

Impresiones

NOVIEMBRE 2017 AÑO 14, N° 119 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



Asimpres celebra Cena Anual de la Industria Gráfica

Página 3

Libros
infantiles
innovan
para ser
competitivos

7

Dimacofi
cumple
90 años

8

Roensa y
Walter Lund
se unen a
Asimpres

Print Santiago
OCTUBRE 2018
RESERVE SU CUPO

BREVES



Xerox nombra nueva Gerente de Desarrollo de Negocios de Comunicaciones Gráficas para Latinoamérica

Patricia Pisano se convirtió en la nueva gerente de Desarrollo de Negocios de Comunicaciones Gráficas para Xerox Latinoamérica, siendo responsable de guiar y afianzar el compromiso con sus partners de negocio para otorgar las soluciones gráficas más avanzadas a nivel regional en Ecuador, Perú, Chile y Argentina.

Para la ejecutiva, quien cuenta con una amplia trayectoria de más de 10 años dentro del rubro, este reto significa desarrollar estrategias de negocio para el crecimiento de sus socios, a través de herramientas, soluciones, equipos y tecnología de punta para ser líderes en el rubro de las artes gráficas. Además, estará a cargo de consolidar ideas innovadoras que posicionen al área de Comunicaciones Gráficas de Xerox a la cabeza del mercado, dando a conocer equipos como Versant 180, Brenva e Igen 5, entre otros, los cuales mantienen un alto estándar de trabajo y presentación de resultados mediante impresiones que superan las 3.750.00 páginas al mes.



Salesianos Impresores entrega Premio a la Edición 2017 en Filsa

La Cámara Chilena del Libro y Salesianos Impresores hicieron entrega del XI Premio a la Edición 2017, en el marco de la 37ª Feria del Libro de Santiago, en el Centro Cultural Estación Mapocho.

El jurado privilegió la cuidada realización de cada publicación, considerando su fotografía, diagramación, diseño y calidad de sus materiales y contenido. Es así como el premio en la categoría Ficción recayó en "Delitos de poca envergadura", de los autores Rafael Edwards y Simón Ergas, de La Pollera Ediciones, mientras que los ganadores en la categoría No Ficción fueron Antonio Ferrán y Alberto Ferrán, de Editorial Hueders, por "El pan en Chile". En tanto, Felipe Munita obtuvo el premio en la categoría Libro para Niños, por "Diez pájaros en mi ventana".

Millennials prefieren envases de cartón

Según el estudio "Potencial del millennial como shopper de frutas y hortalizas", realizado en España, la sostenibilidad es un factor clave para la generación millennials a la hora comprar. Por eso, un 88% de ellos cree que es básico consumir productos frescos para tener buena salud, pero sólo un 37% lo hace a diario. El documento describe que, para estos jóvenes, el producto no es el único factor decisivo, sino que cuatro de cada diez compran productos frescos dependiendo del packaging.

Y dentro de los diferentes tipos de envases y embalajes, el de cartón y papel es el que logra una mayor asociación con la sostenibilidad, a la vez que transmite una mejor calidad que ninguna otra. En esa línea, el 64% de los millennials prefiere envases de cartón o madera cuando hacen la compra de frutas y verduras, frente a un 15% que opta por el plástico.

Además, un 38% reconoce que le gustaría encontrar envases que tuvieran un menor impacto medioambiental.



150 editoriales participan en la Furia del Libro 2017

"Ya no basta con leer" es el lema de la décimo primera versión de la Furia del Libro, que este año reúne a 126 editoriales provenientes de diferentes puntos del país y 24 extranjeras. El ya tradicional encuentro de la producción editorial independiente se realizará entre el 30 de noviembre y el 3 de diciembre en el Centro Cultural Gabriela Mistral y cuenta con entrada gratuita tanto a la feria como a su programa de actividades culturales.

En la XI versión de la Furia del Libro, el público encontrará una enorme variedad de obras de literatura, poesía, ciencias, ilustración y artes gráficas, entre otros, y podrá compartir con escritores, editores y libreros en un espacio comunitario en torno al libro y la lectura.



