

Impresiones



EDICIÓN N° 138 | NOVIEMBRE - AÑO 14, CHILE 2019 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico

SONDEO INDUSTRIA GRÁFICA Y PACKAGING:

EMPRESAS COINCIDEN EN LA NECESIDAD DE TOMAR MEDIDAS PARA IMPULSAR EL SECTOR ANTE CRISIS SOCIAL



| página 4



Asimpres participó en ENEDI 2019 con ponencia sobre diseño sustentable e industria gráfica | página 3

Columna
Juan Carlos González:
El desafío de la contingencia nacional
| página 4



Dipisa
presenta
su última
innovación
en packaging
digital en
cartón
corrugado
| página 5

PRINT
STGO2020
TODO SE IMPRIME

6ª FERIA INTERNACIONAL
DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
Y DEL PACKAGING

OCTUBRE
6,7Y82020

Industria de la impresión se reunió en el *Power of Print* de Londres

El pasado 5 de noviembre se realizó en Londres la novena versión del *Power of Print*, seminario que reunió a los líderes de las industrias de impresión, papel, publicación, empaque y medios de comunicación en UK. En esta versión, el debate y la conversación estuvieron concentrados en los desafíos, innovaciones y oportunidades para la impresión y el papel en el mundo multimedia actual.

Carl Kirby y Lauren Sutton del área de marketing de los supermercados Waitrose, expusieron sobre el poder disruptivo del mensaje impreso en un mundo cada vez más saturado por el uso de las pantallas. Por su parte, Ryan Battles y Zoe Francis-Cox de la agencia de marketing Archant Dialogue, compartieron su experiencia trabajando con Harley Davidson y cómo la impresión se ha mantenido como la plataforma de marketing más valorada. Por último, Rachel Aldighieri directora de la agencia Data & Marketing Association, analizó cómo las marcas pueden usar la creatividad y la táctica que la impresión ofrece para atraer mejor a clientes.



FOTO: FACEBOOK UNIVERSIDAD DO PAPEL CHILE

PAPER DAY CHILE: ARTE EN PAPEL AL ALCANCE DE TODOS

Más de 80 artistas del papel se congregaron para celebrar la primera versión del Paper Day en Chile el pasado 12 de octubre. El espacio reunió a artistas, empresas, tendencias, productos, herramientas y proyectos innovadores que utilizan el papel como materia prima. En la actividad cada expositor pudo dar a conocer y comercializar sus trabajos de las más variadas áreas y tipos: artes visuales, editoriales, entidades educativas, encuadernación artística, joyería en papel, fotografía, grabado, acuarela, diseño gráfico e ilustración.

El evento se realizó en el Espacio IF Blanco de Recoleta y fue organizado por la Fábrica de Medios y la Universidad del Papel Chile, iniciativa que promueve el uso del papel para la creación artística. Universidade do Papel, su versión original, fue fundada en Brasil por el arquitecto y diseñador chileno Enrique Rodríguez, cuya inspiración es la idea de que el papel es un material democrático y noble que permite llevar el arte a todas las personas.

Canon lanzó nueva serie de prensas digitales

En el marco de su Convención Anual de Distribuidores 2019 en Santiago, la empresa Canon presentó nuevas soluciones innovadoras para el mercado de office y producción, entre ellas, la nueva serie de prensas digitales Canon ImagePress C910. Además, en la instancia se presentó la nueva dirección de negocios de la empresa.

El encuentro tuvo una duración de 3 días y estuvo dirigido principalmente a distribuidores autorizados con el fin de potenciar el

negocio y estandarizar información de la industria. Los asistentes pudieron visitar la imprenta GSR para observar en vivo el trabajo que se realiza a diario.

Durante el último día se llevó a cabo la premiación en Viña Indómita, donde se entregó un reconocimiento a sus distribuidores más destacados, entre ellos Herrera y compañía por su desarrollo integral, Match Point, por mayores ventas durante el 2018 y PC Inbox por mayor crecimiento durante el 2018.



Los mejores diseños de packaging del mundo se reunieron en España



Con más de 11 mil visitantes se realizó el Packaging Innovations Madrid, la feria que se celebró junto a Empack Madrid y Logistics Madrid entre el 13 y 14 de noviembre. Se trata del congreso anual de referencia del sector del envase, etiquetado, packaging y logística, evento que además exhibió los diseños ganadores del Pentawards, entre ellos el envase de Microsoft para Xbox Adaptive Controller.

La actividad contó además con más de 40 horas de conferencias que abordaron temas clave para el sector tales como sostenibili-

dad, economía circular, nuevas tecnologías y materiales, tendencias de consumo y e-commerce. La primera ponencia fue sobre el valor de las emociones y tendencias en packaging, la que estuvo a cargo de Enrique Moreno, CEO de Cabello X Mure, agencia de diseño que trabaja en la creación de marca, producto y web. Por su parte, Miguel Ángel del Baño, del Estudio Maba y uno de los ganadores del Pentawards, expuso sobre la importancia del diseñador como aliado en el sector.

Más de la mitad de los visitantes de este año ya confirmaron su participación en la próxima edición que será el 25 y 26 de noviembre de 2020 en IFEMA en la ciudad de Madrid. Entre las novedades que se esperan para el 2020 está Robotic Village, un área para empresas de robótica y automatización, y Tech Hub, sector dedicado a start ups y empresas tecnológicas que mostrarán nuevas IT aplicables a packaging y logística.

