

Asamblea de Socios 2012

El 31 de julio se realizará la instancia de aprobación de Memoria, Estado de Resultados y de elección de las autoridades de ASIMPRES 2012-2014.

Página 5

Compañías destacan conocimientos y rápida adaptación de los alumnos del Ingraf

Cinco ejecutivos hacen un positivo balance del desempeño observado de los egresados del CFT de la Industria Gráfica.



Asimpres, ocho décadas apoyando la Industria Gráfica



Empresas hacen sus apuestas de cara al II Salón de Negocios Digitales

- Nuevas tecnologías de tinta y alta duración definen oferta de Epson.
- Gráfica y Resolución (G y R): "Todos pueden ser impresores".
- Reboch participa por primera vez en el Salón de Negocios Digitales.

Seminario Gestión Sustentable para Residuos en Chile

Encuentro fue organizado por el CENEM, Fundación Casa de la Paz, el Movimiento Nacional de Recicladores de Chile, la OIT y Fundación AVINA.

4

Nueva versión de Graphispag.digital

Del 17 al 20 de abril de 2013, volverá a Fira de Barcelona Graphispag.digital con lo último en procesos, software, flujos de trabajo y equipos de impresión digital, además de materiales, soportes, sistemas de acabados, diseño y otros servicios gráficos.

4

Centro de Lima ya no tendrá imprentas

Los negocios que comprenden a la Industria Gráfica deberán desalojar el Centro Histórico, según lo dispuso la Ordenanza 1608 de la comuna capitalina.

4

Y el segundo semestre ya partió

La Asamblea de Socios que se realizará el próximo 31 de julio en las instalaciones de la Escuela de la Industria Gráfica y el Centro de Formación Técnica Ingraf, es un hito que periódicamente nos indica que ya estamos comenzando a transitar por el segundo semestre del año. Este periodo históricamente ha venido acompañado de una necesaria mayor actividad que le permite a nuestra competitiva Industria mejorar los márgenes de contribución.

La Asamblea 2012, evento al que usted está especialmente invitado a participar, también tiene un inédito componente que en los últimos años no me había tocado presenciar: cinco de los ocho reconocidos empresarios que conforman el actual Directorio de Asimpres AG., cumplen su periodo,

obligándoles a retirarse o presentarse al escrutinio popular. Esta inusual coyuntura abre un importante espacio para todas las personas que deseen ampliar su perspectiva profesional y empresarial, visualizando, sirviendo y trabajando en la Industria Gráfica desde la cúpula de esta reconocida organización gremial.

El tercer hito que debemos considerar es el lanzamiento oficial del Segundo Salón de Negocios Digitales que se inaugurará el 14 de agosto en el Centro de Eventos Espacio Riesco. El éxito alcanzado en el experimental encuentro organizado durante el año pasado, junto a la rápida penetración que están teniendo en la sociedad todas las tecnologías digitales, han exigido una especial e intensiva organización por parte de Asimpres y Revista Contraseña para sorprender durante tres días

continuos a la mayor cantidad de profesionales vinculados con la Industria de la Comunicación Gráfica y Multimedia nacional.

En el ámbito económico, debemos reconocer que las expectativas de mediano plazo han mejorado. Aún es prematuro “cantar victoria”, pero de acuerdo a los últimos índices económicos nacionales, acciones internacionales y a juicio de respetables proyecciones, se puede esperar que durante el segundo semestre el país sortee con éxito los vaivenes de la inestabilidad económica del Viejo Continente, disipando lentamente los nubarrones que nos han amenazado durante todo el semestre que ya dejamos atrás.

También con el término del primer semestre se concluyó el mediático acuerdo del salario mínimo, un claro ejem-

plo de cómo un tema técnico tratado por los señores políticos puede terminar siendo un espacioso relleno y festín para los medios de comunicación.

Nos vemos el 31 de julio a las 17:00 horas, para felicitar y desear una exitosa gestión a los empresarios que asumirán por los próximos dos años la dirección de nuestra organización y, simultáneamente, agradecer el generoso desempeño de los Directores que dejarán un apreciable legado en este gremio.



Roberto Tapia Mc D. Editor

TECNOLOGÍA

DE LOS MEDIOS IMPRESOS



José Bodet

Consultor Gráfico Internacional
Asesor Escuela de la Industria Gráfica
Director Académico CFT INGRAF

josebodet@me.com

El verdadero costo de la subjetividad del color

NOSOTROS LOS GRÁFICOS SOMOS TODOS UNOS ‘SCHWARZENEGGER’ DEL COLOR. PASAMOS LA MAYOR PARTE DEL TIEMPO ELIGIENDO, PREPARANDO, COMPARANDO O TOMANDO DECISIONES EN CUANTO AL COLOR. NO SON OJOS LOS QUE TENEMOS, SINO MÚSCULOS. SIN EMBARGO, NUESTRA PERCEPCIÓN DE DIFERENCIAS DE COLOR ES SUBJETIVA Y SOMOS INCAPACES DE CUANTIFICARLAS.

