



NELSON CANNONI,
PRESIDENTE DE
ASIMPRES:



“EL MUNDO SE ESTÁ REENCANTANDO CON EL PAPEL”

El presidente de la Asociación Gremial de Industriales Gráficos de Chile cree que la industria local ha alcanzado una madurez y calidad propia de países desarrollados y el mercado lo ha destacado, revalorizando el rol del papel en la comunicación.

ACUERDO DE PRODUCCIÓN LIMPIA

El año pasado Asimpres logró un acuerdo con el Gobierno para generar un APL (Acuerdo de Producción Limpia). Se presentaron 51 imprentas y 31 lograron certificarse como empresas que producen limpiamente. “Aún nos falta por avanzar, tenemos cerca de 4 mil imprentas, desde micro empresas hasta las más grandes. Hoy están en proceso de un nuevo APL para que más empresas puedan incorporarse a este acuerdo”, cuenta Cannoni. Y comenta que además próximamente Asimpres cerrará un convenio con el Gobierno para aportar a que este APL chileno pueda ayudar al resto de las asociaciones gremiales en sudamérica para que hagan más sustentables sus sistemas de impresión.

PAMELA CARRASCOT.

“No hay nada como recibir una invitación por mano, en un lindo papel, con un buen diseño, algo personalizado y que demuestra preocupación”, dice Nelson Cannoni, presidente de la Asociación Gremial de Industriales Gráficos de Chile (Asimpres). Sin duda, es un defensor acérrimo del papel y cree que aunque la fuerte penetración del mercado web en los últimos años llevó a un decrecimiento en la impresión publicitaria y corporativa, en este último tiempo hemos visto una vuelta a lo tangible y las empresas han invertido nuevamente en su papelería, sus carpetas, presentaciones, invitaciones, sobres, etc.

“Sin olvidar lo digital, que es inmediato, se han dado cuenta del valor que tiene lo tangible dentro de la comunicación. Ambos mundos van a convivir”, dice.

Cannoni cree que la moda de la comunicación digital fue tan fuerte que hoy la cantidad de información que las personas reciben vía email es tan grande que ha perdido efectividad, por eso debe reforzarse con algo tangible. “Las empresas han entendido que si quieren impactar, usan lo digital, pero para generar un lazo mayor debe reforzarse con el papel”, dice.

INDUSTRIA DE PUNTA

El presidente de Asimpres añade que como asociación gremial están trabajando fuertemente por promocionar el uso de la comunicación del papel a nivel de empresas, de todos los actores de la cadena de producción gráfica y de los consumidores.

“Queremos traspararle a la sociedad el mensaje de que consumir papel no es dañino para el medio ambiente como se cree. En esta industria todos los papeles son certificados y vienen de bosques especialmente plantados para este fin y manejados sustentablemente, con una cadena de custodia. De hecho, año a año se plantan más árboles para producir papel y este negocio de producción de papel le entrega oxígeno al mundo. Los árboles plantados se renuevan y el papel que se consumió se recicla”, cuenta Cannoni. (Ver recuadro)

A su juicio, parte de esta “vuelta a lo impreso” tiene que ver con un ciclo natural, luego del boom que generó internet y la comunicación a través de medios digitales, y también gracias a la calidad y seriedad con que trabaja la industria en Chile.

Cannoni asegura que hoy la industria gráfica nacional está en la punta de la tecnología a nivel mundial. “Chile tiene acceso a las mejores tecnologías de impresión. Tenemos maquinaria offset, de impresión digital y de gran formato de primera línea. Además, gracias al nivel de nuestros recursos humanos y a la preocupación por la capacitación somos reconocidos a nivel mundial y sudamericano”, dice.

Y añade que hoy en día, el mayor crecimiento de esta industria en Chile ha estado dado por el rubro de las etiquetas, sobre todo gracias a las etiquetas de vinos, y también impulsado por el packaging, no solo de las botellas de vino sino que también de los alimentos y envases de cartón.

EL FUTURO DE LO DIGITAL

Actualmente la industria gráfica chilena es una industria madura, de muchos años, impulsada principalmente por empresas familiares que se han ido profesionalizando y haciendo crecer el sector. Gracias a esta industrialización de las imprentas familiares se han empezado a involucrar volúmenes diferentes de impresión, desde grandes volúmenes hasta imprentas que han ido buscando otros nichos como la impresión digital por demanda. Hay cerca de 4.000 imprentas en Chile y en empleos, la industria genera cerca de 35 mil empleos.

Desde el punto de vista de Nelson Cannoni, el futuro de la industria gráfica debería orientarse hacia maquinarias offset cada vez más sofisticadas, automatizadas y de última generación y al desarrollo de la impresión digital y la personalización de la comunicación. “El valor de lo digital tiene que ver con la posibilidad de personalizar y entregar un mensaje uno a uno. Pero para lograr eso se requiere un buen manejo de base de datos que permita sacarle provecho a estas tecnologías”, dice el presidente de Asimpres.

AVANCES DEL SECTOR:

La sustentabilidad está en el corazón de la industria gráfica

Cada vez más las imprentas, convertidores y proveedores de insumos y maquinarias de la industria gráfica chilena están comprometidos por realizar sus procesos productivos con el menor impacto medioambiental posible.

Aunque se le ha hecho mala fama, la actividad de las imprentas y la industria gráfica en general no necesariamente está en contra del medio ambiente y la sustentabilidad. De hecho, hoy en día la mayoría del papel que se utiliza para imprimir proviene de árboles reforestados, los pigmentos que existen son vegetales y a base de agua y los materiales que utilizamos en su gran mayoría son reciclables.

Francisco Véliz, académico de la Escuela de Diseño de la Universidad Mayor, explica que la industria gráfica es una generadora importante de residuos en sus procesos de impresión, los cuales básicamente van desde tintas sobrantes, químicos reveladores, hasta solventes, y cuya emisión afecta en el acto productivo a las personas vinculadas a estos procesos o en su posterior desecho.

Sin embargo, desde un tiempo a esta parte, la sustentabilidad se ha vuelto sumamente relevante tanto a nivel local como global dentro de la industria gráfica.

"Cada uno de los actores que participan dentro de esta cadena productiva han asumido este factor como un elemento de valor que debe ser percibido por el cliente final en el producto o servicio que consume o contrata. Y a la hora de definir a estos participantes nos estamos refiriendo básicamente a Proveedores de Insumos gráficos y Proveedores



DIOMEDIA

Las imprentas están cada vez más preocupadas de cumplir con altos estándares de calidad y sustentabilidad.

de Servicios gráficos", explica el docente.

Y dice que un ejemplo es el caso de proveedores de servicios de impresión, donde se observa en un número importante el cómo se ha apuntado a asumir prácticas de menor impacto con el medioambiente, ofreciendo y destacando procesos de impresión más limpios (que no incluyen solventes), con bajo número de sobrante (merma) y destacando hasta

la procedencia de sus papeles y como estos son obtenidos bajo un proceso consciente y proveniente de plantaciones destinadas para este fin.

EL ROL DE LOS CONSUMIDORES

A juicio del profesor Véliz, si bien la sustentabilidad es un concepto más que reiterado, dentro de las experiencias de consumo que las personas hoy desarrollan, los productos

amigables con el medioambiente y el comercio en torno a este tipo de productos crece de manera importante.

"Hoy los consumidores se informan y exigen información referente a la procedencia y modo productivo bajo la cual ese producto fue generado de manera integral, considerando componentes, materias primas, packaging, tintas de impresión y la forma en que estas afectan al medioambiente, comprendiendo la cadena completa del producto. De esta forma encontramos formas de certificación que validan y comunican la condición amigable de productos y servicios", comenta.

Y añade que el concepto de sustentabilidad ya dejó de ser un atributo diferenciador siendo hoy un desde y ampliado, más allá del cuidado del medioambiente y la reducción en el impacto de las distintas formas productivas y de consumo, hacia el impacto social, generando rescate, reflexión y desarrollo en torno a la cultura tangible e intangible de una país y haciéndolo visible para el reconocimiento de la sociedad.

El profesor Francisco Véliz destaca ejemplos de empresas a nivel global que han mostrado cómo se puede ser sustentable dentro de esta industria. Es el caso de 3M, mundialmente reconocido en materias de sustentabilidad (Clase Oro por Dow Jones Sustainability Index).

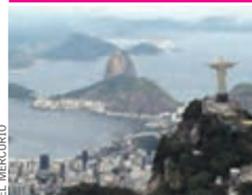
"Cuando una empresa líder en innovación y desarrollo de productos como 3M plantea

IMPULSOS REGIONALES

La Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica (Conaligraf) está elaborando un proyecto de Producción más Limpia para la industria gráfica latinoamericana y Caribe y su respectiva implementación. El programa busca congregar a las asociaciones latinoamericanas para la elaboración de una guía de producción sustentable que sirva como referencia de buenas prácticas. Este manual estaría basado en las experiencias existentes, donde el APL chileno se ha considerado un referente en la materia, gracias a que el año pasado 31 imprentas lograron la certificación estatal. La Asociación Gremial de Industriales Gráficos de Chile (Asimpres) puso a disposición de Conaligraf toda la documentación que se generó luego del Acuerdo firmado con el Consejo de Producción Limpia (CPL) del Ministerio de Economía.

como misión de sustentabilidad que la población mundial, de acá al año 2050, viva bien, visiona el desarrollo de sus líneas de productos y cultura organizacional hacia esta, poniendo al Diseño como eje capital en el cambio de realidades a nivel mundial", dice.

