

IMPRESIONES



SANTIAGO DE CHILE - SEPTIEMBRE 2013

AÑO 8, N° 79 - DISTRIBUCION GRATUITA

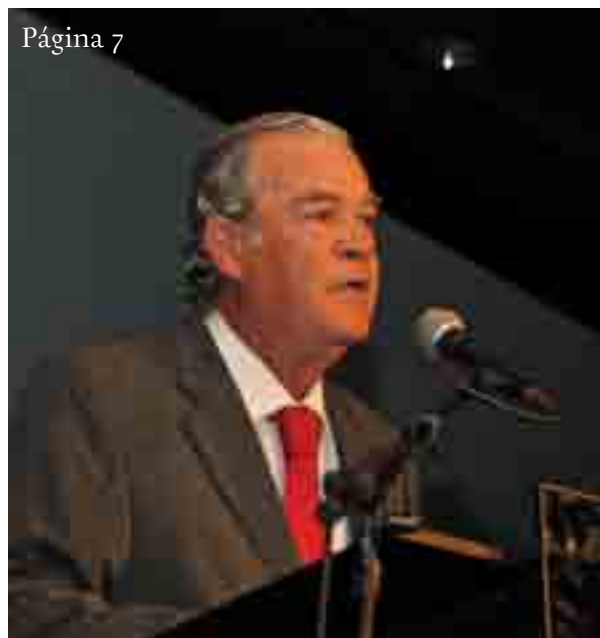
Del Mundo Gráfico



En página 6

Las seis tareas clave de la nueva administración de Ingraf

Jorge Morales y Natalia Izquierdo asumieron como director ejecutivo y directora académica respectivamente. En medio del proceso de autonomía, el Centro de Formación Técnica se está haciendo cargo de importantes desafíos.



Página 7

Patricio Hurtado, elegido por Conlatingraf como Líder Gráfico de las Américas 2014



Página 5

International Paper prevé aumento de demanda de papel en Chile

La empresa norteamericana con operaciones en Brasil está estudiando una nueva ampliación de la producción de papel en el gigante del Sur para abastecer el aumento de demanda que avocinan para la región y Chile.

Encuentro
Gráfico

El futuro
del papel

7 noviembre 2013

Sebastián Amaral,
Vicepresidente de ChileDiseño

“La industria va a tener que adaptarse a la integración de nuevos formatos”

Página 3

Canon firma convenio de cooperación y auspicio con Escuela de la Industria Gráfica

4

ASIMPRES / Contraseña preparan Print Santiago 2014

Empresas proveedoras dan el vamos a lo que será el evento más importante del próximo año.

8

Impresión sustentable

Errores comunes sobre Residuos Industriales Líquidos

Para efectos prácticos se debe entender como residuo industrial líquido aquel residuo líquido que se evacúa por el alcantarillado, y que debe cumplir con la normativa del DS 609/98. Otra vía de evacuación de residuos líquidos es a través de infiltración (DS 46/02), o descarga de agua superficial (DS 90/00), sin embargo los dos últimos escenarios son bastante escasos en la industria gráfica.

Aquellas empresas que generen residuos líquidos al alcantarillado deberán acreditarse como tal ante la Superintendencia de Servicios Sanitarios, primero caracterizando sus evacuaciones y diseñando un plan de manejo de estos residuos, el cual normalmente significa la construcción de una Planta de Tratamiento, además de un plan de autocontrol periódico el cual debe ser autorizado por la SISS.

En la industria de impresión y packaging existen cuatro grandes errores:

• **Primer error: Creer que el monitoreo de concesionaria es suficiente**

Se cree en algunas empresas que el monitoreo efectuado por la concesionaria (ej. Aguas Andinas), es suficiente

autorización para evacuar residuos industriales por el alcantarillado. Esto no es así, El monitoreo de la concesionaria sólo tiene por objeto fiscalizar la evacuación en el momento de la muestra, no tiene relación con autorizaciones de evacuación. Sólo están autorizadas las empresas que se han declarado como generadores de residuos líquidos ante la SISS, que además disponen de un sistema de abatimiento de contaminantes, y disponen de un plan de autocontrol informado a la autoridad, para aquellas empresas que luego del análisis de su proceso determinan que están generando RILES

• **Segundo error: No tratar residuos líquidos como residuos sólidos**
En general, todos los líquidos que se generan en una imprenta, vale decir: solventes sucios con tinta y agua, líquidos reveladores en bidones, tintas residuales, soluciones fuente agotadas en bidones, son, legalmente, residuos sólidos. Esta diferencia se produce por el envase que los contiene y porque son tratados como tal, o sea son almacenados transportados y enviados a disposición final.

• **Tercer error: Desechar tintas en base agua al alcantarillado**
En este sentido, no existen productos autorizados para ser evacuados al alcantarillado; sólo existen las tablas de carga contaminante diaria y estas tablas guardan relación a los compuestos evacuados que son los que definen la calidad del generador. En el caso de las tintas en base agua, estas tiene compuestos minerales y metales (no metales pesados, puesto que la situación sería aún peor), además del solvente (agua en este caso) que las hacen exceder la norma de emisión. En general todas las imprentas que cumplen con la norma deben tratar sus residuos de tinta como residuos sólidos y no líquidos, a menos que se acrediten como generadores ante la SISS.

• **Cuarto error: Considerar inofensivo el lavado de manos o lavado de implementos**
Existe la convicción en muchas imprentas, que los residuos generados por lavados de partes, rodillos, tinteros o pisos donde se desarrolla el proceso de impresión pueden ser evacuados al alcantarillado público. Esto en la práctica no corresponde ya que según la normativa vigente, cualquier residuo generado por los procesos de impresión debe ser considerado residuo peligroso y debe ser tratado como tal.