Es más, ni siquiera la cantidad de años al servicio de la gráfica nos sirve de mucho (años en el gimnasio del color), como tampoco se varón pasa a ser una ventaja en este rubro. Recordemos que cerca del 10% de hombres padecen de daltonismo y, pasado los 50, es una irresponsabilidad tomar decisiones en cuanto a color. Considerando lo anterior entendemos lo importante que es contar con un sistema confiable de medición de diferencia de color; un especie de huincha como la que usamos para medir tamaños de papel.

Medir diferencias de color

El modelo de color CIE LAB se usa comúnmente para comparar colores y cuantificar diferencias que se expresan en valores de ΔL^* o ΔI^* (diferencia de luminosidad),

Δa^* o Δa^* (diferencia en el eje verde/rojo), Δb^* o Δb^* (diferencia en el eje amarillo/azul). Δ y D provienen del símbolo “delta” que significa “diferencia”.

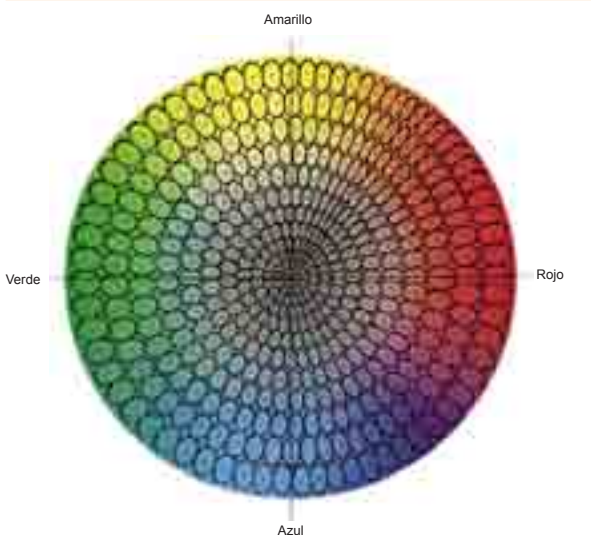
La diferencia total se obtiene sumando los valores de ΔL^* , Δa^* y Δb^* a través de la fórmula del año 1976 conocida como Delta Eab, Delta E76 o simplemente como Delta E = $[\Delta L^2 + \Delta a^2 + \Delta b^2]^{1/2}$.

Ejemplo: Nuestro color de referencia tiene los siguientes valores: L55, A-37, B-50 (tinta Cian en papel estucado para impresión offset - Norma NCh3091/2) y la medición con espectrofotómetro del color impreso arroja los valores: L52, A-38, B-53; por lo que el valor de ΔE sería: $[(55 - 52)^2 + (-37 - -38)^2 + (-50 - -53)^2]^{1/2} = [3^2 + 1^2 + 3^2]^{1/2} = 19^{1/2} = 4,35$.

Subjetividad versus objetividad

Si bien todos los “gráficos-Schwarzenegger” percibirán una cierta diferencia entre los dos colores cian de nuestro ejemplo, en cambio, la norma NCh para impresión offset nos indica que es perfectamente aceptable por ser un valor inferior a 5,0. Y más encima, para muchas personas no gráficas, ni siquiera es tema.

Entonces, ahí es donde tocamos seguramente un gran tema: ¿Cuánto cuesta a las imprentas reproducir colores a la pinta de un maestro, comercial o diseñador? No creo que sea muy errado afirmar que, para la mayoría de los trabajos impresos, nos exigimos más de lo que corresponde y esto conlleva a costos muy por encima de lo razonable.



Los elipsoides de tolerancia son más alargados y largos en la región anaranjada. Los elipsoides de tolerancia son más grandes en la región verde

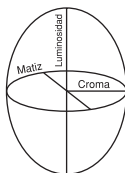
Dado lo anterior, me parece que las imprentas deberían considerar como urgente definir estándares objetivos en cuanto a diferencias de color que ocurren durante la producción impresa. Definir valores de tolerancia conformes a normas nacionales e internacionales, pero también con lo que están dispuestos a aceptar los clientes.

Huinchas para medir diferencias de color

Tal como existen varias unidades de medición de tamaños (cm, pulgadas, pies...) existen varias fórmulas de Delta E para cuantificar diferencias entre colores. Ya sabemos que la CIE definió en el año 1976 la primera fórmula de ΔE , pero ésta, a medida que se empezó a utilizar, demostró ser no muy parecida a como nosotros percibimos diferencias de color. Es así como aparecieron otras fórmulas de ΔE buscando acercarse cada vez más a nuestra compleja forma de percibir diferencias entre colores.

El ojo humano no detecta diferencias de matiz (rojo, amarillo, verde, azul, etc.) y de croma (saturación) o de luminosidad de la misma manera. De hecho, percibimos primero diferencias de matiz, en seguida diferencias de croma y finalmente diferencias de claridad. Entonces, el mejor modo de cuantificar diferencias de color es mediante el uso de un elipsoide que opera como un factor de ponderación sobre la tradicional fórmula del año '76.