Run longer con el SX LongLife

Aplicación de adhesivo de larga duración. 200 millones de ciclos de funcionamiento.

¿Busca soluciones eficientes? La nueva pistola de aplicación SX LongLife es ideal cuando las exigencias estándares son altas con respecto a la durabilidad.

Las características de la pistola de aplicación de larga duración:

- pequeñas dimensiones
- precisa aplicación de cordones y puntos
- perfecto comportamiento del corte

Para un pegado duradero y preciso, con hasta 200 millones de ciclos de funcionamiento. Más información en nuestra página web.



robatech.es



Robatech
Gluing Technology

Innovación en libros infantiles: LA CLAVE PARA COMPETIR CON LAS PANTALLAS

Fuente: El Clarín Argentina/Asimpres

A sí es la época: las pantallas dominan. Sin embargo, la industria editorial infantil y juvenil aceptó el reto de encontrar nuevas formas para atraer a los millennials hacia los libros impresos, pasando por encima de la variedad ilimitada de distractivos tecnológicos que ellos tienen.

La necesidad de volver más atractivos los materiales impresos, para garantizar la persistencia del libro, se está manifestando en ediciones de factura exqui-

sita, que instalan al lenguaje mixto de palabras e imágenes como unidad inseparable de la historia. La apuesta es incorporar nuevos formatos de diseño y alta calidad de ilustraciones como un recurso estético que algunos hasta consideran una forma de arte: el ilustrador es considerado coautor del libro.

Para Ana María Cabanellas, directora en editorial Unaluna, la lectura y las pantallas se complementan, pero su convivencia ha sido en detrimento de la cultura de papel al apuntar todos al tiempo libre de las personas. “De ahí la importancia de que

lo que se ofrece en papel sea atractivo en todo sentido, si queremos que el libro impreso siga existiendo”.

En Norma están desarrollando una materialidad más atractiva. “Tenemos, por ejemplo, un libro que se despliega como una caja y otro de sobrecubierta de vinilo rosa, que cambia de color”, precisa Laura Leibiker, directora editorial de literatura infantil y juvenil.

Según Judith Wilhelm, de Calibrosco, la clave está en prestar especial cuidado a la



edición de sus títulos, para que contenido y forma se complementen. “Privilegiamos un criterio estético que recupera los detalles,

el calado, las lacas sectorizadas, los juegos de las solapas y estuches, siempre al servicio de lo que pide la narración”.

Libro acordeón

La argentina Unaluna ofrece libros clásicos en formato de acordeón, calados y otros que reproducen una imagen en movimiento o diseñados por cineastas, incluso, con secuencias cinematográficas. Sorprender y lograr una interacción con los lectores es el objetivo.



Libro palacio

Editorial Susaeta llevó el concepto de libro pop up a su máxima expresión, con “El palacio de las hadas”, con figuras extraíbles y tres escenarios diferentes con partes móviles y solapas ocultas.



Realidad aumentada

Desarrollado en Chile, “El condor pasa sobre el norte” ofrece una aplicación que permite acceder a música, interacciones y narraciones en inglés y en español, además de juegos. Se trata de un complemento que promete ayudar a desarrollar el gusto por la lectura.



Impresión Sustentable

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

Ley REP: Preguntas y respuestas sobre las obligaciones de los impresores



La aprobación de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor y Fomento al Reciclaje, conocida como Ley REP, puso a Chile a la vanguardia de la región en materia de control de residuos. Sin embargo, en la industria gráfica aún persisten las dudas por uno de los productos declarados prioritarios: los envases y embalajes.

A continuación, el Ministerio del Medio Ambiente responde una serie de preguntas en torno a la responsabilidad de las empresas de la industria gráfica.

PREGUNTA: En el caso de diarios, periódicos y revistas, la Resolución Exenta N° 483 menciona la obligación de informar, aunque no hay metas asociadas. Si bien esta obligación es de los productores

de diarios, periódicos y revistas, es decir de las sociedades periodísticas, ¿asiste a las imprentas responsabilidad alguna en esta tarea?

RESPUESTA: La Resolución Exenta N° 483 establece la obligación de informar a varios productores, entre otros los diarios, periódicos y revistas. En el marco de los tres productos mencionados, no hay responsabilidad para las imprentas.