Colaboración de Sergio Becker
Consultor ambiental Asimpres



TECNOLOGÍA

DE LOS MEDIOS IMPRESOS



José Bodet

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

josebodet@me.com

¿Dijiste... mantenimiento?

Aumentar la productividad de su empresa pasa por múltiples factores y tener las prensas funcionando al 100% representa un idealismo que no resiste a ninguna lógica industrial ni tampoco a la realidad de la “artes gráficas”. En resumen: un muy mal cálculo.

Todos saben que, si una prensa viene a parar sin avisar, las consecuencias para el servicio al cliente y los costos asociados en su reparación son bastante significativos. Sin embargo, cerca del 90% de la industria gráfica produce y produce, sin parar, y hasta que las mismas prensas fallen. ¿Será que los gerentes de producción no le toman el real peso al mantenimiento preventivo? Esto porque, según datos de *Rockwell Automation*, la mayoría de las imprentas de América Latina solo hacen mantenimiento reactivo; porque aún no cuentan con una coordinación administrativa como tampoco con una estrategia formal y establecida de mantenimiento.

Cultura y educación

Con empresas en su gran mayoría familiar y artesanal, pensistas autodidactas y un sistema educacional TP que nunca consideraron el mantenimiento como “parte de la pega”, cuesta poco entender porque estamos donde estamos. Hoy en día, nos encontramos con miles de máquinas poco productivas porque mal tratadas y mal mantenidas; sea por falta de consciencia de los gerentes, falta de conocimiento y herramientas para los operadores, o también porque siempre fue así. Cuáles sean las razones (siempre sobran en estos casos), la cruda realidad es que la fuerza de la costumbre y el conformismo se encargan de mantenernos bien abajo en los índices de productividad de la OCDE. Se hace urgente el cambio cultural y profesional si aún se desea jugar en las grandes ligas de los países desarrollados.

Cuestión de hábitos

Porque los hábitos se adquieren a temprana edad y al inicio de una vida profesional es poco probable que las cosas cambien de pronto. Es cosa de esperar que las próximas generaciones, de gerentes y operadores, vengán mejor preparados y conscientes que, en el mundo industrial, las máquinas requieren de un mantenimiento preventivo, programado y riguroso. Algo que pronto definirá la norma ISO 55000. Mientras, recemos para que las cosas sigan igualito.

La educación es productividad

Comienzo esta columna felicitando a nuestro ex presidente, Señor Patricio Hurtado, recién elegido por la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica, Conlatigraf, como el Líder Grafico de las Américas 2014. De esta manera se reconoce la sostenida contribución que Asimpres ha desarrollado en beneficio de la unidad, fraternidad e integración de las asociaciones gráficas latinoamericanas.

En el ámbito nacional, es destacable la trascendental sinergia que se ha venido aplicando durante los últimos años en los dos estamentos educacionales que están bajo la tutela de Asimpres. La Escuela de la Industria Gráfica y el INGRAF, juntos e individualmente, están alcanzando la esperada autonomía, certificación y consolidación requerida para comenzar a impulsar un extenso programa de integración con las imprentas, proveedores y centros académicos relacionados con la comunicación gráfica, con el fin de responder adecuadamente a las futuras y específicas demandas de colaboradores especializados que requerirá la industria durante los próximos años.

La apuesta de sustentar el crecimiento sobre el capital humano es correcta, pero el proceso se hace aun más lento cuando estamos atrasados. En Chile 4 de cada 10 personas son analfabetos funcionales; esto es, no comprenden la información de textos simples o documentos que son indispensables para mejorar la gran brecha que existe en los índices de productividad que presenta nuestro país en comparación con los países desarrollados.

Cualquier industria debe concebir que para asegurar su permanencia en el tiempo debe mejorar constantemente sus índices de productividad, esto implica no solo invertir en más y mejor tecnología, sino que primero, hay que entender que nuestro futuro es intrínsecamente dependiente de la educación, desarrollo cultural, técnico y profesional de la población, y luego asumir que el reemplazo generacional en el mercado laboral no es instantáneo. Mejor dicho, posiblemente la generación que alcanzará los índices de productividad de los países desarrollados acaba de ingresar o ingresará a la educación básica el próximo año.



Roberto Tapia Mc D.
Editor

Sebastián Amaral, Vicepresidente de ChileDiseño

“La industria va a tener que adaptarse a la integración de nuevos formatos”

Sebastián Amaral, es diseñador gráfico de la Universidad del Pacífico y actual Vicepresidente de ChileDiseño, la Asociación Chilena de Empresas de Diseño. Es socio de Grupo INEDIT, que reúne empresas como Edwards Asociados, dedicada al Marketing Relacional e IDEMAX, consultora creativa especializada en temas de cultura creativa e innovación.

La visión de Amaral en relación a los principales desafíos de la industria creativa donde la impresión y el packaging se insertan, está dada en la adaptación y la implementación de profundos cambios hacia la experiencia de usuario; por otro lado, la integración de nuevos formatos y nuevos materiales, y por último, considera que el servicio es todavía un “giro hacia lo desconocido” donde habría que profundizar.

Desde tu experiencia en diseño e innovación, ¿cuál es la visión que tienes de la impresión y de su rol en el proceso creativo?

