

Impresiones

SEPTIEMBRE 2016 AÑO 11, Nº 106 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



Página 5

FABRICIO CÁCERES:

“Como el ave fénix nos levantamos de las cenizas”



En página 7

HP se asocia a ASIMPRES

6

Asimpres es media partner de la feria de sustentabilidad que organiza PEFC



6

Kurz presenta la máquina Digital Metal Liner

**Roberto Tapia
es elegido
presidente de
ASIMPRES**

Página 3



El Toolkit V2.0 es un set de herramientas desarrolladas por Idemax que tiene como objetivo ser una ayuda para navegar procesos de innovación siguiendo la metodología ERATM (Entender, Resolver y Acelerar). Es una pieza impresa a color en opalina y cartón termolaminado con puntas redondeadas que busca aumentar las probabilidades de éxito y el potencial de impacto de un proyecto de innovación.

El Toolkit incluye un tablero, 36 tarjetas y una guía para entrar al mundo del comportamiento creativo y la metodología ERATM.

El desafío consistió en diseñar el set de herramientas con el objetivo de guiar la realización de un proyecto de innovación de inicio a fin, ocupando el juego como una forma de invitar al comportamiento creativo y ampliar las posibilidades de descubrir lo extraordinario.

Se tomó la decisión de ocupar materiales rígidos y de mayor volumen para dar peso, estructura y durabilidad a las piezas. Estas terminaciones hicieron de las diferentes piezas un objeto que se puede manipular y ocupar sin que pierda su riqueza gráfica y durabilidad.

La imprenta Ograma acompañó durante todo el proceso de impresión, desde la búsqueda de materialidad hasta decidir terminaciones y color.

Editorial

Sin perder la confianza

Luego del receso de Fiestas Patrias, damos la bienvenida al último trimestre del año, periodo que históricamente ha venido acompañado de una mayor demanda que levanta la actividad y mejora los resultados económicos de las compañías.

Aunque, el último índice de producción física industrial arrojó una caída de un 9,8%, respecto a igual mes de 2015, lo que impulsó una inmediata reacción de Sofofa, no debemos perder la confianza.

Nuevas e importantes empresas gráficas se han asociado al gremio en este último mes, lo que ratifica la importancia, más que nunca, de la asociatividad. Le damos la bienvenida a Fabricio Impresores, a Zuve, a HP, a Siegwark, Flexolabel, Valus, Rotadyne y Gonsa.

A menos de dos meses de su realización, el Print Santiago se convierte en un hito para la industria, el que renueva el impulso por nuestro desarrollo y por una constante innovación tecnológica. Esperamos que sea una instancia para cerrar nuevos negocios y para reencantar a nuestros públicos con las cualidades del impreso en todos sus formatos.

Por lo pronto, ASIMPRES continúa su labor gremial, cerrando la etapa de diagnóstico del APL n°2 y realizando reuniones con asociados para abordar diversas temáticas de interés. Es así como a la reunión de reforma laboral, empresas familiares, y recursos humanos, se suma un cuarto encuentro vinculado a gestión comercial.

Desde el taller

● ROBERTO REYES, PRE-PRENSISTA EN DONNEBAUM

Roberto Reyes Carrasco tiene 45 años recién cumplidos y toda su vida ha trabajado en la industria gráfica. "Si se acaba la imprenta yo no sé qué hacer", comenta.

Egresó de la Escuela de Diseño de Esucomex en 1992 y posteriormente, en 2002, estudió Publicidad, Marketing y Negocios en la Universidad de las Américas. Luego de un recorrido de varios años por Azócar Multigráfica, Editorial Antártica y Cameo Marinetti, aterrizó en Donnebaum en 2009.

"Comencé haciendo un apoyo porque eran tres personas las que estaban en ese momento: un encargado jefe, un operador de máquina y necesitaban a alguien que estuviera en los equipos, que recepcionara los archivos, atendiera a los clientes y supiera darle respuestas en el tema digital".

Como pre-prensista del área Impresión, Roberto reconoce que su trabajo está más enfocado a hacer una asesoría gráfica a los clientes.

En ese sentido, asegura que la gran mayoría de los trabajos que recibe de los clientes están bien diseñados, aunque también hay excepciones. "Hay veces que llegan documentos Word y quieren hacer una memoria", admite divertido. En esos casos disfruta darle al cliente la respuesta que necesita y apoyarlo en su proyecto.

"Lo que más disfruto es ver un trabajo bien terminado", señala. Para Roberto Reyes es gratificante ver la felicidad del cliente cuando se logra el propósito planteado. Fuera del trabajo, cuenta que sus pasatiempos son viajar, pasear en bicicleta y andar en moto.