Antalis lanzó concurso dedicado al diseño de interiores

Tras el éxito del concurso Antalis Interior Design Award 2017, que contó con más de 350 proyectos provenientes de 29 países, Antalis lanzó una nueva edición del concurso internacional para la creación de espacios únicos y personalizados. Los profesionales pueden competir en una o varias de las siguientes categorías: Hotel, Tienda, Oficina, Vivienda y Espacio Público.

La convocatoria está abierta a diseñadores de interiores, arquitectos, impresores, propietarios de marcas y escuelas de diseño,

quienes podrán presentar sus mejores proyectos utilizando al menos un producto del catálogo de Comunicación Visual de Antalis. El plazo de inscripción es hasta el 31 de enero de 2020.

El jurado del concurso estará compuesto por los principales actores internacionales en el ámbito del diseño global, quienes determinarán los proyectos más creativos y calificados. Los ganadores viajarán a Madrid con todo pagado para ser premiados en Fespa 2020.



Conoce las bases del concurso en: www.antalisinteriordesignaward.com/es

Las novedades de Avery Dennison en el Andina Pack 2019

Entre el 19 y 22 de noviembre se realizó en Bogotá el Andina Pack 2019, una de las exhibiciones más grandes de América del Sur en el rubro del envasado y empaquetado.

Avery Dennison, especialista en soluciones autoadhesivas para todo tipo de aplicaciones e industrias, estuvo presente en el evento. "Para nosotros, participar es muy valioso ya que consideramos que es una vitrina importante para introducir y dar a conocer nuestras últimas propuestas en soluciones de

empaque y etiquetado", explicó Sandra Álvarez, gerente de desarrollo de negocios.

Bajo el lema "Making a material difference", Avery Dennison presentó en su stand los cuatro pilares de su propuesta. En el primer pilar "Un mundo de Ciencia" se mostraron los últimos desarrollos en frontales, ciencia aplicada en adhesivos y etiquetas especiales para aplicaciones desafiantes. El segundo pilar "Un mundo sustentable" introdujo el portafolio sustentable Clear Intent. El tercer pilar llamado "Un

mundo de imaginación" mostró herramientas para el diseño y la inspiración, mientras que el cuarto pilar "Un mundo conectado", demostró cómo la tecnología RFID y las etiquetas inteligentes pueden conectar a los consumidores con los productos de una manera innovadora.

El día 21 de noviembre, la empresa también participó en el foro del evento con una charla especializada en tecnología RFID, a cargo de Pedro Garza, Market Development Manager del equipo de Estados Unidos.



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
• Josefina Ortiz. **Diseñadora:** Carla Caorsi. **Periodista:** Micaela Lobos.
Fotografías: Mauricio Vega.
Impresión: A Impresores.
Tiraje: 5.000 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.



"EL MUNDO EMPIEZA A TOMAR CONCIENCIA DEL DAÑO ECOLÓGICO Y EN ASIMPRES HACE RATO YA ESTAMOS TRABAJANDO POR LA SUSTENTABILIDAD"

Marcela Lahosa, presidenta de Asimpres participó en el panel de sustentabilidad e industria gráfica organizado por ENEDI 2019, el Encuentro de Escuelas de Diseño que se realiza anualmente en Chile.

Con cerca de 100 asistentes se llevó a cabo en octubre pasado el panel Sustentabilidad e Industria Gráfica en el marco de los encuentros territoriales que ENEDI 2019 programó para octubre y noviembre en Valparaíso, Talca, Santiago, Concepción, Temuco y La Serena.

Los participantes de este conversatorio fueron Marcela Lahosa, presidenta de Asimpres, José Bodet de Antalis Chile, Félix Maldonado, académico de la Universidad de Chile y Mauricio Lizama, representante de la Escuela de Diseño de Inacap, los anfitriones de la actividad. El punto central del panel fue abordar la sostenibilidad y



Marcela Lahosa en conversatorio sobre sustentabilidad e industria gráfica: "Las tecnologías actuales son muy generosas y están acopladas a lo que demanda el mundo hoy día"

cómo ese concepto se inserta en el mundo laboral, gráfico y académico. "El mundo empieza a tomar conciencia del daño ecológico y en Asimpres hace rato ya estamos trabajando por la sustentabilidad, que sabemos afecta varias aristas; la social,

medioambiental y la económica. Son cosas que tuvimos que ir aprendiendo: de dónde venía el papel, de dónde venía la celulosa. Empezamos a hacer conciencia sobre qué insumos estamos utilizando, si eran tóxicos o no", explicó Marcela Lahosa.

Derribando mitos en la formación

Los Acuerdos de Producción Limpia a los que se han suscrito varias empresas de la industria gráfica han sido fundamentales para avanzar en esta materia, tanto en los insumos y materiales como en los procesos. "Hay mucho mito al respecto: que somos contaminantes, que estamos con la motosierra cortando árboles, etc. Yo creo que no es verdad, hemos hecho esfuerzos importantes. En ese sentido, las tecnologías actuales son muy generosas y están acopladas a lo que demanda el mundo hoy día", explica Lahosa.

Otro de los temas que se abordó fueron los mitos relacionados al daño medioambiental que genera la producción del papel. "Todo nuestro papel viene de bosques que luego son reforestados. La industria del papel es la única industria que reforesta", aclaró José Bodet de Antalis. "En la formación es importante documentarse sobre cómo se maneja la materia prima, no dejar de usar una por sobre otra, hay materias que se pueden usar de forma más inteligente" comentó Mauricio Lizama.