No es novedad que muchos proyectos de innovación tienen una fuerte vinculación tecnológica y hacen un fuerte uso de los medios digitales dado el bajo costo por alcance que estos tienen. Entendemos también que muchos medios impresos y la impresión en términos generales, en este contexto, se ha tenido que adaptar y proponer profundos cambios a la “experiencia”, es aquí donde está el valor y el desafío creativo. Que el impresor logre conectarse mejor con las personas y que le entregue nuevas maneras de relacionarse con los contenidos. Desde los papeles, la personalización y generar contenidos mas queribles, creo que la impresión en este sentido tiene mucho que aportar y decir.

En la industria de la impresión han habido ciertos casos de reinención hacia nuevos formatos y apertura al Crossmedia, ¿cómo crees que se debería entender e incorporar la innovación de manera efectiva en estas organizaciones, que se vinculan a la industria gráfica?

Si bien en la pregunta anterior conectaba los te-



“El diseño se acerca cada vez más al mundo de los negocios desde el pensamiento visual, por lo que debemos seguir trabajando en lo estratégico y en el hacer, desde la perspectiva del branding, los servicios y todo lo que implica diseñar”, comenta Sebastián Amaral.

mas digitales y el alcance, no todas las innovaciones tienen que ver con esto. Aquí hay procesos que se pueden observar para ser transformados, uso de nuevos materiales, mecanismos de reciclaje y otras prácticas que con la mirada de la innovación podrían representar un giro en el servicio, giro todavía desconocido. Creo que si bien hay pocos casos de reinención, toda la tendencia nos indica que más bien temprano que tarde la industria va a tener que adaptarse a la integración de nuevos formatos. Aquí podemos hablar del concepto de

“Bricks & Clicks” y cual va a ser el equilibrio al que vamos a llegar. Que nuestras audiencias reciban el mix indicado de contenido digital e impreso, más todos los demás.

Y por otro lado, ¿qué acciones podríamos seguir, como gremios, para integrarnos realmente, considerando que nuestros técnicos y profesionales trabajan colaborativamente en el día a día?

La colaboración e identificar el enemigo es clave, que en este casos nos son los competidores. No conozco acciones o tácticas concretas, pero definitivamente identificar la tendencia, saber cuándo cerrar, cuándo transformarse y cuándo invertir van a ser la llave a la sobrevivencia.

Desde esa perspectiva, ¿crees que las escuelas de diseño están tomando la iniciativa de comenzar a integrarse con la impresión?

En general las escuelas de diseño tienen poco que ver con aspectos del tipo técnico. Su foco ha estado puesto más que en el conocimiento práctico, en el conocimiento teórico o con una mayor orientación hacia este aspecto. Creo que tenemos que sincerar el tema técnico y armar mallas adecuadas al campo laboral en este sentido. La tecnología va más rápido que las escuelas por lo que definiría perfiles, más que pretender que todos sepan todo.

¿Cómo definirías la situación actual del diseño en Chile?

El diseño está en una extraordinaria posición. Cada día se reconoce más su valor, se identifica como un actor clave para la innovación, por lo tanto para la transformación y generación de valor. Así lo han ido entendiendo los gobiernos y de la misma manera la industria, las escuelas y los usuarios en general. El diseño se acerca cada vez más al mundo de los negocios desde el pensamiento visual, por lo que debemos seguir trabajando en lo estratégico y en el hacer, desde la perspectiva del branding, los servicios y todo lo que implica diseñar.

Canon firma convenio de cooperación y auspicio con Escuela de la Industria Gráfica



El convenio, firmado por Hans Rehr, gerente de Marketing & Planning Canon Chile y Manuel Betancourt, rector de la Escuela de la Industria Gráfica, consiste en la implementación de una sala de impresión digital.

La empresa colaboró en el reacondicionamiento de un antiguo taller y puso a disposición de la Escuela cinco máquinas de última generación, con sus respectivos suministros y mantenciones gratuitas: Plotter iPF 9400, Plotter iPF 6400, Plotter iPF 5100, Laser Image Press C+ (color), Laser Image Runner 7095 (blanco y negro).

El objetivo de esta colaboración está puesto en el fortalecimiento técnico de los alumnos. “Anhelábamos contar con el máximo de tecnología posible, ya que nuestros estudiantes requieren de información fresca, preparación efectiva e innovación tecnológica den-

tro de su formación profesional. Hoy ese sueño se hizo realidad, gracias a Canon”, opina Fabián Cabrera, coordinador del Área Técnica de la Escuela.

El beneficio para los estudiantes es significativo, ya que podrán tener acceso a esta tecnología y aprender su uso dentro de las dependencias de la Escuela. Por otro lado, se abre una nueva oportunidad laboral para ellos, ya que Canon utilizará este taller como showroom, en el cual sus clientes podrán visitar la escuela y solicitar operarios capacitados en estas máquinas, en caso de necesitar.

La remodelación del antiguo taller consistió en la construcción de tabiquería de primera calidad, cielo americano y mejoramiento de la iluminación.

Además de Canon, se sumaron los aportes del Centro de Padres y Apoderados y de algunos fondos de la misma Escuela.

Gerardo Montes, Gerente Comercial FSK

Valor agregado para etiquetas y estuches

FSK S.A. ofrece en la actualidad una diversificada línea de soluciones para la industria gráfica, desde folias hot stamping, cold foil, hologramas de seguridad, materiales de encuadernación, insumos para tarjetas de crédito, papeles sintéticos, soportes textiles para etiquetas, cintas de transferencia térmica, entre otros.