BREVE



Encuentro: En Brasil se reunieron los representantes de la Industria Gráfica regional

Entre el 30 de septiembre y el 2 de octubre se realizó el "Congreso Latinoamericano de la Industria Gráfica", liderado por la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica (Conaligraf), que agrupa a las asociaciones que representan a la industria de los países del Mercosur.

El congreso mostró que las realidades locales apuntan a la desaceleración económica en la región, aunque a ritmos diferentes.

Según la Cepal, mientras que América del Sur debe retractarse de 0,4%, América Central y México se han incrementado un 2,8%.

"Sin embargo, hay una agenda común para el bloque, que es la agenda mundial en la industria de la impresión", dijo Fabio Arruda Mortara, presidente de Conaligraf.

La innovación tecnológica, la sustentabilidad y la comunicación impresa alentadores son elementos importantes de la agenda común, que en opinión de Mortara, podría dar lugar a la creación de una base común de buenas prácticas en toda la industria gráfica continente.

"El intercambio de ideas, soluciones e información técnica y económica engrandece a todos por igual", argumenta. Uno de los paneles del encuentro fue "Producción Limpia en la Industria Gráfica Latinoamericana" del panel, que contó con la participación de Juan Ladrón de Guevara, director del Consejo de Producción Limpia, de Chile.

PROYECCIONES REGIONALES:

La industria de impresión tendrá un desarrollo positivo este 2015

Según un estudio de Graphics of the Americas (GOA), si bien el entorno económico se caracteriza por un crecimiento moderado en los mercados nacionales, se prevé que las empresas de impresión continuarán innovando, lo que les permitirá alcanzar un crecimiento sostenible.

A comienzos de este año, durante la feria Graphics of the Americas (GOA), la Asociación de Impresores de Florida presentó un estudio sobre el panorama de la industria de la impresión de América Latina para 2015 donde se proyectaba el desarrollo de esta industria en los países de la región.

El informe, encargado por GOA y preparado por Carlos Silgado Bernal, describe las condiciones macroeconómicas previsibles de la industria para 2015 y busca servir de estímulo a los empresarios gráficos para seguir innovando.

El estudio informa que, de aquí a fin de año, América Latina alcanzará unos resultados positivos con un crecimiento estimado del PIB en 2015 del 2,2%. Aunque los países tendrán un rendimiento desigual. México se beneficiará de la reforma política y la recuperación económica en Estados Unidos.

En tanto, los países del Mercosur (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Venezuela) se enfrentan a una mayor complejidad económica, empresarial y política. Por otra parte, Colombia, Chile, Perú, Ecuador, Bolivia y Centroamérica tendrán un crecimiento robusto.

Se prevé que las empresas de impresión continuarán innovando, lo que les permitirá alcanzar un crecimiento sostenible. El entorno económico se caracteriza por un crecimiento moderado en los mercados nacionales, lo que debilita el comercio intra-regional y propicia un escenario de precios competitivos. La inversión publicitaria, el auge de



Las proyecciones en la región son positivas.

Internet, la publicidad exterior y la especialización en los envases representan oportunidades de crecimiento.

En 2015, el crecimiento de la impresión tendrá ratios moderados, en torno a un 1,0% en la mayoría de los países. En Brasil, el crecimiento de la impresión será del 0,5%. La tasa de crecimiento del PIB en Venezuela (-1,0%) y Argentina (-1,5%) están condicionadas por un ambiente político negativo que está obstaculizando el crecimiento.

LA PUBLICIDAD

América Latina es considerada

una región de rápido crecimiento en el gasto en publicidad. La inversión publicitaria se estima que alcanzará un crecimiento de dos dígitos en 2014 y 2015 - muy por encima de la tasa de crecimiento global del 5,3%, según las previsiones de Zenith Optimedia.

Se estima que las revistas y periódicos de América Latina aumentarán la proporción de la inversión publicitaria en un promedio de 5,5% hasta el año 2016, según datos compilados por US Media Consulting.

En el tema del embalaje, en tanto, el estudio muestra que América Latina representa el 6% del valor global del mercado de

los envases. De acuerdo con la encuesta anual publicada por la revista El Empaque+Conversión, el 54% de los convertidores de etiquetas espera crecer en relación al año anterior (2014), y el 42% está dispuestos a invertir en tecnología y equipos como uno de sus principales objetivos estratégicos.

Mientras tanto, el 67% de los convertidores de envases flexibles espera crecer más que el año anterior (2014), con un fuerte enfoque en soluciones para la industria alimentaria. La flexografía en la región seguirá desempeñando un papel importante en el crecimiento de este segmento.

BREVES



Estadísticas: El panorama de la industria gráfica en la Región

Con base en datos de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Banco Mundial, la economía y las asociaciones de la industria de la impresión en estos países de comercio, los cálculos de la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica - Conaligraf que abarca México y América Central y del Sur, muestran que 65.000 industrias del sector que operan en la región. Ellos son responsables de la generación de 660.000 puestos de trabajo directos y contribuyen USD 48 mil millones a un PIB regional de \$ 5000 mil millones.

Impresoras: OKI crea una nueva compañía de impresión de gran formato

OKI Data Corporation creó OKI Data Infotech Corporation mediante la adquisición de todas las acciones de SIIT. La nueva compañía comenzó a operar el 1 de octubre. El mismo día, las filiales en el extranjero de OKI Data Corporation en Europa y EE.UU. han completado la adquisición de los activos del negocio de impresoras de gran formato de las empresas europeas y estadounidenses del grupo SIIT. OKI Data Infotech asumirá la responsabilidad de todos los servicios y productos del amplio negocio de impresoras de gran formato prestados por empresas del grupo SIIT.

PRODUCTOS A MEDIDA:

El futuro apunta hacia la personalización

Hoy en día, las marcas tienen un sinnúmero de estrategias para potenciar su identidad visual y mejorar sus relaciones con los clientes. Una de ellas es la personalización, una herramienta cada vez más usada en la industria gráfica.

Hoy en día, diferenciarse es la consigna. Y se hace cada vez más difícil. Por eso, cada vez más empresas están optando por la personalización como una estrategia de marketing y comunicación frente a sus clientes. Ejemplos de esto a nivel mundial hay muchos. Absolut fue una marca pionera en rediseñar completamente su línea de producción para hacer que cada botella fuera única. Otro ejemplo es el de Coca-Cola y Nutella, que dan la posibilidad de incluir el nombre del consumidor.

Rubén Jacob, coordinador de la carrera de Diseño de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Chile y doctor en diseño, fabricación y gestión de proyectos industriales, explica que en la medida en que las tecnologías de producción y fabricación se perfeccionan, los desafíos técnicos de los productos son cada vez menores.

"Hoy es posible producir casi cualquier cosa en casi cualquier parte del mundo. Al mismo tiempo, los productos se han perfeccionado y sus cualidades de uso básico son muy buenas. Por eso, son los otros aspectos los que comienzan a cobrar importancia, y lo estético, lo sensorial, lo sorprendente, lo que representa o significa un producto se vuelve más relevante", dice.

VÍNCULO EMOCIONAL

Así, la posibilidad de personalizar un producto es un recurso efectivo para



El vínculo emocional entre los consumidores y los productos aumenta con la personalización.

"desmercantilizar" las cosas —dice— para hacerlas únicas e irremplazables y por ende más "nuestras" y con eso lograr un apego emocional.

"Las personas se ven representadas en sus productos, su personalidad está depositada allí a través de la personalización. Este proceso que siempre se ha llevado a cabo por parte de las personas, desde el simple pegado de un sticker en un computador hasta la remodelación casi completa de un automóvil, hoy es promovido por los fabricantes

y empresas, pues permite esta cercanía genuina entre personas y objetos", comenta.

El profesor Carlos Muñoz, académico de la Escuela de Diseño de la Facultad de Arquitectura, Arte y Diseño de la Universidad Diego Portales, cree que hoy las nuevas tecnologías como; impresores 3D, la impresión láser y otras técnicas como el plotter de

productos o servicios a su medida y con un piso de diseño y comunicación distinta al que aceptaban generaciones pasadas.

"Hoy los clientes requieren de más valor (no comercial, sino más valor agregado), de más información, de más segmentación, de más elementos de diseño que conecten a sus necesidades específicas, con los productos y servicios específicos que requiere, para ello hay que personalizar los diseños, segmentar aun mas los mercados, innovar y proponer nuevas maneras de comunicarnos con los clientes y consumidores que hoy tampoco son la misma persona, esto independiente de tendencias y procesos, hoy hay que incorporar al cliente y sus preferencias en los diseños y estrategias que le proponemos", dice el académico de la UDP.

CREADO EN CONJUNTO

Rubén Jacob concuerda en que hoy los usuarios son distintos y también están tomando un rol activo no solo en la valoración del diseño, sino que también en su producción, participando en conjunto con los diseñadores y desarrolladores, desde el inicio del proyecto hasta su puesta en el mercado.