Las otras fórmulas para cuantificar diferencias de color, conocidas como CMC, ΔE_{94} y ΔE_{2000} , funcionan en base a modelos elipsoidales, pero aún no son parte de muchas normas gráficas. ¡Ojo entonces a la fórmula de ΔE que usan para medir diferencias de color!



Conclusión

Al escoger la fórmula de diferencia de color que se debe aplicar considere las siguientes cinco reglas (Billmeyer 1970 y 1979):

1. Seleccione un único método de cálculo y úselo de manera consistente.
2. Siempre especifique cómo se efectuarán los cálculos.
3. Nunca trate de convertir las diferencias de color calculadas por fórmulas diferentes mediante el uso de promedios.
4. Solamente use las diferencias de color calculadas como una aproximación inicial para fijar las tolerancias hasta que éstas hayan sido confirmadas por análisis visual.
5. Siempre recuerde que nadie acepta o rechaza un color de acuerdo a números - lo que cuenta es cómo se ve.

Asimpres, ocho décadas apoyando la Industria Gráfica

• SEGÚN LOS DATOS QUE MANEJA EL SII, LA ACTIVIDAD ES DESARROLLADA POR MÁS DE 3.800 COMPAÑÍAS A NIVEL NACIONAL. DE ÉSTAS, CERCA DE UN 95% ESTÁ CONSIDERADA COMO ‘MICRO’ O ‘PEQUEÑA’ EMPRESA.

• PARA CUMPLIR CON SU MISIÓN, LA ASOCIACIÓN ORGANIZA Y DESARROLLA ACTIVIDADES DEL MÁS DIVERSO TIPO, COMO COMITÉS Y REUNIONES GREMIALES, SEMINARIOS, ENCUENTROS DE CAMARADERÍA, COMPETENCIAS DEPORTIVAS, CURSOS Y CHARLAS.

Una Industria que en el ejercicio 2011 anotó ventas por más de US\$ 1.800 millones es la que busca representar la Asociación Gremial de Industriales Gráficos de Chile (Asimpres), organización que forma parte de la Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa).

Creada en noviembre de 1930, Asimpres agrupa a las imprentas en las distintas especialidades offset, digital, flexografía y huecograbado, así como a las empresas proveedoras de maquinarias e insumos para la Industria Gráfica.

Su objetivo principal es promover y representar los intereses de la Industria, enmarcando su actividad en los principios que la orientan hacia el progreso, el desarrollo y la actualización tecnológica.

Para llevar a cabo su misión, organiza y desarrolla actividades del más diverso tipo, como comités y reuniones gremiales, seminarios, encuentros de camaradería, competencias deportivas, cursos y charlas.

Tamaño del mercado

La celebración de una nueva Asamblea Anual de Socios, programada para el próximo 31 de julio, encuentra a la Industria en un momento desafiante, con más de 3.800 imprentas en el país, de las cuales casi un 60% se encuentra domiciliada en la Región Metropolitana de Santiago.

Según las cifras del Departamento de Estudios de Asimpres, sobre datos proporcionados por el Servicio de Impuestos Internos (SII), un 76,9% de las imprentas del país se localizaban en 2010 en las tres regiones más pobladas a nivel nacional. La región con menos imprentas era la de Aysén, con apenas 9, es decir, un 0,2% del total país.

Del mismo modo, más de un 95% se encontraba en las categorías de ‘micro’ o ‘pequeña empresa’. Solamente un 1% es considerada ‘grande’, según los criterios establecidos por el SII.

Distribución Regional de Imprentas (Año 2010)	Nº de Empresas	%
I REGIÓN DE TARAPACÁ	53	1,4%
II REGIÓN DE ANTOFAGASTA	99	2,6%
III REGIÓN DE ATACAMA	31	0,8%
IV REGIÓN DE COQUIMBO	88	2,3%
V REGIÓN DE VALPARAISO	348	9,1%
VI REGIÓN DEL LIB. GRAL. BERNARDO O'HIGGINS	119	3,1%
VII REGIÓN DEL MAULE	133	3,5%
VIII REGIÓN DEL BIOBIO	326	8,5%
IX REGIÓN DE LA ARAUCANÍA	116	3,0%
X REGIÓN DE LOS LAGOS	115	3,0%
XI REGIÓN AYSÉN DEL GRAL. C. IBÁÑEZ DEL CAMPO	9	0,2%
XII REGIÓN DE MAGALLANES Y LA ANTÁRTICA CHILENA	47	1,2%
XIII REGIÓN METROPOLITANA	2.279	59,3%
XIV REGIÓN DE LOS RÍOS	50	1,3%
XV REGIÓN DE ARICA Y PARINACOTA	32	0,8%

Fuente: SII - Depto. Estudios ASIMPRES

Estratificación de la Industria según su tamaño						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
MICRO	3.193	3.077	2.983	2.889	2.929	2.955
PEQUEÑAS	720	698	696	699	695	743
MEDIANAS	103	111	114	95	100	108
GRANDES	37	39	40	40	40	39
Total Industria	4.053	3.925	3.833	3.723	3.764	3.845



Ventas y empleo

Técnicamente, las ventas de la Industria Gráfica que conocemos tienen como base la información proporcionada por el SII, sobre la base de la Operación Renta de cada año.

