

EDICIÓN N° 145 | ASIMPRES

Impresiones

Del Mundo Gráfico



Seminario Alianza
Gremio Academia

El inédito encuentro que reúne a la industria gráfica y la academia

**Las proyecciones de
la nueva directiva
de Asimpres**

Entrevistas: Salesianos
Impresores, Donnebaum, Ferrostaal
Graphics y más



Evitar el uso del papel, no significa ser ecológico

La idea del cambio del papel por lo digital como una iniciativa más ecológica y que ayuda a salvar árboles, ignora el hecho de la creciente huella ambiental de los equipos electrónicos y las características sostenibles exclusivas de la comunicación impresa en papel:



El papel es uno de los materiales más reciclados del mundo y alrededor del 85% de su matriz energética, proviene de fuentes renovables.



El 63% de los consumidores brasileños está de acuerdo de que es más agradable leer un libro impreso, el 49% considera que las revistas impresas son más agradables, y el 39% prefiere los periódicos impresos.

La organización Two Sides con su campaña “I love paper”, busca dar a conocer las ventajas de los empaques basados en papel por su sustentabilidad, a través de diferentes datos que muestran el impacto positivo que tiene este material para el cuidado del planeta.



Miembros de:



REVISTA IMPRESIONES es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos A.G. ASIMPRES
comunicaciones@asimpres.cl | www.asimpres.cl
Comité editorial: Marcela Lahosa, Rodrigo León, Héctor Rojas, Nelson Cannoni, María Eugenia Mingo
PRODUCCIÓN EDITORIAL NÚMERO 145 - Año 1



Coordinación editorial: Natalia Ramos, Consuelo Salamia | Edición: Valentina Barahona
Periodistas: Paulina Orellana, América Palma | Dirección de arte y diseño: Fiorella Cipolli

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.



Empresa nacional innova en papel con cobre antibacterial y viral

Copperportek, empresa que patentó el uso de micropartículas de cobre para uso antimicrobiano en superficies, hoy trabaja en la aplicación del aditivo en el papel. Actualmente se encuentran en estudio muestras de papel y cartón en Estados Unidos para saber la eficiencia contra el Coronavirus y H1N1, pero ya hay estudios comprobados de la eficacia del barniz en papel en un 99,9% contra bacterias como el staphylococcus aureus y escherichia coli.

Raúl Molina, cofundador y gerente comercial de Copperprotek, explica que **este barniz, está compuesto con micropartículas de cobre, el cual contiene diferentes estados del oligoelemento lo que permite poder modificarlo para distintas condiciones del producto, alta o baja disociación, Ph y temperatura.** La aplicación tiene un bajo costo y, a juicio de Molina, agrega un valor con gran potencial para la industria nacional.



Nosotros estamos abiertos a nuevos desarrollos, somos expertos en cobre y felices podemos colaborar con la industria gráfica. Hemos tenido demanda de empresas de Delivery y también de fabricantes de bolsas y empaques de papel y cartón.

Más información en:
<https://copperprotek.com/>

Innovación antimicrobiana aplicada al packaging

Desarrollado por el fabricante de tintas de impresión alemán Epple Druckfarben AG, el barniz de impresión de base acuosa “Finishfit Microbe Protect 2400” puede aplicarse en la flexografía y en off set, como también en diversos sustratos de papel. José Mosre, technical sales director de Doneck Sudamérica, empresa distribuidora de este barniz en el país, explica que puede ser una efectiva solución antiviral y microbiana que suma valor al rubro del packaging, gracias a su mecanismo de liberación de iones de plata de carga positiva, que reducen bacterias y virus en un 99,9% en superficie, protección que tiene una prolongada durabilidad y que funciona 24/7.

Más información en:
<https://www.doneck.com/es>



Hemos tenido demanda de algunos clientes nacionales, ligados al rubro de la exportación, por lo que hemos pedido un stock a Chile. En Europa, este barniz se está vendiendo bastante y se mantienen los altos volúmenes de pedido en Alemania, Francia y España.

