

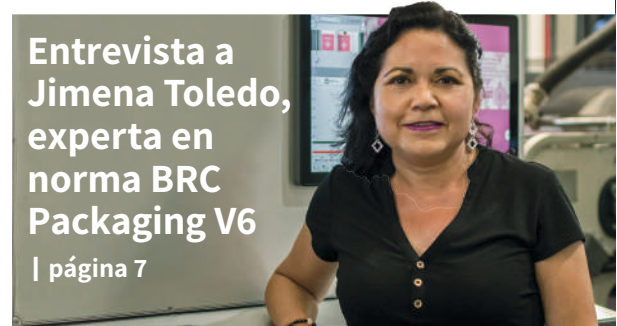
Impresiones

EDICIÓN N° 140 MARZO - AÑO 14, CHILE 2020 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



Con el Foro de la Industria Gráfica, Packaging y Comunicaciones se da inicio a las actividades de la Feria Print Stgo 2020



PRINT
STGO2020
TODO SE IMPRIME

6ª FERIA INTERNACIONAL
DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
Y DEL PACKAGING

OCTUBRE
6,7Y82020



Dscoop Edge Orlando se alista con las últimas novedades de HP

El evento Dscoop Edge de este año se llevará a cabo en Orlando entre el 29 de marzo y el 1 de abril, y mostrará a los asistentes por primera vez en toda América el nuevo portafolio de prensas digitales de HP, incluso antes de Drupa, junto con nuevas tecnologías y soluciones.

La instancia se realiza bajo la premisa de "ayudar a los proveedores a imprimir más, de manera más inteligente y rentable", según detalla el sitio web del evento. Además, el público podrá desarrollar sus negocios y habilidades de liderazgo y recibir capacitación técnica in situ.

Así, el evento ofrece un énfasis renovado en la capacitación con la Fórmula de crecimiento 2020, una solución 360° para todo el equipo de la empresa, con desarrollo profesional, tecnología, y tendencias de la industria, talleres prácticos de habilidades y capacitación de liderazgo dirigida por el ex comandante de mar, aire y tierra de la marina (SEAL) y autor empresarial, Rorke Denver. En cuanto al networking, la herramienta Business Matching Concierge permitirá a los asistentes reunirse con otros y planificar reuniones con antelación.

Dscoop es la comunidad en torno a la impresión digital y el diseño más grande y más colaborativa del mundo, con más de 8 mil miembros de más de 80 países, todos socios proveedores de servicios y de soluciones de avanzada de impresión de HP Graphic Arts. El evento, que se realiza desde 2005, ha contado con 31 conferencias y más de 35 mil asistentes. Este año, los pases de acceso van desde US \$499 más impuestos en adelante.



ONLINEPRINTERS GANA EUROPEAN BUSINESS AWARD

La empresa gráfica online fue distinguida como la mejor compañía alemana en la categoría «The Customer and Market Engagement Award (ventas superiores a 150 millones de euros)» del concurso European Business Award (EBA). Así, la compañía de comercio electrónico, que se cuenta entre las tres más exitosas de Europa en el área de la impresión online, se impuso a miles de importantes empresas y convenció al jurado por su enfoque en el mercado europeo, su innovador modelo de negocios y por su foco en el cliente, además de sus esfuerzos por producir ahorrando recursos.

El EBA es un certamen europeo intersectorial y premia a empresas por su excelencia empresarial. En 18 categorías se evalúan diversos aspectos como éxito empresarial, innovación y responsabilidad social. Para el «Customer and Market Engagement Award», Onlineprinters destacó en los criterios de evaluación con extraordinarias experiencias de clientes, empleados altamente cualificados, tecnología de punta y una mejora continua de las prestaciones.

AMF Etiquetas tiene nuevo KAM

El ingeniero comercial Marco Godoy es el nuevo Key Account Manager de nuestro socio AMF Etiquetas. Godoy es ingeniero comercial, tiene más de 18 años de experiencia en la industria gráfica y en la fabricación de etiquetas. Entre sus funciones están la captación de nuevos clientes y administración de la cartera actual, generando nuevos desarrollos y proyectos y fidelizando a los clientes.

AMF ETIQUETAS

Furia del libro celebra 10 años y se consolida como vitrina de la literatura independiente



La décima versión de la Furia del Libro se llevó a cabo el pasado 21 y 22 de diciembre en el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM). Se trata del festival de literatura y editores independientes más importantes de Chile, que en esta ocasión contó con 150 editoriales, 130 chilenas y 20 internacionales, entre ellas argentinas y peruanas.

Realizada a dos meses del estallido social del 18 de octubre, la feria congregó

a un diverso público que, además de la oferta de literatura independiente, se encontró con diferentes charlas atingentes a la realidad nacional, con autores y figuras públicas que se reunieron en torno a conversatorios para compartir con los asistentes. Así, en sus 10 años de vida, la Furia del Libro se consolida como un espacio que congrega a lo mejor de la oferta de las letras independientes.



Packaging biodegradable gana segundo lugar en concurso Jump Chile

Se trata de B-Cycle, un biopackaging que sustituye al plástico como contenedor de bebestibles enlatados, específicamente de six packs de cerveza, elaborado a partir de los residuos de cebada de la propia industria cervecera. El startup se adjudicó la plata y 6 millones de pesos en Jump Chile, el concurso más grande de emprendimiento universitario del país, llevado a cabo por el Centro de Innovación UC con el apoyo de SURA Asset Management Chile, y que tiene como fin impulsar a los estudiantes de educación superior a transformar sus ideas en modelos de negocios.

