

"Me invitó a participar Carlos Aguirre y Vicente Larrea, quien fue mi profesor en la universidad. Yo edité las primeras revistas gráficas, como la Guía Gráfica y Mercado Gráfico. Recuerdo con especial cariño las columnas que escribí sobre la editorial Quimantú y Zig-Zag, sobre la imprenta de la Aurora de Chile cuya importación al país fue uno de los primeros actos revolucionarios, y sobre la historia de las imprentas de Valparaíso, como la Barcelona, donde había 3.000 empleados y se hacía todo con tipografía. Tengo el honor y el orgullo de haber recibido muy buenos comentarios de socios y lectores del periódico, que llamaban a Asimpres para felicitarme por mis reseñas".

Jorge Soto Veragua Diseñador Gráfico Redactor de la columna "Historia de los Medios Impresos" de 2006-2008

Imprimir el diario Impresiones en Quad Graphics desde los inicios fue un gran desafío. Era un producto diferente a lo que normalmente elaboramos, además de una gran responsabilidad por ser la comunicación de nuestro gremio gráfico.

Fue una etapa diferente en el desarrollo de tratamiento de imágenes, el objetivo no era fácil, un gran reto era confeccionar un traje a la medida, con bastante control, situación que fue consolidada en poco tiempo.

Hoy, mirando desde los inicios al Nº 99. los tiempos de producción son menores y con óptimo resultado.

FELICITACIONES Nº 100.



Estimado Diario, junto con saludarlos y felicitarlos por la edición número 100, quisiera compartir con ustedes el origen de crear un medio encargado de difundir el actuar de la Asociación hacia sus socios. En ese entonces, mayo de 2002, nuestro Presidente, el señor Juan Marinetti, nos encarga a algunos directores el crear un medio de difusión escrita, el cual se plasma en una revista que sale a la luz en agosto de 2002 y un segundo número en noviembre de ese mismo año. Debido al gran esfuerzo, tanto monetario como al tiempo de dedicación se dejó de imprimir, y bajo la presidencia de Carlos Hernán Aguirre y empuje del director Roberto Tapia, se cambió a un formato de Diario, que es el que recibimos actualmente con el éxito y tiraje que conocemos. Muchas felicitaciones a todo ese gran y brillante equipo que hace posible la confección de cada número del Diario Impresiones del Mundo Gráfico.





Carla Caorsi Diseñadora

En junio de 2006 Roberto Tapia me llamó a una entrevista para ver si me podía hacer cargo del diseño del Impresiones. Yo trabajaba en una editorial de revistas, así que para mí era "obvio" que era capaz... Pero llevaba solo dos años de experiencia y no me imaginé que pasaría noches en vela trabajando para el diario o discutidas y en entretenidas reuniones de pauta -y no solo de temas de la industria-. El diseño estaba armado, pero cada edición era un desafío, casi haciendo magia para hacer calzar los textos. En el camino hicimos un leve cambio en el diseño, pero hace ya casi un año, una transformación casi completa con logo incluido. Me preguntaron si estaba aburrida después de tantos años... iPara nada! Feliz seguiría 10 años más.

Estimado equipo Impresiones, feliz edición nº 100. Este es un número importante, que marca tanto experiencia como validación de contenidos.

Debo reconocer que gracias a la información impresa que ASIMPRES proporcionaba en sus "boletines" de la época, de los años 90, es que hoy estoy en la gráfica.

Tuve la suerte de estar como director apenas llegado, en la época en que Carlos Aguirre en la presidencia de ASIMPRES reeditó el diario, y luego de ser testigo de la fuerza que le imprimía nuestro actual editor Roberto Tapia en su época de presidente, recalcando la importancia para la industria del rol de la comunicación.

Creo que los grandes del Gremio no se equivocaron, la información impresa de nuestro diario, inos llega!, y cada vez lo hace a más segmentos y sectores de nuestra industria. Tengo la confianza que Impresiones cada vez tendrá más fuerza entre nosotros y destaco la posibilidad que nos da de mantenernos actualizados e informados.

Un gran saludo y felicitaciones.

Nelson Cannoni B. Presidente de Asimpres



Comité editorial prepara la edición número 100, revisando las ediciones anteriores del periódico Impresiones. De izquierda a derecha: Natalia Ramos. periodista; Marcela Lahosa, directora de Asimpres; José Bodet. columnista: Roberto Tapia, vicepresidente de Asimpres y editor del periódico: Carla Caorsi. diseñadora y María Eugenia Mingo, gerenta gremial.

y Carla Caorsi R.