RODRIGO LEÓN,
PRESIDENTE DE ASIMPRES:

Seguiremos trabajando para visualizar la importancia de la industria gráfica para la economía y actividad del país

Impulsar un rol más activo del gremio y aprovechar las oportunidades que se han revelado durante la pandemia, son los puntos centrales que Rodrigo León, presidente de Asimpres tiene como objetivos a lograr en su periodo y cuenta en detalle en esta entrevista.

El “cambio radical en los mercados y en los hábitos de consumo, producto de la explosión social y de la pandemia,” explica Rodrigo León, presidente de Asimpres, ha impactado a la industria gráfica como a tantos otros sectores de la economía local y global. Según su experiencia -en su rol de vicepresidente en la directiva anterior del gremio y en su gestión como director de Colorpack Impresores-, lo vivido durante este periodo viene a confirmar tendencias y adelantar cambios profundos en todo el ecosistema que está relacionado con la comunicación gráfica.

“El e-commerce ha establecido nuevas formas de adquirir bienes y servicios, adaptándose a las exigencias legales sanitarias, que han sido asimiladas favorablemente por los consumidores. Otro desafío para el sector gráfico es la sensibilidad gubernamental, empresarial y ciudadana, por el efectivo cuidado del medio ambiente, privilegiando las marcas, servicios y productos que certifiquen el uso de materias primas biodegradables y compostables”, ejemplifica.

Rol del gremio frente a la pandemia

Uno de los principales objetivos de su plan como presidente del gremio es demostrar la importancia y el rol estratégico que ha tenido la comunicación gráfica en circunstancias de emergencias como las vividas bajo esta pandemia, demostrando a la vez, un rol activo y de apoyo a labores de salud pública, de reactivación económica para sectores de servicio y producción, como también en actividades de logística y emprendimiento de las PYME.



“La idea es seguir trabajando para visualizar la importancia de la industria gráfica para la economía y actividad del país y esto se logra consolidando la posición de Asimpres como una entidad gremial moderna e innovadora que representa a un sector productivo estratégico y que ha redoblado sus esfuerzos para aportar al crecimiento y fortalecimiento de la economía nacional. Necesitamos fortalecer nuestro sector, ir en ayuda de los empresarios y subsectores de la industria gráfica que más han padecido y así, entre todos los actores

A su juicio, Asimpres ha demostrado una “rápida respuesta y adaptabilidad a los cambios”, respondiendo con iniciativas para activar la industria. Un ejemplo fue la realización del primer “Cyber Print & Pack”, como también las encuestas regulares que realiza para conocer las prioridades del sector, el impulso a la capacitación, los encuentros entre profesionales del área para ver materias de financiamiento y asesoría legal, entre otros aportes a sus asociados y al conjunto de la industria.

aportar visiones y recursos para salir adelante”, señala. En esta dinámica, se agregan desafíos que vayan en línea con las políticas públicas, que actualmente, por ejemplo, promueven la diversificación de la matriz exportadora, donde

la industria gráfica podría ser un actor relevante. “Los diferentes gobiernos se han orientado a promover las exportaciones de productos no tradicionales. Debiéramos apoyar este desafío participando con nuevos elementos a los productos exportados, tales como información gráfica, packaging primario y secundario, rotulación, etiquetado, manuales, folletos informativos, todo tipo de difusión que fomente las exportaciones actuales, como así también, promover el sustituir productos importados por producción nacional, cada vez más en línea con estándares internacionales”, señala León.

Proyecciones de la industria a futuro

Un llamado a mantener “una integración efectiva de los socios y de la industria gráfica, compartiendo experiencias, dificultades y resolviendo temas de interés común” es la invitación que el presidente de Asimpres hace a sus socios, como también a fortalecer el capital humano.

“La industria requiere de trabajadores más capacitados ante los cambios tecnológicos y las empresas deben ser conscientes de la importancia que tiene la formación del equipo humano para afrontar estas innovaciones. Mi mensaje para todos es tener una mirada optimista hacia el futuro. Hay que continuar con el desafío de la innovación y analizar en cada caso el “core business” del negocio, para poder enmendar, innovar, desarrollar productos y satisfacer las necesidades emergentes”, concluye.