Así, en 2011 el sector facturó \$ 913.395 millones, de los cuales \$ 576.437 provinieron del rubro ‘Envases y etiquetas’, \$ 289.673 millones de ‘Libros, revistas y formularios’ y \$ 47.285 millones de ‘Impresión digital y gigantografías’.

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Envases y Etiquetas	377.321	384.787	452.873	486.469	489.194	534.357	576.437
Libros, Revistas, Formularios	262.497	266.022	285.259	286.515	229.539	267.572	289.673
Impresión digital y Gigantografías	75.239	77.886	84.310	94.145	84.610	82.171	47.285
Total Industria	715.057	728.695	822.442	867.129	803.343	884.100	913.395

* En millones de pesos de (\$) de cada año.

Conforme a lo anterior, la Industria Gráfica representa un 0,76% del Producto Interno Bruto de Chile, que en el año 2011 sumó un total de \$ 120.232.603 millones.

Respecto a la fuerza laboral, en la actualidad, la Industria Gráfica nacional posee 17.803 empleados, registrando una productividad per cápita mensual equivalente a \$ 3.769.344.

Débil mayo

Según los indicadores proporcionados por la Sociedad de Fomento Fabril, durante el mes de mayo 2012, la **Producción** de la Industria Gráfica alcanzó una variación de -3,0% con respecto al mes anterior, una variación de -8,3% con respecto al mismo mes del año anterior y una variación móvil de 12 meses correspondiente a -4,8%.

En relación a las **Ventas Totales** de la Industria Gráfica, se aprecia para mayo una variación de -15,4% con respecto al mes anterior y de -10,5% con respecto al mismo mes del año anterior. La variación móvil de 12 meses alcanzó -0,1%.

Seminario Gestión Sustentable para Residuos en Chile

¿Cómo podemos avanzar hacia un Sistema de Gestión de Residuos que permita subir las tasas de reciclaje? ¿Cuáles son las líneas estratégicas y de que trabajo deben ser abordadas? ¿Cuál es el aporte que cada sector debe comprometerse? y ¿Cuáles son las condiciones que debiera tener un sistema de Gestión para ser sustentable e inclusivo? fueron las preguntas que generaron debate entre la audiencia del seminario 'Gestión Sustentable para Residuos en Chile', realizado el pasado 17 de julio.

Organizado por el Centro de Envases y Embalajes de Chile (CENEM), Fundación Casa de la Paz, el Movimiento Nacional de Recicladores de Chile, Organización Internacional del Trabajo (OIT) y Fundación AVINA, el encuentro centró su discusión en los llamados Impuestos Verdes, instrumento económico incluido en la reforma tributaria que impulsa el Gobierno, a través del Ministerio de Hacienda en conjunto con su símil del Medio Ambiente y que dejó en stand by el proyecto de Ley General de Residuos.

Nueva versión de Graphispag.digital

Del 17 al 20 de abril de 2013, volverá a Fira de Barcelona Graphispag.digital con lo último en procesos, software, flujos de trabajo y equipos de impresión digital, además de materiales, soportes, sistemas de acabados, diseño y otros servicios gráficos. Participarán los suministradores líderes de tecnología gráfica digital con soluciones para la creación de nuevos productos impresos que estimulen y garanticen el futuro del negocio gráfico. El salón coincidirá con Sonimagfoto8Multimedia. Ambos eventos impulsan el congreso internacional Image8Print World donde expertos mundiales hablarán de las innovaciones y tendencias que están reinventando la actividad de la industria de la comunicación gráfica.

Centro de Lima ya no tendrá imprentas

Los negocios que comprenden a la Industria Gráfica deberán desalojar el Centro Histórico de Lima, según lo dispuso la Ordenanza 1608 de la comuna capitalina. Carmen Vildoso, gerenta de Desarrollo Empresarial de la Municipalidad de Lima, dijo que esta medida responde a la responsabilidad de garantizar seguridad a los vecinos y transeúntes del Centro Histórico de la ciudad, por el material inflamable que en aquellas se guarda.

ANIVERSARIOS

• **CMPC Papeles S.A.**
Gerente General: Eduardo Serrano S.
Fundada: Julio 1995
Ingreso Asimpres: 30/06/1954
Años que cumple: 17



• **Copesa Impresores S.A.**
G.General: Mauricio Agloni
Fundada: Julio 1950
Ingreso Asimpres: 19/02/1994
Años que cumple: 62



• **Hagraf S.A.**
G.General: Gerardo Ledermann
Fundada: Julio 1975
Ingreso Asimpres: 29/08/1991
Años que cumple: 37



• **Impresores Lahosa S.A.**
G.General: Marcela Lahosa A.
Fundada: Julio 1987
Ingreso Asimpres: 1987
Años que cumple: 25



• **Quad Graphics Chile S.A.**
G.General: Carlos Hernan Aguirre V.
Fundada: Julio 1978
Ingreso Asimpres: 06/08/1998
Años que cumple: 34