La historia se remonta al año 2000, cuando nace Foil Sur S.A., de la mano de una empresa catalana, que estaba orientada a los softwares de pre prensa. Dentro de esa unidad de negocio, le ofrecieron a Gerardo Montes, que se desempeñaba por ese entonces en Foliográfica, hacerse cargo de la división de folias, que se abastecía de Comercial Arqué en Barcelona. Se instalaron en una casa en Providencia y comenzaron a importar rollos. Al año, tuvieron máquinas para convertir jumbos. La compañía comenzó a crecer. Hoy se encuentran en Quilicura, sector industrial de Carretera San Martín.

El año 2005 se convirtieron en distribuidores oficiales de los productos Kurz, empresa multinacional de origen alemán, especializada en folias y con más de 80 años de historia, para los mercados de Chile y Perú. Fue el 2011 que Kurz se hace parte de la sociedad y cambiaron su nombre a FSK S.A. FS por Foil Sur y la letra K por Kurz. “Empezamos a incorporar nuevas máquinas y a dar servicio de cortes más precisos y de rollos más largo. Los clientes estaban muy contentos porque el ahorro de folia era un beneficio importante con este servicio”, comenta Montes.

En ese momento también desarrollaron la división que se encargaba de vender cintas de transferencia térmica para impresión de código de barra, codificación para marcaje y soporte textil para etiquetas de ropa. Luego, comenzaron a incorporar todos los insumos para la fabricación de tarjetas de crédito. “Traemos los hologramas de Visa y MasterCard, fabricados por

Kurz. Bandas magnéticas y paneles de firma, además de los overlay. En paralelo a eso, comenzamos a especializarnos en la división de seguridad y comenzamos a ofrecer la banda magnética holográfica, holograma para las tarjetas de los retail e instituciones públicas”.

¿Cuál fue la visión del negocio a la hora de iniciarte en las folias?

El negocio que vimos en un principio, era traer folias diferentes a las que ya existían, porque el mercado ofrecía principalmente oro y plata y algunos colores. Los diseñadores, impresores y las viñas estaban aburridos de lo que había, entonces comenzamos a incorporar folias de colores metalizados nuevos e innovadores. Fue ahí cuando comenzamos a traer muestras de folias holográficas que están orientadas al packaging, por ejemplo estuches de perfumería, cosmética y etiquetas.

¿Cómo se da el proceso de identificar oportunidades comerciales e incorporarlas en su oferta?

Nosotros no decidimos qué traer, siempre lo deciden los diseñadores y la gente de marketing de las imprentas y viñas. Nos juntamos para analizar una necesidad y pedimos varias muestras a Kurz. Con eso el diseñador arma una maqueta y lo presenta. Si es aprobada por el cliente final, hacemos los pedidos. No podemos arriesgarnos.

A la hora de posicionar una folia en particular, hay que cuidar el stock, porque en este caso es un detalle que apoya el branding del producto...

Claro, y hay un trabajo del diseñador que también hay que cuidar y respetar. Para eso, nosotros hemos tenido que traer folias por avión. Hemos pagado fortunas por traer folias, cuando se nos ha acabado por una situación particular, para proteger al cliente y que nuestras



folias se siga manteniendo en el producto. Y lo difícil es eso, saber cuánto traer y para cuánto tiempo traer. Hay que correr el riesgo, es parte del negocio, pero ya tenemos mucha experiencia en este punto

Ustedes como empresa proveedora deben estar a la vanguardia ¿qué nuevas oportunidades, tecnologías, servicios se han comenzado a incorporar?

Lo último que ha salido después de las folias hot stamping tradicional, que tiene muchos años, fue la folia en frío (cold foil). Visualmente se ve parecido, pero la forma de aplicación es distinta. El hot stamping es a través de presión y calor por cliché metálico, en máquinas muy rápidas, hablamos de 3500 pliegos por hora, estampando varias etiquetas por pliego, y en diversidad de sustratos lo mismo en máquinas impresoras de etiquetas adhesivas en rollos. El cold stamping nació porque la impresión de etiquetas comenzó a aumentar hacia la etiqueta adhesiva para vinos y etiquetas industriales, tanto en películas como en papel. Tiene ventajas y desventajas: no requieres tanto arreglo técnico y gasto de cliché, pero permite un trabajo más automático.

Por otro lado, están introduciendo folia especial para impresión digital, HP Indigo o Xeikon, la cual se adhiere por laminado solo en la tinta digital negra. Se puede metalizar al color u holograma que quieras. Lo que viene es esto. Se lanzó en la Drupa y es un buen recurso de Kurz. En Chile no hay nadie que lo tenga aún y para lo que es la etiqueta de vino y estuches es una buena alternativa.

International Paper pronostica aumento de demanda de papel en Chile

• LA EMPRESA NORTEAMERICANA DE PAPEL Y PACKAGING ESTÁ INCLUSO ESTUDIANDO UNA NUEVA AMPLIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE PAPEL EN BRASIL PARA ABASTECER EL AUMENTO DE DEMANDA QUE AVECINAN PARA LATINOAMÉRICA, INCLUIDO CHILE.

El mercado chileno importa cerca de 160 mil toneladas de papel sin recubrir al año. International Paper (IP) es uno de los principales actores del mercado de este rubro a nivel nacional.

Y la perspectiva de la compañía es que el mercado chileno continuará creciendo. “Tenemos un estimativo de que entre todos los países en Latinoamérica, Chile es uno de los que más crece. El mercado chileno tiene el consumo de papel más grande de toda Latinoamérica”, comenta Luana Cardozo, Sales Executive para Chile, Bolivia y Centroamérica de International Paper.