Formación de diseñadores en sustentabilidad

Por su parte, Félix Maldonado señaló que hay una desconexión entre la formación de diseñadores y lo que la industria gráfica requiere en temas de diseño sustentable. "No estamos atendiendo la necesidad en nuestras mallas curriculares y si esto sucede es debido a la iniciativa particular de cada profesor, pero no es algo obligatorio", explicó Maldonado, quien además agregó que los diseñadores no pueden quedarse atrás y deben considerar aspectos ambientales en el proceso de desarrollo de productos y servicios.

¿Qué es la experiencia del cliente y cómo aplicarla en la empresa gráfica?

A diferencia de las áreas de servicio al cliente o marketing, que funcionan como un segmento dentro de una compañía, la experiencia del cliente es una decisión estratégica que envuelve a todas las áreas de la empresa y sus procesos, los que se centran en las expectativas y percepciones del cliente.



Vesna Masic y Laura Calderón, consultoras de Praxis y expertas en experiencia del cliente, realizaron el mes pasado una charla dirigida a la nueva generación de empresarios gráficos.

Sondeos afirman que un 85% de las pérdidas de clientes se explican por la mala experiencia que tuvo al momento de la compra. Una forma de mejorar este indicador es a través de la experiencia del cliente o customer experience, una forma de trabajo compuesta por las distintas interacciones y puntos de contacto que ocurren entre el cliente y la empresa, el producto o servicio durante un viaje o recorrido determinado. "No se busca actuar de manera reactiva sino que yo soy capaz de adelantarme al cliente, porque lo entiendo, lo conozco y oriento mi labor hacia él", explica Laura Calderón, consultora de Praxis.

Esta decisión se traduce en diversas acciones transversales en la empresa, que deben ser lideradas por la primera línea gerencial para garantizar su éxito. De esta manera, se organizan los procesos desde la gerencia general hasta la persona que está en las sucursales o en contacto directo con el cliente.

EL VIAJE DEL CLIENTE EN LA IMPRENTA

Un aspecto fundamental es que la empresa sea capaz de identificar los "viajes" que está realizando su cliente. El término "viaje" alude a la experiencia que el cliente tiene con la empresa y se utiliza para comprender y gestionar mejor el flujo de procesos detrás de cada interacción. "Por ejemplo, en una imprenta existe el viaje del pedido, que podría comenzar cuando el cliente va a una imprenta a hacer una cotización. En esta interacción hay diversos elementos que yo como empresa podría trabajar tales como la rapidez en la que le respondo, la claridad de la información que le entrego, la variedad o la disponibilidad de productos que tengo y que son acordes a sus necesidades, etc", explica Vesna Masic, consultora de Praxis.

Otro ejemplo dentro de la empresa gráfica es el viaje del despacho, el que puede comenzar justo después de la compra,

cuando el cliente está esperando los productos. Las consultoras explican que en este proceso se deben transmitir bien las expectativas sobre la entrega y cumplir los tiempos, además de verificar que el pedido llegue a la dirección correcta, que el trato de la experiencia sea el adecuado y que los productos recibidos sean como el cliente lo solicitó. Así, la experiencia del cliente es la interacción global del cliente con la marca y sus servicios.

COMPETIR CON LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Cuando una empresa toma esta decisión, sus clientes estarán evaluando y comparando a la empresa con las mejores experiencias de compra que están teniendo. "Las imprentas ya no compiten solo con su competencia dentro del mismo rubro, sino que están compitiendo con la experiencia que ese cliente tiene en su vida cotidiana con múltiples empresas", explica Laura Calderón.

Empresas coinciden en la necesidad de tomar medidas para impulsar el sector ante crisis social

Entre los días 14 y 18 de noviembre, Asimpres realizó un sondeo que reveló preocupación por la caída en las ventas y por la inestabilidad laboral.

La crisis social que atraviesa el país desde hace más de un mes ha impactado el escenario económico nacional, principalmente a pequeñas y medianas empresas. Con el fin de conocer la situación de la industria gráfica, Asimpres realizó un sondeo que dio cuenta del efecto en la producción y ventas, así como también reveló las acciones que han implementado las empresas en el actual escenario.

La caída en las ventas, asociado a poca liquidez, inestabilidad y endeudamiento, fue la principal preocupación que mostraron las empresas del sector de la impresión y el packaging, segmento que percibió una caída del 35% en la producción y un 38% en las ventas.

Si bien el sondeo advirtió un mayor optimismo entre las empresas proveedoras, el impacto negativo alcanzó el 31% en el área de ventas. La principal inquietud que mostraron las empresas asociadas a este sector fue la incertidumbre respecto a la situación económica de sus clientes y una gran preocupación por volver a la normalidad.



Anuncios sector público y privado

Tanto las empresas del sector de la impresión y el packaging como las proveedoras coincidieron en que las acciones anunciadas por el sector público y privado que pueden considerarse positivas o beneficiosas son nulas o de escaso impacto en sus negocios.