• **RR Donnelley Chile Ltda.**
G.General: Gustavo Rojas
Fundada: Julio 1961
Ingreso Asimpres: 19/05/1998
Años que cumple: 51



• **Salesianos Impresores S.A.**
G.General: Roberto Tapia M.
Fundada: Julio 1897
Ingreso Asimpres: 25/10/2001
Años que cumple: 115



• **Salviat Impresores S.A.**
G.General: Ernesto Salviat W.
Fundada: Julio 2003
Ingreso Asimpres: 07/08/2003
Años que cumple: 9



• **Editorial Valente S.A.**
G.General: Marcial Valente D.
Fundada: Julio 1983
Ingreso Asimpres: 19/03/2008
Años que cumple: 29



EducaGráfica



**FORMACION TECNICA
SUPERIOR EN ALTERNANCIA**

Proceso de Admisión Segundo Semestre 2012

**MEJORA TU VALORACION EN EL MERCADO LABORAL
PERFECCIONATE EN INGRAF**

Hasta el 27 de julio de 2012 estará abierto el proceso de postulación del segundo semestre al único Centro de Formación Técnica especializado en Carreras Gráficas.



Carreras:

Técnico Nivel Superior en:

* Impresión Offset.

Técnico Nivel Superior en:

* Gestión y Producción de Medios Gráficos.

Informaciones:

Fono: 02 - 555 29 51 - admision@educagrafica.cl - www.cftingraf.cl

Dirección: Florencia 1448, San Miguel, Santiago.

Ingraf en Empresas:

Durante el mes de Julio hemos realizado una exitosa campaña, en la cual nuestro Team Ingraf ha visitado distintas empresas del rubro gráfico, entregando información en terreno sobre nuestras carreras y premios en capacitación a sus trabajadores. Algunas de las empresas visitadas se encuentran:
AMF, Faret, Moller + R&B, Quad Graphics y Marinetti.



Aquí algunos de los afortunados con los sorteos.

EducaGráfica

Empresas destacan conocimientos y rápida adaptación de los alumnos del Ingraf

• *Cinco ejecutivos hacen un positivo balance del desempeño observado de los egresados del CFT de la Industria Gráfica.*

Ricardo González, Jefe de Pre prensa HyC Packaging:

Proactividad, la clave para el crecimiento de un trabajador

Como "positiva" califica Ricardo González la experiencia de trabajar con un alumno del CFT Ingraf, en este caso, Daniela Miranda. "Ella viene con una base establecida que le ha hecho más fácil el aprendizaje en la empresa. Ella ha sido un aporte al departamento, aunque, al igual que todos, al principio le ha costado un poco, pero a la fecha ya se han visto algunos resultados que son bastante positivos. Espero que siga creciendo", dice.

En ese sentido, para el profesional, aún hay escollos que deben ser superados a nivel general. "Como está el mercado y la competencia, se necesita ser proactivo al cien por ciento. Eso es algo que tratamos de inculcar bastante en la empresa. Los alumnos tienen que agarrar esta oportunidad y sacarle el jugo", puntualiza.



Iván Saavedra, Gerente Planta Eroflex:

“Vínculo alumno-equipo ha enriquecido el sistema productivo”

“Para el alumno el hecho de estar estudiando le da herramientas para entender desde el punto de vista teórico, lo que en la práctica ejecuta diariamente. Se genera un entorno donde personal de impresión (impresores y ayudantes) y alumno comparten mutuamente conocimientos y experiencias, fortaleciendo y enriqueciendo nuestro sistema productivo”, dice Saavedra sobre las sinergias que se generan en la empresa entre los alumnos de Ingraf y los trabajadores.

Por ello, el ejecutivo no duda en señalar que “estamos muy conformes” con el trabajo de los alumnos, algunos de los cuales, él explica, “se han adaptado muy bien a las faenas de producción”, mientras que otros por su inexperiencia en la industria flexográfica “hay que darles más tiempo”.



Marco Garrido, Jefe de Planta Scientific Games LA:

“El conocimiento da la seguridad de un trabajo consistente y de calidad”

Marco Garrido fue pionero de este programa, al ser el primero en estudiar en Ingraf “con todas las facilidades entregadas por mi empresa, con resultados más que favorables para mi persona y la compañía”, según dice sobre su experiencia, la misma que hoy viven tres trabajadores de la firma, quienes están en el último semestre de su carrera.

“Los alumnos y trabajadores se sienten con la confianza y responsabilidad de poder ejecutar tareas que van en línea con las exigencias que impone la empresa, pues el conocimiento da la seguridad de un trabajo consistente y de calidad”, dice Garrido, quien ante los buenos resultados asegura le gustaría repetir la experiencia con otros trabajadores, pues “es una manera de profesionalizar la Industria Gráfica en Chile”.



Nelson Gajardo, Jefe de la División Gráfica DIBCO S.A.:

“Ingraf entrega una formación muy buena”

“Es la primera vez que trabajo como tutor de un alumno de Ingraf.