“

Necesitamos fortalecer nuestro sector e ir en ayuda de los subsectores de la industria gráfica que más han padecido.

DIRECTORIO DE ASIMPRES PROYECTA LOS **OBJETIVOS** **PARA EL GREMIO**

Énfasis en la innovación, colaboración y uso de las nuevas tecnologías son algunos de los temas que destacan los nuevos directores de Asimpres ante la pregunta **¿cuál es el principal aporte que desea realizar como parte del directorio de la asociación?**



Debido a mi experiencia en otros sectores, **busco aportar con una mirada diferente sobre la viabilidad de la industria bajo un punto de vista de reinversión del negocio**, más que de una visión gremial de mantener el status quo.

Juan Pablo Andreani

La Selecta Envases



Hacer de la asociación un ente que sea un aporte considerable a los asociados. Dar ideas para participar en el desarrollo de proyectos que refuercen esta idea y que el gremio busque solucionar problemas que las imprentas puedan tener, como consultoría técnica, recursos laborales, obtención de certificados clave e información de alternativas de financiamiento e inversión, entre otros.

Juan Carlos Urruticoechea

SCM Mediterráneo



Puedo aportar el sello femenino dentro de la industria y transmitir la pasión que siento por este trabajo a las nuevas generaciones. En estos tiempos es fundamental trabajar en conjunto para lograr objetivos comunes y es importante conocer de primera fuente dónde estamos ubicados en la industria gráfica.

Daniela Romero

Imprimarte



“

Ayudar al desarrollo de nuestra industria, buscando sinergias y acuerdos que potencien nuestra actividad. **Buscar establecer criterios de eficiencia que guíen la operación de nuestras empresas, y que sirvan de parámetro, para maximizar el desempeño de las diferentes áreas de nuestras compañías.**

José Patricio Castro

One Label

“

Creo que la industria gráfica debe y puede seguir agregando valor al país. AMF es una empresa que siempre se ha caracterizado por ser pionera en innovación y tecnología. Esa experiencia puede ser un aporte para este nuevo directorio. Son momentos de muchos cambios tecnológicos y esta industria no puede quedar fuera de ellos.

Rodrigo González

AMF Impresión Variable y Seguridad



“

Mi principal motivación es poder apoyar la labor del presidente, especialmente en los temas que me son más cercanos, como uso e introducción de tecnología, además de colaborar en dar a conocer y promover el uso de impresos y envases sustentables en nuestro país y fuera de él.

Juan Carlos González

Romipack



“

Los tiempos actuales requieren unión, encontrar sinergias y hacer los esfuerzos entre los empresarios para aumentar los asociados. **En un entorno tan competitivo, lo ideal, es wque nuestro equipo de directores pueda impulsar iniciativas para una mejor valoración de nuestros servicios y motivar la innovación,** además de profundizar en especialización por líneas de productos.

Ricardo Olave

Fyrma



“

Es importante estar juntos como asociación y continuar con la mentalidad colaborativa, ayudarnos para sacar adelante todas las empresas del rubro, no sentir que somos competencia entre imprentas. Compartir datos, hacer estudios y modernizándonos para que las nuevas generaciones tengan ganas de participar diseñando, creando y produciendo.

Nicolás Adriazola

Koala Box





Seminario Alianza
Gremio Academia

SAGA: El inédito encuentro en pro de la industria gráfica

El 4 de noviembre se realizó la primera jornada virtual de SAGA, el Seminario Alianza Gremio Academia que reunió a los principales representantes de la industria gráfica y el mundo académico con un solo objetivo: la colaboración entre ambos mundos en pro de fortalecer el sector productivo nacional.

Con un centenar de participantes conectados vía streaming a lo largo del país se dio inicio a SAGA, encuentro que reunió desde impresores, proveedores como también docentes, estudiantes y actores relevantes de la industria gráfica en una convocatoria inédita para el rubro.

El evento fue inaugurado con palabras del presidente de Asimpres, Rodrigo León, quien llamó a seguir trabajando en fortalecer la alianza academia e industria a través de esta iniciativa, que, por primera vez, busca establecer una ruta de trabajo colaborativo entre todas las áreas involucradas, para acortar las brechas de comunicación y fortalecer la producción e impresión gráfica a nivel nacional.



