

Impresiones



EDICIÓN N° 134 - JUNIO

AÑO 14, CHILE 2019 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico

| página 3



#drupa2020

365 días para el
principal evento global
de la industria gráfica

| página 4



R&R Impresores:
apuesta por etiquetas
autoadhesivas | página 8



Ureta Matte Impresores:
tecnología de punta,
rapidez y calidad | página 8



LOS SUSTRATOS QUE
ESTÁN REVOLUCIONANDO
EL SECTOR ALIMENTARIO

4 de julio - 17:30 hrs.

ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS ASIMPRES

Escuela de la Industria Gráfica (Florescia 1442, San Miguel)



La nueva vida de la Editorial Nascimento

La Editorial Nascimento es una importante librería chilena que comenzó a funcionar en 1873 y que, posteriormente, fue fundada como editorial por Carlos George-Nascimento en 1917. Fue la primera editorial en publicar algunas obras de los dos Premios Nobeles de Literatura de Latinoamérica, Gabriela Mistral y Pablo Neruda, destacando entre ellas “Veinte poemas de amor y una canción desesperada”.

Sin embargo, hasta hace pocos años, la editorial iba camino a su extinción. Fue en 2015 que Pablo Farba, bisnieto del fundador de la editorial Nascimento, llegó a Santiago y registró la entidad como una Sociedad por Acciones (SpA). Esta acción volvió a darle vida y la llevó a realizar una serie de actividades internacionales en países como Portugal, Inglaterra, Italia y Chile, algo que impulsó un nuevo proyecto editorial con una visión moderna y nuevas plataformas.

Así, Nascimento vuelve en un formato actualizado, con su misión de siempre - publicar relatos en formato tradicional, además de hacer uso de nuevas tecnologías y colaboraciones creativas.



Ricoh designa nuevo gerente de Impresión Comercial e Industrial para Chile

Ámsterdam abre el primer supermercado del mundo con sección libre de plásticos

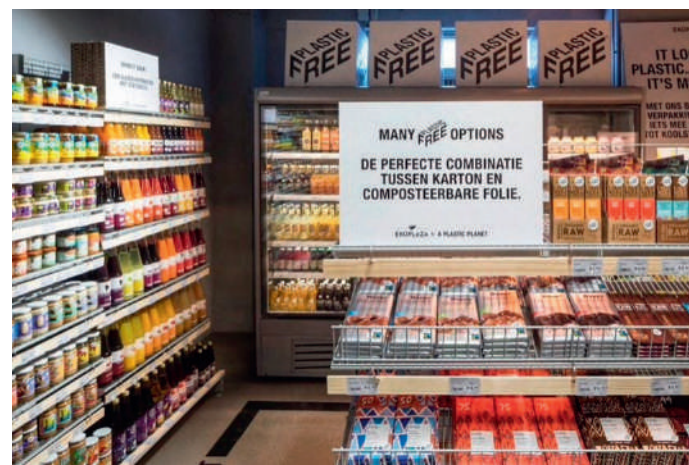
Una sección exclusiva para productos completamente libres de plásticos: esa es la novedad que ofrece Ekoplaza, supermercado holandés ubicado en Ámsterdam, convirtiéndose en el primero del mundo en llevar a cabo esta iniciativa.

Para fines de 2019, la cadena pretende exhibir más de 700 productos sin envoltorios de plástico en pasillos especiales en sus 74 sucursales, incluyendo carnes, fruta, vegetales, arroz, salsas, lácteos, chocolates y cereales.

Así, el sector busca probar nuevos materiales biológicos compostables, así como usar materiales tradiciona-

les, como cartón, vidrio y metal. Los productos dentro del pasillo llevarán la marca de plástico libre, una etiqueta presentada por A Plastic Planet para ayudar a los compradores a identificar fácilmente los productos que están completamente libres de envases de este material.

Países europeos como Dinamarca, Francia, Bélgica, Italia y Portugal ya han adoptado medidas para reducir los desechos plásticos en años recientes, y más de un 85% de los participantes en una encuesta de la Unión Europea manifestaron un fuerte apoyo a las medidas.



Fyrma Gráfica realiza campaña “Cuadernos para crecer”

Como parte de su compromiso de Responsabilidad Social Empresarial, distintas empresas como Antalis, Dipisa y Papeli participaron en la donación de papel para la campaña de cuadernos que Fyrma Gráfica mantiene vigente desde el año 2002, en beneficio de las escuelas municipalizadas, preferentemente aquellas cercanas a su Planta Industrial.

Este año, las comunas de Pudahuel, Cerro Navia, Lo Prado, Quilicura, San Ramón, San Bernardo y Río Claro (VII región) fueron beneficiadas con dicho aporte, que consiste en una colección de cuadernos

fabricados especialmente para los estudiantes, con diseños únicos y materiales de calidad.

“El objetivo de esta campaña es contribuir a la educación y facilitar los estudios. Es una acción concreta que nos permite reafirmar nuestra confianza en la educación como el principal camino para el desarrollo personal y de las familias”, dice Carlos Romero, subgerente general de Fyrma.

Tanto la compañía como sus trabajadores agradecieron el aporte de sus principales proveedores, quienes han sido fundamentales para materializar “Cuadernos para crecer”.

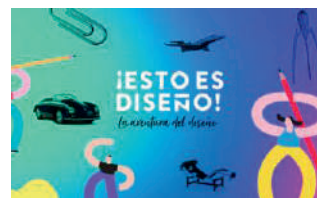
Ricoh Chile designó como nuevo gerente de Impresión Comercial e Industrial (CIP) a Sebastián Carvallo Bove, quien será el encargado de ampliar estas capacidades no solo en el sector de las artes gráficas, sino también en el ámbito corporativo, gracias a una innovadora oferta de portafolio de equipos, servicios y soluciones.