B-Cycle es un proyecto realizado por Carlos Hinojosa y Janus Leonhardt, quienes a mediados de 2019 comenzaron con la idea en un curso de la Universidad Católica enfocado en utilizar la ingeniería para buscar soluciones a la emergencia climática. Aunque la idea es un prototipo, hoy los jóvenes se encuentran trabajando con la multinacional AB InBev (Budweiser, Corona y Stella Artois, Báltica y Becker), quienes le entregan los desechos con los que realizan el material que posteriormente se convierte en un four pack.

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 y Felipe Rodríguez. **Fotografías:** Mauricio Vega. **Impresión:** A Impresores.
Tiraje: 5.000 ejemplares.

Miembros de:

ASIMPRES



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.

LA INDUSTRIA EN ALERTA: EL DESAFÍO DE LA URGENTE ADAPTABILIDAD

Ante el cambio constante, lo único permanente es la capacidad para adaptarse, buscar soluciones creativas, responder a tiempo a la contingencia y la colaboración entre organizaciones.

El 2019 fue un año complejo para Chile. La crisis social que vivió el país impactó el escenario económico nacional y trajo nuevos desafíos para la industria gráfica, que se suman a los desafíos acarreados por las grandes transformaciones que ha sufrido el sector en los últimos años, entre ellos, la irrupción de la comunicación digital. “Se van a acelerar algunos cambios estructurales que ya se venían viendo en la industria gráfica hace un tiempo atrás”, explicaba Marcela Lahosa, presidenta de Asimpres y gerenta general de Impresos Lahosa. Sin embargo, cuando pensábamos que teníamos que enfrentar este escenario local, se sumó uno nuevo: la crisis sanitaria por el Coronavirus.

En los últimos días, hemos observado la rápida expansión del COVID-19 en Chile y el mundo. La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha calificado este virus como una pandemia global, y en nuestro país, las autoridades tomaron medidas y difundieron recomendaciones para evitar su propagación, entre ellas la promoción de la cuarentena preventiva y la suspensión de eventos que superen las 50 personas.

“Es innegable que esta crisis sanitaria está generando una crisis económica global que está afectando a nuestro país, impacto que agrava los efectos de la crisis social y política que hemos vivido a partir de octubre pasado”, expresó en un comunicado la entidad gremial SOFOFA.



“Nuestra estrategia será crear condiciones de suministro y crédito que nazcan de un partnership entre el cliente y Dipisa. Si conocemos los negocios a los cuales apuestan y las condiciones de aquellos, podremos más fácilmente adecuar nuestra propuesta para generar la mejor oferta”. GABRIEL RUIZ-TAGLE, gerente general de Dipisa.



“El 2020 va a estar muy centrado en continuar una estrategia que ya partimos hace algún tiempo, muy enfocado en cómo ayudamos a nuestros clientes a producir más, y más barato”. EDGARDO DÜNNER, gerente general del Grupo Hagraf.



“Es hora de agregar a la agenda social medidas de reactivación económica que permitan su sustentabilidad, protegiendo el empleo de hoy, y a través de la inversión, los empleos del futuro. Medidas que, entre otras, contemplen en el corto plazo una inyección de liquidez, sobre todo en beneficio de tantas PYME que recibirán un segundo golpe” –SOFOFA.



“La industria sí tiene futuro y las oportunidades se darán para quienes opten por mejorar sus procesos productivos. Y en este sentido, el foco de la compañía seguirá siendo el apoyo integral a los clientes”. FREDDY KEUTEL, Country Manager Antalis Chile.

Por su parte, en Dipisa apuntan a un trabajo de apoyo mutuo. “Desde el punto de vista del acceso al papel, nos hemos preparado para apoyar financieramente a nuestros clientes, y mientras más planifiquen con nosotros, mejor será nuestra capacidad de apoyo y suministro”, explica Ruiz-Tagle.

EL ROL DE LAS EMPRESAS COMO AGENTE SOCIAL

SOFOFA expresó que es responsabilidad de las empresas profundizar y extender las recomendaciones entregadas por la autoridad, para minimizar el riesgo de contagio de las personas trabajadoras y sus familias. “Debemos colaborar con la autoridad sanitaria implementando medidas preventivas que permitan que la magnitud del contagio del virus no sobrepase las capacidades hospitalarias públicas y privadas de nuestro país”.

En tal sentido entregó una serie de recomendaciones, para que cada empresa, en conocimiento de su realidad particular, resuelva:

- Promover el trabajo a distancia, y cuando éste no sea posible, promover diversidad de jornadas laborales.
- Ofrecer servicios de transporte en coherencia con la diversidad de jornadas.
- Promover reuniones por medios digitales.
- Evitar viajes.
- Promover el “distanciamiento social” que contempla evitar aglomeraciones y el contacto al saludar, entre otras medidas.
- Realizar campañas de educación para promover la constante higiene de las manos evitando además el contacto directo con botones de ascensores y manijas de puertas.
- Apoyar a las personas que deban guardar cuarentena, buscando decididamente cuidar sus puestos de trabajo, sus remuneraciones y demás beneficios o condiciones laborales.
- Abrir un portal web especial y línea de consulta para recibir información, dudas y consultas de colaboradores y sus familias. Vincular el portal web a fuentes de información oficial, científica y experta, desincentivando fuentes no oficiales que puedan causar alarma injustificada.
- Aumentar la frecuencia de desinfección y sanitización de instalaciones de baño y aseo para colaboradores, contratistas y proveedores, disponiendo dispensadores de alcohol gel y mascarillas.