Diálogo y reflexión

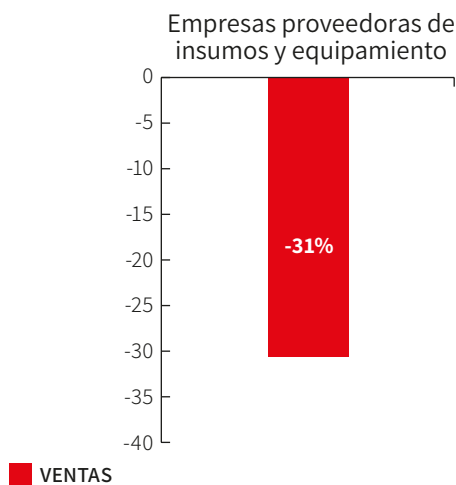
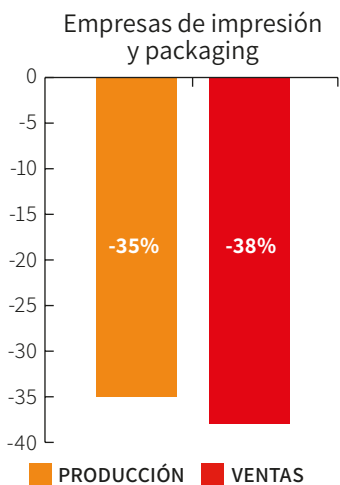
Las empresas fueron consultadas sobre aquellas potenciales acciones impulsadas por el gremio que podrían ser útiles para afrontar la crisis. Ambos sectores coincidieron en la necesidad de visibilizar las cifras del gremio y generar instancias de diálogo. En el segmento de la impresión y packaging, las empresas consultadas propusieron medidas económicas como el aumento en el plazo de pago, regularizar el sueldo mínimo e instaurar una bolsa de trabajo, mientras que los proveedores manifestaron interés por obtener información y reportes estadísticos que den cuenta de la situación económica de la industria.



Flexibilidad laboral

Respecto a las medidas que han implementado las empresas frente al contexto de crisis nacional, en el sector de la impresión y el packaging destacaron la flexibilidad horaria y el apoyo al personal con los desplazamientos, en beneficio de la seguridad de sus trabajadores. En el caso de sector de los proveedores, una de las principales acciones adoptadas fue mantener el contacto con los clientes y empujar nuevas soluciones enfocadas en ellos. También se menciona el congelamiento del valor del dólar y el teletrabajo.

IMPACTO EN PRODUCCIÓN Y VENTAS



¿Qué medidas están siendo implementadas para afrontar la crisis social?

INICIATIVAS GUBERNAMENTALES

En el marco del Programa Yo Elijo PYME de Sercotec y Corfo, se levantó un catastro de pymes afectadas con el objetivo de recoger información sobre los principales daños y pérdidas. También se levantó la posibilidad de optar a créditos blandos o garantías de Corfo y a un subsidio especial para las micro y pequeñas empresas, y se lanzó una campaña para que los ciudadanos prefieran los productos y servicios. En materia legal y financiera, la Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento asesorará en forma gratuita a las pymes.

Con relación a los impuestos, el SII anunció una serie de medidas tributarias para ayudar a las pymes contribuyentes. Por ejemplo, se adoptó la ampliación a 5 meses del periodo para dar cuenta al SII por pérdidas de existencias por faltantes de inventario y se rebajó el avalúo para aquellos casos en que hayan sufrido daños en bienes inmuebles. Además, se postergó el plazo para la entrada en vigencia de la obligatoriedad de la emisión de facturas de exportación hasta el 17 de enero de 2020.

MUNDO PRIVADO

Tras una jornada de reflexión, la Sociedad de Fomento Fabril propuso algunas acciones empresariales individuales con el objetivo de mejorar el capital económico y social de sus trabajadores, entre las que destaca la definición de rutas de mejora en las condiciones mínimas de remuneración para trabajadores directos y subcontratados. En tanto para las pymes, las propuestas apuntan a reducir el plazo de pago a 15 días a partir de la emisión de la factura, y ofrecer programas de desarrollo y capacitación para proveedores pyme y sus trabajadores. Por su parte, la Corporación de la Producción y el Comercio CPC anunció la creación de una Agenda pro empleo para impulsar el mercado del trabajo y hacer frente a las cifras de empleo que se pronostican para diciembre y enero.

Por otro lado, la Cámara Nacional de Comercio (CNC) puso a disposición una plataforma de ayuda a las pymes llamada El comercio se levanta, que entrega soporte legal, acompañamiento penal y asesoría para directores y ejecutivos.

Como una forma de contribuir a mejorar los ingresos de las personas, la iniciativa Desafío 10X levantó una campaña para que las empresas se sumen voluntariamente al desafío de acortar solo a 10 veces la diferencia entre sueldos máximos y mínimos. Actualmente, más de 1.300 empresas han firmado, beneficiando a cerca de 33 mil empleados.

El desafío de la contingencia nacional

La actual contingencia vivida en el país nos da la oportunidad como gremio, empresarios y empleadores de unirnos, conocernos y crecer.

Las crisis traen cambios. Estos pueden materializarse en beneficio de la sociedad y la industria. Hoy se hace imperioso y una obligación capitalizar estos cambios, aprender y fortalecernos. Así podremos seguir aportando a la sociedad, dando empleo y produciendo bienes y servicios.

Con seguridad los cambios que llegarán nos afectarán a todos. Menos horas para producir, mayores impuestos, menos márgenes y, sobre todo, mayor responsabilidad social. ¿Cómo capitalizar estos cambios? Es difícil sugerir qué hacer, pero buenas recetas son no dejar de invertir, innovar, mejorar la productividad, establecer alianzas y escuchar a todos en nuestras organizaciones.

Escuchar es muy importante. Debemos saber lo que nuestra gente piensa y qué debemos mejorar. Tener un ambiente laboral de excelencia ayuda

mucho. Una mejor convivencia es esencial al interior de nuestras empresas.

Establecer alianzas es siempre bueno, nos da la oportunidad de participar en negocios más allá de nuestras capacidades. Se aprende y logran beneficios para todos los que participan en la alianza.

Mejorar la productividad es, sin duda, un trabajo largo y sin final, pero solo así se logra un ambiente de trabajo sano, con mejores personas en la organización, menos accidentes, menores costos y mejores beneficios para todos.