¿Quiere compartir sus consejos, datos y anécdotas del taller? Escribanos a comunicaciones@asimpres.cl

Impresiones
Del Mundo Gráfico

IMPRESIONES DEL MUNDO GRÁFICO® es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos de Chile A.G. **ASIMPRES** comunicaciones@asimpres.cl • www.asimpres.cl
Comité Editorial: Nelson Cannoni,

Marcela Lahosa, Rodrigo León, Héctor Rojas, Juan Pablo Morgan, María Eugenia Mingo, Natalia Ramos y Carla Caorsi. **Fotografías:** William Casique y Archivo ASIMPRES. **Impresión:** A Impresores. **Tiraje:** 10.000 ejemplares.

Miembros de:



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.

Senado aprueba Proyecto de Ley de Marketing Directo

La Protección de los Derechos de los Consumidores y de la Vida Privada se consagra en esta legislación en respuesta a las estrategias de comunicación agresivas del mercado publicitario masivo.

- Se deberá pedir autorización expresa para recibir llamados, servicios de mensajería telefónica o cualquier otro medio electrónico y se podrá revocar en cualquier momento.
- Las llamadas por teléfono solo podrán efectuarse de lunes a viernes entre 8:00 y las 20:00 hrs.
- Se prohíbe el envío de publicidad en días sábados o feriados.
- Se prohíbe a los proveedores transferir a terceros los datos de los consumidores, a menos de autorización para un fin expreso.

Estos cambios traerán como consecuencia la obsolescencia de las bases de datos que actualmente se usan, salvo que los datos hayan sido obtenidos con una autorización expresa, previa y específica.



Roberto Tapia es elegido presidente de Asimpres

Roberto Tapia Mac Donald, gerente de Salesianos Impresores y Premio Líder Gráfico 2013, fue elegido por el directorio como nuevo presidente de Asimpres, cargo que ya había desempeñado en el periodo 2010-2011.

Tapia es diseñador gráfico e industrial de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso y cuenta con 35 años de carrera. Comenzó desempeñándose como diseñador, luego como gerente de Producción, y durante la última década como gerente general de Salesianos Impresores. Entre los años 2005 a 2010 fue director de Asimpres, y ha conformado parte del directorio de la Corporación Educacional de las Artes Gráficas.

Ograma exporta libros *high quality* a China

A diferencia del creciente número de importaciones de productos impresos provenientes de China, los que compiten fuertemente por precio y volumen, la imprenta chilena

Ograma ganó la producción de dos libros de arte, del segmento *high quality*, para un cliente de dicha nacionalidad.

Ograma se impuso incluso por sobre competidores asiáticos y de Norteamérica, lo que demuestra el alto estándar de calidad del impresor chileno. “En Chile tenemos acceso a la tecnología que queremos y está instalada”, expresó el gerente de Ograma,

Juan Pablo Morgan, y aseguró: “No tenemos nada que envidiar a impresores del resto del mundo”.



Hagraf y Ricoh promueven el acceso a becas de educación superior

Hagraf y Ricoh se encuentran patrocinando el desarrollo del programa Construye tu Futuro, para hijos de los trabajadores gráficos. Este programa, diseñado e impartido por la Fundación por una Carrera, busca informar y acompañar a los jóvenes en su postulación a financiamiento para la educación superior.

El 86% de los estudiantes asesorados el año pasado hoy estudian gratuitamente o con becas, lo que significa un aporte concreto para la economía familiar de los trabajadores gráficos.

Mayor información: Marcela Meza al mail mmeza@porunacarrera.cl

NOVEDADES EN MATERIA LABORAL

Con fecha 8 de septiembre se publicó la Ley N° 20.940 que moderniza el Sistema de Relaciones Laborales.

La Reforma Laboral entrará en vigencia el 1° de abril de 2017. El texto completo de las modificaciones se encuentra en www.asimpres.cl

Reuniones de asociados

Socios de ASIMPRES se dieron cita para conversar e intercambiar experiencias en materias de gestión y administración de las empresas gráficas. La reunión tuvo lugar en el salón del Directorio de la empresa socia Dimacofi. La próxima reunión a la cual están invitadas las empresas asociadas se realizará el 29 de septiembre a las 17:00 horas en la misma sede, donde se abordarán temáticas de gestión comercial.



Carlos Eicholz, de Colorama; Roberto Tapia, de Salesianos Impresores; María Eugenia Mingo, de Asimpres; Herbert Huber, de Max Huber; Álvaro González, de Gonsa; Erik Toro, de Papermint; José Patricio Castro, de OneLabel; Felipe Báez, de B&B impresores; Juan Ignacio Olaechea, de Pan Impresores; Braulio Orellana, de A Impresores. Presentes también en la reunión Martín Sanhueza, de Printer y Claudia Jalilie, de AMF.