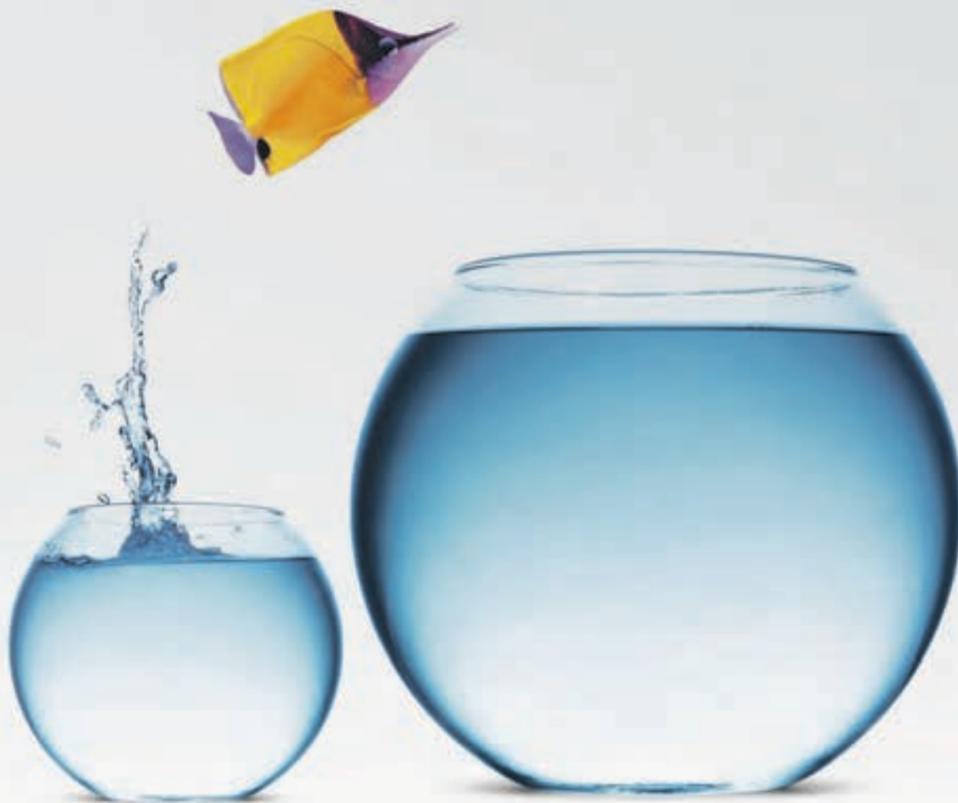
"Muchos fabricantes están apostando por la interacción del usuario como el responsable de 'terminar' el diseño de aquello que adquiere, en una especie de Diseño de final abierto o Diseño después del Diseño", cuenta.



Rubén Jacob, coordinador de la carrera de Diseño, U. de Chile.



Carlos Muñoz, académico de la Escuela de Diseño de la UDP.



¿Buscas crecer en tu negocio?

Pega el salto a una Prensa Digital con resolución Ultra HD

¿Quieres ser un pez más grande? Presentamos la familia de prensas digitales Xerox® Versant™. Las únicas Prensas con resolución Ultra HD en su clase. Capaz de procesar hasta 10 bits de profundidad, lo que es un 300% más que el estándar de la industria. Ahorrando tiempo gracias a la automatización, excelente consistencia en el color y alta velocidad. Las Prensas Digital Versant™ 80 / 2100 definitivamente harán crecer tu negocio de impresión bajo demanda.



xerox.com/Versant80

800 200 600
xerox.cl
ventas.produccion@xerox.com

Síguenos en / Xeroxcl

©2015 Xerox Corporation. Todos los derechos reservados. Xerox®, Xerox and Design® son marcas registradas de Xerox Corporation en los Estados Unidos y/u otros países.

xerox

OPINIÓN



En la experiencia comunicativa, con lo digital todo es posible

Por **Juan Carlos Poblete Verna**, director de la Escuela de Diseño Gráfico, de la Facultad de Diseño de la Universidad del Pacífico.

El desarrollo de la tecnología digital a fines del siglo pasado provocó cambios significativos y profundos en las comunicaciones y en los medios que en ella orbitan. La industria gráfica no resultó ajena a esta revolución y hoy podemos observar cómo lo digital pasó a ser un componente estratégico y un factor clave en la gestión de la cadena de valor en las artes gráficas.

Drupa, la feria internacional de las artes gráficas más importante y referente obligado de la industria gráfica, en la última edición de su informe "Drupa Global Insights" se refirió al impacto de Internet en la impresión.

En dicho informe se presentan las tendencias estratégicas del sector de las artes gráficas y la comunicación a escala tanto internacional como regional, a partir del análisis de los resultados de una encuesta realizada a un panel de expertos de la Drupa en el año 2014, en la cual se indagó acerca de las consecuencias de internet en el mundo de la impresión.

Se analizaron las respuestas de 1.603 profesionales del sector con poder de decisión en una muestra representativa

de los diversos segmentos de mercado y regiones, profesionales que aportaron a través de su testimonio y experiencias ilustrar la manera como las últimas tendencias han afectado a sus empresas.

El análisis de las respuestas arrojó seis aspectos relevantes a tener en consideración.

1. El cambio en la demanda de impresión. En los últimos quince años, con la llegada de las tecnologías digitales, una proporción cada vez mayor de las comunicaciones es digital, no analógica. La mayoría de la impresión proviene de la publicidad, así que el abandono continuo de la impresión en favor de formas de comunicación digital ha tenido un efecto que ha ido aumentando con el tiempo, destacando en cuanto a los soportes de impresión un incremento en la demanda de cartón, soportes flexibles, metal, vidrio y tejidos.

2. La invasión digital. Las tecnologías digitales se van imponiendo como medio de comunicación mientras el resto de canales, la impresión incluida,



EL MERCURIO

están en relativo retroceso. La impresión se ha convertido de una parte más de la industria de la comunicación, y los impresores necesitan ser cada vez más tecnológicos, sin embargo cuesta encontrar a profesionales con

los conocimientos tecnológicos adecuados.

3. Adopción de las comunidades digitales. Las comunicaciones digitales son rápidas, incluso instantáneas. Su interactividad ofrece grandes ventajas. El consumidor se ha adaptado a un estilo de vida en el que siempre está conectado. El estilo de vida es cada vez más móvil, con numerosos canales y puntos de conexión, y la impresión puede dar un valor añadido enorme a las campañas multicanal, ya sean estas por correo directo a través de un elemento interactivo, o bien la impresión digital a demanda o en tiradas cortas, adaptándose a las nuevas cadenas de suministro que funcionan a través del comercio electrónico, teniendo siempre presente el elemento sustentabilidad e implicaciones ambientales para cada proyecto.

4. El comercio electrónico es un negocio que global que abarca prácticamente a todas las empresas y la mayoría de

consumidores. Es en este contexto que los profesionales del marketing tienen claro que los catálogos impresos fomentan las ventas por internet, así que la impresión es un aliado valioso del comercio electrónico cuando forma parte de un proceso multicanal bien cohesionado.

5. Transición hacia la personalización masiva, es decir, de la producción masiva de un mismo ejemplar a una proporción cada vez mayor de tiradas digitales cortas, e incluso de unidades sueltas, por ejemplo a través de la impresión de datos variables para personalizar productos impresos utilizando impresoras digitales electrofotográficas de hojas, o bien, la impresión interactiva (códigos QR, realidad aumentada, etc.) integrando así la impresión en el ciclo de ventas digitales.

6. Sacarles provecho a las ventajas que proporciona internet. Independientemente de lo que impriman y cómo

lo produzcan, internet puede ayudar a los impresores a ser más competitivos por ejemplo en tareas como venta y marketing, atención al cliente y producción, gestión y acceso remoto de la información, gestión sofisticada de datos y flujos de trabajo.

El informe finaliza haciendo un llamado a los actores de la industria gráfica a entender que el futuro será digital y multicanal, y por ende a cambiar de mentalidad e invertir en consecuencia.

Ahora, cómo los profesionales del diseño gráfico nos hacemos cargo de este llamado. Así como ocurrió en la industria gráfica, lo digital también cambió la forma de ver y enfrentar el diseño en el ámbito de la comunicación visual. Lo que hoy se diseña es una experiencia comunicativa: el modo experiencial y vivencial de cómo se transmite la información y es en esa experiencia comunicativa que con lo digital, todo es posible.

El avance en las tecnologías de impresión digital que permiten imprimir sobre soportes diferentes al papel o que eran limitados a otros sistemas de impresión, la posibilidad de lograr acabados y terminaciones que mejoran sustancialmente la presentación y personalización de las propuestas de diseño. Por otro lado, el control de las variables de producción que antes no estaban en manos del diseñador, a partir de la revolución digital hoy están a su disposición y entero control. Al ser en su totalidad digitales, aquellos lentos y distantes procesos manuales hoy son más rápidos y precisos, además se encuentran a treinta centímetros de nuestros ojos, por lo que el proceso de diseño manual podríamos decir se ha ido desplazando al plano intelectual y conceptual.

Todo lo anterior, permite abrir un mundo de posibilidades al diseño gráfico, en el cual la única limitante es la capacidad creativa, conocimientos e imaginación del diseñador. Pero eso es tema para otra columna.

Para que tu marca resalte Soluciones gráficas 3M



Puerto Vespucio 9710 - Pudahuel - Santiago - Chile
Fono: (56 2) 2591 5500

www.dibco.cl

RICOH
imagine. change

Imprimir
y más allá.

Contamos con el Portafolio
de Productos más completo
en Impresión Digital.