Un 2020 desafiante

No hay cómo negarlo. La industria gráfica percibe que este 2020 será un año mucho más desafiante que lo normal, pero confían en una recuperación gradual de la economía y en el fortalecimiento de sus propias estrategias internas. “Sin duda será un año complejo en el cual tendremos que duplicar esfuerzos y reinventarnos tanto en el área productiva como comercial. A nivel de empresa, en el caso de nosotros, vamos a enfocarnos en cómo hacer más eficientes nuestros procesos”, expresó Marcela Lahosa.

En una línea similar, Bárbara Kunze, subgerente general de Tecniflex, cree que la clave está en un trabajo interno para sortear los desafíos futuros. “El proyecto principal para el 2020 es buscar nuevos clientes y ampliar nuestro portafolio de servicios, así encantar a nuestros clientes actuales y ganar nuevos”, explicó Kunze, quien además hizo un llamado a la colaboración: “todo el mundo está azotado por el alza del dólar, tanto los grandes como los chicos, todos tenemos que ahorrar y aumentar nuestra eficiencia interna, pero no a costa de obligar a bajar precios al proveedor más chico”.

Más allá del cliché: En períodos de crisis surgen nuevas oportunidades

En la medida que se superen las dificultades del COVID-19, los proveedores son quienes visualizan las mayores oportunidades, principalmente en el segmento del packaging, sustentabilidad y en la tendencia a la automatización. “Para nosotros hay oportunidades en la línea de automatización de procesos, en hacer más eficiente los procesos de impresión, de manera que nuestros clientes tengan una mejor eficiencia de costos también”, explica Edgardo Dünner del Grupo Hagraf.

Por su parte, Antalis observa mayores oportunidades en sectores como packaging, la impresión de etiquetas y la comunicación visual y productos amigables con el medioambiente. “Estas oportunidades también se incrementan para las empresas que logren visualizar las reales necesidades de sus clientes y sepan conocer mejor su negocio, con el fin de ofrecer productos acorde a esas necesidades y lograr convertirse en asesores gráficos”, agrega Freddy Keutel, country manager Antalis Chile.



PRINT
STGO2020
TODO SE IMPRIME

“La comunicación y la transparencia de la información hoy están por todos lados. Y eso es algo que nunca debemos dejar de lado”, Juan Carlos González, director de Asimpres y presidente de Romipack.

Con el Foro de la Industria Gráfica, Packaging y Comunicaciones se da inicio a las actividades de la Feria Print Stgo 2020

Durante la instancia, que reunió a los principales referentes del mundo gráfico, publicitario, packaging y de la industria de las comunicaciones, se discutieron temas como la importancia del trabajo colaborativo y la necesidad de construir una sociedad más justa desde empresas y marcas, especialmente en el contexto de la crisis social.

En esta primera actividad de Print Stgo 2020, Foro de la Industria Gráfica, Packaging y Comunicaciones, realizado el miércoles 15 de enero en Espacio Riesco, se reunieron Marcela Lahosa, presidenta de Industriales Gráficos AG, Asimpres; el presidente de la Asociación Nacional de Avisadores, ANDA, Fernando Mora; el presidente de ChileDiseño, Roberto Concha; el presidente de la Asociación Nacional de la Prensa, ANP, Juan Jaime Díaz; el presidente de la Asociación Chilena de Publicidad, ACHAP, Cristián Frederick y el director de Industriales Gráficos, Asimpres, y presidente de Romipack, Juan Carlos González.

Con la actividad, patrocinada por Canon, Colorpack, Dipisa, Davis Graphics, y Ferrostaal, se dio el vamos a la sexta versión de Print Santiago, la feria más importante a nivel nacional y regional de la industria gráfica y del packaging, que se llevará a cabo entre el 6 y el 8 de octubre próximo. El panel estuvo moderado por Verónica Alfaro, periodista de Contraseña Magazine, quien realizó preguntas a los participantes y les transmitió las inquietudes del público asistente.



“Creo que en algún momento se va a reevaluar el rol de los medios tradicionales para construir confianza”, Fernando Mora, presidente de ANDA.

La construcción de las marcas en el nuevo escenario

“Hoy somos actores de una historia que es totalmente distinta. Nuestro relato histórico cambió, y cómo se desarrolle va a depender de nosotros”, señaló al inicio del encuentro Marcela Lahosa, presidenta de Asimpres. Para Cristián Frederick, presidente de ACHAP, la clave pasa por cómo volver a darle sentido a las marcas y a la comunicación. En tal sentido, lo esencial es la empatía en la comunicación creativa con las personas. “Debemos estar más preocupados de la sensibilidad de lo que pasa hoy en día, para que los mensajes no provoquen malos entendidos”, agregó.

