

Asamblea de socios renovará directorio de Asimpres



Página 2

Extensión de marca como estrategia para la industria gráfica



Página 3
Los casos
de Print
on Sale y
Donnebaum



Analista político
Gonzalo Cordero
participará en
Asamblea de
Asimpres

“El gran desafío que tiene por delante el país es la gobernabilidad”

Página 6

Escuela de la Industria Gráfica firma convenio de colaboración con Flint Group

Las metas y desafíos del APL#2

Página 5

BREVES

The New York Ti



El iPhone ha cambiado al mundo, pero no tanto como la imprenta

Una columna publicada en The New York Times, en el décimo aniversario del iPhone, revisó los alcances históricos que ha tenido a lo largo de los siglos la invención de la imprenta, planteando que, aunque el aparato de Apple ha influido en el mundo actual, no ha impulsado cambios dramáticos, como sí lo hizo la impresión.

“Poco después de que Steve Jobs presentara el iPhone, declaró que el libro encuadrado probablemente estaba destinado a acabar en el ático de la historia. No tan rápido”, dice la columna, y reconoce que tras el rápido crecimiento de los e-books, los impresos han tenido un gran regreso.



Asamblea de socios renovará directorio de Asimpres

Este miércoles 26 de julio a las 17 horas se realizará la Asamblea General de Socios de Asimpres, instancia en que el presidente de la entidad, Roberto Tapia Mac Donald, revisará los principales avances del año y los desafíos que el gremio enfrenta.

Además, se desarrollarán las elecciones que permitirán renovar a cuatro miembros del directorio que en esta oportunidad culminan su período a la cabeza de la asociación: Roberto Tapia, César Morales, Felipe Arias y Michel Sabelle. Los dos primeros postularán a la reelección.

La Asamblea 2017 se realizará en CasaPiedra (San Josemaría Escrivá de Balaguer 5600) y los asistentes deben confirmar su participación en el correo rodolfo.montiel@asimpres.cl

Analista político Gonzalo Cordero participará en Asamblea de Asimpres “El gran desafío que tiene por delante el país es la gobernabilidad”

Durante la Asamblea General de Socios del próximo miércoles, el abogado, asesor político y socio fundador de Azerta, Gonzalo Cordero, realizará un análisis de la coyuntura política del país de cara a las presidenciales.

Para Cordero, quien es, además, columnista de diversos medios de comunicación, el principal desafío que tiene por delante el país es su gobernabilidad. Situación que, según su opinión, se ha venido dando por tres elementos: “La fragmentación en que se encuentra el sistema de partidos, una sociedad conformada por un grupo mayoritariamente de clase media y que es políticamente muy activo, y el impacto que ha tenido el estancamiento económico como una forma de responder a las expectativas de esa clase media”.

El abogado subraya que este panorama ha repercutido en el cambio del mapa político, donde, a diferencia del período de transición, los proyectos de la centro izquierda y la izquierda se han desdibujado, a la vez que han irrumpido nuevos actores como el Frente Amplio.



AMF Etiquetas suma nueva Gerente Comercial

Con el objetivo de liderar el equipo de ejecutivos comerciales y de marketing, potenciando la relación comercial con sus clientes actuales, AMF Etiquetas SpA anunció la incorporación de Rose Marie Vera como nueva gerente comercial de la compañía. La ejecutiva estará a cargo de desarrollar e implementar un plan estratégico de ventas que les permita crecer, detectando nuevas oportunidades de negocios que satisfagan las necesidades actuales del mercado.

Rose Marie es Ingeniero en Alimentos de la Universidad de Chile y cuenta con gran experiencia comercial, donde se destacan sus últimos 12 años en la industria de envases flexibles desarrollando nuevos negocios en Latinoamérica, principalmente para los mercados de Brasil, México y CAM. En los últimos seis años fue gerente de exportación en Amcor Flexibles, uno de los principales fabricantes de envases en el mundo, donde fortaleció las relaciones con los clientes de la compañía y abrió nuevos mercados en la región.



Consumidores pagarían más por un buen empaque

Según una encuesta realizada en México por Merca 2.0, el 69,9% de los consumidores en ese país afirma que estaría dispuesto a pagar más por un producto que tenga un buen packaging.