De regreso al papel

Importantes portales digitales como Net-a-Porter y Airbnb apuestan por revistas impresas como estrategia de marketing y fidelización.

Net-a-Porter, uno de los principales portales digitales de moda, que cuenta con 4,4 millones de visitas y clientes en 170 países, decidió apostar por contratar a los mejores editores de la revista *Vogue* y otras revistas de la industria para desarrollar una versión impresa.

De esta manera, en vez de haber competido con el papel, decidió incorporarlo con un solo objetivo: pasar del posicionamiento al culto.

Por otro lado, la principal red social de arriendo

privado de habitaciones, casas y departamentos, Airbnb, decidió desarrollar una revista impresa llamada Pineapple para dar a conocer historias y personajes de su comunidad de usuarios. “Un cruce de viajes y antropología; un documento de comunidad, pertenencia y espacio compartido” expresa en su manifiesto. Con historias recogidas de Londres, Seúl y San Francisco, el número inaugural tuvo 128 páginas y se repartieron 18 mil copias gratuitas a los usuarios de la plataforma.

La revista impresa de Net-a-Porter y de Airbnb son casos de *reverse-publishing* o de revalorización comercial del impreso editorial. Este tiene como punto de partida el interés de construir una marca con una experiencia integral y que sustenta sus pilares en contenidos que puedan luego ser “atesorados” por sus seguidores.





Charla exclusiva para socios Asimpres

GESTIÓN COMERCIAL: LA BASE DE LA DIFERENCIACIÓN

Expone:

Álvaro González CarrèreGerente Regional de COMPITE,
Master en Innovación y Emprendimiento.

Jueves 29
septiembre
17:00 hrs.
Vftacura 2939,
piso 15 (Dimacofi)



COMPITE

Ingraf realizará diplomado de Gestión de Calidad en la Industria Gráfica

El Centro de Formación Técnica –Ingraf– ofrece nuevo programa de estudios dirigido a un amplio espectro de profesionales y técnicos gráficos, que tienen directa o indirecta relación con el proceso productivo gráfico y su calidad.

Los prerrequisitos para optar a este diplomado son contar con licencia de Educación Media y tener experiencia o manifiesto interés en el área de gestión de calidad en los procesos gráficos.

El diplomado está compuesto por cuatro módulos: Aseguramiento de la calidad a través del control de materiales y procesos, a cargo del profesor Douglas Saavedra; Gestión del color en la industria gráfica, a cargo de Hernán Ahumada, técnico gráfico Impresión Offset y licenciado en Educación; Gestión del sistema de calidad en la industria gráfica”, a cargo de Apolonia Contreras, ingeniero estadístico, jefe de aseguramiento de la calidad y asesor estadístico; y Coaching y liderazgo, a cargo de Jimena Tapia Ponce, magíster en Comunicación Social.

El diplomado se realizará durante los meses de octubre a diciembre.

Información y contacto:

Vicky Godia Torres
v.godia@educagrafica.cl

Asimpres da la bienvenida a sus nuevos socios

Con el objetivo de continuar representando los intereses de los actores del mundo gráfico de forma amplia y diversa, la Asociación Gremial de Industriales Gráficos de Chile da la bienvenida a Valus Impresiones, Gráfica Andes, Flexolabel, Gonsa S.A. y Siegwark, quienes acaban de integrarse a Asimpres como nuevos socios.

A continuación presentamos a cada una de estas empresas que contribuyen al desarrollo y el crecimiento de la industria gráfica nacional.

VALUS IMPRESIONES

Es una empresa fundada en 1987 con más de 25 años de trayectoria en el desarrollo de ideas y el compromiso con la satisfacción de las necesidades de impresión de sus clientes. La firma cuenta con diseño y preimpresión de última generación, impresión digital y offset color y posimpresión equipada para sus requerimientos técnicos, entre otros servicios.

ROTADYNE CHILE

Es parte del grupo Rotadyne Corporation, líder mundial en la fabricación de rodillos para la industria de la impresión y aplicaciones industriales, que fue fundada en el año 1908.

La planta en Chile dispone de maquinaria específica como la engomadora automática REMCO o un micrómetro láser, instrumento único en Chile para medir rodillos.

FLEXOLABEL

En el rubro de la flexografía, Flexolabel SPA busca abastecer al mercado de etiquetas autoadhesivas desarrollando e im-

plementando nuevas tecnologías y técnicas según las necesidades requeridas. Fue creada en 2013 por el grupo de empresas Munizaga, holding que tiene más de 20 años en el mercado flexográfico.