Mapeo de la producción gráfica

Con la realización de cuatro encuentros durante todo noviembre, SAGA estableció cuatro ejes de trabajo principales, que buscan lograr la creación de una biblioteca con material gráfico de consulta online, disponible para docentes y estudiantes, además de un muestrario físico, que contenga insumos, sistemas y procesos, para su uso en las bibliotecas de estudio de cada establecimiento. A estas metas, se suma desarrollar una guía de apoyo al aula, que haga vinculante la relación entre proveedores, productores y docentes, y la creación de una certificación que valide el dominio de quienes enseñen materias asociadas a la producción gráfica.

Cada uno de estos temas, fueron los tópicos que conformaron las cuatro mesas de trabajo en las cuales participaron docentes de universidades, institutos y centros de formación técnica relacionadas con el diseño y la producción gráfica, estudiantes de carreras asociadas al rubro y también impresores y proveedores del sector productivo.

La amplia convocatoria, en parte facilitada por la realización online de todas las jornadas de reunión, mantuvo activa la interacción entre los

participantes, muchos de ellos provenientes de regiones y donde pudieron compartir sus inquietudes y experiencias en cada uno de sus roles, y en lo que fue para varios, la primera instancia de encuentro entre industria y academia.

Realidad estudiantil y laboral en el proceso gráfico

Osvaldo Zorzano, académico de la Universidad de Chile y uno de los impulsores de esta iniciativa, señala que uno de los principales objetivos de SAGA es construir puentes de comunicación fluida entre los estudiantes con sus futuros proveedores y enfatiza sobre la importancia de seguir con estas instancias de encuentro, considerando el contexto social y laboral en constante cambio.

“Mi preocupación es que la idea de entender a los impresores como socios estratégicos, siga la lógica de la cultura y la producción, y que esa capacidad de asesorar a un cliente, los estudiantes sepan canalizarla y proponer soluciones realistas, posibles y ojalá sorprendentes”, señala.

Próximas coordinadas

SAGA arrancó el miércoles 4 de noviembre y continuó con sesiones de trabajo realizadas el 11 y 18 de noviembre que incluyeron la definición de metodologías, oportunidades y las prioridades concretas por cada eje anteriormente definido, para concluir en una sesión el 25 de noviembre, con la rendición del trabajo realizado por cada mesa y las próximas acciones a concretar.





Mesa Wiki Print & Pack



Creemos que es necesario acercar estos dos mundos, para unificar criterios, tener un vocabulario común y hacer disponibles los contenidos y nuevas tecnologías de manera colaborativa y democrática, además de construir una relación bidireccional en donde la academia pueda colaborar en la detección de tendencias, proyectos de investigación aplicada, y la industria abra sus puertas a pasantías, prácticas profesionales, visitas de estudiantes, asesorías, entre otras colaboraciones.

- Karen Schwartzman

Subdirectora área gráfica de Escuela
Diseño Duoc UC

Mesa Certificación de Competencias



Todo proceso de certificación y con mayor razón la construcción de uno plantea la revisión de todos los actores, conocimientos e impactos ligados. La industria gráfica en el mundo y en Chile enfrenta procesos de cambio que la desafían a revisar su impacto en el medioambiente, en las personas y la sociedad, así como la proyección y dirección de su crecimiento en un planeta que no puede seguir planteándose el crecimiento perpetuo. Los diseñadores del presente y del futuro deben conocer la industria, pero también cuestionarla y transformarla.

- Patricia de los Ríos

Docente escuela de Diseño PUC





Mesa Muestrario

Esperamos conseguir no sólo una mayor cercanía, sino que también una comunicación más directa y una retroalimentación entre las necesidades y visiones de ambas partes. Tenemos como eje principal el instalar las opciones sustentables que ofrece la industria, así como que los estudiantes sean capaces de incorporar los sustratos, procesos de impresión y terminaciones en el proceso de diseño.