En tanto, Fernando Mora, presidente de ANDA, señaló que el consumi-

“El diálogo es lo que va a definir el cambio a futuro”, señaló Marcela Lahosa, presidenta de Asimpres.

dor ciudadano ya no va a exigir a las empresas y marcas solamente los beneficios directos que entregan los productos y servicios. “Hoy en día el consumidor ciudadano te exige más profesionalismo, tener una posición ética y una mirada respecto a ciertos temas”, agregó Juan Jaime Díaz, presidente de la Asociación Nacional de la Prensa (ANP).

Roberto Concha, presidente de ChileDiseño, apuntó a la responsabilidad de las industrias de velar por la verdad: “La verdadera responsabilidad es interpretar de la mejor forma

“Los medios impresos somos los grandes generadores de contenido, y los que no lo han entendido así son los que han ido fracasando. Hoy ese contenido tenemos que llevarlo de la forma en que el consumidor lo necesita, y eso es multiplataforma”, Cristián Frederick, presidente de ACHAP.



“Decir nada también es un pecado”, Roberto Concha, presidente de ChileDiseño, respecto a la construcción de marca.



posible a las personas, porque la desconexión ha sido brutal y todos hemos sido cómplices”, sentenció.

En tanto, Juan Carlos González, director de Asimpres y presidente de Romipack indicó que el rol que deben tener las empresas va más allá de producir y vender algún bien o servicio. “Los negocios tienen que ser responsables, y cuando no lo son, terminan en colusión y problemas de precios. La sociedad sufre mucho”, indicó Juan Carlos González, director de Asimpres y presidente de Romipack.

El rol de los impresos en la recuperación de la confianza

La jornada también fue una instancia para discutir el valor que han vuelto a cobrar los medios convencionales y particularmente el impreso. “Tenemos que redescubrir los medios tradicionales a la luz de lo que ha pasado. Es indudable que lo digital se ha llevado la atención

del avisador, pero en esta vorágine hay que empezar a mirar el rol que tiene cada medio”, señaló Fernando Mora, y agregó que “hoy los millenials se sienten más informados en las redes sociales, y ahí hay muchas noticias falsas. La fuente original más fidedigna es probablemente la de los medios tradicionales.

En una línea similar, Juan Jaime Díaz resaltó la necesidad de resguardar la libertad de expresión y tener cuidado con la información falsa. “La gran cantidad de fake news ha producido un temor enorme en la audiencia, pero también un acercamiento a los medios tradicionales, lo que nos hace tener una responsabilidad aun mayor”.

Al finalizar el evento, Marcela Lahosa recaló la importancia de la colaboración en el clima social actual. “Ésta no es una situación solamente del individuo, de la empresa o del gremio. Es más complejo, y en ese contexto tenemos la obligación de compartir con otros y entender que somos parte de una cadena de valor”, sentenció.



“Hoy en día el consumidor ciudadano te exige más profesionalismo, tener una posición ética y una mirada respecto a ciertos temas”, Juan Jaime Díaz, presidente de la ANP.

CAROLINA UNDURRAGA, DIRECTORA NACIONAL DE SERCOTEC:

“Queremos ser una institución que ayude a las personas a concretar sus ideas”

En conversación con Impresiones, la directora nacional del servicio hace una evaluación del panorama para las pequeñas y medianas empresas en el escenario de la crisis social y entrega una proyección para el año que comienza. Además, comparte claves para postular a los fondos que ofrece la entidad, y otras instancias de ayuda para un sector que representa el 50% del empleo nacional.

El 24 de octubre, 6 días después del inicio de la crisis social, el Servicio de Cooperación Técnica (Sercotec), encargado de mejorar las oportunidades de emprendedores y empresas de menor tamaño, puso en marcha un catastro que duró hasta el final de ese mes. Según cuenta Carolina Undurraga, directora nacional de la entidad, este proceso benefició a más de 2 mil emprendimientos con cerca de 3 mil millones de pesos en la primera etapa del plan de emergencia, mientras que para el segundo serán cerca de 5 mil millones. Esto, sumado a los fondos que cada año Sercotec dispone para las pymes, es una de las tantas acciones que se han propuesto llevar a cabo en vista del escenario actual. “Hemos recorrido las calles sin descanso, conversado con emprendedores y locatarios de pymes que me han manifestado su desesperación por haber sido saqueados, tener bajas en sus ventas y su mayor dolor es haber tenido que despedir a sus trabajadores”, cuenta Undurraga. “Sercotec ha volcado sus prioridades en apoyar a aquellas pymes víctimas de estos más de 80 días y nos hemos comprometido en entregar un impulso y acompañarlos en esta reactivación”, agrega.



Reactívale con Sercotec

En esta línea, y tras un mandato del ministerio de Economía, Fomento y Turismo -del cual depende la entidad- Sercotec lanzó a fines de enero el nuevo programa “Reactívale con Sercotec”, cuyo objetivo es ayudar a las pymes que se han visto afectadas tras la contingencia social, y que contempla 40 mil millones de pesos destinados a entregar las herramientas necesarias a aquellas micro y pequeñas empresas con ventas inferiores a 10.000 UF al año y que han visto mermadas sus ventas o capital de trabajo.



Claves para postular a los programas de financiamiento

Además, en su constante labor de apoyo a las pymes, Sercotec ha puesto a disposición una serie de programas de financiamiento en diferentes áreas de interés para quienes emprenden. Se trata de Capital Semilla, Capital Abeja Emprende, Crece y Fondo de Fortalecimiento Gremial y Asociativo, los que financian diversos aspectos del negocio, como insumos y capital de trabajo, y que pueden llegar hasta los 6 millones de pesos.

