



ARGENTINA
GRÁFICA
CROMÁTICA

AGOSTO 2024 - N°455

SOLUCIONES ECOLÓGICAS PARA PREPrensa FLEJO

MAGIS ECO 240 MAGIS ECO 300



Soluciones para preprensa flexográfica de banda angosta y media, diseñadas para satisfacer las más altas exigencias de calidad.

ECO3 ofrece un sistema completo de preprensa para flexografía, desde la edición del arte del diseñador y la mejora de la calidad de la imagen, hasta planchas flexográficas de base agua listas para imprimir con la más alta calidad.

Nuestra amplia gama de soluciones y servicios nos convierte en el socio preferido para la preprensa interna y la fabricación de planchas para flexografía de banda angosta y media.

Con nuestra red global de ventas y servicios, garantizamos soporte local y tiempos de respuesta rápidos para nuestros clientes en todo el mundo.

YOU
PRINT.
WE
CARE.

Servicio y calidad Garantizada.

HEIDELBERG
Speedmaster



4colores.a.
industria gráfica

Santa Elena 948 - C.A.B.A.

Tel. 3221-4472 / 6091-3469

presupuestos@imprensa4colores.com

www.4coloresindustriagrafica.com

Nuestros Anunciantes

4 COLORES

CASA HUTTON

CELULOSA

CENTERBRIL

DB DISTRIBUIDORA

ECO3

FUNDACIÓN GUTENBERG

HAGRAF

IVC

MARTIN CAVA

PEDRO WEINSTOCK Y CIA SA

SIGMA COLOR S.R.L.

STENFAR

TWO SIDES

ARGENTINA GRÁFICA CROMÁTICA SUMARIO

6 Editorial FAIGA

10 Autoridades de la Secretaría de Comercio en FAIGA

14 FAIGA en el World Printing and Communication Forum



22 Editorial UGAS

24 Editorial UGAR

26 Agenda Litoral Sur

30 Reforma Laboral de la Ley Bases



38 Industria Argentina: Corrales - 4 Colores

46 Feria del Libro 2024





Nº 455 - Año 88 - Agosto 2024

58 Drupa 2024



66 El futuro de los libros

72 Contaminación por metales pesados

80 Aportes de ECO3 al mercado flexo argentino



86 Economía e Industria: Objetivos ONU 2030

92 Stenfar: Entrevista a Graciela Voichuk



98 Papeles reutilizables de cristales fotónicos

106 Gutenberg Futuro



110 Documentos seguros



116 Liderazgo zombi



126 Efecto Pigmalión

134 Panorama Gráfico

140 Novedades

Nuestra Tapa

El ojo ve sólo lo que la mente está preparada para comprender.

(Henri-Louis Bergson, filósofo y escritor, Premio Nobel de Literatura en 1927)



Ramón Falcón 1657/59
C1406GNG Buenos Aires
Tel.: (54-11) 4631-5120
e-mail: contacto@faiga.com
http://www.faiga.com

AUTORIDADES DE FAIGA

Presidente

Juan Carlos Sacco

Vicepresidente 1º

Marcelo Recio

Vicepresidente 2º

Santiago Rossetti Messina

Secretario

Anselmo Morvillo

Tesorero

Alejo Rastellino

EDITOR-PROPIETARIO

FAIGA

Director

Julio Sanseverino

Anselmo Morvillo

Consejo Editorial

Mario Sily

Rubén Corrales

Publicidad

Tel.: 4631-5120 y rotativas

Coordinación

Jorge E. Devito - Gerente

Redacción

Cristian Duplaga

Arte y Diseño

Jorge Barros

Rafael Clariana

Impresión Tapa e Interior

4 Colores

Laminado y Laqueado

Centerbril

Papel Tapa:

Couche Suzano Design Matte FSC-2
210 g/m²

Papel Interior:

Couche Suzano Design Matte FSC-2
115 g/m²

Reg. Propiedad Intelectual Nº 039657
ISSN - Nº 0004-105X

Publicación asociada al Instituto Verificador de Circulaciones (IVC).

Argentina Gráfica Cromática fue galardonada por la Asociación de la Prensa Técnica Argentina (APTA) con el premio Antonio Rizzuto en los años 1973, 1988, 1999, 2005, 2010, 2011, 2012, 2016.



Estamos atravesando un contexto muy difícil. Como siempre, desde hace más de 15 años, enfrentando escenarios complicados, cada uno con sus propias características y motivos, pero todos ellos se sucedieron dejando un gran daño a la economía global.

Para hablar de la situación actual, lo primero que debemos hacer es distinguir que entre las 600 mil empresas PyMEs que hay en el país, no son solo empresas industriales, sino también de comercio. Estas últimas son más volátiles, y así como cierran en locales normales, otro rubro comercial las reemplaza rápidamente. Mientras que la indus-

tria necesita mayores dimensiones, otro tipo de energía eléctrica, maquinarias, herramientas y personal técnico idóneo. Normalmente se instalan a largo plazo y cuando cierran no vuelven a abrir.

Con estas consideraciones, los indicadores del sector industrial son preocupantes. Según datos de fuentes confiables, en mayo la caída con respecto al mismo mes del año pasado fue casi del 15% y los números de junio y julio no dan mejores perspectivas. Por lo que pude conversar con colegas de otras cámaras, ya se perdieron alrededor de 10 mil PyMEs industriales, y se prevé una mayor cantidad hasta fin de año, que podrían más que duplicar el número citado.

Ahora, también es preciso poner las cosas en la balanza porque esta crisis podría ser todavía peor. El Gobierno implementó determinadas desregulaciones que dieron cierto alivio a sectores productivos ligados a la agroindustria, la inflación está volviendo a valores tolerables, se están normalizando los plazos de pago de comercio exterior y la reforma laboral y fiscal de la Ley Bases pueden ayudar a la competitividad de las empresas si se implementan con más rapidez.



EDITORIAL

EDITORIAL

Las políticas de hoy y mañana



Pero los beneficios de estas medidas todavía no se reflejan en su totalidad en la industria, sobre todo en las PyMEs del interior del país, que están operando con volúmenes de trabajo con previsión de apenas tres días como máximo. Muchos hablan del RIGI, que hace funcionar grandes cadenas de valor de sectores PyMEs en los distintos pueblos. Esto es excelente para promover inversiones grandes, que suelen estar destinadas al sector energético o minero y llevan mucho tiempo, seis o siete años mínimo, hasta empezar, terminar y ver los frutos.

No puedo evitar ver algunos paralelismos con el ex presidente Menem, a quien Milei suele reivindicar. Pero no olvidemos que esa etapa dejó una mortandad industrial altísima. Por eso, el actual Gobierno debe ser cauto en las medidas que toma y no perder la perspectiva de que para llegar a la bonanza de largo plazo, hay ciertas cosas que son necesarias de preservar en el corto. Como dije, algunas desregulaciones pueden ser bienvenidas para promover la actividad, así como también el RIGI para grandes inversiones. Pero del mismo modo, es importante que las empresas locales puedan tener incentivos del mismo tipo que nivelen las reglas de juego.

En este sentido, nuestro sector fue afectado negativamente por la derogación de la norma ambiental Res. 453/2010 de control de metales pesados en productos gráficos.

Desde FAIGA estamos en diálogo con las autoridades pertinentes con el fin de que reconsideren esta medida, ya que abre la puerta a que productos, de dudosa calidad ambiental que representan un riesgo para la salud de los consumidores y el medio ambiente, entren indiscriminadamente a competir con nuestros propios productos gráficos con ventaja competitiva. Por eso es que como Presidente, y después de demostrar que las medidas medioambientales 453/2010 y 685/2010 son usadas en el mundo, no nos daremos por vencido hasta su recuperación.

Por otra parte, recientemente reeditaron el Programa de Capacitación para Pequeñas y Medianas Empresas con reintegro a través de Crédito Fiscal. Es una buena medida pero para que sea efectiva tiene que estar enmarcada en una política industrialista integral. Y con política industrial me refiero a un plan a largo plazo, que defina qué tipo de matriz productiva queremos desarrollar e instrumente las leyes necesarias que permanezcan estables de acá a 20 años o más.

Tenemos que sincerarnos y definir un modelo en el que todos podamos sacar provecho, el campo, el petróleo, la minería, la industria y el comercio. No podemos seguir dependiendo de “fomentos” a la industria con resoluciones o disposiciones que luego se borran de la noche a la mañana. Mientras sigamos balanceándonos en la esquizo-

frenia de ser socialistas extremos o libertarios extremos a la vez, nunca vamos a salir adelante. Las inversiones que tanto necesitamos no van a llegar si no abandonamos el péndulo.

Si me lo preguntan, yo tengo fe de que podremos resolver nuestros problemas. Estamos pasando un momento difícil como pocos, sí. Pero ya sabíamos que este año iba a ser duro porque desde 2023 se pronosticaba una caída del 3,7% en la economía. Tenemos que apretar los dientes y espero que el Gobierno sepa oír las voces que verdaderamente le señalan cómo está la situación. Hasta ahora han tomado decisiones con cierta celeridad, pero todavía faltan gestiones claves que no se pueden demorar, como la reglamentación efectiva de la Ley Bases completa o la definición del rumbo de la política monetaria.

Por lo pronto veremos cómo se desenvuelven el Presidente y sus funcionarios. Desde FAIGA sostendremos nuestras gestiones señalando las necesidades de nuestra industria, tanto en lo inmediato como a futuro. Espero que las autoridades públicas tengan la misma vocación de no solo prestar atención a lo urgente, sino también a lo importante.

Juan Carlos Sacco
Presidente





We are going through a very difficult context. As always, for more than 15 years, we have been facing complicated scenarios, each one with its own characteristics and reasons, but all of them followed one another leaving a great damage to the global economy.

To talk about the current situation, the first thing to do is to distinguish that among the 600 thousand SMEs in the country, there are not only industrial companies, but also commercial ones. The latter are more volatile, and just as they close down in normal premises, another business line quickly replaces them. While industry needs larger dimensions, another type of electrical energy,

machinery, tooling, and qualified technical personnel. They are usually installed for the long term and when they close they do not reopen.

With these considerations, the indicators of the industrial sector are worrisome. According to data from reliable sources, in May the drop with respect to the same month of last year was almost 15% and the figures for June and July do not give better perspectives. From what I have been able to discuss with colleagues from other chambers, around 10 thousand industrial SMEs have already been lost, and a greater number is expected by the end of the year, which could more than double the above mentioned number.

Now, it is also necessary to put things in the scale because this crisis could be even worse. The Government implemented certain deregulations that gave some relief to productive sectors linked to agroindustry, inflation is returning to tolerable values, foreign trade payment terms are being normalized and the labor and tax reforms of the Ley Bases may help companies' competitiveness if they are implemented more quickly.



EDITORIAL

EDITORIAL

The policies of today and tomorrow



But the benefits of these measures are not yet fully reflected in the industry, especially in SMEs in the interior of the country, which are operating with work volumes with a forecast of just three days at most. Many people talk about the RIGI, which makes large value chains of SME sectors operate in the different towns. This is excellent for promoting large investments, which are usually aimed at the energy or mining sector and take a long time, at least six or seven years, from start to finish to see its fruits.

I cannot help but seeing some parallels with former President Menem, whom Milei often vindicates. But let us not forget that that period left a very high industrial mortality rate. Therefore, the current government must be cautious in the measures it takes and not lose sight of the fact that in order to achieve long-term prosperity, there are certain things that must be preserved in the short term. As I said, some deregulations may be welcome to promote activity, as well as the RIGI for large investments. But in the same way, it is important that local companies can have incentives of the same type to level the playing field.

In this sense, our sector was negatively affected by the repeal of the environmental standard Res. 453/2010 for the control of heavy metals in graphic products.

At FAIGA we are in dialogue with the relevant authorities in order for them to reconsider this decision, since it opens the door for products of dubious environmental quality that represent a risk to the health of consumers and the environment, to enter indiscriminately to compete with our own graphic products with competitive advantage. That is why as President, and after demonstrating that the 453/2010 and 685/2010 environmental measures are used in the world, we will not give up until its recovery.

On the other hand, the Government recently reissued the Training Program for Small and Medium Enterprises with reimbursement through Tax Credit. This is a good measure, but for it to be effective it must be framed within a comprehensive industrial policy. And by industrial policy I mean a long-term plan that defines what kind of productive matrix we want to develop and implements the necessary laws that will remain stable for 20 or more years.

We have to be honest to ourselves and define a model in which we can all benefit, the agriculture, oil, mining, industry and commerce. We cannot continue to depend on “incentives” to industry with resolutions or provisions that are erased overnight. As long as we continue to swing in the schizophrenia of being either

extreme socialists or extreme libertarians at the same time, we will never get ahead. The investments we need so much will not come if we do not abandon the pendulum.

If you ask me, I have faith that we will be able to solve our problems. We are going through a difficult time like few others, yes, but we already knew that this year was going to be hard because a 3.7% drop in the economy was forecast since 2023. We have to grit our teeth and I hope that the Government knows how to listen to the voices that are really pointing out the situation. So far, they have taken decisions with certain speed, but there are still key steps to be taken that cannot be delayed, such as the effective regulation of the complete Ley Bases or the definition of the monetary policy course.

For the time being, we will see how the President and his officials will act. FAIGA will continue our efforts to point out the needs of our industry, both in the present and in the immediate future. I hope that the public authorities will have the same vocation of not only paying attention to what is urgent, but also to what is important.



Juan Carlos Sacco
President



Autoridades de la Secretaría de Comercio participaron en reunión con FAIGA

El Subsecretario de Comercio Exterior y el Jefe de Gabinete de la Secretaría de Comercio participaron de una reunión con directivos de FAIGA y miembros de la comunidad gráfica.

El pasado jueves 4 de julio el Subsecretario de Comercio Exterior, Lic. Esteban Marzorati, y el Jefe de Gabinete de la Secretaría de Comercio, Lic. Santiago Migone, convocados por la Presidencia de FAIGA participaron de una reunión para presentar un informe económico y de gestión de la Secretaría de Comercio

El Presidente de FAIGA, Juan Carlos Sacco, dio inicio a la reunión con una introducción de los funcionarios y referenció el contexto económico actual: "Estamos pasando un momento difícil pero le estamos poniendo el pecho, sobre todo en el interior".

Cediendo el micrófono al Subsecretario de Comercio Exterior, el funcionario enfatizó que el primer



El Subsecretario Marzorati junto con el Presidente de FAIGA, Juan Carlos Sacco

objetivo de su gestión consiste en normalizar el comercio exterior, priorizando las demoras en los pagos a proveedores del exterior.

En este sentido, señaló que se eliminaron las SIRAs y se crearon los BOPREAL, así como también se refirió a la revisión y derogación de los reglamentos técnicos vigentes. Al respecto, Marzorati mencionó el caso de la Res. 453 de control de metales pesados en impresos: “Uno de los reglamentos que derogamos fue el de metales y plomo en tinta. Juan Carlos tuvo una participación muy activa en eso, él tiene una visión muy distinta a la que tiene la Secretaría de Simplificación. Pero creemos que

en la disparidad de pensamientos a futuro se pueden crear otras cosas. El proceso va a continuar y la revisión de reglamentos técnicos no tiene el solo objetivo de eliminar, sino de dar sentido a todo.”

En su exposición, el Subsecretario de Comercio Exterior también puso énfasis en el objetivo del Gobierno en regularizar el funcionamiento del comercio internacional, particularmente en lo referente a la posibilidad de las empresas locales en saldar sus deudas con sus proveedores del exterior y, efectivamente, los plazos de pago a través del acceso al mercado de cambio. “Hay algunas cosas que seguramente les van a pa-



El Jefe de Gabinete de la Secretaría de Comercio, Santiago Migone

recer redundantes, pero la situación del comercio exterior, hasta diciembre, muchos de ustedes seguramente las padecían”, explicó el funcionario y argumentó que esta situación “tenía que ver con un esquema y un marco regulatorio sumamente restrictivo, impredecible, costoso, y a veces carente de sentido.”

Sobre este punto, refiriéndose a las condiciones de pago al exterior, Marzorati reflexionó que “si una empresa quiere realizar una operación de importación no tiene por qué requerir la autorización de un funcionario” y que la elección del tipo y plazo de pago no debería ser una decisión en la que el Estado tenga injerencia.

Dentro de este contexto, el Subsecretario reconoció la complejidad

del actual sistema de restricción cambiaria y su efecto sobre los tipos de cambio, por lo cual consideró que tal estado de situación “obligó” al Gobierno a “tratar de armar un marco normativo creíble y cumplible”. En este sentido, destacó que una de las primeras medidas consistió en la Comunicación 7917 del Banco Central que estableció un esquema de pagos en cuatro cuotas a 120 días, lo cual caracterizó como “algo razonable” en un contexto de “tan largo desgaste con los proveedores, por no haberles pagado en los compromisos adoptados”.

A continuación, tomó la palabra el Jefe de Gabinete de la Secretaría de Comercio, quien puso énfasis en el objetivo del Gobierno en reducir de inmediato el déficit fiscal entre 4 y 5 puntos del PBI, lo cual permi-



tiría que “que una vez superada esa recesión, la Argentina pueda definitivamente empezar un proceso de normalización monetaria que se deriva del problema fiscal para avanzar hacia una normalización en la tasa de inflación”. Según el funcionario, la inflación “perjudica enormemente” la competitividad de las empresas y la visión es que al reactivarse la demanda, el país se encuentre “más sólido macroeconómicamente”.

En su alocución, Migone también explicó las medidas de ajustes arancelarios que está realizando la Secretaría de Comercio. Sobre esta gestión, el economista explicó que el objetivo es favorecer los insumos industriales con aranceles más bajos, no obstante observó que “el Mercosur se destaca por tener

aranceles altos a productos primarios”, lo cual “es algo que perjudica a la matriz productiva de Argentina”. Entre los aranceles que Migone consideró altos, nombró entre sus ejemplos al papel; también finalizando su participación con una mención a la tarea pendiente de revisar todas las medidas de anti dumping.

Completadas ambas presentaciones, por el breve tiempo restante que permitió la agenda de los funcionarios, se realizó un breve intercambio de preguntas y respuestas, tras lo cual los asistentes de la comunidad gráfica agradecieron a Marzorati y Migone el tiempo dedicado a acercar la perspectiva del Gobierno en cuanto al estado de la economía y las perspectivas en el corto y mediano plazo.



upof





Participación de FAIGA en el World Printing and Communication Forum

FAIGA participó por primera vez en un encuentro del Foro Mundial de Gráfica y Comunicación (World Print and Communication Forum) que tuvo lugar en Düsseldorf coincidiendo con la realización de drupa 2024.

Al realizarse en pleno corazón de drupa, el evento inició con la bienvenida de la Directora de drupa, Sabine Geldermann; y luego, una breve introducción a las actividades del Foro por parte de su Secretaria General, Beatrice Klose.

La primera presentación correspondió a FAIGA, a través del video grabado por su Presidente, Juan Carlos Sacco. En su discurso, el Presidente de FAIGA realizó una breve introducción de la industria gráfica argentina y luego detalló tres desafíos que atraviesa el sector: el sostenimiento de la actividad en momentos de crisis, la promoción de un producto gráfico libre de metales pesados a través de las correspondientes certificaciones y combatir las constantes campañas de greenwashing en contra del uso del papel. “Estamos en una disputa cultural declarada. Después de todo, no importa cuánto intenten demonizarlo, el papel nos atraviesa en cada etapa de nuestras vidas”, concluyó Sacco.

Al finalizar, Beatrice Klose, quien además es Secretaria General de Intergraf (entidad que

representa a las instituciones gráficas de Europa) destacó que “el aporte de Argentina resume muy bien los desafíos actuales de la industria gráfica en el mundo”.

Klose se hizo eco de la importancia de la lectura impresa en niños como contrapunto de los intentos de desprestigiar al papel y mostró interés en la perspectiva de “remediar los pecados del pasado” al atender la problemática de los metales pesados en los impresos. Finalmente expresó que “desde la perspectiva europea concordamos siempre con estos puntos”.

Seguidamente, el encuentro se desarrolló con las presentaciones de diversas delegaciones, las cuales consistieron en:

Nepal: Destacó el crecimiento del sector, en el cual unas 5.000 gráficas funcionan actualmente en todo el país, que emplean a 200 mil personas, además de unas 500 mil como trabajadores temporales o a tiempo parcial, sobre todo en temporada alta.

En cuanto a los desafíos que atraviesa la industria, se mencionó que la rápida innovación y



transformación de la tecnología de impresión moderna, en particular la digitalización de la tecnología de impresión, ha planteado dificultades para gestionar la inversión para instalar equipos de maquinaria de impresión digital. Esta problemática, además, se magnifica por la escasez de mano de obra, tanto de técnicos y semi técnicos para operar la maquinaria, por cuestiones de migración demográfica y también la falta de escuelas técnicas.

Por último, señaló la disparidad de impuestos sobre las materias primas importadas, como el papel, los productos gráficos finales, como los libros.

Corea del Sur: presentó como desafíos la incertidumbre económica en el plano global, el declive de los sectores tradicionales de la gráfica, el saldo a favor de las importaciones frente a las exportaciones y la intensificación de la competencia; mientras que como tendencias señalaron la mayor personalización de la tecnología digital, la expansión de prácticas amigables con el medio ambiente, el crecimiento del sector de packaging y la integración con las TIC.

En cuanto al estado de la industria en el país, en 2023, el número de empresas gráficas en Corea del Sur ha disminuido ligeramente hasta situarse en unas 21.500, menos que el año anterior, mientras que emplea actualmente a unas 70 mil personas. Esta reducción del número de empresas refleja un declive más generalizado de la impresión offset tradicional, aunque la impresión digital sigue creciendo. A pesar de estos cambios, la producción gráfica de

Corea del Sur sigue siendo considerable, y el valor total de la producción del sector se mantiene estable en unos 7.000 millones de dólares.

Japón: señaló la adaptabilidad de la industria gráfica conforme el avance de la digitalización de la sociedad, ya que de ser una industria manufacturera pasó a incorporar cada vez más la oferta de servicios como valor agregado. De hecho, la industria de la impresión japonesa lleva tiempo reclamando una “reforma empresarial”, y considera necesario asumir el reto de cambiar el contenido de la industria de la impresión y la definición del propio negocio de la impresión, basándose en la confianza que se ha cultivado con los clientes hasta la fecha.

Como conclusión, la representación de Japón afirmó: “De cara al futuro, la introducción de los objetivos de desarrollo sostenible, la utilización de la IA y la entrada en diferentes industrias y nuevos negocios son también tareas urgentes”.

China: informó que a finales de 2022 se habían registrado 103.192 empresas de impresión empleando a 2,43 millones de personas y generando una producción total de impresión de 1,43 billones de RMB. El valor de la producción industrial de la industria de la impresión ha aumentado constantemente año tras año, de 1,27 billones de yuanes en 2018 a 1,43 billones de yuanes en 2022.

En cuanto a tendencias, la industria china promueve activamente la transformación indus-

trial, adhiere al desarrollo de la impresión sostenible, la digitalización y la integración de impresión sostenible.

Conlatingraf: promovió la tercerización de trabajos hacia América Latina y la propuesta de un galardón mundial de la industria gráfica.

Sudáfrica: de cuya presentación se destacó el modelo de oferta de capacitación a través de programas (incluyendo a países de Europa o Australia por modalidad online) que representan el 30% de los ingresos de su federación.

Como muchos países, también Sudáfrica ve una falta de interés de los jóvenes por trabajar en la industria gráfica. La asociación está trabajando en el compromiso de los jóvenes y la publicidad de carreras no sólo en la imprenta, sino también en contabilidad, negocios y otros trabajos relacionados en las imprentas.

Europa: expuso un informe de actividad del sector, reportando una caída en la producción por el proceso de sustitución digital de medios impresos, y del empleo por la implementación de más tecnología de automatización. Sin embargo, las proyecciones de Europa muestran un crecimiento sostenido de los rubros packaging y etiquetas.

Estados Unidos: En EEUU hay unas 22 mil empresas, sin contar 27 mil más unipersonales. Aproximadamente 530 mil personas trabajan en la industria de la impresión, generando un volumen de negocio de 106.000 millones de dólares.

La asociación ha realizado una encuesta sobre sostenibilidad y alrededor del 23% de las empresas declara tener un plan de sostenibilidad documentado con medidas. Otro 27% espera crear un plan de este tipo en 2024. Esto marca un cambio en la tendencia, ya que en general, la asociación no registra una fuerte demanda de sostenibilidad.

A continuación, se transcribe la exposición completa del Presidente de FAIGA, Juan Carlos Sacco:

Buenas tardes a los organizadores, paneles y público en general. Quiero comenzar por agradecer la invitación que me extendió la Secretaria General de Intergraf, Beatrice Klose, a este prestigioso World Print and Communication Forum, que se está desarrollando, nada más y nada menos, que en el marco de drupa 2024, que es la meca de la industria gráfica.

Hoy tengo el honor de presidir la Federación Argentina de la Industria Gráfica y Afines (FAIGA), que representa a alrededor de 8 mil empresas gráficas en todo el territorio argentino, las cuales conforman el 6,7% del PBI industrial.

Argentina es un país con larga tradición en este oficio, remontrándose al siglo 18 cuando los jesuitas instalaron la primera imprenta en lo que hoy es la Provincia de Córdoba. A través de su historia, nuestra industria se ha consolidado manteniendo una fuerte convicción en el desarrollo tecnológico y la capacitación. En esta historia resuenan nombres prestigiosos, no solo en nuestro

A su vez, cuenta con una plataforma de formación y educación en línea, ya que las empresas ya no están dispuestas a pagar los gastos de desplazamiento para la formación. Actualmente utilizan esta plataforma 5.000 personas de 35 países diferentes. El reto es el paso de la formación teórica al trabajo práctico.

país sino también en el continente americano con la distinción de Líder Gráfico de las Américas, como Herman Zupan, Anselmo Morvillo, Fernando Leiro, Antonio Tabanelli y quien les habla. Pero también quiero destacar que tenemos la suerte de contar con jóvenes empresarios que dan vitalidad a nuestra institución y continuarán el camino de nuestra Federación, como Santiago Rossetti, Gastón Ferrero, Alejo Rastellino, Natalia Heyd y Martín Espósito.

Con respecto a los desafíos que enfrenta nuestra institución, en Argentina tenemos una realidad insoslayable marcada por la crisis económica, por lo que es inevitable mencionar como primer desafío el ayudar a las empresas gráficas a desenvolverse con la mayor normalidad posible. Para afrontar esta situación, FAIGA establece vínculos de trabajo con las autoridades públicas, tanto nacionales como provinciales, para canalizar las necesidades del sector y promover políticas de incentivo industrial. Pese a la crisis de finales de los 90, donde la inversión fue de 1000 millones de dólares en bienes de capital, el fruto de este trabajo posterior constante se refleja en que la industria gráfica argentina ha





Participantes del Foro con obsequios brindados por el representante de Nepal

logrado mantener un nivel promedio de 100 millones de dólares en inversión anual de bienes de capital a lo largo de los últimos veinte años.

También buscamos alianzas estratégicas con otros sectores industriales. Por ejemplo, con la Cámara Argentina de Publicaciones hace 4 años firmamos un acuerdo, hoy vigente, para promover el libro argentino, ya sea incentivando la compra de libros escolares, como así también los literarios, por parte del Ministerio de Educación nacional, como también propiciando condiciones favorables para ser competitivos en el mundo de habla hispana.

Más recientemente, hemos conformado una mesa de trabajo con representaciones empresariales que cuentan con instituciones de

educación superior. En nuestro caso, tenemos a Fundación Gutemberg, el único instituto educativo en Argentina especializado en industria gráfica, con el fin de generar oficios en corto plazo con salida laboral. El objetivo de esta mesa de trabajo es diseñar estrategias de promoción para la capacitación técnica. Esto lo estamos realizando con los sectores del software, madera, muebles y metalúrgica; porque estamos convencidos de que la gráfica, al ser industria de industrias, cuenta con un potencial privilegiado para integrarse con todas las actividades productivas.

Pasando a considerar desafíos más generales, hay dos que destacan con preponderancia: el cuidado ambiental y combatir el greenwashing contra el uso del papel.

En cuanto a lo primero, para no extenderme demasiado, sólo abordaré un aspecto en particular que defendemos enfáticamente para nuestro país desde hace casi 15 años. Esto es la certificación de la norma 453/685 de libre de metales pesados para todos y cada uno de los productos gráficos que se comercializan aquí, ya sean importados o producidos localmente.

Como bien sabemos, hasta el siglo veinte las tintas gráficas contenían plomo, u otros metales, en algunas de sus formulaciones. Y seguramente ahora dirán, "pero las tintas ya no se producen con plomo". Cierto. Pero, en diversas partes del mundo se han detectado casos de contenido de metales pesados en productos tan diversos como chocolates o alimentos para bebés, etcétera. Esto



se produjo principalmente por la contaminación ambiental de las materias primas. El origen de este problema, por supuesto, se supo después de realizar las correspondientes investigaciones. No obstante, la única manera de garantizar a priori la trazabilidad impoluta del producto gráfico es a través de la certificación en línea y post producción. De esta manera, aportamos una doble seguridad: primero, que desde la salida de fábrica, el producto gráfico protege la salud de sus consumidores; y, segundo, que una vez consumido, el mismo producto gráfico no representa un riesgo de contaminación al medio ambiente.

No es menor la importancia del control de metales pesados por los terribles efectos que tienen en la salud de las personas,

especialmente en el desarrollo neurológico de los niños. Y son materiales sin degradación. Solo para ilustrar, en 2023 se publicó un estudio que midió el nivel de plomo y mercurio contenido en libros de dos bibliotecas del sur de Inglaterra, en el que no solo se detectaron niveles altos de ambos metales en libros publicados entre 1850 y 1960, sino también en el polvo del aire. Por lo tanto, considero que este no es un tema que deba subestimarse y la prevención cumple un rol fundamental para que cualquier eventualidad no afecte a nuestra industria.

Por último, tenemos un desafío que representa un problema que padecemos todos nosotros, no solamente como empresarios, sino como consumidores mismos.

¿Quién no recibió alguna vez un correo electrónico proponiendo la adhesión a la factura digital para “salvar los árboles”?

Creo que en este ámbito todos sabemos la mentira que esto representa. Pero siempre me pareció irónica la posición contradictoria del papel en la economía actual. Porque por un lado se lo presenta como un vil recurso que pone en peligro nuestros bosques; mientras que por otro lado se desarrolla cada vez más como recurso sustentable capaz de reemplazar al plástico en nuevas aplicaciones.

Merece una mención especial, también, la eterna importancia de los libros impresos. Se han realizado numerosos estudios destacando el valor de la lectura física en el desarrollo cognitivo



y la capacidad de concentración de los niños. Recientemente, fue noticia el caso de Suecia, uno de los países con mayor nivel de rendimiento escolar en el mundo, donde el Ministerio de Educación elevó el presupuesto escolar específicamente para la adquisición de más libros de lectura.

Y aquí, entonces, tenemos un desafío que considero titánico. Porque pareciera, si se me permite la referencia a Don Quijote, “cargar contra molinos de viento” el enfrentar los intereses de las empresas que abogan contra el uso del papel, en su mayoría grandes corporaciones. Sin embargo, por más ardua que pueda parecer esta tarea, no podemos permitir esta situación. Si la historia la escriben los vencedores, entonces no podemos permitir que nadie más escriba la nuestra.

Con esta mentalidad, FAIGA ha iniciado hace años, junto con asociaciones de defensa de los consumidores, una campaña de promoción de la información en

papel para concientizar sobre la importancia y la universalidad de la información en formato impreso, haciendo particular énfasis en las facturas de servicios públicos o resúmenes de cuenta de servicios bancarios o financieros. Que quede claro, para no dar lugar a interpretaciones incorrectas, no pretendemos imponer el papel como único medio obligatorio. Para algunas personas, es más conveniente la comunicación digital. Lo que pretendemos es que las personas puedan elegir libremente; y la única decisión libre es la informada. El ejemplo más reciente fue el nacimiento del E-BOOK; donde teóricamente haría casi desaparecer a la industria editorial. Nada de eso ocurrió, sino que el libro crece por encima de medio electrónico.

Este camino nos llevó también a integrarnos como miembros institucionales de la iniciativa Two Sides América Latina. Como sabrán, Two Sides impulsa una campaña antigreenwashing en todo el mundo, concientizando a empresas que publican consignas

contra el uso del papel para evitar que propaguen información falsa o engañosa.

Los resultados, en ambos casos, han sido positivos; como también conozco de iniciativas similares en España e Inglaterra, por ejemplo. Pero la lucha es constante. Por eso considero que quizás sea necesario llevar el mensaje un paso más allá. Uniendo voluntades de las instituciones gráficas de todo el mundo para difundir un mensaje universal sobre el impreso, que se adapte al lenguaje de redes que usan los jóvenes de hoy. En otras palabras, viralizar al papel.

Estamos en una disputa cultural declarada. Después de todo, no importa cuánto intenten demonizarlo, el papel nos atraviesa en cada etapa de nuestras vidas. Desde que nacemos, con un certificado de nacimiento; hasta que partimos, con un certificado de defunción. Todo lo que pasa en nuestras vidas, lleva un producto impreso.

Muchas gracias.

Los participantes de la reunión 2024 del WPCF fueron:

Sr. Raveendra Joshi, Federación de Maestros Impresores de toda la India

Sr. Raghavendra N. Dutta Baruah, Federación de Maestros Impresores de toda la India

Sr. Byungsoon Kim, Presidente de la Asociación de Gráficos Coreanos (Corea del Sur)

Sr Sunwoo (Peter) Park, Gerente de la Asociación de Gráficos Coreanos (Corea del Sur)

Sra. Mikiko Kato, Federación de Industrias Gráficas de Japón

Sr. Jermaine Naicker, Printing SA (Sudáfrica)

Sr. Abisha Katerere, Printing SA (Sudáfrica)

Sr. Yingxin Chen, Asociación de la Tecnología de Impresión de China

Sra. Meifang Li, Asociación de la Tecnología de Impresión de China

Sr. Ford Bowers, Alianza Gráfica Unida (EEUU)

Sr. Madhav Bahadur, Federación de Asociaciones Gráficas de Nepal

Sr. Hector Cordero, Conlatingraf (México)

Sr. Talha Karademir, Basev (Turquía)

Sr. Anil Kariyawasam, Presidente de la Asociación de Impresores de Sri Lanka

Sr. Juan Carlos Sacco, Presidente de la Federación Argentina de la Industria Gráfica y Afines (online)

Sra. Beatrice Klose, Secretaria General de Intergraf (Europa)

Prensa Acreditada: Argentina Gráfica Cromática -

Sr. Cristian Duplaga



MARTIN CAVA

CALIDAD EN EQUIPAMIENTO
E INSUMOS GRAFICOS

BARNICES BASE AGUA

pulse 
coatings • inks • chemistry

Origen: Inglaterra

LÍNEA AQUALINE

Nueva línea de Barnices Pulse que brindan alta calidad, rendimiento superior y alta durabilidad.

Están diseñados para aplicarse en Fuente de Agua de máquinas Impresoras Offset, Unidades de Barnizado en línea y fuera de línea.

AQUALINE 2079

Barniz de protección, Brillante, Frente y Dorso, Estampable.

AQUALINE 2036

Barniz Brillante, Frente y Dorso, Estampable. Por su alta concentración de sólidos, logra una excelente resistencia al roce y mejor brillo.

AQUALINE 5277

Barniz Mate, Frente y Dorso, Estampable. Secado Rápido con buena estabilidad en máquina. Formulado para disminuir franjeos en aplicaciones en equipos con sistema de rodillos de goma.



Presentaciones: 20, 220 y 1050 kilos.