Innovar es una obligación constante. No desde el escritorio. Con la participación de todos. Los mejores resultados en innovación se logran cuando toda la organización hace propios los cambios. Esto rápidamente se traduce en mejoras productivas y bajas de costos.

Finalmente, no dejar de invertir. Esta industria ha cambiado mucho y lo seguirá haciendo. La irrup-

ción de nuevas tecnologías, nuevas materias primas, los cambios hacia lo digital, son algunas de las cosas que no debemos descuidar. Pero como gremio, empresarios y empleadores, tenemos que unirnos y apoyarnos más que nunca. Solo así saldremos adelante de esta contingencia.

Buenas recetas son no dejar de invertir, innovar, mejorar la productividad, establecer alianzas y escuchar a todos en nuestras organizaciones.

JUAN CARLOS GONZÁLEZ,
gerente general Romipack y
Director de Asimpres



Dipisa presenta su última innovación en packaging digital en cartón corrugado

Asimpres fue invitada por Dipisa para conocer los últimos cambios estructurales de la empresa, así como también sus nuevos productos, adquisiciones y los servicios que ofrecen a la industria gráfica.



“Queremos que los clientes de la industria gráfica nos abran las puertas y nos digan qué necesitan, qué estamos haciendo mal y qué podríamos hacer mejor”, Gabriel Ruiz-Tagle, gerente general de Dipisa.

En octubre pasado, Asimpres fue invitada por Dipisa a una reunión en las dependencias de la empresa ubicada en Quilicura, cuyo objetivo fue recoger las necesidades del gremio y mostrar los últimos avances tecnológicos y servicios disponibles para el sector gráfico. La instancia estuvo liderada por el nuevo gerente general de Dipisa, Gabriel Ruiz-Tagle junto a su equipo de operaciones, logística, ventas, y administración y finanzas. Por parte de Asimpres, estuvo presente la directiva, encabezada por la presidenta Marcela Lahosa, los directores Rodrigo León, Nelson Cannoni, Ricardo Shaub y la gerente general, María Eugenia Mingo.

“Dipisa realizó una reestructuración comercial y un cambio cultural que busca un acercamiento a los clientes para facilitar la entrega de soluciones. Queremos que los clientes nos abran las puertas y nos digan qué



necesitan, qué estamos haciendo mal y qué podríamos hacer mejor”, explicó el nuevo gerente general de Dipisa. En este sentido, el gremio de la industria gráfica planteó requerimientos y temas tales como el servicio de logística, los pedidos mínimos para facilitar el trabajo de socios más pequeños, la flexibilidad en las urgencias y el rol del vendedor dentro de la imprenta, entre otros asuntos.

Packaging Digital

Dipisa ha tenido un continuo crecimiento como proveedor de papeles para la industria gráfica y en esta ocasión se dio a conocer la nueva tecnología que ofrecen para el mercado del packaging. En el encuentro se hizo un recorrido por las nuevas instalaciones para mostrar las nuevas adquisiciones con especial



énfasis en el packaging de conversión e impresión digital, que utiliza el cartón corrugado y otros materiales provenientes de celulosa, en una apuesta de la empresa por la sustentabilidad. “Los insto a hablar con nosotros en temas de packaging digital, esto incluye cajas, POP, señalética y otros, porque tenemos tecnología de punta, la mejor calidad y productividad. Estamos haciendo un trabajo intenso con materiales que van a reemplazar una gran cantidad de plástico”, explicó Gabriel Ruiz-Tagle.



Expertos y empresas de envases y embalaje se reunieron en la 3era versión del Packaging Innovation Day

En el evento se presentaron todas las innovaciones disponibles en el mercado del packaging y se celebró la primera versión del Packaging Innovation Awards, premio que busca impulsar las innovaciones más sustentables puestas al mercado.



Packaging Innovation Day es una iniciativa desarrollada en conjunto por el Laboratorio de Envases de la Universidad de Santiago de Chile (Laben) y la plataforma de innovación de envases y embalaje Co-Inventa. La instancia, que se desarrolló el pasado 10 de octubre, buscó dar a conocer las nuevas tendencias y desarrollos en envases y embalajes del mundo, así como debatir sobre lo que está haciendo la industria para contribuir a la economía circular.

MINIMIZAR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

La apertura del evento estuvo encabezada por el doctor Abel Guarda, director científico-tecnológico de Co-Inventa quien transmitió que el sentido del evento es destinar esfuerzos para llegar a una economía circular y una industria con menor impacto medioambiental. También estuvo presente María José Galotto, directora de Co-Inventa y LABEN Chile, quien destacó las iniciativas que se están ejecutando en Chile para minimizar el impacto medioambiental e innovación en materia de sustentabilidad. “Esto conlleva a buscar materiales con menor impacto medioambiental, reducir, prevenir el uso de la generación de residuos, favorecer el

uso de material plástico reciclado post-consumo y validar todas estas nuevas estrategias en el desarrollo de nuevos envases”, expresó.

En la fase de charlas del evento participaron Selkuc Yildirim de Zurich University of Applied Science, Suiza, Gonzalo Russi de SOFOFA y Andrés Pesce, Gerente de Sustentabilidad de Fundación Chile.