Entre las características que los encuestados destacaron están que el empaque cumpla con funciones básicas, como proteger y conservar el producto, que lo distinga de su competencia y entregue información clave y valores de la marca. Además, resaltaron atributos como ser amigable con el ambiente y tener un diseño inteligente, resellable (abrir y cerrar) e, incluso, que sean packaging comestibles.

Canon lanza nuevo equipo de gran formato

Con 12 colores y 60" (152,4 cm) de ancho, Canon presentó en Europa la nueva imagePROGRAF PRO-6000, modelo que ofrece, de acuerdo a la compañía, una nueva referencia de calidad en el mercado de impresión de gran formato, llevando la alta resolución a la impresión fotográfica. Resulta perfecta para publicidad, cartelería e impresión de pósters, tanto para su uso en interiores como en exteriores. Este nuevo modelo incorpora las nuevas tintas pigmentadas Lucia PRO y la tinta transparente Chroma Optimiser, que reproducen el color negro con acabados brillantes, y la supresión del efecto 'bronzing'.

En Chile, la gama imagePROGRAF cuenta con los modelos PRO-1000, PRO-2000 y PRO-4000, y se espera que el nuevo equipo llegue próximamente al país.



Extensión de marca: ¿UNA BUENA ESTRATEGIA PARA LA INDUSTRIA GRÁFICA?

Un ejemplo clásico de los libros de marketing al analizar la práctica de la extensión de marca es **Adidas: su nombre es tan potente que decidió lanzar líneas de productos de belleza, como perfumes y cremas, bajo la misma marca que las zapatillas y la ropa deportiva.**

Y es que la definición de esta estrategia está dada, justamente, por la capacidad de una marca de sostener otras áreas de negocio bajo el mismo nombre, lo que se afirma en su buena reputación, prestigio e imagen.

La especialización de las empresas gráficas permite que la extensión de marca sea una alternativa válida.

“Es una tendencia que, de alguna forma, no es tan potente como hace unos 15 o 20 años, porque la relación de las personas con las marcas hoy por hoy es tan poderosa que cuesta mucho decirle a esa persona que eso que antes era para hacer deporte hoy le sirve para perfumarse”, comenta Cristián Leporati, director de la Escuela de Publicidad de la Universidad Diego Portales.

La irrupción de los medios digitales cambió el paradigma del marketing y

generó una relación mucho más estrecha y menos vertical entre las marcas y los consumidores. Esto dificulta la utilización de extensiones como una estrategia exitosa, ya que pone en riesgo al nombre original si el nuevo negocio fracasa.

ME QUIERE, NO ME QUIERE

Sin embargo, el publicista aclara que, en el caso de la industria gráfica, cuyo foco está puesto en la venta a otras empresas y no a un consumidor masivo, la extensión de marca tiene posibilidades de funcionar.

“Las imprentas en Chile son tan especializadas que pueden hacer extensión de línea sin mucho problema,

LAS CLAVES PARA LA EXTENSIÓN DE MARCA

Según Brandward, consultora especializada en marcas, hay al menos cinco parámetros clave para plantear una extensión de marca.

“Son sencillos de definir pero muy complejos de alcanzar”, dicen en Brandward:

1. Nivel de salud y notoriedad de la marca
2. Fortaleza y exclusividad del negocio principal
3. Potencial de adecuación a otros productos, líneas o categorías.
4. Complementariedad de targets
5. Cultura de marca y empresa

porque siempre están imprimiendo, se mantienen dentro del imaginario de su negocio y el mercado así lo entiende”, señala. En este caso, mantener la marca da certeza de que el proveedor es bueno.

La clave para hacerlo, dice Leporati, es que el nuevo negocio de la imprenta se mantenga dentro de los parámetros esperados de su trabajo. Es decir, que instale nuevas líneas de negocio en el marco de su trabajo central. En el caso de ampliarse a un área no relacionada, la recomendación sería apostar por otra marca.

La decisión, sin embargo, no es intuitiva. “La recomendación es analizar hasta dónde le aguanta el concepto de la marca, como personalidad de marca, como imagen, como reputación, en ese nuevo negocio que se quiere abrir. Eso se estudia previamente”, recalca el experto.