Velocidad hasta 135 ppm	Equipos Color y Blanco/ Negro
Copiado, Impresión y Escaneo	Consumo Eficiente de energía



Pro C7100x / C7110x



Pro 8100EX / 8100s / 8110s / 8120s



Pro C5100s / C5110s



Pro C9100 / C9110

Ricoh Chile S.A.

• Rosario Norte 532, Of. 301-303 • Las Condes • Santiago • Tel. 2 2367 7297
www.ricoh.cl

©2015 Ricoh Americas Corporation Ricoh® y el logo Ricoh son marcas registradas de Ricoh Company, Ltd. Todas las demás marcas son propiedad de sus respectivos propietarios.

BREVE



EL MERCURIO

Los argumentos para renovar un parque de impresoras

- 1** Reducir los costos de impresión: las impresoras de última generación permiten una gestión más eficiente.
- 2** Optimizar el ciclo de trabajo: las nuevas soluciones de gestión documental también ayudan a las empresas a administrar sus archivos.
- 3** Reducir el consumo energético: en cada nueva línea de producto, la gestión energética mejora ayudando a ahorrar en la factura de luz.
- 4** Mejorar el flujo de impresión: las funcionalidades de Wi-Fi o NFC o las aplicaciones de gestión desde dispositivos móviles se simplifican y profesionalizan cada día.
- 5** Acceder a nuevas funciones: las herramientas de gestión documental permiten crear estrategias para que las empresas sean más ágiles.
- 6** Contar con mayores funciones de seguridad: al añadir nuevas opciones de gestión de documentos, también se ha mejorado la protección de las comunicaciones.

XEROX:

Productos de alta tecnología con soluciones diversas y eficientes para la industria gráfica

Con opciones de servicios para todo tipo de empresas, Xerox posee equipos capaces de imprimir en rangos de 52 a 530 gramos de papel y a velocidades de 60 a 314 páginas por minuto en alimentación por pliego y hasta 3.416 ppm en alimentación continua. El objetivo es apoyar el crecimiento de los clientes.

Brindar soluciones a la medida de las empresas, otorgando una alta calidad de servicio y productos de última tecnología, ha sido una máxima para Xerox durante sus 45 años en Chile.

Esta consigna se refleja también en la industria gráfica, donde la compañía mantiene un papel de liderazgo en el mercado, ofreciendo un robusto portafolio de prensas digitales, capaces de cumplir con cualquier solicitud de trabajo, en el tiempo requerido y con características diferenciadoras.

Actualmente, los clientes buscan que sus impresos se hagan de manera rápida y fácil, incorporando tecnología que permita tener mayor eficiencia y precios más convenientes. Así lo señala Gregorio Lira, Graphic Arts Sales Manager de Xerox, quien agrega que este panorama obliga a la innovación constante por parte de la empresa.

"Contamos con soluciones de prensas digitales para cualquier tipo de cliente. Por ejemplo tenemos equipos que son capaces de imprimir en rangos de 52 a 530 gramos de papel y a velocidades de 60 a 314 páginas por minuto



Gregorio Lira, Graphic Arts Sales Manager de Xerox.

en alimentación por pliego y hasta 3.416 ppm en alimentación continua", agrega el ejecutivo.

Gracias a su amplia gama de productos y soluciones, Xerox apuesta a ser un impulsor del crecimiento de sus clientes, ofreciendo prensas digitales que se ajusten a cada etapa de la empresa. El objetivo es

brindar una asesoría permanente para transformarse en un socio estratégico de su negocio.

SOPORTE E INNOVACIÓN PERMANENTE

Sin duda, uno de los puntos característicos y más valorados de Xerox es su servicio técnico experto y asesoría constante, asegurando la productividad y alta disponibilidad de la prensa.

"Nuestros ingenieros y analistas capacitan y apoyan a los clientes para que puedan obtener todas las ventajas que ofrecen nuestros productos. Además contamos con softwares que otorgan mayor eficiencia para automatizar y controlar los procesos, gestionando de mejor manera el trabajo, lo que permite mayor productividad", comenta Gregorio Lira.

Dentro de las opciones que posee Xerox, destacan los productos Nuvera, en la categoría monocromáticos; prensas Xerox Color 1000i, por su flexibilidad para adaptarse al trabajo; el plotter IJP2000, el más productivo del mercado; e Impika, equipo inkjet



GUSTAVO ORTIZ

Durante años, Xerox ha mantenido un constante liderazgo en la industria gráfica en Chile.

de alimentación continúa destinado a la impresión transaccional y de libros, principalmente.

CONSOLIDACIÓN DE LA FAMILIA IGEN

En septiembre pasado, Xerox lanzó al mercado el nuevo equipo iGen 5, que incorpora lo mejor de sus dos ediciones anteriores y añade una quinta estación que incorpora los colores azul, naranja y verde, complemento al modelo de color CMYK. Lo anterior, expande las posibles combinaciones a trabajar, acercándose notoriamente a la gama de colores Pantone®. Entre otras de sus innovaciones destaca una resolución de 2.400 x 2.400 dpi, velocidades de hasta 150 páginas por minuto y un aumento real en la productividad del equipo

de hasta un 25 por ciento, ya que se emplea menos tiempo en calibración, control de calidad y configuración del trabajo, haciendo a estos dispositivos las prensas digitales más productivas del mercado.

Otra de las innovaciones que incorpora iGen 5 es su tóner mate, con el cual se puede emular fielmente el aspecto del offset, permitiendo además producir una mayor variedad de trabajos, mediante la optimización de la uniformidad de color y excelente calidad de imagen, resaltando las luces, los medios tonos y sombras en todo tipo de papeles.

Además, permite utilizar papeles no tratados con un gramaje de hasta 350 gramos estándar, ampliable hasta 530 grs., abriendo nuevas opciones de elaboración para el mundo de packaging.

ROBUSTO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

XEROX® COLOR 1000i: Prensa de color de alta producción, con calidad de imagen nítida, enriquecida y de precisión digital, y un nivel de flexibilidad ilimitado. Destaca por su estación de toner adicional que permite incorporar un acabado bamiz y colores dorados y plateados.

XEROX NUVERA™ 314 EA: Prensa monocromática, especial para la impresión bajo demanda. Con una velocidad máxima de 314 ppm y capacidad desde papel bond hasta couché. Es ideal para proyectos editoriales, transaccionales, así como para productos de marketing por ejemplo mailings personalizados

XEROX® IMPIKA®: Rotativa digital destinada a la impresión de tipo transaccional y de la industria editorial. Sus equipos de alta tecnología trabajan con rollos de papel a través de tecnología Inkjet, lo que reduce los costos para la demanda de altos volúmenes. De alimentación continua, es capaz de imprimir hasta 375 metros por minuto. Actualmente, AGR del grupo Clarín de Argentina la usa para la producción de libros.

XEROX® WIDE FORMAT IJP 2000: Plotter a color de formato ancho, utilizado principalmente para la industria gráfica e ingeniería. Reconocido como uno de los equipos más productivos del mercado, imprime hasta 420 m² por hora y con una resolución de imagen de 1.600 x 1.600 dpi.

IMPRESORAS DE GRAN FORMATO EPSON UNA SOLUCIÓN DE AVANZADA PARA CADA NECESIDAD

EPSON®
EXCEED YOUR VISION

Epson, líder mundial en impresión de alta calidad, te ofrece las mejores alternativas en gran formato:

▼ SERIE T

Ideal para trabajos de ingeniería, arquitectura y minería



▼ SERIE F

Especial para sublimación digital en el área textil



▼ SERIE P

Creada para impresiones fotográficas y Fine Art



▼ SERIE S

Perfecta para gráfica exterior, decoración y rotulación de vehículos



OPINIÓN



El rol que la impresión juega en la productividad

Por **Guillermo Morales**, gerente general para Chile de Lexmark Latinoamérica.

Las más recientes tendencias tecnológicas sitúan a la digitalización como la piedra angular de cualquier innovación. Este concepto ha cubierto los más variados campos del quehacer en el siglo XXI. Entre ellos, podemos mencionar la fotografía, el video y la música, además de textos y un sinfín de otros documentos. Dado su vasto alcance y las facilidades que otorga –de la mano con la virtualización– en cuanto a inmediatez y simplicidad, esta tendencia presenta una oportunidad inédita e inmejorable para cualquier industria.

Sin embargo, el ámbito de la impresión está lejos de esta realidad que se ha manifestado con mucha fuerza en algunas actividades. En este caso, el papel sigue ocupando un rol protagónico en una oficina, sin importar el tipo de negocio o la estrategia para generar valor. Ya sea por temas legales, cultura organizacional o desinformación respecto de nuevas tendencias, el papel sigue siendo la herramienta de trabajo preferida en diversos lugares.

PRODUCTIVIDAD

Actualmente, el 90% de las tareas administrativas de una oficina están basadas en la recolección y distribución de documentos en papel, información en cuya búsqueda los trabajadores ocupan hasta la mitad de su tiempo. Las horas hombre desperdiciadas pueden ser mucho mayores al hacer la suma, si estimamos que una persona demora en promedio de 18 a 20 minutos en encontrar un documento entre la interminable cantidad de archivos que una empresa puede manejar. Si la información no está

debidamente estructurada, esta búsqueda puede terminar mermando gravemente la productividad.