GONSA

Es una empresa del rubro gráfico, publicitario, comercial e industrial creada en 1961. Su misión de buscar permanentemente las mejores soluciones gráficas para sus clientes fue reconocida en 1999, cuando su presidente César González Samohod fue nombrado Líder de las Artes Gráficas de las Américas por la Printing Association of Florida INC.

SIEGWARK

Es un fabricante internacional con presencia en Europa, Asia y América, líder en el mercado de las tintas de impresión para el envasado de cualquier tipo, así como periódicos, revistas y catálogos. La compañía tiene más de 180 años de experiencia y en 2015 sus ventas totales alcanzaron los 1,088 billones de euros alrededor del mundo.



Manuel Salgado y
José Alaluf



Emma Belandria,
Rafael Salgado,
Juliana Reinoso y
Liseth Kablan

Procolor realiza lanzamiento de su prensa HP Indigo 10000

El pasado 25 de agosto la empresa gráfica Procolor realizó la presentación en sociedad de su prensa digital HP Indigo 10000 recién adquirida.

Con un evento enmarcado en el concepto de “Grandes ideas”, su gerente general, Manuel Salgado y su hijo y gerente de Producción, Rafael Salgado, dieron a conocer la nueva prensa que potenciará aún más la oferta versátil y de calidad que caracteriza a Procolor.

Con formato de 75 cm, la Indigo 10000 se adapta fácilmente, imprimiendo grandes volúmenes de páginas y una amplia variedad de aplicaciones.

Dimacofi trae a Chile nueva RISO COM COLOR FW

Dimacofi, representante exclusivo de la marca, trae la nueva serie COM COLOR FW, que llega a reemplazar el equipo Com Color Serie X1. Este nuevo modelo mejora en aspectos de velocidad y sustratos mejorando también en accesorios para acabados, tales como doblaje de papel (hasta en 4 doblajes), engrapado (hasta doble engrapado) y perforación, reduciendo así importantes tiempos de trabajo. Asimismo, esta nueva serie es un 33% más pequeña que otros modelos.

Los equipos Riso trabajan con Tinta Líquida, es decir, no utilizan calor, lo que permite un importante ahorro energético; pero mejor aún, la primera impresión solo tarda 5 segundos en comparación con otros equipos que al trabajar con calor su primera impresión tarda entre 20 a 25 segundos. Esto implica además una importante reducción en los índices de contaminación.



Empresa experta en encuadernación

ZUVE se asocia a ASIMPRES



Juan Zúñiga funda Zuve basado en su experiencia sobre las necesidades que existían en encuadernación, relacionadas con tiempos de entrega y adaptación a las exigencias de los clientes finales. “Recuerdo que para tirajes de 3.000 revistas en adelante el tiempo de proceso era muy elevado y los proveedores no siempre estaban sintonizados con las exigencias del cliente final”, explica Juan Zúñiga.

Así, en junio de 2008 nace Zuve, con la idea de destacarse por la seriedad en los compromisos y la calidad. Hoy en la empresa trabajan 17 personas, entre operadores de máquina, ayudantes y administrativos. “La mayoría de nuestros maestros calificados fueron formados en empresas grandes. Con ello buscamos que pese a su corta edad, Zuve tenga experiencia gráfica”, aclara Zúñiga.

Cuando partió, Zuve contaba solo con una encuadernadora de revistas Muller Martini, y para el servicio de doblez y corte debieron hacer alianzas. Una vez que se fueron estabilizando como compañía comenzaron a invertir en maquinaria: primero dobladoras, después guillotinas, y gracias a esto la capacidad aumentó, mejorando los tiempos de entrega. En una tercera etapa invirtieron en máquinas de respaldo en cada área, para poder asegurar cumplimiento en momentos de sobrecargas o panas. “Cada etapa ha estado acompañada de fortalecer y cuidar las

buenas relaciones con nuestros clientes, el cumplimiento de los compromisos y la calidad”, añade Zúñiga.

Hoy la empresa tiene dos áreas de negocio: doblez y costura de alambre “corchete”. Doble incluye pliegos para editorial, 32 páginas, 16 páginas, 8 páginas, además de dobleces para el mercado publicitario, mapas, desplegables, folletos tipo ventana, trípticos y dípticos. Por su parte, en costura de alambre “corchete” se encuadernan productos como revistas de alcance masivo e institucionales, anuarios escolares, reglamentos internos y folletos técnicos, entre otros. Además, cuenta Juan, ofrecen asesoría gráfica “que permite a nuestros clientes optimizar sus costos y, a nosotros, los plazos de entrega”.

Juan Zúñiga comenta que una de las razones que permitió que la compañía empezara a crecer fue la rapidez en la entrega: “Nuestros clientes se sorprendían de que les entregáramos tirajes de 10.000 revistas en un día. Existía en el mercado de las medianas y pequeñas imprentas plazos más altos”.