Según la ejecutiva, el consumo y demanda de papel va a aumentar, porque está fuertemente relacionada al desarrollo del país, niveles de ingreso y escolaridad. “Y mientras más acceso tengan las personas a Internet y dispositivos electrónicos, más se va a imprimir, porque tendrán mayor acceso a la información”.

Es por eso que IP está estudiando un aumento de la capacidad de fabricación de papel en Brasil para atender la demanda que va a crecer en Latinoamérica. “Esa es la estrategia”, sentencia Cardozo.

Luana Cardozo destaca la facilidad logística de la importación en Chile: “Es un mercado abierto, donde entramos sin aranceles. Por otro lado, estamos muy bien ubicados, por lo que logísticamente, este mercado es muy práctico de atender”. El transporte se realiza vía marítima y los pedidos demoran aproximadamente 12 días en llegar desde Brasil.

La pregunta clave son los precios. No es ninguna novedad que el costo de la energía tiene un alto impacto (alrededor del 30%) en los costos de la producción del papel. Sin ir más lejos, contamos con el ejemplo del reciente anuncio de la paralización de operaciones de la planta de papel periódico perteneciente a la filial Papeles del Río Vergara de CMPC, aludiendo altos costos de energía.

El papel sin duda es uno de los costos más importantes, que debe considerar el impresor en su tarea productiva. Por eso, el aumento del precio de esta materia prima es una preocupación constante.

Para Luana Cardozo, “los precios de papel seguirán acompañando la oferta y demanda del producto, así como la pulpa”. Lo importante es no aumentar los costos productivos, por lo que la autogeneración y la eficiencia energética son el camino: “La energía que utilizamos en nuestro proceso productivo es generada de fuentes renovables y biodegradables. Donde incluso hubo recién una inversión muy expresiva, de alrededor de US\$ 90 millones en International Paper do Brasil, de una caldera de biomasa que provee la energía limpia a nuestro proceso”.

Estrategias de marketing en sustentabilidad

La preocupación de la compañía está puesta en cómo continuar aumentando el consumo de papel en Chile, pero de una forma sustentable y concientizar a sus distribuidores directos, Dipisa, Edipac



Actualmente IP tiene 100 mil hectáreas de plantación, donde el 70% es eucalipto y 30% es bosque nativo. “Todo el papel que producimos es fibra corta de eucalipto”. Y además, utilizan las cáscaras para la producción de energía, “buscamos la autosuficiencia”, agrega.

Brasil es el país que tiene la mejor productividad del mundo en la fabricación de eucaliptos, se siembra en alrededor de 6 a 7 años, aunque no es un árbol nativo de la zona. En comparación, en Europa se puede demorar 20 a 25 años

Para garantizar la consistencia de la producción, IP desarrolló un sistema de clones de los mejores árboles de eucaliptos, para regular y mantener la calidad.

Más de un siglo en el mercado

IP está en el mercado hace más de 110 años. En Brasil, el sistema productivo de International Paper está compuesto por dos fábricas de papel y celulosa en Mogi Guaçu y Luiz Antônio, en el interior del estado de São Paulo, y una fábrica de papel en Três Lagoas,

en Mato Grosso do Sul, la cual que genera 200 mil toneladas al año y que fue creada en 2009. Las tres unidades producen líneas de papeles cut size destinados a Brasil y a mercados externos, además de productos de la línea Chambril para transformación e impresión. La capacidad de producción es de 1 millón de toneladas de papel no revestido. Mundialmente produce 5,3 millones.

En Chile, International Paper comenzó a trabajar con Dipisa hace 30 años como distribuidor de papeles cut size ChameX y también en papeles de impresión Chambril, que va desde 50 grs hasta 240 grs. “Dipisa es un colaborador muy importantes porque introdujeron nuestros productos al mercado chileno”, opina Cardozo.

Las seis tareas clave de la nueva administración de Ingraf

• JORGE MORALES Y NATALIA IZQUIERDO ASUMIERON COMO DIRECTOR EJECUTIVO Y DIRECTORA ACADÉMICA RESPECTIVAMENTE. EN MEDIO DEL PROCESO DE AUTONOMÍA, EL CENTRO DE FORMACIÓN TÉCNICA SE ESTÁ HACIENDO CARGO DE IMPORTANTES DESAFÍOS.

No hay duda que la principal necesidad de la industria es contar con capital humano capacitado, es por eso que la nueva dirección del CFT Ingraf está trabajando velozmente en las líneas de acción que garantizarán una respuesta acorde a los requerimientos de las empresas de impresión y packaging, y que marcarán la renovación de su gestión.

Vínculo con la empresa

La tarea inicial de la nueva administración del CFT Ingraf es levantar información. Para esto, está trabajando en armar comités empresariales, cuyo objetivo es identificar qué es lo que requiere hoy la industria en relación a capacitación y materias técnicas. El sentido es poder diseñar un plan de acción a largo plazo que evalúe programas y sistemas de capacitación. “El CFT Ingraf nació desde la necesidad de la industria. Ninguna otra institución de educación superior tiene el beneficio de recibir feedback de manera constante y enfrentando la realidad”, opina la directora académica, Natalia Izquierdo.

La idea es reconvertir el área de capacitación y para eso se contrató a un profesional especialista, quien se preocupará de visitar y asesorar directamente a las empresas y ofrecer servicios hechos a su medida.

Estrategia de reposicionamiento

Otro de los puntos de trabajo prioritarios es desarrollar acciones y mensajes que refuercen el objetivo de convertir a Ingraf en la entidad capacitadora de la industria y centro de formación de sus futuros trabajadores; pero también darlo a conocer como un referente, una instancia asesora, accesible y confiable, de consulta u orientación técnica.