SEGUINOS EN  @MARTINCAVAOK



OFFSET

COMUNICACIÓN VISUAL

PAPELES

FLEXOGRAFÍA

DECO

EQUIPOS

DIGITAL



EDITORIAL

UGAS
UNION GRAFICA
ARGENTINA SECTORIAL

POR MARCELO RECIO
PRESIDENTE UGAS



SUMANDO

ESFUERZOS



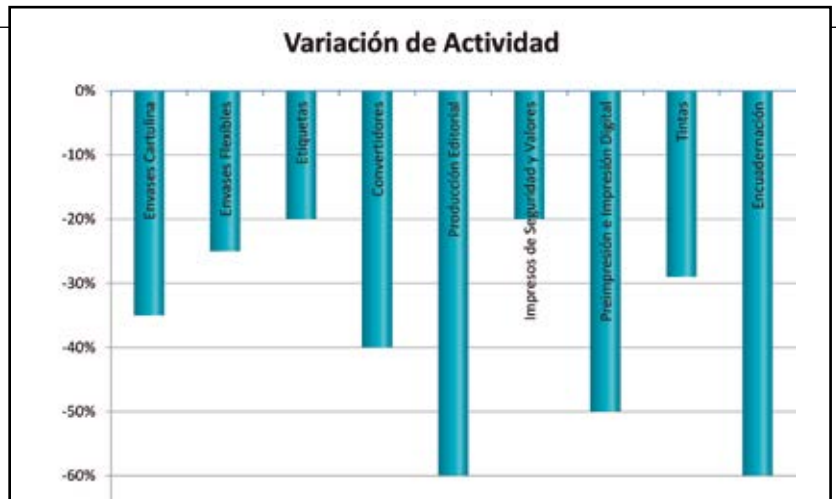
UGAS es una de las dos entidades que conforman la FAIGA. Y si bien, la Federación es la que tiene el peso de la representatividad a nivel nacional, UGAS es la institución que representa de manera directa a las empresas gráficas según su rubro de actividad.

A su vez, la UGAS está conformada por nueve Departamentos: Envases Flexibles, Envases de Cartulinas, Etiquetas, Producción Editorial, Impresos de Seguridad y Valores, Pre-impresión e Impresión Digital, Convertidores, Tintas y Encuadernación.

Cada uno de estos Departamentos representan la base de la pirámide. Es decir, son el espacio donde las empresas participan directamente, sin mediaciones, planteando las problemáticas que le afectan y las necesidades que cada sector requiere para desarrollarse. La función de cada Departamento es, por lo tanto, fundamental. Cada uno de ellos realiza reuniones periódicas que permite a UGAS, y eventualmente a FAIGA, contar con datos precisos del estado de la actividad.

La fuerza de UGAS está en los números. Muchas veces uno podrá pensar “¿Para qué me voy a meter si no va a cambiar nada?”. Eso no es cierto, sino todo lo contrario. Nada cambia sin participación. Porque cuantas más empresas se comprometan, más poder tendrá la entidad para llevar adelante sus gestiones.

Y es precisamente en un escenario como el actual cuando más necesitamos contar con todos. Haciendo un repaso de los últimos



informes de Departamentos, basados en encuestas a sus miembros, podemos observar que los niveles de actividad interanual han caído considerablemente:

Esto representa hoy la mayor preocupación, no solo para UGAS en lo que compete a la gráfica, sino también para la industria en general porque nosotros somos proveedores de otros sectores productivos.

Si bien la variable de la inflación parece tendiente a su control, luego de la tormenta que tuvimos que atravesar hasta el año pasado; ahora estamos atravesando una marcha por el desierto con un índice de capacidad ociosa que en algunos sectores supera el 50% promedio.

Por un lado es positivo que se hayan logrado regularizar los plazos del comercio exterior para brindarle mayor previsibilidad a la importación de insumos, sobre todo los que no se producen localmente, pero ahora necesitamos reactivar el mercado interno para poder utilizarlos. Hay empresas que por una cuestión de volumen tienen mayor capacidad para soportar este tipo de escenario, pero las empresas más chicas son

las que más padecen este tipo de problemas.

Pero, de todas maneras, esta situación no es sostenible para ningún tipo de empresa, sea grande o pequeña. Por el momento nos encontramos a la espera de los repuntes de actividad que algunas proyecciones permiten estimar para enero de 2025, debemos enfocarnos en sostener el tejido industrial.

Es bajo esta mirada donde se hace necesaria la participación de todos. Apelo a los lectores, tanto quienes puedan estar leyendo esta revista por primera vez, como también a los asiduos lectores que conozcan colegas que puedan sumar en los Departamentos.

UGAS es una institución dinámica que hoy tengo el honor de presidir junto a un excelente equipo con el apoyo de Alejo Rastellino, Fernando Leiro, Mario Medoro, Leonardo Del Rosso, Santiago Rossetti, Ricardo Dalla Rosa, Rubén Corrales, Gustavo Ponce, y Marcelo Gómez.

UGAS es de todas y cada una de las empresas. Las puertas están abiertas para escucharnos entre todos.



EDITORIAL



POR OSVALDO SAPIENZA

LAS BASES

CONCRETAS



En los últimos tiempos parece que se pusieron de moda los términos de la jerga financiera y los eufemismos para explicar conceptos de economía de forma sencilla. El más recurrente, y que se ha usado como caballito de batalla, es “en una casa no se puede gastar más dinero del que entra”.

Yo no ostento un título en economía, ni mucho menos un máster en alguna universidad extranjera de nombre impronunciable. No necesito nada de eso para estar de acuerdo. Es algo fundamental, que aplica también a la economía de una empresa. Hasta ahí, bien.

Así como no soy economista, lo que sí puedo decir es que soy empresario. Llevo más de 40 años manejando mi negocio. Si vamos a usar metáforas, yo me eduqué en la universidad de la calle, laburando. Y si algo te enseña la experiencia es que la única manera de pagar deudas es produciendo.

Yo comprendo que el Gobierno actual agarró una papa caliente sin guantes. Eso lo sabemos todos. También entiendo que administrar la deuda, los vencimientos de pagos es una tarea poco grata. Pero si nos seguimos manejando en términos simples, si yo le debo plata a un familiar y le pido plata a un amigo, lo que estoy haciendo no es pagar mi deuda, sino cambiar de prestamista. Para pagar una deuda, tenés que trabajar

Acá es donde entra en juego la industria. La gran palabra ausente del debate público. ¿Hay acaso

alguna duda de que la industria es el mayor aportante de valor agregado a la producción? ¿Alguien cuestiona que la industria, y sobre todo PyME, es el sector que mayor cantidad de empleos genera?

Entonces, ¿Por qué no estamos hablando de cómo desarrollar la industria? Más allá del capítulo del RIGI en la Ley Bases, lo cual aplica a un tipo de inversión muy específica, no se vislumbra nada para fortalecer la capacidad productiva y el mercado interno. Claro, el mercado interno no genera divisas, pero es lo que sustenta la base competitiva para que cualquier empresa pueda eventualmente proyectar exportaciones. O, como es el caso de nuestra Industria Gráfica, proveer a empresas dedicadas a la exportación de productos. El ejemplo más evidente, es el polo gráfico en la Región de Cuyo que provee etiquetas de vinos, uno de los productos de exportación por excelencia en nuestro país.

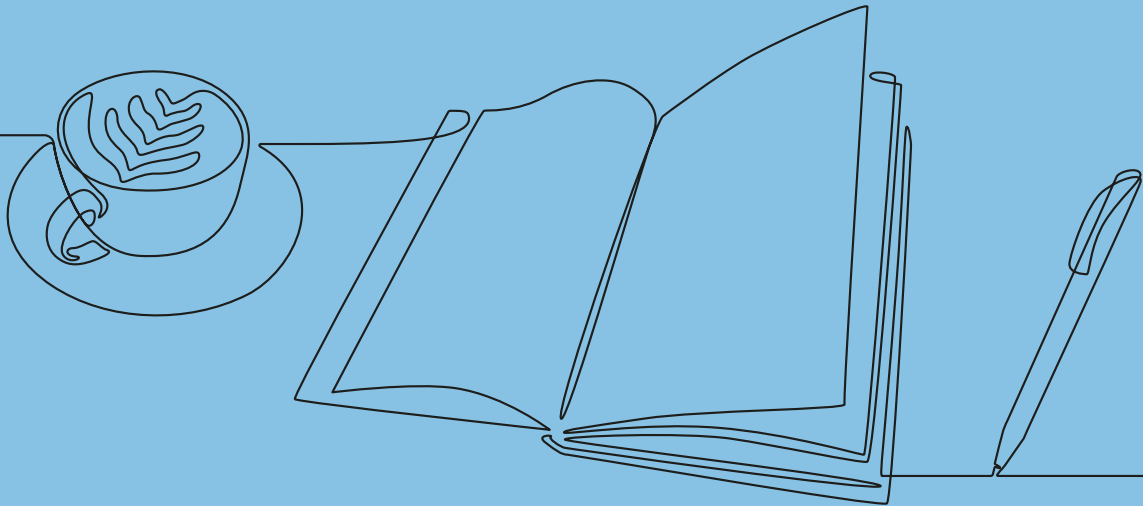
Hoy en la industria estamos hablando de eficiencia, ya no para ser más competitivos, sino como estrategia de supervivencia. Pero con un uso de capacidad instalada sostenido en menos del 50 por ciento, no hay ahorro que valga. Las empresas ya están empezando a dar vacaciones o suspender personal. Todos sabemos que, de continuar la recesión, esto es el paso previo a la reducción de personal. Ni hablar, del desafío que representa una negociación paritaria en estas condiciones. Es algo imposible de ignorar.

Este escenario es complejo, sin dudas, y el margen de maniobra es estrecho. Desde UGAR, en lo cotidiano, estamos habituados a trabajar con los gobiernos provinciales. Esto, desde luego, lo seguimos haciendo. Pero, todo queda subordinado a la legislación nacional.

Por eso, esta Editorial la escribo como una suerte de carta abierta. Estoy consciente de que no soy el primero en hablar de esta situación. Nuestro presidente de FAIGA ha expresado públicamente la preocupación por el estado de la industria y la importancia de revertir esta situación. Así como también se expresaron de igual manera otros sectores industriales con una matriz esencialmente PyME, como el sector textil o de productores de muebles.

Desde cada Regional de UGAR continuamos acompañando de cerca a las empresas gráficas que forman parte de este tejido productivo imprescindible para la economía del país. A su vez, continuamos nuestra aporte en la mesa de diálogo de FAIGA con la información de lo que ocurre en el país, con el objetivo de poner en común las necesidades de nuestro sector para lograr la reactivación que todos esperamos.

La verdad no puede jamás ofender a nadie. Los números no mienten y lo que el país hoy necesita es que la industria vuelva a colocarse en la ecuación para la recuperación económica. UGAR es la voz de los industriales gráficos de todo el país para que ello ocurra.



Agenda de Actividades de la Regional Litoral Sur

La Regional con cabecera en Rosario completó el segundo trimestre del año con una serie de actividades destinadas a las empresas gráficas, poniendo en foco el desarrollo tecnológico y la promoción de la capacitación de mano de obra.

▪ **JORNADA DE CAPACITACIÓN**

El día 30 de Mayo, la Regional Litoral Sur de la UGAR inició las capacitaciones previstas para este, año en el Hotel Plaza Real.

Esta primera jornada de capacitación en tecnología digital, titulada “Un Viaje Técnico desde la Pantalla hacia el Papel”, fue financiada por Konica Minolta de Argentina y auspiciado por UGAR Regional Litoral Sur. El temario fue disertado por un profesional del diseño gráfico de la ciudad de Rosario, que profun-

dizó sobre temas de preimpresión, impresión digital y tratamiento de archivos. Se realizaron demostraciones con los equipos de Siscop-Konica Minolta y se entregaron muestras.

La actividad se realizó en 2 turnos, mañana y tarde, a la que concurrieron aproximadamente 60 personas. Entre ellos, se contaban operadores de establecimientos gráficos, estudiantes de las escuelas técnicas con carreras afines al rubro gráfico, alumnos recibidos y empresarios. Se entregaron certificados de asistencia.



UN VIAJE TÉCNICO

**DESDE LA
PANTALLA
HACIA EL PAPEL**





El presidente de UGAR Regional Litoral Sur, Daniel Bergami, dio la bienvenida y agradeció a los presentes y a los directivos de las escuelas la concurrencia, y destacó la importancia de capacitarse para tener personal especializado en los puestos de trabajo.

▪ 4º FORO DE NEGOCIOS Y TECNOLOGÍA UGAR LITORAL SUR 2024

La Regional Litoral Sur realizó en el Centro de Convenciones Metropolitano de la ciudad de Rosario el 4º Foro de Negocios y Tecnología UGAR 2024 del 27 al 29 de junio pasados.

La primera actividad del foro consistió en una visita a la planta de Celulosa Argentina SA de un contingente de 15 empresarios, quienes expresaron su agradecimiento a la empresa papelera por la invitación realizada

Posteriormente, comenzaron las actividades dentro del complejo Metropolitano.

En el transcurso de las dos primeras jornadas se recibió la visita de titulares de talleres gráficos y empresarios de la ciudad y zona de influencia de la Regional (centro-sur de la provincia de Santa Fe y norte de la provincia de Buenos Aires), como así también a estudiantes y directivos de escuelas técnicas con carreras afines a la actividad gráfica.

El evento contó con la presencia de empresas y proveedores de la industria gráfica, software, equipamiento y logística, higiene y seguridad industrial y entidades bancarias.

En la parte de equipos de producción se destacaron las propuestas de equipos digitales para personalización, sublimación y plotter, entre otros.

Entre las presentaciones, tuvo una muy buena recepción la demostración activa realizada con el proveedor de equipos y el proveedor de insumos, por caso Siscop-Konica Minolta con los papeles provistos por Celulosa Argentina y Ricser Junín-Dimagraf con los materiales para sublimar telas, fabricación y corte de etiquetas.

Además, contaron con numerosa concurrencia las dos charlas técnicas sobre software bajo el título de “La Revolución de la Gestión en Imprenta”, a cargo de la empresa Smartier Graphics de la ciudad de Montevideo, Uruguay. Su titular, Germán Cortés, señaló que Argentina ya cuenta con diez equipos instalados, de los cuales 5 están en la regional Litoral Sur.

En total, concurrieron empresas especialistas en logística para provisión de compresores de aire, carretillas, apiladoras y autoelevadores eléctricos, climatización y paneles solares para generación de energía eléctrica, quienes realizaron demostraciones en cada uno de sus stands.

Sobre la instalación de paneles solares para generación de energía eléctrica, esta es actualmente una temática de relevancia para la Regional, ya que Santa Fe no es una provincia productora de energía. Esto significa que, este recurso de gran uso en la actividad gráfica, es muy caro en la región. La provincia de Santa Fe ha elaborado un programa para promover desde el sector



privado la instalación de paneles solares comprando la energía producida al 120% del valor de facturación al usuario. El gobierno provincial adelantó que se establecerán créditos subsidiados a largo plazo.



Además, se hicieron presentes gerentes y oficiales de negocios del Banco Credicoop, el Banco de Santa Fe (Agente Financiero de la Provincia) y el Banco Santander ofreciendo líneas de apoyo crediticio para capital de trabajo e inversiones.



Por último, el día 29 se llevó adelante el cierre con un desayuno de trabajo con los socios de la Regional, donde se realizó una jornada de análisis de las reformas instaladas por la sanción de la Ley Bases, complementando la primera jornada realizada en enero pasado sobre las modificaciones del DNU presidencial. Los análisis los hicieron profesionales de empresas gráficas locales, lo cual promovió posteriormente un coloquio entre todos los socios que enriqueció la lectura y visión del futuro inmediato.

UGAR Regional Litoral Sur agradece el respaldo y acompañamiento que realizaron las siguientes empresas expositoras: Siscop SRL, Celulosa Argentina SA, GPI Insumos Gráficos SRL, Centro Gráfica SA, Ricser Junín S.R.L., Dimagraf SA, Rotoplast SRL, Indel SRL, Smartier Graphics, H y F Higiene y Seguridad.



LEY BASES



Reforma Laboral

*Por Andrés Nunes**



Conforme es de público conocimiento, se ha aprobado en el Senado el texto del Capítulo Laboral de la Ley Bases. Con la votación del día 27 y 28 de junio de 2024 en la Cámara de Diputados de la Nación próximamente se promulgará mediante un decreto del Poder Ejecutivo y posterior publicación en el Boletín Oficial. Como establece el propio articulado de la norma, la misma entrará en vigencia a partir del día siguiente de su publicación en el mencionado Boletín.

Esta modernización y actualización normativa resulta menos extensa que la prevista en el DNU 70/23 y viene a subsanar criterios interpretativos sobre la validez constitucional del texto originario del mes de diciembre del 2023.

Sin hacer un análisis de la norma que fuera cuestionada, vamos a basarnos en este informe únicamente en el alcance del texto normativo aprobado.

I.- MODIFICACIONES CON IMPACTO EN LAS RELACIONES DE TRABAJO INDIVIDUALES

Registro electrónico del contrato de trabajo, como sistema nuevo simple, ágil y expeditivo que será definido por la reglamentación.

El texto normativo plantea una simplificación del registro laboral, si bien todavía falta que surja la pertinente reglamentación a nivel ope-

rativo y de implementación, estableciendo el reemplazo del sistema de registro laboral por uno digital y electrónico que sea ágil y expeditivo.

A su vez, y en línea con este objetivo, dispone que la Autoridad de Aplicación debe generar un mecanismo de generación y conservación de recibos de sueldo en el sistema de registro, previendo un régimen de simplificación especial para empresas de hasta doce trabajadores.

AMPLIACIÓN DEL PERÍODO DE PRUEBA

El período de prueba fue ampliado por la Ley en análisis a seis meses, para todas las relaciones laborales. En el caso de empresas de entre 6 y 100 trabajadores el período de prueba puede ser ampliado mediante convenciones colectivas de trabajo hasta los ocho meses y en empresas de hasta 5, a un año de extensión.

El texto de la norma explicita además que en caso de enfermedades del trabajador durante el período de prueba, puede resolverse la relación laboral al finalizar el mismo, incluso si se prorrogara la imposibilidad clínica de retomar tareas del dependiente, quedando también excluido este supuesto de la obligación de indemnizar ante la incapacidad absoluta e imposibilidad de retomar tareas. Todas estas aclaraciones devienen en un marco de mayor coherencia para ambas partes de la relación laboral.



SUBCONTRATACIONES Y RESPONSABILIDAD SOLIDARIA

En diversos expedientes judiciales hemos corroborado circunstancias de responsabilidad solidaria ante supuestos de trabajo eventual, subcontrataciones de empresas prestadoras de servicios vinculadas con el objeto económico de la empresa o no, entre otros.

Con las modificaciones propuestas se solucionan los casos de intermediación con empresas de servicios eventuales, limpieza, seguridad y prestaciones in house en instalaciones de proveedores. La normativa modificada prevé que cualquiera pueda ser el titular declarado de la relación laboral, siendo suficiente para tener por registrada la relación, aclarando que incluso lo hace si la misma es realizada con miras a ser provisto a favor de terceras empresas.

Sin embargo, se sostiene la responsabilidad solidaria por falta de pago de salarios o de aportes y contribuciones a la empresa contratante de servicios, por lo que sigue siendo recomendable que se exija que el proveedor acredite el cumplimiento de estos elementos. Complementariamente, los propios trabajadores de la empresa prestadora pueden requerir el pago de los salarios adeudados al usuario. Al respecto instruye a la Autoridad de Aplicación a que genere un sistema de constatación y registro de estos pagos para cubrir la responsabilidad de la usuaria y dejar

asentado debidamente el pago de los salarios y aportes.

Adicionalmente se sostiene la responsabilidad indemnizatoria solidaria respecto de las empresas usuarias, pero aclarando expresamente que es únicamente por el tiempo de efectiva prestación a su favor.

Aunque el impacto de estas modificaciones parezca menor, que la propia norma declare que cualquiera sea la entidad jurídica que registre a los trabajadores hará plenamente válido este registro, más allá de sostener la responsabilidad indemnizatoria solidaria, implica un avance sustantivo en las contingencias que enfrentan diversas empresas en nuestro país.

PRESUNCIÓN DE EXISTENCIA DE CONTRATO DE TRABAJO

La Ley sostiene el principio que la prestación de servicios presume la existencia de relación laboral, pero dejando por fuera del ámbito de aplicación a las contrataciones de servicios u obras mediante la emisión de facturas comerciales o el pago se realice por transferencia electrónica.

Nuestra recomendación es que ante este supuesto se verifiquen ambos extremos, aunque de la redacción de la ley no surja expresamente esta necesidad. Asimismo tener firmados contratos de prestación con estos proveedores y que las mismas no sean de carácter dependiente desde la órbita técnica, económica y jurídica.

La normativa modificada prevé que cualquiera pueda ser el titular declarado de la relación laboral, siendo suficiente para tener por registrada la relación



INDEMNIZACIÓN POR ANTIGÜEDAD

Se mantiene la estructura normativa originaria de la Ley de contrato de trabajo anterior (un mes de sueldo por cada año de trabajo o fracción mayor a tres meses). También se mantiene el tope indemnizatorio de tres veces el promedio de remuneraciones de la actividad.

Lamentablemente, no se dio recepción normativa al criterio del Fallo Vizzoti de la CSJN, que si bien es aplicado en forma pacífica por la jurisprudencia, su recepción normativa mejoraba la certidumbre de los topes aplicables.

También se quitó en este texto la aclaración sobre qué rubros integran la base de cálculo indemnizatoria (que a diferencia del DNU se había aclarado que bonos, premios y otros adicionales complementarios no la integraban); eliminación que consideramos un desacierto.

Se abre la posibilidad a que, mediante incorporación por negociación colectiva, se forme un Fondo de Cese laboral (sin definir una alícuota máxima), pudiendo incluso abarcar pagos de acuerdos de desvinculación de mutuo acuerdo mediante este sistema de Fondo de Cese laboral.

DESPIDOS CON JUSTA CAUSA

El DNU mantiene la justa causa de desvinculación ante existencia de injurias que impidan la prosecución del vínculo laboral. Sin embargo, se aclara que podrá ser especial causal de despido: (a) la participación en bloqueos o tomas de estableci-

miento; (b) cuando a tenor de la participación en huelgas: 1) se afecte la libertad de trabajo de quienes no participan de las medidas de fuerza, o 2) se impida u obstruya el ingreso de personas o cosas al establecimiento; o 3) ocasionen daños en personas o cosas de la empresa o de terceros, o se las retenga indebidamente. Para la causal de bloqueos y obstrucciones, requiere una intimación previa al cese a considerar extinta la relación laboral.

DESPIDOS DISCRIMINATORIOS – INDEMNIZACIÓN ESPECIAL

Serán considerados despidos discriminatorios aquellos donde se acredite fehacientemente la existencia de causales fundadas en cuestiones de raza, etnia, identidad de género, sexo, preferencia sexual, nacionalidad, religión, ideología u opinión política o gremial.

Estos supuestos conllevan una indemnización agravada del 50% de la indemnización por antigüedad o del 100% en caso que el/la Juez/a así lo disponga. Ahora bien, estos supuestos quedan eximidos de reinstalación y el afectado debe probar los hechos discriminatorios alegados.

LICENCIA POR MATERNIDAD

Se concede a la persona gestante la posibilidad de gozar el período de licencia en un rango de 10 días anteriores y 80 días posteriores al parto. Los plazos y demás requisitos se mantienen iguales, al igual que las opciones posteriores de la trabajadora para la finalización del plazo de licencia por nacimiento de hijo/a.



PRESTADOR AUTÓNOMO INDEPENDIENTE – MONOTRIBUTISTA – PRESTADORES DE SERVICIOS (EXCLUIDO DE PRESUNCIÓN DE CONTRATO DE TRABAJO)

El texto normativo prevé la existencia de un prestador autónomo independiente que a su vez cuente con colaboradores. Estos últimos no podrán ser más de tres, quedando a cargo del Poder Ejecutivo la creación de un sistema donde no exista relación de dependencia entre estos contratados del contratista y el contratista, así como tampoco del contratante (empresa) para la realización de actividades o trabajos específicos.

Si bien se prevé que este tipo de contrataciones serán independientes tanto para las partes que formen parte del mismo como para terceros que contraten los servicios de este grupo de profesionales, atento la interpretación jurisprudencial imperante hasta antes de la entrada en vigencia de la presente norma, recomendamos ser extremadamente cautos con el uso de esta herramienta.

DEROGACIÓN DE MULTAS DE LEY 24.013, 25.323 Y ART 80 Y 132 BIS LCT

Respecto a la simplificación y baja de contingencias del sistema registral, advertimos que en pos de disminuir la litigiosidad laboral, se han derogado desde la entrada en vigencia las multas que sancionaban el registro deficiente, falta de entrega de certificados de trabajo, la

falta de pago en tiempo de la indemnización y la penalidad especial en caso de omisión por falta de ingreso de aportes y contribuciones que devengaba e incrementaba bases de cálculo de juicios y contingencias de las empresas.

Las penalidades derogadas eran complementarias al derecho de la autoridad fiscal de requerir el debido ingreso de aportes y contribuciones con multas, penalidades y recargos, lo que se mantiene vigente y es esperable que se incremente la actividad de fiscalización en virtud del cumplimiento de estos ingresos efectivos.

De este modo, el monto dinerario de los expedientes y sus costos asociados como honorarios de abogados y auxiliares de justicia y la tasa de justicia, se reducirán. La autoridad Fiscal conservará la potestad de determinar deuda y reclamar el ingreso debido de aportes omitidos, debiendo informarse desde los Juzgados la existencia de sentencias donde se hayan probado relaciones laborales no registradas.

La modificación sutil respecto a que solamente se notificarán las relaciones laborales no registradas, a diferencia de las deficientemente registradas puede suponer otro elemento de desaliento a la litigiosidad. Además, queda contemplado que si hubiera aportes por cualquiera de los subsistemas de la seguridad social (incluido autónomos), la eventual determinación de deuda se compensará con las sumas oportunamente ingresadas.

Complementariamente, se desarrollará un sistema de denuncias electrónico e independiente donde



se podrá ingresar la denuncia de trabajo no registrado, reemplazando el telegrama dentro de las 24 horas de una intimación regulada originariamente en la ley 24.013. Estas modificaciones y orientación de la ley, probablemente impliquen una mayor labor inspectiva y de sanción por la autoridad fiscal cuando se reciban estas denuncias.

BLANQUEO – REGULARIZACIÓN DE RELACIONES LABORALES

La norma incluye un capítulo de regularización de relaciones laborales por el término de 90 días desde la entrada en vigencia, donde varios aspectos del mismo quedan sujetos a reglamentación de la autoridad de aplicación, inclusive la mayoría de los efectos.

Sin embargo, sí está previsto que podrán regularizarse tanto relaciones laborales que se encuentren sin registro como parcialmente registradas. Los trabajadores que formen parte de este ordenamiento podrán cotizar hasta 60 meses de aportes y contribuciones, previéndose un sistema de condonación de deudas de capital e intereses de, como mínimo, el setenta por ciento (70%).

La propia norma aclara que en este esquema de regularización podrán incluirse también deudas que hayan sido objeto de determinación de deuda administrativa o se encuentren en instancia judicial.

ASPECTOS DEL DNU 70/23 EXCLUIDOS DE LA PRESENTE REFORMA

1. Emisión de certificados de trabajo digitales.
2. Eliminación de empresas como organismos de retención de cuotas y aportes sindicales, así como de la eliminación de los aportes solidarios diferentes a las cuotas de afiliación.
3. Pago de salarios en sistemas con registro de identidad diferentes al bancario (billeteras virtuales).
4. Regulación de la tasa de interés judicial en la norma de fondo.
5. Posibilidad de pago de sentencias judiciales en 12 cuotas para PYMES.
6. Homologación de cambios de condiciones de trabajo.
7. Homologación de acuerdos 241 por sede administrativa o judicial.
8. Eliminación del listado de actividades esenciales o trascendentes donde se modificaban los requisitos para el ejercicio de derecho de huelga.
9. Cómputo de la actualización de sumas abonadas por desvinculación ante el reingreso de trabajadores.
10. Modificaciones al Régimen de teletrabajo (reversibilidad, aplicación transnacional de las normas).
11. Modificaciones al régimen de jornada mediante CCT.
12. Se eliminó la descripción de qué rubros no integran la base de cálculo indemnizatoria (bonos, prestaciones adicionales complementarias, etcétera).
13. Se eliminó la derogación del Estatuto del Viajante de Comercio.

**Andrés Nunes es socio del Estudio Nunes y Asociados, responsables de la Asesoría Legal de FAIGA. Para consultas, escriba a contacto@faiga.com*



¿LAS ELEGIRÍA?

PAUTAR EN MEDIOS NO AUDITADOS ES LO MISMO

A la hora de pautar en medios, elija la confiabilidad y seguridad en su inversión publicitaria que **sólo un medio auditado por el IVC puede darle.**

Desde hace casi 70 años y creciendo acorde a los tiempos, el IVC aporta transparencia al mercado brindando datos reales, haciendo que la inversión sea segura y efectiva.

Cada medio gráfico que certifica la veracidad de información con el IVC, exhibe su logo como garantía de confiabilidad.



Av. de Mayo 1370 1º piso
C1085ABQ - C.A.B.A.
Tel.Fax.: 5411-5236-4119
info@ivc.org.ar
www.ivc.org.ar

UN MEDIO AUDITADO POR EL IVC ES UN MEDIO DE VERDAD



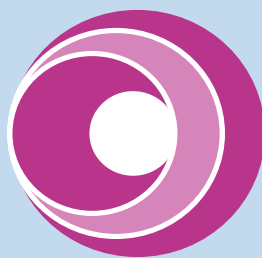
De Argentina para el mundo.

From Argentina to the world.





Corrales
Trayectoria Gráfica



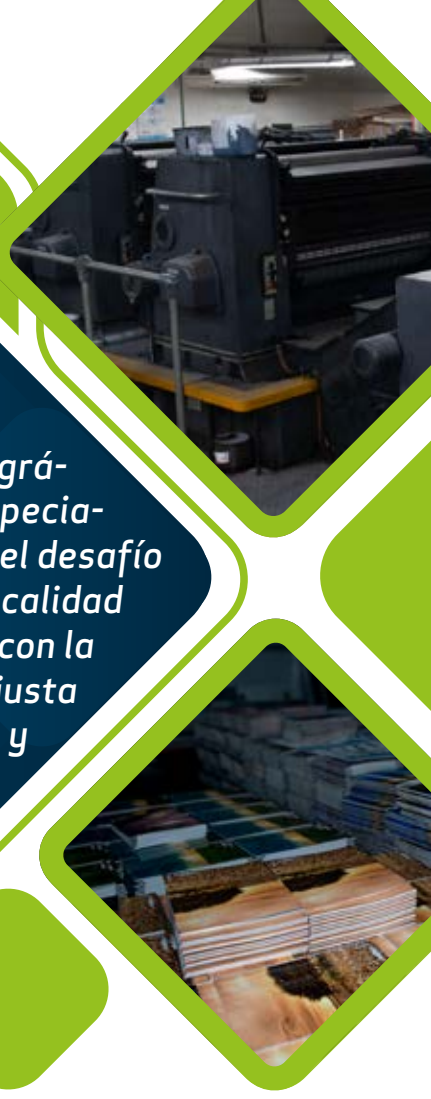
4colores
industria gráfica

**Compromiso incólume
con la calidad y
puntualidad**



Desde la izquierda: Rubén, Silvia y Omar Corrales

Cuando el tiempo apremia, hay una empresa gráfica que se especializa en tomar el desafío sin sacrificar calidad en el camino, con la combinación justa de tecnología y profesionalismo.



En el barrio de Barracas, pleno corazón industrial de la Ciudad de Buenos Aires, se erige el taller de 1.000 m² perteneciente a 4 Colores - CORRALES Trayectoria Gráfica, empresa dedicada a todo tipo de impresión offset plana.

Esta empresa de rápido crecimiento en casi 20 años, hoy se encuentra consolidada al servicio del sector editorial, con renombrados clientes como Santillana, Estrada y Kapelusz, entre muchos otros.

Pero esta aparente corta trayectoria no es tal, sino que está apoyada en la sólida experiencia de su antecesora Corrales Fotocromos, fundada en 1976 y que tuvo el hito de contar en 1998 con

el primer CTP instalado en América Latina. Ese mismo espíritu pionero llevó a Rubén Corrales a dar el salto de lleno al mundo de la gráfica en 2005 adquiriendo su primer equipo impresor.

Actualmente, el mismo Rubén Corrales continúa supervisando el rumbo de 4 Colores, bajo la Presidencia de Omar Corrales y la Dirección General de Silvia Corrales, quienes conformaron así la segunda generación familiar al frente de esta empresa y llevaron adelante el proceso de modernización del equipamiento potenciando la competitividad de cara a los desafíos del futuro. Es por ello que, entre los servicios que ofrecen se cuentan la impresión de catálogos, newsletters, manuales, libros, revistas flyers,

carpetas, cuadernos, etiquetas, packaging y “todo lo que lo que los creativos del momento requieran”.

▪ CALIDAD Y CELERIDAD

4 Colores sostiene su modelo de negocio en dos valores fundamentales e irrenunciables: todo trabajo se entrega en tiempo y con una óptima calidad.

Esta no es una elección casual, ya que en el rubro editorial es crucial que los trabajos lleguen dentro del plazo y sin errores. Por eso, 4 Colores combina tecnología y servicio para posicionarse como una empresa confiable.

Analizando los factores que permiten cumplir con estas pre-





misas, el primer punto a destacar es la disponibilidad de los recursos para realizar todo el proceso *in house*.

Especializarse en un sector con alto nivel de exigencia con estrecho margen de error llevó a 4 Colores a establecer una política estricta de control de calidad que hoy en día trasciende a los mismos clientes. Además, gracias a su trayectoria previa especializada en servicios personalizados de pre-prensa, esta parte del proceso representa un diferencial en la oferta de 4 Colores. Después de todo, si se parte de una buena base, el resto del proceso es más fácil de supervisar.

Para el proceso de impresión en sí, 4 Colores confía en la versatilidad de la tecnología que integra un sistema de operación digital que permite ajustar con máxima precisión desde el registro de colores, el entintado, los cambios de planchas, los ajustes de espesores de papeles, así como también monitorear en línea los valores densitométricos de los colores de cada pliego.

A su vez, utilizan la tecnología de encuadernación a base de Poliuretano Reactivo (PUR), que permite encuadernar cualquier tipo de soporte prescindiendo del cosido, tanto en tapa dura como blanda, otorgando flexibilidad a los formatos solicitados.

Finalmente, las guillotinas, de reconocida performance mundial, permiten una precisión de corte óptima en cuanto a calidad, eficiencia y durabilidad; en sustratos como papel, cartón, cartulina, en línea con la flexibilidad de 4 Colores de proveer productos gráficos en un amplio rango de formatos a medida de cada cliente.

▪ **CAPACIDAD Y EFICIENCIA**

Por supuesto, para llevar adelante este proceso de control de calidad es necesario un staff a la altura para implementarlo. “Nuestra planta cuenta con profesionales de gran trayectoria en el oficio”, asegura Rubén. Esto se encuentra respaldado, además, por un proceso de capacitación constante en el que se incluyen

tópicos de seguridad e higiene, que aportan el uso eficiente de los recursos y sustentabilidad de la empresa.

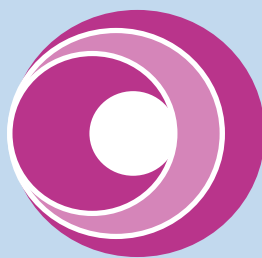
4 Colores es una empresa que presta especial cuidado en el manejo de residuos, y cuenta con certificación de la Autoridad de Cuenca Matanza Riachuelo (ACUMAR) como no contaminante de la cuenca hídrica. Complementariamente, la selección de papeles y cartulinas que usan como materias primas provienen de bosques controlados; a la vez que cumplen con la certificación de uso de tintas libres de metales pesados.

Cada una de estas características definen a una empresa ágil, capaz de adecuarse a todas las necesidades de sus clientes.

En resumen, 4 Colores es una empresa capaz de satisfacer a medida las necesidades de sus clientes, proveyendo servicio personalizado desde la recepción de los trabajos con el objetivo de que el resultado final en el papel sea fiel a la idea que lo concibió.



Corrales
Trayectoria Gráfica



4colores
industria gráfica

**Unwavering
commitment to
quality and timeliness**



From left: Rubén, Silvia and Omar Corrales

When time is of the essence, there is a graphics company that specializes in taking on the challenge without sacrificing quality along the way, with just the right combination of technology and professionalism.