Al ser consultado sobre los desafíos de la industria este año, Zúñiga explica: “este año, al igual que 2014 y 2015, es muy difícil. No es posible proyectar en ningún sentido. De un día para otro el trabajo sube y se crea una congestión, ya que los pedidos llegan con los plazos casi vencidos y debes forzar al máximo los esfuerzos para cumplir. Todo esto con unos valores que no han sido actualizados en los últimos 3 años y a los que además, en ocasiones, debes aplicar un descuento adicional”. Por otra parte, indica que también es complicado para los colaboradores: “cuando los días de baja son muchos y seguidos, todos nos ponemos nerviosos”.

Desde este año Zuve es socio de Asimpres. Juan Zúñiga explica: “creemos en la importancia que significa conocer quiénes son los participantes de la industria en que estás operando, para mantener una referencia clara de en qué eslabón de la cadena estás aportando valor y, con ello, qué situaciones o condiciones afectan el negocio”.

Entrevista a Fabricio Cáceres, gerente general de Fabricio Impresores

Renaciendo de las cenizas



Han pasado más de dos años desde la tragedia que afectó a Fabricio Impresores, cuando la tarde del 20 de marzo de 2014 un incendio consumió las dependencias de seis inmuebles en Providencia, entre ellos, la imprenta familiar ubicada en la calle Bilbao 478.

“Luego de esa terrible tragedia habían dos posibilidades: una habría sido retirarse y desaparecer y, la otra, la más difícil, comenzar de nuevo”, cuenta Fabricio Cáceres, gerente general de Fabricio Impresores.

“Junto a mi padre decidimos comenzar desde cero, como el ave fénix nos levantamos de las cenizas”, agrega. “Con la ayuda de la familia y amigos pudimos limpiar, luego vendría la construcción de la propiedad para comenzar a levantarnos, luego con la compra de algunas máquinas y equipos pudimos ir atendiendo a nuestros clientes que nos apoyaron. Tenemos proyectos de nuevas incorporaciones de máquinas para poder seguir levantándonos, ahora con más fuerza y experiencia”.

Según cuenta el gerente general, la empresa fue creada en 1958 por Fabricio Cáceres Silva (padre), egresado de la Escuela de Artes Gráficas. Ya en el año 1988 Fabricio Cáceres Zúñiga (hijo) se integró a la imprenta.

Fabricio Impresores está dedicada a brindar servicios de impresiones a empresas públicas, privadas, instituciones, personas naturales y otros. “Estamos orientados al área de impresión comercial, atendiendo en gran parte el rubro de laboratorios farmacéuticos”, explica.

Entre los servicios que entrega la empresa se encuentran la impresión comercial como folletería y embalaje, impresión variable en boletería comercial, impresión offset y digital.

“Somos pequeños ahora, después de la tragedia que vivimos hace un par de años, pero estamos recuperando lo perdido paso a paso”, explica Fabricio Cáceres. De hecho, en este momento 19 personas conforman la empresa, pero están en proceso de contratar más.

Para Fabricio Cáceres el crecimiento de la imprenta en estos dos años se debe a la constancia y al trabajo duro. “Además, hemos estado haciendo las renovaciones tecnológicas necesarias para entregarle al mercado lo que requiere, a los costos y plazos más óptimos para ellos”, cuenta.

Este año Fabricio Cáceres tomó la decisión de vincularse a la Asociación Gremial de Industriales Gráficos de Chile. “Siempre nos hemos considerado del gremio, pero no habíamos materializado la entrada a este. Y pensamos que este nuevo renacer de nosotros debía contar con el ingreso real al gremio”, explica. Para el gerente general de Fabricio Impresores representa un paso importante para la imprenta. “Somos del gremio por toda una vida de trabajo, y qué mejor que estar inserto en la misma Asociación con la finalidad de aportar en algo a nuestro gremio”, concluye.

Peter Weber, representante de Kurz para Latinoamérica y Chile

Nuevos desafíos en la era de la impresión digital

La última edición de la Feria Internacional de Artes Gráficas Drupa 2016, que se llevó a cabo en la ciudad alemana de Düsseldorf, permitió que diversas empresas alrededor del mundo mostraran las principales innovaciones para obtener un resultado de mejor calidad en la impresión gráfica.

Una de las firmas que participó en el evento fue la multinacional alemana Kurz, empresa especializada en folias, con más de 100 años de historia, que tiene un joint venture con FSK S.A. desde junio de 2011.