PREMIO A LA INNOVACIÓN EN ENVASES Y EMBALAJE

En el evento se realizó la premiación de la primera versión del Packaging Innovation Awards, donde el primer lugar lo obtuvo un envase de resina reciclada post consumo, desarrollado por la empresa Envases CMF junto a su cliente Alimentos Cordillera. El segundo lugar fue para la empresa BO, que lanzó al

María José Galotto, Directora de Co-Inventa y LABEN Chile destacó las iniciativas que se están ejecutando en Chile para minimizar el impacto medioambiental e innovación en materia de sustentabilidad



Packaging Innovation Awards: el primer lugar lo obtuvo un envase de resina reciclada post consumo, desarrollado por la empresa Envases CMF junto a su cliente Alimentos Cordillera.



mercado el primer vaso libre de polietileno, que es 100% reciclable, 100% biodegradable y compostable. El tercer lugar lo obtuvo la empresa Pacific Trading con sus bandejas congelables y hornearables en microondas, logrando crear un envase primario, que se puede transportar, congelar, mantener y usar en el microondas, y que va en el flujo de residuos orgánicos, pues es compostable.



Escuela de la Industria Gráfica es sede del primer Congreso de la Ciudadanía Juvenil

Bajo el lema “Las competencias necesarias para la ciudadanía actual”, la Escuela de la Industria Gráfica fue la sede del primer Congreso de la Ciudadanía Juvenil los días 10 y 11 de octubre. La actividad fue organizada por el Departamento de Historia de la Escuela con el propósito de fortalecer la relación entre el contenido curricular y la vida cotidiana de los y las estudiantes.

La instancia contó con la participación de 110 estudiantes provenientes de los colegios Saint George, Santa Rosa, Liceo José Miguel Infante y el República de Argentina, además de profesionales de la educación universitaria y la diputada Gael Yeomans.

Ciudadanos críticos y activos

El objetivo del Congreso fue que los estudiantes se percibieran como ciudadanos y ciudadanas críticos y activos de la sociedad, así como también

El primer Congreso de la ciudadanía juvenil contó con la participación de la Escuela de la Industria Gráfica, los colegios Saint George, Santa Rosa, Liceo José Miguel Infante y el República de Argentina.

personas que poseen voz, opinión y los conocimientos para aportar al desarrollo de una sociedad más justa, equitativa y democrática.

El Congreso se realizó durante dos días a través de conversatorios, plenarios y debates. En la primera jornada se reflexionó respecto a las competencias de la ciudadanía juvenil y las herramientas que debe tener la juventud para ejercer éticamente su ciudadanía, mientras que en el segundo día el foco fue la educación no sexista.

“Esperamos que momentos como este puedan seguir siendo realizados dentro de la Escuela, pues son instancias que el sistema educativo necesita y carece para la obtención de aprendizajes significativos”, explica Pablo Salazar, profesor de historia, quien junto a José Meneses y Julio Sánchez forman parte del Departamento de Historia de la Escuela.

QUÉ FUE DE...

Tomás Ampuero, control de archivo en Dimacofi:



“LOS TRABAJADORES MÁS ANTIGUOS DE LA IMPRENTA Y YO, QUE SOY MÁS JOVEN, NOS HEMOS ENSEÑADO MUTUAMENTE”

Tomás Ampuero tiene 24 años y desde que egresó de la Escuela de la Industria Gráfica en el año 2013 ha estado ligado a la impresión digital.

“Me gustó mucho la idea de que, saliendo del colegio, ya tenías la oportunidad de trabajar y generar ingresos”, cuenta Tomás sobre sus inicios en el rubro de la impresión digital, donde ha trabajado por 6 años. Luego de hacer la práctica profesional, su primer trabajo fue en Neo Mark, una compañía cuyo dueño compró la franquicia FASTSIGNS para Chile.

Hace algunos meses esta franquicia adquirió la unidad de negocio de soluciones gráficas de Dimacofi, donde actualmente se desempeña como control de archivo. “El trabajo en impresión digital es un trabajo bien acelerado y movido, no es un trabajo tranquilo y siempre hay mucho que hacer. Tenemos que trabajar bajo presión. Pero eso yo lo encuentro muy entretenido”, dice Tomás.

“Me gustó mucho la idea de que, saliendo del colegio, ya tenías la oportunidad de trabajar y generar ingresos”, dice Tomás Ampuero, control de archivo en Dimacofi.

A pesar de que lo aprendido en la Escuela ha sido el pilar fuerte para desempeñarse en su trabajo, Tomás destaca que la experiencia le ha permitido aprender y adquirir nuevas habilidades, especialmente porque ha podido aprender de los trabajadores más experimentados. “Desde el minuto que llegué a la empresa ellos me han enseñado a usar maquinarias, la máquina de troquel, por ejemplo, mientras que yo igual les enseñé a ellos a manejar archivos, cómo hacer las cosas más rápido, cómo automatizar los procesos. Ellos que son los más antiguos y yo, que soy más joven, nos hemos enseñado mutuamente”, dice Tomás, quien está agradecido de los muchos guías que ha tenido en estos años de trabajo.

Sobre el futuro de la industria gráfica, Tomás piensa que la innovación y también el aprendizaje son claves para la sobrevivencia de las imprentas, rubro en el que todavía ve un desarrollo futuro. Por eso entre sus planes venideros está perfeccionarse en el manejo de programas de edición gráfica y en el uso de tecnologías web.



OLIMPIADAS DEPORTIVAS

En octubre se llevó a cabo la cuarta versión del campeonato deportivo de la Escuela de la Industria Gráfica. Las Olimpiadas Deportivas, además de promover la sana práctica como un elemento indispensable de la formación integral, tienen por finalidad formar cuerpo, mente y espíritu. Entre las disciplinas colectivas realizadas estuvieron futbolito varones, baby-futbol damas, voleibol, handbol y básquetbol. También se desarrollaron disciplinas individuales como ajedrez, tenis de mesa, una prueba de resistencia en circuito llamada IronMan /IronWoman y zumba.