El escenario es complejo, y la digitalización ha sido un elemento clave para destinar más tiempo a actividades que generan valor al negocio, restando minutos a la recopilación de archivos y otros aspectos que si bien son importantes para la cadena de valor, no resultan estratégicos para la generación de oportunidades.

En este sentido, las impresoras multifuncionales inteligentes (Smart MFP, por sus siglas en inglés), han surgido como una efectiva opción para reducir los tiempos de búsqueda y recolección, y han logrado establecerse como un componente crítico para la gestión de información no estructurada.

UN COMPLEMENTO

Si bien el mundo análogo y el digital suelen ser vistos como antagónicos, lo cierto es que son complementarios, y una solución eficaz y confiable debe rescatar lo mejor de cada uno, conectando a la perfección papel y documentos digitales, junto con lograr que la información no estructurada pueda estar disponible en cualquier momento y lugar, lo que elimina los procesos de búsqueda y con ellos los denominados “silos” de información.

Indudablemente, el papel sigue siendo clave para muchos procesos, incluidos los electrónicos y los legales. Pero si este contenido se logra estructurar gracias a un sistema Smart MFP que adicionalmente puede capturar datos mediante la exploración y traspasar luego dicha

información directamente al almacenamiento electrónico, las ventajas pueden ser inconmensurables.

Dependiendo de las necesidades particulares de cada proyecto, estas soluciones también se puede implementar en la nube, en un servidor o serverless, e incluirlas en el Smart MFP, lo que multiplica las posibilidades de disponibilidad de los datos y permite a las organizaciones crecer en orden.

Para una mayor compatibilidad, estos sistemas suelen utilizar estándares abiertos, que conectan el Smart MFP con las aplicaciones, bases de datos y carpetas en la red, siendo lo suficientemente flexibles como para adaptarse a distintos procesos según se requiera. De esta forma, los Ecosistemas Smart MFP van más allá de la reducción de costos y consolidación de dispositivos, llegando a proporcionar una mejor gestión de la información en toda la organización, sin importar su tamaño y forma.

En conclusión, e independiente de que en el mundo de la impresión el papel sigue siendo un vital aliado para muchas organizaciones, la tendencia de los aparatos inteligentes, representados en este caso por un sistema Smart MFP, permiten simplificar los procesos de recopilación de datos, destinando el tiempo de todos los integrantes de una organización a actividades que resultan vitales para el negocio.

Con todos estos elementos, el imaginario que tenemos de la oficina del futuro ya está disponible hoy, consumiendo menos papel y contando con la información cuando y donde sea requerida.



Desde hace 15 años DIBCO y 3M trabajan juntos para entregar productos de calidad a sus clientes.

DIBCO Y 3M:

Juntos para potenciar tu marca

Los productos 3M junto al servicio de DIBCO buscan apoyar la gestión de aquellos que intentan aprovechar las capacidades de sus máquinas, maximizando la producción y el óptimo resultado para sus clientes.

Cuando las personas son seguidoras de una marca no hay nada que nos emocione más que un cambio de imagen, un refrescamiento de la identidad gráfica que siempre los ha acompañado pero que ahora se vuelve más fuerte y atractiva. La implementación de este cambio de imagen lleva consigo un arduo trabajo y es aquí donde 3M con su portafolio de vinilos gráficos y DIBCO con su equipo de distribución y cobertura, se convierten en un aliado estratégico para realizar grandes proyectos gráficos en todo el mercado chileno.

Desde hace más de 15 años DIBCO y 3M tienen objetivos comunes: entregar productos innovadores y de calidad para las distintas necesidades de los clientes. La concepción común de agregar valor a los negocios, las motivó a enfrentar el desafío de vender productos de calidad con la convicción de generar valor para el impresor, letreristas, agencias y para quien lo contrata.

En un mercado altamente competitivo, el valor agregado apunta a la diferenciación. Los productos 3M junto al servicio de DIBCO, buscan apoyar la gestión de aquellos que intentan aprovechar las capacidades de sus máquinas, maximizando la producción y el óptimo resultado para sus clientes.

La combinación de una marca como 3M con un fuerte distribuidor como DIBCO es clave por dos factores:

- **Portafolio:** cuentan con soluciones premium

para colocar gráficas en muros texturizados, en flotas con curvaturas extremas, campañas que necesitan de una fácil remoción por su cambio constante, letreros súper luminosos que proporcionan un ahorro energético y para el área arquitectónica hablamos de vinilos para el revestimiento de muebles o para ambientar diversos espacios.

• **Servicio:** DIBCO brinda servicios y productos que complementan los procesos de impresión, tareas de terminación e instalación de los elementos gráficos, distribución de soluciones de tráfico, cintas industriales de doble faz 3M que además de cubrir el sector gráfico, permite penetrar el segmento de fabricación de carrocerías, letreros, muebles y construcción. A fines de 2014, se inició la exploración conjunta de una nueva área de negocios: Películas de alta tecnología de control solar y de seguridad para vidrios. Las primeras destinadas a mejorar la calidez del ambiente en casas y oficinas para reducir la temperatura sin perder la luminosidad. Las segundas destinadas a dar mayor seguridad a vidrios de vitrinas y ventanas de vehículos.

3M con su historia de innovación y ciencia aplicada a la vida ha permitido contar con productos de última tecnología y DIBCO se ha encargado de entregar estas soluciones a sus clientes, quienes realizarán los mejores cambios de imagen y las campañas más llamativas.

TENDENCIA:

El mercado apunta hacia el packaging de lujo

Un reciente estudio impulsado por Asia Pulp and Paper (APP) y realizado por Smithers Pira, muestra que las tendencias en la industria gráfica prevén una importante aceleración de la innovación del packaging de lujo, impulsado por un significativo crecimiento del sector.

Según el informe “Tendencias del packaging de papel para 2019: el mercado global del packaging de bienes de lujo”, dicho sector actualmente representa 14.200 millones de dólares (en 2014) y se espera un incremento del 19% para 2019, llegando a los 17.600 millones de dólares.

Los cosméticos y las fragancias suman actualmente el 43% de las ventas de bienes de lujo y van a seguir siendo el principal motor de crecimiento del sector, aumentando un 6% anual durante los próximos cinco años. Por regiones, el crecimiento será de un 3% anual en Europa Occidental y Norte América, de un 6% en el área asiática del Pacífico y de un sorprendente 9% en Sudamérica y América Central.

Este crecimiento de la demanda estimula la aparición de innovaciones en el sector, las cuales son posibles gracias a las nuevas tecnologías.

PERSONALIZACIÓN Y MEDIO AMBIENTE

Entre estas innovaciones se puede considerar el aumento



Los cosméticos y perfumes suman actualmente el 43% de las ventas de bienes de lujo y van a seguir siendo el principal motor de crecimiento del sector, aumentando un 6% anual durante los próximos cinco años.

de la presencia de soluciones sostenibles. El mayor interés de los consumidores por el cuidado del medioambiente está incrementando la presión en las marcas de lujo para reducir el impacto medioambiental de su packaging. Como consecuencia, los fabricantes introducen técnicas y materiales que

permitan embalajes más ligeros.

Veuve Clicquot, por ejemplo, presentó una funda de botella 100% biodegradable hecha con fécula de papa y papel reciclado, que además tiene propiedades isotérmicas y puede mantener una botella de champán fría durante unas dos horas.

Otra tendencia importante

El mercado del lujo está exigiendo envases más sustentables y personalizados.

en este mercado es la personalización de los envases. Concretamente, el sector de las bebidas alcohólicas premium está apostando por esta tendencia, pero no es el único. Otros sectores relacionados con el lujo están experimentando con la personalización, ya que goza de gran popularidad entre los consumidores, quienes sienten que las marcas hacen un esfuerzo por construir una relación con ellos.

Finalmente, también se han incorporado medidas anti-falsificación. El mercado global de protección de las marcas alcanzó en 2013 los 2.330 millones de dólares, incluyendo el valor añadido de las pruebas, el seguimiento y el rastreo de manipulaciones, la autenticación de producto y la tecnología antirrobo (todo lo cual no está incluido en el valor base del packaging). Aunque es difícil de calcular dentro de esta cifra cuánto representan los distintos componentes de los bienes de lujo, en el caso de los cosméticos se estima que estaríamos hablando de 100 millones de dólares en un futuro próximo.

Hot stamping, cold Foil y cinta de transferencia térmica TTR.

Anacon Chile Ltda.
Fonos: +562 26237714 / +569 91284031 / +569 7588 6503
www.anacon.cl

CHRISTIAN DETTLEFF, DE EPSON:

“Epson está abriendo enormes oportunidades a la industria gráfica”

El mundo de la industria gráfica se está moviendo aceleradamente. Las nuevas oportunidades de negocio que está ofreciendo la digitalización en este mercado son explosivas. Y la delantera en esta carrera se la está llevando Epson, cuya tecnología se está abriendo a pasos agigantados en varios frentes.

Christian Dettleff, Regional Business Manager de Epson Latinoamérica, abordó con El Mercurio las nuevas tecnologías que ofrece la marca japonesa y las industrias que están siendo favorecidas por sus innovaciones.

—¿Qué productos ofrece hoy Epson a la industria gráfica?

“Epson tiene cuatro familias de productos para la industria gráfica: Una línea textil, una línea de fotografía y *fine arts*, una línea de ingeniería y una de comunicación visual”.

—¿Cuál de estas líneas es la más conocida y utilizada por esta industria?