- Alejandra Amenábar
Académica PUC/ UDP



Mesa Apoyo **Activo en Aulas**

El propósito es generar un espacio de participación permanente, donde se reúna la academia y la industria en torno a las brechas que visualiza el sector productivo en la formación de estudiantes de la especialidad Diseño Gráfico. SAGA es una instancia de unión para consensuar las competencias que deben tener los técnicos y profesionales que ingresan al mundo laboral, quienes deben estar preparados en las tendencias digitales y sepan adaptarse rápidamente a los cambios de transformación tecnológica y sustentabilidad.

- Rodolfo Coronado
Director Área Diseño de INACAP



Socios Asimpres:

Las claves para la vigencia de Salesianos Impresores

Con más de un siglo de experiencia, Salesianos Impresores se mantiene en el mercado gracias a una estrategia impulsada por la adaptación de las nuevas tendencias en torno al libro y a una visión colaborativa con miras al fortalecimiento de la industria editorial nacional.

Desde sus inicios en el año 1897, numerosos han sido los cambios y los constantes desafíos que Salesianos Impresores han vivido en el rubro editorial. Este año, en plena pandemia y contracción económica, han sabido

resolver, según señala el gerente general, Jorge Herrera Jiménez, rápidamente las circunstancias más difíciles gracias a la adaptabilidad, trabajo en equipo y visión de negocio.

“Actualmente estamos haciendo muchos más títulos, pero menos ejemplares por tirada, lo que ha sido una tendencia en los últimos años, pero durante la pandemia esta tendencia ha sido mucho más notoria. Al comienzo las ventas bajaron bajo un 50%, y al cabo de seis meses, estamos teniendo ventas en torno a un 75% de lo normal, gracias a las nuevas oportunidades de negocios”, describe.

Nueva demanda, nuevos clientes

Debido a esta tendencia, Salesianos ha venido trabajando en inversión de maquinarias que permitan trabajar estos nuevos niveles de tiradas medias y bajas. Como consecuencia de ello, también han observado el surgimiento de nuevos clientes: personas que sin el apoyo de una editorial detrás, quieren hacer sus libros personalizados.

La mayoría de estos clientes, según Herrera Jiménez, son del segmento millennial: jóvenes entre los 20 y 35 años que buscan que toda la gestión sea vía online y los resultados que han visto proyectan su continuidad.

“En plena pandemia, hemos tenido personas que han querido imprimir 300 libros, los venden por redes sociales y vuelven pidiendo el doble o el triple. Este nicho puede estar

representando actualmente entre un 5% y un 10% de la venta normal, con proyecciones que podrían llegar a un 20%”, destaca el ejecutivo.

El valor de potenciar la industria nacional

Las grandes editoriales junto con el mercado público siguen siendo los pilares para los impresores como Salesianos, quienes basan sus modelos de negocios anuales en torno a la demanda de estos clientes y quienes, a su juicio, han sido un apoyo a la altura de las circunstancias.

“Con la pandemia, aparecieron nuevos oferentes extranjeros, pero por un tema de confianza y la calidad de los procesos, las editoriales han seguido trabajando con nosotros, lo cual nos beneficia porque sin ellos, no podríamos mantener un año de operaciones” enfatiza.

Y aunque los avances de la tecnología prometen más facilidades para el consumo de libros en formato electrónico o incluso en audio, en Salesianos Impresores creen que el valor de un libro impreso no se perderá y que convivirá con el abanico de posibilidades de entretenimiento, que seguirá expandiéndose.

“Las estadísticas en el país señalan que la venta de libros está aumentando y aunque la tirada ha cambiado, es mucho más importante concentrarnos en las posibilidades que en las limitaciones”.

Jorge Herrera Jiménez
Gerente general de Salesianos Impresores





Socios Asimpres:

Donnebaum: La capacidad de adaptación es clave

Con ocho décadas de trayectoria, Donnebaum continúa desarrollándose gracias a la diversificación de sus negocios en las áreas textil e impresos. Hoy suma Donnecare: una tienda virtual nacida en pandemia que difunde el trabajo de artistas e ilustradores nacionales.