Roberto Tapia Mac D. Editor Comité Editorial: Nelson Cannoni B., Roberto Tapia Mac D., María

Fotografías: Mauricio Vega, Natalia Ramos B. y Archivo ASIMPRES. Eugenia Mingo S., Natalia Ramos B. Impresión: Quad Graphics. Tiraje: 10.000 ejemplares.

Derechos Reservados. Las expresiones publicadas en este medio son de exclusiva responsabilidad de los autores, entrevistados y avisadores. La reproducción parcial o total de los contenidos de esta edición se permitirá con la previa autorización de ASIMPRES A.G

IMPRESIONES DEL MUNDO GRÁFICO

Industriales Gráficos de Chile A.G. ASIMPRES

comunicaciones@asimpres.cl | www.asimpres.cl

es una publicación de la Asociación de

Editorial

Todo cambia

sted tiene en sus manos la edición número 100 de nuestro periódico Impresiones del Mundo Gráfico. Significativo cumpleaños que nos exigió hacer una edición especial, producida con el mismo cariño y dedicación que han puesto todas las personas que en algún momento han sido parte de este equipo editorial.

Si analizamos detenidamente la información contenida desde el mes de mayo del año 2006, fácilmente nos daremos cuenta que en los ámbitos políticos, económicos, sociales, educacionales, gremiales y tecnológicos se han experimentado significativos cambios, que en forma casi inconsciente se fueron integrando en el diario vivir de las personas y las empresa que componen la gráfica nacional.

Durante estos diez años hemos crecido en continuas crisis económicas internacionales que ya podríamos asumir como permanentes; hemos vivido tres terremotos; tres gobiernos con diferentes visiones para alcanzar el desarrollo; en lo tecnológico, la expectante penetración de la impresión digital ha optado por conversar con la férrea defensa que han desplegado los sistemas tradicionales de impresión, y el papel impreso ha vuelto a reposicionarse gracias a la fugaz comunicación electrónica.

Las personas también están cambiando, especialmente las nuevas generaciones que van asumiendo que la expansiva distribución económica vivida durante los últimos años es efímera y que la mejor forma de sostener su futuro bienestar personal y familiar es desarrollando el conocimiento, la educación y la cultura en general.

Aprovecho de comunicar que desde la edición 101 a la dirección de Impresiones del Mundo Gráfico será asumida por nuestro presidente Sr. Nelson Cannoni B., porque es necesario que esta responsabilidad también se actualice.

Ha sido un extenso trabajo, posiblemente con defectos, reflexión y aciertos, con una línea editorial transparente, esencialmente gremial, y de gran satisfacción personal. Agradezco a ustedes y a todos nuestros colaboradores por su invalorable aporte profesional.

En nombre de Asimpres, deseamos a usted y familia una feliz y fraterna Navidad.



diciembre 2015 I 100 I asimpres.cl

(IMPRESIONES 100)2.indd 1 30-12-15 11:41 Carlos H. Aguirre V., uno de los fundadores de *Impresiones*

"SU VIGENCIA DEMUESTRA



QUE HA SIDO UN PRODUCTO EXITOSO"

Con el objeto de contribuir a la unidad del gremio y mantener debidamente informados a sus socios y afines, el entonces directorio de Asimpres, presidido por Carlos H. Aguirre Vargas, dio luz verde a un ambicioso proyecto editorial: Impresiones del Mundo Gráfico, cuyo primer número se publicó en mayo de 2006.

iez años han pasado desde entonces. Mensualmente, y de manera ininterrumpida, este medio oficial del gremio no solo ha cumplido el valioso rol de informar a sus socios, sino que se convirtió en un registro histórico del desarrollo de la actividad gráfica.

Impresiones -producido en los talleres de A Impresores, ex Quad/Graphics Chile, con ocho páginas y formato 28,9 x 39,7- cumple 100 ediciones, motivo por el cual conversamos con uno de sus principales impulsores, Carlos H. Aguirre V.

¿Cómo surgió la idea de un periódico para el área gráfica?

El diario nació por una inquietud respecto a la falta de unidad del gremio y llegamos a la conclusión de que mejorando las comunicaciones

con nuestros asociados, lograríamos "Como entidad mayor unidad. Es un hecho que donde reina la desinformación, el rugremial debíamos mor toma un papel preponderante. tener un medio Si bien teníamos una página web, no existía un órgano informativo oficial oficial que nos de Asimpres, pese a varios intentos representara y, editoriales que no lograron proyecpor razones ción en el tiempo. Hoy, después de 100 números, podemos decir que no obvias, debía ser estuvimos errados en el diagnóstico y impreso en papel, que Impresiones sigue siendo el únicon color y con co medio de comunicación del área gráfica que se mantiene en el tiemtodo lo que eso po, junto a Revista "Contraseña", que también ha ganado su espacio. significa".