PREGUNTA: A nivel de envases y embalajes, los productos gráficos impresos son entregados en ocasiones en envases y embalajes de papel, palets u otros contenedores. ¿Deben estos ser recuperados por la imprenta o es también responsabilidad del productor?

RESPUESTA: Si los productos gráficos que las imprentas entregan a sus clientes están en algún envase o embalaje, las imprentas actúan como PRODUCTORES. En ese caso, cuando se dicte el Decreto que establezca metas y otras obligaciones a cumplir para envases y embalajes, las imprentas deberán recuperarlos, si es que así se determina.

PREGUNTA: ¿Deben ser recuperados los mismos envases utilizados u otros de materias primas de similares características?

RESPUESTA: El decreto que establezca metas y otras obligaciones para envases y embalajes indicará la modalidad de recolección. Respecto de la recuperación, dependerá del tipo de sistema de gestión que se adopte.

PREGUNTA: ¿Qué se entiende por envases y embalajes para estos efectos? ¿Incluiría, por ejemplo, hasta la cinta de embalaje, zunchos y otros?

RESPUESTA: La Resolución Exenta N° 483 define como envases y embalajes, lo siguiente: “Para efectos de este requerimiento, deberá entenderse por envases y embalajes todo producto fabricado con cualquier material y de cualquier naturaleza, con el objeto de ser usado como contención o protección, o para manipular, facilitar la entrega, almacenar, transportar o para mejorar la presentación de distintos productos, desde materias primas hasta artículos procesados”.

En el futuro, el Decreto mencionado establecerá a cuáles productos se aplicará la Responsabilidad Extendida el Productor, y si incluye o no las cintas de embalaje, zunchos y otros.

PREGUNTA: En caso de que los palets o contenedores sean de propiedad del productor, ¿asiste alguna responsabilidad a la imprenta?

RESPUESTA: En caso de que los palets o contenedores sean de propiedad del productor, probablemente la imprenta cuenta con un contrato con este productor sobre cómo manejar estos palets o contenedores. En todo caso, si los palets o contenedores terminan en los manos de la imprenta, ésta deberá hacerse cargo de estos residuos y entregarlos a un gestor autorizado.

Insumos Sustentables

Chilenas crean producto sustentable con residuos de telas de PVC

500 años tarda en degradarse la tela de PVC, utilizada comúnmente para campañas gráficas publicitarias y de marketing. Sólo en Santiago se imprimen 100 mil metros cuadrados de telas al mes y en el país se generan más de dos mil toneladas de CO2 mensualmente en todo el proceso de producción, impresión e instalación de estas gráficas. Por eso, dos estudiantes de la Universidad del Pacífico idearon un producto de innovación a partir de los residuos de este material, que disminuya su impacto en el medioambiente.

Actualmente, el proyecto está evaluando la factibilidad de patentamiento en conjunto con la empresa Marketgreen, que recupera y recicla estas telas en desuso.



ASAMBLEA DE CONLATINGRAF REVISA LOS PRINCIPALES TEMAS DE LA INDUSTRIA GRÁFICA LATINOAMERICANA

Con la participación de las asociaciones gráficas de Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, México, Paraguay y Perú, se desarrolló en Chile la 81ª Asamblea Ordinaria de Conlatingraf, instancia en la que se revisaron los aspectos más importantes del trabajo de la federación durante el año y se planificaron los próximos pasos de la entidad.

La industria latinoamericana da signos de recuperación

Durante la asamblea de Conlatingraf, cada país comentó el estado de su industria gráfica, presentando algunos indicadores de su desempeño en el último año. Y, a diferencia de instancias anteriores, en esta oportunidad el análisis tuvo un carácter positivo. “Están soplando vientos mejores en la región”, fue la conclusión de Roberto Tapia al cierre de la jornada.

En el caso de Brasil, si bien la economía ha estado influida por la inestabilidad política que ha vivido el país, la nación permanece como una de las mayores economías del mundo. La industria gráfica está arrojando un decrecimiento de -3,4%, mejorando el comportamiento del año anterior, donde esta cifra alcanzó un -5,8%.