In the neighborhood of Barracas, in the industrial heart of the City of Buenos Aires, stands the 1,000 m² workshop of 4 Colores - CORRALES Trayectoria Gráfica, a company dedicated to all types of flat offset printing.

A fast growing company in almost 20 years, today it is consolidated in the service of the publishing sector, with renowned clients such as Santillana, Estrada and Kapelus, among many others.

But this apparent short trajectory is not so, but is supported by the solid experience of its predecessor Corrales Fotocromos, founded in 1976, which had the milestone of having the first

CTP installed in Latin America in 1998. That same pioneering spirit led Rubén Corrales to take the leap into the world of graphics in 2005 by acquiring his first printing equipment.

Currently, Rubén Corrales himself continues to supervise the course of 4 Colores, under the Presidency of Omar Corrales and the General Management of Silvia Corrales, who thus formed the second family generation at the helm of this company and carried out the process of modernization of the equipment, enhancing competitiveness in the face of future challenges. For this reason, the services they offer include the printing of catalogs, newsletters,

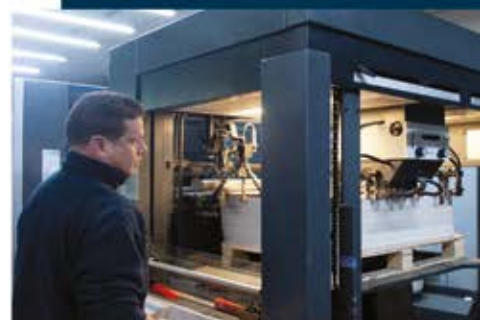
manuals, books, magazines, flyers, folders, notebooks, labels, packaging and “everything that the creative people of the moment require”.

QUALITY AND SPEED

4 Colores bases its business model on two fundamental and inalienable values: all work is delivered on time and with optimum quality.

This is not a casual choice, since in the publishing industry it is crucial that the work arrives within the timeframe and without errors. That is why 4 Colores combines technology and service to position itself as a reliable company.





Analyzing the factors that make it possible to comply with these premises, the first point to highlight is the availability of resources to carry out the entire process in house.

Specializing in a highly demanding sector with a narrow margin of error led 4 Colores to establish a strict quality control policy that transcends today the clients themselves. Moreover, thanks to its previous track record specializing in customized pre-press services, this part of the process represents a differential in 4 Colores' offer. After all, if you start from a good base, the rest of the process is easier to supervise.

For the printing process itself, 4 Colores relies on the versatility of the technology that integrates a digital operation system that allows maximum precision adjustment from color registration, inking, plate changes, paper thickness adjustments, as well as online monitoring of

the densitometric values of the colors of each sheet.

In turn, they use the Reactive Polyurethane (PUR) binding technology, which allows the binding of any type of substrate without sewing, both in hard and soft cover, providing flexibility to the requested formats.

Finally, the guillotines, of recognized worldwide performance, allow optimum cutting precision in terms of quality, efficiency and durability; on substrates such as paper, cardboard, in line with the flexibility of 4 Colores to provide graphic products in a wide range of formats tailored to each customer's needs.

CAPACITY AND EFFICIENCY

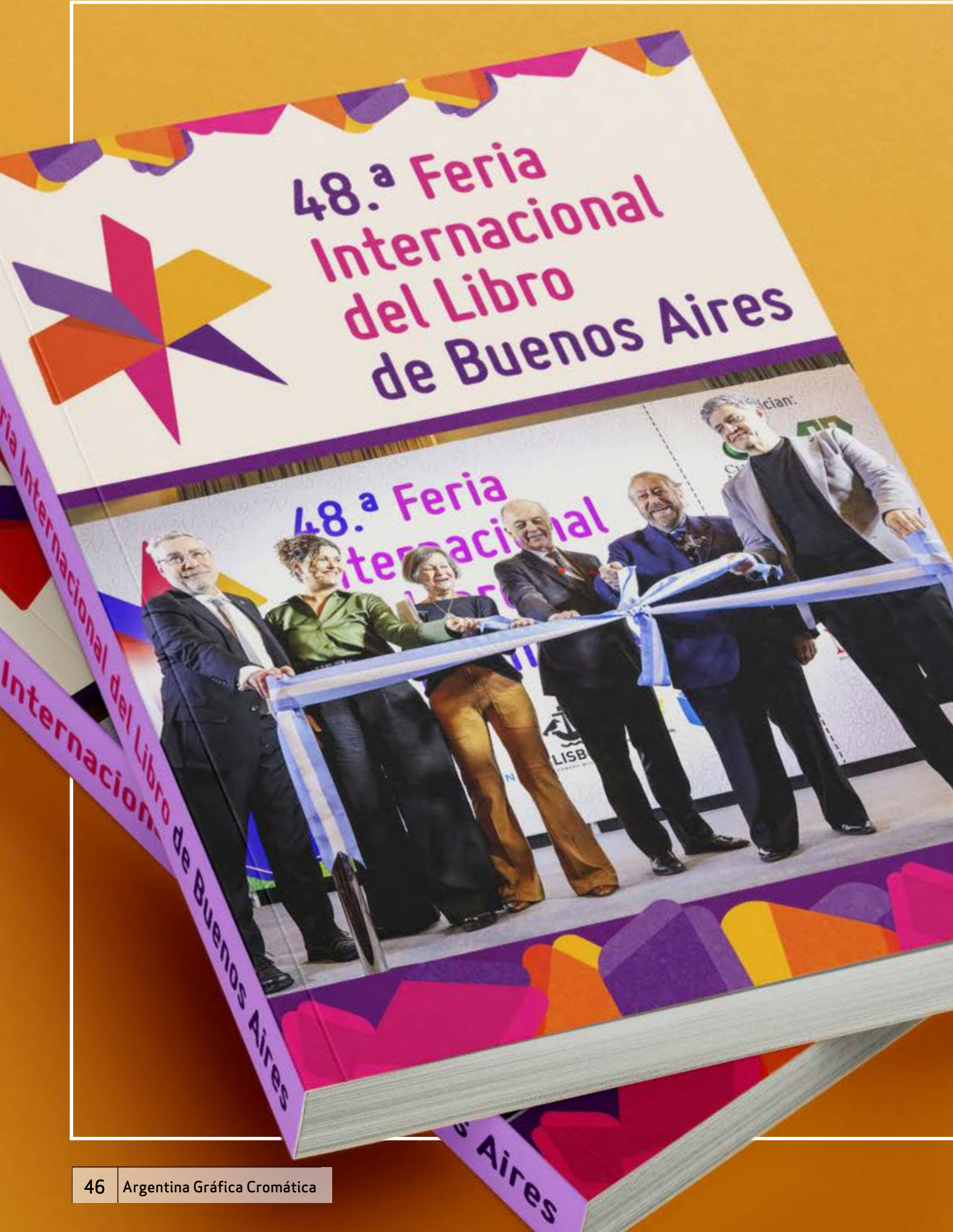
Of course, in order to carry out this quality control process, it is necessary to have a staff capable of implementing it. "Our plant has professionals with great experience in the field," Rubén assures. This is also backed up by a con-

stant training process that includes safety and hygiene topics, which contribute to the efficient use of resources and the company's sustainability.

4 Colores is a company that pays special attention to waste management and is certified by the Matanza Riachuelo Basin Authority (ACUMAR) as a non-polluter of the water basin. In addition, the selection of paper and cardboard used as raw materials comes from controlled forests, and the company is certified to use inks free of heavy metals.

Each of these characteristics define an agile company, capable of adapting to all the needs of its customers.

In short, 4 Colores is a company capable of satisfying the needs of its customers, providing personalized service from the reception of the work with the objective that the final result on paper is faithful to the idea that conceived it.





La eterna permanencia de los Libros

Contra viento y marea, en un escenario de economía recesiva, la Feria del Libro de Buenos Aires de 2024 finalizó con cifras a la par de ediciones anteriores, evidenciando la trascendencia del libro en la cultura argentina.



en una macroeconomía en recesión y con una caída significativa del consumo; e incluso con una licitación del Ministerio de Educación de la Nación interrumpida de libros para escuelas primarias y secundarias.

Hay eventos que no requieren promoción. Ya sea por su regularidad en el tiempo, por la expectativa de su público o su inserción en el imaginario social. La mera mención del nombre, ya es suficiente. Ejemplos muy evidentes son la Copa del Mundo, el Carnaval de Río y, por supuesto, la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires; o bien La Feria del Libro.

A dos años de cumplir su quincuagésimo aniversario, observación que Borges objetaría en relevancia, si algo quedó en claro en la edición de 2024 es que la Feria cuenta con un prestigio propio que le permite afrontar los escenarios más adversos.

Porque los datos estadísticos del sector editorial este año evidencian un contexto muy desafiante para la Cadena de Valor del Libro, inmersa

No obstante, el saldo final de la Feria, que tuvo lugar desde el 25 de abril al 13 de mayo, muestra un total de 1.126.351 visitantes, apenas por debajo de los recibidos en 2023, y 672 expositores con la presencia de 1620 sellos editoriales. Estos datos permiten comprender la importancia de la Feria, no solo para las editoriales, sino también para el público en general. Este evento simboliza la perenne trascendencia del libro en nuestra sociedad, a pesar de ser bombardeada con estímulos digitales. Esta importancia se genera por las novedades en las ofertas literarias, pero también por toda la agenda de actividades, que abarcan desde propuestas educativas para los niños y jóvenes, hasta estimulantes debates sobre aspectos de la literatura, la cultura y la sociedad actual.



La magnitud de la oferta cultural quedó plasmada en la utilización de 10 auditorios semiabiertos, con actividades con perfil de integrador desde la Zona Infantil hasta los Espacios de Diversidad Funcional y Discapacidad, y de Orgullo y Prejuicio; además de contar 665 actos culturales en las diversas salas del predio, 532 en los espacios de la Feria y 414 eventos en los stands particulares. Dentro de estos últimos debemos contar la celebración del Día del Gráfico en el stand de FAIGA - FUNDACIÓN GUTENBERG.

En la Feria tuvieron lugar desde las habituales firmas de libros por parte de autores, las presentaciones de libros, talleres y debates; destacando en particular la exhibición de la muestra de fotografías del escritor Adolfo Bioy Casares y un homenaje a Quino celebrando los 60 años de Mafalda.

Además, esta edición también tuvo un suceso de estreno, con la intención de repetir su modalidad en futuras ediciones: un debate de cierre.

Por supuesto, el despliegue internacional de la Feria no fue menor. Como todos los años, se tuvo la presencia de una Ciudad Invitada de Honor, en esta ocasión Lisboa; la cual realizó 78 actos a lo largo de la duración de la Feria.

Sumado a esto, también estuvieron presentes 11 países con sus respectivos stands (Armenia, Brasil, Chile, Italia, Cuba, Uruguay, Perú, Paraguay, Ecuador, España y Ucrania), tres colectividades, diez provincias y la propia Ciudad de Buenos Aires. Esta es la marca de un evento que, año

tras año, sobrepasa las fronteras físicas y acerca la rica variedad cultural para el conocimiento de todo el público.

ACTO INAUGURAL

Al hablar de la apertura de la Feria del Libro, no se puede evitar señalar el elefante en la sala, es decir las diferencias con el Gobierno nacional.

Nobleza obliga, cabe recordar, que el acto inaugural de la Feria siempre fue utilizado como un canal de manifestaciones políticas, invariablemente del signo político, no solo desde los discursos pronunciados, sino también en ocasiones por el público mismo.

La Fundación El Libro, entidad organizadora de esta Feria, a través de sus representantes siempre ha sido explícita en su postura de defensa de la cultura, en general, y en especial de la literatura. Esta ocasión, no ha sido la excepción, en la figura de su actual presidente, Alejandro Vaccaro.

En su alocución, Vaccaro expuso todos los focos de desacuerdo con la figura del Presidente de la Nación, comenzando por señalar el actual contexto socioeconómico que, naturalmente, afecta al mercado del libro por la caída del poder adquisitivo y la persistente inflación aún sobre productos de primera necesidad.

Sobre este contexto, detalló los efectos sobre la industria del libro: "Nada como la objetividad de los datos. En 2015 el país produjo 129 millones de libros para caer en 2018 a 26 millones, en 2023





y luego de la pandemia las cifras llegaron a 48 millones de ejemplares. Este año la cifra final no se describe con números sino con palabras, será paupérrima”.

Agravando este cuadro de situación, Vaccaro también enumeró una serie de medidas del Gobierno que considera que han sido en detrimento de la vida cultural del país, como el cierre del INCAA, del Fondo Nacional de las Artes, del Instituto Nacional del Teatro, la derogación de la ley N° 25542 de Defensa de la Actividad Librera y, destacando en particular, la cancelación de la ejecución de la licitación ya adjudicada por parte de la Secretaría de Educación para la compra de 14 millones de libros escolares. Incluso, también hizo mención de que el propio Gobierno ordenara al Banco Nación su retiro como sponsor de la Feria.

A esto, el renombrado escritor sumó un nuevo foco de contrapunto con la figura presidencial, al referirse al pedido de un espacio del predio de la Rural que la Feria del Libro no tiene incluido en su contrato de locación para la realización de la presentación de su último libro. A lo que representaría una erogación extraordinaria para la Fundación El Libro, Vaccaro se mostró categórico: “No hay plata”. Y agregó que, en caso de realizar su presentación, “todo lo atinente a su seguridad y de la gente que concurra a su evento correrá por su exclusiva cuenta”.

Más aún, la dinámica de esta relación se pone de relieve al observar que el Gobierno no participó de esta edición de la Feria a

través de un stand de cualquiera de sus instancias, algo que según Vaccaro “no registra la memoria de nuestra Feria que el Gobierno Nacional haya estado ausente”.

Por ese motivo, el presidente de Fundación El Libro destacó que “la Feria se erige como un faro cultural en el medio de la oscuridad”, señalando además que “este gran encuentro que comienza hoy es la muestra viva de la importancia del libro, el libro nos une, nos educa, nos fortalece, nos interpela.”

En contraste, Vaccaro agradeció el apoyo de los auspiciantes de la Feria, entre los que destacó al Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y al Gobierno de la Provincia de Buenos Aires, “cubriendo el espacio que dejó vacante el Estado Nacional”.

Finalmente, el representante de la Fundación destacó el aporte cultural de este evento, con la numerosa variedad de eventos y actividades planificadas; además de manifestar su optimismo de cara al futuro ya que “el año próximo se va a destacar con esta celebración y presentaremos el libro de los cincuenta años, en el que venimos trabajando con fervor.”

Prosiguiendo con el acto de apertura, continuaron las participaciones de los representantes de la ciudad invitada de esta edición. En primer lugar se proyectó un saludo grabado de Carlos Moeda, Presidente de la Cámara Municipal de Lisboa, quien se excusó de no poder estar en persona en el lanzamiento de la Feria debido a la celebración del aniversario de la Revolución de los Claveles. No obstante, expresó

su agradecimiento por permitir a Lisboa ser parte de tan prestigiosa Feria del Libro, asegurando que prontamente estará viajando para participar de esta oportunidad de intercambio cultural.

Quien estuvo presente para compartir sus palabras en representación de Lisboa fue el embajador de Portugal en Argentina, José Federico Ludovice. Tomando su lugar en el atril del escenario, expresó el honor que le significa estar presente en la Feria, que “constituye una oportunidad única para promover un baño de cultura entre las ciudades de Lisboa y Buenos Aires y quizá entre Portugal y Argentina” y añadió que en las semanas que dure la Feria buscarán “mostrar la esencia de lo que somos a través del libro”.

Saludado con un cálido aplauso, el embajador se retiró del escenario para dar lugar a la única intervención de un funcionario público en el evento, la del Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Jorge Macri.

Desde el punto de partida, Macri destacó la significancia de la Feria para la Ciudad al aseverar que es “una parada obligatoria” para todos los ciudadanos y extranjeros por igual. “Esta Feria es muy emblemática de esta ciudad”, destacó.

En este sentido, el Jefe de Gobierno señaló: “Si bien este evento no es del Gobierno de la Ciudad”, “sería impensado imaginar que el Gobierno de la Ciudad no sea parte de esta muestra, así que cuenten con nosotros para esta edición y todas las que vengan en el futuro”.

Continente

edicontinente.com.ar



A vertical banner for "NOVELAS PARA CHICKS" (Novels for Chicks). The banner is yellow and features various icons such as a heart, a crown, a camera, a bone, a planet, and a lightning bolt. Below the banner is a display of books, including one titled "BEST SELLERS". The banner also includes the word "LIBROS" at the bottom.





En lo que fue un discurso que por momentos buscó salir de lo previamente redactado, Macri también rememoró momentos de su infancia relacionados con la lectura. “El libro tiene una magia que necesita mucho de nosotros”, expresó y compartió que “lo más atractivo de ese nosotros con el libro es que evoluciona con el tiempo, porque cambiamos nosotros y lo que percibimos del libro”.

Haciendo un repaso de las políticas de su mandato, el representante porteño destacó la compra de 180 mil libros para escuelas, el Programa Buenos Aires Ciudad de los Libros para reforzar el patrimonio de las bibliotecas públicas, el apoyo al CONABIP, la ampliación del pase cultural, la ampliación del servicio de apoyo escolar, y la implementación del sistema de envío de libros a domicilio para adultos mayores o con movilidad reducida.

Finalizando su locución, Jorge Macri ratificó la importancia de desarrollar la comprensión lectora de los niños al concluir que “no es solamente una necesidad para poder trabajar, hay un derecho a poder viajar en el disfrute de la lectura”.

Por último, para cerrar el acto, como es habitual, la última participación en la inauguración de la Feria correspondió a una escritora, en este caso fue invitada Liliana Heker.

Tras ser recibida con el reconocimiento del público, la escritora comenzó la lectura de su texto con una referencia al difícil contexto socioeconómico que está atravesando el país, en sintonía

con algunas premisas que había enunciado previamente Alejandro Vaccaro.

Al delinear el escenario que observa, Heker advirtió sobre el riesgo de “no conocer la historia, no tener elementos para cotejar el contexto actual con otros contextos o para delinear un futuro deseado”. Es por esto que la novelista consideró que “el libro adquiere una significación muy especial en estos momentos” ya que contiene una “inagotable diversidad de posibilidades que implica” además de ser “el exponente de un amplísimo registro del conocimiento y del arte”.

Sobre esta definición es que realizó entonces una reivindicación de la lectura: “Cuando hablo de leer no aludo solo a la creación ficcional o artística. El acto de leer permite un diálogo libre y personal con cada cuestión en la que un lector elige sumergirse. Me refiero a la ciencia, a la filosofía, a la historia, a las religiones, al análisis político o económico o jurídico, al humor, a la mitología, al testimonio, a la biografía.”

Esta reivindicación, además, la aplicó sobre una crítica al nivel de debate público, que considera planteado por el actual Gobierno. Para ello recurre a la metáfora de que arrojar un vaso de vino en la cara no es, en efecto, un argumento y que el ejercicio de la lectura permite reconocer este tipo de situaciones.

A su vez, la autora destacó también la importancia de la juventud en la magnitud de los cambios sociales, independientemente de la ideología que los conduzca; así

como también la importancia de los profesionales, desde científicos hasta artistas; desde periodistas hasta economistas, en dar testimonio de lo que ocurre en la sociedad, algo que ya está ocurriendo “haciendo oír su voz cada vez con más frecuencia y con más claridad”.

Finalmente, concluyendo su exposición ante un público compenetrado, Heker cerró el círculo de su argumentación con una observación significativa sobre la Feria que los congrega: “Estuve en algunas Ferias de otros países, tan importantes o más que la nuestra. Vi libros de todas las editoriales, asistí a eventos, conocí celebridades. Pero casi no vi gente. Y en esta Feria nuestra, desde su primera emisión y aun en circunstancias históricas muy difíciles, el público viene, recorre los stands, busca o encuentra determinado libro, compra lo que puede, asiste a los actos culturales, habla con algún escritor, se encuentra con un amigo que hace tiempo no veía. Siente que este es un lugar que le pertenece.”

Y, nuevamente, ante un aplauso unánime de la sala, todos los actores de este evento subieron una vez más al escenario para todos juntos, como también es tradición de esta Feria, abrir el listón que daría formalmente inicio a la 48° Feria Internacional del Libro en Buenos Aires.

EL DEBUT DEL DEBATE DE CIERRE

Por primera vez, la Fundación El Libro decidió implementar un nuevo formato de cierre de la Feria del Libro que consistió en un debate abierto.



La temática elegida para esta edición de estreno giró en torno al eje temático de la cultura, en lo que podría considerarse una continuación de las problemáticas planteadas por el presidente de la Fundación en su discurso inaugural. Los dos principales planteamientos consistieron en ¿Cuál es la batalla cultural que se libra hoy? y ¿Debe el Estado financiar la cultura?

La moderación estuvo a cargo de la periodista María O'Donnell y el panel fue conformado por la escritora Alejandra Laurencich, el Diputado Nacional Hernán Lombardi, el escritor Martín Kohan y el economista Lucas Llach; estos últimos dos, cabe destacar, protagonizaron un interesante intercambio en la segunda mitad del debate.

Respecto a la primera problemática, Laurencich planteó su reparo frente al uso de la palabra “batalla”, promoviendo en cambio la necesidad de un “acuerdo cultural”. Lombardi, por su parte, reforzó esta idea de la escritora, a la vez que consideró a “la cultura como un elemento básico para la conformación de la sociedad del mañana” y juzgó como “un error” que el Presidente Milei no estuviese en la Feria.

Como primer cruce de debate, Kohan revalidó el uso del término “batalla” expresando que no todas implican “la eliminación del otro”, pero planteó que actualmente no se está librando una batalla cultural, sino que se está disputando “que la cultura no quede fuera de escena”.

En su primera intervención, Llach aportó que el término “batalla” refleja la polarización social que se genera en el ámbito de las redes sociales, y aludió a que actualmente no se está planteando la eliminación de instituciones de promoción de la

cultura, sino la implementación de mejores vías de financiación.

Luego de las exposiciones iniciales, el debate transcurrió hacia la segunda problemática, referida a la financiación estatal de la cultura. En este punto, Lombardi defendió la participación estatal enumerando las políticas culturales y las inversiones realizadas por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires a lo largo de los últimos años.

En respuesta, Kohan observó que esto se encuentra hoy cuestionado desde el discurso del propio Gobierno Nacional, a la vez que criticó que en el espacio de las redes sociales “la verdad no importa” y llamó a no naturalizar los insultos que allí se profieren.

Retomando nuevamente la palabra, Laurencich relativizó la importancia de “los números” que se pueden interpretar tanto a favor como en contra de una posición política, marcando la necesidad de debatir sobre la realidad tangente y ejemplificando que en una familia no se puede elegir qué hijo alimentar, sino que todos necesitan hacerlo. “¿Cómo hacemos para que todos puedan hacerlo? Así debería pensarse la Argentina”, reflexionó la escritora.

Finalmente, Llach abordó la segunda temática con sentido práctico: “Si alguien dice ‘quiero más plata para cultura’, está necesariamente diciendo al mismo tiempo ‘quiero menos plata para los demás’”. De esta forma, el economista planteó que todos los aspectos deben estar abiertos al debate, poniendo como ejemplo la eliminación de la exención de IVA a los libros. “Todos podemos decir ‘banquemos a la cultura’, el tema es cómo”, concluyó.



CELEBRACIÓN DEL DÍA DEL GRÁFICO

Desde hace casi 75 años en Argentina se celebra cada 7 de mayo el Día del Gráfico, una ocasión que otorga, no solo un momento de reconocimiento al oficio, sino también de reflexión sobre su historia, presente y futuro.

Este año, en pleno desarrollo de la Feria, se dio un marco destacado para la conmemoración de esta fecha. Es por ello que se organizó en el stand de FAIGA - Fundación Gutenberg la presentación del

libro "Imprenteros", escrito por Lorena Vega y sus hermanos Federico y Sergio.

El título es una ampliación de las experiencias compartidas por la obra de teatro homónima, creada en 2018, de la cual se presentó una función en la sede de Fundación Gutenberg en 2023. La trama, tanto en la obra como en el libro, aborda la infancia y los vínculos familiares de los tres hermanos en torno al taller gráfico de su padre, al cual no pudieron volver luego de su fallecimiento.

Rondando las seis de la tarde, un horario pico en el público circulante, el stand ubicado en el pabellón ocre comenzó a colmarse de rostros que se reconocían unos a otros. Saludándose con familiaridad y conversando animadamente los asistentes crearon una atmósfera agradable de anticipación.

Una vez que todo estuvo dispuesto, la Directora Ejecutiva de Fundación Gutenberg, Daniela Labarthé, y principal coordinadora de la jornada, dio la bienve-





nida a una audiencia conformada principalmente por miembros de la comunidad gráfica, para presentar a los tres hermanos Vega. Alternadamente, compartieron sus experiencias en la elaboración del libro que rememora la historia y el devenir del taller gráfico fundado por su padre, Alfredo.

La pieza editorial expande los contenidos de la obra teatral principalmente en el registro gráfico, a través de fotos y muestras de los trabajos que se realizaron en el taller, pero también poniendo la lupa en experiencias de los tres hermanos en torno a las figuras de su padre y madre. “La obra trabaja mucho con diferentes tipos de archivos, sobre todo el fotográfico”, comenta Lorena y agrega que “las fotografías nos ayudan a contar la historia y tienen una belleza muy particular, por eso a Sergio le pareció bueno que quede registrado”.

Por su parte, Sergio, quien ejerce el oficio gráfico desde toda su vida, expresó: “Estoy muy agradecido de estar acá porque este es mi mundo, esto es lo que me gusta hacer”. Mientras que Federico destacó el agradecimiento a la Fundación Gutenberg, entidad de la que es graduado.

Los autores tomaron su tiempo para relatar los orígenes de las fotografías, las muestras de impresos y los escritos alegóricos presentes en la pieza. Lorena señaló que el libro permitió materializar las máquinas y que la película, recientemente estrenada en el BAFICI, permitió mostrar el taller. Completando esta idea, Sergio también mencionó que el libro le “permitió mostrar más del oficio gráfico” y

que “ver todo esto impreso hace que me sienta realizado”.

Según relató Lorena, la idea surgió por una invitación al ciclo “Familias” del Centro Cultural Rojas y en su búsqueda interna comenzó a pensar que el impulso por el conflicto de no poder volver al taller familiar “es una motivación para crear”. Poco a poco, la idea fue tomando forma hasta su estreno hace seis años, sobre el que debieron agregar funciones debido al número de personas que asistían a verla. Con la aceptación que paulatinamente ganó la obra, fueron invitados a asistir varios festivales, incluyendo una participación en España. “También nosotros buscamos distintos teatros para no quedar centralizados en CABA y la obra ya lleva seis años”, explicó la autora.

Luego de la presentación, en diálogo con Argentina Gráfica Cromática, los tres hermanos expandieron sobre las sensaciones generadas por esta experiencia. En este sentido, Lorena compartió una enseñanza que le dejó esta vivencia creadora: “Siento que vale la pena aventurarse en pequeñas cosas que no sabés que destino tienen. Es muy importante darle valor a la propia historia y escuchar estas voces más anónimas.”

Sergio, por su parte, destacó la gratificación que le genera “conocer colegas, familias de gráficos que están acá escuchando nuestra historia”; mientras que Federico también apuntó a la dimensión familiar relacionada al trabajo: “Esta obra representa el trabajo argentino. Pero no es solamente por el oficio gráfico, sino que es familia y trabajo y eso interpela de forma universal a la gente que lo viene a ver.”



Es precisamente el concepto de familia el hilo conductor entre artistas y audiencia, en una industria que por generaciones se ha transmitido como oficio y tradición; lo cual también representa a muchos oficios más.

En este sentido, la reflexión de cierre que ofreció Daniela Labarthé refleja este universo de la sociedad argentina: “Más del 90% de las industrias en Argentina son familiares y, además de lo que pasa en la gráfica,

atraviesan los vínculos familiares; por lo que es muy difícil hablar de la experiencia propia de lo industrial sin hablar de la familia”.

TESTIMONIOS DE GRÁFICOS

En la celebración del Día del Gráfico estuvieron presentes dos prestigiosos nombres de la industria quienes compartieron sus apreciaciones:

• ANSELMO MORVILLO:

“La presentación del libro me pareció muy buena. Me sentí reflejado por los buenos años que tuve junto con mis hermanos.

Yo vi la obra de teatro y me gustó mucho. Me asombra que siendo tan jóvenes, hicieron también un libro muy bien armado y ahora van por la película. Nuestro gremio es muy difícil y es importante que se dé lugar a estos testimonios de vida.”

• REINALDO CATÁ:

“Me pareció muy buena la presentación. A uno le remueve todas las experiencias vividas.

Yo tengo la suerte de tener un hijo que trabaja conmigo y estoy imbuido en los sentimientos, además de los recuerdos de mi padre que fue un compañero de trabajo.

Poder transmitir eso a un hijo es una satisfacción, porque nosotros tenemos tinta en las venas. Yo nací y me crié siempre con el olor a tinta, cuando mi padre me llevaba de chico a la imprenta; y así vivieron mis hijos también.”



PROMOVIENDO LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y SUSTENTABLE



La drupa 2024 superó todas las expectativas, las cuales ya eran altas al ser la primera edición presencial tras la pandemia. Las excelentes referencias avalan las estadísticas de asistencia.





2024





El 7 de junio cerró una nueva edición de la feria por excelencia de la industria gráfica del mundo. Como es costumbre, Düsseldorf se vistió de gala para recibir a referentes de todo el globo, quienes por 11 días compartieron las últimas tendencias del sector y proyectaron el crecimiento de los rubros más relevantes.

Los pasillos se colmaron de 170 mil visitantes de 174 países que recibieron de forma directa las novedades de 1.643 expositores, con empresas líderes como Heidelberg, ECO3 y Coim Group, entre otras; e incluso participando de paneles con el aporte de especialistas de empresas como Sun Chemical y Siegwark. La propia organización de la feria reconoció que la participación de América Latina fue significativa al considerarlo un mercado con un gran potencial de desarrollo.

Andreas Pleßke, Presidente del Comité de drupa, subrayó la posición excepcional y la relevancia de la feria: “drupa representa nuevos enfoques y nuevas tecnologías como ninguna otra feria. No sólo es la mayor, sino también la plataforma global más importante para nuestro sector, porque toda la industria de la impresión y la postimpresión se reúne en la feria líder mundial. Ha sido inestimable para generar contactos. Ningún otro lugar ofrece la oportunidad de hacer tantos contactos internacionales nuevos de todo el mundo en tan poco tiempo y en un solo lugar”.

Por su parte, Erhard Wienkamp, Director Ejecutivo de Messe Düsseldorf, se mostró muy satisfecho con los resultados de la feria, destacando su “atractivo único”, y consideró que este evento consolidó una vez más su posicionamiento como referente de la gráfica. Entre las características que hacen esto posible, Wienkamp destacó la variedad de oferta internacional, la posibilidad de facilitar decisiones de negocios fundadas en el aporte de información precisa, que en la mayoría de los casos se dan mano a mano.

Tal es así, que los expositores elogiaron la gran capacidad de decisión de los visitantes. Éstos, a su vez, valoraron muy positivamente la gama de productos y servicios ofrecidos en los 18 pabellones de exposición. Alrededor del 96% de todos los visitantes confirmaron que habían alcanzado plenamente los objetivos asociados a su visita.

• LA DIGITALIZACIÓN COMO FACTOR DETERMINANTE

La automatización ocupó un lugar central en la drupa de este año, con especial atención a la IA y los flujos de trabajo inteligentes, incluidas las soluciones de software. Quedó claro que las tecnologías digitales y analógicas se complementan y benefician mutuamente de forma ideal. Los líderes tradicionales del sector presentaron una amplia gama de soluciones digitales, mientras que los pioneros digitales integraron componentes convencionales en sus ofertas. La robótica desempeñó un papel importante en los pabellones de exposición e ilustró el camino hacia la fábrica inteligente.

Esta perspectiva aporta un valioso potencial de crecimiento de cara al futuro y a los desafíos que la industria ha enfrentado en materia de sustitución del uso del papel en determinados rubros. Según datos de la consultora Smithers, en 2023 la rentabilidad global de la industria gráfica sumó aproximadamente 840 mil millones de euros.

En este sentido, la Directora de drupa, Sabine Geldermann, resaltó que estas cifras explican la “relevancia y adaptabilidad” de la industria gráfica. Esto quedó manifestado en el volumen de drupa 2024, lo cual Geldermann interpretó como un deseo de la comunidad por determinar el curso del futuro de manera conjunta. “Podimos dar la bienvenida a unas 50 grandes delegaciones de varias naciones, y numerosas asociaciones y organizaciones activas en todo el mundo eligieron la drupa como escenario ideal para sus conferencias y reuniones de juntas directivas”, ejemplificó la directora.







Otro eje estratégico abordado a lo largo de la feria fue la sustentabilidad, cada más integrada a las nuevas tecnologías de la industria gráfica. Los expositores presentaron desarrollos novedosos con soluciones prácticas en materia de ahorro energético, reutilización de recursos y reducción de la huella de carbono. En este punto, es clave el aporte de la Asociación Alemana de Fabricantes de Equipamiento (VDMA), quienes en cada edición trabajan codo a codo con el directorio de drupa para poner el foco en las innovaciones y las buenas prácticas que mejoran la eficiencia y sustentabilidad de la industria gráfica.

Esto significa que el valor de drupa no se aprecia meramente desde el intercambio comercial, sino también del conocimiento. Por este motivo, en cada edición el formato de la feria pone de relieve los nu-

meros especialistas que comparten sus conocimientos en los diversos formatos de conferencias, exposiciones y debates; ya sea el cubo drupa, drupa next age (dna) y los puntos focales (touchpoints) que representan temáticas claves del sector.

Estas perspectivas ayudan a los responsables de las empresas a vislumbrar el futuro de la industria y tomar las decisiones necesarias para mejorar la competitividad de sus procesos. Las nuevas propuestas de cara a la próxima edición de 2028 ya están sobre la mesa. Hasta entonces, drupa continuará su agenda a través de eventos globales organizados por Messe Düsseldorf, específicos para cada sistema de impresión.

Fotos cortesía de Messe Düsseldorf / ctilmann

AGENDA DE PRÓXIMOS EVENTOS:

Pack Print Plas Filipinas	10 - 12 Octubre 2024 (Manila, Filipinas)
Printpack Alger	24 - 26 Febrero 2025 (Argel, Argelia)
PRINT & DIGITAL CONVENTION	13 - 14 Mayo 2025 (Düsseldorf, Alemania)
Pack Print International	17 - 20 Septiembre 2025 (Bangkok, Tailandia)
All in Print	12 - 16 Octubre 2026 (Shanghai, China)



Nos inspira la naturaleza

Por eso elaboramos nuestros productos a partir de las fibras renovables de eucaliptus. Un ciclo virtuoso que comienza y termina en la tierra, una y otra vez. Papeles premium 100% reciclables y biodegradables.

Nuestro compromiso por un futuro sustentable para todos.



Al comprar este producto ayudas al cuidado de los bosques del mundo. FSC-C096213 www.fsc.org



Seguinos en RR.SS.:



CELULOSA ARGENTINA

Una empresa del **Grupo Tapebicúa**



Todo ha

Impresión
de libros

una mirada
más de cerca al
nuevo modelo
operativo

*por Francesco Crotti **





cambiado:

Para ilustrar la transformación de una industria, el sector de la impresión de libros podría ser un buen ejemplo. Me gustaría centrarme en el mercado de la impresión de libros, donde los libros impresos siguen estando disponibles, pero el proceso de producirlos ha cambiado por completo y seguirá evolucionando, impulsado principalmente por un viaje digital completo. drupa permite reunirnos para compartir ideas y construir una visión de esta importante industria utilizando la impresión en su máxima expresión.

Durante este tiempo, hemos conseguido sobrevivir sin drupa 2020. Los proveedores pudieron mostrar sus tecnologías a través de presentaciones web durante el periodo COVID, y varias jornadas de puertas abiertas después, los proveedores de servicios de impresión (PSP) han seguido invirtiendo a pesar de los retos del mercado, como la escasez de papel y las crisis energéticas. Por otra parte, creo que ahora más que nunca es crucial generar nuevas ideas, construir visiones, compartir experiencias profesionales y establecer conexiones. La dinámica del mercado sigue evolucionando y los cambios estructurales están transformando profundamente la industria gráfica.