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



¿En qué consiste la tercera etapa del APL?

POR SARA CONTRERAS Consultora medioambiental de C y V Medioambiente

En la Etapa 3 y final del Segundo Acuerdo de Producción Limpia (APL2) pueden participar todas aquellas empresas que cumplieron gran parte de las metas en la etapa de implementación.

Un Acuerdo de Producción Limpia (APL) es un convenio voluntario entre una asociación empresarial de un sector productivo, en este caso la industria gráfica, y organismos públicos, cuyo objetivo es mejorar las condiciones productivas y ambientales en temas de higiene, seguridad laboral, eficiencia energética e hídrica, reducción de emisiones, valorización de residuos, buenas prácticas y fomento productivo, entre otros.

En 2016, la industria gráfica presentó el segundo Acuerdo de Producción Limpia (APL2), que fue implementado entre fines de 2017 y junio de este año. Este acuerdo consistió en el logro de metas tales

como avances en la reducción de compuestos volátiles, mejora en materia de eficiencia energética, en el manejo y valorización de residuos y aumento de uso de papel certificado entre otros.

La tercera etapa del Acuerdo de Producción Limpia busca que las empresas gráficas obtengan una certificación con un sello de producción limpia entregado por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático.

La tercera etapa del Acuerdo de Producción Limpia (APL) dura 4 meses y tiene como propósito principal que las empresas gráficas obtengan una certificación con un sello de producción limpia, el que es entregado por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC). "En esta tercera etapa se realiza una evaluación del nivel de cumplimiento de las metas implementadas en el APL2", explica Sara Contreras, consultora ambiental de CyV Medioambiente.

AUDITORÍA Y EVALUACIÓN DE IMPACTO

La evaluación es realizada por un auditor externo que forma parte de

un registro de auditores que tiene la ASCC. Cada una de las 37 empresas que decidieron pasar a la etapa final de verificación y certificación, será auditada en forma individual. "En la misma etapa, además de realizar la auditoría, se desarrolla una evaluación del impacto del APL, evaluando los resultados durante los 18 meses de trabajo, generando indicadores de mejora de tipo ambiental, económico y social", explica Sara Contreras.

En el transcurso de los 18 meses que duró el APL, fueron 44 empresas del sector gráfico las que avanzaron, primero en evaluarse y luego en incorporar mejoras en materia medioambiental.

¿CÓMO DEBIERAN PREPARARSE LAS EMPRESAS PARA LA ETAPA 3?

La auditoría evaluará las mismas metas y acciones que las empresas implementaron en la Etapa 2, por lo tanto, las empresas deben revisar y verificar la información sobre logros y mejoras en la etapa de implementación. Se debe cumplir con el 100% de las metas para que puedan optar por la certificación que entrega la ASCC.

Tras la evaluación y una vez que el auditor externo genera el informe de cumplimiento, dicho informe es revisado por organismos públicos que apoyaron ese acuerdo. En este caso Secretaría Regional Ministerial de Energía, Secretaría Regional Ministerial del Medio Ambiente y Huella Chile. Una vez que estos organismos dan el visto bueno final, la ASCC entrega el sello de cumplimiento a cada empresa.

ROMPIENDO MITOS SOBRE EL PAPEL Y LA IMPRESIÓN

"Busting the Myths" es el más reciente estudio publicado por la iniciativa global Two Sides, que recogió la percepción y actitudes hacia el papel y los impresos de seis mil consumidores en Europa.

Un estudio publicado por Two Sides dio cuenta de la brecha en la percepción que tienen los consumidores respecto a hechos ambientales clave y la realidad de éstos. Estas creencias equivocadas podrían afectar la preferencia de las personas por el impreso.

Por ejemplo, casi un 60% de los entrevistados cree que los bosques europeos están reduciéndose. Sin embargo, el estudio muestra que la realidad es diferente: los bosques han crecido en cantidades equivalentes a 1.500 estadios de fútbol cada día. En el caso de Chile, la mayoría de las empresas de la industria gráfica usa papel certificado. "De los sustratos que usa la industria gráfica, el único que hoy cuenta con certificaciones de sustentabilidad es el papel. La mayoría de las empresas hoy en día está usando papel certificado. Los mismos consumidores

o clientes exigen esto", explica Sara Contreras, consultora ambiental de CyV Medioambiente.

Por otro lado, un 33% cree que el papel se transforma en basura, pero la realidad es que un 72% de ese papel es reciclado. En este sentido, el Acuerdo de Producción Limpia de la Industria Gráfica ha sido relevante. "Una parte importante de las empresas gráficas envían todo el recorte y los residuos a reciclaje. Hay muchas empresas que hoy reciclan estos materiales, el que se destina nuevamente a fabricación de papel", explica Contreras.

CONSUMIDORES PREFIEREN EL PAPEL

A pesar de que los consumidores muestran una gran preocupación por el planeta, el estudio revela que el 69% prefiere los libros impresos por sobre otros formatos, mientras que un 61% prefiere las revistas impresas. Esta tendencia mundial parece coincidir con los últimos datos disponibles para el caso chileno. Según un estudio de la Universidad de Chile la lectura de libros, revistas, diarios e historietas en papel duplica la lectura digital, lo que demuestra que, pese al aumento del uso de las pantallas, los chilenos siguen leyendo en formato papel.