“Donnebaum es una empresa que existe hace más de 80 años por lo que hemos vivido constantes cambios y crisis. Si bien esta pandemia nos pilló a todos por sorpresa, es un gran recordatorio que **debemos siempre poder adaptarnos a lo que necesitan nuestros clientes**”, señala Fernando Valenzuela, gerente comercial de Donnebaum.

Justamente, el nuevo escenario y los cambios en la demanda en la industria, los llevó a fabricar insumos de protección sanitaria, considerando la personalización de cada uno de ellos para satisfacer las necesidades de cada cliente, lo que, a su vez, los motivó a generar una plataforma virtual para comercializarlos, abriendo posibilidades para la generación de nuevos productos.

Donnecare: innovación en plena pandemia

En un comienzo pensada como una forma de comercializar los artículos de protección sanitaria como máscaras y escudos faciales, hoy esta tienda virtual, implementada en abril, se ha enfocado en destacar productos como libros, libretas y papelería creados por artistas chilenos para darles una vitrina online:

“Nació como un e-commerce para la venta de productos de protección sanitaria y rápidamente le dimos un giro y lo transformamos en un proyecto colaborativo. Partimos con grandes ilustradores y artistas nacionales, en donde gracias a nuestro expertise en la fabricación de libros, vimos la oportunidad de trabajar junto con ellos y crear productos en donde nosotros más que ser la imprenta somos sus socios en cada uno de estos nuevos productos”; describe Valenzuela, refiriéndose a artistas como Camilo Huinca, conocido como OnlyJoke, Elena Ho, Ro González y Diego Candia, entre otros.

Encargados desde la fabricación de los libros, libretas y productos de papelería, hasta la producción y logística de venta de cada uno de ellos, Donnecare se posiciona como una innovación digital de Donnebaum, que, según el ejecutivo, ven entusiasmados y con grandes expectativas de crecimiento.

“Hoy en día es una plataforma en donde recibimos cientos de pedidos semanales, y es una gran opción para comprar o regalar libros y otros productos de papelería. El objetivo es seguir sumando artistas para poder crear una plataforma aún más grande de productos y así potenciar tanto el arte como los productos chilenos”, cuenta Valenzuela.

“**Actualmente hemos y seguiremos creciendo en el área de impresión y de manejo de archivos digitales. Donnebaum nació como una empresa textil y hasta el día de hoy es uno de los grandes actores del rubro por lo que también seguiremos invirtiendo y ampliando nuestra gama de servicios en esa área.**

Fernando Valenzuela
Gerente comercial de Donnebaum

Proyección de futuro basado en la experiencia

Fundada en 1941, esta empresa ha sabido reconvertirse de acuerdo con la demanda de sus clientes factor clave para que hoy mantengan posicionados sus negocios del área textil, además del área de impresos, donde la fabricación de tarjetas de pvc, y la producción de libros, papelería y folletería corporativa o publicitaria siguen siendo la oferta estable de Donnebaum. Fernando Valenzuela, gerente comercial, destaca que la visión de futuro en el negocio, adaptándose a las necesidades de sus clientes, ha sido fundamental en el éxito de la compañía:

“Actualmente hemos y seguiremos creciendo en el área de impresión y de manejo de archivos digitales. Donnebaum nació como una empresa textil y hasta el día de hoy es uno de los grandes actores del rubro por lo que también seguiremos invirtiendo y ampliando nuestra gama de servicios en esa área”, concluye Valenzuela.

A photograph of Daniel Feig, a middle-aged man with short brown hair, wearing a light blue button-down shirt. He is standing in front of a large window that looks out onto an industrial facility with various structures and equipment. The lighting is bright, suggesting daytime.

Socios Asimpres

Ferrostaal Graphics:

“La tecnología digital impulsa la sustentabilidad de la industria”

Así lo afirma Daniel Feig, gerente general de Ferrostaal Graphics, al destacar las razones para apoyar el programa de sustentabilidad dentro de la industria gráfica nacional. Sobre cómo se ha comportado el mercado en pandemia y las bondades que la transformación tecnológica puede aportar en la eficiencia y la productividad, nos cuenta en esta entrevista.