Drupa 2016 Alemania estuvo marcada por el giro de todo el rubro de la industria gráfica hacia la impresión digital y la terminación y acabado de sus productos. En ese sentido, Kurz presentó su última novedad de cara a los desafíos de los impresores del futuro: el nuevo concepto DIGITAL METAL®.

Peter Weber, representante de la compañía para Latinoamérica y Chile, se mostró muy satisfecho con el interés en el concepto y las máquinas expuestas en el evento que se realiza cada cuatro años.

¿En qué consiste el nuevo concepto DIGITAL METAL®?

Es una combinación entre impresión digital y la transferencia de metal y lacas, creando superficies metalizadas para tirajes a partir de una sola copia o producciones individualizadas añadiendo valor con una decoración

más llamativa. Es una terminación de valor añadido, es decir, no sirve para una etiqueta o un pliego muy básico y requiere de cierta inversión a la hora de comprarlo.

El concepto de Kurz consiste en ofrecerles a sus clientes la solución completa de: Máquina + Software + Folia. Las máquinas se denominan DM-LINER® hay dos versiones aplicando la folia sobre un toner previamente impreso en una impresora digital y la versión UV-Ink que aplica la folia sobre una inkjet UV. Ambas versiones ahora se ofrecen en dos formatos distintos y para pliegos y rollos. Ambas versiones del DM-LINER® presentamos en la Drupa (ver también: www.digital-metal.de)

¿Sobre qué otros sustratos opera?

La máquina Digital Metal® Liner funciona también en sustratos rugosos o texturados. Eso es interesante para los mercados hoy día en general, pero especialmente en mercados como Argentina y Chile que se apoyan mucho en la industria del vino. El gramaje puede ir tanto para papel como para cartulina, cartón y papeles rugosos o texturados, en ese sentido es muy versátil.

En relación a folias de seguridad, ¿es un ámbito donde se ha notado un crecimiento?

La tendencia de falsificaciones desgraciadamente no disminuye. Siempre cuando surge

una nueva marca y tiene éxito enseguida salen otras que lo copian. Entonces hay una demanda creciente de los clientes de querer distinguir con elementos de seguridad lo que ofrecemos en Kurz. Puede ser un holograma tipo TRUSTSEAL® que además de dar un efecto óptico llamativo y tener un efecto interesante no sea tan fácil de copiar.

¿Cuál es el reto para Kurz en este rubro de la impresión digital?

Nuestro afán es embellecer, decorar, hacer lucir cualquier producto, sea una etiqueta, un estuche, un poster, lo que sea.

Hay una industria bien establecida en estuches, en pliegos, en offset, en flexografías, donde los procesos son conocidos, los clientes los conocemos desde décadas. En la impresión digital es totalmente diferente. Yo diría que hasta hace cinco años muchos clientes tenían una máquina de impresión digital pero no sabían bien qué hacer con ella.

Esto ya ha cambiado. Actualmente los clientes ya le han encontrado el truco de cómo hacerlo rendir. Entonces nuestro reto es cómo puedo vender y aplicar mi producto, embellecer con efectos metalizados, holográficos, en la impresión digital donde la máquina no tiene cómo aplicarlo.



Asimpres es media partner de la feria de sustentabilidad que organiza PEFC

La feria es una iniciativa de marketing de PEFC y CERTFOR para dar a conocer el sello de certificación como un aliado real y estratégico de responsabilidad socio-ambiental corporativa, entre los usuarios de productos forestales.

El evento se llevará a cabo el miércoles 26 de octubre en Casa Piedra, salón y terraza del parque.

La Feria PEFC busca incentivar las relaciones comerciales entre las empresas certificadas, de los sectores distribución de papel, imprenta y packaging, con sus potenciales clientes.

Esta es la primera feria que PEFC y CERTFOR realizan en Chile, abriendo un espacio de conocimiento y compromiso sobre las acciones de sustentabilidad que tienen como base en el manejo apropiado de los bosques (un recurso natural que es fuente de vida y sustento social) y la gestión responsable en las industrias que procesan productos provenientes del bosque, como lo son el papel y el packaging en sus diversos tipos y formatos.

Durante la mañana se ofrecerán cuatro charlas en donde se dará a conocer el alcance ambiental, social y comercial de la certificación forestal. También se realizará un workshop, que busca enseñar a comunicar y comercializar los productos certificados con el sello PEFC. Se compone de una orientación teórica y práctica coordinada por un representante con experiencia en marketing de PEFC España.