Lo que están haciendo las empresas de la industria

Nuevamérica: PrintOnSale.com

Es una iniciativa de Nuevamérica, que ellos definen como “el primer outlet de impresos de Chile”. Se trata de una plataforma con precios y tiempos de entrega preestablecidos y servicios tan innovadores como Click&Collect, que permite comprar AM y retirar PM. Fue creada hace dos años y está dirigida a pymes,

emprendedores y profesionales independientes.

Jorge Guzmán, gerente comercial de la compañía, explica que es “una plataforma en donde se puede cotizar y comprar 100% online material de marketing impreso. Hemos desarrollado un software que permite optimizar y automatizar los pedidos de los clientes, ahorros que permiten que nuestros clientes puedan acceder a los mejores precios”.

“Nos tiene muy contentos poder decir que nuestros clientes valoran nuestra propuesta. Los comentarios de ellos son absolutamente públicos y están en el home del sitio para que todos puedan verlos. Actualmente tenemos un índice de satisfacción de cliente NPS de 75, lo que es tan alto como los logrados por gigantes como Amazon”, recalca Guzmán.



Donnebaum: Apuesta por el agro

Aunque Donnebaum comenzó como una empresa orientada a

los textiles (hoy fabrica cierres, delantales y bolsas, y ofrece impresión en telas), la renovación de sus líneas de trabajo ha sido una constante. La compañía creó su área de impresión digital hace alrededor de ocho años y, tanto textil como impresión están soportadas por la misma marca que vio nacer a la compañía.

Pero no sólo eso. Hace algunos años la empresa lanzó un área de productos relacionados con el agro, en la que ofrece vinos, bajo la marca “El encanto”, aceite de oliva, bajo el nombre “Zeitún” y aceitunas y nueces, bajo la marca “Pino azul”.

“Para nosotros es clave ir diversificándonos y creando nuevos negocios cada tres o cuatro años para, de alguna manera, tratar de reinventarnos y no depender tanto de un solo negocio, lo que nos permite tener un riesgo relativamente bajo”, explica Fernando Valenzuela, gerente del área de Impresión de Donnebaum, quien comenta que, aunque se trata de marcas diferentes, el mismo equipo las administra todas de forma integrada.



UN AÑO DE IMPORTANTES AVANCES PARA LA INDUSTRIA GRÁFICA

Desde agosto de 2016, una serie de hitos han marcado el desarrollo de la industria chilena, la mayoría de ellos enmarcados en la acción que, como gremio, está realizando Asimpres y muchos de sus socios, que han asumido que el crecimiento del sector gráfico es una tarea conjunta y permanente.



“Hoy más que nunca debemos aplicar todas nuestras capacidades para mantener el crecimiento de las empresas y sortear favorablemente los nuevos desafíos de nuestro medio y las crecientes exigencias que demanda el mercado”. - Roberto Tapia Mac Donald, presidente de Asimpres.

Breve

Campaña de marca digital en medios impresos gana premios de publicidad

Ya había sido premiada en los Cannes Lions 2016. Sin embargo, la pieza “Charles”, de la agencia brasileña Almap BBDO, ratificó su genialidad publicitaria al llevarse el Gran Premio en la categoría Diarios y Revistas del Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria, El Sol, realizado en junio.

La campaña, preparada para la marca Getty Images, uno de los bancos de fotos digitales más populares, reconstruye el rostro de personajes famosos del mundo, en collages hechos con partes de fotografías obtenidas del mismo repositorio de imágenes.

Lo interesante de esta campaña, dirigida por los directores creativos Marcelo Nogueira, André Cola y Benjamin Yung Jr. y lanzada en marzo de 2016 en diferentes diarios y revistas de Brasil, es que usa el medio impreso para difundir el valor de marca de un portal netamente digital.

“El objetivo es mostrar que el banco de imágenes de Getty Images es tan vasto que permitió rehacer el rostro del Dalai Lama, Angela Merkel o el Príncipe Carlos, ya que todo el archivo de imágenes utilizadas en la reconstrucción de los rostros de famosos fue minuciosamente investigado”, dice la agencia Almap BBDO en su sitio.