“Es un desafío, pero creo que gran parte de los asociados de Asimpres nos conocen. Falta demostrarles que sí somos una buena alternativa y somos capaces de darles capacitación y formación de calidad”, opina Natalia Izquierdo. Jorge Morales, complementa: “No nos hemos mostrado a la industria como una alternativa de poder solucionarles problemáticas concretas”.

Servicio académico y reorganización interna

La nueva directora académica lleva



dos meses en su cargo. En este tiempo se ha enfocado a la tarea de brindar a los alumnos un buen servicio académico y ofrecer un equipo docente preparado. “Estamos trabajando rápido en eso. Obviamente habrá cambios. No podemos desconocer el trabajo anterior, pero sí tratar de continuar y mejorarlo”, comenta Natalia.

Dentro de las acciones concretas realizadas, destaca un replanteamiento del rol de los jefes de carrera, para que sean cercanos a los alumnos; la organización de sistemas de trabajo conjunto entre profesores; exigencias en planificación de asignaturas; revisión de instrumentos de evaluación y observación de clases. “Todo eso ha permitido que los docentes se vayan alineando y vayan mejorando la preparación de sus clases”, expresa Jorge Morales.

Para esto han involucrado a los docentes en el proceso. “Las decisiones se han compartido con los profesores, con el fin que tengan la oportunidad de evaluar los mecanismos”, dice Natalia Izquierdo.

También ha sido fundamental apoyar la gestión de material pedagógico, entendiendo que los profesionales que trabajan son técnicos docentes.

Por otro lado, los detalles han tomado relevancia; desde preocuparse por las cortinas de las salas de clase, hasta otorgar un buen servicio de atención estudiantil.

lidarnos ante la industria”, dice el director ejecutivo.

La mirada integral de la industria

Tanto Jorge como Natalia concuerdan que la gran desventaja de la impresión y packaging es el desconocimiento “hacia fuera” de su real envergadura. “No se conoce. Todavía hay una idea artesanal de lo que se hace” opina Morales. Por lo tanto, dentro de la necesidad de acrecentar el capital humano, el CFT Ingraf debe aportar en una mirada amplia de las oportunidades, situando a la gráfica como parte de una cadena productiva y poder ofrecerse como un complemento para otros gremios afines como el Colegio de Diseñadores. “Hoy el diseñador no tiene claridad de los distintos sistemas de impresión y cómo se comporta su diseño es los diferentes sustratos como papel, plástico y otros materiales. No visualiza cómo se verá plasmado ese diseño en los distintos soportes. De los 12 mil diseñadores, según SII, estimo que el 10% sabe cómo enviar un buen original a imprenta”, dice Natalia Izquierdo, quien agrega: “Esos diseñadores también pueden ser clientes para nosotros”. Jorge Morales recalca: “Hoy esa cadena no está construida; está cortada”.

Articulación con la Escuela

Se comenzará a trabajar en currículum integrados, donde se irán homologando asignaturas de la Escuela con las de Ingraf, con el fin de optimizar tiempos de estudio. “Para el alumno que sale de la Escuela va a ser atractivo quedarse en el Ingraf, al reconocer sus competencias anteriores”.

UNA BUENA DUPLA

Ambos cuentan con experiencia en el mundo educacional. Natalia Izquierdo trabajó nueve años como jefa de carrera de Diseño de IP Los Leones y cuatro años como coordinadora académica de Adobe Training Center de MacOnline. Jorge Morales, por su parte, se desempeñó 10 años en Inacap y dos en AIEP, en cargos directivos.

Jorge y Natalia reemplazan en sus cargos a José Manuel Jaramillo y José Bodet, quienes asumieron nuevos desafíos profesionales.

Los directores recién instalados se encuentran contentos y motivados con su breve pero intensa labor en el CFT Ingraf, en la cual se proyectan ya que buscan aportar en un proyecto con alto valor social.

“Hemos hecho una buena dupla”, opina Natalia.

Asociación Nacional de la Prensa premio a las mejores revistas del país



Este premio reconoce la calidad del trabajo periodístico, gráfico, digital y de marketing realizado en las revistas chilenas, llegando a convertirse en una instancia sumamente relevante para fomentar la industria.

Una gran convocatoria tuvo la tercera versión del Premio Nacional de Revistas, MAGs 2013, instancia en la que los equipos de gran parte de las publicaciones de nuestro país pudieron compartir y exponer sus trabajos en un ambiente de sana competencia. Paula, ED, Capital, Qué Pasa, La Panera, Muy Interesante, El Gráfico, MasDeco, VD, Ya, Sábado y la editorial Tiempo Presente fueron galardonadas en las distintas categorías del concurso que, desde 2011, entrega la Asociación Nacional de la Prensa.

Este premio —que cuenta con el auspicio de CentroParque, Ipsos y QuadGraphics, y la colaboración de la Universidad del Pacífico— reconoce la calidad del trabajo periodístico, gráfico, digital y de marketing realizado en las revistas chilenas, llegando a convertirse en una instancia relevante para fomentar la industria.

Durante el evento, Álvaro Caviedes expuso que “las revistas no están en crisis”, y que el objetivo es poder saber cómo integrarse a otras plataformas.

Un selecto grupo de jurados, compuesto por expertos en la materia, revisó las cerca de cuatrocientas postulaciones que se recibieron durante marzo y abril de este año. Todos los ganadores fueron anunciados y premiados en una ceremonia realizada el martes 27 de agosto en el centro de eventos CentroParque, en Las Condes.