Uno de los cambios significativos que hemos presenciado en los últimos años está relacionado con la demanda de libros. Según varias estadísticas, el volumen de ventas está aumentando tanto en Europa como en EE.UU. Sin embargo, las librerías tradicionales y los supermercados están perdiendo cuota de mercado, ya que los clientes prefieren cada vez más los canales de venta directa y en línea, que representan más del 45% de los ingresos totales de las editoriales. La influencia de las tendencias «BookTok» ha propulsado ciertos libros desde una relativa oscuridad hasta las listas de los más vendidos, lo que ha llevado a las editoriales a reconsiderar sus estrategias de marketing, especialmente para los libros de nicho. Para gestionar eficazmente esa demanda, es crucial contar con previsiones precisas. Los editores tienen que servir al mercado a tiempo y evitar una impresión excesiva que supere la demanda.

La sostenibilidad en la industria editorial se está convirtiendo en una prioridad absoluta. La innovación tecnológica y el uso de imprentas locales ayudan a mitigar la sobreproducción y la sobreimpresión, así como a abordar el problema de las devoluciones. Estos retos también pueden reducirse





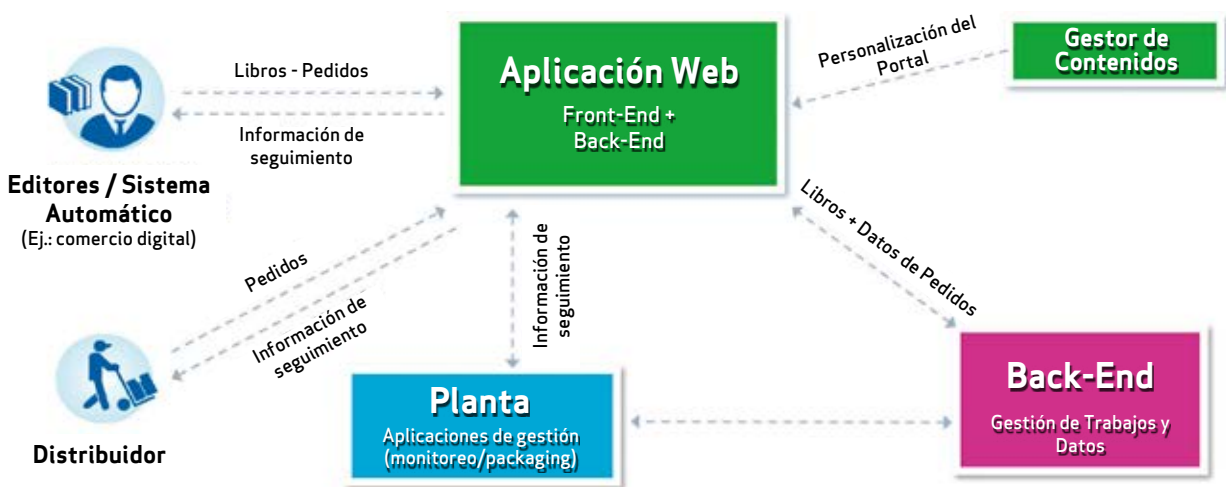
ajustando las tiradas en función de los datos de los pedidos previos. Sin embargo, los editores más pequeños pueden no tener acceso a las tecnologías adecuadas, con el consiguiente riesgo de escasez de stock. Las editoriales también están explorando formas de reducir el uso de papel, como poner en línea las notas y bibliografías de los libros (accesibles mediante códigos QR) u optimizar las opciones de traducción para reducir el número de palabras. La optimización del formato es otra opción, en la que sutiles cambios de formato (por ejemplo, páginas ligeramente más pequeñas) pueden reducir significativamente el consumo de papel. Además, la mejora de la eficiencia de la distribución y la optimización del transporte son factores de sostenibilidad que requieren una fuerte integración de sistemas entre minoristas, editores, distribuidores e impresores.

Al fin, la aceptación de la impresión digital para libros es definitiva. La tecnología de inyección de tinta es muy productiva y fiable, con un tiempo de funcionamiento estándar del 90%. El punto de transición entre lo analógico y lo digital se sitúa en torno a los 6.000 ejemplares en blanco y negro y los 3.000 ejemplares en color. Desde el punto de vista de la calidad, muchas soluciones inkjet son capaces de imprimir tanto en soportes estucados como no estucados, produciendo resultados comparables a la impresión offset. Sin embargo, algunos provee-

dores de impresión analógica, como Timpson, han abandonado el mercado (las últimas prensas Timpson se construyeron en 2006), lo que convierte a la transformación digital en la mejor opción para imprimir libros en un futuro próximo.

Como resultado, algunos impresores de libros están buscando nuevas propuestas de valor y servicios, centrándose en la producción bajo demanda de libros individuales, acuerdos de nivel de servicio (SLA) cortos desde el pedido hasta el envío e integración digital con editores y distribuidores. Estas empresas están invirtiendo no sólo en equipos digitales, sino también en plataformas empresariales de software, con la firme convicción de que una automatización sólida es la clave de la competitividad y la rentabilidad.

Pero, ¿cómo pueden los impresores embarcarse en su viaje digital? El mercado ofrece numerosas soluciones, desde opciones asequibles hasta otras más caras. Aunque muchas de estas soluciones destacan en la gestión de procesos específicos (por ejemplo, imposición, gestión de pedidos, archivo o seguimiento de trabajos), suelen requerir grandes inversiones en integración y personalización. Los proveedores digitales ofrecen algunas soluciones para mejorar sus equipos, pero encontrar flujos de trabajo probados que permitan automatizar de prin-





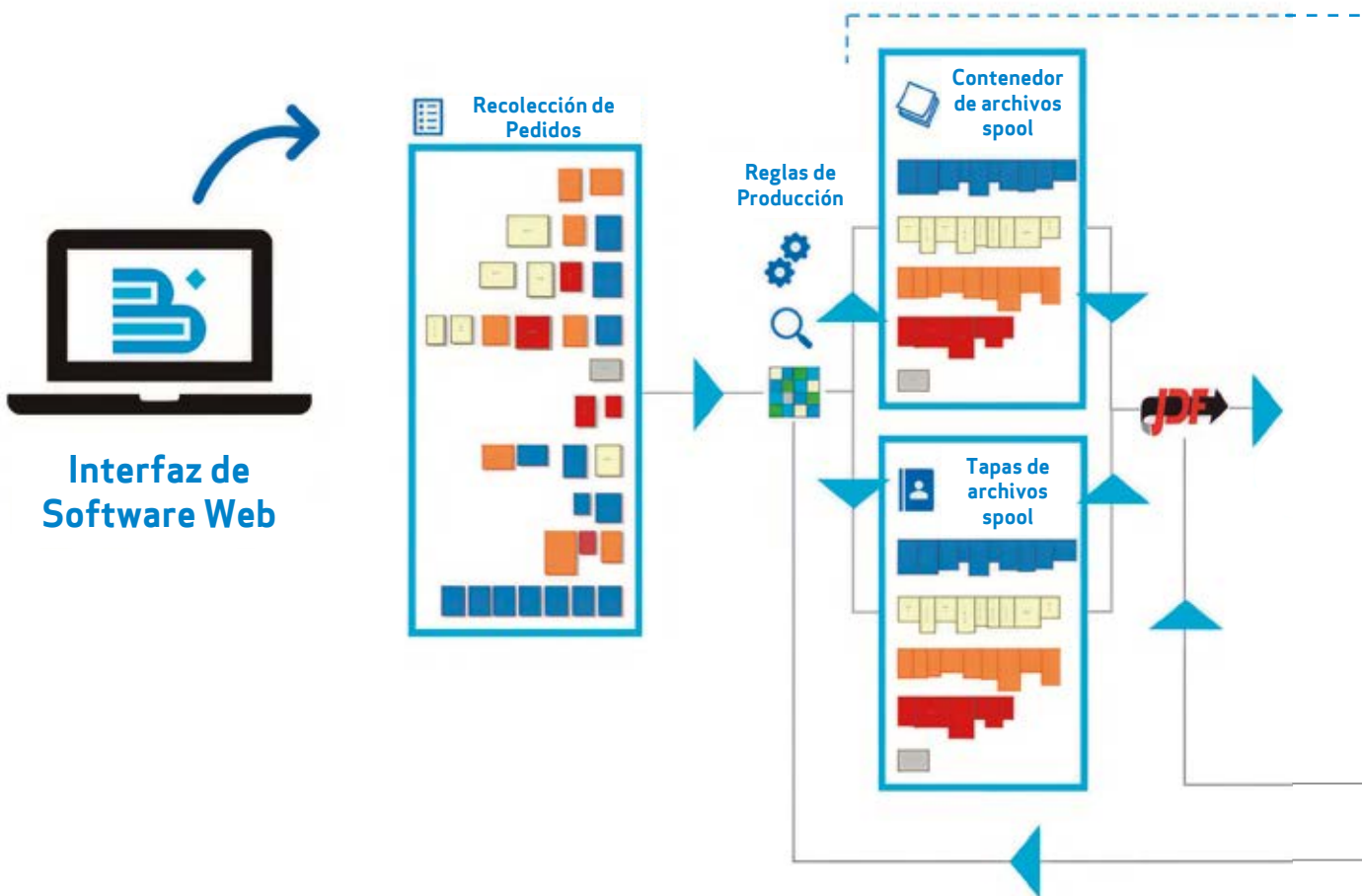
cipio a fin todo el proceso de impresión de libros sigue siendo un reto.

En realidad, la automatización abarca diversas funcionalidades, desde las ventas hasta la administración, desde la producción hasta la logística, desde la seguridad de los datos hasta la gestión de la calidad. Esto implica que un software de gestión empresarial de impresión de libros todo en uno debe proporcionar lo siguiente:

- Automatización en la gestión de cuentas y pedidos: En lugar de depender de correos electrónicos y llamadas y de concertar ofertas, los equipos de ventas pueden ahorrar tiempo y agilizar sus servicios recibiendo pedidos y generando presupuestos a través de un portal web.
- Automatización en la recepción de archivos, listos para ser archivados e impresos.
- Automatización en la comprobación previa de la preimpresión: si los clientes cargan archivos sin corregir, el sistema debe emitir alertas que permitan a los clientes rectificar los problemas por sí mismos.
- Automatización en la gestión y supervisión de trabajos, desde la producción de libros individuales hasta grandes tiradas: El software debe recoger los pedidos y agruparlos por lotes según el tipo de papel, la calidad de impresión y los requisitos de acabado. Al mismo tiempo, las bobinas impresas deben moverse sin problemas a través del proceso de producción mediante listas de trabajos, garantizando un control y una flexibilidad totales en la producción, desde libros individuales hasta grandes tiradas.
- Automatización del seguimiento de pedidos y envíos: Tras la producción, los lotes deben ser fácilmente rastreables, lo que permite a los impresores de libros organizar el envío, mientras que los editores pueden supervisar todas las operaciones.

Por último, una plataforma de software sólida debe ser compatible con diferentes prensas y configuraciones de equipos de acabado, manteniéndose independiente de ellos.

Sin embargo, invertir en tecnologías digitales requiere un profundo conocimiento de las TI en la empresa y la creación de un sólido departamento infor-



mático interno. Sólo unas pocas imprentas poseen estas capacidades. Normalmente, estas empresas tienen su origen en el negocio de la impresión transaccional, pero a menudo luchan por aventurarse más allá de sus zonas de confort a pesar de la disminución de sus ingresos. Además, muchos impresores de libros han pasado a la impresión digital pero con una visión estrecha, centrándose únicamente en la reducción de costes en lugar de añadir valor para sus clientes, utilizando esencialmente la tecnología digital como sustituto analógico.

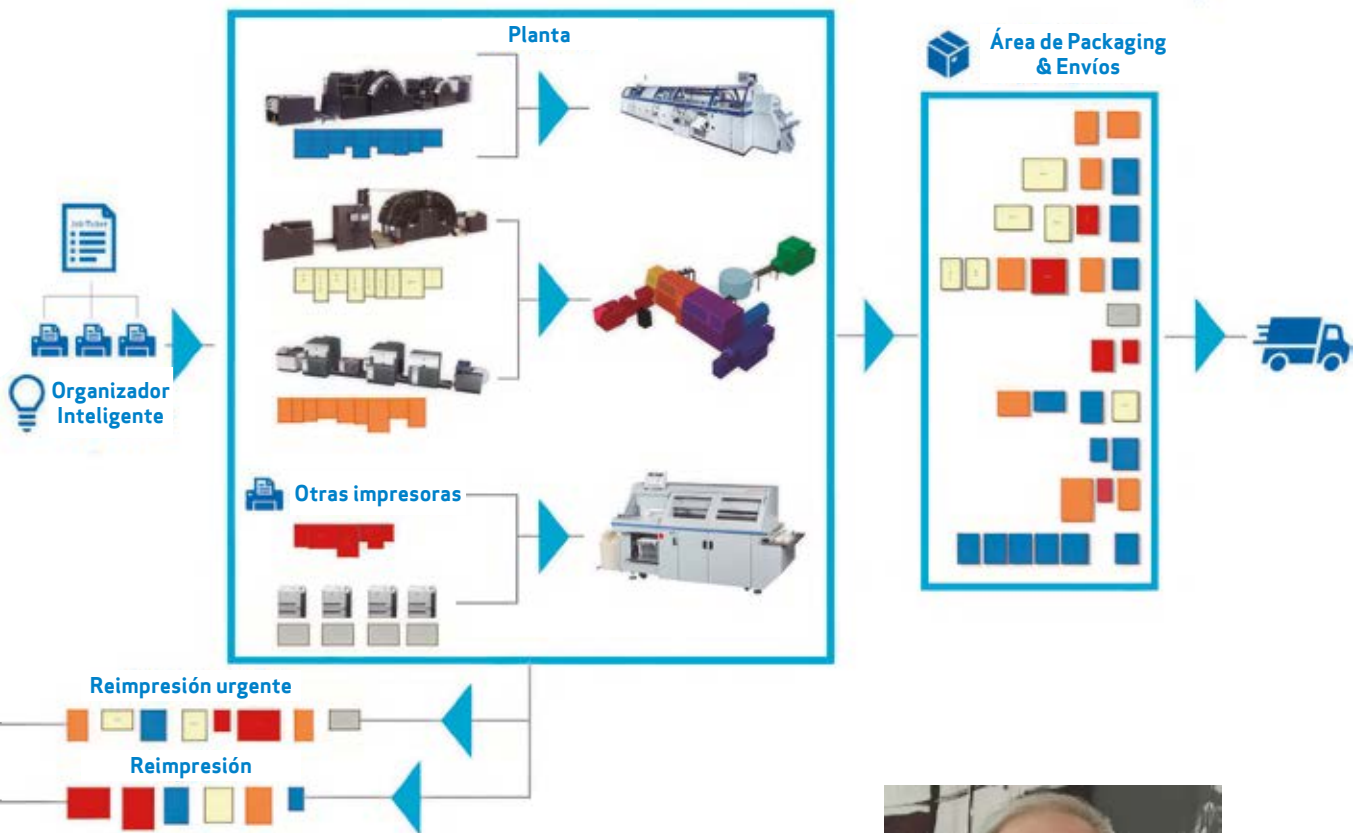
Otros gráficos se han embarcado en sus propias iniciativas. Estas empresas impulsadas por la innovación, como Rotomail en Italia, han sido capaces de introducir soluciones aplicadas en el mercado antes que otras, aprovechando lo que esencialmen-

te ya está disponible como una idea y la han hecho realidad con una solución aplicada casera. Estas empresas fomentan un entorno amistoso, de mente abierta y curiosa, porque la verdadera innovación empieza por implicar a las personas, tanto dentro como fuera de la organización. Para ellas, las asociaciones representan oportunidades reales.

Para el mercado de la impresión de libros, la creación de relaciones y asociaciones será estratégica. La digitalización sigue acelerándose, y la automatización desempeña un papel importante a través de desarrollos de software que orquestan componentes proporcionados por diversos proveedores.



Monitoreo de Libros



Sobre el autor

Francesco Crotti trabaja como consultor empresarial y gestor interino dirigiendo proyectos en los sectores de la impresión digital, el envasado y el textil, centrándose en la innovación empresarial, las estrategias de ventas y la gestión del cambio. Ha desarrollado su carrera profesional en el sector de la impresión digital desde 1997, dirigiendo organizaciones internacionales de ventas y marketing en Xerox, Kodak y HP.

Artículo original publicado en inglés en la columna de especialistas de drupa.com con autorización para su publicación traducida al español para Argentina Gráfica Cromática.



LA IMPORTANCIA DE CONTROLAR LA

CONTAMINACIÓN POR METALES PESADOS

La Industria Gráfica de Argentina desde 2010 ha tomado el compromiso de garantizar productos libres de metales pesados. En este artículo se repasan los fundamentos más importantes en materia de salud que motivan sostener dicho estándar.

Hasta fines del Siglo XX las formulaciones de tintas gráficas podían contener metales como mercurio, cadmio, cromo hexavalente o, principalmente, plomo. Con el avance de los desarrollos tecnológicos, los productores de tintas lograron progresivamente reducir hasta reemplazar estos elementos.

Actualmente, en el contexto de la economía globalizada, las empresas líderes del mercado garantizan la producción de este insumo libre de metales pesados.

Entonces, ¿Por qué la propia industria gráfica considera necesario asumir el compromiso de certificar las tintas por su cuenta?

En principio, el motivo se resume en un simple enunciado: porque el riesgo de contaminación por metales pesados aún persiste hoy en día.

Antes de proseguir, y a los efectos de simplificar el desarrollo de la argumentación, a partir de este punto se tomará al plomo como referencia para analizar el conjunto de los metales pesados (salvo que se mencione específicamente otro metal), ya que este es el elemento que más se ha utilizado en la industria gráfica, así como también en otros sectores productivos (esto último con particular relevancia posterior). Y, a su vez, el plomo constituye una de las sustancias más estudiadas en el campo de la toxicología, con abundante material bibliográfico que investiga sus efectos negativos en la salud. Tal es así, que la OMS ha



incluido el plomo dentro de una lista de diez productos químicos causantes de graves problemas de salud pública que exigen la intervención de los Estados Miembros para proteger la salud de los trabajadores, los niños y las mujeres embarazadas.

Considerando las causas de riesgos, podemos categorizarlas en dos principales razones. La primera de esas razones se debe a que, si bien los grandes productores de tintas ya no recurren al plomo, y las empresas gráficas responsables no aceptarían utilizar insumos que lo contengan, no todos los mercados cuentan con los mismos tipos de regulaciones. A lo largo de las últimas décadas se han detectado, tanto en Argentina como en Europa y Estados Unidos, casos de productos gráficos con contenido de plomo, en su gran mayoría importados.

Por otra parte, el segundo motivo del riesgo de contaminación remite a la cuestión ambiental, ya que el plomo, el mercurio, cadmio y los metales referidos son elementos químicos. Esto significa que no se degradan, sino que permanecen en el ambiente. Por lo tanto, cada producto que contenga alguno de estos metales pesados y se deponga en un basurero contaminará el aire, la tierra y las capas subterráneas de agua, cuyas consecuencias producen desde contaminación de alimentos con estas sustancias hasta intoxicación directa de las personas que viven en las cercanías.

• REVISANDO LOS CASOS TESTIGO

Para comprender cómo se generan los diversos escenarios de presencia de plomo en productos de consumidores, es importante entonces repasar algunas ocasiones significativas.

En los últimos 20 años se han registrado casos de detección de metales pesados en todo tipo de productos, incluidas piezas gráficas de packaging. Debido a la disponibilidad de información accesible, tomaremos registros del continente europeo, Estados Unidos y Argentina.

Comenzando por los productos en general, el mayor riesgo a la salud por la presencia de niveles altos de metales pesados se encuentra en los alimentos, ya que implica una afectación directa e inmediata a las personas.

Los casos de detección de metales en alimentos son variados. En 2018, la ONG Consumer Reports (CR) publicó un informe en el que manifestó que los resultados de sus pruebas sobre 50 alimentos envasados distribuidos por todo Estados Unidos arrojaron “niveles preocupantes de arsénico, cadmio y plomo en muchos alimentos populares para bebés y niños pequeños.”

La gravedad de este dato se pone de relieve si se considera que, según una encuesta propia de la misma ONG, 90% de los padres con hijos menores a los tres años consume algún tipo de alimento envasado en dicho país.

Resumiendo los resultados de su reporte, CR destacó: “Casi 2/3 partes (68%) tenían niveles preocupantes de al menos un metal pesado. 15 de los alimentos presentarían posibles riesgos para la salud de un niño que come regularmente una sola porción o menos por día.”

Dentro del mismo reporte, la ONG señala que los controles a los que están sujetos los alimentos para niños y bebés, a pesar de que muchos padres piensan que son más estrictos, en realidad “no lo son, a pesar de que la FDA ha reconocido los peligros”.

“Cualquier límite sería bienvenido, pero el objetivo final es no tener niveles medibles de metales pesados en los alimentos para los bebés y niños pequeños”, expresó sobre el reporte Jean Halloran, Directora de Iniciativas de Política Alimentaria en Consumers Union, la División de Defensa de Consumer Reports.

Pasando a otro caso, la ONG As You Sow comenzó a partir de 2014 a producir sus propios testeos en diversas marcas de chocolates comercializadas en el estado de California (Estados Unidos), cuyos primeros resultados publicados en 2015 alcanzaron notoriedad mundial al encontrar que gran cantidad de los chocolates en el mercado contenían niveles de plomo o cadmio superiores a los límites establecidos.

El trabajo de esta ONG llevó a que en 2018 se firmara un acuerdo con 31 empresas productoras de chocolates para conformar un comité de investigación que determinara las causas de estos niveles de contaminación y las posibles soluciones. El informe



finalmente se completó en 2021, y sus conclusiones determinaron que los casos de contaminación por cadmio se debían a que la propia planta de cacao que absorbe el metal presente en la tierra contaminada; mientras que la exposición al plomo ocurría durante el proceso de secado de los granos, donde quedan expuestos al plomo presente en el ambiente. Respecto al proceso industrial, el informe establece que “las inspecciones regulatorias y las auditorías de certificación de seguridad alimentaria aseguran que los controles se encuentran regularizados para evitar la introducción de cadmio y plomo a través del procesado del agua, el equipamiento productivo, packaging y las partículas de polvo en el ambiente”.

Si bien, el objetivo del reporte consistía en realizar un diagnóstico para determinar maneras de reducir los niveles de concentración de metales pesados, reevaluar los niveles permitidos y los criterios de advertencia en los packaging, en 2022 la ONG actualizó los resultados de sus testeos, los cuales se encuentran disponibles en su página web. En este punto es importante destacar lo manifestado por la organización: “Ningún nivel de plomo es seguro para los niños”.

Tomando ahora un caso local, en 2022 el Instituto Nacional de Yerba Mate (INYM) emitió su Resolución 287/22 que incorpora en su “Reglamento de Control de Calidad de Materia Prima de Yerba Mate” el control de presencia de contaminantes inorgánicos en la yerba mate canchada, la cual constituye la materia prima para la yerba envasada que se consume.

En sus argumentaciones para esta Resolución, el INYM alegó que, según informó la Red de Seguridad Alimentaria del CONICET, “un alto porcentaje cercano al 80% de la yerba mate importada no cumple con la Resolución Mercosur GMC N°12/11”, que establece el límite máximo para residuos de arsénico, plomo y cadmio. Además, el organismo también señala que “el control del cumplimiento de la normativa que la alcanza, debe realizarse sin distinguir su origen”.

Consecuentemente, el INYM prosigue: “La contundencia del informe brindado al INYM hace que este Instituto deba tomar las medidas necesarias para actuar en resguardo de la calidad e inocuidad de la materia prima de la yerba mate.”

Ahora bien, estos casos corresponden a la contaminación directamente por la propia materia prima del alimento, causada por las concentraciones de metales pesados presentes en el ambiente (ya sea, agua, tierra o aire).

En este punto también podemos considerar productos no alimenticios con altos niveles de metales pesados debido a alguno de sus componentes. En esta categoría, son frecuentes los casos de juguetes para niños con altos niveles de plomo debido a la pintura utilizada. En Estados Unidos un caso reciente de este tipo se registró en febrero de 2024 en un set familiar de croquet que debió ser retirado ya que su pintura contenía altos niveles de plomo. Es importante señalar que en casos de este tipo, la contaminación es intencional por el propio proceso productivo.

▪ PRODUCTOS GRÁFICOS

Pasando a analizar específicamente los casos de detección de metales pesados en piezas gráficas, los casos también son variados, tanto en Argentina como en el mundo. A diferencia de los casos anteriores, en los que las fuentes de contaminación son diversas, en los productos gráficos es mayormente una: la tinta.

Reiterando una premisa arriba expresada, los productores líderes de tintas gráficas en el mundo no recurren al empleo de plomo u otros metales pesados en sus fórmulas. No obstante, no todos los países cuentan con regulaciones efectivas para sus mercados. En un mundo globalizado, esto representa un riesgo en cualquier parte del mundo.

Más allá del historial de casos detectados, para ilustrar el riesgo vigente que esto aún representa, podemos comenzar considerando casos recientes. Uno de ellos fue detectado en Estados Unidos, en 2020 la Comisión de Seguridad de Productos del Consumidor (CPSC, por sus siglas en inglés) ordenó retirar del mercado dos modelos de pistolas de agua importadas por Hasbro, provenientes de China, debido a que “el sticker decorativo en el tanque de agua del juguete contiene niveles de plomo en la tinta que exceden los valores permitidos a nivel federal”.



Del mismo modo, en 2022 la Dirección Nacional de Reglamentos Técnicos del Gobierno argentino recibió la notificación de una partida de Biblias importadas que contenían niveles de plomo. Este caso se detectó por el ensayo realizado por un laboratorio privado en el marco de lo establecido por la Resolución 453/2010 de la Secretaría de Comercio de la Nación para control de metales pesados en impresos.

Remontándonos un poco más atrás en el tiempo, es relevante destacar la labor continua del Centro de Intercambio de Información sobre Sustancias Tóxicas en los Envases (Toxics in Packaging Clearinghouse -TPCH), que en 2015 realizó su segunda serie de ensayos generales (la primera tuvo lugar en 2006) a envases de todo tipo de productos, desde muebles hasta accesorios de deporte o para mascotas, con el objetivo de controlar los niveles de metales pesados presentes.

En su reporte final emitido en 2017, el TPCH determinó que “Los resultados confirmaron la presencia continuada de cadmio por encima de los límites legales en los envases de PVC flexible”. El informe mencionó que la cantidad de casos positivos asciende al 19,2%. Si bien, este reporte no especifica la procedencia de los productos gráficos, cabe también señalar que el reporte de los testeos de 2006 detalla que el 80% de los casos positivos son de importaciones provenientes de China y Pakistán.

En su diagnóstico, el TPCH consideró que tanto el plomo o el cadmio se incorporan al packaging flexible de PVC por un plastificante de bajo costo, o bien en las tintas y colorantes para producir determinados colores vibrantes o de mayor duración.

Al respecto, como consecuencia, la organización concluyó: “La continua presencia en el mercado de envases que no cumplen la normativa demuestra la necesidad de un control continuo de los componentes de los envases para comprobar que cumplen la legislación estatal sobre sustancias tóxicas en los envases.”

En contraste, otro caso estadounidense que cobró trascendencia internacional en 2015 se produjo con la detección de plomo en una marca de jugo de manzana. Para dicho producto, la materia prima se producía en Sri Lanka y su procesado y envasado en Ecuador, a cargo de la empresa Austrofood, para luego ser exportada a los Estados Unidos. El problema de este caso es que el plomo se detectó en el producto final, ya comercializado y consumido, y la FDA en sus investigaciones solo pudo presumir que la contaminación se produjo en Ecuador, ya que, según las fuentes periodísticas, el importador nunca analizó las materias primas para detectar la presencia de plomo antes de enviarlo a Estados Unidos. En cambio, la empresa se basó en un certificado de su proveedor según el cual la canela estaba prácticamente exenta de plomo. Por su parte, el proveedor, Negasmart, no hizo referencia a dicho certificado, pero afirmó que había cumplido todas las normativas y normas de calidad.

Comparando con el contexto nacional, si bien Argentina contenía una regulación para la industria gráfica que establecía la obligatoriedad de los controles para todos las piezas gráficas, sin distinción de su procedencia, el volumen regulatorio para toda la industria en general, sumando ahora también a la Industria Gráfica, no se encuentra completamente definido.

TPCH y la legislación estadounidense

El Toxics in Packaging Clearinghouse es una ONG dedicada al control y promoción de leyes que regulen los materiales tóxicos en el packaging, entre los cuales se cuentan los metales pesados.

Según el TPCH, actualmente 19 estados cuentan con legislación vigente que establece límites a las concentraciones de metales pesados. El espíritu de esta legislación contempla que ciertos niveles de estos elementos pueden ser tolerados debido

a la contaminación ambiental de la materia prima elaborada a partir del reciclaje. No obstante, la Ley prohíbe el uso intencional de estos metales pesados, exigiendo a los fabricantes y proveedores que verifiquen la conformidad de sus envases.



El equipo del CONICET advirtió sobre “la poca información accesible respecto a las concentraciones de mercurio en alimentos tanto de exportación como destinados al consumo interno”.

Como ejemplo, podemos citar el estudio realizado por la Red de Seguridad Alimentaria del CONICET en noviembre de 2019, “Evaluación de mercurio en alimentos y matrices ambientales: Estado de situación en Argentina”; el cual fuera solicitado por la Dirección de Sustancias y Productos Químicos de la Secretaría de Gobierno de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la Nación.

En esta investigación se llevó a cabo un relevamiento exhaustivo de la bibliografía científica sobre el estudio de la presencia específica de mercurio en el ambiente (suelo y aguas), de las entidades públicas y privadas dedicadas a su análisis, laboratorios privados y públicos con capacidad de medición, resultados de los análisis realizados, análisis de la legislación vigente y evaluación de la situación a nivel nacional, regional y global vinculada con la presencia de mercurio en mercaderías de importación y exportación (estudio de alertas y/o rechazos).

En su texto, el equipo del CONICET advirtió sobre “la poca información accesible respecto a las concentraciones de mercurio en alimentos tanto de exportación como destinados al consumo interno”.

No obstante, de los datos relevados en la matriz alimentaria, el mayor número de resultados informados corresponden a los tipos de producto que corresponden a la categoría de jugos de fruta, mientras que la menor cantidad de datos disponibles refieren a productos como miel, aroma concentrado de fruta y legumbres. A su vez, 135 casos proceden del tipo de producto “carne de pescado” y 22 a “envasado de pescado”, sobre un total relevado de 3.140, lo cual generó inquietud en los investigadores al tratarse de un producto “regulado por legislación nacional”.



Un aspecto importante de este informe, además, es que a partir de 2014 se generó un aumento de las exportaciones de alimentos argentinos que motivó al sector industrial a realizar un mayor control de los contaminantes químicos de los alimentos, entre ellos el mercurio. Es decir, según el propio informe, “cabe destacar que la mayor parte de los análisis relevados en este apartado se realizaron sobre alimentos elaborados en Argentina con destino de exportación”. Lo que lleva a la necesidad de advertir sobre esta asimetría, ya que la falta de análisis en los productos destinados al consumo del mercado interno, genera una falta de datos estadísticos que hace difícil determinar el riesgo real actual en la salud de la población argentina por contaminación de metales pesados. En otras palabras, Argentina protege más a poblaciones extranjeras que a la propia.

FUNDAMENTOS PARA EL CONTROL: RIESGOS COMPROBADOS EN LA SALUD

Habiendo repasado las posibles causas y los casos documentados de contaminación, en última instancia es pertinente repasar la cuestión de fondo. ¿Por qué es importante controlar los niveles de metales pesados en los productos en contacto con los consumidores?

La respuesta sencillamente responde al riesgo comprobado que representan para la salud humana.

Esto, a su vez, se potencia con la consideración ya mencionada de que estos metales son elementos químicos que no se degradan en el tiempo, por lo que su presencia es constante. Todo lo que se contamina queda, y todo material que entre en contacto está expuesto a la migración (sin considerar los casos de uso intencional, por supuesto).

El plomo puede penetrar en el organismo por tres vías: respiratoria, digestiva y cutánea, siendo la vía digestiva la que representa mayor riesgo de absorción.

Dentro de este contexto, es sumamente importante enfatizar que la mayor población de riesgo son los niños. Un estudio de la Universidad de La Laguna, España, confirma que “los niños tienden a retener mayor concentración del plomo absorbido que los adultos, en porcentaje se puede cuantificar respectivamente en un 30% y 5%”.

En este mismo sentido, un estudio realizado por la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad de Córdoba afirma: “Los niños constituyen el segmento de la población más vulnerable, con consecuencias de alto impacto social, como una disminución del coeficiente intelectual y deficiente desarrollo neurológico.”

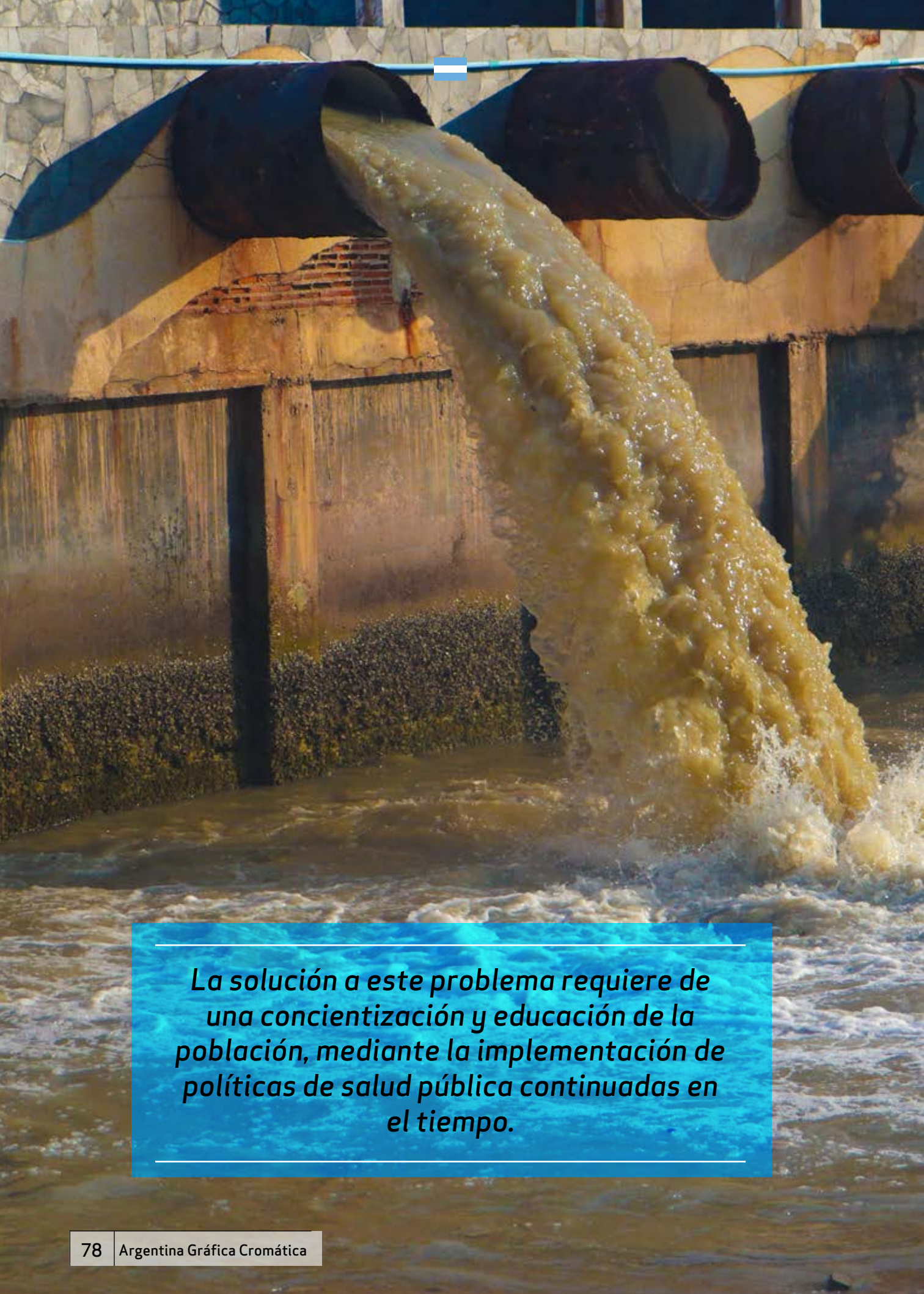
Tal es así que, de acuerdo a la bibliografía disponible, incluso en bajos niveles de exposición al plomo, se observaron disminuciones del coeficiente intelectual y un deficiente desarrollo neurológico, que derivan en problemas de comportamiento, trastornos de atención e hiperactividad.