Chile ha tenido una mejora en las perspectivas económicas esperadas al cierre de este año y hacia 2018 y 2019, especialmente motivadas por el precio del cobre. A nivel de la industria gráfica, la producción avanzó de un -20% en julio de 2016 a alrededor de 2% en julio de 2017.

En Colombia se vive una desaceleración productiva que gatilló un descenso de -5% de enero a julio de este año en la producción real de la industria gráfica, que debería finalizar 2017 con un descenso de -3%.

Por su parte, la impresión en Estados Unidos superó a otras industrias manufactureras, siendo la número uno en crecimiento. Señalización, con un 2,61%, empaquetado (2,59%) e impresión de especialidad (2,51%) fueron las áreas con mayor incremento.

En México la balanza comercial está arrojando un déficit de -250 millones de dólares, con importaciones de impresos por US\$700 millones y exportaciones por US\$450 millones en 2016. Este número, sin embargo, es similar al del año anterior.

Paraguay ha mostrado uno de los mejores desempeños económicos de la región en los últimos años, con un crecimiento promedio de 4,1% entre 2012 y 2016, estabilidad monetaria y un buen control de la inflación.

En el caso de Perú, el país estima un crecimiento de 2,8% en 2017, mientras la industria gráfica está facturando US\$982 millones, con exportaciones por US\$43 millones y 29 mil empleos directos.

En tanto, en Costa Rica la producción del sector gráfico equivale al 5% de la producción industrial del país, con US\$557,8 millones a precios corrientes. Con 963 empresas, la gráfica genera 29 mil empleos directos y 128 mil puestos de trabajo indirectos.



Inclusión femenina: el ejemplo de Solvima Graf

Aunque es tradicionalmente masculina, la industria gráfica también cuenta con buenos ejemplos de inclusión de las mujeres, uno de los desafíos planteados para el sector durante la asamblea de Conlatingraf.

Uno de ellos es la empresa peruana Solvima Graf, que cuenta con una participación femenina de 70% en su planilla de colaboradores. Su fundadora, Soledad Laguna, directora de AGUDI, cuenta que ellas están presentes en todas las áreas, incluyendo pre prensa, postprensa, acabado y administración, con cualidades como la creatividad, competitividad y la atención por los detalles que “nos permiten agregar valor, mejorar la calidad de nuestros servicios y superar las expectativas de nuestros clientes”.

“Todas las mujeres en la industria gráfica se enfrentan al reto digno de destacar en una sociedad machista, en la que se cree que algunos puestos sólo pueden ser para hombres. Sin embargo, su capacidad multitasking, acompañada del liderazgo, disciplina, lealtad y alto nivel de compromiso, hace que las brechas de género sean cada vez más cortas y estoy segura de que pronto ya no existirán”, señala.

Incluso ella, al inicio de su carrera, tuvo que enfrentarse a la tarea de demostrar sus competencias, lo que le permitió fortalecer su carácter, su capacidad de liderazgo y su capacidad de dirigir.

“Soy una convencida de que todas las mujeres que deseen incursionar en este rubro pueden lograr su objetivo. Sólo deben estar preparadas para afrontar retos difíciles, pero no imposibles, los cuales con disciplina, liderazgo y alto nivel de compromiso en el trabajo podrán superar”, concluye Soledad Laguna.



Países trabajan en potenciar el Theobaldo de Negris

Se trata del concurso más importante para la industria gráfica de la región. Por eso, parte de la discusión entre los representantes de los distintos países miembros de Conlatingraf se centró en cómo seguir fomentando la participación de las empresas en el certamen y potenciando a una instancia tan tradicional como relevante.

Este año, por ejemplo, y dadas las consecuencias de las emergencias naturales que vivieron México y el Caribe, el plazo del concurso se extendió para lograr una mayor participación, de acuerdo a los niveles acostumbrados en países con industrias de larga experiencia.