Según la evaluación de Daniel Feig, finalmente la industria gráfica superará los escollos de esta pandemia, como lo demuestra la actividad de estos últimos meses. El ejecutivo agrega que pese a la situación Covid, desde marzo la prioridad del trabajo de Ferrostaal Graphics ha estado en dar soporte continuo a su portafolio de clientes.

“Hemos visto que nuestros clientes ligados a la impresión de etiquetas, envases flexibles y de cartón, han aumentado sus volúmenes de producción fuertemen-

te, y con el apoyo de nuestras marcas como HP Indigo, Kodak, Mimaki y otras, hemos logrado darles continuidad en la provisión de insumos y el apoyo técnico para enfrentar el aumento de demanda que han tenido. Pero por otra parte seguimos trabajando caso a caso con los clientes que han enfrentado una falta de liquidez, para darles el apoyo necesario, sobre todo a clientes del área impresión comercial y publicitaria, que son los que se han visto más afectados”, describe.

La pandemia como impulsor de transformación

Para Ferrostaal Graphics, la gestión de la pandemia en la compañía ha permitido acelerar los procesos de transformación digital que ya venían ejecutándose, y que buscan obtener mejoras en los procesos comerciales y hacerlos más eficientes de cara al cliente.

“Estamos buscando productividad a través de un cambio en nuestra cultura a una metodología Agile, donde a través de la tecnología Scrum, se evalúan los procesos de eficiencia en tiempo y productividad semanalmente. Esto nos ha permitido estar más atentos a las necesidades de nuestros clientes y dar un mejor servicio, sin procesos largos”, destaca.

La sustentabilidad evaluada en perspectiva

Junto con la implementación de estas nuevas metodologías de trabajo, la pandemia y sus efectos en la oferta y demanda, han permitido evaluar el cómo consideran seguir apoyando el tema de la sustentabilidad desde una mirada, a juicio de Feig, más concreta.

“En varias industrias, muchos utilizan el concepto de sustentabilidad como una estrategia de marketing y, asumiendo el liderazgo de Ferrostaal Graphics en este tema, quiero que se tome con el cuidado que necesita. Nuestra intención y el compromiso ético con la sustentabilidad es tener una actitud de

constante aprendizaje y claridad en la búsqueda de cómo aumentarla en nuestros productos y servicios”, señala el ejecutivo.

Aprendizajes para el futuro

A la hora de evaluar este año, Feig reflexiona que ha sido una oportunidad de análisis para cada compañía el poder visibilizar aspectos que en un año normal no se habrían detectado, sobre todo referentes a la operación del negocio de la industria gráfica y la sustentabilidad.

“La pandemia ha significado tener el tiempo de mirar el negocio en perspectiva y observar ciertas mermas que ayudan a evidenciar un posible ahorro. Al final del día de eso se trata la sustentabilidad, pues si estamos gastando por gastar porque no se ha cuestionado el statu quo no es necesariamente el mejor uso de los recursos de la empresa. El lado positivo es lograr mantener ese cambio de mindset para que podamos cuestionar cómo lo podemos hacer mejor. Eso no lo podemos perder” concluye Feig.

“

Nuestra intención y el compromiso ético con la sustentabilidad es tener una actitud de constante aprendizaje y claridad en la búsqueda de cómo aumentarla en nuestros productos y servicios.

Charlas Canon en Ingraf: equipamiento que mejora la producción gráfica

Canon en el marco de su plan de apoyo a la educación, participó en el ciclo de charlas organizadas por Ingraf. Mauricio Villarroel, PPS business developer Canon Chile, detalló en la primera charla, los diversos componentes que las prensas digitales ofrecen, como el control y formación de imagen con resultados de alta calidad. Con una demostración virtual de los servidores de impresión, destacó la importancia de los softwares asociados como el FreeForm Create, el cual es gratuito y que permite combinar data variable para el posterior montaje a pliegos, en forma automatizada. En una segunda charla, Matías Espinosa, socio fundador de PrintLab, empresa especialista en impresión de obras de arte y fotografía, explicó las ventajas de usar equipos para impresión Fine Art,

en la reproducción de archivos digitales. Impresoras como la imagePROGRAF PRO- 6100S y PRO-4100S cuentan con características como calibración de colores gracias a un sensor múltiple, procesador de imagen de alta precisión y velocidad, diseño transparente con una mejor visualización e impresión sin bordes, las cuales ayudan a manejar la gestión del color, con un objetivo ISO común. **“Las dos charlas dictadas por Canon, fueron un excelente aporte técnico para los docentes gráficos, por su exposición de calidad y línea formativa”** afirma Vicky Godia, gerente del Centro Capacitador Ingraf.