Como entidad gremial debíamos tener un medio oficial que nos representara y, por razones obvias, debía ser impreso en papel, con color y con todo lo que eso significa.

¿Cuáles fueron los primeros lineamientos de este proyecto editorial?

En una reunión de los directorios de Asimpres y de la Corporación de Educación, concluimos que en general la información que entregábamos como ente gremial iba dirigida a los administradores de la empresa gráfica o a los gerentes, por lo que los trabajadores del rubro estaban bastante ajenos.

En segundo lugar, definimos que debíamos desarrollar un producto que fuera sustentable en el tiempo: no podíamos hacer una revista que demandara un esfuerzo económico demasiado importante (diagramación, buen papel, más páginas, etc.), que exigiera mucha publicidad.

Finalmente, decidimos que debía ser un medio rápido, con información vigente.

Así surgió la idea: no de una sola persona, sino que gracias al mérito de varios que logramos dar vida a este proyecto. A lo largo de estos años, *Impresiones* ha cumplido con todos esos objetivos, logrando un buen nivel de adhesión, por lo que podemos decir que ha sido todo un éxito.

¿Con qué perfil editorial nació el periódico?

Ha ido cambiando a través del tiempo. Empezamos con un formato un poco más dirigido: cada página tenía su nombre bien relacionado al contenido. Hoy día, en cambio, se da preferencia a que la página incluya la mayor cantidad de información. Por ejemplo, teníamos una página de estadísticas, otra de fotos de vida social y otra que llamábamos "Tiro y Retiro", que eran bastante interesantes, aunque daban cierta rigidez al producto final. Hoy día es un diario en el que se usan todas las páginas, sin restricción, de acuerdo al contenido disponible, a la noticia que está ocurriendo, lo que me parece más lógico.

Como comenté anteriormente, *Impresiones* buscó desde sus inicios llegar a la mayor cantidad de personas: trabajadores de flexografía, offset, etiquetas, etc., entendiendo que los gráficos no son solo los gerentes o dueños.

¿Como se determino el público al que iria dirigido?

presas son las personas que trabajan en ellas. En segundo lugar, nos planteamos como objetivo llegar no solo a las empresas socias, sino a todas las del área. Así, nuestro univer-

so fue mucho más amplio y llegamos a los 15

mil ejemplares que hoy se distribuyen.

Asimpres agrupa a empresas, pero estas em-

¿Y en relación al formato?

Hacer un periódico de esas características en la imprenta de un diario es muy difícil. La posibilidad más concreta era imprimirlo en una empresa como la que dirijo, por lo que nos adecuamos al formato más económico y adaptable a nuestras máquinas, buscando siempre un menor costo, de manera de proyectarnos en el tiempo.

Hay una satisfacción al mirar atrás...

Llegamos al número 100... ¡Son 10 años ya! Estamos hablando del 2006 y el país ha cambiado mucho en este tiempo, por lo que si hemos logrado permanecer, quiere decir que *Impresiones* es un producto exitoso.

¿Cuál diría es la receta para lograr un producto editorial exitoso y permanente como este?

Primero hay que ver que exista una necesidad. Hay que tener el oído, la vista y el olfato agudos, para saber qué es realmente lo que se necesita, sin crearse una necesidad que no es tal. En segundo lugar, se requieren buenos canales de distribución para llegar a los lectores indicados y no terminar en el canasto de la basura; eso es quizás lo más importante, ya que el éxito va a depender de la cantidad de lectores que tenga el medio. Por último, el contenido. Es muy importante que las personas que integran el equipo de trabajo tengan claridad respecto a qué es lo que necesitan informar; que entreguen contenidos de utilidad y de actualidad. No hablamos de historia, porque lo que se espera de un medio informativo es que entregue noticias de actualidad: saber lo que pasa en el mercado ayuda a tomar mejores decisiones.

$\label{eq:condition} \mbox{$\dot{\epsilon}$ El diario está cumpliendo los objetivos con que nació?}$

Yo creo que sí. Al menos mi entorno lee *Impresiones* para imponerse de lo que ocurre en el gremio. Sería importante hacer una encuesta o pequeña consulta para saber de manera más certera cómo se percibe, qué es lo que esperan los lectores y si el periódico está cumpliendo con sus expectativas. A veces uno se queda medio dormido y hay que estar siempre atento, con los cinco sentidos bien puestos...

diciembre 2015 | 100 | asimpres.cl

Periódico Impresiones del Mundo Gráfico

Registro histórico de un gremio y su contexto

Mensualmente y de manera ininterrumpida el periódico *Impresiones* no solo ha cumplido el valioso rol de informar a los miembros de la industria gráfica, sino que se ha convertido en un elemento identitario del gremio y en un vínculo permanente de la comunidad que conforman las imprentas y las empresas gráficas del país.