La revista con mayor número de premios fue Paula, del grupo Copesa.

Patricio Hurtado es el nuevo Líder Gráfico de las Américas 2014

ESTE RECONOCIMIENTO, ESTABLECIDO EN 1982, PREMIA EL LIDERAZGO EN ÁREAS COMO ADMINISTRACIÓN, TECNOLOGÍA, NEGOCIOS Y CONTRIBUCIONES A LA INDUSTRIA, LA COMUNIDAD Y LA SOCIEDAD EN GENERAL.

Nota de prensa Conlatingraf

La Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica, Conlatingraf, eligió a Patricio Hurtado como el Líder Gráfico de Latinoamérica 2014.

El nuevo Líder Gráfico de las Américas nació en Santiago el 8 de mayo de 1951 y es el hijo del fundador de la Conlatingraf, Benjamín Hurtado Echeverría, y de Inés Alvarado Adriasola. Junto a su esposa, Patricia Labarca Baeza, es padre de cuatro hijos.

Patricio Hurtado inició su carrera en Ben-Hur el año 1974 como empleado, y en 1977 se convirtió en socio de su padre. Posteriormente, en su planta de impresión se implementaron los principios de la producción limpia.

El nuevo líder ha seguido el ejemplo de su padre, Benjamín E. Hurtado, siempre preocupado por el posicionamiento, la cohesión, la defensa y el desarrollo de los empresarios gráficos chilenos y latinoamericanos.

Es una persona gremial por excelencia. Participa en Asimpres, la Asociación de Industriales Gráficos desde 1996, cuando se unió como director, pasando a la segunda vicepresidencia en 1997, y luego haciéndose cargo de la tesorería entre 2003 y 2007. Tres años después, en el 2010, fue reelegido como director y en 2011 presidió la Asociación hasta julio del presente año.

Patricio Hurtado en la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica y afines, entre 1999 y 2001

Como presidente de la confederación su principal preocupación fue promover la fraternidad y



Según expresa Conlatingraf: “El nuevo Líder Gráfico de las Américas ha seguido el ejemplo de su padre, Benjamín Hurtado, preocupándose por el posicionamiento, la cohesión, la defensa y el desarrollo de los empresarios gráficos”

la integración de la asociación y la reintegración de los países, especialmente en América Central y en el Caribe.

Patricio Hurtado logró conseguir el reconocimiento y la invitación de Conlatingraf a ferias mundiales como drupa, Print-Chicago y Graphics of the Americas, y fue aceptado como miembro de la organización mundial de la industria de la impresión.

Durante su dirección se organizaron dos asambleas y congresos en Nicaragua, El Salvador y República Dominicana, donde el tema principal fue la fraternidad y la solidaridad de la asociación.

Escuela de la Industria Gráfica celebra un nuevo aniversario

El pasado 24 de agosto la Escuela de la Industria Gráfica celebró 73 años de existencia. Al almuerzo de camaradería asistieron 153 exalumnos de diferentes generaciones, quienes hoy se encuentran trabajando en distintas empresas del país. Muchos de ellos ya están a cargo de importantes puestos y otros cuentan con el honor de ser dueños de su propia imprenta.

En esta ocasión, se premió a la María Elena Ocampo, de Imprenta Minerva, a quien se la distinguió por los años dedicados a la Escuela y en particular, a organizar y ejecutar este evento de celebración. Junto a ella, también

se reconoció a Franz Sieber por el servicio generoso prestado a la escuela como rector.

Este encuentro fue definido por los participantes y organizadores como un momento para recordar y agradecer a la Escuela por la formación entregada. Durante la ocasión se exhibieron fotografías del archivo histórico de la institución, las cuales fueron aportadas por Felipe Báez, distinguido exalumno, en la cual se mostraban a jóvenes estudiantes que hoy son exitosos gráficos, amantes de su profesión.

Comité de Desarrollo de Capital Humano se reúne para definir plan de acción



Con el objeto de lograr una total integración de Asimpres con sus instituciones de educación, se conformó un comité de trabajo que estará dedicado a delinear y ejecutar estrategias que permitan otorgar una completa difusión del rubro a los futuros integrantes, como también lograr una mayor efectividad de los programas que están en funcionamiento.

Entre los temas que se trataron durante la primera reunión, destacó la reformulación del Programa Dual, para trabajar con empresas comprometidas y con alumnos con real interés y vocación gráfica; planes de motivación y capacitación de maestros guías; fortalecimiento del vínculo comunicacional entre la Escuela, Ingraf y Asimpres; y orientación al área digital, entre otros temas.

A la reunión asistió Felipe Villaseñor, Presidente de Asimpres; Carlos Aguirre, Presidente de Ingraf, Carlos Eicholz, Director de Ingraf; Jorge Morales, Director Ejecutivo de Ingraf; Manuel Betancourt, Rector de la Escuela de la Industria Gráfica y la Gerente Gremial, María Eugenia Mingo. Cabe mencionar que en el mencionado comité participa también de manera activa, Miguel del Río, Presidente de la Corporación Educacional de las Artes Gráficas.

Premio Australis recibe obras hasta el 23 de octubre



Asimpres invita a todas las empresas gráficas de impresión y packaging de las diferentes especialidades instaladas en Chile, a participar en el Concurso de Calidad en la Industria, Premio AUSTRALIS 2013, cuyo objetivo es distinguir y premiar la calidad integral del producto gráfico chileno.

Podrán participar productos gráficos elaborados durante el período comprendido entre el 01 de julio de 2012 y el 31 de agosto de 2013, que correspondan a alguna de las categorías vigentes de impresos editoriales, impresos comercial, packaging, material de punto de venta o display y productos de autopromoción.