Asimpres llama a la Industria Gráfica a participar en Acuerdo de Producción Limpia

Plazo de Inscripción
vence el 8 de
agosto de
2017

Buscando impulsar importantes cambios en el impacto medioambiental del trabajo gráfico, Asimpres desarrolló un seminario para entregar detalles del nuevo Acuerdo de Producción Limpia e invitar a sus empresas socias a sumarse a esta iniciativa que, en su primera etapa, logró certificar las prácticas de 31 compañías de la industria.

En este segundo APL, el foco está orientado a apoyar a las empresas gráficas para enfrentar los desafíos relacionados con el cambio climático, eficiencia energética, medición de huella de carbono y seguridad ocupacional, lo cual permitirá al sector estar a la vanguardia de las industrias comprometidas con el medio ambiente.

Para Ximena Ruz, directora (s) de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, sumarse a esta iniciativa “es estar adherido a la sustentabilidad y en pro de avanzar con compromisos concretos, por lo tanto, las empresas pueden decir a sus clientes que están trabajando en un APL con el Estado de Chile y que

están avanzando en estas materias”. Por eso, asegura, la certificación permite a las compañías contar con un sello que las posiciona en un estándar superior.

Según Sergio Becker, gerente general de Ecotrans, empresa consultora del APL, “esta certificación está financiada en un 70% por la Asociación Chilena de Cambio Climático y el resto por Asimpres y la empresa auspiciadora KODAK”. La Certificación tiene una duración de tres años y requiere de una validación anual, con lo que los participantes podrán

avanzar en eficiencia energética, en diagnósticos, en dimensionar huella de carbono, en mitigar residuos líquidos y sólidos, entre otros aspectos.

“Tenemos un rol de liderazgo que cumplir, debemos dar el ejemplo y transmitir que mejorar nuestros procesos y reducir nuestros consumos no sólo ayuda a nuestro planeta, sino que además tiene un impacto positivo en nuestro equipo humano, en los balances comerciales y en nuestro entorno más cercano”, concluye Ricardo Schaub, Tesorero de ASIMPRES y Presidente del Comité de Impresión Sustentable.

**MÁS DE
85 ASISTENTES
PARTICIPARON EN EL
EVENTO DE ASIMPRES
SOBRE EL APL#2.**



BENEFICIOS PARA LAS EMPRESAS QUE PARTICIPAN EN UN APL

- Incorporar prácticas de eficiencia energética
- Capacitación de los trabajadores
- Dimensionar la huella de carbono
- Conocer y mitigar los residuos sólidos, líquidos y COVs
- Incorporar medidas de seguridad y prevención en la empresa



“La idea de certificarnos es tener un plus en el tema medio ambiental. Como grupo AMF también nosotros vamos a estar dentro de este tema. Queremos mejorar y optimizar nuestros procesos, contamos con el apoyo de la gerencia general, lo cual es muy positivo”. Ana Ramos – AMF Etiquetas



“Estamos convencidos de que esto es el futuro. Los clientes hoy son más conscientes con el medio ambiente y están preocupados de todo. Este acuerdo nos llama la atención porque estamos preocupado por las próximas generaciones, es necesario”. Benito Venegas – Domínguez Impresores



“Más del 95% de nuestros clientes son viñas y tienen mucha cercanía con los sistemas integrados de gestión y por ahí enganchas como elemento diferenciador, cuando les mencionamos que estamos dentro de este APL lo ven como un valor agregado a nuestra gestión”. Rodrigo García – Ártica

*El programa de Impresión Sustentable de Asimpres cuenta con el auspicio de Kodak.





Escuela de la Industria Gráfica firma convenio de colaboración con Flint Group

Un nuevo acuerdo para continuar desarrollando su trabajo educativo acaba de suscribir la Escuela de la Industria Gráfica, esta vez con Flint Group.

“Nuestro principal objetivo con el acuerdo de cooperación con la Escuela Gráfica es contribuir en la formación de jóvenes con un gran talento y que necesitan de condiciones para mejorar sus habilidades técnicas, impulsando así el mercado laboral del sector gráfico de Chile y, como consecuencia, poder contribuir con toda la cadena involucrada”, explica Sebastián Maercovich, Business Unit Manager de Flint Group Chile, compañía que cuenta

con 230 años de historia y 7.900 colaboradores en el mundo.

En tanto, para Manuel Betancourt, rector de la Escuela, este acuerdo significa “un nuevo avance para seguir profundizando la relación que tenemos con la empresa privada, en beneficio directo de nuestros

alumnos y su formación, por lo que estamos muy optimistas respecto a lo que podemos hacer junto a Flint Group”.