Stephanie Méndez va a cumplir dos años con nosotros y en 2012 se titula. Ella ha sido muy eficiente, como estudiante es muy educada, y su formación en el CFT Ingraf es muy buena, por lo que ha sido muy grato e interesante trabajar con gente joven”, relata Nelson Gajardo.

El jefe de la División Gráfica de DIBCO describe, además, los avances que ha presentado ella en este tiempo. “Stephanie llegó para hacer una gestión que es netamente comercial, de soporte tanto en Santiago como en regiones. Si bien esto no tiene directamente que ver con lo que estudia, se nota que la preparación de Ingraf le permite abordar materias diversas sin problema. Para nosotros todo está muy conectado”, explica.



Germán Carrasco, Jefe de Taller Imprenta Fe & Ser Ltda:

“Hay ganas de repetir esta experiencia”

“Muy conforme con la experiencia” dice estar Germán Carrasco con el trabajo de Andrés Rivas, alumno de Ingraf que hace dos años se desempeña como prensista en esta imprenta.

“Él es muy joven y como todos, cuando se equivoca, hay que guiarlo. Y cuando no sabe, pregunta y eso es bueno”, explica el profesional, quien recalca que el alumno se ve “muy conforme con lo que está estudiando y donde está estudiando”.

En cuanto a la labor en sí, señala que Rivas ha tenido la oportunidad de relacionar teoría con práctica, logrando un trabajo “muy bueno”. “Es esforzado”, puntualiza.

El auspicioso desempeño ha permitido que la empresa planee repetir esta experiencia a futuro. “Hay muchas ganas de hacerlo nuevamente”, declara.



Tel.: 600 300 36 36 / www.3mindustrial.cl



Tel.: (56-2) 375 24 00
www.edipac.cl



Tel.: (56-2) 373-4018
www.datanetsa.com



Tel.: (56-2) 7300000 - 800223012 / www.gms.cl



Tel.: (56-2) 477 61 00 - 800 470 855 / www.canon.cl



Tel.: (56-2) 360 76 00 / www.agfa.cl



Tel.: (56-2) 387 10 00
www.dipisa.cl

Hagraf apoya la protección del medio ambiente.



HAGRAF

Tomar acciones concretas para la protección del medio ambiente resulta hoy una necesidad fundamental para detener el cambio climático. Y esto no se trata solo de un tema meramente ecológico, sino más bien apunta a un desarrollo sustentable para cada área de negocios. Hagraf con el respaldo de la empresa alemana **natureOffice**, incorpora servicios que buscan reducir la emisión de CO2 en la industria gráfica y, a la vez, lograr mayor eficiencia en la sala de impresión.

Hoy en día, las empresas son conscientes de su responsabilidad frente al medio ambiente, sin embargo, muy pocas comprenden lo que esto significa realmente. Para Hagraf el medio ambiente se ha convertido en un asunto primordial, ya que forma parte de su estrategia empresarial. “Como tendencia mundial creemos que ya nadie puede obviar este tema como eje transversal a todas las actividades económicas”, enfatiza Edgardo Dünner, Gerente Regional División Insumos de Hagraf. El ejecutivo asegura que este desafío implica la oportunidad de apoyar a sus clientes entregando herramientas de gestión que permiten a las imprentas proteger el medio ambiente de forma voluntaria, aportando además valor agregado para poder diferenciarse dentro del mercado.

“Constantemente, los clientes me están comentando cómo pueden eliminar el alcohol o también la necesidad que tienen de contar con planchas de impresión ecológicas, porque precisamente sus propios clientes les piden a ellos que sean más verdes, más ecológicos”, explica Dünner. Por tal motivo, Hagraf decidió unirse recientemente al consultor estratégico y proveedor de soluciones sustentables **natureOffice** con el objeto de ofrecer una solución eficiente y sencilla para entregar a las imprentas la capacidad de imprimir Clima Neutral. Con esta solución, todas las emisiones de CO2 que surgen en el proceso de impresión (y en su origen, durante la producción de los insumos) son identificadas, calculadas y compensadas vía proyectos de protección climática.

Mejorando la gestión

El primer paso para entrar a este mundo de la protección voluntaria del clima y, por ende, del medio ambiente, es concretar la medición de la huella de carbono a través de los servicios de consultoría y el soporte que presta Hagraf a las imprentas. Hagraf registra in situ todas las fuentes de emisiones relevantes de CO2. De esta manera, “calculamos la huella de carbono de la imprenta y con ésta, generamos las variables individuales, que luego son almacenadas en el software de cómputos **natureBalance**”, señala Dünner.

Los responsables de contabilizar los gastos en la imprenta, añade el ejecutivo, tendrán acceso a esta aplicación en línea, la cual les permitirá calcular las emisiones de CO2 con las ofertas a enviar a sus clientes con carácter Clima Neutral.

¿Y cuál es el gran desafío para la empresa y su proceso productivo?