Para Undurraga, una de las claves que los emprendedores deben considerar al momento de postular a alguna de estas instancias, es destacar su empresa y mostrar los aspectos que son positivos y diferenciadores. “Creo que también es importante identificar a dónde quieren llegar como empresa y cómo se encuentran en la actualidad. Esas simples preguntas también les ayudan a saber qué fondo necesitan en función de sus proyecciones y perder tiempo. Y por lo mismo, antes de postular, siempre es bueno leer las bases, los requisitos y tiempos”, cuenta.



Alternativas para recibir apoyo: Centros de Negocios

Aun cuando los postulantes no se adjudiquen los fondos, existen alternativas para recibir apoyo sostenido. Ejemplos de esto son los puntos MIPE, donde los emprendedores pueden despejar sus primeras dudas, y la web: www.sercotec.cl, donde pueden ver qué programas se encuentran disponibles según sus requerimientos. Aun así, la alternativa principal para quienes no hayan sido seleccionados son los 52 Centros de Negocios a lo largo de todo

el país de los que dispone Sercotec, donde los postulantes pueden recibir asesoramiento y herramientas de preparación para la postulación.

“Estos centros se han convertido en el pilar fundamental para el emprendimiento y para las pequeñas y medianas empresas. Es un lugar donde las pymes y emprendedores, hombres y mujeres, reciben asesoría técnica, individual y sin costo, a través de asesores-mentores”, cuenta Undurraga. Este programa ya se encuentra en su quinto año de funcionamiento, y se espera que el 30% de los asesorados genere un impacto económico en sus nego-

Las proyecciones para 2020

En vista de la situación del país y el comienzo de un nuevo año, Undurraga es enfática en las metas para este nuevo periodo. “Nuestra proyección es seguir creciendo y llegando a rincones de Chile donde aún no llegan nuestros servicios. Queremos ser una institución que ayude a las personas a concretar sus ideas y que los emprendedores puedan crecer aún más”. Para eso, dice, han fortalecido sus centros de negocios, y facilitado la postulación a sus diferentes programas, además de buscar propuestas que se ajusten a las necesidades actuales.

“El año que recién concluyó para nosotros fue un llamado a trazar las oportunidades que brindamos con aún más diligencia y pertinencia acorde a las necesidades de los emprendedores de Chile, que se han visto afectados por una contingencia que impactó en sus ventas, proyecciones y la forma que trabajaban. Pero como Sercotec tenemos la confianza que las pymes se activarán y, si bien, ha sido lento el proceso, vemos día a día que eso está sucediendo y que sus ventas están subiendo”, sentencia Undurraga.

Sercotec cuenta con 52 Centros de Negocios a lo largo de todo el país, donde los postulantes pueden recibir asesoramiento y herramientas de preparación para la postulación.



La Escuela de la Industria Gráfica organizó capacitación para prevención de violencia contra la mujer

La actividad se realizó los días 9, 10 y 11 de diciembre y contó con la participación de 55 funcionarios del recinto educacional.

El Departamento de Orientación de la Escuela de la Industria Gráfica organizó la capacitación “Formación de agentes preventivos en prevención de violencias contra las mujeres”, en la que participaron docentes, paradoscentes, auxiliares y personal administrativo de la Escuela. “Nos hacemos parte de la formación de nuestros estudiantes y también la cultura de respeto y equidad al interior de la Escuela”, explicó Liliana Álvarez, orientadora del establecimiento educacional.

La actividad se realizó en alianza con el Centro de la Mujer y Equidad de Género de la Municipalidad de Pedro Aguirre Cerda y tuvo como finalidad sensibilizar y prevenir la violencia hacia las mujeres, entregando conocimientos y estrategias para abordar dicha problemática.

Jornadas de reflexión

La primera exposición estuvo a cargo de Karen Rivera del programa Prevención de la Municipalidad, donde se reflexionó sobre las manifestaciones de violencia contra las mujeres. Se enfatizó en que dicha violencia no se limita a una cultura,

La actividad se realizó en alianza con el Centro de la Mujer y Equidad de Género de la Municipalidad de Pedro Aguirre Cerda.

ni a grupos específicos ni está solo circunscrita a la violencia de pareja y la intrafamiliar. La segunda sesión fue conducida por Francisco Álvarez Bello, psicólogo del Centro de la Mujer y tuvo como objetivo profundizar en elementos y aspectos que contribuyen a la acogida, detección y derivación de casos de violencia contra la mujer. Finalmente, en la tercera jornada, Johanna Barria Ruiz, abogada del Centro de la Mujer abordó el manejo de temas básicos de acceso a la justicia y aspectos relacionados con procedimientos judiciales, los que permiten entregar orientación a las personas de la comunidad.

Certificación

Al finalizar la capacitación, los asistentes pudieron obtener una certificación. Para ello, elaboraron una serie de intervenciones en el espacio público, que daban cuenta de la situación de violencia contra la mujer. Se realizaron muestras de fotografías, se exhibieron frases, diarios murales y se realizó una intervención utilizando zapatos, lo que daba cuenta de los feminicidios y otros abusos.

QUÉ FUE DE...