Entrevistas, análisis, perfiles, opiniones y reportajes han abordado los ámbitos internos y externos que han incidido en el devenir de la gráfica y han dado cuenta del quehacer de personas que de manera apasionada y comprometida han liderado el crecimiento de la industria.

Las páginas del *Impresiones* se han convertido en un respaldo histórico de la evolución gremial de una de las asociaciones más antiguas del país.



Tomás Flores: El ministro Andrés Velasco "efectivamente fue una decepción"

EL ECONOMISTA VALORO LAS MEDIDAS ANUNCIADAS POR EL SECRETARIO DE ESTADO, PERO DIJO QUE "CLEANDO UNO COMPARIAIA SUS ARTÍCULOS, SU VISION ANTES DE ASUAIRE LA CARTERA, UNO SE DA CUENTA QUE EFECTIVAMENTE ERA MUCRO

lectromate Callin d 3 com one riskiperes. Lue objecto, que la Callinha de Seriona in a ladón previncy su entidos bly el missola por el missola del missol

adoptato cure en el sertido correcto, cense las réspas de diganos serquestes y metrose en el sensi laberal, le seus que, asi verbago, ya rederia, a, im titua riasy lecco, adres palo en en guillantes que en abla centro que las anticipres, por locola, in cela seatem, al protrodor assistinte el Carigo del Traba la realizações de como de proportira por instalación tente se como que presente por instalación tente se carácia que presente.

in the analysis dando entract;

the participate of the analysis dando entraction and the analysis dando entraction analysis dando entraction and the analysis dando entraction and the analysis dando entraction and the analysis dando entraction analysis dando entraction analysis dando entraction and the analysis dando entraction and the analysis dando entraction analysis dando en

ENTREVISTA

Patricio Hurtado Alvarado, nuevo presidente de ASIMPRES:

"Seguiremos potenciando la educación y estrechando lazos con los distintos subsectores"

- Recién asumido en el cargo, el dirigente explica cuáles son los principales objetivos que se ha trazado para los siguientes doce meses.
- Hurtado reafirma su compromiso con Conlatingraf, entidad regional de la cual su padre fue uno de sus principales precursores.

estrecha con los proveedores, por cuanto nos parece imprescindible trabajar con las últimas tecnologías, aspecto en el que tradicionalmente hemos sidos líderes a nivel sudamericano.

¿Cómo visualiza la coyuntura económica? A nivel mundial la economia está atravesando un periodo de valvenes muy fuertes. Los actores de nuestra industria deben estar atentos a todo ello, debido a que la actividad nuestra está, querámoslo o no, muy

Autoridades y egresados de las estructuras de Formación:

Educación y Capacitación, el gran aporte de ASIMPRES a la Familia Gráfica

EN UNA CONVERSACIÓN CON DIVERSAS AUTORIDADES QUE SIRVIÓ PARA REAFIRMAR EL COMPROMISO DEL GREMIO CON AQUELLOS JÓVENES QUE BUSCAN DESARROLLARSE A TRAVÉS DE LA ACTIVIDAD GRÁFICA, EX ALUMNOS ENTREGARON A IMPRESIONES SU VISIÓN RESPECTO A SU PASO POR LAS DIFERENTES ESTRUCTURAS Y RELATARON CÓMO LOS CONOCIMIENTOS EN ELLAS ADQUIRIDAS INCIDEN

Página 5

Compañías destacan conocimientos y rápida adaptación de los alumnos del Ingraf

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



IMPRESI

Ingraf obtiene autonomía institucional

El Centro de Formación Técnica de especialidad gráfica logró uno de los objetivos más anhelados de los últimos años, que podrá dar cumplimiento a los procesos formativos sin depender de la supervisión del Consejo de Educación Superior.



EDUCACIÓN

ADAPTARSE A LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS

Hace diez años la Escuela de la Industria Gráfica celebraba 65 años. Los planes y programas eran muy similares a los tradicionales y se visualizaba la necesidad de adaptarlos a los cambios tecnológicos que enfrentaba la industria. Era necesario detectar las nuevas necesidades de la industria y actualizar a los profesores en sus conocimientos.



El mayor cambio en esta década ha consistido en la incorporación en pleno de la tecnología digital a todos los ámbitos de la industria. Ello ha significado que los profesionales y trabajadores de la industria han debido adquirir estos conocimientos y adaptarse a la nueva realidad. Para esto, la labor que ha realizado el Centro de Formación Técnica INGRAF —el cual alcanzó exitosamente su acreditación— ha sido fundamental en la actualización permanente de los trabajadores. Lo mismo es válido para los profesores y alumnos de la Escuela.