El gran reto es mantener la productividad de la organización reduciendo los efectos sobre el medio ambiente. A esto se suma, la búsqueda de la reducción sistemática de agresores que dañan el medio ambiente. “Esto se logra, por ejemplo, adquiriendo camiones más eficientes en el consumo de combustibles, reduciendo el gasto de la energía o



comprando productos más amigables, como puede ser el papel de bosques reforestados”, explica Dünner. “En ese sentido, las imprentas tienen la gran posibilidad de ser apoyadas por nosotros, ya que Hagraf vende determinados productos que ya están certificados en origen, como es el caso de nuestras mantillas de caucho”, agrega.

La ventaja comparativa que ofrece Hagraf como asesor es que cuenta con un conocimiento acabado de la industria y ofrece un sistema de productos eficientes y confiables. “Como proveedor ya tenemos la cadena armada y podemos facilitar el proceso técnico al usuario final”, sostiene el ejecutivo. “Además, y esto constituye uno de los aspectos más importantes, ofrecemos una solución sencilla y económica para el sector gráfico”, concluye Dünner.

Logo “Impreso Clima Neutral”.



¿Qué incluye el servicio?

Calcular las emisiones de un impreso en menos de un minuto

Preparar cotizaciones para el cliente

Registrar un pedido en el sistema y con ello reservar los certificados de compensación

Descargar el logo Impreso Clima Neutral, con el número de seguimiento individual

Imprimir el certificado para el cliente



Reckstar.cl

Feria

Empresas hacen sus apuestas de cara al II Salón de Negocios Digitales

Gráfica y Resolución (G y R): “Todos pueden ser impresores”

Democratizar el acceso al negocio de la impresión es clave. Esa es la premisa con la que llega Gráfica y Resolución (G y R) a esta nueva versión del Salón de Negocios Digitales. Con más de diez años de experiencia en el rubro de la Impresión Gráfica, G y R se define como un equipo humano cercano y profesional, siempre preocupado de satisfacer las necesidades más específicas que requieren sus clientes.

La novedad para la versión de este año es la exhibición de la impresora Magicolor 8650DN de Konica Minolta, que tiene la capacidad de imprimir 35 páginas por minuto a color y en blanco y negro, en una resolución de 19.200 x 600 dpi y papeles de hasta 31.1x45.7 cms de tamaño, entre otras características. El producto se presentará a través de demostraciones en las que el cliente podrá experimentar en ese mismo instante su calidad, y comprobar si es que éste se moldea a lo que necesita.

Brochures, afiches, folletos y etiquetas adhesivas -entre otras- son parte del trabajo diario en agencias de publicidad y diseño, además de empresas en las que requieren con frecuencia impresiones. Ese servicio muchas veces es externalizado y no siempre el resultado que obtienen los deja satisfechos. Es por eso que G y R quiere mostrar esta impresora como una inversión para sus clientes, con la que quede claro que “todos pueden ser impresores”, incluso aquellos que quieran emprender un negocio en el que la base sean los productos gráficos.

“Nos dirigimos a todos quienes quieran emprender en la impresión gráfica. La Magicolor 8650DN permitirá democratizar el ingreso de todos los mini-empresarios y emprendedores a este rubro. Al tener esta impresora se podría internalizar el proceso de impresión de una empresa y no tener que depender de otras imprentas para satisfacer esta necesidad”, señala Álvaro Villegas, gerente de Gráfica y Resolución.

Integrar la impresión a la cadena de valor de la empresa

Al incentivar el emprendimiento y potenciar los negocios relacionados con las artes gráficas que requieran integrar a su cadena de valor el proceso de impresión, se permitirá establecer que este negocio no se limita a las imprentas, y que también puede ser internalizado en las empresas.

De los que lleguen al stand de G y R y prueben el producto estarán inmediatamente inscritos en el sorteo de una de estas impresoras. Así que anime: tú podrías ser uno de los afortunados.



Álvaro Villegas

Nuevas tecnologías de tinta y alta duración definen oferta de Epson

Basados en el éxito de su modelo Stylus Pro GS6000, Epson lanzará al mercado chileno en el Salón de Negocios Digitales 2012 la nueva impresora de gran formato Epson SureColor S30670, diseñada para servicios de impresión comercial, servicios de rotulación, negocios de impresión digital y centros de reprografía.

Esta impresora presenta un conjunto de características que permiten automatizar ciertos procesos que solían consumir tiempo, tales como el chequeo de inyectores, los ajustes de alimentación y el tensionado del material, además de los complicados alineamientos del cabezal de impresión. La máquina, de 64 pulgadas (162,6 cm), tiene capacidad para cargar cuatro colores y funcionar con alimentación a rollo.

La nueva tecnología de tinta que ocupará esta impresora, llamada Epson Ultra Chrome GS2, incluye una coloración amarilla que permite impresiones para exteriores con una duración de hasta tres años sin laminación. “Estas tintas son eco amistosas, ya que son 100% libres de níquel, lo que permite ambientes de trabajo libres de toxicidad y olores sin necesidad de sistemas de purificación o ventilación especiales”, asegura Alejandro Rodríguez, Business Manager de Epson en Chile.