En sus efectos generales, la intoxicación por plomo produce anemia y, si persiste en el tiempo, el plomo viaja por el torrente sanguíneo depositándose en diferentes órganos y tejidos, generando alteraciones en el sistema nervioso, en la producción de las células sanguíneas, en la función cardiovascular, y en los sistemas reproductivo y renal. Llevado al largo plazo, el plomo finalmente se deposita en tejidos duros como huesos, uñas y dientes, donde puede permanecer acumulado durante toda la vida.


Las fuentes de exposición, repasando, se pueden identificar por uso intencionado de los metales pesados o por la contaminación del ambiente, la cual en última instancia también se debe a la actividad humana. Los casos, a su vez, pueden originarse por razones variadas, desde la ingesta de un producto contaminado o la exposición en el ambiente de trabajo dentro de determinadas actividades; hasta la contaminación de cultivos de soja por los perdigones usados en la caza de palomas (Salazar y col. -2012), o bien, en el caso de los niños, al hábito de llevarse las manos u otros objetos a la boca.

El riesgo de no controlar los niveles de metales pesados reside además en su potencial de propagación. Esto se puede observar en dos casos paradigmáticos: el de la ciudad de Flint, en el Estado de Michigan (Estados Unidos); y el del pueblo de Abra Pampa, en la Provincia de Jujuy (Argentina).

El caso de Flint significó un antes y un después en el abordaje de las políticas públicas de provisión de agua potable. En 2015, los vecinos comenzaron a denunciar impurezas en el agua corriente de sus ho-



La solución a este problema requiere de una concientización y educación de la población, mediante la implementación de políticas de salud pública continuadas en el tiempo.



gares y la Agencia de Protección Ambiental detectó niveles de plomo hasta siete veces superiores al admitido. Esto desató un estado de crisis sanitaria, en el que 100 mil residentes estuvieron expuestos, entre ellos se estima entre 6 a 12 mil niños, cuya causa se debió a la falta de mantenimiento anticorrosivo en las tuberías de plomo.

Por su parte, el caso de Abra Pampa es significativo debido a la presencia de los restos de la planta metalúrgica Metal Huasi, abandonada en 1987. Cuando la planta dejó de operar, quedó un remanente de entre 15 y 20 mil toneladas de desechos con altas concentraciones de plomo. Estas pilas se trasladaron a tres sitios, siendo ellos un predio en el centro del pueblo, un área al lado del arroyo Tabladitas y en la zona donde luego se construiría el Barrio 12 de octubre. Como resultado, la mayoría de la población de Abra Pampa ha estado sobreexpuesta al plomo en el agua, la tierra y el aire del pueblo.

En 2004, científicos de la UBA y del Servicio de Toxicología del Gobierno de Jujuy realizaron tests sobre 144 niños de la localidad, los cuales arrojaron que el 40% de ellos contaban con niveles de plomo superiores a 10 $\mu\text{g}/\text{dl}$. Como referencia, la OMS establece que en el caso de una persona con una concentración de plomo en sangre mayor a 5 $\mu\text{g}/\text{dl}$ (nivel a partir del cual se comprobaron los efectos negativos en la salud intelectual y los impactos neurológicos), se deben identificar las fuentes de exposición al plomo y tomar las medidas adecuadas para reducir y acabar con la exposición; mientras que Centro de Control y Prevención de Enfermedades (CDC) de Estados Unidos cataloga el nivel de 10 $\mu\text{g}/\text{dl}$ como intoxicación.

Posteriormente, en 2007 se realizó otro análisis por parte de investigadores del Grupo INQA (Investigación Química Aplicada), de la Universidad Nacional de Jujuy. En este estudio se comprobó que “el 81% de los niños estudiados tenían niveles de plomo en sangre superiores a 5 $\mu\text{g}/\text{dl}$ ”, con un período de exposición de por lo menos cinco años. Más aún, del total de 234 niños analizados, el 28% tenían valores superiores a 10 $\mu\text{g}/\text{dl}$. Según los investigadores, la variación en los niveles de plumbemia res-

pondía a factores como la edad y la distancia de sus hogares respecto al sitio de los residuos.

En 2006 los vecinos comenzaron a realizar demandas civiles y al año siguiente las autoridades anunciaron un plan de remediación que finalmente se completó en 2017. No obstante, como se comprobó con el segundo estudio, la exposición de la población persistió durante todo el período.

Una demanda en particular fue presentada en 2015 por los padres de un niño que nació con malformaciones genéticas, consistentes en “falta de un riñón, agenesia de pulgar y radio derecho, costillas supernumerarias y anomalías vertebrales”, según se alega en el expediente de la denuncia. La Cámara en lo Civil y Comercial de la Provincia de Jujuy falló en favor de la familia en 2017 y en 2022 quedó la sentencia firme por una suma que, de acuerdo a la actualización de valor correspondiente, ronda los \$10 millones por lo que las cuentas bancarias de la municipalidad fueron embargadas.

Este caso en particular pone de manifiesto los riesgos exponenciales de una alta exposición prolongada al plomo. Si bien su excepcionalidad por el grado de emergencia causado, es importante recordar que, si no se controlan los niveles de plomo, es incierto por cuánto tiempo podría una población estar sujeta a su exposición hasta la aparición de los primeros síntomas.

En efecto, el estudio mencionado de la Universidad de Córdoba considera que “los niveles ambientales de Pb y las alteraciones asociadas a su exposición pueden ser controlados mediante la implementación de políticas de salud pública apropiadas”, las cuales permitan identificar las posibles fuentes para elaborar estrategias de seguimiento y prevención.

Finalmente, los investigadores concluyen: “La intoxicación con Pb es un problema de salud pública, de abordaje integral y complejo. La solución a este problema requiere de una concientización y educación de la población, mediante la implementación de políticas de salud pública continuadas en el tiempo”.

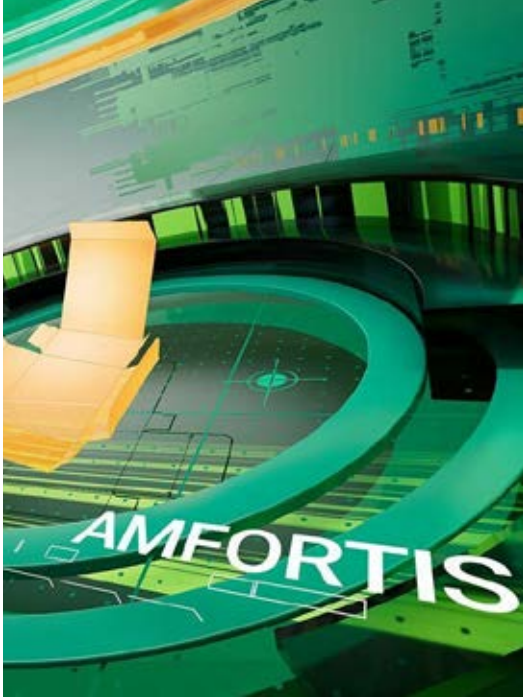
Calidad internacional aplicada a la necesidad local

Tras la exitosa incursión de ECO3 en la oferta de soluciones para el rubro de flexografía, ahora es el turno de poner la lupa en los beneficios que podrá brindar a las empresas gráficas de Argentina.

**Mariano Muniagurria,
Country Manager de ECO3 en Argentina**

En el número anterior de Argentina Gráfica Cromática, Frederik Dehing, Vicepresidente de Ventas y Servicios de ECO3 ofreció en una entrevista un panorama del mercado flexográfico global y el valor de las soluciones que la empresa especializada en insumos gráficos puede aportar a este rubro con sus 150 años de experiencia.

Considerando ahora el escenario específico de Argentina, Mariano Muniagurria, Country Manager de ECO3 en Argentina, nos brinda una mirada de las características del mercado local y cómo podrán sus productos y servicios promover la eficiencia en costos y calidad para los gráficos argentinos.



► **Argentina Gráfica Cromática:** *En su entrevista, Frederik Dehing manifestó el crecimiento sostenido y la importancia del mercado flexográfico global. ¿Qué evaluación hacen de este rubro en Argentina?*

► **Mariano Muniagurria:** Como todas las actividades en nuestro país, el mercado argentino de flexografía ha atravesado la alta volatilidad del contexto de los últimos años. Entre los factores más influyentes se destacan la pandemia, los controles de cambio, las restricciones a la importación y la implementación de la ley de etiquetado frontal.

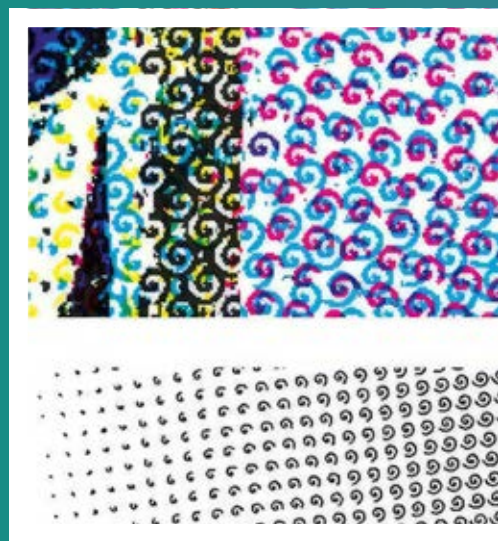
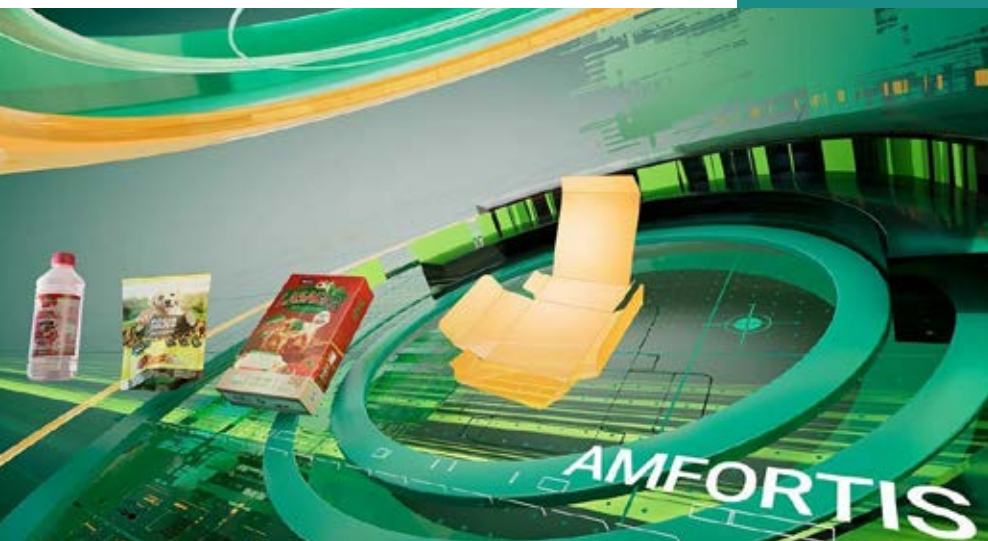
A pesar de estos desafíos, nuestros análisis indican que el volumen de consumo en el sector se ha mantenido relativamente estable. Esto evidencia que la demanda es sólida y resiliente. La necesidad constante de envases y etiquetas, especialmente en industrias esenciales como la alimentaria y la farmacéutica, ha contribuido significativamente a esta estabilidad.

Las empresas han demostrado una notable capacidad de adaptación, lo que ha permitido que el sector mantenga su relevancia y continúe siendo una parte crucial de la cadena de suministro en Argentina. Esta estabilidad en el consumo, a pesar de los desafíos, resalta la importancia del sector flexográfico y su capacidad para responder a las demandas del mercado, incluso en tiempos de incertidumbre.

► **AGC:** *¿Qué puede aportar ECO3 al mundo flexográfico?*

► **MM:** ECO3 aporta una nueva alternativa al mercado de preimpresión flexográfica a través de una solución integral abierta que incluye hardware, software, consumibles y soporte postventa, todo ello atendido por una organización local altamente capacitada.

Con un know-how de más de 100 años en la industria de la imagen, ofrecemos una solución





de consumibles de alta calidad patentada mediante un sistema híbrido con laminación que permite la reproducción de puntos planos desde el 0,3%.

Además, como proveedor líder de software para la industria de las artes gráficas, ECO3, anteriormente conocida como Agfa Offset Solutions, ha estado desarrollando tramas para la industria de la impresión durante más de 40 años, y esa experiencia ahora podrá beneficiar también a los productores de envases flexibles y etiquetas.

› **AGC:** *¿Qué productos ya están disponibles en el mercado local?*

› **MM:** Por el momento disponemos de stock de planchas de espesores 1,14 y 1,7 mm, con opciones de procesado solvente o acuoso y película seca, que no requiere procesado, compatible con equipamiento con cabezales de filmación térmica de 830 nm. Próximamente, también tendremos disponibles planchas de espesor 2,84 mm y una nueva película compatible con cabezales térmicos de 1.064 nm. Vale destacar que en nuestras oficinas de Buenos Aires, contamos con un showroom equipado con un sistema completo para consumibles de base agua que permite realizar demostraciones en vivo, e incluso de forma remota a través de un sistema de cámaras.

› **AGC:** *Siendo ECO3 especialista en planchas, ¿Qué características tendrán las planchas flexo? ¿Qué ventajas tendrán las gráficas al usarlas?*

› **MM:** Las ventajas de nuestra tecnología se destacan en la capacidad de reproducción precisa de puntos planos 1 a 1, que, gracias a nuestro avanzado sistema de laminado, maximiza el potencial de nuestros exclusivos sistemas de tramado. Además, la automatización de los procesos en el flujo de trabajo no solo mejora la eficiencia, sino que también permite ofrecer un mejor servicio a un menor costo. Esta combinación de alta calidad y eficiencia en el proceso de filmación garantiza que nuestros clientes obtengan los mejores resultados posibles a un costo reducido.

› **AGC:** *¿Cómo pueden las gráficas argentinas aprovechar todo el potencial de estos productos?*

› **MM:** Las gráficas de nuestro país podrán aprovechar al máximo esta nueva tecnología gracias al know-how de nuestra casa matriz, complementado



con el robusto soporte de nuestra organización local. Esta sinergia garantiza que las empresas argentinas cuenten con la experiencia global y el respaldo técnico cercano necesarios para implementar y optimizar el uso de tecnologías de vanguardia en sus procesos de impresión.

› **AGC:** *¿Qué mejoras ofrece el sistema Spir@l a la impresión flexográfica?*

› **MM:** Las ventajas de la tecnología Spiral incluyen la reducción y hasta la eliminación del moiré, una mejora en la reproducción de “colores puros”, especialmente en los tonos azules, degradés más suaves y un mayor nivel de detalle en las imágenes.

› **AGC:** *¿Cómo se integra el sistema Amfortis con los equipos MAGIS?*

› **MM:** Amfortis se integra de manera transparente con los sistemas de filmación MAGIS y ofrece la capacidad de funcionar como un hub de producción centralizado. Esto permite dirigir los trabajos a diferentes sistemas de impresión, ya sean offset, flexo o digital, todo desde una única interfaz.

› **AGC:** *¿Cómo fue la respuesta local ante este anuncio al mercado?*

› **MM:** En Argentina, ya hemos instalado el primer sistema completo de Latinoamérica, lo que demuestra no solo la confianza de nuestros clientes en nuestra propuesta, sino también la continua disposición del mercado gráfico argentino para invertir en tecnología avanzada. Además, hemos recibido un enorme interés en nuestra nueva alternativa de consumibles, subrayando la demanda por soluciones innovadoras de un proveedor confiable y reconocido en el mercado.

› **AGC:** *¿Cuáles son las expectativas de ECO3 en esta nueva incursión?*

› **MM:** Brindar al mercado una alternativa integral que combina el valor de nuestra organización local con productos de tecnología de punta. Nuestro compromiso es brindar la máxima calidad de forma consistente y sustentable en un mercado que continúa desarrollándose y creciendo. Esta combinación garantiza que nuestros clientes reciban soluciones innovadoras y confiables, respaldadas por un soporte técnico cercano y eficiente gracias a una organización local que lleva 110 años de presencia ininterrumpida en Argentina.

PRIMASET



IMPREFIX
Coatings al agua

Ω
OMEGA

ZELLER+GMELIN

huber
group
Hostmann-Steinberg

mf
INKS



Barnices UV

Ω
OMEGA



PHOENIX Xtra BLANKETS

Ω
OMEGA



OFFSET

FLEXO

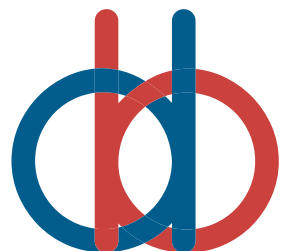
EQUIPOS

DIGITAL

SUSTRATOS

TERMINACION

www.dbdistribuidora.com



DISTRIBUIDORA ARGENTINA S.A.

UPMRAFLATAC

ibema



Naciones Unidas

En 2015 la ONU estableció 17 objetivos de agenda internacional a cumplir hacia 2030. Cada año, se publica una revisión del cumplimiento de cada uno. Argentina Gráfica Cromática comparte el análisis de los objetivos relacionados a la economía e industria global.



Economía e Industria: Objetivos 2030

En la serie de sesiones 2024, finalizada el pasado 24 de julio, del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas trató el Informe de la Secretaría General sobre los “Progresos realizados para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible”.

Los 17 objetivos planteados son de temáticas diversas, desde “poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo” hasta garantizar el acceso universal al agua potable, la educación, proteger los océanos o “lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles”. En este sentido, el Informe manifiesta que “solamente están en vías de consecución el 17% de las metas”.

Entre las causas que generaron, o aún generan, dificultades en el avance de estos objetivos, se destacan la irrupción de la pandemia de COVID-19, así como también “el creciente número de conflictos, las tensiones geopolíticas y comerciales y los cada vez peores efectos del cambio climático”.

Puntualmente, los objetivos 8 y 9 refieren al crecimiento económico sostenido y a promover la industrialización. A continuación, se transcribe el reporte sobre estos dos objetivos, los cuales

analizan datos y estadísticas de escala mundial.

Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

Los progresos hacia el logro del Objetivo 8 afrontan problemas derivados de los efectos de la pandemia de COVID-19, las tensiones comerciales, el aumento de la deuda en los países en desarrollo, los conflictos y las crisis geopolíticas, que en conjunto suponen una amenaza para el crecimiento económico mundial. A pesar de la resiliencia de los mercados de trabajo, las perspectivas de justicia social se han visto erosionadas por los avances desiguales realizados en la recuperación pospandémica, la disminución de la protección de los derechos laborales y la aparición de nuevas vulnerabilidades. Se prevé que las perspectivas del mercado de trabajo empeoren en un contexto de aumento del desempleo y ralentización del crecimiento en 2024, lo que exacerbará la desigualdad de los ingresos y dificultará que las mujeres reciban una remuneración equitativa y que la juventud tenga acceso a trabajo decente. Para lograr el Objetivo 8 se requieren políticas

que fomenten el crecimiento económico haciendo hincapié en la justicia social y el empleo inclusivo.

PBI MUNDIAL

Tras el drástico descenso, del 3,9%, registrado en 2020 a causa de la pandemia de COVID-19, en 2021 la economía mundial se recuperó, y en particular el PBI real per cápita mundial aumentó un 5,3%. No obstante, en 2022 el crecimiento se ralentizó hasta el 2,2% y se prevé que en 2023 siga haciéndolo hasta situarse en el 1,0% para después, en 2024 y 2025, recuperarse en cierto grado, situándose en el 1,8% y el 1,5%, respectivamente. En el caso de los países menos adelantados, el crecimiento del PBI real pasó del 5,1% en 2019 al 0,7% en 2020, si bien posteriormente se recuperó, ya que en 2021 fue del 3,8% y en 2022 del 4,6%. En estos países se espera que el crecimiento aumente hasta el 4,4% en 2023 y el 5,5% en 2024; sin embargo, según lo previsto, en 2025 se ralentizará y se situará en el 4,9%.

CRECIMIENTO PRODUCTIVO

En 2022 y 2023 el crecimiento de la productividad se estancó por debajo del 0,5%. Este lento creci-



miento contrasta en gran medida con el del período prepandémico 2015-2019, cuando fue de más del 1,5%. La pandemia interrumpió drásticamente esa tendencia: en 2020 se produjo un marcado descenso porque la producción se redujo más rápido que el empleo, si bien esta circunstancia se compensó por completo con un breve repunte de la productividad en 2021. El lento crecimiento de la productividad registrado recientemente supone un riesgo para el desarrollo económico y el nivel de vida, dado el crucial papel que desempeña como factor impulsor del crecimiento económico en general.

ECONOMÍA INFORMAL

En 2023 más de 2.000 millones de las personas empleadas lo estaban en la economía informal, cifra que constituye el 58.0% de la fuerza de trabajo mundial. Se prevé que en 2024 este porcentaje disminuya mínimamente hasta situarse en el 57,8%. La informalidad ha disminuido menos de un punto porcentual desde 2015, por lo que los avances son, con mucho, demasiado lentos como para que se alcance la formalización generalizada de la economía en el futuro próximo.

TASA DE DESEMPLEO

En 2023 la tasa mundial de desempleo no solo se recuperó hasta situarse por debajo del nivel prepandémico, sino que, con un 5,1%, alcanzó el nivel más bajo registrado desde 2000. Sin embargo, las previsiones indican que en 2024 el desempleo aumentará ligeramente, ya que habrá aproximadamente 2 millones de personas desempleadas más, con lo que la

tasa de desempleo será del 5,2%. Las mujeres y la juventud siguen experimentando una tasa de desempleo mayor que los hombres y los adultos, respectivamente, a nivel mundial y en la mayoría de las regiones.

FUERZA LABORAL JOVEN

En 2023 la proporción de jóvenes que no trabajaban ni estudiaban ni recibían formación a nivel mundial era del 21,7%, con lo que se redujo considerablemente desde 2020 y se aproximó bastante a la base de referencia de 2015, a saber, el 21,8%. Se prevé que esa proporción se mantenga hasta 2025. Es crucial intensificar las iniciativas encaminadas a reducir tal proporción, prestando atención a las jóvenes, ya que, a nivel mundial, siguen teniendo más del doble de posibilidades que los jóvenes de no trabajar ni estudiar ni recibir formación.

RIESGOS DE TRABAJO

En el plano mundial, muchos trabajadores enfrentan riesgos considerables en el lugar de trabajo, y los accidentes laborales siguen siendo frecuentes. En 11 de 93 países que disponían de datos se notificaron más de 10 lesiones mortales relacionadas con el trabajo por cada 100.000 trabajadores. Además, en la mitad de los 96 países que disponían de datos hubo más de 641 lesiones no mortales por cada 100.000 trabajadores.

A nivel mundial, entre 2015 y 2022 el grado medio de cumplimiento nacional de los derechos laborales se redujo un 7 %, reducción que se observa en países

tanto desarrollados como en desarrollo y se ha acentuado en todas las regiones desde 2020. Los datos más recientes indican que las crisis en curso han dado pie al aumento de las violaciones de los derechos laborales en la práctica, en particular de las violaciones de las libertades civiles fundamentales de los trabajadores, los empleadores y sus organizaciones, lo cual es alarmante.

SERVICIOS FINANCIEROS

Desde 2015 el acceso mundial a servicios financieros ha aumentado, pero en los últimos años se han producido cambios en los métodos de acceso. El número de cajeros automáticos por cada 100.000 adultos pasó de 64,6 en 2015 a 63,9 en 2022, mientras que el número de sucursales de bancos comerciales pasó de 15,0 a 13,7 por cada 100.000 adultos. La pandemia de COVID-19 aceleró la transición al acceso a servicios financieros por medios digitales, lo que queda patente dada la disminución del número de sucursales bancarias registrada a nivel mundial, salvo en Asia Central, Asia Meridional y África Subsahariana.

Según la edición de 2021 de la base de datos sobre la inclusión financiera en el mundo, el 74% de los adultos tienen cuenta bancaria, pero el 41% carecen de resiliencia financiera. Por resiliencia financiera se entiende poder acceder a fondos adicionales equivalentes al 5% del ingreso nacional bruto per cápita del propio país en el plazo de 30 días desde que se produce una crisis financiera, como una emergencia sanitaria o la pérdida del empleo.



La resiliencia financiera varía según la zona geográfica: Asia Meridional es la región menos resiliente (solo el 32%) mientras que Asia Oriental es la más resiliente (77%).

PLANES DE EMPLEO JUVENIL

En 2023 menos de la mitad de los países que reportaron datos (36 de 87) habían implementado una estrategia nacional de empleo juvenil. Un tercio de esos países tenían una estrategia, pero no disponían de pruebas claras de su implementación, mientras que la quinta parte estaban en proceso de elaborar una estrategia.

Objetivo 9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación

Desde 2022 el sector manufacturero ha estado estancado debido a la inestabilidad geopolítica, la inflación, los problemas logísticos, la subida de los costos de la energía y la desaceleración económica mundial en general. La proporción que representa el empleo del sector manufacturero en relación con el empleo total ha disminuido. Si bien la intensidad de las emisiones de dióxido de carbono en el sector se ha reducido, no se han alcanzado los valores fijados como objetivo para 2030. Para avanzar a mayor velocidad hacia el Objetivo 9 conviene hacer hincapié en la aceleración de la transición verde, priorizar estratégicamente los sectores y abordar las desigualdades que existen en los sectores digital y de la innovación.





ACTIVIDAD DEL SECTOR MANUFACTURERO

En 2021 el sector manufacturero experimentó una fuerte recuperación, pero el crecimiento se ha mantenido en torno al 2,7% desde 2022 y se prevé que esta cifra se mantenga también en 2024. Pese a este estancamiento, el valor añadido manufacturero mundial per cápita aumentó un 16% entre 2015 y 2023 y fue de 1.922 dólares per cápita. Existen marcadas diferencias entre regiones: América del Norte y Europa alcanzaron el máximo histórico de 4.986 dólares per cápita, mientras que África Subsahariana se estancó en 163 dólares.

Desde 2015 la proporción que representa el empleo del sector manufacturero en relación con el empleo total a nivel mundial ha sufrido fluctuaciones: en 2015 era del 14,3%, en 2020 se redujo al 14,2% y en 2021 mejoró ligeramente, pero en 2022 disminuyó hasta el 14,1%. Además, presenta grandes disparidades en función de la región: si bien en África Subsahariana y en Asia Central y Meridional aumentó ligeramente, en otras zonas geográficas disminuyó, como en Australia y Nueva Zelanda, donde se experimentó el mayor descenso, de 0,5 puntos porcentuales, en 2021 y 2022. Estas tendencias ponen de manifiesto los efectos que están teniendo las crisis en el crecimiento del empleo en el sector manufacturero.

ESTADO DE LAS PYMES

Las pequeñas empresas afrontaron una mayor vulnerabilidad, en particular en los países de ingreso bajo. Según datos de estu-



dios correspondientes al período 2006-2023, en el transcurso de esos años solo obtuvieron préstamos o líneas de crédito el 16,9% de las pequeñas industrias manufactureras de África Subsahariana, frente al 45,4% de las de América Latina y el Caribe. Ello deja patente que la incertidumbre repercute en el acceso de las pequeñas empresas a flujos de inversión y servicios financieros, lo que socava su resiliencia y su adopción de nuevas tecnologías.

EMISIONES DE CO2

A nivel mundial, las emisiones de dióxido de carbono por unidad de PBI han disminuido gradualmente; entre 2015 y 2021 se redujeron un 11,5%, y en el sector manufacturero se observó una reducción del 16,0%. Pese a estas positivas tendencias, las emisiones de dióxido de carbono derivadas de la quema de combustible alcanzaron un máximo histórico en 2021, en concreto 33,6 gigatoneladas, y las emisiones del sector manufacturero también alcanzaron el máximo histórico desde 2014, a saber, 6,1 gigatoneladas. Estas cifras ponen de manifiesto que la intensidad de las emisiones de dióxido de carbono no se está reduciendo lo suficiente como para lograr disminuir de manera considerable las emisiones en general a nivel mundial.

INVERSIÓN EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Tras reducirse en 2020, el gasto mundial en investigación y desarrollo pareció volver al nivel pre-pandémico en 2021: del 1,72% del PBI en 2015 pasó al 1,93% en 2021. No obstante, en muchas

economías en desarrollo dicho gasto es inferior al 1,00% del PIB.

El número de investigadores por cada millón de habitantes pasó de 1.143 en 2015 a 1.352 en 2021. En América del Norte y Europa y Australia y Nueva Zelanda esta cifra triplica la media mundial (4.050 y 4.696 en 2021, respectivamente), mientras que en África Subsahariana es considerablemente inferior, de 96 investigadores por cada millón de habitantes. Además, las mujeres siguen estando infrarrepresentadas, ya que en 2021 constituyeron apenas el 31,5% del personal investigador.

VALOR AGREGADO

La tendencia gradualmente al alza del valor añadido por la industria manufacturera de mediana y alta tecnología, que pasó del 46,3% en 2015 al 46,9% en 2019, se vio brevemente interrumpida por la pandemia de COVID-19 en 2020, cuando cayó al 46,8%. Pese a la incertidumbre y a los problemas económicos, el sec-

tor se mostró resiliente, con una ligera reducción de 0,67 puntos porcentuales en 2021. En Asia Oriental y Sudoriental el sector fue el responsable de aproximadamente el 50,6% del total de la manufacturación en 2021, mientras que en África Subsahariana lo fue de sólo el 18,3%.

ACCESO A LAS TIC

El 95% de la población mundial tiene acceso a la banda ancha móvil (3G o superior), mientras que en 2015 la cifra era del 78%. En la mayoría de los países en desarrollo esta tecnología es el principal medio, y a menudo el único, de conectarse a Internet. No obstante, conectar a la red al 5 % de la población restante está siendo complicado. En Oceanía (excluidas Australia y Nueva Zelanda), por ejemplo, sigue sin tener acceso a la banda ancha móvil el 31 % de la población, y en África Subsahariana, aunque el porcentaje de población sin acceso se está reduciendo, sigue siendo bastante elevado, del 17%, y afecta a África Central y Occidental en particular.

COMENTARIO FINAL DE FAIGA

Como conclusión de los datos obtenidos se puede destacar un pasaje final de la introducción del documento: “Como se indica en el presente informe, se necesitan urgentemente cooperación internacional y medidas decisivas para recuperar el espíritu y la determinación que dieron pie a la Agenda 2030 hace nueve años.”

En cuanto a la Industria Gráfica de Argentina, FAIGA ha ratificado en 2023 el Convenio firmado originalmente en 2005 con UNI Gráficos Sindicato Global, en el cual se acordó el fortalecimiento de la capacitación y la formación continua en el oficio para una mejor oferta laboral, la implementación de la tecnología digital y robótica como complemento de una mano de obra especializada, y propiciar la creación de ambientes de trabajo saludables y armónicos.



Valores urbi et orbi

En el año del centenario de Suzano, continuamos su conmemoración conociendo más de su representante exclusivo en Argentina, Stenfar. Empresa que no solo representa al gigante brasileño en la comercialización de sus productos, sino también en sus valores y ética laboral.



Graciela Voichuk, Jefa de Ventas de Stenfar

Un viejo adagio pregona que una cadena solo es tan fuerte como el más débil de sus eslabones.

Suzano es el mayor productor de pulpa en el mundo, y de papel en Latinoamérica, con presencia en más de 100 países. Para sostener este volumen de negocios, es imprescindible afianzar alianzas comerciales con actores comprometidos con los mismos objetivos y, sobre todo, valores.

En Argentina, Stenfar representa a Suzano y su Jefa de Ventas, Graciela Voichuk, en una entrevista con Argentina Gráfica Cromática nos ofrece un

panorama de lo que significa formar parte de este sólido grupo de trabajo transnacional.

› **Argentina Gráfica Cromática:** *¿Desde cuándo trabajás en la empresa y cuándo inició tu carrera en la industria gráfica?*

› **Graciela Voichuk:** Ingresé a Stenfar en el año 2000, y ese fue mi primer contacto con la Industria Gráfica. Fue un gran desafío porque venía del área de servicios en una multinacional, y me encontré con un mundo totalmente desconocido. Acá aprendí y sigo aprendiendo permanentemente, y hoy sigo esforzándome día a día para poder dar respuesta a las exigencias del negocio.



▸ **AGC:** - *¿Cómo está compuesto el equipo comercial de Stenfar?*

▸ **GV:** Sin duda, el equipo comercial es una de las fortalezas de Stenfar. El área está integrada por la Gerencia Comercial, a cargo de Susana Franco, con una enorme experiencia y conocimiento del negocio gráfico. Ella es conocida por todos y, sobre todo, conocedora de todos. Entre uno de sus grandes logros, destaco el de formar a tanta gente. También reconozco en cada uno de los integrantes del equipo y, por supuesto también en mí, su legado. Desde nuestros Gestores Comerciales, hasta los colaboradores especialistas técnicos, que han transformado un oficio en una profesión jerarquizando con un nivel de compromiso alto, alineados a la cultura y a la estrategia comercial de Stenfar Suzano.

Tampoco puedo dejar de nombrar a los colaboradores de Venta Telefónica, totalmente capacitados para atender la demanda del mercado. Son profesionales y dedicados, con estándares de calidad elevados y listos para atender a sus clientes, adaptándose rápidamente a los cambios que la tecnología y el mercado demandan.

Y, finalmente, contamos con Soporte Comercial, que realiza las tareas de back office, que son ni más ni menos que el punto final, para que cada operación se realice con éxito.

▸ **AGC:** *Desde hace más de 66 años están presentes en la industria gráfica como proveedores de papeles y cartulinas, ¿Hacia dónde ha evolucionado este servicio?*

▸ **GV:** Definitivamente, calidad de producto y nivel de servicio son los conceptos que mejor definen la

evolución de Stenfar Suzano como distribuidora, es la característica que nos posiciona como uno de los referentes en el mercado.

Trabajamos rigurosamente, para adaptarnos a los cambios que la coyuntura plantea, intentando ser creativos, al momento de desarrollar herramientas que permitan garantizar la continuidad de los negocios. Hacemos foco en el servicio al cliente como conducta rectora en todas nuestras decisiones y estrategias comerciales. Ofrecer productos de calidad, dar garantías de ellos y estar cerca de nuestros clientes atendiendo sus necesidades, es la fórmula que nos permitió llegar hasta aquí.

▸ **AGC:** *Cuando nació la empresa, la tecnología gráfica era muy diferente a la actual, ¿Cómo han ido enfocando la actualización tecnológica?*

▸ **GV:** Este ha sido un proceso de cambio gradual, en el que también incluyo las influencias sociales y culturales. En este punto, creo que la presencia activa de Suzano en Argentina ha sido clave. Una empresa que desarrolla productos sostenibles e innovadores, de calidad premium y que ha entendido muy bien la necesidad de cambio en la forma de producir como consecuencia de la transformación en el modo de consumir.

Con respecto a Stenfar concretamente, hemos interpretado las exigencias que los cambios tecnológicos han ido demandando, y fuimos trabajando sobre cada uno de nuestros procesos, en busca de calidad y precisión. Considero que logramos ser vanguardistas en este sentido. Un ejemplo fue la incorporación de cortadoras de alta precisión, ofre-



ciendo un servicio que es distintivo por calidad. Esto incluye a todo el proceso, desde que se selecciona la bobina, la forma en la que ingresan en circuito, el proceso de control en línea, y el embalaje. Otro punto a destacar es el desarrollo de nuevos productos junto a Suzano Brasil, inspirados por la necesidad de dar respuestas cada vez más sostenibles.