Hubo coincidencia en que los gremios tienen un rol fundamental en encantar a los participantes y en facilitar su postulación. Entre las ideas surgidas en la reunión, está dar a conocer con anterioridad al concurso los nombres del jurado, en pro de la transparencia. Además, integrar a las nuevas tecnologías y tipos de impresión, incluyendo digital, flexografía y serigrafía, podría ayudar a fortalecer y dar mayor credibilidad al certamen.

Uno de los mayores desafíos tiene que ver con la difusión de los ganadores, en lo que las mismas imprentas triunfadoras y las asociaciones de cada país tienen un papel importante. Esto, según la asamblea, puede tener un rol trascendental para motivar a otras empresas a ser parte del concurso.

Integrar a los participantes de los concursos locales en el concurso internacional fue otra de las ideas surgidas en el debate.

Asimpres celebra la Cena de la Industria Gráfica 2017

Más de 600 personas participaron en una nueva edición del principal encuentro de la industria gráfica chilena, celebrado en CasaPiedra el pasado jueves 9 de noviembre. Directivos, profesionales, colaboradores de imprentas y proveedores gráficos fueron parte del evento, en el que además se conmemoraron los 50 años de Conlatingraf, con representantes de diversas asociaciones de Latinoamérica.

Álvaro González, Guido Zautzik, Cecilia González, Claudia Pérez, Javier Meneses y Roberto Gana.



Álvaro Carvajal, César Ibaceta y Jonatan Morán.



Juan Pisano, Héctor González y Alejandro Garcés.



Representantes de las asociaciones latinoamericanas.



Víctor León, Freddy Lund, Klaus Lund, Rodrigo Enríquez, Walter Lund y Eduardo Gallego.



Carlos Vergara, Emmanuel Rojas, Carlos Hernán Aguirre y César Aguilar.



Juan Ignacio Olaechea, Nelson Cannoni, Valeria Rada y Fernando Álamos.



Patrícia Souza, Eduardo Souza, Priscila Gelio y Ruy de Freitas.



Apolonia Contreras, Evelyn Cabrera, Ema Quinteros y Luis Riveros.



Escuela de la Industria Gráfica comparte reflexión de fin de año

Mientras trabajan intensamente en una nueva licenciatura, y a pocos días del fin de las clases, las actividades de la Escuela de la Industria Gráfica no cesan. Sin embargo, dice su director, Víctor Castro, al mirar atrás es posible observar cómo el tiempo invariablemente pasa.

“Hace algunos meses recibíamos con los brazos abiertos a padres y estudiantes postulantes. Ellos confiaron en la escuela que acogió a sus hijos. Hemos trabajado incesantemente para que nuestros estudiantes tengan un aprendizaje real y que sea provechoso para su porvenir. Hemos participado junto a ellos en sus fiestas, el día del alumno, el aniversario de la escuela, la despedida de los cuartos medios,

el afectuoso saludo de nuestros estudiantes a los profesores jefes y guías”, reflexiona.

El trabajo en la escuela es arduo e incluye también acompañar a los estudiantes en “sus dolores y angustias, de sus errores y aciertos”. A comienzos de año celebraron el Día de la Mujer y cada semana, los miércoles y los viernes, los alumnos se integraban a las actividades deportivo-recreativas de la escuela de acuerdo a su interés. Incluso, se realizó una Olimpiada Escolar, donde muchos jóvenes compitieron representando a su curso en pos de una medalla bien merecida.

“Seguramente habrá algunas cosas que no estuvieron tan bien”, reconoce Castro. Aquellas, dice, “es mejor conversarlas en otro momento, sin olvidarlas, para empezar de nuevo tratando de cumplir con nuestros queridos estudiantes”.

Qué fue de...

JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ, PROFESOR DE LA ESCUELA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA:

“He tenido la suerte de participar en procesos trascendentes del colegio”

Las casualidades han sido parte de la vida de José Luis Rodríguez. Una de ellas lo llevó a entrar a la Escuela Nacional de Artes Gráficas en 1968 y, otra, a convertirse en profesor de su propio colegio en 1973, cuando comenzaba su segundo año de carrera de Matemáticas en la Universidad de Chile. Hoy es el profesor más antiguo de la Escuela de la Industria Gráfica y desde 2014 está a cargo del programa de formación dual de la entidad.