Inscripción a las charlas:

<http://www.certfor.org/catalogo.php?id=39&idrel=56#contenido>

Inscripción al workshop:

<http://www.certfor.org/catalogo.php?id=39&idrel=59#contenido>

Información y contacto:

www.certfor.org
Organización general: Marcela Gómez.
Mail: mgomez@certforchile.org
Teléfono: 2-23341092



**1ª Feria PEFC™
de Sustentabilidad**
Papeles y Packaging

HP SE INCORPORA A ASIMPRES

Ignacio Caporal, Business Manager:

“Queremos Fortalecer mucho más la presencia de HP Indigo en Chile”

Con 23 años de presencia en el país, y siendo Chile el 40% del negocio para el Cono Sur, era de extrañar que HP Indigo no fuera parte de la asociación gremial que reúne a los principales actores de la industria gráfica del país. Sin embargo, este septiembre, esa deuda quedó saldada e Ignacio Caporal, Business Manager de HP Indigo, puede haber cumplido una nueva meta propuesta. Está muy satisfecho con que finalmente se haya podido concretar la incorporación de HP a Asimpres y ansioso por desarrollar acciones conjuntas.

Una de las principales razones para unirse a la Asociación, explica, es que al ser socios activos podrán reforzar su estrategia de posicionamiento en el mercado. Con el 90% del market share, “somos una de las marcas más fuertes en Chile. Pero no solo somos etiquetas y envases, también somos producción industrial de arte digital en todos los segmentos.

Eso lo sabemos nosotros, lo sabe el impresor, pero aún resta mucho mercado por saberlo”, asume Ignacio, quien está consciente que no basta con ser referentes en el segmento de producción, alto volumen y valor agregado, sino que también deben saber comunicarlo efectivamente. “De a poco necesitamos empezar a generar mayor conocimiento”, comenta Caporal.

El desafío de reposicionamiento y acompañamiento de marca de cara a los clientes viene realizándose desde 2013, cuando Ignacio —de nacionalidad uruguaya— aterriza en Chile para asumir su cargo. Empezamos a estar más presentes con los clientes directamente, apoyando también cada vez más al distribuidor.

Con estas gestiones de reposicionamiento, y la permanente tarea de posventa, la empresa de origen israelí también se ha propuesto un nuevo desafío: darse a conocer fuertemente en dos nuevos segmentos, entry level y etiquetas industriales. El primero, correspondiente al formato hoja y máquinas de bajo

volumen y corte, en el que HP Indigo quiere participación: “queremos entrar en ese mercado, entrar a empresas que ya tienen una o dos máquinas y un cierto volumen de impresión. Algunos creen que HP Indigo solo está enfocado en un segmento de alta inversión, y queremos mostrarles que no”, afirma Caporal.

Por otro lado, en el caso del mercado de etiquetas, HP cubre el 80% de la impresión de etiquetas de vino que se exportan, pero quieren ser parte también de otro tipo de etiquetas y soluciones, y para eso es esencial estar cerca de los solicitantes de órdenes, es decir, diseñadores y publicistas. “Para mí, el diseñador es un consumidor. Hoy estamos haciendo grandes campañas a nivel mundial para contarles a los grandes diseñadores del mundo en qué innovamos y cómo, para que ellos exijan. En el mundo del vino es el diseñador el que manda, si no sabe que un impresor puede hacer una cosa u otra, no va a pedirlo”, puntualiza Caporal.

Nicolas Couptry cuenta sus desafíos como nuevo gerente de Marketing regional de Antalis

Lleva un mes en Chile, es de nacionalidad francesa, tiene 39 años y un máster de Comercio Internacional y Marketing. Su nombre es Nicolas Couptry, y es el nuevo Gerente de Marketing a nivel regional de Antalis.

Durante los últimos cinco años Nicolas Couptry estuvo a cargo del área de comunicación visual en la sede mundial de Antalis, en París. Previo a ello, trabajó 12 años en el área de marketing y en el área comercial para empresas como Fujifilm o Sericol, dedicado particularmente al sector de Gran Formato.

Algunos puntos que llamaron su atención desde su llegada a Chile son la importancia que tienen las etiquetas de vino en el peso total de la industria, aunque asegura que el escenario chileno es bastante parecido al resto del mundo. También la centralización del país, que considera un fuerte desafío en su nuevo cargo: “Es un reto para nosotros poder atender a los clientes del norte al sur de Chile”, dice.

Según explica Nicolas Couptry, su trabajo estará enfocado tanto en Antalis Chile, que representa la parte más fuerte de su presencia

en Latinoamérica, como en Antalis do Brasil, Antalis Perú, Antalis Bolivia, México y Colombia desarrollando sinergias regionales.

“Aquí hay mucho trabajo en mejorar nuestro posicionamiento, en desarrollar nuevas soluciones para estos mercados”, añade.

Uno de los objetivos al frente de su nuevo puesto es hacer el puente con Antalis central. “Compartir buenas ideas tanto a nivel de productos y de marcas, pero sobre todo de posicionamiento de empresa viendo los nuevos retos de los impresores, que están al nivel de abrirse a nuevos mercados, más creativos”, explica.