Jorge Díaz, operador de máquinas en la empresa AMF Etiquetas:

“CAMBIARME A LO DIGITAL Y ESPECIALIZARME EN UNA MÁQUINA DE ETIQUETADO AUTOADHESIVO FUE LA MEJOR DECISIÓN QUE TOMÉ”

Jorge Díaz (38) cuenta que llegó a AMF Etiquetas hace 22 años cuando la empresa se llamaba Multi-gráfica. Cursaba tercero medio en la Escuela de la Industria Gráfica (ex Escuela de Artes Gráficas) y ese año tenía que comenzar su educación dual, un programa de formación práctica que realizan los alumnos en empresas gráficas. “Llegué por el azar. Junto a otro compañero postulamos a otra empresa y a última hora en ese lugar no nos recibieron. Entonces el profesor encargado nos ubicó aquí. Tal vez si me hubiesen recibido en la otra imprenta no llevaría tantos años aquí”, cuenta Díaz, cuyo trabajo actual es operar la prensa digital de etiquetas HP Indigo WS6800, la más moderna de la empresa.

Su primer trabajo en la empresa fue como ayudante volante, cargo que consiste en rotar por todas las prensas supervisando los requerimientos, por ejemplo cargar papel o poner tinta. Luego pasó a ser ayudante de un maestro en una máquina en particular y con el tiempo comenzó a reemplazar a ese maestro. “Cuando quisieron hacer un tercer turno me consideraron a mí”, comenta.

LA LLEGADA DEL AUTOADHESIVO

La decisión de la empresa de hacer un cambio tecnológico hacia lo digital e innovar con el etiquetado autoadhesivo fue un desafío importante para su carrera. “Como yo era el más joven de los operadores me dijeron que tenía más cabeza para aprender algo nuevo”, comenta Jorge, quien hace 16 años se transformó en el primer trabajador de la empresa en certificarse en el uso de ese tipo de máquinas.

Hace 16 años, Jorge Díaz fue el primer trabajador de AMF Etiquetas en certificarse en el uso de la prensa HP Indigo para impresión de etiquetas autoadhesivas.

Pero el aprendizaje fue difícil: “No me funcionaban bien las cosas, los técnicos no me daban soluciones, porque estaban aprendiendo también. Entonces yo estaba estresado, quería volver a mi máquina de antes”. Cuenta que, ante sus frustraciones, habló con el dueño de la empresa quien le aconsejó tener una visión futurista, porque los otros tipos de máquina iban a quedar atrás. “Cambiar a lo digital y especializarme en una máquina de etiquetado autoadhesivo fue la mejor decisión que tomé”, reconoce. Con el pasar de los años ha enseñado a muchos trabajadores cómo usar la máquina.

“Me gusta la imprenta porque no es un trabajo en el que todos los días haces lo mismo. Trabajas con diseñadores, los puedes ayudar y guiar. Me gusta dar soluciones”, explica Díaz, quien agradece a su recientemente fallecido padre por todos los logros de su carrera laboral. En 2019 aceptó un nuevo desafío: ser el secretario del sindicato de la empresa.



DIPLOMADO

GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA INDUSTRIA GRÁFICA

El programa está dirigido a un amplio espectro de personal que tiene directa o indirecta relación con el proceso productivo gráfico y su calidad.

MÓDULO 01

Estandarización en los procesos de la reproducción del color.

33 hrs

MÓDULO 02

Gestión del color en la industria gráfica.

33 hrs

MÓDULO 03

Gestión del sistema de calidad en la industria gráfica.

30 hrs

MÓDULO 04

Coaching y liderazgo en la empresa.

12 hrs

INSCRIPCIONES HASTA EL 30 DE MARZO 2020

- 100% financiamiento sence-SIN COSTO EMPRESA
- Código sence 1237988213





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

Contacto v.godia@educagrafica.cl / +56229049558 / +56996504365

Empresas gráficas se preparan para la tercera etapa del Acuerdo de Producción Limpia

En la Escuela de la Industria Gráfica se realizó un taller de capacitación que dio inicio a las actividades de la tercera etapa del segundo Acuerdo de Producción Limpia (APL2) en el que participarán 37 empresas del sector gráfico. Esta etapa final busca que las empresas obtengan una certificación con un sello de producción limpia entregado por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC).

El taller, realizado el pasado 4 de diciembre, estuvo a cargo de Sara Contreras, consultora ambiental de CyV Medioambiente y contó con la presencia de las empresas socias que serán auditadas para op-

tar a la certificación de Producción Limpia. “Lo que se va a auditar en esta etapa es lo que las empresas implementaron en todo el APL. Nosotros hicimos un seguimiento bastante cercano para ir viendo cómo iban avanzando”, explicó Sara Contreras.

En términos generales, el taller abordó los lineamientos sobre

Durante el mes de enero se auditaron a las 37 empresas gráficas participantes y están en proceso de completar su evaluación con 100% de cumplimiento.

cómo se realizarán las auditorías a cada una de esas empresas y las planificaciones de los temas a evaluar, así como también el cronograma para visitarlas.

CERTIFICACIÓN

Para obtener la certificación, las empresas deberán someterse a una evaluación que es ejecutada por un auditor externo que forma parte de un registro de auditores de la ASCC. Los informes de las auditorías darán cuenta del cumplimiento individual de cada empresa, pero también aportará información sobre el cumplimiento global para el estudio de impactos del sector.