▸ **AGC:** *¿Qué acciones tienen pensado llevar a cabo para este momento difícil del país?*

▸ **GV:** El momento es desafiante, el mercado ha cambiado y es un escenario muy diferente. Claramente, no se puede avanzar haciendo lo mismo, es necesario adaptarse y no paralizarse. Por eso estamos llevando adelante una estrategia comercial planificada. Hoy en día es fundamental tener un plan para alcanzar nuestros objetivos.

Pero también, este plan tiene el foco en el cliente. Ésta es nuestra fuente de inspiración, considerando el por qué y para qué de todas nuestras acciones. Este foco nos lleva a incorporar cierta flexibilidad en ofrecer alternativas a medida de cada cliente, con diferentes modalidades de negocio, diversificación explorando nuevas oportunidades y la innovación con desarrollos de nuevos productos y mercados.

Todo esto, por supuesto, apuntalado con una comunicación efectiva, manteniendo un contacto permanente con los clientes

▸ **AGC:** *¿Qué expectativas tienen para este segundo semestre?*

▸ **GV:** Muchas expectativas. Tengo sólo dos certezas, que no será fácil ni rápido, pero, afortunada-

mente trabajamos para una industria que está en evolución constante, que invierte, se profesionaliza y se desarrolla y allí es donde deposito todo mi optimismo, inspiración y motivación.

▸ **AGC:** *¿Cómo es formar parte de Suzano? ¿En qué cambió la perspectiva de Stenfar?*

▸ **GV:** Es un verdadero orgullo formar parte del Grupo Suzano, una empresa que está cumpliendo cien años porque tiene un absoluto compromiso con el medio ambiente, desarrolla productos renovables y tiene más de 40 mil empleados, entre propios y subcontratados. En esta magnitud, Suzano llega con sus productos a más de 100 países en el mundo, contando con terminales comerciales en 10 países, y en todos los lugares que está presente crea un entorno diverso, promueve la pluralidad, diversidad e inclusión. Realmente Suzano es una compañía que inspira y transforma, que desafía constantemente a dar la mejor versión de cada uno de nosotros.

▸ **AGC:** *¿Cuáles considerás que sean las fortalezas que destacan a Stenfar Suzano de la competencia?*

▸ **GV:** Principalmente, buscamos marcar la diferencia a partir de cuatro pilares, que podemos englobar en Calidad de Producto, Conocimiento del negocio, Calidad de Servicio y Profesionalismo.

▸ **AGC:** *Dentro del catálogo de productos ¿Cuál de ellos considera que es su producto estrella?*

▸ **GV:** Actualmente, la cartulina TP White Plus® sin dudas es la más completa del mercado. Es la Triplex,



ideal para quienes buscan rigidez, alta blancura, excelente presentación y resultados en las más variadas aplicaciones del segmento de embalajes.

› **AGC:** *Recientemente, han modernizado sus instalaciones y siguen en obra, ¿Cuál es la motivación?*

› **GV:** Valoramos a nuestro equipo y necesitamos ofrecerles un lugar donde esto se demuestre en los hechos. Hablamos de un lugar agradable, donde se sientan a gusto y orgullosamente puedan recibir visitas de clientes y proveedores. Este espacio compartido necesita continuar estimulando el trabajo en equipo y la integración. Hemos renovado totalmente nuestro sector de oficinas y ahora estamos en obra para mejorar otras áreas nodales.

› **AGC:** *¿Qué novedades podemos esperar de Stenfar Suzano para el 2024? ¿Qué tendencias de productos y oportunidades de negocio ven en Stenfar Suzano?*

› **GV:** Como siembre, buscamos adaptarnos al escenario que suceda y acompañar bien de cerca a nuestros clientes.

Suzano Brasil trabaja en innovación y por eso siempre tenemos novedades en nuestro catálogo de productos, como Lin y Bluecap, entre otros.

El papel Bluecup® es una cartulina creada para el uso de vasos y envases descartables. Está elaborado con fibras vírgenes blanqueadas de eucalipto.

Bluecup combina inteligencia sustentable con tecnología, ofreciendo al mercado un artículo para envases productos fríos o calientes.

El papel LIN® fue desarrollado especialmente para el mercado de cartulinas para contenedores o cajas de cartón corrugado. Su resistencia permite su uso como papel ondulado, o entre capas, pudiendo usarlo también como funda exterior de cajas.

› **AGC:** *¿Qué novedades recientes, además de los 100 años de Suzano, podés compartirnos?*

› **GV:** Recientemente Suzano adquirió en Estados Unidos dos fábricas de Pactiv Evergreen por us\$110 millones. Las unidades producen cartulina y están ubicadas en Arkansas y Carolina del Norte.

La transacción ampliará la presencia de Suzano en América del Norte y marcará la entrada de la compañía al mercado de envases para el consumidor y el servicio de alimentos en la región.

Además de la adquisición de las fábricas, Suzano también formalizó un acuerdo de largo plazo con Pactiv Evergreen para continuar suministrando cartón utilizado en envases de líquidos en las unidades de conversión de la empresa norteamericana.

Y, por supuesto, siguen los avances en Proyecto Cerrado, uno de los proyectos más grandes y audaces en la historia de Suzano, orientado no solo a la inversión productiva sino a cambiar la realidad socioeconómica de la comunidad en Ribas do Rio Pardo.

Speedmaster CX 104



La solución de impresión para packaging



Easymatrix 106 CS



Diana Easy 115

La solución de impresión de embalajes,
ideal para pequeñas y medianas empresas.

business partner of
HEIDELBERG

HAGRAF 

info@hagraf.com
www.hagraf.com



PAPEL REU

DE CRISTAL

Una reciente investigación en China produjo un importante avance en el desarrollo de papeles reutilizables a base de cristales fotónicos sensibles. A continuación, Argentina Gráfica Cromática reproduce un resumen de la publicación de sus hallazgos.



TILIZABLE

FOTÓNICO



1. Introducción - FIGURA 4

En los últimos años, la preocupación por el impacto medioambiental de la producción de papel ha llevado al desarrollo de tecnologías innovadoras para la fabricación de papel sostenible. Como uno de los materiales cromogénicos, los cristales fotónicos sensibles (PC) se han investigado ventajosamente para crear papel fotónico regrabable. Los PC son estructuras dieléctricas periódicas que poseen una banda prohibida fotónica (PBG) capaz de controlar la propagación de la luz a una longitud de onda específica. Se han descrito con frecuencia numerosas aplicaciones, como la detección, la visualización, la lucha contra la falsificación y la reescritura, entre otras. La implementación de la tecnología del papel de PC regrabable ofrece importantes ventajas ecológicas y de conveniencia. Esta innovación tiene la capacidad de reducir sustancialmente el impacto medioambiental y mejorar la sostenibilidad en el proceso de fabricación del papel. A pesar de las ventajas de las técnicas tradicionales de escritura repetible, como el empleo de respuestas a base de agua o disolvente, suelen estar limitadas por la difusión, que compromete la precisión del proceso de impresión, lo que reduce la eficacia del método para lograr el resultado deseado. Por lo tanto, se requieren enfoques alternativos para mejorar la precisión y fiabilidad del proceso de impresión.

Los cristales fotónicos con memoria de forma (SMPC) son una nueva clase de materiales inteligentes que responden directa y rápidamente a estímulos externos, sin fenómenos de difusión significativos. Estos materiales combinan dos conceptos distintivos: Los PC y los polímeros

con memoria de forma (SMP) con capacidad de respuesta, que pueden deformarse y fijarse en un estado temporal mediante diversas técnicas y, posteriormente, restaurarse a su estado original al ser expuestos a estímulos externos. Estudios anteriores han demostrado métodos prometedores para producir papeles de PC regrabables utilizando SMP, que pueden cambiar de color y configuración entre estados permanentes y temporales mediante fuerza, calor, disolventes y campos eléctricos. El comportamiento único de memoria de forma es el resultado de configuraciones programables cerca de la temperatura de transición de fase (T_g), lo que aporta importantes ventajas para los dispositivos biomédicos, la electrónica blanda y los actuadores blandos.

Aunque en nuestro trabajo anterior logramos una impresión reversible de alta resolución exponiendo las líneas preimpresas a un láser infrarrojo, esta técnica sigue enfrentándose a problemas de difusión térmica cuando aumentan las áreas impresas o el tiempo de irradiación. Aunque los papeles de PC reescribibles que para escribir utilizan campos eléctricos y magnéticos externos, en lugar de tintas, han mejorado mucho la velocidad de escritura/impresión debido a la rápida velocidad de respuesta de los PC con respuesta eléctrica/magnética, siguen enfrentándose a problemas como que la información se pierde rápidamente una vez que se retira el campo externo.

Además, los complejos procedimientos de fabricación y los requisitos de embalaje adicional limitan el alcance de la fabricación a bajo costo y a escala de dichos papeles de PC regrabables.

Figura 4

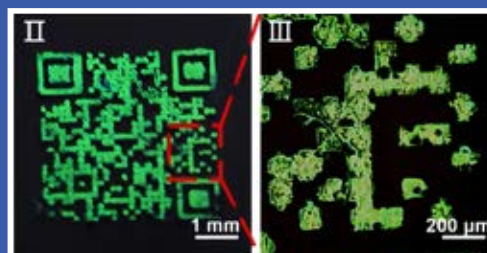
Afortunadamente, los papeles de PC SMP sensibles a la prensa pueden resolver estos problemas a los que nos enfrentamos en los papeles de PC reescribibles, especialmente las difusiones, ya que no hay efecto de difusión en la prensa ni fuerzas externas. Además, existen dispositivos de impresión convencionales, como las impresoras matriciales, que pueden aplicarse sin ninguna modificación en esta técnica, evitando complicados dispositivos de impresión incompatibles con las técnicas de impresión más modernas.

En este estudio, presentamos un novedoso SMP sensible a la presión combinado con una estructura de PC periódica, que permite la impresión de patrones de PC de alta precisión. Nuestros papeles SMPC reescribibles, compuestos de diacrilato de polietilenglicol (400) (PEGDA) y copolímeros de polietilenglicol (PEG), presentan una respuesta directa inducida por la presión y una estabilidad excepcional, junto con una transmitancia relativamente elevada. Para mejorar la precisión de la impresión, utilizamos un cabezal de impresión accionado por una impresora de agujas para transferir los datos preprocesados a la película columna por columna. La información impresa en el papel SMPC puede conservarse de forma duradera en condiciones ambientales, y también puede borrarse con agua, lo que permite su reutilización. Gracias a sus extraordinarias características, creemos que este innovador papel SMPC reescribible tiene un notable potencial en diversas aplicaciones, como papeles de oficina, pantallas inteligentes, etiquetas contra la falsificación y adornos multicolor.

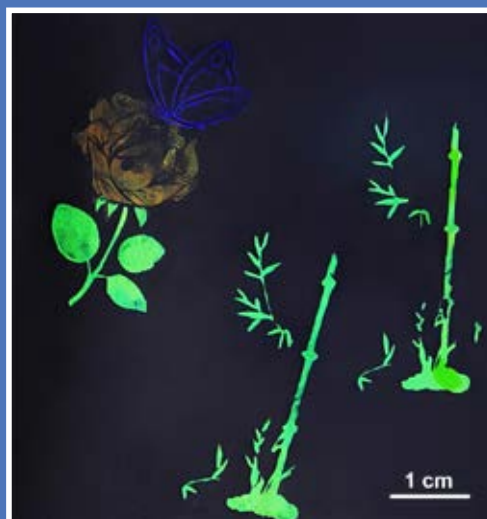
A



B



C



2. Resultados y debate - FIGURA 4

• 2.1 Fabricación y Caracterización de los nuevos films SPMC

Este estudio proporciona un enfoque novedoso para crear películas opalescentes inversas con colores estructurales sintonizables, que podrían tener importantes aplicaciones en el campo de los dispositivos fotónicos. En comparación con los papeles SMP publicados anteriormente, se puede evitar el uso de PEGDA con mayor peso molecular (1.000 Mw) o poliuretano que tiene estructura de separación de fases, por lo que se reduce el costo de los papeles SMP PC y se obtiene una alta transmitancia por la excelente miscibilidad de las cadenas de PEG y la red de PEGDA.

• 2.2 Efectos de la Memoria de Forma y Mecanismo de las películas opalescentes inversas de SPMC

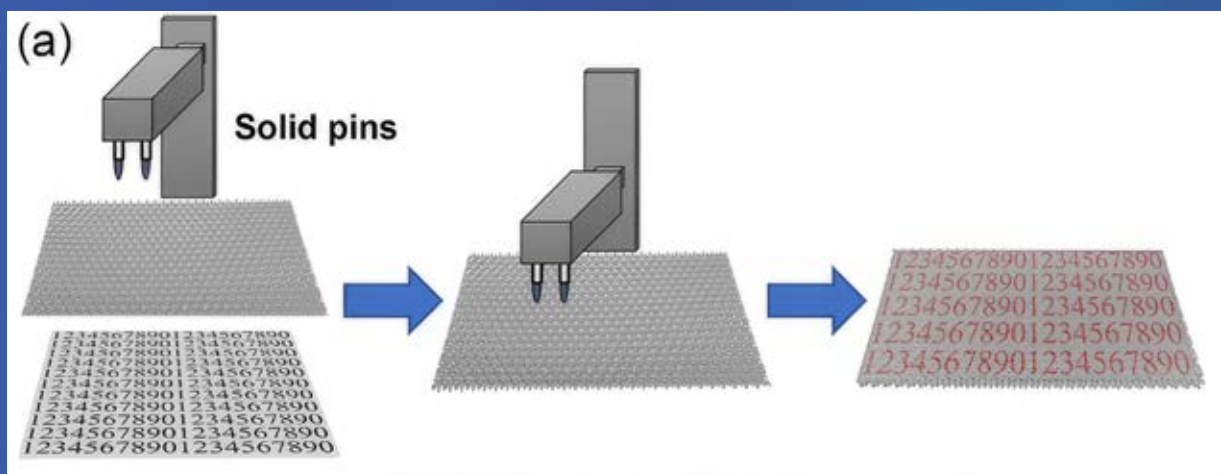
Las membranas de PC opalinas inversas, que se fabricaron utilizando

sílice como plantillas de estructura, presentaban colores iridiscentes brillantes cuando se sumergían en agua, lo que confirmaba el mantenimiento de sus estructuras ordenadas de poros tridimensionales. Sin embargo, al secarse fuera del agua a temperatura ambiente, la membrana perdió su estructura y adquirió un aspecto incoloro y translúcido.

Las imágenes transversales de microscopio electrónico de barrido (SEM) de la membrana secada con agua mostraban claramente nanoestructuras colapsadas y desordenadas, lo que indicaba el colapso de las estructuras ordenadas.

Por lo tanto, la evaporación del agua en las estructuras porosas puede lograr la transición del orden al desorden. Esta observación pone de relieve el potencial del uso del agua como disolvente ecológico y no tóxico para lograr transiciones estructurales en dispositivos fotónicos, ofreciendo una alternativa eco-

Figura 5





lógica y sostenible a los procesos de programación tradicionales.

Sorprendentemente, los nuevos SMP sensibles a la presión demostraron propiedades SM excepcionales a nanoescala, lo que les permitió actuar como papeles regrabables multicolor que pueden escribirse y borrarse fácilmente.

- 2.3 Impresión Multicolor en los Papeles SPMC

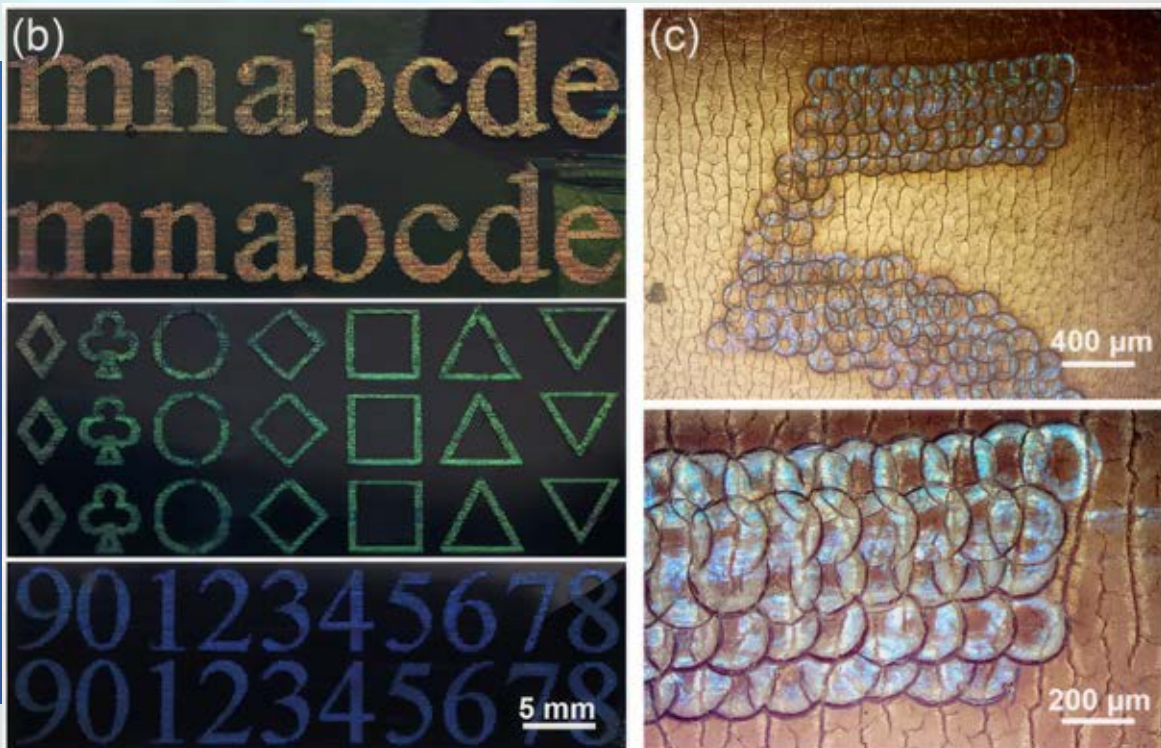
La impresión 3D DLP puede proporcionar sellados de alta precisión para la impresión de compresas con patrones en los papeles SPMC. En un proceso típico de impresión 3D, las formas se diseñaron y cortaron mediante software informático y, a continuación, se utilizaron numerosas imágenes seccionales para iluminar y curar la resina capa a capa.

La alta transparencia de la película de SPMC también permite la impre-

sión multicolor simplemente apilando películas de SPMC impresas con diferentes colores de estructuras preparadas cambiando el diámetro de las microesferas de sílice, para lo que se requiere una impresión compleja y de alta precisión.

Para evaluar la capacidad de escritura del novedoso papel, se han empleado imágenes con estructuras complejas para ser copiadas mediante el uso de papeles SPMC, como una flor, un nudo tradicional chino, un árbol, etc. Como se muestra en la Figura 4a, se comprobó que las figuras se imprimían con éxito en los papeles, mostrando colores vivos y alta resolución. Para seguir evaluando la precisión de impresión del nuevo papel SPMC, se imprimió un código QR que almacenaba la información del "Laboratorio de Química de la Radiación de la Universidad de Aeronáutica y Astronáutica de Nanjing" en las películas templadas a partir de mi-

Figura 6



PAPEL REUTILIZABLE DE CRISTAL FOTÓN

croesferas de sílice de 316 nm, que podía descodificarse correctamente con un teléfono móvil (Figura 4b-I). Reduciendo aún más el tamaño, se obtiene un código QR de 4x4 mm que también puede decodificarse (Figura 4b-II).

• 2.4 Impresión Matricial de Patrones PC y sus Aplicaciones

Para omitir el paso de la impresión en 3D, que de hecho es relativamente lenta, analizamos más a fondo las capacidades del papel SMPC para la impresión matricial, que es una tecnología de impresión tradicional que ha avanzado considerablemente utilizando el golpe de aguja en la cinta de color y el papel de impresión debajo. Como se muestra en la Figura 5a, se retiró la cinta de la impresora de agujas y se imprimió el papel SMPC con la impresora de agujas sin la cinta de color, donde el contenido impreso puede editarse en un software de procesamiento de textos y habilitarse para transferirlo fácilmente a la hoja. Cuando se aplica presión a las agujas sólidas, se produce una restauración localizada de la estructura periódica 3D en el papel SMPC, lo que revela la aparición de colores vibrantes.

Para evaluar la destreza en la impresión con agujas, se inscribieron individualmente caracteres discretos, incluyendo letras, caracteres y símbolos, en papeles SMPC especializados. Tras la inspección, se observó que los datos preexistentes se transponían eficazmente a los papeles de PC, presentando un cromatismo vibrante y una definición visual excepcional, como se evidencia en la Figura 6b. Al ampliar la fotografía, se observó que los patrones presentaban una resolución muy alta. Para comprender mejor el efecto de la impresión, se empleó un microscopio óptico para examinar el borde del dígito numérico "5", como se ilustra en la Figura 6c, y el color coincidía con el mostrado en la Figura 6b a escala micrométrica. Lo más importante es que esta tecnología de impresión puede repetirse muchas veces, en las que el contenido impreso puede borrarse con agua y puede conservarse durante mucho tiempo, no menos de 6 meses. La utilización de la impresión matricial en papeles de PC regrabables es un enfoque novedoso aún por documentar, que tiene el potencial de ampliar significativamente las aplicaciones de los papeles regrabables.



3. Conclusiones

En resumen, se ha desarrollado un novedoso papel de cristal fotónico con memoria de forma (SMPC) PEGDA/PEG, que utiliza el efecto de memoria de forma inducido por la presión para la reescritura.

El papel consta de estructuras porosas ordenadas que permiten controlar fácilmente la deformación y la recuperación mediante la evaporación del agua y la presión de contacto.

Utilizando juntas de alta precisión impresas en 3D, se realizó una impresión con alta resolución. Gracias a la gran transparencia de la película, se puede realizar la impresión multicolor apilando papeles SMPC con distintos colores y distintos patrones impresos. Además, el uso de la tecnología de matriz de puntos mejora aún más la precisión de la impresión y amplía la gama de aplicaciones del papel SMPC.

Este nuevo papel para PC tiene un gran potencial en papeles de oficina, etiquetas de precio inteligentes y etiquetas contra la falsificación, lo que puede reducir el consumo de recursos forestales.

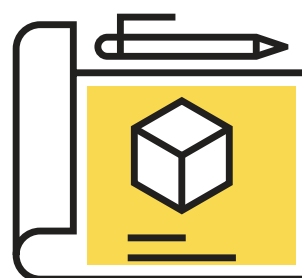
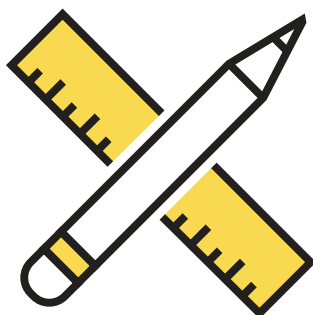
Autores:

Chen, Xianmei & Wang, Zhihao & Tang, Mingshuo & He, Zhiwei & Yu, Miao & Yu, Tianran & Cai, Jian & Emer, Hanayxam & Ma, Jun & Wang, Yunlong. (2023). Reusable Shape-Memory Photonic Crystal Paper for Pin-Printing and High-Resolution Press Printing. *Advanced Engineering Materials*. 25. 10.1002/adem.202300753.

Este trabajo ha sido financiado por la Fundación Nacional de Ciencia Natural (subvención N° 22006067, 11975122 y 21906083), el Programa Nacional Clave de I+D de China (subvención N° 2022YFB1902900), el Programa Científico y de China (subvención N° 2022YFB1902900), el Fondo Especial para la Innovación Científica y Tecnológica para el Pico de Carbono y la Neutralidad del Carbono de Jiangsu. de la provincia de Jiangsu (subvención N° BK20220026), Fondos de Investigación Fundamental para las Universidades Centrales (subvención N° NT2022020), Programa de Investigación de Postgrado e Innovación Práctica de la NUA (subvención N° xcjh20220618)



GUTENBERG FUTURO



EL SEMILLERO DE JÓVENES

PROFESIONALES GRÁFICOS

La Fundación Gutenberg presenta Gutenberg Futuro, un programa innovador que conecta la educación con las demandas reales del sector gráfico.

*Por Daniela Labarthé**



En el marco de las prácticas profesionalizantes y las Actividades de Aproximación al Mundo del Trabajo y a los Estudios Superiores (ACAP), estudiantes de los últimos años de secundaria exploran las complejidades y potencialidades de la industria gráfica. **Gutenberg Futuro** se ofrece como un espacio de aprendizaje progresivo y supervisado, donde, a través de distintas actividades se promueve una aproximación gradual que entrelaza contenidos académicos con las necesidades del sector productivo.

El programa propone un recorrido formativo que consolida y amplía conocimientos y habilidades a través de talleres presenciales y cursos virtuales, seminarios de formación para el trabajo, visitas técnicas a empresas y prácticas profesionalizantes. El seguimiento de las trayectorias y la vinculación institucional fomentan la generación de grupos y un espíritu de comunidad, fomentando así la inclusión laboral y el acceso a oportunidades en la industria gráfica y digital.

El mundo socio productivo está atravesado por diversas dimensiones susceptibles de ser contempladas en instituciones educativas; sin embargo, traspasar las fronteras del aula conlleva vivencias en las cuales estas complejidades se perciben de primera mano y facilitan procesos de socialización laboral. No solo consiste en la adquisición de saberes técnicos específicos basados en experiencias prácticas y concretas, relacionadas en nuestro caso con la industria gráfica, sino que también se trata de la posibilidad de construir marcos de referencia que incluyan elementos de vinculación entre pares y con superiores, adaptación al contexto, habilidades de expresión, códigos organizacionales y un conjunto de capacidades que den cuenta de un entorno real de trabajo. Estas potencialidades aumentan la empleabilidad de los sujetos, facilitando el acceso a la inclusión laboral

Actualmente, más de 100 jóvenes participan en la experiencia de **Gutenberg Futuro**, realizando visitas técnicas, capacitaciones, y talleres que van desde de pre prensa offset y flexografía en colaboración con empresas como ECO3, hasta impresión flexográfica aplicada, costos y presupuestos, troquelado para estuches de cartulina y hot&cold stamping. También desarrollamos una amplia gama de





capacitaciones virtuales orientadas a estudiantes y docentes, con contenidos tales como herramientas para la preimpresión, controles y aplicación de tintas flexográficas, control de calidad, branding y diseño aplicado al desarrollo de envases.

Desde Gutenberg generamos ámbitos donde la perspectiva de los/las protagonistas resulta imprescindible para enriquecer las prácticas. Construimos un diálogo que permite conocer de primera mano propuestas, deseos, aspiraciones e intereses de los estudiantes y participantes en general (otros destinatarios por fuera del ámbito escolar) en las distintas instancias, así como de los referentes del sistema educativo y de la industria. Las aproximaciones diagnósticas y la evaluación permanente nos desafían a construir prácticas formativas donde se entrelacen las orientaciones profesionales de los estudiantes con los requerimientos de la actividad, creando espacios que incluyan las motivaciones de todos los actores involucrados.



La construcción de alianzas estratégicas entre instituciones educativas y empresas del sector configuran un aspecto clave del programa, promoviendo una dimensión pedagógica que identifica propósitos, contenidos, procesos y fortalezas para contribuir a la formación profesional de los jóvenes estudiantes, aumentando las condiciones de empleabilidad. Esto no solo implica construir conocimientos técnicos específicos, sino también acompañar en el desarrollo habilidades de adaptación, expresión, trabajo en equipo y comprensión del contexto laboral.

También se desarrollan acciones en colaboración con municipios de la Provincia de Buenos Aires, con el objetivo de capacitar en contenidos técnicos que respondan a las demandas actuales de las empresas gráficas locales y sus proveedores. Además, busca enriquecer la trayectoria laboral de cada participante.

En este semillero de futuros gráficos, las orientaciones profesionales de los jóvenes estudiantes confluyen con los requerimientos reales de la industria, constituyendo un espacio que integra las motivaciones de todos los actores involucrados.

Con **Gutenberg Futuro**, la Fundación Gutenberg reafirma su compromiso con una educación que trasciende las aulas, cultivando el talento y la vocación de futuros profesionales. **Gutenberg Futuro es el semillero de futuros gráficos.**

Para más información, contactarse a gutenbergfuturo@fundaciongutenberg.edu.ar


**Daniela Labarthé es Directora Ejecutiva de Fundación Gutenberg*



Documentos Seguros:

Un “papel” de alto
impacto en el día a día

*Por Milagros Heyd Murad**



¿Quién no desea sentir confianza y seguridad a la hora de comprar un inmueble o un vehículo, certificar un nacimiento o un título profesional?

Hablar de *seguridad documental* es importante. La sola expresión remite a un tema técnico específico y, a veces, pareciera que nada tiene que ver con el día a día. Por el contrario, ésta atraviesa la vida de las personas desde su nacimiento e incide en momentos relevantes, tanto individuales como colectivos.

La *seguridad documental* protege documentación de valor sirviéndole de soporte a la *seguridad jurídica*, la cual apunta a que la vida en sociedad cuente con un ordenamiento efectivo y previsibilidad.

Un estudio de la Comisión Federal de Comercio (FTC) señala que los informes de fraude en países como Chile, Colombia, México y Perú se duplicaron de 2019 a 2022, con pérdidas que aumentaron de us\$39,4 millones a us\$237,9 millones en ese periodo¹.

En Argentina, se estima que alrededor del 30% de las empresas han experimentado algún tipo de fraude documental en los últimos tres años, según datos de la Cámara Argentina de Comercio y Servicios (CAC).

En este marco, los distintos documentos que se generan, tienen que cumplir con una serie de requisitos para garantizar su autenticidad, im-

pidiendo o evidenciando cualquier intento de manipulación o imitación.

En el ámbito industrial no sólo se trata de la impresión de documentos, sino también de la implementación de tecnologías avanzadas e insumos de seguridad para proteger su legitimidad e integridad.

Debemos tener en cuenta que todo documento es un “hecho histórico” y que su contenido debe ser resguardado. Las estafas amenazan además muchos de los momentos relevantes de la vida de las personas, de allí deviene también su gran importancia.

Mencionamos algunos ejemplos de estos tipos de documentos para poder identificarlos:

- Certificados de Nacimiento
- Diplomas Universitarios
- Formularios del automotor
- Escritura de una propiedad
- Credenciales privadas
- Pasaportes
- Certificación de Ingresos
- Obleas para certificación de Balances
- Entradas de espectáculos

Es necesario mencionar que los documentos seguros tienen que cumplir una serie de condiciones, al igual que sus fabricantes y los entes

1- Más información disponible en www.pymnts.com





que los emiten. Condiciones que remiten a normas y controles de calidad sumamente exhaustivos. Algunos detalles interesantes que contienen muchos de ellos son:

- Poseen diversos elementos ocultos especiales dentro de su diseño, como microtextos modulados, que son imágenes o textos que solo pueden observarse con lupa de aumento específico. Estos diseños artísticos y seguros se desarrollan con softwares exclusivos para la industria.
- Se imprimen en papeles de seguridad con diversos elementos de autenticación (símil papel moneda).
- Reaccionan con manchas ante borrados con sustancias químicas. Contienen fondos invisibles que se verifican bajo luz ultravioleta. Detalles de impresión que se validan con luz infrarroja.
- Incorporan elementos de fabricación exclusiva y controlada para cada emisión, con detalles propios de autenticación, como hologramas de seguridad.
- Requieren procesos de fabricación específicos del rubro, testeados y peritados.
- La fabricación del papel que se utiliza es compatible con el cuidado del ambiente.
- Son digitalizados antes o después de su emisión, indexados e integrados a diferentes sistemas con bases de datos seguras.

Sobre este último punto, cabe mencionar que los procesos de digitalización avanzan en las sociedades actuales. Es por eso que muchos documentos que se

registran en papel *-con características de seguridad-*, ya se encuentran integrados con sistemas virtuales para su mayor disponibilidad y trazabilidad. Esta combinación responde a condiciones que garantizan niveles necesarios de seguridad y accesibilidad para toda la población.

La industria gráfica desempeña un papel crucial en la seguridad documental. Pero la impresión segura requiere grandes inversiones tecnológicas y conocimientos especializados para incorporar elementos de protección en el diseño y en la fabricación de los documentos. Cumplir con normativas y estándares internacionales, como las normas ISO, también es imprescindible para asegurar la validez y aceptación de estos documentos.

La seguridad garantizada en papel es importante por varias razones:

1. **Cumplimiento legal:** Algunos documentos deben mantenerse seguros y protegidos por razones legales o regulatorias. Esto incluye contratos, escrituras, registros, y otros documentos que pueden ser requeridos en auditorías o litigios.
2. **Prevención de estafas:** La seguridad adecuada puede prevenir alteraciones, copias o imitaciones no autorizadas.
3. **Certificación de identidad:** La firma hológrafa en papel sigue siendo uno de los medios de autenticación pericial, de la identidad y de la voluntad de una persona, por excelencia.
4. **Preservación de la integridad:** Al mantener la seguridad de



los documentos físicos, se asegura su integridad y autenticidad a lo largo del tiempo. Esto es crucial para documentos históricos, certificados, y otros registros importantes.

- 5. Confidencialidad:** Muchos documentos en papel contienen información sensible, como datos personales, financieros o médicos. Proteger estos documentos asegura que la información esté preservada y caiga en manos equivocadas.

Por estas razones no se puede negar que la “seguridad documental” tiene que ver con el día a día de las personas, ya que es un eslabón sensible en todas las gestiones importantes.

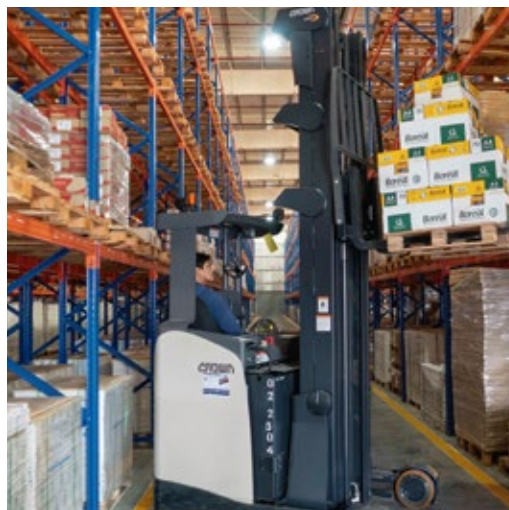
Tal vez la expresión suene distante, pero si lo pensamos en primera persona, en realidad tiene que ver directamente con el esfuerzo puesto en nuestros estudios, con todo lo que significa tener el acceso a nuestra vivienda o al primer vehículo, con la identidad propia y la de nuestros hijos, y con la tranquilidad de todo aquello que requiere un documento que lo valide.

**Milagros Heyd Murad es socia gerente de +LATINA, empresa especializada en seguridad documental. Para información y contacto puede visitar www.maslatina.ar y el perfil de LinkedIn +LATINA de Gráfica Latina SRL.*



Una empresa del **Grupo Tapebicuá**

Distribución integral
para un mundo más sustentable.



**CENTRO DE DISTRIBUCIÓN
SAN MARTIN**

Tel: (54-11) 4724-8000
Vtas: (54-11) 4724-8008
info@hutton.com.ar

SUCURSAL ROSARIO
Tel: (54-341) 462-1449/ 466-5191
rosario@hutton.com.ar

SUCURSAL BAHÍA BLANCA
Tel: 0291-4557677
bahia blanca@hutton.com.ar



Al comprar este producto ayudas al cuidado de los bosques del mundo.
FSC-C043932 www.fsc.org

SEGUINOS EN REDES SOCIALES



@huttonsa



/HuttonSA



/HuttonS.A.U



Liderazgo zombi:

Ideas muertas que aún caminan entre nosotros*

En los últimos años se ha avanzado considerablemente en el campo del liderazgo. Sin embargo, sostenemos que esto se ve socavado por un fuerte compromiso residual a un antiguo conjunto de ideas que han sido repetidamente desacreditadas pero que, sin embargo, se niegan resueltamente a morir. Las denominamos "liderazgo zombi".