“En Chile la más conocida y utilizada es la línea para fotografía y *fine arts*. Desde hace 10 años que la utilizan las imprentas, los fotógrafos profesionales, los talleres de impresión, de reproducción artística... Es lo que más se conoce en Chile”.

—¿Por qué tanto éxito con la línea fotográfica?

“Porque en esos mercados es la máquina que ha logrado el mejor desempeño en cuanto a calidad de impresión. Es la

El Regional Business Manager de la marca japonesa en Chile sostiene que están invirtiendo fuerte en estos rubros e imprimiéndoles tecnología a sus clientes con nuevos productos y líneas que vienen a ayudar negocios locales.



Christian Dettleff, Regional Business Manager de Epson Latinoamérica.

tecnología más reconocida por los usuarios, fotógrafos, artistas e imprentas, por su calidad de impresión. No hay otra marca en el mercado que la iguale. Es un estándar en las pruebas de color de imprentas y un estándar en la impresión artística a nivel mundial y eso se ha visto reflejado en el éxito que ha tenido esta serie de productos en los últimos 10 años.”

—¿Qué otra línea de Epson ha logrado semejante dominio de mercado?

“La familia de sublimación de textiles, que en Latinoamérica lleva ya tres años cosechando éxitos. En Chile llegó hace un año y medio y las ventas han crecido sostenidamente. Ha sido una revolución para el mercado local, tan así que hoy estamos incrementando la familia con nuevos productos de mayor velocidad, productividad y ampliando el desarrollo de Epson en el mundo textil. Ha sido la estrella de los últimos años en formato ancho”.

—¿Y cómo ha sido el comportamiento de los clientes respecto de la digitalización de la impresión textil?

“Ha sido revolucionario. Las posibilidades que se abren para el mercado textil y de gráfica son enormes. De partida el espectro de uso es muy amplio, desde impresión de diseños para cortinas, carcazas de móviles, pendones, afiches, tapicería, almohadas e incluso sobre aluminio. Incluso pudimos estar presentes en el Fashion



Week de Nueva York con un desfile con ropa sublimada con Epson de grandes diseñadores latinoamericanos y diseños locales. Es una tremenda oportunidad para el mercado textil y la industria gráfica. Con el paso de lo análogo a lo digital el crecimiento es enorme”.

—¿Cómo se vislumbra el futuro de los productos Epson para la industria gráfica en el corto, mediano y largo plazo?

“En el corto plazo, Epson está cambiando el nombre de la línea, por lo que toda la familia de productos de formato ancho se pasan a llamar SureColor. Además está introduciendo nuevos

modelos. En el mediano plazo, está apostando por la digitalización de mercados. Epson quiere llevar a digital una serie de mercados que están hoy trabajando de forma análoga. Por ejemplo, en el mismo mercado textil, donde lo análogo es muy grande, Epson está liderando la migración a lo digital. Lo mismo sucede en las imprentas, en la comunicación visual. Epson está invirtiendo fuerte y en los últimos años ha comprado algunas empresas, incorporando su tecnología a la experiencia de estas, para penetrar de mejor manera estos nuevos mercados. A ello hay que sumar la innovación constante en diferentes productos y líneas”.

—¿Vamos a ver un traspaso de la exitosa tecnología EcoTank a la industria gráfica?

“Hoy ya hay productos que tienen un sistema de gráfica similar. Epson ha mejorado los cabezales de impresión lanzando el PrecisionCore y con ello ha crecido en el portafolio de productos industriales. Y justamente esta industria, al ser más productiva y con mayores volúmenes, tiene consumos mayores, por lo que Epson lanzó las bolsas de tinta en su línea de sublimación para producción continua. Es decir un sistema continuo de tinta para equipos de formato ancho”.

canon.cl

Liderazgo indiscutible



Canon Océ
Líder mundial con 41% en colocaciones de tecnología de alimentación continua inkjet.

Compañías de todo el mundo confían en la experiencia y sólida reputación de Océ en sus prensas digitales Inkjet de alto rendimiento y producción de alimentación continua.

Los clientes de Canon ya han impreso 150 mil millones de páginas tamaño carta en sus sistemas de producción de tecnología inkjet, proviniendo mayormente desde el mercado transaccional y marketing directo, pero cada vez más el negocio de las artes gráficas se está convirtiendo en parte del juego.

Hoy Canon dispone de 900 sistemas inkjet instalados a nivel mundial y un tercio de ellos pertenecen a este rubro.

Canon, Soluciones de Impresión para la Industria Gráfica

Fuente: Infotrends

Canon

OPINIÓN



Un entorno móvil y conectado

Por **Guillermo Moya**, director de la División de Empresas de Samsung Chile.



No es una sorpresa que cada vez más empresas destinen grandes cantidades de recursos a soluciones de TI. Trabajar en un entorno conectado en todas las áreas de negocios se convirtió en una necesidad, por los múltiples beneficios que trae aparejada esta tendencia.

Según el informe "Global Printers Market", elaborado por la consultora estadounidense Research and Markets, la inversión mundial en el mercado de impresión crecerá a una tasa compuesta anual del 2,3 %, durante el período 2014-2019. Lo anterior en base al impulso generado por el gasto en los pilares de la Tercera Plataforma (cloud, movilidad, big data y social business).

Tendencias como el Bring Your Own Device (BYOD) y Mobile First obligaron a los CEOs a reconocer las ventajas competitivas y tamaño de mercado que otorgó a algunas compañías el adoptar soluciones, como las anteriores. Es que el aumentar el presupuesto en soluciones de TI permite transformar el entorno organizacional de fijo a móvil y llevar la conectividad a niveles que hasta hace poco parecían lejanos.

Para facilitar este proceso, los proveedores de servicios han dispuesto diversas tecnologías, las cuales están destinadas a favorecer el crecimiento y



profesionalización de todo tipo de compañías, ya sean grandes o pequeñas. Entre ellas, destacan servicios gratuitos basados en la nube pública, softwares de protección a dispositivos móviles e incluso multifuncionales; todo para generar un ambiente de negocios intuitivo y móvil.

Como la conectividad ha pasado a ser una exigencia, tanto para los empleadores como trabajadores, Samsung -al igual que otros fabricantes- decidió simplificar este

verdadero salto hacia la conectividad y desarrollar soluciones que otorguen una real escalabilidad a las compañías. Entre ellas destacan el software para dispositivos Samsung KNOX, que permite cuidar la información contenida en estos equipos y dividir el sistema operativo en dos -uno para la vida personal y otro para laboral- y las multifuncionales Smart MultiXpress, las primeras en el mercado en incluir sistema operativo Android.

Sin duda la inversión en el

área TI es fundamental para el desarrollo de las empresas. Mantener un entorno conectado, con soluciones que faciliten la labor de los trabajadores les permitirá alinearse con las nuevas vanguardias tecnológicas del mercado y, lo más importante, posibilitará un crecimiento sostenido a lo largo del tiempo.

La inversión TI hoy en día más que un lujo es una necesidad, ya que permitirá a las empresas mantener un control de los gastos de gestión y ayudará a controlar el acceso de los usuarios a los diversos dispositivos, aportando a la eficiencia de la compañía por medio de la reducción de costos e impulsando positivamente un aumento en la producción.

De la mano con la inversión que están realizando las empresas en materia de TI, se debe destacar la iniciativa de los líderes y/o tomadores de decisión, quienes han sido capaces de detectar las diversas necesidades y nuevas tendencias en el mercado para implementarlas en sus puntos de trabajo. Ahora, el gran desafío está en incorporar las soluciones, en ese atreverse a migrar hacia sistemas avanzados sin temor y llevar el éxito a las compañías, en un mercado que evoluciona a pasos agigantados y frente a los ojos de CEOs y CIOs.

BREVES



Avances: Taiwán se inicia en la impresión 3D industrial con metal

El gobierno y el Instituto de Investigación de Tecnología Industrial de Taiwán está trabajando en la creación de una impresora 3D industrial que pueda imprimir y crear objetos de metal. Esta nueva impresora está aún en fase de prototipado, pero los resultados han sido muy positivos. Según el propio Instituto, estos avances permitirán que ciertos vehículos como las naves aeroespaciales, aviones o submarinos se puedan arreglar en el momento sin necesitar esperar a recibir la pieza o sencillamente a realizar otros trayectos para llevar la pieza necesitada.

España: Las empresas de impresión digital se muestran optimistas

La asociación española de proveedores de soluciones de impresión digital, textil y de serigrafía, Fespa, dio a conocer una encuesta mundial sobre la evolución de este negocio a lo largo de este año. La media de los ingresos de este sector se ha duplicado con creces, pasando de 3 millones de Euros en 2007 a más de 6,25 millones en 2015. Por otro lado, los encuestados señalan que pancartas (49%), pósters (40%), rótulos (38%) y vallas publicitarias (37%) siguen siendo las cuatro aplicaciones más producidas.

RICOH:

Una compañía con foco en el cliente

La empresa multinacional japonesa está en un período de transformación, enfocada en brindar servicios y en mantener su liderazgo en el mercado gracias a su preocupación por los clientes, lo que se encuentra soportado por su servicio técnico directo, con cobertura a nivel nacional y con operaciones 24x7.

En la multinacional japonesa Ricoh saben el rol que tienen los documentos para potenciar el éxito de un negocio y por eso cuentan con una sólida oferta de productos y servicios dirigidos a la industria de las artes gráficas.