Carvallo es periodista de formación económica y empresarial, con especialización en Dirección Comercial y Ventas en la Universidad Adolfo Ibáñez. Más de una década de experiencia en servicios y tecnologías de información, respaldan su capacidad para liderar a un equipo que busca consolidar su liderazgo en el país este 2019 y destacar en la región.

“Luego de un crecimiento de 50% en 2018, siendo líderes en Cut Sheet Color, sabemos que tenemos una oferta muy potente”, dijo Carvallo. “Nuestro nuevo portafolio de equipos es el más competitivo del mercado, y eso se ha traducido en muchos clientes felices y una demanda importante, clientes que creen y quieren nuestra tecnología”.

Desde 2016, Carvallo ha ocupado diferentes cargos dentro de la subsidiaria de Ricoh Global como gerente de Ventas Canal Indirecto. En 2017 amplió sus responsabilidades como gerente de Ventas Canal Indirecto y Sucursales Regionales, para finalmente llegar a su cargo actual en febrero de 2019.

CANAL 13 LANZA INNOVADOR PROGRAMA DE DISEÑO



“Esto es diseño” es el nombre de la nueva programación dirigida por el diseñador Manuel Figueroa que se está tomando las pantallas de la televisión nacional los días jueves, viernes y sábados –en horarios de 18:00 en adelante–, abordando distintos fenómenos locales desde la perspectiva del diseño.

La tendencia del lettering, el branding, el diseño de la Torre Costanera Center, el cómo se crean las señaléticas que vemos a diario, cómo se realizó el diseño de la Tarjeta Nacional de Estudiantes (TNE) o cómo fomentar el turismo a través de esta disciplina, son solo algunas de las temáticas de sus episodios a la fecha.

Instagram se abre al mundo físico a través de etiquetas escaneables

“Nametags” es el nombre de la función de Instagram que facilita encontrar personas para agregar a nuestra lista. Su funcionamiento general es idéntico al de todos los códigos de redes sociales: los usuarios deben escanear con la cámara del celular, manteniéndola pulsada hasta que en la pantalla aparezca la opción para añadir a la persona en cuestión.

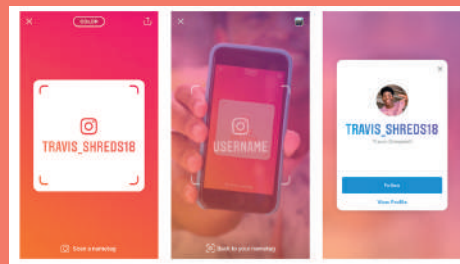
Algunas redes sociales como Facebook, Messenger, Snapchat, LinkedIn, Pinterest y Twitter, ofrecen a los usuarios códigos bidi o QR que dirigen directa-

mente a las páginas de inicio de personas y marcas a los usuarios que las escanean. Sin embargo, la innovación de “Nametags” es su capacidad de personalización. Cada persona puede elegir entre una serie de elementos para presentar su usuario de forma única.

Así, esta herramienta busca revolucionar la forma de presentar un código apostando por su atracción visual, siendo más llamativa incluso que los códigos QR de Snapchat, la red social pionera en incorporar este tipo de códigos en los perfiles de usuario.

IMPRESOS

Estos códigos pueden mostrarse desde los smartphones, pero también se pueden incluir como un elemento más en las tarjetas de presentación o promocionales impresos, evidenciando el vínculo que sigue vigente entre las nuevas tecnologías y la tradición gráfica.



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.
Fotografías: Mauricio Vega.
Impresión: A Impresores.
Tiraje: 5.000 ejemplares.

Miembros de:



ASOCIACIÓN GREMIAL DE INDUSTRIALES GRÁFICOS 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.

LAS TENDENCIAS GLOBALES QUE DIRIGIRÁN LA INDUSTRIA GRÁFICA EN 2019 SEGÚN DRUPA

En la sexta edición de su informe “Global Trends”, la entidad analiza los avances económicos clave y el desarrollo del mercado de la industria internacional.

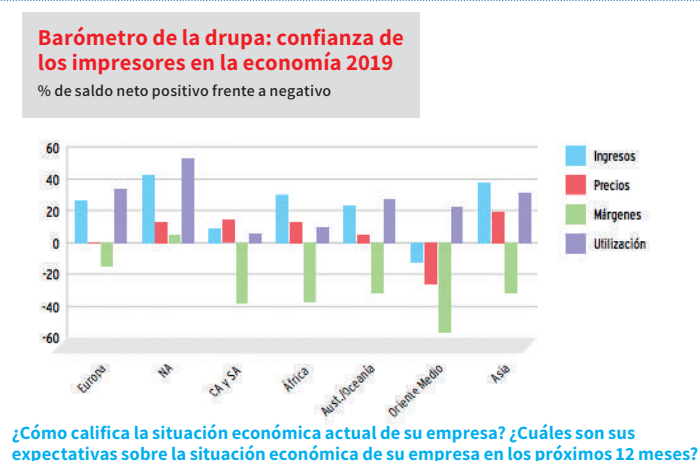
En términos generales, la industria gráfica goza de buena salud. Esa es la principal conclusión de la sexta versión del “Global Trends Report” desarrollado por Drupa, la feria más importante en el sector a nivel mundial. “A escala internacional, la mayoría de los indicadores ha mejorado en los últimos cinco años”, señala el informe.