Los docentes siempre están con la necesidad de actualizarse y la demostración de softwares sirve para apoyar el equipamiento de la sala Canon en la Escuela de Artes Gráficas. **La posibilidad de conocer las diferentes opciones de impresión del mercado es fundamental para transmitir los conocimientos a los estudiantes.**

Mauricio Villarroel
PPS business developer,
Canon Chile



ANIVERSARIOS

SOCIOS ASIMPRES



INICIO DE OPERACIONES 1994



FUNDADA EN 2018



FUNDADA EN 2018



FUNDADA EN 1964



FUNDADA EN 1982



FUNDADA EN 1939



FUNDADA EN 1958



FUNDADA EN 2012



FUNDADA EN 2011



FUNDADA EN 2005

Invitamos a todos los socios a compartir
sus aniversarios de empresa al correo:

comunicaciones@asimpres.cl

COLORPACK

Con el auge del e-commerce y el Delivery, esta imprenta, especializada en packaging ha podido crear varios estilos de empaques, con todas las características de seguridad, facilidad de armado y con un diseño atractivo y full color para cada necesidad de los clientes.



ANTALIS



Con más de cuatro décadas de experiencia, Antalis ofrece productos y servicios para la producción gráfica, como por ejemplo telas de PVC, con gran resistencia a desgarros y a tensión, diseñadas para uso en gigantografías, lienzos, bastidores y aplicaciones en publicidad de grandes formatos. Disponible en rollos de 50 mts.



IMPRIMARTE



Imprimarte es una imprenta boutique con sello femenino, enfocada en entregar un servicio de impresión acorde a las necesidades de cada cliente, novedoso y diferenciado. Especializados en la fabricación de credenciales e impresiones digitales de data variable, hoy incluyen en su portafolio, productos relacionados con la contingencia sanitaria como brazaletes dispensadores del alcohol gel.



Participa de esta sección etiquetándonos en tus post como **asimpres** o usando el hashtag **#Asimpres**

IMPRESOS SOCIAS



Especializados en material publicitario, Impresos Socias cuenta con experiencia en la fabricación de artículos de marketing como cuadernos, bolsas y carpetas, además de tarjetas de visita y papelería corporativa, con el diseño y la utilización de sustratos de alta calidad para un producto de terminaciones premium.

QUINTERO IMPRESORES



Con más de 30 años de experiencia trabajando junto al rubro vitivinícola, Quintero Impresores destaca por su servicio especializado en la fabricación de etiquetas de vino de alto valor, y con todos los requerimientos y acabados especiales que la industria del vino necesita.

LAHOSA



Como parte de un servicio pensado en todas las aristas de la comunicación, imprenta Lahosa entrega prácticos consejos a considerar a la hora de pensar un empaque que sea atractivo y también funcional. La incorporación en el diseño de las redes sociales y/o web de la empresa, ayuda a potenciar la estrategia de marketing del cliente.

PAPELERA DIMAR



Proveedores de papeles e insumos a la industria gráfica y comercio, debido a la contingencia se han especializado en entregar servicios de comunicación visual, eficientes para el cuidado y la prevención sanitaria en pandemia, como los Adhesivos Graphics para el distanciamiento social, que ayudan a la implementación responsable de reaperturas de espacios públicos, oficinas y comercios, entre otros.



SCM MEDITERRÁNEO



Desde diseños de alta complejidad, hasta lo simple y efectivo, es la especialidad de SCM Mediterráneo a la hora de dar forma a los proyectos de etiquetas requeridos por sus clientes. Con el respaldo de las certificaciones de producción limpia entregan proyectos con el sello que toda marca necesita.

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

cmprc

biopackaging | 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