José Antonio Meca, gerente comercial PPBG de Ricoh Chile, cuenta que en estos momentos la compañía está en un periodo de transformarse en una empresa de servicios, sin dejar de lado su core business, que es el hardware.

"Hoy estamos ampliando nuestro portafolio a través de soluciones de software que pueden mejorar la productividad y flexibilidad del sector gráfico, como son las soluciones en línea, que le permiten al dueño o al operador de una imprenta acompañar todo el proceso de producción, desde que el documento entra a la planta gráfica hasta que está en manos del cliente", comenta el ejecutivo.

José Antonio Meca explica que Ricoh se ha destacado constantemente por el gran desarrollo de sus equipos y por la relación de compromiso para con sus clientes, lo que les ha permitido ganar un espacio destacado en el país.

"El año pasado fuimos la compañía que más colocaciones tuvo en el mercado nacional", asegura. Y comenta que hoy su cartera de negocios abarca las principales compañías de la impresión transaccional y los más reconocidos impresores comerciales del país.

LÍNEA DIRECTA CON EL CLIENTE

Prueba de este mérito es el premio que recibieron en 2014 de parte de la Asociación Gremial



El compromiso que tienen con sus clientes y la calidad de sus soluciones han permitido a Ricoh ser un referente en el país.

de Industriales Gráficos de Chile (Asimpres) como el mejor proveedor en equipamiento y maquinaria.

"El mercado gráfico es un mercado relacional, de personas, donde la toma de decisiones se hace directamente con el dueño de la compañía y por eso nosotros nos preocupamos de enfocarnos en ofrecer y cubrir todos los requerimientos que sabemos son importantes para ese mercado, manteniendo una constante empatía y preocupación por nuestros clientes", dice Meca.

Por eso, cuentan con un servicio técnico con operaciones 24x7 y que está muy alineado con los requerimientos de



José Antonio Meca, gerente comercial PPBG de Ricoh Chile.

los clientes. "Somos una multinacional japonesa con un gran respaldo financiero y con presencia directa en el país, lo que nos hace muy accesibles a nuestros clientes a nivel nacional", dice el ejecutivo.

Otra gran ventaja de Ricoh en el mercado es la excelente calidad, respaldo permanente de la marca japonesa, reconocida por su constante innovación en tecnologías de impresión.

"Nosotros ofrecemos un concepto integrado de excelencia, lo que nos convierte en el player más requerido del mercado. Contamos con la robustez y precisión de nuestros equipos, brindamos el servicio, ofrecemos soluciones, asesoría

consultiva y alternativas de adición de software", asegura Meca.

DIGITAL VERSUS OFFSET

José Antonio Meca cree que hoy las tecnologías offset y digitales pueden convivir tranquilamente en el mercado como tecnologías complementarias y así lo ha entendido la industria.

Hoy la tecnología digital ha alcanzado al formato offset en términos de calidad y variedad de sustratos en que se puede imprimir. "Actualmente, se puede imprimir digitalmente papeles de hasta 400 grs./mt.2 en cartón, metalizado y otros sustratos. Además hoy, disponemos en Ricoh de equipos robustos a precios bastante más asequibles, lo que nos hace ser más atractivos", comenta.

En esta línea, Ricoh está potenciando su impresora digital Ricoh Pro C7110X, un equipo para impresiones de gran calidad, que permite reproducir los colores con increíble exactitud y calidad muy similar al offset, contando con una característica única en el mercado, representada por una quinta estación, permitiendo imprimir en blanco o transparente (clear), lo cual facilita las aplicaciones únicas y de un alto valor agregado para sus clientes.

"Además, tienen un formato de hasta 70 cm. de largo por 33 cm. de ancho, bastante requerido en la industria de confección de libros, sobre todo para la confección de tapas con solapas. Es un equipo de gran calidad y robustez para grandes tirajes", dice José Antonio Meca, gerente comercial PPBG de Ricoh Chile.

CANON:

Soluciones de impresión para la industria gráfica en prensas digitales y formato ancho

Con más de 70 años de historia, 20 en Chile y una constante inversión en Investigación y Desarrollo, Canon cuenta con una completa gama de equipos de última tecnología para la industria gráfica, enfocada en la alta calidad e innovación de sus productos.

La industria de los dispositivos de impresión para gráfica, al igual que otros rubros, se mueve rápidamente. Hoy, los sistemas deben ofrecer no solo una alta calidad de impresión, velocidad, variedad de tamaños y terminaciones, sino que además asegurar una continuidad operativa de los sistemas junto con aplicaciones de software que agreguen valor a estas tecnologías.

Por ello Canon, situada dentro de las cinco empresas con mayor cantidad de patentes tecnológicas registradas en Estados Unidos, desarrolla continuamente tecnologías innovadoras y con altas prestaciones acordes a las necesidades de los usuarios relacionados a la impresión gráfica como publicaciones editoriales, marketing relacional, arte, fotografía y cartelería.

Gran parte de estas nuevas tecnologías fueron presentadas en la Canon Expo de Nueva York que se desarrolló en septiembre pasado.

El encuentro, que se realiza cada cinco años, exhibió un adelanto de las tecnologías que la marca japonesa lanzará para todas sus áreas de negocio en el futuro cercano, incluyendo prototipos de dispositivos que imprimen con texturas, aplicaciones para reuniones interactivas, cámaras 360°, impresión en 8K y máquinas para mamografías sin dolor mediante tecnología infrarroja, soluciones para seguridad, sistemas de impresión para packaging y formato ancho, entre otras.

TECNOLOGÍAS DEL FUTURO

La muestra estuvo dividida en diferentes zonas que expusieron sus más recientes e increíbles desarrollos. Para el área de Gráfica, la firma simuló una imprenta de Brooklyn, llevando a los visitantes a un espacio de trabajo integrado por experiencias prácticas, impresión avanzada y

otras herramientas capaces de inspirar la creatividad y ampliar las capacidades de flujo de trabajo, presentando así el futuro de las tecnologías de Canon para las industrias de producción y técnicos, donde el foco está puesto en hacer más eficientes los negocios a través de la automatización inteligente. En este sentido destacó la nueva prensa digital color inkjet de hoja suelta Océ Vario



Print i300, que toma toda la tecnología y knowhow de la exitosa línea Vario Stream de impresión continua, ideal para trabajos de transpromo, marketing relacional, manuales y folletería, entre otros.

Actualmente, Canon posee en Chile el portafolio de productos más amplio de la industria gráfica, donde destacan sus prensas digitales con tecnología láser impresión continua y formato ancho. En prensas digitales de papel cortado destaca la línea imagePRESS que se caracteriza por su confiabilidad y calidad de impresión con sus modelos C800/700 y C60 para impresión comercial de bajos tirajes, bocetería y maquetaría, que entregan una alta calidad y velocidad en color a un bajo costo de impresión.

En formato ancho, Canon posee impresoras de 6, 8 y 12 colores, diseñadas para responder a los altos

estándares de calidad que requiere la impresión fotográfica, Fine Arts, Prueba de Color y Producción de Cartelería. La combinación de colores de estos equipos logra mayor claridad de imágenes, evitando así los reflejos de luz.

Además, sus tintas tienen un polímero de adhesión que evita que la imagen se deteriore.

Estas impresoras cuentan con dos cabezales, lo que permite una mejor distribución de colores, manteniendo y aumentando la velocidad y calidad de impresión.

En cuanto a impresión fotográfica de alta calidad, Canon cuenta con dispositivos de ocho y doce colores, fáciles de usar y que posibilitan la creación de impresiones desde 17 hasta 60 pulgadas.

Además, vienen con el exclusivo sistema de tinta LUCÍA EX, que proporciona colores extraordinariamente vivos y precisos. Cabe mencionar, que en los sistemas de alta producción destaca la Océ Variostream.



Canon tiene el portafolio de productos más amplio de la industria gráfica en Chile, donde destaca la impresora de formato ancho iPF9400 de 60" y 12 tintas y la prensa digital recientemente lanzada imagePRESS C800.



Innovación, Tecnología y Respaldo

para sus proyectos de impresión digital

CAMA PLANA UV



GRAN FORMATO



LAMINADORA



PLOTTER DE CORTE



MESA DE CORTE DIGITAL

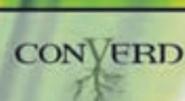


ALTA RESOLUCIÓN



MESA DE CORTE DIGITAL


















Moneda 1873, Santiago - Tel: (56 2) 2673 5360 - info@gruposima.cl - www.gruposima.cl

SIMA DIGITAL:

A la vanguardia en tecnologías de impresión digital

Esta empresa entrega a sus clientes soluciones óptimas de equipamiento, insumos y soporte técnico para la industria gráfica publicitaria.

La industria gráfica en Chile es altamente competitiva y las empresas cada vez más necesitan diferenciarse con productos innovadores y de calidad. Por eso, Sima Digital ofrece equipos que están a la vanguardia en tecnologías de impresión digital y en terminación, además de una completa asesoría y soporte técnico.

“Contamos con una estructura organizacional versátil y flexible, junto con un grupo multidisciplinario de profesionales con amplia experiencia en la industria gráfica, lo cual permite otorgar excelentes tiempos de respuesta, y agregar valor a través de nuestras soluciones”, asegura Osvaldo Morelli, gerente general de Sima Digital.