Más confianza

Según el barómetro de Drupa, la confianza económica de los impresores aumentó un 27% en 2018, lo que significa que un 40% de ellos describió la situación económica de su empresa como buena, y solo un 13% como mala.

Sin embargo, los resultados varían según la región: en Norteamérica, los encuestados se muestran muy optimistas; en Europa y Australia/Oceanía, viven un momento positivo; en Asia, América del Sur/Central y Medio Oriente son más cautelosos, mientras que en África hay dificultades.

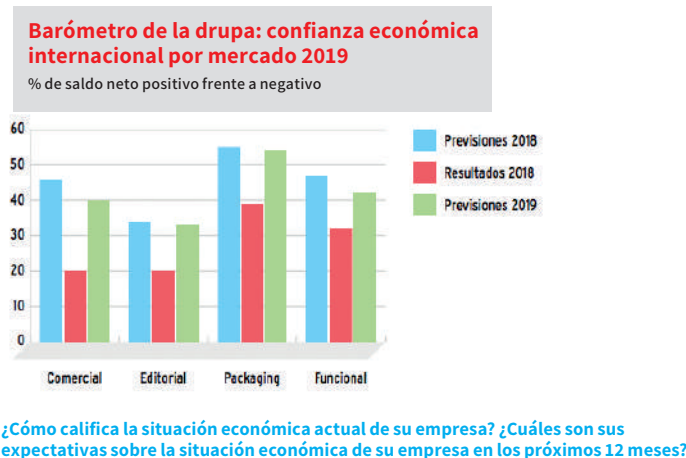
“Sin duda, a algunas regiones les va mejor que a otras, y hay segmentos de mercado más o menos prósperos. No obstante, la industria en general se muestra optimista a pesar de la crisis económica internacional y las repercusiones de la digitalización”, concluye el reporte.



“En 2018, las expectativas de confianza económica entre los impresores fueron mayores que los resultados reales en nuestra región. Así, las proyecciones para 2019 bajaron, aunque siguen siendo positivas en relación a los resultados”.

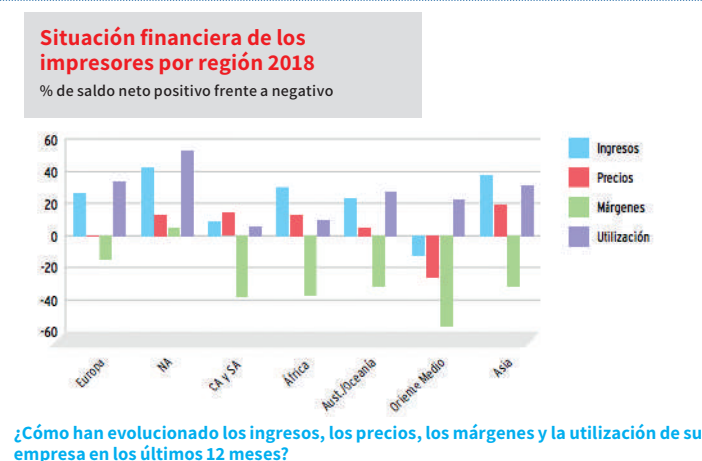
Análisis por segmento

Los sectores del packaging y la impresión funcional son los más sólidos, mientras que la confianza de los impresores comerciales ha bajado tras varios años de consolidación –alcanzando un saldo neto de 20% comparado con el 31% del año pasado–. “Casi todas las previsiones para el próximo año son más precavidas que el pasado, si bien siguen siendo todas positivas”, indica el análisis.



Situación financiera de los impresores

Esta varía considerablemente en función del segmento y la región. En Norteamérica, los resultados del último año son positivos en todas las variables, excepto en los precios de los soportes. En Centro y Sudamérica se vive una situación similar a menor escala, pero con márgenes negativos.



Para la mayoría de impresores y proveedores, sus principales barreras para crecer son la “fuerte competencia”, “falta de demanda” y “falta de habilidades”. Pero, ¿qué pueden hacer para mejorar su situación?

Las respuestas más habituales de los impresores son reducir la plantilla, mejorar la productividad e integrar los sistemas. En el caso de los proveedores, las soluciones más frecuentes son sacar productos nuevos y, después, abrir nuevos canales de venta. Por otro lado, tanto proveedores como impresores coinciden en que la automatización y el intercambio de datos –“industria 4.0”– constituyen la mayor transformación tecnológica a largo plazo.

Metodología

La encuesta fue realizada en octubre de 2018, en la que participaron casi 850 profesionales. Esta contó con 620 impresores y 209 empresas proveedoras, en su mayoría entidades europeas, pero con una buena representación internacional.

Delegación de Conlatingraf visita Chile y se reúne con empresas socias de Asimpres

Nuestros asociados se reunieron con representantes de la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica (Conlatingraf) y Graphics of the Americas Expo & Conference (GOA), feria que anunció su relanzamiento de la mano de una importante asociación gremial norteamericana.

Con un panel compuesto por Héctor Cordero, vicepresidente de la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica (Conlatingraf); Gabe Hernández, presidente de Graphics of the Americas Expo & Conference (GOA) y Marcela Lahosa, presidenta de Asimpres, se dio inicio a la jornada que reunió a algunas de nuestras empresas socias con delegaciones de estas organizaciones internacionales, en el Sport Francés de Vitacura.

En él se discutieron temas como la constante reinención que experimenta Conlatingraf; la tendencia a apostar por la serigrafía en el gran formato; la importancia de enarbo-

lar la bandera de la sustentabilidad en la industria y la relevancia que están tomando las nuevas generaciones en el rubro.