Trabajó en la industria, en el área de preimpresión, sólo mientras terminaba su carrera. Luego dividió su tiempo como profesor de matemáticas de la escuela y de Inacap, y tuvo también el cargo de inspector general del colegio por 20 años.

“He tenido la suerte de participar en procesos trascendentes del colegio”, cuenta, y agrega que desde su rol le ha tocado ayudar a generar políticas para convertir al colegio en un centro de excelencia en la educación técnico-profesional con modalidad dual.

Por eso ahora, mientras se prepara para jubilar próximamente, mira al colegio con alegría. “Hemos construido un establecimiento educacional del que nos sentimos muy orgullosos, especialmente porque la misión de la escuela ha trascendido en nuestros egresados”, concluye.



Jimena Tapia, directora académica de Ingraf:

“La capacitación es clave para potenciar la productividad de las empresas”



**80 VACANTES
OFRECE
INGRAF EN
2018**

Con dos carreras nuevas y un total de 80 vacantes, Ingraf ya se prepara para dar la bienvenida a 2018. Durante este año, 56 estudiantes fueron parte de sus carreras técnico-profesionales y 540 personas se capacitaron a través de sus cursos y talleres gráficos.

Y es que, según la directora académica de la entidad, Jimena Tapia, “la capacitación es clave para potenciar la productividad de las empresas”. Al mismo tiempo, contribuye al desarrollo personal y profesional de los colaboradores y, por ello, las empresas deben encontrar mecanismos que den a su personal los conocimientos, habilidades y aptitudes para lograr un desempeño óptimo durante toda la estadía del trabajador dentro de la organización.



“Nuestro sello Ingraf es que somos el único centro en Chile que da capacitación y estudios en el área gráfica”, recalca Tapia.

El centro ofrece programas de estudios ligados al área de preimpresión, maquinaria, operatividad, terminación, control de calidad, optimización de procesos, planificación y desarrollo,

además de los distintos sistemas de impresión: digital, flexografía y offset.

También ha incorporado cursos, potenciando las competencias de los trabajadores de recursos humanos, ventas y jefes de áreas, con temas como coaching y liderazgo, atención al cliente, ventas, entre otros.



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



Dimacofi cumple 90 años y refuerza apuesta por tecnologías digitales

Fue en 2014 cuando Dimacofi decidió dar un salto adelante. Tras un proceso de modernización y diseño de una nueva oferta, de cara a los avances de la industria gráfica y a los requerimientos de sus clientes corporativos, la compañía está consolidando su crecimiento, en una historia que se inició en 1927 con la importación de máquinas de escribir. Hoy el foco está puesto en las tecnologías digitales, con la calidad de servicio y la asesoría en el centro de todos sus esfuerzos.

La compañía está creciendo a un ritmo de 10% anual y estima que, en los distintos sectores, cerca del 30% de las grandes empresas tienen equipos y servicios provistos por ellos. En la gráfica, se han especializado en impresión digital, permitiendo a los impresores ajustarse a las necesidades actuales, donde los tirajes están bajando y, al mismo tiempo, se está buscando una impresión más personalizada e inmediata.

“Los clientes quieren imprimir menos, pero distinto”, dice Octavio Zapata, gerente general de Dimacofi, quien comenta que ese cambio es el que

cuesta a los empresarios gráficos, que quieren seguir imprimiendo grandes volúmenes. Y por eso, agrega, hay que “repensar lo que hacemos en impresión”.

Por eso, la búsqueda de las artes gráficas está dada hoy por la diferenciación, “se imprime menos pero con más valor”, que es a juicio de Zapata lo que les permitirá a las empresas seguir desarrollando su negocio y proyectarse al futuro. Y en ese objetivo, Dimacofi busca convertirse en un socio de negocios para ellos, no sólo ofreciendo alta tecnología en producción, sino también un equipo de profesionales capaces de asesorar y acompañar a sus clientes para que conozcan las potencialida-

des de las máquinas y puedan tomar mejores decisiones para seguir creciendo. Somos un asesor de confianza y estamos acompañando a nuestros clientes a navegar en la transformación digital.