El jurado estará integrado por expertos de las áreas de diseño, impresión, terminaciones, y también de profesionales representantes de la visión del cliente de la industria gráfica. Entre ellos se encuentran Cristián Montegú, Presidente de ChileDiseño, Paula Escobar, Editora de Revistas El Mercurio, Lionel Fuentealba de la Agencia Porta, Verónica Greve de Chilealimentos, Carlos Gallardo de Hagraf, Lautaro Faúndez de Pamigraf, Natalia Izquierdo de Ingraf, José Bodet de Academia MacPC y Eduardo Spencer de Spencer Gráfica y ex director de Asimpres.

La decisión del jurado calificador se dará a conocer públicamente por primera vez, en la Ceremonia de Premiación, que se realizará durante la Cena Anual de la Industria Gráfica y también a través de los medios de comunicación de ASIMPRES. Todas las muestras ganadoras serán exhibidas en un stand preparado para este efecto durante la Cena Anual.

Santiago se alista para evento más importante de la industria gráfica

Representantes de empresas proveedoras como Canon, 3M, Ricoh, HP, Agfa, Cadegroup, entre otros, se reunieron el pasado 28 de agosto, citados por Asimpres y Revista Contraseña, con el fin de evaluar la realización de una feria gráfica en Santiago para el 2014.

Entre los objetivos y expectativas que se delinearón, se mencionó realizar una feria orientada al consumidor final y con un importante showroom de maquinarias Offset y Digital. La intención es mostrar innovación en formatos que integren terminaciones, gigantografías y display; además de convocar a un amplio espectro de aliados como diseñadores, agencias de publicidad, marketing y editores.



Se proyectó la realización de la feria para octubre 2014, considerando un tiempo prudente luego de la ExpoPrint Brasil 2014.

Continuarán las reuniones de planificación de cara al evento más importante de la industria nacional el próximo año.

Casa de Moneda inaugura línea de producción de billetes de última tecnología

Casa de Moneda de Chile, la empresa más antigua del país, cumple 270 años totalmente renovada. Gracias a una inversión de US\$90 millones, la más grande de su historia, construyó y remodeló más de 14 mil metros cuadrados de su planta y adquirió una línea de producción de billetes con la última tecnología disponible a nivel internacional.

A la inauguración asistieron el Presidente de la República, Sebastián Piñera; el Ministro de Economía, Félix de Vicente, y el Presidente del Banco Central, Rodrigo Vergara, además de representantes de bancos centrales de otros países, entre otras autoridades.

La nueva línea de producción de billetes es parte de un profundo proceso de renovación que Casa de Moneda inició en 2010. "Hoy contamos con un equipo humano capacitado y motivado, una nueva planta y la mejor tecnología disponible en el rubro, lo que permitirá a Chile convertirse en una plataforma internacional de impresión de billetes", dijo Pedro Pellegrini, presidente del directorio de Casa de Moneda.

Los equipos son capaces de imprimir más 1.200 millones de billetes al año en cualquier sustrato –papel o polímero– de acuerdo a los estándares de tecnología, seguridad y calidad de cualquier Banco Central del mundo, incluido el de Chile.

Sobre la nueva línea de producción de billetes:

- Las 6 máquinas de la nueva línea de producción de billetes, fabricadas en Austria, Suiza y Alemania, viajaron en 58 contenedores



desde los puertos de Génova y Hamburgo hasta Valparaíso, y desde allí, en camiones con escolta de seguridad hasta Santiago.

- 20 trabajadores de Casa de Moneda viajaron a Europa para capacitarse y recibir las máquinas.

- 70 personas trabajarán en la nueva planta de billetes.

- Las 6 máquinas de la nueva línea, puestas una a continuación de la siguiente, miden 90 metros de largo.

- En la instalación y puesta en marcha de la nueva línea participan más de 70 técnicos europeos que permanecerán alternadamente desde junio 2013 hasta enero 2014.

- La línea de producción anterior imprimía 40 millones de billetes por mes. En la nueva línea se podrá imprimir cerca de 100 millones de billetes mensuales.

Sobre Casa de Moneda de Chile

Es una sociedad anónima de propiedad del Estado. En casi tres siglos de historia, ha acuñado monedas y/o impreso billetes para Chile, República Dominicana, Guatemala, El Salvador, Venezuela, Paraguay, Argentina, Bolivia, Uruguay, Tailandia y Filipinas. Actualmente, Casa de Moneda acuña 5 de las 6 denominaciones de monedas chilenas.

Además de billetes y monedas, Casa de Moneda fabrica medallas, galvanos y todo tipo de documentos valorados, como documentos de identidad, licencias médicas y placas patente, entre muchos otros.

ANIVERSARIOS SEPTIEMBRE

- **Ecart y Cia. Ltda.**
G.General: Luis Ortigosa A.
Fundada: Septiembre 1982
Ingreso Asimpres: 02/06/1993
Años que cumple: 31



- **Empresas Jordan S.A.**
G.General: Tomás Flanagan S.
Fundada: Septiembre 1982
Ingreso Asimpres: 20/10/1987
Años que cumple: 31



- **Tekkrom Acción Grafica Cia.Ltda.**
G.General: Luis Azócar T.
Fundada: Septiembre 1999
Ingreso Asimpres: 19/04/2011
Años que cumple: 14



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., José Bodet, María Eugenia Mingo S., Natalia Ramos B. y Carla Caorsi R. • Fotografías: Archivo ASIMPRES. • 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.