¿Y por qué en Epson están preocupados por las impresiones con alta duración? Porque desde su empresa madre en Japón, Seiko Epson Co., anunciaron que se centrarán en los mercados de señalización, etiquetas, fotografía e ingeniería científica, con el objetivo de duplicar su línea de productos en los próximos años y cuadruplicar los ingresos en impresión digital industrial.

A eso se agrega el interés por el rubro textil. “Este 2012, lanzaremos en Chile una serie de tres modelos orientados al mercado textil, el cual se estima que crecerá en el mundo del orden en un 400% entre 2010 y 2015”, señala Rodríguez.

Excelentes expectativas para el Salón de Negocios Digitales 2012

Las expectativas de Epson para esta versión del Salón de Negocios Digitales son altas. “Con nuestra asistencia el año pasado a este evento, nuestras ventas crecieron más de un 50% y en gran parte se debió al contacto con potenciales clientes que visitaron nuestro stand”, asegura Rodríguez. “Estamos seguros que tendrán una excelente recepción en el mercado, particularmente de señalización, como carteles, gigantografías, afiches, pasarelas, vía pública y gráficos vehiculares, además de reproducciones artísticas”, agrega.

Reboch participa por primera vez en el Salón de Negocios Digitales

Hace 28 años, la compañía Reboch fue pionera en el país en la instalación e implementación de la tecnología digital en blanco y negro. A fines de la década de los ‘80, se instalaron los primeros sistemas de impresión digital de documentos valorados, principalmente gracias a la tecnología magnetográfica de Nipson Technology, que logra una gran fijación del toner al papel.

El 14, 15 y 16 de agosto, Reboch participará como expositor en el primer Salón de Negocios Digitales, presentando sus nuevos productos de plotters industriales e impresoras de etiquetas autoadhesivas. Estas nuevas tecnologías fueron adquiridas por la empresa a fines de 2011, cuando comenzó a trabajar con la americana Imidia Tech, fabricante

de equipos para impresión digital color especialmente dedicadas al negocio de impresión publicitaria.

“Nuestro objetivo es mostrarnos a este nuevo mercado de impresión digital color, ya que hasta ahora solamente nos movimos en el mercado de muy alto volumen de impresión en blanco y negro, con productos tales como documentos valorados y todo tipo de documentos transaccionales”, explica el gerente general, Hernán Estay. Así, el Salón se convierte en un espacio propicio para demostrar las bondades de las nuevas maquinarias que ofrece Reboch para el mercado publicitario, sumándose a la amplia gama de productos especializados en documentación, como cortadores de papel, ensobradoras y clasificadores postales.



Tel.: 800 229 37 69 / www.xerox.cl



Tel.: (56-2) 996 28 97 / info@simatecsa.cl



Tel.: (56-2) 827 80 00 / www.hagraf.com



www.kodak.com

DEPORTE

TABLA DE POSICIONES SERIE "A"

EQUIPOS	PTOS.
PRINTER S.A	12
AMF S.A.	12
COLLOTYPE Offset	12
QUAD GRAPHICS	12
COLLOTYPE Flexo	9
MARINETTI - A	6
ARTICA - A	6
MORGAN	3
COLORAMA	3
SALESIANOS	0



Printer S.A



Gráfica Andros Ltda.



Artica Impresores S.A.-A,



AMF S.A.



Marinetti S.A. - A



Salesianos Impresores S.A.

SERIE "B"

EQUIPOS	PTOS.
LAHOSA	15
SUNCHEMICAL	11
SCIENTIFIC GAMES	10
VERA Y GIANNINI (*)	9
MARINETTI - B	9
MULTIGRAFICA	7
ARTICA - B	6
HAGRAF	5
AMF VARIABLE	4
ANDROS (*)	3
ONE LABEL	3
TEKNOFAS	1

(*) partido pendiente



Vera y Giannini



One Label



Morgan Impresores

IMPRESIONES

Del Mundo Gráfico

IMPRESIONES DEL MUNDO GRAFICO® es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos de Chile A.G. **ASIMPRES** • secretaria@asimpres.cl • www.asimpres.cl. • **Comité Editorial:** Patricio Hurtado A., Roberto Tapia Mac D., Rodrigo León G., José Bodet, María Eugenia Mingo S., Rodrigo Salinas C. y Carla Caorsi R. • **Fotografías:** Archivo ASIMPRES • **Estadísticas:** Enrique Barrera P. • **Impresión:** Quad Graphics. • **Tiraje:** 15.000 ejemplares.

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 son permitidos con la previa autorización de ASIMPRES A.G.

¿HAGRAF?

Hagraf es un MUNDO de EXPERIENCIA.

35 años de trabajo en la industria gráfica. Representamos las mejores marcas de maquinarias e insumos gráficos del mundo. Somos representantes exclusivos para todo el cono sur de Heidelberg Druckmaschinen AG.

En Hagraf encontrarás una oportunidad para tu imprenta
y un valor agregado para tus clientes.

www.hagraf.cl

business partner of
HEIDELBERG

HAGRAF 
Integra Nuestro Mundo