Una de las iniciativas que está desarrollando la compañía es la cadena sustentable de sus residuos, con la recuperación de sus equipos, tarea que comenzó hace tres años y que, según Zapata, los ha convertido en el principal reciclador de aparatos electrónicos en la industria. Estas máquinas son desarmadas y sus partes son enviadas a distintos lugares del mundo, para su reutilización, por ejemplo, el plástico a China y los metales preciosos a Europa.

Mientras celebran sus 90 años, en Dimacofi ven el futuro de la gráfica con optimismo. “Con las nuevas generaciones y con la llegada de las tecnologías al país, la industria está mucho más dinámica. La industria gráfica se está reinventando y en Dimacofi estamos trabajando junto a nuestros clientes, estamos haciendo cosas nuevas y de impacto”, recalca Octavio Zapata.

El 72% de las personas prefiere los libros impresos, según Two Sides

Una encuesta realizada por Two Sides a más de 10.700 personas en diez países indicó que los consumidores confían, disfrutan y obtienen una mejor comprensión de la información leída en forma impresa, dando muestras de fatiga digital y preocupación por la seguridad y privacidad de la información electrónica.

Los resultados revelan una fuerte preferencia de las personas por la impresión cuando se trata de lectura recreativa, como libros, revistas, noticias, entre otros. Entre otros resultados, el 72% de los encuestados en todo el mundo prefiere los libros impresos, en comparación con sólo el 9% que prefiere los libros electrónicos.

Además, el 76% de los encuestados cree que las noticias falsas son una tendencia preocupante y sólo el 24% confía en las informaciones de las redes sociales. En tanto, el 63% de los encuestados cree que leer noticias en un periódico impreso proporciona una comprensión profunda de la historia.







10 años innovando en las artes gráficas con Morichal Corp

Morichal Corp es una empresa líder de papel y productos gráficos en el sector industrial, cuenta con 10 años de experiencia trabajando con alianzas estratégicas que cumplen con las necesidades específicas de cada cliente.

Fue fundada en el año 2007 en Ciudad de Panamá y en pocos años logró competir en el comercio mundial de papel y cartón, contando con la distribución de una amplia gama de productos gráficos como: Papel Offset, Offset de colores, Couche, Periódico, Kraft, Fotocopia, NCR, Térmico, Antigraza y Cartulinas, además cuenta con presencia en Uruguay, Ecuador, Venezuela, México, Bolivia, Perú, Paraguay y el Caribe.

Por su parte Morichal Corp cuenta con marca propia que abarca desde papeles fotocopias hasta Offset Láser y sus proveedores son altamente calificados con certificaciones medioambientales y altos estándares tecnológicos.

El éxito de la empresa en estos 10 años ha sido gracias a las alianzas con grandes proveedores y a su eficiente servicio de abastecimiento, transporte, almacenaje y distribución que ha permitido ofrecerle productos de calidad especializados a los clientes.

www.morichalcorp.com

Socios

Klaus Lund, gerente comercial de Walter Lund:

“Queremos que el cliente satisfaga sus requerimientos con la mayor rapidez posible”



Hace 40 años, Walter Lund Bellocchio decidió emprender y traer un producto innovador para el mercado. Vio que en Chile existía la posibilidad de traer un papel que cambiaría la forma de trabajar de las imprentas, bancos e instituciones y no dudó en contactarse con Japón y traer por primera vez el papel autocopiativo a nuestro país.

Con el tiempo, la compañía fue agregando otros papeles y hace siete años decidió dar el salto para ampliar su oferta con nuevos materiales. Así es como hoy Distribuidora Walter Lund importa más de 15 familias de productos desde distintos países, incluyendo dúplex, couché, bond, cartones, cartulinas, tintas, químicos, repuestos entre otros.

“Somos una empresa familiar que busca generar lazos de confianza en el largo plazo con nuestros clientes”, comenta Klaus Lund, hijo de Walter y gerente comercial de la compañía. “Esto lo hemos logrado gracias a un equipo de trabajo muy empático que busca dar soluciones eficientes y asesoramiento técnico cuando es requerido. Sabemos que el tiempo es escaso por lo que queremos que el cliente satisfaga sus requerimientos con la mayor rapidez posible”.