Two Sides es una iniciativa internacional sin fines de lucro que representa a la industria del papel y trabaja promoviendo sus atributos sustentables tanto en el embalaje como en la impresión

NUEVO SOCIO

Juan Alberto Fierro,
gerente de operaciones de Engatel:

“TODOS NUESTROS PRODUCTOS TIENEN ESTÁNDARES DE CALIDAD INTERNACIONALES”

Engatel fue fundada en 1976. Cuenta con una planta cercana a los 100 trabajadores y recientemente se incorporó como empresa socia de Asimpres.

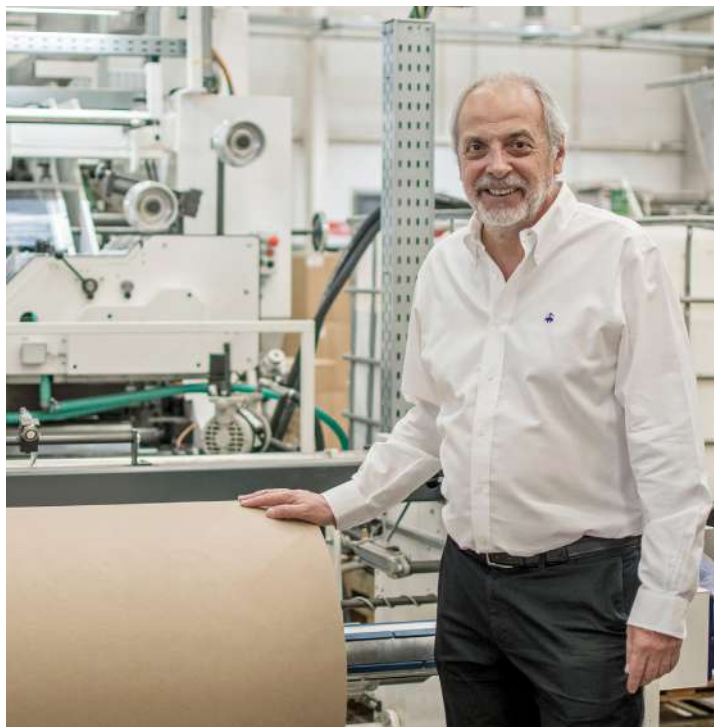
Con más de 40 años en el rubro de la conversión e impresión de papeles para diversas aplicaciones, Engatel busca ser reconocida como una de las tres mejores empresas de Latinoamérica en su rubro. Su actual gerente de operaciones es Juan Alberto Fierro B., quien anteriormente trabajó en Rhein por 33 años.

La empresa comenzó con la fabricación de rollos de papel para telex, llegando en la actualidad a abastecer a instituciones, empresas nacionales e internacionales con productos en rollos de papel térmicos, tickets, hojas y formularios. Recientemente, Engatel ingresó al mercado de las bolsas de papel.

NUEVAS INVERSIONES

El año pasado Engatel decidió abrir su mercado e invertir en la fabricación de bolsas de papel. Sus clientes son todos los supermercados, tanto en Chile como en el resto de la región. Por ello, su última gran adquisición tecnológica fueron 3

La más reciente adquisición tecnológica de Engatel son 3 máquinas para la fabricación de bolsas de papel.



máquinas alemanas para hacer bolsas de papel, las más modernas de Sudamérica.

ESTÁNDARES DE EXPORTACIÓN

Un elemento que diferencia a Engatel de otras empresas de su rubro es que todos sus productos son exportables. Con clientes en Chile y en el exterior, Engatel apuesta no solo por tecnologías de punta, sino que además por la calidad de sus productos. “Todos nuestros productos tienen estándares de calidad internacionales. Esto significa que deben cumplirse las especificaciones que se exigen en el extranjero”, explica Juan Alberto.

Año de fundación:

1976

Número de trabajadores:

cerca de 100 trabajadores

Productos/tecnologías actuales:

la última adquisición fueron 3 máquinas para la fabricación de bolsas de papel.

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



FSK S.A presentó a su nuevo gerente general en Chile

Dalton Guastapaglia estará a la cabeza de la empresa para liderar los cambios tras la adquisición de FSK S.A. por el grupo Kurz. La multinacional alemana Kurz es líder en el ámbito de la tecnología para decoración de diferentes sustratos de artes gráficas, alta seguridad y plásticos, entre otros. Grupo KURZ cuenta con presencia en más de 70 países.

La empresa FSK anunció la reciente incorporación de su nuevo gerente general, Dalton Guastapaglia, de nacionalidad brasileña. La trayectoria de Dalton se concentra en la filial de Kurz en Brasil donde trabajó los últimos 20 años, acumulando una gran experiencia actuando en diferentes industrias en las que el Grupo Kurz ofrece sus productos, tales como la industria de ali-

“NUESTRO ESFUERZO ESTÁ EN ATENDER LA DEMANDA DE NUESTROS CLIENTES CON UNA PRODUCCIÓN RÁPIDA, EFICIENTE Y UNA LOGÍSTICA ADECUADA”, DALTON GUASTAPAGLIA, GERENTE GENERAL FSK S.A

mentos, farmacéutica, automotriz, plásticos, entre otros.

Dalton tiene la misión de transformar FSK S.A en una importante y estratégica sucursal de Kurz. “Nosotros tenemos el mejor producto del mercado en términos de calidad, pero ofrecemos una solución y no solo un producto. Esto significa ofrecer una estructura de stock, producción y logística adecuada a nuestro mercado.”, explica el nuevo gerente de FSK S.A.

PROYECTOS FUTUROS

Se proyecta la incorporación de un laboratorio interno con la finalidad de asegurar la calidad y compatibilidad de las folias sobre los diferentes sustratos. Además, se ha implementado la entrega de Certificado de Calidad que corresponde a cada lote producido y facturado relacionado a color, medidas y cantidad.