Hoy, más de 120 empresas son participantes del programa de educación dual de la Escuela de la Industria Gráfica, que está considerada como un modelo de este tipo de educación a nivel nacional. Durante los últimos dos años se ha realizado una acción decidida para revitalizar esta experiencia incorporando una relación más cercana con las empresas y una supervisión más activa a nivel de los profesores.

Sin duda, el más importante desafío es contar con profesores y con la tecnología acorde con las necesidades de la industria en cada momento. Para ello ha sido vital el apoyo de los proveedores de la industria que han dispuesto equipos de última versión para que los alumnos aprendan en ellos. Adicionalmente el proyecto de Aulas Tecnológicas, que esperamos concretar durante el año 2016, colocará a la Escuela a la vanguardia de las herramientas que faciliten el aprendizaje.



ECONOMÍA DESAFÍOS QUE SE RENUEVAN

En sus 10 años de existencia, *Impresiones* ha sido testigo de un periodo convulso como pocos en materia económica. A mediados de 2008 el mundo se vio sacudido por una crisis financiera como no había visto desde la Gran Depresión, y si bien los mercados emergentes no sufrieron tanto como las economías más desarrolladas, su efecto en Chile fue la primera recesión desde la Crisis Asiática de fines de los años 1990.

Apenas un año y medio después los chilenos se verían enfrentados a un fenómeno natural que tuvo demoledores efectos en la matriz productiva y, por ende, en el curso económico del país: el terremoto del 27 de febrero de 2010, cuyo proceso de reconstrucción demandó unos USD 30.000 millones, según los cálculos de las autoridades de la época.

Para finalizar esta breve revisión, es preciso mencionar la actual crisis global por la que atraviesan las materias primas, derivada del paulatino pero sostenido proceso de desaceleración experimentado desde 2010 por China, la segunda economía del mundo después de Estados Unidos.

Pese a todos estos escollos, en el periodo analizado la economía chilena, salvo su ajuste tras la llamada Crisis Subprime, se expandió, aunque, hay que decirlo, en ocasiones con menos fuerza de lo que las autoridades y los gremios empresariales hubiesen querido.

En ese contexto, este medio jugó el papel que *Asimpres* le encomendó, que no era otro que ser una herramienta de



comunicación, pero también de comprensión de lo que le tocaba encarar a los asociados. A través de artículos, entrevistas y columnas de opinión se explicó la coyuntura y se proyectaron escenarios tanto para el país como para la Industria.

Hoy los desafíos se han renovado. El rol que han comenzado a jugar las organizaciones ciudadanas, las reformas impulsadas por la autoridad y la crisis de confianza, exigen redoblar los esfuerzos en tanto voz de la Familia Gráfica. Procuremos estar a la altura.



JUAN PABLO FIGUEROA Director de Revista Contraseña

uales han sido los resultados en beneficio de la duatría y el comercio logrados por la CPC en el sa Gobierno servo de su estrategia de generar consensos con Gobierno?

INDUSTRIA GRÁFICA

DE LA CULTURA EMPRESARIAL A LA EMPRENDEDORA

En los últimos diez años la industria gráfica ha experimentado intensos cambios, tanto en términos tecnológicos, como una manera de responder a las exigencias del mercado, como en la irrupción de nuevos medios que han cambiado los hábitos de consumo, particularmente en contextos de crisis económicas con marcadas bajas en la demanda.

Chile ha exhibido una alta adhesión a los avances tecnológicos, pese al tamaño de su mercado es una industria madura en inversión de plataformas digitales, especialmente en lo que concierne a impresión comercial, de etiquetas y soluciones de gran formato. Incluso, en impresión convencional, offset y

flexo, exhibe los últimos adelantos en materia de electrónica y de automatización, sistemas de entintado, integración de módulos de terminación... que han determinado una puesta a punto más eficiente y productiva que las prensas convencionales.

Lo anterior, por supuesto, considera inversiones en preimpresión, flujos de trabajo integrados, como también en procesos de acabados incorporados a la gestión de impresión.

A esto se suma una imagen país que ha permitido que empresas multinacionales inviertan en emprendimientos locales para su proyección continental, aportando su modelo de gestión y estándares de calidad. E incluso que empresas locales extiendan su gestión a países vecinos, ampliando sus negocios. Y en un tercer caso, que una familia tradicional de la impresión editorial y comercial decida recomprar la participación de una empresa internacional para retomar el 100% del control de la imprenta.