Otro punto esencial es la tarea de promover la responsabilidad de la empresa tanto a nivel medioambiental como social.

“Ahora estamos en el área de desarrollar soluciones que incluyen tecnología, servicios, consultoría y también suponen la comprensión de las necesidades de nuestros clientes para que nuestra oferta de valor nos convierta en el socio estratégico de estos impresores”, destaca el recién asumido gerente de Marketing a nivel regional.

Nicolas Couptry también hizo hincapié en la transformación que ha experimentado la industria hacia un nuevo ecosistema, donde

impresores y agencias tienen la posibilidad de ejercer nuevos roles.

En esa línea, el nuevo gerente de Marketing asegura que el cambio digital ha sido clave y una de las áreas que más trabajarán será en la iniciativa *Digital to Business*.

“El ámbito de Digital to Business es crear un ecosistema en el que las agencias, los diseñadores, los impresores, los fabricantes de máquinas y los proveedores de insumos gráficos puedan conectarse para entender las necesidades uno de otro”, explica.

Para ello la compañía ha invertido en la formación de un equipo denominado Back-selling, que está orientado a visitar no solo a imprentas, como la mayoría de los distribuidores de suministros pueden hacer, sino también a usuarios finales.

Por ahora las prioridades están puestas en la Feria Print Santiago 2016, que se realizará los días 16, 17 y 18 de noviembre. Por segundo año consecutivo, Antalis estará participando como expositor en la feria gráfica más importante a nivel mundial. “Será un evento clave en nuestra actividad de marketing para este año”, concluye Couptry.



Novedades Print Santiago



MICROGEO
Raúl Ortega,
subgerente
de Impresión
Digital

“En esta nueva versión estaremos con un stand de mayor amplitud y gran cobertura, dando a conocer de forma exclusiva el lanzamiento a nivel nacional de novedades de Drupa 2016 para acercar a sus clientes a las tecnologías más destacadas a nivel mundial”.



PAPELERA DIMAR
Erika
González,
gerente
comercial

“Print Stgo es una interesante plataforma para dar a conocer los productos que estamos comercializando en el mercado para dar una solución integral a las necesidades de hoy. Además de ser un punto donde estaremos disponibles para escuchar las inquietudes, necesidades actuales y futuras, siendo esto una guía para el trabajo que debemos desarrollar el año siguiente”.



PRINTONSALE.COM
Jorge Guzmán,
gerente
comercial

“En Print Stgo estaremos mostrando nuestra poderosa herramienta de diseño en línea, en donde desde amateurs hasta profesionales del diseño pueden generar sus archivos para enviar directamente a impresión. Además, anunciaremos el lanzamiento de novedosos productos tales como la impresión sobre plásticos, textiles y otros elementos de comunicación visual”.



**IMPRESORAS
DIGITALES**
Mario
Calatayud,
gerente
general

“En esta edición estaremos mostrando nuestra impresora Edge 850, para que puedan apreciar calidad y versatilidad que el equipo logra alcanzar. Presentaremos tóner blanco en material transparente y papel negro, así también impresión certificada para GHS”.



ABINGRAF
José Cajtak,
gerente
general

“Para Abingraf es importante estar una vez más en Print Stgo para dar a conocer a nuestros clientes las novedades que existen en el mercado de la gráfica digital y avances tecnológicos dentro de este nicho, ya sea en términos de costos y productividad. Por otra parte, es una muy buena instancia para captar la atención de potenciales nuevos clientes y generar lazos comerciales a largo plazo”.



DAVIS GRAPHICS
Felipe Arias,
gerente
general

“Con una propuesta integral de servicio y asesoría gráfica, Davis Graphics estará presente en la cuarta edición de Print Stgo. En este encuentro, Felipe Arias, gerente general, junto a un equipo de especialistas, presentarán las más recientes soluciones para la impresión, las más modernas tecnologías y los desafíos del rubro de impresiones con cero falla”.



DIMACOFI
Javiera
Maceratta,
gerente de
Marketing

“En esta feria queremos transmitir a los actuales y potenciales clientes la experiencia de nuestra oferta integral de productos. En un escenario complejo que hoy vive la industria, queremos ‘imprimir’ en los visitantes que hoy el papel está vivo y que existe la capacidad de reinención a través de la creatividad e innovación”.

ESTA EDICIÓN
FUE POSIBLE
GRACIAS A:



Teléfono (+56 2) 2595 7600
www.agfa.cl



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



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



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



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



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



Teléfono (+56 2) 2827 8000
www.hagraf.com

Síguenos en
www.asimpres.cl



como Asimpres