OFERTA DIVERSA

La compañía ofrece soluciones integrales de impresión digital de gran formato, como impresoras ecosolventes, solventes, látex, textiles y camas planas para impresión UV y UV LED. Además de equipos de terminación y corte, como mesas y plotters de corte, dobladoras de acrílico, laminadoras y software para impresión y diseño de productos publicitarios para puntos de venta, como muebles y exhibidores. Todo lo anterior sumado a una amplia gama de sustratos, tintas y materiales para impresión publicitaria. Además de entregar asesoría y soporte técnico, cuenta con un amplio stock de repuestos para realizar las mantenencias preventivas y correctivas, con



GUSTAVO ORTIZ

Sima Digital ofrece soluciones integrales para sus clientes.

el objetivo de garantizar la operatividad de sus clientes.

“Sima Digital aspira a ser un socio estratégico e innovador, entregando soluciones integrales a nuestros clientes a lo largo de todo el país, participando activamente en el crecimiento

de sus negocios, y aportando siempre soluciones para el desarrollo de sus proyectos”, comenta Osvaldo Morelli.

Una de las características diferenciadoras dentro del mercado, es que se trata de una empresa conformada por

un equipo profesional de gran experiencia y conocimiento del rubro. Además, cuenta con un servicio técnico altamente calificado y entrenado permanentemente en las fábricas, con el objetivo de mantener actualizado el conocimiento tecnológico.

“Buscamos transformarnos en socios estratégicos de cada uno de nuestros clientes. Por eso, nuestra proyección es crecer con ellos entregándoles permanentemente asesoría, innovación y apoyo técnico tanto en equipos, suministros y procesos”, asegura Morelli. Con años de experiencia

en el rubro, el ejecutivo comenta que el crecimiento de la demanda por soluciones gráficas en Chile ha estado determinado principalmente por la diversificación de los requerimientos. Hoy las tecnologías disponibles son mucho más variadas, por lo que las necesidades de los clientes se han transformado, en pro de lograr diferenciarse de sus competidores.

“El mercado ha evolucionado hacia la búsqueda de equipos e impresoras que puedan imprimir sobre una amplia variedad de materiales, como cartón, textiles, cueros, acrílicos, vidrios, metales, madera, etc. y junto con eso, que alcancen mayor resolución y permitan mejorar la eficiencia, en cuanto a rendimientos, velocidad y reducción de costos”, comenta. Y Sima Digital ha sabido responder a estas peticiones con calidad.

Actualmente la compañía es representante de marcas de origen norteamericano, alemán, coreano, chino, japonés y brasilero, donde destacan Gandy Digital, Direct Color Systems, FiberMark, Falconboard, Katz, DYSS, Challenger, Teckwin, Starjet, Graphtec y Ampla, entre otras. En cuanto a sus clientes, están orientados a empresas de impresión y producción que fabriquen cualquier elemento publicitario que no sea impreso en papel, como gigantografías, gráficas para puntos de venta, muebles publicitarios y promocionales, señalética, letreros, gráficas para interiores de tiendas y para el retail.

EFICIENCIA Y MEDIOAMBIENTE

Para Osvaldo Morelli, los principales desafíos que tiene en estos momentos la industria gráfica en Chile, es lograr producciones libres de contaminación y amigables con el medio ambiente, a través de tecnologías de impresión limpias y el uso de materiales ecosustentables. Además, aumentar la eficiencia productiva a través de la mejora continua de procesos y la profesionalización del capital humano. “Hoy las grandes corporaciones exigen a sus proveedores materiales certificados y procesos productivos que cumplan con estándares de seguridad, laborales y de responsabilidad social”, asegura.

BREVES



En Miami: Se viene el Graphics of the Americas 2016

Entre el 18 y el 20 de febrero del próximo año se darán cita en Miami las mejores empresas y profesionales relacionados con el sector de la industria gráfica, que formarán parte del Graphics of the Americas, donde mostrarán las últimas novedades e innovaciones relacionadas con la industria, productos, equipos y tecnología. Esta feria contará con 500 expositores en búsqueda de nuevos mercados y más de 1.100 stands en un salón de exhibiciones de 46.000 metros cuadrados en las instalaciones del Miami Beach convention Center. Además en ella se darán cita los mejores profesionales y empresas del sector.

Más información en la web: www.graphicsoftheamericas.com

Proyecciones: Los equipos inkjet tendrán el 34% del mercado en 2019

Según un estudio de la consultora internacional Context, se prevé que la demanda de impresoras de inyección de tinta aumentará en un 13% cada año, llegando a constituir el 34% del negocio total del mercado de la impresión en 2019.

Este fuerte crecimiento está siendo impulsado en gran parte por la demanda procedente del canal B2B (Business to Business), donde las ventas de impresoras de inyección de tinta empresariales aumentaron un 16% el año pasado.

ANACON CHILE LTDA.:

Ayudando a las empresas a mostrar su mejor imagen

Anacon lleva 12 años en el país como especialista en Folias para Hot Stamping, Cold Foil, Cintas de Transferencia Térmica, Adhesivos, Mantillas calibradas, Cintas de Seguridad y Holografías.

Sin duda, en los últimos años la necesidad por productos gráficos ha ido en aumento, de la mano del desarrollo del país y del aumento de la demanda interna y también del crecimiento de las exportaciones de productos relacionados, como el vino, el pisco y otros.

Se trata de un producto que cada día va evolucionando de acuerdo con las exigencias del mercado, ya que entrega un tremendo valor agregado cuando se aplica, haciendo resaltar cualidades y decorando el producto en donde se ha aplicado.

“Todo entra por la vista”, asegura Antonio Quevedo, gerente general de Anacon, empresa con 12 años de experiencia que se ha posicionado en el país como especialista en Folias para Hot Stamping, Cold Foil, Cintas de Transferencia Térmica, Adhesivos, Mantillas calibradas, Cintas de Seguridad y Holografías. La mayoría utilizados en la industria gráfica, para la fabricación de etiquetas y estuches. “Nuestros productos están enfocados en la producción o fabricación de etiquetas, para los mercados del vino, cosmética, industrial, promocional, también en la fabricación de estuches, para distintos productos, cajas de cartón, todo lo relacionado con el packaging”, cuenta Antonio Quevedo.

Actualmente su principal proveedor es Univacco en Taiwán, quien les garantiza una calidad, trazabilidad y estándares que permanecen durante el tiempo, sus productos se diferencian por su calidad,



GUSTAVO ORTIZ

Anacon cuenta con 12 años de experiencia en el mercado.

homogeneidad y estandarización, permanenciando inalterables sus condiciones físicas, de color y estabilidad una vez aplicado el producto.

“Anacon ofrece un producto de muy buena calidad y estable, además de un gran stock y no cambiamos de producto de acuerdo con las alteraciones del mercado, nos caracterizamos por siempre en tener el producto de

primera línea y nuestros clientes eso lo valoran mucho, por que ellos saben que si tienen que repetir un trabajo en seis o un año mas, el producto es el mismo y mantiene todos sus atributos de primera calidad”, cuenta Antonio Quevedo.

CALIDAD Y DURACIÓN GARANTIZADOS

La empresa se caracteriza por ofrecer un inmejorable servicio tanto en la atención como en

el soporte técnico, entregando soluciones técnicas a problemas que ocurren en la impresión y en la planta de sus clientes, lo cual es muy valorado. Para todo esto cuentan con personal altamente especializado y larga trayectoria en el rubro gráfico.

“Con el gran apoyo de parte de nuestro proveedor tenemos la idea de proponer seminarios a corto plazo para dar un mejor uso a nuestros productos como por ejemplo nuestra folia en frío (Cold Foil)”, dice.

RETOS DE LA INDUSTRIA

Para Antonio Quevedo, gerente general de Anacon, hoy la industria gráfica tiene el desafío de innovar más, perder el miedo a producir cosas nuevas, implementar y mejorar los equipos de producción existentes, de modo de ofrecer productos que hoy se compran en Perú, Argentina, Brasil, para vestir y dar mayor valor agregado a nuestros productos hechos en Chile. “Está la materia prima de primera calidad, como la nuestra, solo falta atreverse y arriesgarse”, dice.

BREVES



Alemania: En noviembre se celebra la feria de la impresión

InPrint 2015 Munich, la feria de la tecnología de impresión, celebrará este año una nueva edición en Munich (Alemania), entre el 12 y el 15 de noviembre de 2015. InPrint 2015 Munich es una feria dedicada a la presentación de las tecnologías de impresión industriales y demuestra las oportunidades a través de la integración de inyección de tinta, impresión de la pantalla y las tecnologías de impresión especiales, tales como la salida de 3D en aplicaciones de fabricación y funcional, técnica de presión hasta la superficie de diseño para proyectos de decoración.

De aquí a 2020: El mercado de la impresión de empaques crecerá un 6,26%

El informe “El Mercado de la Impresión de Embalajes por tipo de tinta (a base de agua y UV curables), Tecnología de Impresión (flexografía, rotogravado, offset, digital), Materiales (papel y cartón, plástico flexible y rígido, cristal y metal), Aplicaciones (alimentos y bebidas, cosméticos y artículos de baño y salud) – Tendencias y Previsiones para 2020” muestra que el mercado mundial de la impresión de empaques crecerá a una tasa compuesta anual de 6,26% 2015 a 2020, para llegar a USD 587,19 millones en 2020.