En estos diez años han convivido todos los sistemas y tecnologías, pero lo que ha costado cambiar es la cultura empresarial por una emprendedora, orientada a crear valor agregado, a crear estímulos que superen la referencia exclusiva por el precio o el tiempo de respuesta.

Es necesario hacer sentir el valor de un servicio calificado al cliente para apoyar su crecimiento, o plantear innovaciones que generen un mayor impacto en la comunicación impresa. Abrir nuevos mercados, experimentar en multiplataformas, en aplicaciones con valor agregado.

Y para lograr lo reseñado se requiere estar más cerca de clientes y de proveedores, acoger las tendencias en materia de sustentabilidad y fomentar la inversión en recurso humano, ya que no hay innovación y valor agregado sin un personal debidamente calificado. La sola inversión en tecnología no es suficiente para crear más valor.

5

US\$ 687 millones vendió Industria Gráfica durante el ejercicio 2005.

En pesos la cifra supera los 353.096,63 millones, según los datos del Servicio de Impuestos Internos (SII). El número de imprentas, en tanto, pasó de 3.645 a 4.216 entre 2004 y 2005.

NOTICIA EN PÁGINA 4:

Precio del papel sufriría incremento de hasta US\$ 150 en el primer trimestre de 2008

Compañías internacionales del sector han informado a sus clientes que diversos cambios en los valores se registrarán en el curso de los próximos meses.

Déficit de la balanza comercial de envases

superó los US\$ 24 millones durante 2006

Imprentas del rubro etiquetas confían en repunte del negocio en 2012 de la mano de las viñas

Auge regional del mercado de las etiquetas

Crisis global de 2009 le costó más de \$ 68.000 millones al sector gráfico chileno

INDUSTRIA

Según sondeo, uno de cada dos socio alza de insumos superior al 5% en



JOSÉ BODET

Director Académico de Antalis Lab

MARCELA URRUTIA

Del Mundo Gráfico

Entrevista a Alon Bar-Shany,

Gerente General de HP Indigo:

con comprar

una Indigo"

Vicepresidente Ejecutivo y

"No basta

INDICADORES

SECTOR GRÁFICO EN CHILE EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

Durante la última década el sector de la industria gráfica ha tenido un desempeño por debajo del crecimiento del país. Al analizar las cifras del indicador de producción del sector gráfico -elaborado por la Gerencia de Estudios de la Sociedad de

año 2014 con el de 2004, este registra un crecimiento acumulado de 13,8%, lo que significa una tasa de crecimiento promedio anual de un 1,3%. En tanto, si hacemos el mismo ejercicio con las cifras de crecimiento del país, estos resultado duplican el desempeño del sector de la industria gráfica, al crecer 37,8%, lo que implica que la actividad total del país registró una tasa de crecimiento promedio anual de 4,2% entre 2004 y 2014.

Fomento Fabril- y comparar el nivel del

Al analizar el componente imprentas y

editoriales del PIB, reportado en el informe de las cuentas nacionales del Banco Central, este sector también registra un crecimiento por debajo de la actividad total del país en los últimos 10 años, al mostrar una tasa de crecimiento medio de 3,3% anual.

En lo más reciente esta dinámica no ha cambiado, pues los datos acumulados a octubre de 2015, de la industria gráfica, muestran una baja de 3,4% anual, si lo comparamos con igual periodo del año pasado, según la medición del indicador de la industria gráfica de la Gerencia de Estudios

Opinión

Komori y su apuesta por Chile y América Latina

ESTRATEGIA DE LA COMPAÑÍA JAPONESA TIENE A

Hablan los expositores

PRINT stgo Las razones para estar en Print Santiago 2014

El evento, organizado por Asimpres y Revista Contraseña,





Opinión

"Imprentas Híbridas" en Chile

HÉCTOR ROJAS, GERENTE GENERAL DE AGFA CHILE

TECNOLOGÍA RESUMIENDO 10 AÑOS DE EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

Con motivo de este #100 del diario Impresiones, resumiré a continuación lo que considero son los más relevantes desarrollos tecnológicos de los últimos 10 años.

Iniciando esta columna con el área de preprensa, se puede decir que desde 2005 los sistemas CTP para impresión offset se han afirmado últimamente con planchas libres de químicos, y se encarecen cada vez más los flujos de producción basados en película, en una sociedad con

creciente conciencia hacia la protección del medio ambiente.

Por otra parte, hemos presenciado cómo la empresa Adobe ha establecido su hegemonía, no solo a nivel de software de diseño sino también en cuanto a plataforma de preflight y solución de "ripeo" basada en el formato PDF con su tecnología APPE, la cual puso fin a 20 gloriosos años de PostScript. Una supremacía que Adobe aprovechó para migrar al modelo comercial de arriendo de licencias, al igual que otras grandes compañías de software como Microsoft.