El liderazgo zombi perdura no porque tenga apoyo empírico, sino porque halaga y atrae a las élites, al complejo industrial del liderazgo que las apoya y también a las ansiedades de la gente corriente en un mundo aparentemente fuera de su control. Se propaga en el discurso cotidiano en torno al liderazgo, pero también en los medios de comunicación, los libros de divulgación, los consultores, las prácticas de RRHH, los responsables políticos y los académicos, que son expertos en satisfacer los gustos de los poderosos y decirles lo que les gusta oír. En este artículo se esbozan ocho afirmaciones básicas (axiomas) del liderazgo zombi. Además de aislar la metateoría problemática que mantiene unidas estas ideas, reflexionamos sobre las formas en que podrían ser finalmente puestas a descansar.

AXIOMAS DEL LIDERAZGO ZOMBI

Axioma nº 1: El liderazgo es sobre los líderes

A pesar de la enorme variedad de textos populares sobre liderazgo, una característica que la mayoría comparte es un enfoque restringido a los líderes por sí solos: lo que saben y han aprendido, sus hábitos, comportamientos y prácticas, sus manejos del fracaso, los retos y las luchas, sus inspiraciones personales, sus impulsos, sus elecciones y decisiones, y sus habilidades de comunicación (Maskor et al., 2022). Y aunque puede que se hable de la forma en que esos líderes trabajan con los equipos, los propios equipos recibirán poca atención analítica. Como resultado, este primer axioma ofrece quizás el ejemplo más claro de la forma en que el liderazgo zombi restringe (en lugar de acoger) la investigación empírica.

Los dos supuestos implícitos que explican este enfoque son (a) que el liderazgo es patrimonio exclusivo de quienes ocupan puestos de liderazgo formales: el director general, el presidente, el general, el entrenador; y (b) que el liderazgo puede entenderse recurriendo únicamente a estos líderes. Así, aunque se reconoce que los que están más abajo en la cadena alimentaria (el director de departamento, el sargento, el ayudante) también pueden ejercer el liderazgo, sus esfuerzos rara vez serán celebrados y valorados de la misma manera (Tourish, 2014). Y los esfuerzos de los soldados rasos apenas serán celebrados.

Esto no quiere decir que las personas que ocupan puestos de liderazgo formal nunca ejerzan el liderazgo ni marquen la diferencia en los grupos. Sin embargo, en cualquier organización, suele ocurrir que las personas están más en sintonía con el liderazgo de sus supervisores inmediatos -y se perciben a sí mismas más afectadas por él- que con el de las figuras distantes que generalmente se reconocen como “los líderes”. Hablando de este punto, Einola y Alvesson (2021a) descubrieron que cuando preguntaron a profesionales juniors de bancos de inversión sobre el liderazgo, muchos tenían dificultades para identificar quién se suponía que era su líder y quién lo hacía en realidad. Y en la medida en que eran conscientes del liderazgo, consideraban que éste procedía más de sus colegas experimentados, que les proporcionaban consejo y orientación, que de los altos cargos con responsabilidades formales de liderazgo.

Axioma nº 2: Todos los grandes líderes tienen unas cualidades específicas

En muchos sentidos, la pregunta estereotipada sobre el liderazgo es “¿Los líderes nacen o se hacen?” (Boerma et al., 2017, Goldsmith, 2008). De hecho, una búsqueda en línea utilizando el término arroja casi 500 millones de resultados y un gran cuerpo de debate furioso. Aunque el énfasis general tiende a ponerse cada vez más en cómo se hacen los líderes, sigue habiendo algunos trabajos que sugieren que los factores genéticos (por ejemplo, la altura, el color de la piel, el físico) y los factores que a veces se entienden como genéticos (por ejemplo, la inteligencia, la asertividad, la personalidad) determinan si alguien se convierte en líder (por ejemplo, Judge y Cable, 2004, Lindqvist, 2012, MacLaren et al., 2020), aunque no necesariamente cómo se desempeñan como líderes (Locke, 2014).

¿Qué es lo que hace grandes a los grandes presidentes? Winter (1987) sostiene que la grandeza tiene que ver con la motivación, mientras que Rubenzer et al. (2000) sugiere que todo tiene que ver con la personalidad. Reflexionando sobre los líderes en general, la lista potencial de rasgos que se han considerado relevantes aquí es enorme. Para Sócrates, se trataba de cosas como el valor, el aprendizaje y la visión (Plato, 1993), mientras que listas más recientes de cualidades psicológicas incluyen cosas como la inteligencia, la adaptabilidad, la extroversión, la



concienciación y la masculinidad (Gardner, 1989; Mann, 1959; Rubenzer et al., 2000, Stogdill, 1974). Algunos han señalado la importancia de la modestia y la persistencia (Collins, 2009), mientras que otros afirman que la apertura, la sensibilidad o la humildad son claves (Jia et al., 2018, Mast et al., 2012, Schein y Schein, 2018). De hecho, probablemente no exista ninguna capacidad o cualidad positiva que no se haya relacionado con el liderazgo eficaz en algún momento u otro.

Sin embargo, cuanto más larga se hace esta lista de cualidades candidatas, más consciente se es de sus contradicciones. Y aunque los debates sobre sus méritos relativos alimentan acaloradas discusiones y constituyen un interesante juego de salón, en última instancia resultan inútiles. De hecho, quizá el factor predictivo más prometedor del liderazgo eficaz -la inteligencia- sólo representa, en el mejor de los casos, en torno al 4% de la varianza que hay que explicar (Judge et al., 2004a, Judge et al., 2004b; véase también Andersen, 2006, Hoffman et al., 2011).

Por el contrario, muchos factores que no tienen nada que ver con el líder individual pueden explicar sus calificaciones de grandeza. Simonton (1986) demostró que el 86% de la variación en las clasificaciones de los presidentes de EEUU podía explicarse sabiendo (a) cuánto tiempo estuvieron en el cargo, (b) durante cuánto tiempo estuvo EEUU en guerra, (c) si no hubo ningún escándalo asociado a su presidencia, (d) si fueron asesinados y (e) si fueron héroes de guerra (véase también Simonton, 2009). De todos ellos, sólo el último parece tener algo que ver con el carácter o las cualidades del líder, e incluso aquí se puede observar que es difícil ser un héroe de guerra si tu país no está en guerra (véase también Kenney & Rice, 1988).

Axioma nº 3: Hay cosas concretas que hacen todos los grandes líderes

Cuando el proyecto de identificar los rasgos y las cualidades de los grandes líderes se estancó temporalmente a mediados del siglo pasado, muchos investigadores aplicados cambiaron de rumbo y empezaron a centrarse menos en la psicología de los líderes y más en su comportamiento (Schriesheim y Bird, 1979). En particular, el trabajo inspirado en los estudios sobre liderazgo del Estado de Ohio (Schriesheim y Kerr, 1974) sugirió que dos clases

fundamentales de comportamiento eran críticas para el éxito del líder: la consideración y la iniciación de la estructura (Judge et al., 2004b). La idea básica, por tanto, es que los líderes necesitan “cuidar” de aquellos a quienes dirigen respetándolos y tratándolos con justicia. Pero, al mismo tiempo, también tienen que definir -y a menudo redefinir- las funciones y responsabilidades de las personas para asegurarse de que son adecuadas para la tarea que tienen por delante.

Pero el liderazgo -definido como la formación de un entendimiento que influye en los miembros de un grupo de modo que avanzan hacia unos objetivos compartidos- también puede referirse a fenómenos relativamente estables. Tiene tanto que ver con resolver conflictos, reforzar la moral, reproducir la cultura y la ética, ayudar a los recién llegados a adaptarse y aprender, mantener las normas y resistirse a las modas como con iniciar grandes proyectos de cambio (Alvesson et al, 2017). Además, contrariamente a la idea de que ser un campeón del cambio es una receta infalible para el éxito, suele presagiar el fracaso. En el mundo de la medicina, por ejemplo, Braithwaite y sus colegas concluyen que “donde hay estudios, cuestionan la reestructuración en lugar de apoyarla” y que “las pruebas de que esto marque la diferencia, por no hablar de que mejore de forma demostrable la productividad o los resultados, son sorprendentemente escasas” (2005; p. 542).

E incluso si no es desastroso, el cambio organizativo impulsado por el líder suele ser simplemente inútil. Entre otras cosas, porque suele experimentarse como un ejercicio de gratificación del líder y abuso de poder, o lo que Driver (2009) denomina “fantasías fallidas del yo” (véase también Blom y Alvesson, 2015a, Higgs, 2009, Kusy y Holloway, 2009, Owen y Davidson, 2009). El problema central aquí es la falacia silogística de afirmar el consecuente (Gaul, 2018): solo porque el liderazgo efectivo implique un comportamiento particular (por ejemplo, la iniciación de la estructura) no se deduce que al participar en este comportamiento una persona se convertirá en un líder efectivo.

Pero, ¿qué hay de la consideración? A primera vista, la idea de que los líderes deben ser considerados con sus seguidores tiene mucho sentido. Concuerda con la literatura sobre justicia procedimental y, en

Es imposible reducir el éxito del liderazgo a una simple lista de “cosas por hacer”, ya que el contexto del grupo es fundamental.



particular, con el trabajo de Tyler (2006), que sugiere que escuchar a las personas, tomarlas en serio y tratarlas con respeto hace que vean a las autoridades como si estuvieran “de su parte” y, por tanto, es más probable que cumplan las normas, reglamentos y leyes. Pero el problema es que “consideración” es un concepto bastante abstracto, no un comportamiento o conjunto de comportamientos específicos. Y en cuanto se intenta traducir en un comportamiento concreto, la cosa se complica.

Por ejemplo, tomemos la “equidad”. Es razonable pensar que tratar a las personas con justicia forma parte de tratarlas con consideración. Pero esto plantea varios problemas. En primer lugar, lo que se considera justo depende de la persona que lo percibe: lo que a una persona le parece justo, a otra le parece discriminatorio (Fischer, 2018, Grint, 2010, Platow y Van Knippenberg, 2001). También depende de quién es percibido: es más probable que los seguidores vean el mismo comportamiento del líder como justo cuando lo realiza un líder que es visto como “uno de los nuestros” en lugar de “uno de ellos”

(es decir, un miembro del grupo en lugar de un miembro fuera del grupo; Lipponen et al., 2005, van Dijke y de Cremer, 2008). Además, la equidad de cualquier forma de distribución también depende de entre quienes se distribuyen las cosas. Dar lo mismo a todos suele considerarse injusto si algunos de los beneficiarios son “ellos” (es decir, un grupo externo) en lugar de “nosotros” (es decir, un grupo interno; Haslam y Platow, 2001, Platow et al., 2000).

De estas reflexiones se desprenden dos puntos interrelacionados de importancia general. En primer lugar, incluso si estuviéramos de acuerdo en que los líderes deben adoptar una forma particular de comportamiento (por ejemplo, mostrar consideración), las acciones precisas que lo constituyen varían de un grupo a otro. Lo que es consideración para un grupo es “ruido” no deseado para otro (Einola & Alvesson, 2021a). Entonces, lo que los líderes deben hacer para obtener apoyo también debe variar. Por lo tanto, sigue siendo imposible reducir el éxito del liderazgo a una simple lista de “cosas por hacer”, ya que el contexto del grupo es fundamental.



En segundo lugar, resulta que lo que importa no es tanto el comportamiento de liderazgo como las percepciones y evaluaciones de los seguidores sobre el comportamiento de liderazgo, y a menudo son cosas muy diferentes (Alvesson, 2019; Phillips & Lord, 1986). Una vez más, pues, nos encontramos con el problema de concentrarnos demasiado en el líder (quién es, qué hace, etc.) y no incluir la perspectiva de los seguidores. Sin embargo, como hemos visto, concentrarse demasiado en el líder es el pan de cada día del liderazgo zombi.

Axioma nº 4: Todos reconocemos a un gran líder cuando lo vemos

Este es un punto que el liderazgo zombi toma con calma al imaginar que, a la hora de la verdad, todos reconoceremos un gran liderazgo cuando lo veamos.

Por lo tanto, que reconozcamos y celebremos el liderazgo de un determinado líder depende en gran medida de si percibimos que ha logrado cosas que valoramos y que encarna valores que suscribimos. En otras palabras, aplaudimos a los líderes que “lo hacen por nosotros” (Haslam et al., 2001; Steffens et al., 2014). Cuando todos los que perciben tienen la misma idea de quiénes somos “nosotros” (por ejemplo, qué valores constituyen la identidad estadounidense), normalmente habrá un alto grado de consenso en sus juicios (por ejemplo, sobre quién es un gran presidente estadounidense). Sin embargo, cuando las personas tienen un sentido diferente de quiénes son (y, por tanto, de los valores colectivos) y cuando este sentido varía con el tiempo, evaluarán a los líderes de forma muy diferente. Como ejemplo extremo de este punto, difícilmente cabría esperar que los ciudadanos partidistas de naciones que están en guerra (por ejemplo, los rusos y los ucranianos en la actualidad) coincidieran sobre la grandeza relativa de los líderes de sus países. Claramente también, la característica de la respuesta a líderes populistas como Trump, Johnson y Bolsonaro no es el consenso, sino su opuesto.

En consecuencia, cuando los receptores coinciden en la grandeza de un líder, no se trata de una manifestación directa del calibre inherente de ese líder que los receptores están en condiciones de detectar. Más bien es algo que se consigue estructurando el proceso de valoración en torno a

criterios compartidos que producen consenso. Una forma obvia en que la sociedad se las ingenia para lograrlo es calificando únicamente a miembros de determinadas comunidades -con determinados intereses de grupo- para que actúen como expertos (Rifkin y Martin, 1997). Aunque esto suele dar la apariencia de una realidad compartida y contribuye a dotar de respetabilidad académica y fuerza social a determinadas concepciones del liderazgo, no deja de ser una construcción social que nos dice mucho sobre la voz de quién cuenta y a quién se ignora en la sociedad. Y cuando se trata de liderazgo zombi, está claro que sólo cuenta una voz: la de los poderosos.

Axioma nº 5: Todo liderazgo es igual

La importancia de las percepciones de los seguidores ha sido destacada por un gran número de estudiosos del liderazgo (por ejemplo, Billsberry y Meisel, 2009, Lin et al., 2017, Lord y Maher, 1991, Nye y Simonetta, 1996, Salam et al., 1997). No obstante, muchos investigadores y comentaristas del liderazgo siguen aferrándose a la opinión de que, una vez que se ha tenido en cuenta la importancia de la perspectiva social y se han eliminado otros sesgos, es posible llegar al núcleo de “lo que realmente es el liderazgo” y que, cuando lo hagamos, todo el mundo comprenderá y apreciará este liderazgo esencial. Así pues, republicanos y demócratas (expertos y profanos) pueden discrepar sobre los buenos líderes que fueron Nixon o Carter, pero ¿seguramente todos estarán de acuerdo en que hay algo en Lincoln o Churchill que representa la esencia del buen liderazgo?

Como ya hemos sugerido, cuando existe consenso en torno a estas cuestiones, por lo general puede entenderse como un indicador de la amplitud de las comunidades de receptores que valoran a un líder concreto en un momento dado. En el caso de Lincoln, por ejemplo, se puede considerar que el consenso refleja el hecho de que, desde la perspectiva actual, Lincoln se considera por encima de la política partidista y un Presidente estadounidense emblemático. Sin embargo, en su época (en el contexto de la Guerra Civil estadounidense y, de hecho, hasta hace bien poco), Lincoln fue una figura profundamente divisiva (Richardson, 2009, Schwartz, 1997, Schwartz, 2003).



La eficacia del liderazgo siempre está vinculada a una instanciación específica del grupo que se lidera.

Lejos de ser un proceso flotante y abstracto, el liderazgo siempre tiene un significado muy específico que está ligado tanto al tiempo como al espacio (Alvesson y Sveningsson, 2003c). En términos más básicos, esto se debe a que los propios líderes nunca son sólo líderes en abstracto. Siempre son líderes de algún grupo o colectivo específico en un momento concreto (por ejemplo, una nación, un partido político, una corporación, un equipo de fútbol; Haslam y Reicher, 2016). En consecuencia, como deja claro la definición de liderazgo con la que empezamos, la eficacia del liderazgo siempre está vinculada a -y solo se realiza en el contexto de- una instanciación específica del grupo que se lidera.

Entre otras cosas, esto explica la contradicción en la demanda de cualidades y comportamientos de liderazgo que observamos al tratar los axiomas números 2 y 3. También por esta razón, el liderazgo no es algo que pueda destilarse y embotellarse en beneficio de todas las personas y para siempre. Lo que es inspirador y edificante para algunos será molesto y desmotivador para otros (Spicer, 2020). La forma y el contenido del liderazgo siempre cambiarán, y deberán cambiar, para reflejar la naturaleza del grupo al que se dirige: sus normas y valores, su historia y cultura, sus objetivos y aspiraciones.

Axioma nº 6: El liderazgo es una habilidad especial limitada a personas especiales

Aunque a veces se dice que -al menos potencialmente- el liderazgo se ejerce en todas partes y por casi todo el mundo (por ejemplo Kouzes & Posner, 2007), la opinión dominante sigue siendo que el liderazgo que realmente cuenta es patrimonio de muy pocos en altos cargos. En el espíritu de Heráclito (quien sugirió que “un hombre [vale] diez mil si es el mejor”; citado en Harter, 2008, p. 69), se piensa que el liderazgo es una actividad de élite practicada por esas preciosas pocas personas que tienen habilidades, capacidades y talentos divinos (Carlyle, 1840; McGill & Slocum, 1998).

Como han observado diversos comentaristas, este punto de vista ha tenido una serie de consecuencias de gran alcance. Tres de ellas son especialmente problemáticas. En primer lugar, ha alimentado una inmensa desigualdad de estima y recompensa entre los líderes de alto nivel y aquellos a quienes dirigen.

En segundo lugar, al igual que el credo de la economía del derrame (Quiggin, 2012, Stiglitz, 2018), esta desigualdad se ha llegado a justificar mediante

un lenguaje de liderazgo del derrame que sostiene que las organizaciones e instituciones deben buscar a los mejores talentos (y estar preparadas para pagar generosamente por ellos) con el fin de cosechar los beneficios que fluyen hacia todos los demás en la organización (Gladwell, 2002).



Rowlands (2022) observan que, mientras que en 1975 los vicerrectores de las universidades australianas de élite cobraban solo 2,9 veces más que un profesor principiante, en 2018 cobraban 16 veces más. Las pruebas de que estos aumentos están vinculados al rendimiento son escasas; las pruebas

de que producen un aumento del rendimiento son aún más escasas (Hearn, 1999; especialmente cuando se excluye la suerte de la ecuación, Fitz, 2014).

Por último, en tercer lugar, la creencia de que el liderazgo es solo para unos pocos ha engendrado un sentimiento de grandiosidad tanto entre los líderes como entre quienes trabajan en el sector del liderazgo (Alvesson y Gabriel, 2016; Westerman et al., 2012).

Axioma nº 7: El liderazgo siempre es bueno y siempre es bueno para todos

Sin embargo, por frustrantes que sean estas tres cosas, se podría argumentar que son un precio que merece la pena pagar si conducen a un liderazgo eficaz que aporte beneficios a todos. Pero no es así. Montañas de investigaciones respaldan esta conclusión. Steffens et al. (2020), por ejemplo, demuestran que a medida que la elevada remuneración de los CEO aumenta la desigualdad entre éstos y los miembros ordinarios de la organización, esto hace que dichos miembros se sientan menos entusiasmados por sus líderes, menos inspirados por su liderazgo y menos motivados para trabajar en pos de sus objetivos. En términos más generales, poner a los líderes y su liderazgo en un pedestal suele socavar su eficacia porque crea una sensación de distancia psicológica entre los que están en la cima y los miembros de base del equipo que intentan dirigir (Hollander, 1995).

Si el liderazgo no siempre es grandioso, al menos siempre es bueno. Esta es otra de las afirmaciones centrales del manifiesto del liderazgo zombi, en el que el liderazgo se asocia con “todo y cualquier cosa que tenga un matiz positivo” (Alvesson et al., 2017, p. 8). En esta línea, Bass y Steidlmeier (1999, p. 184) sostienen que el auténtico liderazgo transformacional descansa sobre una “base moral de valores legítimos”, mientras que Hannah et al. (2014) afirman que “la moralidad es un componente inherente del liderazgo” (p. 604). De hecho, como observan Palanski y Yammarino (2009), es casi axiomático en los estudios sobre liderazgo que un liderazgo eficaz esté casado con la integridad.

Todo esto se les escapa a los discípulos del liderazgo zombi. De hecho, en lugar de estar en retirada, han estado avanzando en los últimos años y sus mantras han colonizado campos completamente nuevos. Como ya se ha señalado, uno de ellos es el académico (Alvesson y Spicer, 2016, Smyth, 2017). Aquí, como en otros lugares, la marcha triunfal del liderazgo zombi ha ido acompañada de aumentos espectaculares en la remuneración de los líderes (Baker, 2017; Hubble y Bolton, 2018; Lucey et al., 2022; Morgan, 2011). Por ejemplo, Boden y

La idea de que el liderazgo es fundamentalmente una fuerza para el bien es especialmente pronunciada en el ámbito del desarrollo del liderazgo. Aquí, los programas prometen ayudar a los participantes a desarrollarse como líderes en el entendimiento implícito de que esto “mejorará” tanto a ellos como a las organizaciones en las que trabajan (Aboujaoude, 2021). En consecuencia, el sector de la formación en liderazgo que satisface estas necesidades es amplio y muy lucrativo, con un volumen de negocio anual estimado en más de 40.000 millones de dólares en 2021 (y un crecimiento anual de aproximadamente el 10%; Technavio, 2022).

Sin embargo, mientras que en muchos círculos el



entusiasmo por las cualidades elixirísticas del liderazgo no conoce límites, los entusiastas en la práctica se topan rápidamente con problemas (Alvesson y Einola, 2019). Esto se debe a que el liderazgo zombi presupone un “mundo de consenso” en el que lo que es bueno para el líder y la organización es bueno para el individuo para la sociedad. Se trata de un mundo en el que los intereses nunca chocan. Pero, una vez más, se trata de un mundo de fantasía.

Del mismo modo, hay muchas pruebas de que las cualidades asociadas a un buen liderazgo pueden tener tanto un lado oscuro como un lado brillante (Conger, 1990, Kellerman, 2012, Tourish, 2013). Cosas como “ser fiel a uno mismo” y “tener un deseo insaciable de cambio” se deslizan fácilmente hacia el narcisismo, la arrogancia, la intimidación y la explotación, que convierten la vida de empleados y seguidores en una miseria (Sankowsky, 1995, Schyns y Schilling, 2013). Concretamente, entre los presidentes estadounidenses que se perciben como grandes, el narcisismo es la norma y no la excepción (aunque esto puede verse como algo en lo que “crecen” y no como un rasgo estable; Deluga, 1997).

Por otra parte, incluso cuando un líder es eficaz a la hora de motivar y movilizar a sus seguidores y de promover los intereses del grupo en su conjunto, puede hacerlo a expensas de los intereses (o, en el peor de los casos, de la supervivencia) de otros grupos. Ciulla, 1995, Ciulla, 2003 se refiere a este punto como “el problema de Hitler” cuando señala que hay un mundo de diferencia entre ser un líder eficaz (como, trágicamente, lo fue Hitler para el mo-

vimiento nazi en el período previo y el comienzo de la Segunda Guerra Mundial; Kershaw, 2013) y ser un buen líder.

Axioma nº 8: La gente no puede arreglárselas sin líderes

Incluso si rechazamos todos los axiomas anteriores, ¿no podemos aferrarnos a una última creencia fundamental, a saber, que, siempre que no sea tóxico, el liderazgo es algo que siempre necesitamos, y que cuanto más tengamos de él, mejor? Al fin y al cabo, si hay alguien que dirija y organice grupos y se asegure de que trabajan juntos con un mismo fin, esos grupos serán más eficaces y productivos. ¿No han demostrado los filósofos, novelistas y cineastas que, en un estado de naturaleza sin líderes que nos organicen, estaríamos perdidos o nos destruiríamos a nosotros mismos?

Sin duda, este supuesto está arraigado en nuestra cultura (Bregman, 2020). Pensemos en El señor de las moscas, Los hijos de los hombres, Mad Max o incluso La noche de los muertos vivientes. Estos arquetipos culturales se basan en dos supuestos fundamentales: en primer lugar, que las narrativas de liderazgo creíbles giran necesariamente en torno a una figura de liderazgo heroica singular y, en segundo lugar, que las personas no pueden organizarse eficazmente sin alguien que las dirija.

Kerr y Jermier (1978) observaron que una serie de factores sirven como sustitutos del liderazgo en grupos y organizaciones, entre los que se incluyen

www.tintasweinstock.com.ar
v i s i t e n u e s t r o s i t i o

Weinstock
TINTAS GRÁFICAS

Partner of
Flint Group
Sheetfed
Europe

K+E

PANTONE
Distribuidor Oficial

enter
ESCANEE EL
QR CON SU
CELULAR



aspectos como una elevada cohesión del grupo, una orientación profesional entre los seguidores y una tarea intrínsecamente motivadora (Howell et al., 1986; véase también Gronn, 2003). El trabajo de Haslam y sus colegas (1998) llevó esto un paso más allá al demostrar no sólo que las personas pueden autoorganizarse sin liderazgo, sino también que el liderazgo puede interferir en el funcionamiento del grupo. Llevaron a cabo una serie de experimentos en los que se comparaba el rendimiento en una tarea colectiva en condiciones en las que los grupos (1) no tenían líder, (2) tenían un líder elegido al azar, o (3) tenían un líder seleccionado formalmente en función de las respuestas a un inventario de liderazgo que evaluaba factores supuestamente asociados con el éxito directivo a largo plazo (por ejemplo, conciencia social, habilidades verbales y de planificación). En cuanto a la cohesión y el rendimiento, los grupos con un líder seleccionado formalmente fueron los que obtuvieron peores resultados. Una de las razones principales fue que, cuando se les dio la oportunidad de abandonar sus compromisos, los grupos con líderes seleccionados formalmente fueron los más propensos a hacerlo.

Hay al menos tres razones por las que la identificación y el nombramiento de líderes pueden perturbar el rendimiento del grupo. Una es que la noción misma de que “se necesitan líderes” es un

insulto implícito al resto del grupo y puede alejar al líder de ellos (Peters et al., 2019). Otra es que, al haber sido seleccionados como ‘especiales’, los líderes a menudo tratarán de imponer su presencia, interferir en lo que hacen los demás y, simplemente, hacer perder el tiempo a la gente en actividades improductivas que se consideran interferentes y tóxicas (Blom y Alvesson, 2015a; Franken y Plimmer, 2019, Kipnis, 1972, Singer, 2009, Steele, 2011). Una tercera es que si los líderes se presentan como excepcionales, los seguidores pueden sentirse inclinados a sentarse, dejar de comprometerse y confiar en que los designados como líderes hagan todo el trabajo (Eirola y Alvesson, 2021b).

El problema fundamental de la noción de líderes-como-seguidores se centra en los problemas que esta concepción crea para la relación social entre líderes y seguidores. Más concretamente, pone de relieve el peligro de crear un vínculo binario estricto entre los líderes que toman decisiones y los miembros que las siguen. Esto aparta a los líderes de su grupo. Crea o refuerza nociones alienantes de jerarquía. Además, ignora el hecho de que las diferencias de competencia y capacidad para influir en los demás miembros de un grupo son, por lo general, una cuestión de grado, y rara vez absolutos de todo o nada.

CONCLUSION

Por lo tanto, es necesario cuestionar este llamamiento y subrayar los diversos costos del liderazgo zombi para los distintos grupos sociales: cómo no reconoce los esfuerzos y logros de la gente corriente y deprime sus recompensas; cómo reduce la productividad de los grupos y organizaciones al alienar a sus miembros y reducir su disposición a contribuir; cómo incluso destruye las carreras de los líderes al inducir narcisismo, complacencia y falta de disposición a escuchar a los seguidores, lo que

a su vez disminuye la influencia y la capacidad de elección de quienes ocupan puestos de poder (Haslam et al., 2022).

Necesitamos, en primer lugar, desarrollar un enfoque teórico que amplíe nuestra comprensión del liderazgo más allá de los líderes para abarcar al grupo en general y que, en lugar de aumentar la separación entre unos y otros, muestre que el éxito depende de profundizar en la conexión entre ambos. En segundo lugar, necesitamos desarrollar nuevos mé-

todos de formación y desarrollo del liderazgo que adopten un enfoque de grupo completo, que fomenten la participación activa de todas las partes y que midan el éxito a través de los ojos de todos los miembros.

***Autores:** S. Alexander Haslam, Mats Alvesson, Stephen D. Reicher
Publicación: *The Leadership Quarterly*
Editor: Elsevier
Fecha: Disponible online desde el 16 de enero de 2024

GUTENBERG CAPACITACIONES

Programa de formación profesional en producción gráfica

Capacitate en los diversos procesos de producción gráfica y alcanzá una formación profesional para trabajar de forma eficiente con la última tecnología que esta industria tiene para ofrecer.



Diplomatura en desarrollo y producción de packaging

Esta diplomatura abarca todas las etapas que involucran el proceso de creación de envases, desde la concepción inicial hasta la concreción del producto final, poniendo un énfasis especial en los sistemas de producción.



Diplomatura en diseño y producción editorial

Con esta diplomatura te podrás convertir en un profesional especializado en la resolución de problemas para lograr optimizar la calidad de las piezas editoriales.



Proximos lanzamientos 2025

- Diplomatura Gestión del color
- Diplomatura Sistemas de gestión de calidad

✉ contactate@fundaciongutenberg.edu.ar
☎ +54 11 2838 0861
📍 AV. Belgrano 4299, CABA.
🌐 www.fundaciongutenberg.edu.ar



Escaneá y conocé todo acerca de nuestras capacitaciones



EL EFECTO PIGMALIÓN

La Profecía Autocumplida

Un liderazgo correcto puede marcar la diferencia entre la apatía o resultados sobresalientes. “A las moscas es más fácil atraparlas con miel que con hiel”, es una frase que bien podría describir a un efecto ampliamente estudiado en el ámbito del liderazgo empresarial.



Algunas personas, quizás, puedan contar entre sus anécdotas escolares de algún profesor que los consentía, que los apoyaba y motivaba a obtener los mejores resultados. Una figura entrañable que se recuerda de manera unívoca como una influencia positiva central en la formación pedagógica.

Esto no es casualidad. Más aún, existen numerosos estudios sobre este tipo de influencia. El primero de ellos fue realizado en 1967 por los psicólogos Robert Rosenthal y Lenore Jacobson. Ellos realizaron un estudio con profesores y alumnos de una escuela primaria en el que plantearon la hipótesis de que los profesores podían tratar de forma diferente a determinados alumnos si creían que eran superdotados.

Para demostrarlo, a los alumnos se les realizó un test de coeficiente intelectual (CI) al inicio del estudio. Los resultados no fueron compartidos con los profesores. En cambio, los psicólogos asignaron un grupo aleatorio de estudiantes para el estudio y les comunicaron a los profesores dicho grupo se conformaba con los alumnos que obtuvieron resultados sobresalientes. Al finalizar el curso, todos los alumnos realizaron otra prueba de CI. En esta ocasión, los resultados de la investigación arrojaron que todos los alumnos demostraron un aumento de su CI. Sin embargo, los estudiantes identificados como parte de los sobresalientes demostraron ganancias estadísticamente significativas en las puntuaciones de CI.

De esta manera, los psicólogos concluyeron que el comportamiento y las acciones del profesor hacia los alumnos pueden influir en sus capacidades.

A partir de entonces se acuñó el término Efecto Pigmalión (o también conocido como Efecto Rosenthal). "Pigmalión" hace referencia a la obra homónima de George Bernard Shaw, sobre la que está basada el musical "Mi Bella Dama". En la obra, el personaje de Eliza Doolittle es una mujer de clase baja que es entrenada por un emérito profesor en fonética para aparentar ser una duquesa. El nombre del efecto refiere a un pasaje de la obra en que Eliza conversa con otro personaje, Freddy, sobre la diferencia de trato entre él y su profesor, Henry: "La diferencia entre una dama y una florista no estriba en cómo se comporta, sino en cómo se la trata. Siempre seré una florista para el profesor Higgins porque él siempre me trata como a una florista y siempre lo hará; pero sé que puedo ser una dama para ti porque tú siempre me tratas como a una dama y siempre lo harás".

En sí mismo, el Efecto Pigmalión funciona como un círculo virtuoso. Esto significa que partimos de la premisa de que nuestras creencias sobre una persona repercutirán en nuestras acciones hacia ella. A su vez, esto también repercute en sus propias creencias sobre sí misma, lo que en última instancia afecta sus acciones. Cuando vemos estas acciones, se refuerzan nuestras creencias sobre la persona, lo que nos lleva a tratarla continuamente de una manera determinada.

• EL EFECTO PIGMALIÓN EN EL MUNDO LABORAL

Aunque el estudio de Rosenthal y Jacobson se centra en las aulas, el efecto Pigmalión también se ha observado y estudiado en organizaciones. Alfred Oberlander, director de Metropolitan Life Insurance Company, realizó un experimento similar en 1961, en el que asignó a seis de sus mejores agentes a trabajar con sus mejores subdirectores y les dio objetivos que se consideraban importantes. Este grupo fue conocido como el "Súper-Staff" y tuvo un rendimiento superior al resto.

Pero además, ocurrió que una directora que supervisaba otro equipo que no se consideraba "súper" no creía que este grupo tuviera nada de especial. Ella creía que el equipo que supervisaba estaba igualmente cualificado e impuso esas creencias a su equipo. Los resultados fueron que su equipo también obtuvo mejores resultados, incluso aumentando su productividad en un porcentaje mayor que el equipo de "súper-staff".

Lo que se observa de estos casos es que algunos directivos pueden tratar a sus subordinados de una manera que conduce a un rendimiento superior. Pero, por el otro lado, también puede darse el efecto contrario, en el que el trato conduce a un rendimiento inferior al que son capaces de alcanzar.

La forma en que los directivos tratan a sus subordinados está sutilmente influida por lo que esperan de ellos. Si las expectativas de los directivos son altas,

es probable que la productividad sea excelente. Si sus expectativas son bajas, es probable que la productividad sea escasa.

Es por esto que una característica única de los buenos directivos es la capacidad de crear expectativas de alto rendimiento que los subordinados cumplen, ya que los subordinados parecen hacer lo que creen que se espera de ellos. Esto es lo que genera la denominada "profecía autocumplida" con la que se suele caracterizar al Efecto Pigmalión.

En un sentido, cuando las expectativas son altas, los empleados intentan estar a la altura de esa imagen y hacer lo que saben que se espera de ellos. Pero, por ejemplo, cuando los vendedores menos exitosos tienen grandes dificultades para mantener su autoimagen y su autoestima, normalmente intentan prevenir un daño adicional a su ego evitando situaciones que podrían conducir a un mayor fracaso. Las bajas expectativas y los egos dañados les llevan a comportarse de una manera que aumenta la probabilidad de fracaso, cumpliendo así las expectativas de sus jefes.

Sin embargo, los directivos no pueden evitar el ciclo de acontecimientos que se derivan de las bajas expectativas simplemente ocultando sus sentimientos a los subordinados. Esto no resulta tan sencillo, porque las expectativas también se transmiten de forma involuntaria, sin requerir una acción consciente por su parte.

De hecho, los directivos suelen comunicar más cuando creen que comunican menos. Por ejemplo,



cuando no dicen nada - se muestran fríos y poco comunicativos - suele ser señal de que están disgustados con un subordinado o creen que no tiene remedio. A veces, el silencio transmite sentimientos negativos con más eficacia que una reprimenda. Lo más importante en la comunicación de expectativas no es tanto lo que dice el jefe, sino su comportamiento. Por tal motivo, en muchas ocasiones los jefes no son conscientes de la facilidad con que transmiten estas bajas expectativas.