La industria gráfica presentó el segundo Acuerdo de Producción Limpia (APL2) en 2016 y se implementó entre fines de 2017 y junio de 2019, logrando avances en la reducción de compuestos volátiles, eficiencia energética, manejo y valorización de residuos y aumento de uso de papel certificado, entre otros.



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

JIMENA TOLEDO, EXPERTA EN NORMA BRC PACKAGING V6: “ES IMPORTANTE QUE LAS EMPRESAS SIGAN INVIRTIENDO EN ADOPTARLA”

La profesional cuenta a Impresiones su experiencia implementando la norma y cómo ve el panorama de la industria gráfica nacional al respecto.



La norma BRC Global Standard for Packaging and Packaging Materials es el primer estándar en ser reconocido por el Global Food Safety Initiative (GFSI).

Ingeniera Civil Química de la Universidad Federico Santa María, Jimena Toledo, con más de veinte años en el rubro gráfico, es una de las pocas expertas en Chile en la norma BRC Global Standard for Packaging and Packaging Materials, el primer estándar en ser reconocido por el Global Food Safety Initiative (GFSI). Esta norma para envases y materiales de envasado es considerada actualmente el marco de referencia para garantizar la seguridad, la legalidad y la calidad de los envases y el material de envasado empleados, tanto en la industria alimentaria, como en la industria farmacéutica y cosmética. “Cubre un espectro mucho más amplio que el de la norma ISO 9001”, señala Toledo.

Jimena Toledo escuchó hablar de esta normativa recién hace cuatro años, y decidió hacer un curso para capacitarse en su uso (en TÜV), en ese entonces en su quinta versión. “La norma BRC Packaging v6 cada vez está siendo más requerida por las empresas que exportan frutas, etiquetas para alimentos y otros”, explica. Entre las empresas para las que trabaja se encuentran Romi-

pack, TÜV Rheiland, Innoprint, Sociedad Comercial y de Inversiones Mediterráneo SPA, Grafika Marmor, y Preuniversitario Pedro de Valdivia, asesorando en temas de Gestión de Calidad, normas ISO y BRC.

LA RELEVANCIA DE LA NORMA Y SU PANORAMA EN CHILE

Para la asesora externa, se han hecho cambios importantes en la sexta versión de la norma BRC. “En esta nueva versión hay más exigencias, más documentación y registros, lo que significa que vas a tener tus procesos más controlados”, cuenta. Aunque estima que cerca del 1% de las empresas en Chile están trabajando para adoptar esta norma, y que “se está avanzando lento”, asegura que el beneficio es que “te hace ser más competitivo”. “Los clientes son cada vez más exigentes, y ya no es suficiente con una norma ISO 9001; requieren que los produc-

tos lleguen seguros y que sean confiables”, señala.

¿CÓMO ADOPTAR LA NORMA?

Las compañías que quieran implementar la norma, primero deben adquirir el documento de manera gratuita desde el sitio web de BRCGS, para luego determinar si contratarán un asesor externo (contactar a jimena.toledocumplido@gmail.com) o si lo harán con sus propios empleados capacitados. En ambos casos se deben determinar los plazos y recursos necesarios para abarcar la implementación de todos los puntos de la norma. “Cuando haya un avance de alrededor del 70% del proyecto, se debe determinar cuál será la empresa certificadora elegida para pedir fecha con anticipación”, dice Toledo. “Una vez obtenida la certificación, las empresas deben enfocarse en mantenerla”, agrega.

En América de Sur hay sitios certificados en 1,5%, en cambio en Europa hay un 65,4%, América del Norte 7,6%, Asia 22,1%, Oceanía 0,3% y África 3,1% (Información de Junio 2019 de BRCGS). “En mi opinión, creo que los números en América del Sur, y sobre todo en Chile, aumentarán. Las empresas quieren ser más eficientes, competitivas y lograr mayores exportaciones, además de ser reconocidas en el mercado con la calidad de sus productos”, cuenta Jimena Toledo.

Canon

DESCUBRE EL NUEVO POTENCIAL DE

IMPRESIÓN

CALIDAD DE IMAGEN



Colores brillantes y uniformes para cubrir las necesidades de los entornos de producción

VERSATILIDAD



Permite una mayor variedad de sustratos hasta 350 grs.

FIABILIDAD



Continuidad operativa acorde a las necesidades del cliente

PRODUCTIVIDAD



Flujos de trabajo eficientes para sacar el máximo provecho de su prensa.



Canon anuncia la nueva serie de prensas digitales imagePRESS C910, para entornos de impresión por demanda que necesiten producir, de forma rentable, una amplia variedad de aplicaciones con alta calidad.

Para demostraciones de esta nueva tecnología:

Ailig Olivares | aolivaresquintero@canon.cl | Escuela de Artes Gráficas, Sala Canon, Florencia 1444, comuna San Miguel.



800 470 855

canon.cl/

ALIANZA INDUSTRIA GRÁFICA Y ACADEMIA:

Segunda reunión de la Industria Gráfica con las escuelas de diseño para planificar futuras líneas de acción

En diciembre pasado se desarrolló un segundo encuentro de colaboración entre la academia y el sector gráfico invitados por el equipo organizador: Asimpres, Antalis y el diseñador profesor Osvaldo Zorzano, con académicos de las Escuelas de Diseño, empresas gráficas, representantes de Enedi 2019 y miembros de Chile Diseño.

