, a los clientes del mundo de la construcción, arquitectura, arte y papelería corporativa, se sumaron otra más boutique como restaurantes, agencias de diseño y packaging, además de una corredora de propiedades que decidió renovar toda su papelería en base a Iridesse.

MÁS DISEÑO

Iridesse también ha hecho que Tekkrom potencie su área de diseño, rentabilizando su negocio. “Hoy tenemos un beneficio por el lado de la venta de la impresión y, por otro, estamos diseñando para el cliente y estamos rentabilizando esa parte”, explica el gerente general.

Edgar Aguzzi, director comercial de Cadegroup y quien negoció con

Azócar la adquisición, dice que en un escenario de cambios para el mercado chileno “Iridesse viene a marcar un hito al dar un valor agregado al impreso. Lo más destacable de la prensa es su alta calidad y las diferentes oportunidades de sus colores. Y eso es lo que el cliente hoy en día está buscando: impresiones con valor agregado”.

Azócar recalca la satisfacción que ha traído a su negocio la implementación de Iridesse, agradeciendo la gestión de Xerox y Cadegroup en el camino. “Me encanta incorporar tecnología de punta y ojalá ser siempre los pioneros en ello”, dice el gerente general de Tekkrom. “La prensa digital Iridesse marca una tendencia de calidad premium, estableciendo un antes y un después en nuestro servicio que está trayendo excelentes resultados”.