“Estamos muy motivados, pues la colaboración es clave para mantener nuestro camino hacia la responsabilidad social corporativa. Es un orgullo para nosotros asumir

tal compromiso con nuestras comunidades”, concluye el ejecutivo de Flint Group.

“Este acuerdo significa un nuevo avance para seguir profundizando la relación que tenemos con la empresa privada, en beneficio directo de nuestros alumnos”. - Manuel Betancourt, rector de la Escuela.

Qué fue de...

RIGOBERTO LEMUS, JEFE TÉCNICO DE PREPrensa EN A IMPRESORES:

“Me gusta mi trabajo, es un complemento de vida”

En la década del 60, Rigoberto Lemus decidió ingresar a la Escuela Nacional de Artes Gráficas. En ese momento, dos de las pasiones de su vida comenzaron a tomar forma: la industria gráfica, donde se especializó en selección de colores en sistemas de tono continuo y tramado, y la fotografía, hobby que partió en su adolescencia, cuando sus papás le regalaron su primera cámara fotográfica.

Realizó su práctica en 1968, en Editorial Lord Cochrane, donde permaneció mientras estudiaba Cartografía en la Universidad de Chile, tiempo en el que ejercía turnos de noche. En Taller Uno trabajó manejando los primeros escáneres y luego, en Morgan, fue jefe de producción en pre prensa Chromatic. En 1995, fue invitado a trabajar en Editorial Antártica, y, desde entonces, ha permanecido en la empresa, hoy A Impresores, donde es jefe técnico de pre prensa.

“Trabajo en una de las mejores empresas de la industria, que tiene las más avanzadas tecnologías, lo que es muy motivante, porque uno siempre está aprendiendo cosas nuevas”, cuenta Rigoberto, quien acaba de cumplir 65 años, pero no está pensando en el retiro. “Me gusta mi trabajo, es un complemento de vida y me encuentro con las armas suficientes para poder continuar. Me proyecto aquí, satisfecho con los desafíos tecnológicos, relación y formación de personas, donde priman el respeto y la confianza”, dice.

Y es que, reconoce, está haciendo lo que le gusta, y no solo en lo laboral: también es el fotógrafo de la revista de su empresa. “La fotografía es parte de mi felicidad”, confiesa.



Ingraf prepara ciclo de conferencias gráficas

Una serie de charlas dirigidas a los trabajadores de la industria gráfica está organizando Ingraf para los próximos meses. El ciclo de conferencias revisará temas de impresión digital, flexográfica y de pre prensa, con la participación de expositores como Agfa, Kodak y Grafisoft, los que entregarán una completa mirada sobre las últimas tendencias en estas áreas.

“Parte de nuestro trabajo en la preparación de capital humano para la industria gráfica es mantener a los colaboradores de las empresas plenamente actualizados y este ciclo de conferencias es una instancia clave en ese objetivo”, explica Vicky Godia, directora ejecutiva de Ingraf.

Las charlas se realizarán en dependencias del centro educacional, ubicado en Salesianos 1463, San Miguel. Tienen un costo de \$30.000 cada una y cuentan con descuentos a través de Sence. Más información e inscripciones en el correo v.godia@educagrafica.cl



EL CICLO DE CONFERENCIAS GRÁFICAS CONTARÁ CON LAS SIGUIENTES CHARLAS:

1. Impresión flexográfica en HD, a cargo de Kodak - 23 de agosto
2. Gama extendida en flexografía, a cargo de Grafisoft, Esko y Dupont - 30 de agosto
3. Impresión digital en microcorrugado, a cargo de Kodak - 6 de septiembre
4. Pre prensa y estandarización de prensa bajo norma 12647-2:2013, a cargo de Agfa - 13 de septiembre