Durante el encuentro, GOA –principal feria para la industria de las comunicaciones gráficas en América y el Caribe– anunció su relanzamiento tras aliarse con la Specialty Graphic Imaging Association (SGIA), entidad que apoya a la comunidad gráfica de Estados Unidos y Canadá. Así, el futuro del offset, la realidad de la impresión digital, la personalización y la automatización serán los protagonistas del evento en Miami, que se realizará entre el 27 y el 29 de febrero de 2020.

Bajo un mismo techo

De acuerdo con Rich Thompson, Chair of Chairmen’s Advisory Council de SGIA, la principal ventaja de esta alianza será la posibilidad de reunir a diversas industrias y tipos de tecnología en un mismo lugar, algo que ya hacen en Estados Unidos con la feria Printing United.

“La idea es que la gente no tenga que ir a otra feria distinta, y queremos hacer lo mismo con GOA en Miami para la comunidad latina”, dijo a Asimpres. “Lo que está pasando allá y también en América Latina es la convergencia: un cambio de paradigma”.



Rodrigo León, Rich Thompson, Marcela Lahosa, Héctor Cordero y Gabe Hernández

Hernández coincidió: “Estamos muy contentos, porque SGIA tiene todos los proveedores más grandes de la industria, y ahora pueden traerlos a GOA”.

La industria chilena

Según el presidente de GOA, la industria local es rica en juventud y energía, algo clave para su futuro. “Chile tiene un mejor entendimiento de la tecnología que otros países, hay mucho potencial. Están haciendo conexiones entre la tecnología, los programas, las

apps y la producción: las cosas nuevas con las viejas”, dijo Hernández.

“La industria gráfica chilena es una de las más modernas a nivel latinoamericano”, añadió Cordero sobre el mismo tema. “Han invertido mucho en transformación para poder atender el mercado local. Hay tendencias como la personalización, la atención al cliente y añadir valor agregado a los productos que ofrecen las imprentas, y ese es el camino que va a hacer el éxito”.

Packaging

NUEVOS SUSTRATOS QUE REVOLUCIONAN EL MERCADO ALIMENTARIO



De cartón, papel bioactivo y otros materiales alternativos, distintos empaques están cambiando la forma de presentar alimentos como frutas, verduras y legumbres.

Aualmente, Chile exporta 2,6 millones de toneladas de fruta fresca, con retornos que superan los US\$4 mil millones. De ese total, entre un 3 y un 5% no alcanza a llegar a destinos como Estados Unidos, Europa o China, ya que se descompone en el viaje.

Pero el “papel bioactivo algal”, un material biodegradable desarrollado por investigadores del Laboratorio Gibmar de la U. de Concepción –en alianza con la fábrica de papel BO Paper Bio Bio, con el apoyo de Corfo–, podría cambiar esa realidad, presentándose como un nuevo tipo de packaging para la industria alimentaria.

Biodegradable

Fabricado 100% con ingredientes obtenidos de pino radiata y algas marinas, este papel tiene propiedades antioxidantes, antibacterianas y antimicóticas que permiten prolongar la duración de los alimentos, especialmente fruta fresca.

“Permite reducir hasta en un 60% las pérdidas de fruta por oxidación y descomposición que se producen durante el proceso de almacenaje y transporte”, explicó Cristián Agurto, director del Laboratorio Gibmar, a PackagingChile.

Cartón

Otra innovación de esta clase es la de Cidacos, marca española de alimentación que busca ofrecer a sus consumidores una alternativa con menor impacto ambiental. Ahora, sus tradicionales legumbres –lentejas, garbanzos y porotos– vendrán en un packaging de cartón Tetra Recart.



Esta nueva tecnología de Tetra Pak permite envasar alimentos sólidos en cartón, reduciendo los costes en toda la cadena de valor y con menos emisiones de CO2 a lo largo de su ciclo de vida. “Al estar fabricados principalmente de papel, un recurso natural y renovable, ayudan a reducir la huella de carbono en todo su ciclo de vida, y tiene un mínimo impacto medioambiental”, explicó Artur Dannenberg, responsable de Tetra Recart en España, a Infopack.

Además, distintas empresas nacionales como TAC CARTIM crean cajas de cartón especiales para la venta de frutas y verduras.

Beneficios

Pero además de los proyectos de empresas puntuales, la tendencia a envasar alimentos en empaques de cartón o materiales alternativos –y el desarrollo de estos últimos– ha crecido con el tiempo.

Y es que tiene una serie de beneficios: mejorar la vida útil de algunos alimentos, hacer el packaging más atractivo –por ejemplo, con texturas relacionadas con el producto envasado o su percepción–, mejorar su sostenibilidad –con envases biodegradables– y más.



Con el objetivo de prevenir la generación de residuos, fomentando la reutilización, el reciclaje y la economía circular a través de la responsabilidad extendida del productor, este lunes 10 de junio el Ministerio del Medio Ambiente publicó en el Diario Oficial el anteproyecto de Decreto Supremo que establece objetivos de recolección, valorización y obligaciones asociadas al producto prioritario “envases y embalajes”.

Éstos son entendidos como aquellos productos hechos de cualquier material –y naturaleza– que sean usados para contener, proteger, manipular, facilitar la entrega, almacenar, conservar, transportar o mejorar la presentación de las mercancías.

EL RESPONSABLE

Se establece que el productor responsable es aquella persona que enajena una mercancía envasada o embalada por primera vez en el mercado nacional; que

enajena bajo marca propia una mercancía envasada o embalada adquirida de un tercero que no es el primer distribuidor; o que importa una mercancía envasada o embalada para el propio uso profesional.