Klaus explica que en estas décadas de

trabajo han tenido un intenso aprendizaje a partir de su experiencia con clientes, proveedores, competidores y colaboradores, lo que les ha permitido transformarse “en el más completo y mejor distribuidor del centro de Santiago”.

Clave para mantener esa posición, dice el ejecutivo, es lograr mantener un crecimiento enfocado en atraer nuevos clientes, seguir profesionalizando sus procesos internos y apostando por la capacitación de su gente. “Nuestro objetivo a mediano plazo es posicionarnos como una empresa líder en el mercado gráfico”, dice, y para ello su última apuesta fue abrir en 2016 su tercera sucursal, ubicada en San Francisco 918, con la que buscan acercar-

se más aun a sus clientes y mejorar los tiempos de respuesta con ellos. Cuenta con una sala de ventas, amplio estacionamiento, servicio de corte, despacho y una atención personalizada para entregar soluciones rápidas.

Actualmente, la firma está cerrando el año con optimismo. “El último trimestre siempre es muy bueno para la gráfica, hemos visto cómo los clientes están aumentando su consumo y esto obviamente es bueno para el rubro”, concluye.

Más información en www.walterlund.cl

ESTA EDICIÓN FUE POSIBLE GRACIAS A:



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



Just ask Antalis

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) 2387 1000
www.dipisa.cl



Una empresa del Grupo Hagraf

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



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



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



Teléfono (+56 2) 2665 2021
www.walterlund.cl

Síguenos en
www.asimpres.cl



como Asimpres

“Nuestra principal fortaleza es el gran conocimiento técnico en lo que hacemos”



Fundada en marzo de 1971 por don Enrique Sauma Hananiaz con el apoyo de su esposa, Rosa Santis, Roensa nació con el objetivo de satisfacer de manera responsable las necesidades de la banca y de marcar una diferencia con las empresas de su rubro, especializándose en la impresión de documentos de seguridad.

“Su principal motivación fue el espíritu de superación y la capacidad de emprendimiento que fue demostrando a través de los años, junto a la necesidad de hacer algo nuevo y diferente, en el Chile que les había tocado vivir”, cuenta Catalina Sauma, su hija y gerente general de la compañía.

Roensa cuenta hoy con una moderna planta ubicada en la ciudad empresarial ENEA, diseñada con altísimos estándares de infraestructura y seguridad para garantizar al máximo la línea productiva desde el inicio hasta la entrega final de sus productos. Además, ha desarrollado procesos y controles cada vez más exigentes y tiene una constante preocupación por capacitar a su equipo de profesionales para que sean verdaderos expertos en cada una de sus áreas de trabajo.

ROENSA CUENTA CON UNA MODERNA PLANTA, DISEÑADA CON ALTOS ESTÁNDARES DE INFRAESTRUCTURA Y SEGURIDAD PARA GARANTIZAR LA LÍNEA PRODUCTIVA DESDE EL INICIO HASTA LA ENTREGA FINAL DE SUS PRODUCTOS.

“El nuestro es un nicho muy exclusivo en el mundo gráfico, casi como un oficio especial dentro de las imprentas, y con mucho orgullo podemos decir que en estos años hemos ido acumulando la experiencia y los conocimientos necesarios para seguir desarrollándolo con excelencia y a la vanguardia”, explica Sauma.

La ejecutiva agrega que entre las características que definen a Roensa está el ser aliados de sus clientes y asistirlos con personal altamente capacitado, comprometido y especializado. La inclusión de personas discapacitadas es otra de sus preocupaciones.

“Nuestra principal fortaleza es el gran conocimiento técnico en lo que hacemos y el cumplimiento de

los plazos y compromisos tomados. Los controles de seguridad de nuestros procesos también es una de nuestras principales fortalezas corporativas”, señala.

Actualmente, la compañía espera ampliar su campo de acción y continuar innovando en el ámbito de la seguridad, potenciando sus esfuerzos por unir el mundo digital y el gráfico.

Más información en www.roensa.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: 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



CONLATINGRAF

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.