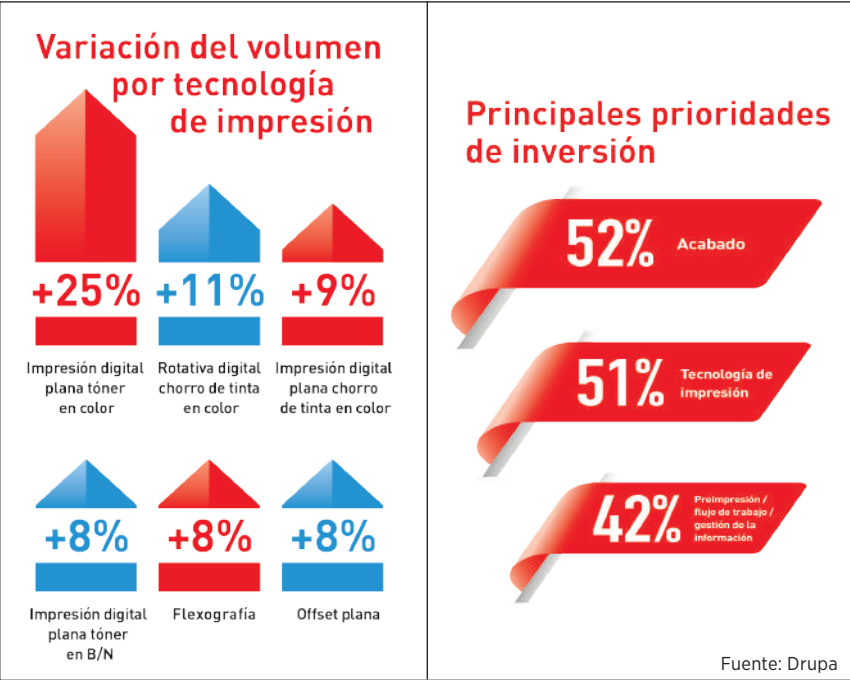
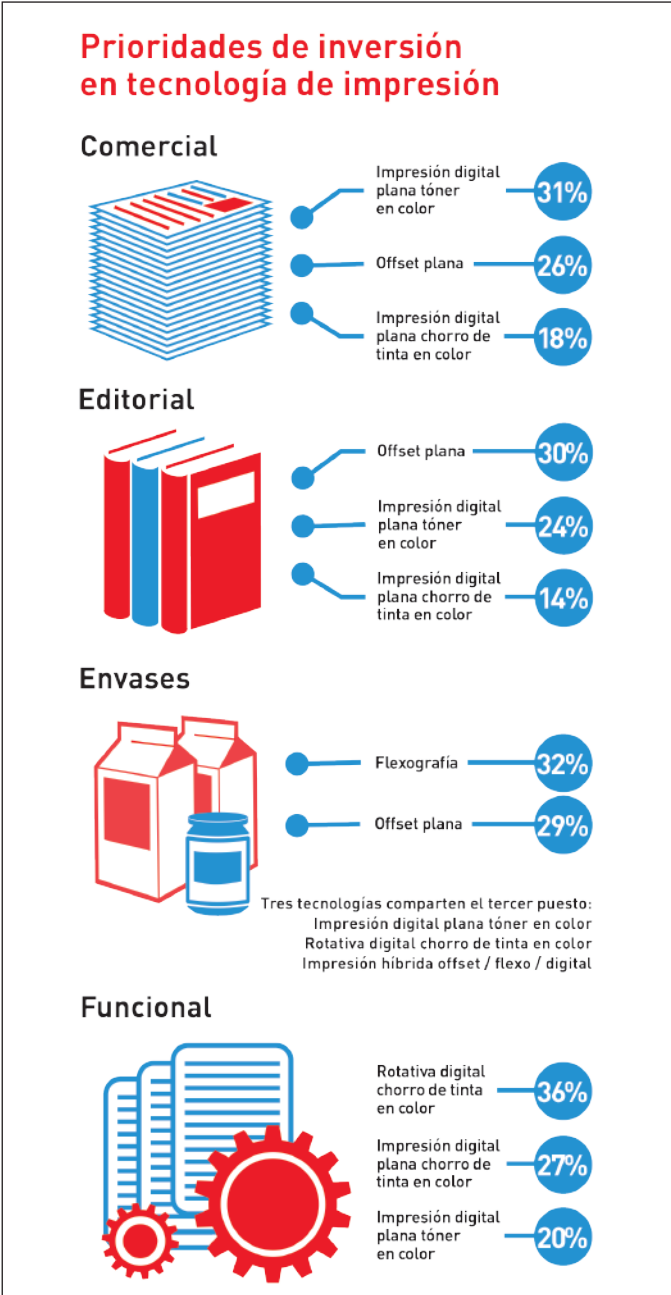
**Oportunidades de capacitación y educación
100% financiamiento SENCE - 0 costo para su empresa!**

Las prioridades de inversión para las empresas gráficas, según Drupa

Novedades sobre las tendencias de inversión de las empresas de la industria gráfica alrededor del mundo entregó la cuarta versión del Global Trends de Drupa, presentado este año.