Así, la Ley REP aplicará a quienes inserten en el mercado nacional bienes de consumo envasados o embalados compuestos por, al menos, uno de los siguientes materiales: cartón para líquidos, metal, papel y cartón, plástico y vidrio.

CONSULTA CIUDADANA

Como parte del proceso de elaboración de este Decreto Supremo, el Ministerio del Medio Ambiente abrió la etapa de consulta ciudadana del anteproyecto de envases y embalajes. Esta pretende recoger dudas y consultas sobre este tema, además de recibir antecedentes técnicos, económicos y sociales que puedan ser relevantes para la regulación propuesta, y estará abierta hasta el próximo 23 de julio.

La nueva vida de Condorito

Sebastián Ugarte, gerente de World Editors Chile, nos habló sobre el futuro de la tira cómica Condorito tras el cierre de la editorial Televisa.

Desde su primera aparición en 1949, el dibujo creado por René Ríos, más conocido como Pepo, fue creciendo en popularidad hasta llegar al estrellato latinoamericano. En la década de los 70, el autor vendió la mayor parte de los derechos sobre el personaje a World Editors Chile S.A, guardándose para sí solamente aquellos sobre la revista de papel en Chile. Así, Word Editors tiene todos los derechos de merchandising, la parte digital y audiovisual sobre el personaje, gracias a lo cual, en parte, llegó al cine en 2017.

“Creemos que la revista Condorito en papel no va a llegar a su fin. Ya hay varias editoriales interesadas en seguir publicándola, por lo que pronto habrá novedades al respecto”, nos cuenta Sebastián Ugarte, gerente de World



Editors Chile, añadiendo que el personaje de alguna forma sigue vivo en el papel ya que la empresa maneja, entre otras cosas, el negocio de la venta de tiras cómicas para diarios, el cual sigue plenamente vigente tanto en Chile como en el extranjero. “Son más de 100 periódicos en todo el mundo que publican Condorito regularmente”.

La importancia del papel

Según cuenta Ugarte, el papel ha sido el soporte fundamental de la caricatura hasta la fecha. “Condorito nació en papel hasta transformarse en la revista más vendida de Latinoamérica, pero los tiempos han cambiado, y es necesario que el personaje se renueve para continuar siendo un referente de entretenimiento en la región”, dice.

Hace algunos años, World Editors viene desarrollando un plan para trasladar el dibujo fuera del papel, apostando por distintos proyectos: un canal de Youtube, una serie de animación infantil, shows en vivo y aplicaciones digitales donde se publicará una revista inédita de chistes de la tira cómica.

Sin embargo, Ugarte enfatiza: “Condorito en papel nunca va a desaparecer completamente, ya que todavía hay muchos nostálgicos que siguen estando interesados en esos contenidos”.



Durante la Asamblea, los asistentes podrán proponer a sus candidatos para los reconocimientos de Líder Gráfico del Año, Mejores Empresas Proveedoras y Profesional de Excelencia.

MIRANDO HACIA EL FUTURO

En su exposición, el consultor hablará sobre el cuestionamiento que existe sobre el futuro de la impresión y el contexto actual de la industria; los números globales y su proyección; la ruta del rubro para los próximos años –algo que relaciona con la digitalización, sostenibilidad, personalización, conversión y más–, entre otros temas.

Según adelanta Costa, los números totales de la industria gráfica mundial siguen creciendo "con una proyección de alrededor US\$860 MM anuales para 2024", aunque los volúmenes totales presenten alguna caída, especialmente en impresos comerciales y editoriales. Además dice que, paradójicamente, han incrementado los tiros cortos, la impresión digital y productos con valor agregado que tienen un precio unitario más alto.

"Por eso, una de las salidas para la industria es crecer en la oferta de servicios a los clientes, más allá de la impresión", explica el consultor gráfico.

Asimpres se prepara para su Asamblea General de Socios 2019

La Asociación congregará a sus asociados el próximo 4 de julio para dar cuenta del balance de su gestión 2018–2019, instancia en la que escogerán a sus nuevos directores y que contará con la presencia de Hamilton Costa, consultor gráfico internacional.

La Escuela de la Industria Gráfica albergará a los distintos asociados de Asimpres el próximo 4 de julio a las 17:30 horas en su Asamblea Anual, donde se expondrá la gestión de la Asociación entre 2018 y 2019 y se elegirán sus nuevos directores para el próximo período.

El encuentro además contará con la presencia de Hamilton Costa, consultor gráfico internacional en AN Consulting y académico que viene

con el apoyo de la feria Print 19 de Chicago, quien dictará la charla "La gráfica: Una industria en transformación", basada en su último libro, que lleva el mismo nombre.

"En la Asamblea estaremos hablando con muchos de los impresores más importantes de Chile, es una muy buena oportunidad para presentar y discutir con ellos los caminos de la industria", dijo Costa a Asimpres.

¿Recuerda la época en la que ofrecer valor a un cliente significaba entregar pruebas en persona a las 3:00 am?
¿No le parece que era genial?

Las empresas que obtienen buenos resultados en nuestra industria son las que proponen productos innovadores diseñados para satisfacer las necesidades de nuestros clientes en el mundo digital acelerado de hoy en día. Estas empresas no están mirando hacia atrás, ni hacia la manera como se hacían las cosas en el pasado. Ellas ven hacia adelante, y hacia la manera en la que se deben hacer las cosas ahora. Y están prosperando. En PRINT® 19 usted conocerá a las mentes creativas detrás de algunas de estas interesantes empresas, y aprenderá de conferencistas como Nicholas Thompson, Editor en Jefe de la revista Wired, abordando el futuro del negocio. La discusión será franca, honesta, y hasta quizás incómoda, pero también podría ser exactamente lo que usted necesita oír para poder sobrevivir. Nos vemos allá.