El Campus Lo Contador de Universidad Católica fue el lugar escogido para realizar el segundo encuentro entre académicos de 10 Escuelas de Diseño del país y los actores de la industria, impresores, empresas de packaging y proveedores de insumos. El objetivo de la reunión, fue avanzar en un diagnóstico común y acordar líneas concretas de acción de cara al año 2020.



Por parte de Asimpres estuvo presente Marcela Lahosa, presidenta y María Eugenia Mingo, gerente general. “El espacio de colaboración es importante, porque además es un espacio de compartir conocimiento, donde diseñadores e imprenta son aliados”, explicó Marcela Lahosa. También acudieron al encuentro las empresas gráficas, A-Impresores, Siegwark y Procolor. Por parte de los estudiantes, participaron los organizadores de ENEDI 2019 (Encuentro Nacional de Escuelas de Diseño) y Chile Diseño, la Asociación Gremial de Empresas de Diseño de Chile. Entre las universidades e institutos asistentes estuvieron presentes la Universidad del Desarrollo, INACAP, DUOC UC, Universidad Diego Portales, AIEP, Universidad Católica, Uniacc y Universidad Santo Tomás.

DIAGNÓSTICO COMÚN

En términos generales, se planteó la necesidad de considerar los cambios del mercado de la impresión tales como la irrupción de las tecnologías limpias y los sustratos certificados. Respecto a la formación, se puso sobre la mesa la brecha que existe entre la falta de formación en sustentabilidad de los actuales diseñadores y los conocimientos actuales de la industria gráfica, con notables avances en sustentabilidad de procesos, sustratos y procedimientos. De manera más específica se abordaron las características de las nuevas generaciones de diseñadores. Los asistentes coincidieron en que para los más jóvenes es un elemento básico desarrollar un trabajo colaborativo más que competitivo, y junto con esto, generar redes.



LÍNEAS DE ACCIÓN

La reunión finalizó con la propuesta de tres líneas de acción para desarrollar. Una primera propuesta es sistematizar el conocimiento proveniente de profesores de todos los centros educacionales del país, mientras que la segunda idea es transferir esos conocimientos, generar acceso a la información y redes de colaboración, donde las instituciones de educación superior e instancias tales como congresos o clases magistrales. Por último, como tercera actividad se propuso la realización de un seminario de lanzamiento.

La instancia convocada por Asimpres, Antalis y Osvaldo Zorzano congregó a directivos y académicos de las Escuelas de Diseño, imprentas, proveedores de insumos y representantes de Chile Diseño.

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

cotrans

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

PRINT
STGO2020
TODO SE IMPRIME

**6ª FERIA INTERNACIONAL
DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
Y DEL PACKAGING**

OCTUBRE
6,7Y82020

**Print
Santiago:
Impresión
en todas
sus formas**

La sexta edición de Print Santiago se llevará a cabo entre el 6 y 8 de octubre de este año en Espacio Riesco. La feria más importante de la industria gráfica del país y de la región espera alrededor de 6.000 profesionales del sector de la industria, según cuenta Gonzalo Lira, gerente de Desarrollo Ferial del recinto ubicado en Quilicura. Bajo el slogan de “Todo se imprime”, el evento promete mostrar lo más nuevo en tendencias e innovaciones tecnológicas de equipamientos e insumos para la impresión en todas sus manifestaciones.

“La feria va más allá del papel, la impresión está realmente en todos los niveles de producción, y eso queremos demostrarlo con distintas áreas: sustentabilidad, arquitectura e interiorismo, innovación, y también con un programa de charlas y seminarios en esta línea sustentable”, cuenta Lira. “Esperamos que el público responda de buena forma y pueda ver todo lo que está pasando en el mercado”, agrega.

En tanto, Juan Pablo Figueroa, director de Revista Contraseña, hace hincapié en la impor-

tancia de realizar este evento especialmente en el contexto actual de reducción de las jornadas laborales. “Creemos que hoy más que nunca la tecnología es una solución y una configuración necesaria. La impresión digital, particularmente en ese contexto, viene a asegurar continuidad operativa y gestión de flujo de trabajo permanente una menor intervención del recurso humano. Por eso, esta automatización hace que Print Santiago 2020 sea una vitrina atractiva para un nuevo cambio de modelo”, señala.

Alianza entre Universidad de Concepción y CMPC para innovar hacia la empresa del futuro

Con motivo de la celebración de un siglo de vida, la empresa forestal CMPC, una de las más importantes compañías de productos tissue y packaging del mundo, y la Universidad de Concepción, también a punto de cumplir 100 años como la primera casa de estudios de regiones en el país, firmaron un convenio que involucra trabajo e investigación en áreas del futuro, talento, emprendimiento e innovación, así como cultura y desarrollo social.

En concreto, el acuerdo oficializado el pasado 27 de diciembre contempla la creación de un espacio de colaboración, innovación y emprendimiento en las dependencias de la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad, y será gestionado por IncubaUdeC y la Gerencia de Innovación de CMPC. Entre los temas que serán investigados, y que apuntan al futuro, se encuentran aplicaciones de Big Data, Data Analytics, automatización, robótica, e inteligencia artificial, además de la bioeconomía y el crecimiento sustentable. La alianza, además, apunta a unir emprendimientos, ideas, y startups que puedan surgir desde la universidad.