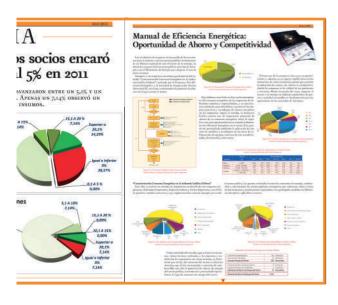
Sin embargo, mi palma de oro en el área de preprensa para el avance más significativo de estos últimos 10 años va para la plancha flexo, que, por su materialidad, resolución y tecnología de tramado, ha permitido que la impresión flexográfica se haya llevado porciones de mercados hasta ahora reservados al offset y rotograbado. Y destacar, por último, las planchas con revelado al agua que deberían llevar la preferencia de empresas eco-responsables.

En el área de impresión las tecnologías digitales siguen creciendo, siendo cada vez más versátiles, productivas e innovadoras. Hoy podemos afirmar que no hay nada que no pueda imprimirse en digital y, más allá de la tecnología, la real revolución reside en que el digital esta democratizando y cambiando el tradicional modelo de negocio del impresor hacia actores nuevos y no siempre gráficos.

También han sido relevantes los avances en insumos y tecnologías más amigables con el medio ambiente, las políticas de producción limpia y certificaciones asociadas. A su vez, cada vez más normas técnicas de producción han sido publicadas como forma de ayudar, mediante la estandarización, a que la producción impresa sea más eficiente y rentable.

Por último, mi palma de oro va para la tecnología Anicolor, en donde Heidelberg revoluciona por primera vez en cerca de 100 años el proceso litográfico offset. ¡Notable!

diciembre 2015 I 100 I asimpres.cl



de la Sofofa, en tanto que el crecimiento de la actividad global del país, medido por el PIB, se ubicó en 2,2% anual en igual periodo. En relación en las ventas del sector gráfico, estas mostraron una variación interanual de 3,4% respecto de enero - octubre del 2014.

Cabe mencionar que la proporción en valor agregado del sector imprenta y editoriales sobre el total de la actividad, según las cifras de la Matriz de Insumo Producto elaborada por el Banco Central, pasó de 1% en el año 1996 a 0,3% en 2012.







comparten su visión de la industria

Entraron al mundo de la impresión por razones diversas. Muchas, per herencia familiar, otras, por latere frente a una sinuación de crisis laboral. Lo cierto es que hoy, representan al género en el alto

La Escuela de la Industria Gráfica festejó su 66° Aniversario en un almuerzo al cual asistieron ex alumnos de la entidad educativa



Trabajadores y Empresarios comprometidos en un clima de confianza y transparencia

ESIONES

METROPOLITONA DES EN DEL MUNDO GRÁFICO

Del Mundo Gráfico





Masiva asistencia de la Familia Gráfica a Cena Anual de Asimpres



GREMIAL

LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LOS SOCIOS, CLAVE DEL FORTALECIMIENTO GREMIAL



Los hitos del ámbito gremial se extraen fácilmente revisando las mismas páginas de este Diario y también desde las plataformas web y redes sociales que han sido implementadas como medios de comunicación complementarios a través de estos años. El objeto ha sido fortalecer los vínculos con los asociados y también con las organizaciones nacionales e internacionales directamente relacionadas: Chilediseño, ACHAP, Asociación Nacional de la Prensa, ANDA, SOFOFA y Conlatingraf, participando activamente en sus actividades y generando instancias para promover el intercambio, tales como el ciclo de innovación y aplicaciones del formato impreso IMPRESIONA, para difundir los requerimientos de los impresores.

Acciones relevantes del periodo han sido los programas de Eficiencia Energética e Impresión Sustentable, suscribiendo Acuerdos de Producción Limpia con el CPL del Ministerio de Economía y permitiendo que las empresas gráficas mejoren sus procesos internos y contribuyan en la disminución de los impactos medioambientales que genera nuestra industria.

Sin duda, la organización de la Feria Print Santiago, cuya 4a versión organizaremos el 2016, ha sido un hito para la difusión de nuevas tecnologías, contribuyendo con la modernización del equipamiento industrial y nuevos procesos, transformando a la industria gráfica en un sector líder de la innovación tecnológica.

También ha sido objetivo permanente promover la excelencia en la impresión por medio de la creación del Premio Australis a la calidad del producto gráfico y promover la participación en certámenes internacionales.

Destacar a los líderes profesionales y empresas que premian nuestros asociados es también una función de nuestra asociación para transmitir el reconocimiento gremial al mérito y a la contribución del prestigio de la gráfica. Es así como cada año se realiza esta tarea en la cual participan activamente nuestros asociados.