Association for
PRINT
Technologies

PRINT 19

Inscríbese ahora en: PRINTevent.com

La Escuela despidió a una nueva generación de técnicos gráficos



A fines del mes pasado, los estudiantes de la Escuela de la Industria Gráfica recibieron sus títulos de técnicos de nivel medio, correspondiente a la especialidad gráfica.

A través de los valores de la responsabilidad, confianza y respeto mutuo, la Escuela de la Industria Gráfica tiene la misión de formar técnicos gráficos de nivel medio, algo que un grupo de 141 estudiantes logró el pasado 31 de mayo, durante la ceremonia de Titulación de la casa de estudios.

“Con orgullo podemos decir que hoy han obtenido su título, el primero de muchos logros en sus vidas”, dijo José Luis Rodríguez, director de la Escuela, durante la ceremonia en la que se entregaron los diplomas a cada uno de los alumnos egresados.

La importancia de comunicarse

Durante su discurso, Rodríguez destacó la importancia de las habilidades comunicativas a la hora de ejercer en el mundo laboral. “Traten de alcanzar una suficiente madurez emocional que les permita ser conscientes de su propia personalidad, estilo de trabajo y forma de comunicación”, dijo el director. “Al mejorar su capacidad de comunicarse, valorando el escuchar atentamente, alcanzarán un mayor nivel de empatía, autorregulación y autoconsciencia que les permitirá trabajar más fácilmente con los demás”.

El director enfatizó en que la habilidad de escuchar también es una parte activa de la comunicación, además de ser un factor cada día más valorado por las empresas en los procesos de selección de personal. “A veces eso prima por sobre los conocimientos técnicos”, finalizó Rodríguez.

Jornada musical

Además de acompañar todo el encuentro con sus melodías en órgano, el profesor Wladimir Farías deleitó a los invitados con la interpretación de La Marcha Turca, de Mozart.

QUÉ FUE DE...

Juan Francisco Hidalgo,
operador de máquinas Indigo en FastSigns/Dimacofi: :

“EL ÚNICO CENTRO QUE ESTÁ PROPORCIONANDO ESPECIALIZACIÓN EN EL SECTOR GRÁFICO ES INGRAF”

Desde sus inicios en la Escuela de Artes Gráficas, de donde obtuvo su título de Técnico en Impresión Tipográfica en 1996, Juan Francisco Hidalgo estuvo ligado al sector gráfico. Más tarde hizo su práctica en la empresa flexográfica Publiflex, donde trabajó cerca de un año hasta llegar a Rhein Chile, como ayudante en prensas planas.

De allí en adelante, la gráfica siguió orientando su camino: entre 2002 y 2007 estudió Diseño Gráfico en Inacap, al tiempo que pasó por las empresas Eynaudi Impresores, Imprenta Alfredo Molina Flores en el área de seguridad, diseño y pre prensa.

“Me gustaba mucho la manualidad y el lado artístico que tiene la impresión tipográfica como tal, eso me motivó a seguir esa área en la Escuela”, cuenta Hidalgo, operador de máquinas Indigo en FastSigns/Dimacofi, desde 2011. “Siempre me interesó el tema de la gráfica, por esa razón también estudié Diseño Gráfico”.

Inicios en Ingraf

Ya en 2014, Juan Francisco sintió la inquietud de profundizar sus conocimientos en la industria, razón por la cual ingresó al CFT Ingraf a estudiar un diplomado en Impresión Digital.

“Quise concretar la experiencia de años de trabajo, más lo que había aprendido en el área de diseño”, cuenta el operario. “Lo ideal es tener experiencias de otros lugares, y qué mejor para eso que el contacto con los profesores, que están constantemente tomando y enriqueciendo su conocimiento con los mismos alumnos”.

Gestión y calidad

Según cuenta Hidalgo, su facilidad para desenvolverse en las áreas de diseño e impresión lo llevaron a indagar en el ámbito administrativo, a través de la carrera de Gestión en Ingraf. Actualmente, se está especializando en ella a través de un diplomado en Gestión de Calidad.

“Quiero agradecer al cuerpo docente tanto de la Escuela como de Ingraf. De alguna forma, los conocimientos entregados, uno los va desplegando día a día en la industria”.



INGRAF 2019

Durante julio INGRAF impartirá su diplomado en Impresión Digital:

Módulo 1:

Preparación de archivos para la impresión digital (32 horas).

Módulo 2:

Impresión con dispositivos digitales (32 horas).

Módulo 3:

Gestión de color en la impresión digital (32 horas).

Módulo 4:

Coaching y liderazgo en la empresa (12 horas).

Código sence: 1237983484

Duración: 29 de julio al 10 de octubre
108 horas

Lunes, miércoles y jueves 18:00 a 22:00 hrs.
\$540.000

Inscripciones hasta el 19 de julio 2019.

• Cupo máximo 15 personas.

• El Programa se reserva el derecho de suspender la realización del diplomado si no cuenta con el mínimo de alumnos requeridos.



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!**



Huella de Carbono: La importancia de su medición y gestión en la industria gráfica

Qué es

De acuerdo con el Ministerio del Medio Ambiente, el concepto "huella de carbono" nace como una medida para cuantificar y generar un indicador del impacto que una actividad o proceso tiene sobre el cambio climático.

Ésta se define como el conjunto de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) producidas, directa o indirectamente, por personas, organizaciones, productos, eventos o regiones geográficas, en términos de CO2 equivalentes.