Entre sus hallazgos, el estudio concluyó que, a nivel de planes de inversión en tecnología de impresión, las impresoras offset planas han desplazado del primer puesto a las impresoras digitales planas con tóner de color, mientras que las máquinas digitales planas en color por chorro de tinta ganan terreno con rapidez y ya ocupan el tercer lugar junto con las máquinas flexográficas.

El estudio destaca además que, por primera vez desde 2013, se observa que en cada segmento domina una tecnología diferente: las impresoras digitales planas con tóner de color en el ámbito comercial, las máquinas offset planas en el sector editorial y la flexografía y las rotativas digitales en color por chorro de tinta en el segmento funcional.



NuevoSocio

Juan Eduardo Olmos, director general de EJE:

“Queremos ser una alternativa a los grandes distribuidores de insumos y maquinarias del sector gráfico”

Formada en 2008, EJE es una empresa familiar cuyo foco está puesto en la venta de barnices y material de laminación termal, así como también en la comercialización de maquinaria china, para diferentes procesos de impresión.

La compañía, que acaba de integrarse a Asimpres, está buscando marcar una diferencia en la industria en términos de oferta y servicio. “Nuestro objetivo es ser una empresa alternativa a los grandes distribuidores de insumos y maquinarias del sector gráfico”, explica Juan Eduardo Olmos, director general de la empresa.

“Nuestros clientes nos ven como una empresa competitiva y depositan en nosotros proyectos que no son atendidos por los grandes competidores, tanto en insumos como en maquinarias”, agrega.

En el mediano plazo, la firma, cuyas

oficinas se encuentran ubicadas en Estación Central, espera consolidar su posición en el mercado. “Estos primeros nueve años no han estado exentos de problemas, pero hemos sabido sortearlos con el apoyo de nuestros proveedores, clientes y colaboradores”, recalca Olmos.

La idea de la empresa al sumarse a Asimpres es estar al día en información del medio gráfico nacional, como tecnologías, productos, clientes, ferias internacionales y locales. De esta forma, su director espera también contribuir con un granito de arena a la industria que le ha permitido desarrollarse profesionalmente.



“Nuestros clientes nos ven como una empresa competitiva y depositan en nosotros proyectos que no son atendidos por los grandes competidores, tanto en insumos como en maquinarias”



MAS QUE PEGAR

Soluciones completas perfectamente adaptadas para la industria gráfica.

El nuevo equipo fusor RobaPUR 2 MOD.

Tecnología de encolado eficiente para el encolado del lomo del libro. Fusión bajo demanda MOD, máximas prestaciones y flexibilidad para cumplir con sus necesidades.

Conozca los beneficios de nuestras soluciones y atractivas ofertas de servicios en nuestra web. Para una mayor eficiencia en el pegado.



Robatech Chile | info@robatech.cl | +52 2 2672 9119 | robatech.cl



Robatech
Gluing Technology

Socios de Asimpres apuestan por la sustentabilidad



Ramón Valenzuela, Vera y Giannini; Rodrigo Henríquez, Newgraph; Juan Luis Fracchia, Newgraph y Demetrio Cerda, Vera y Giannini



Roberto Gana, Ferrostaal; Valentín Waintrub, Maval Spa; Ximena Ruz, Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático y Nelson Cannoni, Imprenta Italiana



Andrés Gallardo, Ferrostaal; Rafael Amenábar, Cepco Impresores; Juan Ignacio Castro, Cepco Impresores y Francisco Langlois, Colorama

Una importante convocatoria tuvo el evento organizado por Asimpres para dar a conocer los alcances, objetivos y otros detalles del segundo Acuerdo de Producción Limpia que el sector acaba de suscribir. Representantes de más de 60 empresas participaron en la charla, realizada en Casa Piedra, demostrando el interés que la sustentabilidad despierta en la industria gráfica, que, a través de esta iniciativa, se pone a la vanguardia en materia de responsabilidad con el medioambiente.