Por otra parte, los sentimientos positivos, en cambio, no suelen comunicarse con suficiente claridad. La clave de las altas expectativas y la alta productividad está en la forma en que los directivos tratan a sus subordinados, no en la forma en que los organizan. Si no existe una comunicación concreta sobre las expectativas, es decir un refuerzo explícito, cual-

quier cambio estructural para potenciar las capacidades del personal puede no surtir efecto o, peor aún, ser percibido como innecesario.

Ahora bien, las grandes expectativas de los directivos deben ser, ante todo, realistas para que se conviertan en profecías autocumplidas con resultados positivos. Las expectativas deben funcionar como una motivación para la autosuperación que, por un lado sea justificada, ya que si el objetivo no se considera lo suficientemente desafiante los empleados no percibirán una necesidad de esfuerzo; mientras que por otro lado, si el objetivo es considerado inalcanzable, el razonamiento redundará en el mismo fin. El personal no estará motivado para alcanzar altos niveles de productividad a menos que considere realistas y alcanzables las altas expectativas del jefe.





Las investigaciones de David McClelland, de la Universidad de Harvard, y John Atkinson, de la Universidad de Michigan, han demostrado que la relación entre motivación y expectativas varía en forma de curva acampanada. El grado de motivación y esfuerzo aumenta hasta que la expectativa de éxito alcanza el 50% y, a continuación, empieza a descender aunque la expectativa de éxito siga aumentando. No se despierta ninguna motivación ni respuesta cuando el objetivo se percibe como virtualmente seguro o virtualmente imposible de alcanzar.

▪ INCONVENIENTES DEL EFECTO PIGMALIÓN

Es importante que, así como el Efecto Pigmalión puede influir positivamente en determinados comportamientos de las personas bajo un cargo, también puede tener un impacto no deseado en otros empleados. Por ejemplo, los líderes que proporcionan apoyo adicional a determinados miembros del equipo pueden estar descuidando a otros. Como resultado, estos líderes frustrarían las capacidades de estos otros empleados para crecer y rendir.

En la perspectiva de estas personas, las actitudes de los líderes hacia ciertas personas pueden ser interpretadas como un favoritismo injustificado, provocando una caída en la motivación laboral y, por ende, en su rendimiento. En estos casos, el Efecto Pigmalión también se comprueba, pero en un ciclo negativo, ya que el bajo rendimiento puede tomarse como justificación de las bajas expectativas, o la elección de otros compañeros como depen-

tarios de confianza.

Por otra parte, el carácter positivo del Efecto Pigmalión también acarrea un riesgo de provocar agotamiento. En este sentido, la gestión de las expectativas es un aspecto crucial, ya que si éstas son excesivamente altas pueden provocar un estrés laboral excesivo que, cuando no se resuelve, desemboca en el burnout. Es decir, es factible que un empleado desarrolle stress laboral en el esfuerzo por cumplir expectativas que sean demasiado altas, difíciles o que llevan demasiado tiempo alcanzar. Este problema se acentúa cuando los directivos ignoran las señales de estrés y se centran exclusivamente en la productividad.

A nivel organizativo, los directivos aplican estrategias que suelen tener como objetivo un mayor rendimiento empresarial, lo que se corresponde con una mayor rentabilidad y una mayor productividad de los empleados. Este objetivo es natural para las empresas, pero los medios para alcanzarlo no siempre son el enfoque óptimo. Por ejemplo, las expectativas de los dirigentes de un aumento de la productividad y los beneficios podrían ser demasiado elevadas para los conocimientos, habilidades y capacidades de los empleados. En una situación como esta se observaría la condición negativa del Efecto Pigmalión.

En organizaciones muy grandes con estructuras jerárquicas, es probable que este problema se produzca cuando las sedes corporativas no tienen un conocimiento exacto de las capacidades

y los niveles de estrés laboral de los empleados de la línea inferior. Entonces, para abordar el problema del burnout en relación con el Efecto Pigmalión, los líderes deben alinear las estrategias organizativas, los requisitos de rendimiento laboral y las capacidades de los recursos humanos.

▪ LA IMPORTANCIA DE LA PRIMERA EXPERIENCIA

Existe un último aspecto interesante al abordar el estudio del Efecto Pigmalión referido a las primeras experiencias laborales. Las expectativas que entran en juego sobre un joven comenzando su vida laboral tienen una influencia mayor sobre su desempeño.

Paulatinamente, con el correr del tiempo, esos mismos jóvenes van ganando experiencia y maduración, lo que perfila la percepción sobre sí mismos y, por ende, son menos proclives a factores externos. En los empleados más experimentados, la percepción sobre lo que es realísticamente esperable tamiza las expectativas externas, basados en el conocimiento de sus propias capacidades. Cada vez les resulta más difícil, tanto a ellos como a sus superiores, generar expectativas mutuamente elevadas, a menos que tengan un historial sobresaliente.

Esto mismo lo comprobó Rosenthal en sus experimentos al observar que sistemáticamente las expectativas de los profesores influyen más en el crecimiento intelectual de los niños pequeños que en el de los mayores. En los cursos inferiores, sobre todo en primero y segundo, los efectos



de las expectativas de los profesores son espectaculares. En los cursos superiores, las profecías de los profesores parecen tener poco efecto en el crecimiento intelectual de los niños, aunque sí afectan a su motivación y actitud hacia la escuela.

Esto lleva a concluir que, en general, el primer jefe de un joven es el más influyente en su carrera. Si los jefes no pueden o no quieren desarrollar las aptitudes que los empleados jóvenes necesitan para rendir con eficacia, éstos se fijarán unos estándares personales inferiores a los que son capaces de alcanzar, su autoimagen se verá perjudicada y desarrollarán actitudes negativas hacia los puestos de trabajo, los jefes y -con toda probabilidad- sus propias carreras en el mundo empresarial.

Dado que las posibilidades de desarrollar una carrera de éxito con estos primeros empleadores disminuirán rápidamente, los empleados se marcharán, si tienen grandes aspiraciones, con la esperanza de encontrar mejores oportunidades. Si, por el contrario, los primeros directivos ayudan a los empleados a alcanzar su máximo potencial, sentarán las bases de una carrera profesional de éxito.

De hecho, gracias al estudio de Oberlander, la Metropolitan Life Insurance Company determinó que las diferencias en la productividad de los nuevos agentes de seguros que tenían las mismas aptitu-

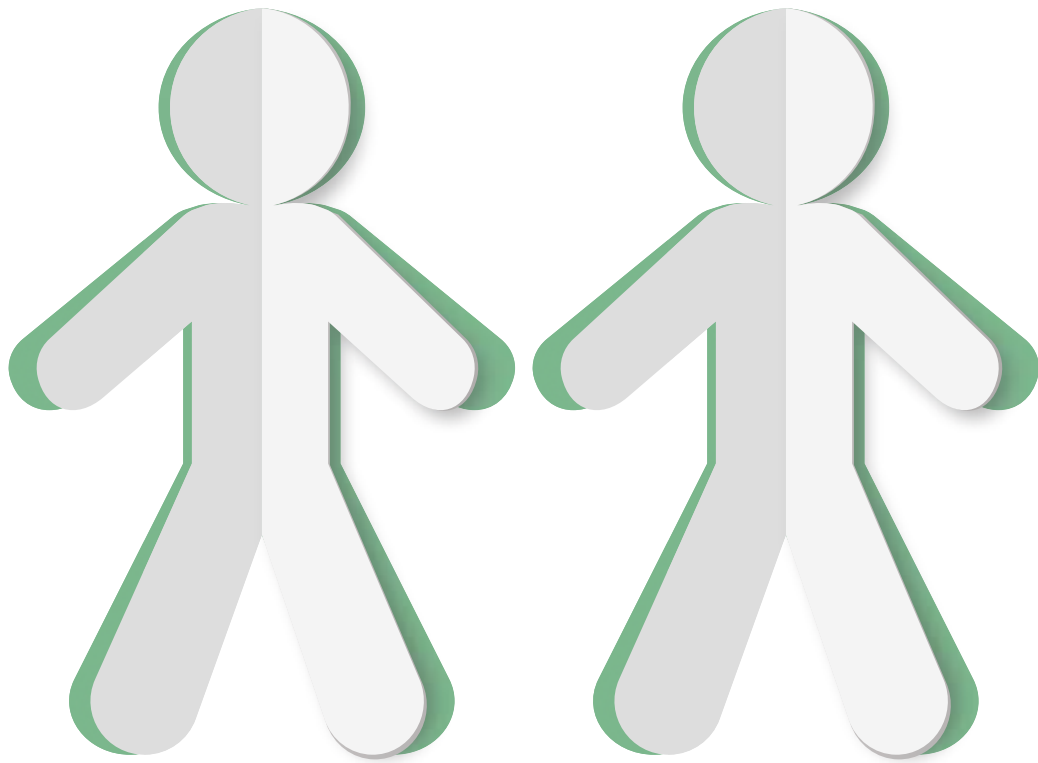
des para las ventas sólo podían explicarse por las diferencias en la capacidad de los directores de las oficinas a las que se les asignaban.

Rara vez los recién licenciados trabajan en estrecha colaboración con mandos intermedios experimentados o ejecutivos de alto nivel. Normalmente, están subordinados a directivos de primera línea, que comparativamente suelen ser los menos experimentados y eficaces de la organización. Esto significa que muchos licenciados universitarios comienzan su carrera en la empresa en circunstancias que no son las óptimas. Como saben que sus capacidades no se desarrollan ni se utilizan, es natural que pronto se vuelvan negativos hacia sus trabajos, sus empleadores y sus carreras empresariales.

Para los altos ejecutivos de la industria preocupados por la productividad de la organización y la carrera profesional de los jóvenes empleados, el reto está claro: acelerar el desarrollo de directivos que traten a sus subordinados de forma que se obtenga un alto rendimiento y satisfacción profesional. Los directivos no sólo determinan las expectativas y la productividad de los subordinados, sino que también influyen en sus actitudes hacia el trabajo y hacia sí mismos. Si los directivos no son hábiles, dejan cicatrices en las carreras de los jóvenes, afectan profundamente a su autoestima y distorsionan la imagen que tienen de sí mismos como seres humanos. Pero si son hábiles y tienen grandes expectativas, la confianza de los subordinados en sí mismos crecerá, sus capacidades se desarrollarán y su productividad será alta.

Más a menudo de lo que uno cree, el directivo es Pigmalión. Los líderes que son capaces de aprovechar los beneficios del Efecto Pigmalión pueden ver un rendimiento superior a la media en los miembros de su equipo. Sin embargo, como líder, sus altas expectativas sobre un individuo deben proceder de un lugar auténtico de creencia. Esto se debe a que nuestras acciones pueden comunicar más de lo que a veces dicen nuestras palabras. Es decir, que si no creemos que alguien tenga un alto rendimiento, es probable que nuestras acciones se lo indiquen a esa persona.





LAS PERSONAS AMAN EL PAPEL

En todo el mundo, la comunicación impresa encanta a miles de millones de lectores. Buenas noticias para los consumidores que prefieren leer periódicos, revistas y libros impresos.

¡Después de leer, comparte y recicla!

Encuesta Global Trend Tracker, Two Sides y Toluna, 2023.

Realización

Descubre increíbles historias sobre la huella ambiental del papel



al.lovepaper.org



Ya se acerca el evento del año

y con él, nuestro tradicional encuentro entre colegas y amigos gráficos y proveedores.

Nos congregaremos para dialogar y compartir las experiencias de nuestra industria y el país; en un ambiente ameno, con catering, espectáculos y el siempre esperado sorteo del automóvil y el ciclomotor

A photograph of a modern building with a large glass facade, reflecting the sky. Several tall palm trees are in the foreground and middle ground. The building has a curved entrance canopy. The overall scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

Cena Anual de la Industria Gráfica y sus Proveedores

**Viernes 29 de Noviembre – 20 Hs.
Golden Center – Parque Norte**



Nos acompañan con su auspicio:





PANORAMA GRAFICO



FS Print & Projects designa a Sebastián Iorino como nuevo Director de Negocios de Impresión

FS Print & Projects, el canal comercial de HP Indigo en Argentina, Uruguay y Paraguay, nombró a Sebastián Iorino como Director para el área de Negocios de Impresión. Iorino cuenta con 9 años de experiencia en roles clave en HP Indigo, destacando en su reciente cargo como Gerente de Ventas para América Latina Sur, y con 25 años en la industria de la impresión digital.

Con esta designación, FS Print & Projects busca fortalecer aún más su presencia y crecimiento en la región, ofreciendo soluciones de impresión digital de vanguardia que destaquen por su calidad, versatilidad y eficiencia.

La empresa cuenta con una red integral de servicio y soporte, que incluye asistencia comercial, técnica y financiera. Su estructura está diseñada para ayudar a las empresas a maximizar sus capacidades de impresión y alcanzar sus objetivos de crecimiento.



Lanzamiento de Pal Flex



Pal SRL, reconocido proveedor de tecnología de preimpresión offset de alta calidad en Argentina, expandió su oferta de soluciones abarcando al mercado flexográfico a través de su nueva unidad de negocios, Pal Flex.

El enfoque de Pal Flex consiste en adoptar la solución tecnológica completa de Flexo (Punto Plano) de ECO3. Como muestra del ímpetu innovador, en Argentina se realizó la primera instalación en el mundo de esta tecnología de ECO3 basada en preimpresión de polímeros en todos sus espesores.

En este mismo sentido, Alberto Muñoz, Socio Gerente de Pal SRL, destaca: "Somos los únicos que ofrecemos servicios de preimpresión tanto para offset (Pal-Offset), como para flexografía (Pal-Flex), y lo hacemos con la máxima calidad, gracias a la provisión de insumos de ECO3 (previamente AGFA), lo que demuestra un marcado compromiso

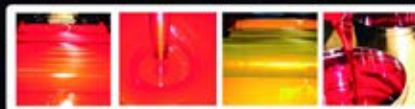
con la innovación y la excelencia, no solo en la calidad de nuestros productos sino también por los controles en los procesos productivos que son un diferencial valorado por nuestros clientes."

Para la inauguración de Pal Flex se realizó un encuentro que contó con el visible apoyo de ECO3 a través de la presencia de sus autoridades a nivel local, contando con Mariano Miniagurria, Country Manager; Fabrizio Va-

lentini, Head Latin América; Werner Meuris, Senior Application Project Manager; Flavio Martínez Tucci, Flexo Business Manager Latam. También participaron del evento clientes como Talleres Gráficos Corti, ARCOR, Clever Pack, Simondi, Aktion, San Jorge, Angel Estrada, El Mirador, Encapa, Amcor, Microcor, Grupo Comeca, Color EFE, Maxiprint, Induvian, World Color, Newbag, Grafica Sanchez, IGN.



SIGMA COLOR
TINTAS GRAFICAS



FABRICA DE TINTAS OFFSET

LINEAS DE FOTOCROMIA

SIN PIEL ANTIRROCE	SIN PIEL SECADO RAPIDO ANTIRRETINTE	BAJO OLOR METALICA-LASER	MAXIMA INTENSIDAD RESISTENTE A LA LUZ
-----------------------	--	-----------------------------	--

FABRICACION DE COLORES ESPECIALES • COLORES BASICOS • TINTAS PARA HOJALATA



Berón de Astrada 2260 / 74 (C1437FSJ) Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel + 54 11 4918.1543 / 4918.1574 / Tel / Fax + 54 11 4918.9026

admin@sigmacolor.com.ar
www.sigmacolor.com.ar



PANORAMA GRAFICO



SIEGWERK

Siegwerk obtiene la certificación ISO para el cálculo y la notificación de emisiones de carbono

Siegwerk, uno de los principales proveedores mundiales de tintas de impresión y revestimientos para aplicaciones de envasado y etiquetas, publicó que ha completado con éxito una exhaustiva auditoría de carbono.

La auditoría consistió de dos partes: la validación de la Huella de Carbono Parcial de Producto (PCF) de tintas, recubrimientos y barnices y la verifica-

AGFA



Agfa obtiene cuatro Premios Pinnacle Product

Agfa, líder mundial en soluciones de impresión por inyección de tinta, anunció que ha sido galardonada con cuatro prestigiosos premios Pinnacle Product.

Dos de los productos galardonados están dedicados a la automatización avanzada de procesos de producción de grandes volúmenes de impresión, que son las impresoras Jeti Tauro y Onset Grizzly de Agfa.

Los premios Pinnacle Product reconocen los productos destacados que impulsan los avances en calidad, capacidad y productividad dentro de la industria de la impresión.

Arnaud Calleja, Vicepresidente de Soluciones



ción de la Huella de Carbono Corporativa (CCF). La PCF proporciona las emisiones de carbono específicas de cada producto. La CCF proporciona las emisiones globales de Siegwark, incluidas las emisiones de la cadena de valor. TÜV SÜD Industrie Service GmbH, un organismo de verificación acreditado, llevó a cabo los procesos de verificación y validación, garantizando el riguroso cumplimiento de las normas.

La validación del PCF confirma que los procedimientos de Siegwark cumplen las normas DIN EN ISO 14067:2019, que abarcan las etapas “de la cuna a la fábrica” y “de la cuna al cliente”.

Sarah Mah, Directora de Sostenibilidad Global de Siegwark, expresó su satisfacción por la certificación: “Nuestro compromiso con la responsabilidad medioambiental es inquebrantable. Esta certificación ISO valida nuestros esfuerzos por reducir nuestra huella de carbono, ofrecer la máxima transparencia a nuestros socios de la cadena de valor e impulsar prácticas sostenibles en todas nuestras operaciones.”

de Impresión Digital de Agfa, comentó sobre el logro: “Ganar múltiples premios refuerza una vez más la posición de Agfa como precursor en tecnología de impresión digital. Nuestras soluciones de inkjet permiten a las empresas de impresión de todo el mundo ampliar el alcance de sus aplicaciones de impresión, mejorar la eficiencia y reducir los costes de producción. En el desarrollo de nuestros productos damos prioridad a la automatización, la versatilidad y el bajo consumo de tinta. Estos premios honran la dedicación y el duro trabajo de nuestros equipos. Es un honor recibir este reconocimiento”.





PANORAMA GRÁFICO



Hubergroup y Manroland Goss desarrollarán envases sostenibles en conjunto

Hubergroup y Manroland Goss web Systems anunciaron un proyecto de colaboración estratégica con el objetivo de innovar en soluciones de embalaje sostenibles. La asociación combinará el amplio conocimiento y la experiencia de Hubergroup en el desarrollo de tintas gráficas con la tecnología de impresión offset de bobina de vanguardia que ofrecen los sistemas de Manroland Goss.

En el avance de este proyecto, se crearon equipos de proyecto compuestos por expertos de ambas organizaciones, definiendo el marco de colaboración y los objetivos.

“En el corazón de nuestra asociación y trabajo en equipo se encuentra una combinación de diversión, productividad y creatividad, todo ello dedicado a revolucionar el embalaje”, afirmó Thomas Polster, Director Global de Cuentas Clave y propietario de marca de desarrollo empresarial global de Hubergroup.

Por su parte, Anna Asam, Directora de Proyectos de Manroland Goss consideró: “Unidos por nuestro compromiso de dar forma a un futuro más sostenible para los envases, nuestra inspiradora asociación refuerza nuestra creencia en el poder de la colaboración en toda la cadena de valor para desbloquear todo el potencial de la sostenibilidad.”





UPM RAFLATAC



GRAFITYP
makes you stick

UPM Raflatac adquiere Grafityp

UPM Raflatac ha adquirido Grafityp para acelerar aún más su crecimiento en el área gráfica.

El especialista en materiales para etiquetas afirma que la fusión de su actual negocio de gráficos con la empresa belga Grafityp reforzará su posicionamiento competitivo global en este segmento de productos, ampliará su cartera y le dará acceso a nuevas tecnologías de alto valor.

Grafityp desarrolla y fabrica productos gráficos autoadhesivos y su cartera consta de películas de color, películas de impresión para impresión en color de gran formato, laminados y películas de envoltura para diversos usos finales.

Timo Kekki, Vicepresidente Senior de UPM Raflatac Films and Specials asegura: "Estamos comprometidos a convertirnos en un proveedor completo de productos y servicios en soluciones gráficas. La fusión de Grafityp con el negocio de UPM Graphics acelera nuestro crecimiento"

A su vez, Kekki señaló que "Grafityp es una empresa gráfica líder e innovadora con un gran know-how" y que espera "crecer juntos y ofrecer una cartera de productos aún más sólida a los clientes actuales y nuevos".



HEIDELBERG

Jürgen Otto es el flamante CEO de Heidelberg

Heidelberger Druckmaschinen AG anunció en julio a su nuevo CEO, Jürgen Otto, sucediendo así a Ludwin Monz.

Otto cuenta con décadas de experiencia en la industria y manifestó que Heidelberg necesitaba desarrollar una estrategia que pusiera al negocio "de nuevo en una trayectoria de crecimiento" lo cual se lograría utilizando el know-how dentro de los empleados del grupo, en lugar de consultores externos.

A tal fin, consideró: "Para aprovechar todo el potencial de una empresa, creo que se necesita un planteamiento ambicioso, dinámico y estratégico. Pero, sobre todo, hay que tener el valor de afrontar problemas y retos difíciles."

Como punto de partida, Otto asumió su nuevo cargo en Heidelberg en una situación financiera estable habiendo ya alcanzado sus objetivos financieros para el ejercicio 23/24 a pesar de los numerosos retos, incluido "un entorno geopolítico tenso". Los productos relacionados con el packaging representan ahora el 52% de las ventas del grupo, superando por primera vez a la impresión comercial.



KOMORI

Komori presentó a nivel global su modelo Lithrone GX/G advance EX Edition

La empresa japonesa desarrolló un equipo de impresión offset ecológico diseñado para ayudar a los gráficos a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), gracias a la implementación de tres características que permiten una reducción del consumo de energía hasta en un 18% durante la impresión, así como un funcionamiento estable del alimentador y la salida para reducir el uso de papel de desecho, con lo que se minimizan las emisiones de gases de efecto invernadero y se obtiene una alta productividad.

Estas características son:

1. Flujo de tinta inteligente: Una disposición optimizada de los rodillos, respaldada por análisis de última generación, no sólo garantiza una mejor calidad de impresión mediante un control estable de la densidad, sino que reduce el calor de escape y el consumo de energía al aliviar la carga del accionamiento rotativo.

2. Soplador DC: Este implemento consigue un funcionamiento económico y ecológico a la vez que mantiene el flujo de aire de alto nivel necesario para estabilizar adecuadamente la hoja. Reduce significativamente el consumo de energía mediante un funcionamiento de bajo consumo y una generación mínima de calor, todo ello en un diseño compacto y ligero.

3. e-Mist: El novedoso sistema micro-mist de Komori controla directamente la humedad del papel para combatir los efectos de la electricidad estática. Al controlar el tiempo de humidificación, el consumo de energía y el uso de agua, el sistema mantiene el consumo de energía al mínimo.

Por último, su interfaz visual dispone de la información del proceso de manera conveniente para su operación, permitiendo que el personal dedicado no requiera experiencia específica para supervisar los trabajos.



NO
VE
DA
DES



Canon

Canon revoluciona su serie Arizona para gran formato

Canon presentó la última incorporación a la serie Arizona de impresoras planas con el modelo 2300 FLXflow, dirigido al mercado de volúmenes medios-altos de gran formato. Este modelo introduce nuevas funciones de productividad, incluida una mejor integración del flujo de trabajo, y admite una amplia gama de sustratos y aplicaciones, aportando versatilidad a los gráficos para adaptarse a todas las demandas de este mercado.

La tecnología FLXflow posibilita un rango mucho más amplio de sustratos de impresión a través de las funciones "Hold" y las opcionales "Float" e "Instant Switch", que permiten a los operarios mover materiales más pesados y de tamaño irregular de manera más rápida por la mesa. Una técnica de flujo de aire patentada, que mide y ajusta automáticamente los niveles de flujo de aire, sujeta con firmeza y precisión diversos tipos de material en su sitio, lo que permite un posicionamiento flexible con mucho menos enmascaramiento y encintado, y permite a los operarios completar los trabajos más rápida-

mente y con menos residuos.

La función Float empuja el aire de la mesa hacia arriba para crear un cojín, lo que facilita el posicionamiento de sustratos pesados o difíciles, como vidrio o grandes planchas de Dibond y contrachapado, y reduce el riesgo de daños o residuos de material. También permite un registro más suave de todo tipo de soportes gracias a la función de "flotación sin deriva", que permite colocar con precisión varios soportes al mismo tiempo. Además, los operarios pueden cambiar fácilmente entre "Hold" y "Float" con la función de cambio instantáneo mediante pedales, lo que facilita la retirada de soportes de la mesa y reduce el riesgo de daños.

A su vez, los controles avanzados de disposición de la imagen permiten realizar ajustes de última hora en la Arizona 2300 FLXflow, proporcionan flexibilidad adicional a la hora de colocar los sustratos en la mesa y reducen cualquier desperdicio de materiales caros.



EPSON[®]

Epson actualiza su gama de impresoras de sublimación

Los modelos SureColor F9500 y SureColor F9500H sustituirán a los modelos SureColor F9400 y SC-F9400H, ofreciendo mejoras significativas en productividad, facilidad de uso y calidad de imagen.

Estas nuevas impresoras ofrecen un diseño compacto que ahorra espacio, reduciendo la altura en más de 300 mm en comparación con sus predecesoras y permitiendo su instalación en espacios de altura restringida.

Una pantalla táctil de 4,3 pulgadas con función de inclinación muestra el estado actual de la impresora, incluidos los niveles de tinta y la configuración de los soportes, mientras que las máquinas logran “importantes mejoras de productividad” con la inclusión de un nuevo cabezal de impresión PrecisionCore MicroTFP de mayor tamaño, que aumenta la productividad hasta un 30% en modo de cuatricromía.

Además, el modelo SureColor F9500H puede configurarse con tintas naranja y violeta, lo que amplía la gama de colores en un 20%, ofreciendo colores más vivos y suaves, incluyendo compatibilidad con tintas fluorescentes para producir aplicaciones brillantes y vibrantes.



NO
VE
DA
DES



**EQUIPAMIENTOS
GRÁFICOS SRL**



Equipos de curado UV Height-LED para flexo en Argentina

ATR Equipamientos Gráficos presenta al mercado local la línea de equipos de curado UV de la empresa Height-LED, especializada en el desarrollo de modernización de equipos gráficos, migrándolos del viejo sistema de curado UV con lámparas de mercurio a los modernos sistemas UV LED.

Entre los equipos compatibles para la línea flexo de 340 mm se cuentan primeras marcas como Nilpeter, Bobst, Lombardi, Mark Andy, Omet y Gallus, entre otras.

Los equipos Height-LED cuentan con una salida de energía regulada automáticamente por la velocidad de impresión, no requieren de precalentamiento y permiten seleccionar el área que requiere ser curada. Todas estas características representan un ahorro sustancial de energía de hasta el 70%.

Otras ventajas de este sistema de curado es que tiene una vida útil mucho mayor y no generan contaminación de aire porque no requieren de exhaustores.

ALU FLEX PACK

Aluflexpack desarrolla un envase reciclable indefinidamente



El 4∞ Form es un blíster farmacéutico fabricado íntegramente en aluminio laqueado, facilitando su reciclabilidad al ser un producto monomaterial que no pierde sus propiedades.

Aunque su uso principal es para la industria farmacéutica, también puede utilizarse en una variedad de aplicaciones más amplia, reemplazando al plástico en algunos de sus usos actuales. Puede sustituir a las actuales soluciones de envasado en frío y termoformado para cápsulas, comprimidos y otros medicamentos, que hasta ahora acababan principalmente en la basura doméstica, debido a la falta de un canal de reciclaje adecuado por la

presencia de plástico y aluminio en su fabricación.

El material es resistente a temperaturas altas y bajas, ofreciendo una protección completa contra la humedad, la luz, las bacterias y los microorganismos. Según Aluflexpack este producto garantiza una vida útil extremadamente larga para los productos envasados.

“Como empresa de envases flexibles que desarrolla productos a base de aluminio desde hace más de 40 años, apoyamos firmemente todo lo que el aluminio puede ofrecer, desde sus propiedades de barrera protectora hasta sus características de circularidad”, afirma Johannes Steurer, Presidente y Director General de Aluflexpack.



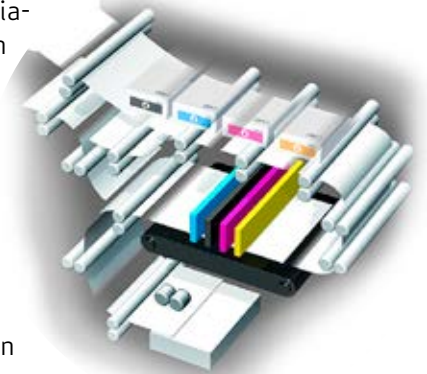
RISO desarrolla una tecnología de impresión en frío con mínimo consumo energético

RISO presentó FORCEJET™, una tecnología de impresión exclusiva de inkjet que utiliza un proceso de eyección térmica de tinta. La impresión puede comenzar en tan sólo cinco segundos desde su modo de ahorro de energía en espera.

La tecnología FORCEJET™ desarrollada por los ingenieros de la marca japonesa elimina por completo la necesidad de calentamiento. "Tras la expulsión en frío, la tinta a base de aceite penetra en las fibras del papel y se seca instantáneamente, sin necesidad de hornos o módulos de secado que consumen energía", informan desde la empresa.

Gracias a este proceso 100% en frío, las gamas ComColor y Valezus de RISO consumen menos electricidad que las copadoras e impresoras tradicionales en modo funcionamiento y en espera. Durante la impresión, las impresoras ComColor consumen 50W frente a los 288W de las copadoras láser, mientras que en modo de espera, los equipos de RISO casi no consumen energía.

Adicionalmente, al no generar calor tampoco hay necesidad de ventilación o refrigeración compensatoria en el entorno de trabajo, lo que hace que la RISO sea aún más ecológica.



NO
VE
D
A
D
E
S



Fedrigoni lanza nueva línea de papeles encapados para editorial y packaging premium

Fedrigoni amplía su gama presentando Mistral, una nueva colección de papeles especiales naturales y estucados ideales para todos los proyectos editoriales de gama alta (como libros, catálogos y cubiertas), soportes de comunicación (invitaciones y folletos, tarjetas de felicitación, etiquetas) y embalajes de lujo, presentando diseños clásicos, elegantes y atemporales con texturas distintivas.

Disponible en una amplia gama de gramajes de 100 a 400 g/m², Mistral se presenta en una textura más elegante en la versión Tradition, y en un tejido geométrico en la versión Design. Los tonos van desde el marfil brillante, pasando por el blanco natural -sin blanqueantes ópticos- y blanco premium.

La gama consta de tres versiones, todas ellas fabricadas con pasta ECF pura y certificadas FSC y compatibles con las tecnologías de impresión más habituales. El tratamiento estucado de la superficie garantiza una alta reproducción del color, intensidad y homogeneidad de la impresión, asegurando que las imágenes sean nítidas y brillantes, al tiempo que se mantiene la apariencia del papel.



Mimaki Engineering lanza cartuchos de tinta para cartón

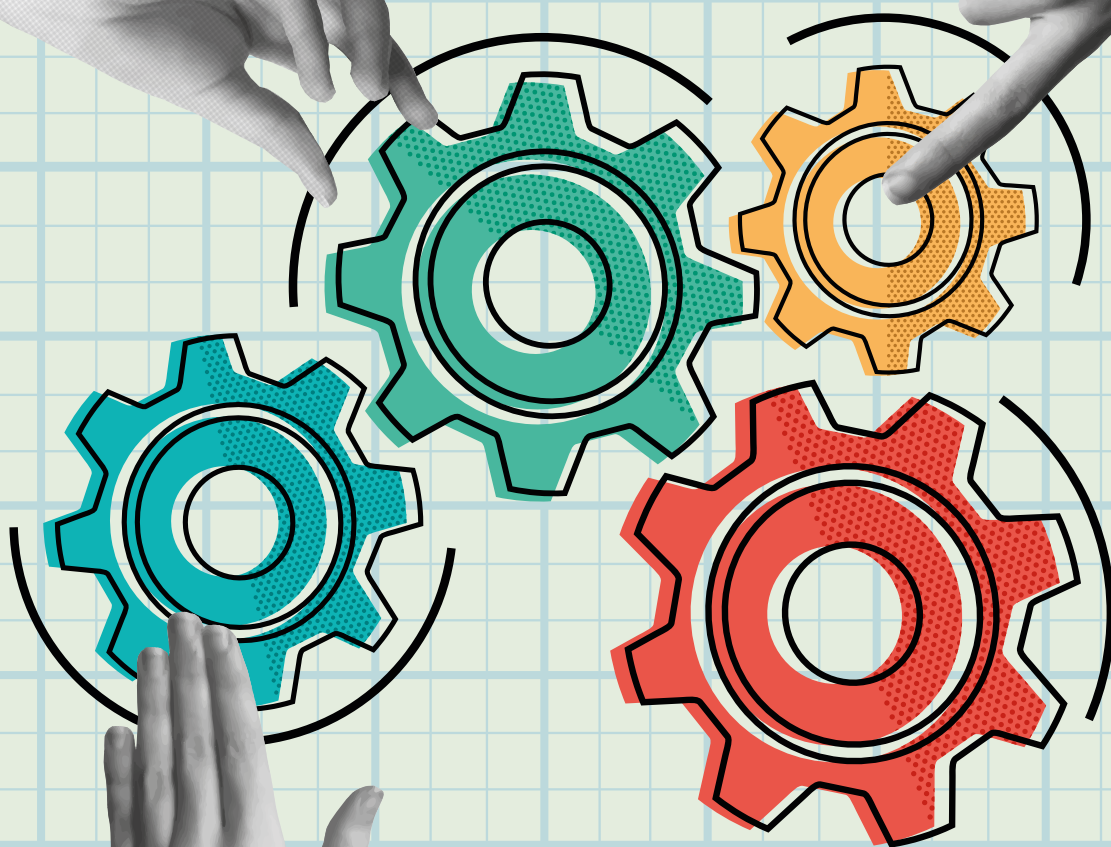
El fabricante de impresoras industriales inkjet, plotters de corte e impresoras 3D, Mimaki Engineering, ha lanzado nuevos cartuchos de tinta de cartón.

La empresa afirma que esta innovación sustituye a los cartuchos de plástico tradicionales por una alternativa de papel respetuosa con el medio ambiente.

Diseñados para su uso en las impresoras ecosolventes de Mimaki, la empresa afirma que estos cartuchos “conservan un rendimiento excepcional” al tiempo que reducen significativamente el impacto medioambiental.

Con la transición del plástico al papel, Mimaki ha logrado una reducción del 68% en el uso de plástico por cartucho. Se prevé que este enfoque elimine aproximadamente 44 toneladas de plástico y 65 toneladas de emisiones de CO₂ al año. El menor peso de los cartuchos de tinta de cartón también se traduce en una reducción estimada de ocho toneladas en las emisiones de CO₂ durante el transporte.

**El esfuerzo de cada uno
es un aporte
para el progreso
de todos**



9 Regionales

UGAR
UNION GRAFICA
ARGENTINA REGIONAL

9 Departamentos

UGAS
UNION GRAFICA
ARGENTINA SECTORIAL

Un mismo objetivo

FAIGA

Participe de los encuentros donde podrá informarse y proponer sus ideas.

Para más información, escriba a contacto@faiga.com

Acabados gráficos que se sienten.



**Generamos valor al
trabajo del impresor.**

LAMINADOS

SERIGRAFÍA UV

BARNIZADO UV


HOT-STAMPING



Te invitamos a conocer nuestra planta industrial ubicada en el Distrito del diseño, en el corazón de la ciudad. Adaptada con la mejor tecnología y un equipo humano altamente capacitado.

CENTERBRIL

**Empresa líder en brindar soluciones post
impresión para imprentas.**

 5365-9387 L. Rotativas

 Santa María del buen aire 456, CABA

 centerbril@centerbril.com



@centerbril SEGUINOS!



EL FUTURO QUE PLANTAMOS

Somos Suzano

La valentía de innovar, el espíritu pionero y el cuidado de las personas y del planeta siempre han sido pilares en la historia centenaria de Suzano.

Somos la fábrica de celulosa más grande del mundo y un referente global en el desarrollo de soluciones renovables a través de la plantación de árboles de eucalipto.