Así, presenta una herramienta útil para avanzar en el conocimiento y gestión de nuestras emisiones, además de optimizar recursos.

Medición y gestión

Existen diversos protocolos y metodologías para medirla según el enfoque deseado, que puede ser corporativo, de ciclo de vida de un producto o servicio, personal, de algún evento puntual, territorial o específico por industria.

Parte de la gestión de la huella de carbono son los planes de

mitigación, para evitar o disminuir las emisiones de GEI a la atmósfera: proyectos de eficiencia energética, cambio de hábitos, reducción en consumo de combustibles e insumos, mejoras en la logística y gestión de los residuos son algunas de las medidas de compensación.



SE REALIZA ÚLTIMO TALLER APL N°2

Actualmente, Chile representa el 0,02% de las emisiones de GEI a nivel mundial. Sin embargo, la situación crítica de calentamiento global requiere de esfuerzo y colaboración mundiales para mitigar esta problemática.

Así se lo ha propuesto Huella Chile, una iniciativa del Ministerio del Medio Ambiente que busca promover la medición, el reporte y la correcta gestión de los GEI en las organizaciones públicas y privadas del país.

Su encargado, Pablo Zúñiga, lideró el último taller de APL N°2 organizado por Asimpres, que contó con más de 35 participantes de la industria, quienes aprendieron a medir las emisiones de GEI de sus respectivas empresas.

APL 2

SARA CONTRERAS
Consultora
medioambiental
de C y V
Medioambiente



La huella del sector gráfico

Uno de los temas y metas más relevantes que están abordando las empresas del segundo Acuerdo de Producción Limpia (APL) de la Industria Gráfica es el cuantificar la huella de carbono de sus procesos. De este modo, miden el impacto de su actividad sobre el cambio climático bajo la unidad común de medición kg de dióxido de carbono equivalente (CO2 eq.).

Para su cuantificación existen una serie de metodologías específicas, dentro de las cuales HuellaChile, desarrollada por el Ministerio del Medio Ambiente, es la que está siendo utilizada por las empresas del sector gráfico adscritas al APL.

La huella de carbono, por tanto, es una herramienta de gestión que sirve para detectar acciones que normalmente generan emisiones y medirlas en función de la cantidad de CO2 que generan, permitiendo evaluar oportunidades para reducirlas, basadas, por ejemplo, en la optimización de procesos y un uso más eficiente de materiales y recursos.

De allí la relevancia de cuantificarla dentro del sector de la industria gráfica, pues su objetivo es establecer cómo las mejoras que se han comenzado a incorporar dentro de las empresas, a través del APL, contribuyen positivamente a reducir la generación de gases efecto invernadero (GEI).

REDUCIENDO LAS EMISIONES GEI

Las empresas dentro del APL están incorporando mejoras en sus procesos que permiten reducir consumos de energía y combustibles, así como potenciar la minimización y valorización de los residuos generados, reduciendo su eliminación en rellenos sanitarios. Todo ello, además de reducir costos operacionales, tiene un efecto directo en reducir sus emisiones GEI.

El año 2012, la ONU validó a los APL como la primera Acción de Mitigación Nacionalmente Apropriada (NAMA, por su sigla en inglés) a nivel internacional, y por ello, a partir del año 2016, se reportan las reducciones de emisiones logradas por distintos sectores a través de los APL como un aporte a la reducción de GEI a nivel país.

Así, la cuantificación de huella se transforma en una importante herramienta que está permitiendo a las empresas evaluar su desempeño en forma individual, pero también a nivel sectorial, identificando y dando a conocer su aporte para reducir los efectos en el cambio climático.

“Las empresas dentro del APL están incorporando mejoras en sus procesos que permiten reducir consumos de energía y combustibles”

4 DATOS CLAVE SOBRE LA INDUSTRIA DEL PAPEL

Leyendo un libro, un periódico o recibiendo un paquete embalado: todos los días estamos en contacto con el papel, un material que cumple ya casi dos mil años desde su invención. Pero, ¿qué tanto conocemos sobre su producción? A continuación, te presentamos cuatro datos clave sobre la industria:



1. EL ROL DE LOS BOSQUES

El uso sostenible de los bosques es crucial para que la industria papelera se pueda beneficiar de este recurso renovable. Además, la producción de papel cumple un rol relativamente pequeño en la deforestación: mientras que la generación de energía utiliza la mitad de la cosecha mundial de madera y el 28% se utiliza para trabajos de construcción, solo un 13% se destina a la producción de este material.

Según el Informe de Sostenibilidad 2011 del CEPI, el 92,2% de los bosques gestionados por la industria papelera están certificados según las normas internacionales. Esto asegura que la madera procesada sea principalmente de bosques sostenibles.



2. RECICLAJE Y NUEVAS FIBRAS

Las fibras de celulosa se pueden procesar de cuatro a ocho veces, y cuando ya no se pueden usar, se convierten en energía renovable o verde. Así, el reciclaje no es adecuado para todo tipo de papel, ya que a veces sólo se pueden obtener las características deseadas con fibras frescas, como se puede ver en el papel gráfico. Por otra parte, aproximadamente el 19% del papel no se puede seguir reciclando.



3. EL PAPEL DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Actualmente, se generan cerca de 10 millones de toneladas de residuos electrónicos anuales en la Unión Europea, y tan solo el 2% se recicla. Además, un total de 4.239

hogares podrían abastecerse con la energía que se consume en un mes haciendo búsquedas en Google.

En comparación con la demanda anual media de electricidad de los países de la UE, los servicios Cloud ya ocupan el sexto lugar en todo el mundo, con un aumento estimado del 63% para 2020. En cambio, aunque el gasto energético que implica la producción de papel sea grande, la industria europea consigue reciclar cerca del 70% del papel producido.