Contar con indicadores de la industria aspira a constituir información relevante para los Socios, para lo cual se han realizado alianzas con SOFOFA para conocer sobre producción y ventas sectoriales mensuales, y ASECOMEG para obtener las cifras de importaciones de maquinaria e insumos para la industria gráfica. Asimismo, ASIMPRES realiza estudios de materias laborales y remuneraciones para mantener informados a sus asociados.

Asimismo, constituye un objetivo generar instancias de camaradería. La Cena de la Industria Gráfica, que crece cada año en participación, y los Campeonatos de Futbolito cuya 7ª versión se realizó en 2015. Especial rol cumplen nuestros Socios proveedores con quienes organizamos estas actividades y que contribuyen a incrementar la amistad que caracteriza a nuestro gremio.

Por último, el vínculo y colaboración permanente con Educagráfica se ha constituido en objetivo primordial en estos años, esfuerzos conjuntos para dar a conocer el potencial en educación y capacitación con que cuenta nuestro gremio, motores básicos para el engrandecimiento de la industria gráfica.

diciembre 2015 | 100 | asimpres.cl

ASIMPRES CELEBRA 85 AÑOS DE VIDA EN CENA ANUAL DE LA **INDUSTRIA GRAFICA**

El pasado miércoles 25 de noviembre más de 600 personas, entre directivos, profesionales y colaboradores de imprentas, convertidores y proveedores gráficos, se dieron cita para celebrar un nuevo aniversario de Asimpres en su tradicional cena de fin de año.







1 Ricardo Schaub, gerente de Impresora Óptima y director de Asimpres; Alan Epstein, presidente de Imagex, y Juan Pablo Morgan, gerente de Ograma.

- 2 La industria quiso reconocer la trayectoria, ligada a la educación, de la señora María Elena Ocampo. El reconocimiento fue entregado por Nelson Cannoni y Miguel del Río.
- 3 Germán Guerra, importante impresor de la Quinta Región y Past Presidente de la Asociación de Impresores de Valparaíso, recibió de manos de Felipe Báez y Manuel Betancourtt una distinción especial por su aporte a Educagráfica.
- 4 Tomás Flanagan Simonsen, ex gerente de Empresas Jordan, Líder Gráfico 2015
- 5 Javier Ibero, gerente de EADEC; Héctor Rojas, gerente de Agfa Chile; Ignacio Pérez, gerente de Flexografía y Digital Guerra y Guerra; Michel Sabelle, gerente comercial de Artica y vicepresidente de Asimpres
- 6 Pamela Carrasco de El Mercurio recibe de manos de Roberto Tapia, editor del periódico *Impresiones,* un reconocimiento a su aporte a la difusión de la industria gráfica.

ESTA EDICIÓN FUE POSIBLE GRACIAS A:





Mesa central (+56.2) 2730,0000 Directo ventas (+56 2) 2730 0058 Gratis 800 223 012 / www.antalis.cl



Teléfono (+56 2) 2477 6100 800 470 855 / www.canon.c



Teléfono (+56 2) 2591 1100 www.dimar.cl



Teléfono (+56 2) 2387 1000 www.dipisa.cl

Theobaldo de Nigris destaca calidad de la impresión latinoamericana

El pasado primero de octubre, en Río de Janeiro, se dio a conocer a los ganadores de la vigesimosegunda versión del Premio Theobaldo De Nigris, el concurso gráfico más importante de la región.



Bolsas sin procesos especiales **Bolsa Natura Impresora Printer**



Folletos a uno o más colores con procesos especiales **Folleto The Singular** Impresora Ograma



Folletos a uno o más colores sin procesos especiales **Folleto Nike Tech Pack Impresora Ograma**



Catálogos de Obras de Artes Pintura Chilena Contemporánea Salesianos **Impresores**



Revistas impresas en prensa plana Revista Diseña #8 **Impresora** Ograma Ltda.



Teléfono (+56 2) 2375 2400 www.edipac.cl



Etiquetas autoadhesivas con procesos especiales **Etiqueta Lucky Goat** Reserva Especial 2014



Síguenos en

www.asimpres.cl





Informes Anuales, Relatorios y Memorias impresas a cuatro o más colores Memoria Concha y Toro Impresora Ograma



Agendas Impresas a cuatro o más colores Agenda Pascualina Turquesa **RR Donnelley Chile**



procesos especiales

Acrus - Ccl Label

Hemisferio

Colorama

diciembre 2015 | 100 | asimpres.cl

(IMPRESIONES 100)8.indd 8 30-12-15 11:16