Ricardo Schaub, Impresora Óptima; Klaus Lund, Distribuidora Walter Lund y Cia. y Luis Riveros, Martínez Ayala Inks



Daniel Ramírez, Kodak; Romina Riquelme, Iconex; Andrés Gallardo, Ferrostaal; Ignacio Param, Ferrostaal y Víctor Castillo, A Impresores



Víctor Llaña, VP Impresores; Carolina Von Plate, VP Impresores; Viviana Vignolo, Etal Impresores y Fernando Guzmán, Nuevamérica Impresores

EMPRESAS INSCRITAS A LA FECHA

- | | |
|--------------------------------------|--|
| - A Impresores S.A. | - Impresora Printer S.A. |
| - Alerce Talleres Gráficos S.A. | - Impresora Valus Ltda. |
| - AMF Etiquetas SPA | - Impresores Dimagraf Ltda. |
| - Andros Ltda | - Impresos Cono Sur S.A. |
| - Artica S.A. | - Impresos G4 Ltda |
| - Báez & Bargellini Impresores Ltda. | - Impresos Lahosa |
| - Colorama S.A | - Impresos Socias |
| - Colorpack Impresores Ltda. | - Interprint S.A. |
| - Copesa S.A | - Koala Box Ltda. |
| - Domínguez Impresores Ltda. | - Laser Impresores S.A. |
| - Eadec Chile S.A. | - Newgraph |
| - Editora e Imprenta Maval SPA | - O'Print Impresores S.A. |
| - Efe Publicidad y Diseño Ltda. | - One Label S.A. |
| - Empresas Jordan S.A. | - Quintero Impresores SPA |
| - Etal Impresores | - RR Donnelley Chile Ltda. |
| - Fyrma Gráfica Ltda. | - Selecta Envases |
| - Gonsa S.A. | - Sistemas Gráficos Quilicura |
| - Gráfica Jory Ltda. | - SCI Mediterraneo SPA |
| - Huberto Scott Hohne e Hijos S.A. | - Sociedad HQ Digital Ltda. |
| - Iconex Chile SPA | - Totalgraphics Impresores Ltda. |
| - Imprenta Italiana Ltda. | - Vera y Giannini Impresores S.A. |
| - Impresora Optima S.A. | - VP Impresores SPA |
| - Imprenta Procolor Ltda. | - Wlaver impresores Ltda. |
| | - Asociados Undurraga Impresores Ltda. |

Breve



Conlatingraf abre convocatoria para premios Theobaldo de Nigris 2017

Ya están publicadas las bases para la próxima edición del Concurso Latinoamericano de Productos Gráficos Theobaldo de Nigris, el principal reconocimiento de la industria en el continente. Se trata de la XXIV versión del certamen organizado por Conlatingraf y la recepción de trabajos estará abierta entre el 1 y el 31 de agosto, plazo en el cual empresas, editoriales, agencias de publicidad, diseñadores, anunciantes y escuelas gráficas, entre otros, podrán postular sus trabajos en 29 categorías, incluyendo entre ellas a volantes, carpetas, folletos, catálogos, libros y revistas.

El jurado evaluará aspectos como la calidad del proyecto gráfico (arte y diseño) y su desempeño en preimpresión, impresión y terminaciones. La ceremonia de premiación se realizará en Fort Lauderdale el 22 de febrero de 2018.

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.antal.cl



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



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



Teléfono (+56 2) 2759 5647
www.reciclajesecotrans.cl



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



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



Síguenos en
www.asimpres.cl



como Asimpres



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: Rodrigo León, Marcela Lahosa, Héctor Rojas, Juan Pablo

Morgan, Nelson Cannoni, María Eugenia Mingo. **Periodistas:** Natalia Ramos y Claudia Marín. **Diseñadora:** Carla Caorsi. **Fotografías:** Mauricio Vega, William Casique y archivo ASIMPRES. **Impresión:** A Impresores. **Tiraje:** 10.000 ejemplares.

Miembros de:



ASOCIACION GREMIAL DE INDUSTRIALES GRAFICOS DE CHILE



Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica

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.