4. USO DE RESIDUOS

La industria del papel aprovecha los residuos del proceso de fabricación de celulosa para generar energía de la biomasa —energía que, a su vez, se reutiliza en los procesos de producción y cuyos excedentes se redistribuyen a menudo en las zonas adyacentes que lo requieran—.



La empresa nació hace más de 30 años de la mano de Alfonso Ureta, cuando tenía apenas 22 años. Actualmente la maneja junto a su esposa, hijo y personal administrativo, destacando por su tecnología de punta y servicio personalizado.

En marzo de 1982, Alfonso Ureta Matte comenzó a forjar los cimientos de su imprenta. Partió solo a los 22 años, con una máquina offset, un prensista y una guillotina pequeña. Con el paso de los años

logró arrendar el espacio donde actualmente se encuentra su planta, en la calle San Isidro, donde desarrollan la impresión de folletos, afiches, envases, gigantografías, pendones, rollers y mucho más.

“Hemos ido expandiéndonos y agrandando el lugar en el transcurso del tiempo”, cuenta Ureta, añadiendo que en 2008 se integraron al mundo digital con maquinaria de HP. “Hoy contamos con tecnología de punta y todas las máquinas que tenemos son relativamente nuevas”.

EMPRESA FAMILIAR

Actualmente, Ureta trabaja junto a su esposa y uno de sus hijos en el negocio: Alejandra Munizaga y Diego Ureta, quienes le ayudan con

la cobranza, pagos y logística del taller respectivamente.

Sumando al personal administrativo y a los operadores de las máquinas, la compañía alcanza las 43 personas en la actualidad.

CALIDAD PERSONALIZADA

La rapidez en los tiempos de respuesta, el cumplimiento y la calidad de los productos de Ureta Matte Impresores han sido cualidades destacadas por sus clientes, algunos de los cuales llevan desde sus inicios, según cuenta el fundador.

“Los atiendo directamente, hay un trato personalizado para cada cliente”, destaca Ureta. **“Respondemos muy rápido, y como tenemos turnos, podemos dar un buen servicio en todo momento”.**

TECNOLOGÍA DE PUNTA

Ureta Matte Impresores se caracteriza por su alto número de máquinas, lo que permite ofrecer a sus clientes una amplia gama de servicios. “Hemos tenido un crecimiento grande en los últimos años, lo que nos ha permitido renovar maquinaria y cubrir distintos ámbitos, tanto en la parte digital como la offset”, explica Ureta.

Además, cuenta que hace poco adquirieron una Cama Plana y un router. “Lo hicimos para poder abarcar un mercado que no teníamos y crear una parte nueva”, explica Alfonso sobre sus proyectos de 2019. “Este año, eso es lo que me interesa”.



Después de 30 años de éxito en el rubro ofreciendo servicios de formulario continuo, impresión comercial y Packaging con tecnología de vanguardia, R&R ha entrado en el mundo de las etiquetas autoadhesivas, su gran proyecto para 2019.

Boletas, facturas y documentos tributarios fueron los primeros productos que salieron al mercado desde R&R Impresores hacia 1989, cuando Enrique Ramos fundó la empresa. El rápido éxito la llevó a sumar servicios de Impresión Comercial, llegando a producir cerca de 50 revistas mensuales, además de brochures y catálogos, entre otros.

Sin embargo, no fue hasta 2014 que la compañía se consagró en el rubro, según relata Ignacio Ramos, hijo del fundador y gerente comercial de R&R. **“El gran salto fue cuando ingresamos al mundo del packaging, que hoy día es nuestro principal negocio por lejos”,** cuenta el ingeniero comercial titulado en 2013. “Fue un acierto rotundo”.

PACKAGING

La apertura a este nuevo mercado los llevó a reestructurarse en cuanto a personal –que hoy alcanza entre 80 y 100 personas dependiendo de la estación– y migrar de lugar, de San Miguel a Quilicura, con una moderna planta de 6.000 m2.

Actualmente, sus clientes en packaging van desde el sector farmacéutico e industrial hasta el cosmético y vinícola, estos últimos con alto valor agregado en terminaciones de todo tipo.

ETIQUETAS AUTOADHESIVAS

Siguiendo con el ánimo de innovar y diversificarse, R&R decidió invertir en etiquetas autoadhesivas en 2018. **“Hicimos un extenso estudio de qué tecnología comprar y a qué nicho nos íbamos a dedicar, y se decidió invertir en tecnología 100% digital.** Esta fue nuestra principal aliada para poder cumplir con los demandantes tiempos de entrega y personalización que exigen los clientes finales”, dice Ramos.

En abril de 2019 comenzó la marcha blanca. En mayo ya estaba haciendo sus primeras producciones. “La fábrica de etiquetas es totalmente nueva y es algo que nos tiene muy contentos y ocupados”, dice. “Para nosotros es un gran desafío, dada la gran calidad de imprentas que están hoy en día en el mercado. Sentimos un profundo respeto y admiración por nuestra competencia”.

ENTREGANDO SOLUCIONES DIARIAS

Según Ramos, aunque R&R se encuentre aún en un proceso de aprendizaje en comparación a su competencia, el gran valor agregado que aporta tiene que ver con su tecnología de vanguardia y su equipo humano, tanto en las áreas comerciales como de producción.

“Nos gusta definirnos como una empresa que entrega soluciones a sus clientes, y en ese sentido, confiamos en la gran experiencia que tiene nuestro equipo”, dice Ramos. **“Tratamos de diferenciarlos en ese sentido”.**

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