

Impresiones

EDICIÓN N° 128 AÑO 13, CHILE 2018 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



INDUSTRIA GRÁFICA reconoce a los mejores del año



**Print
Stgo
2018**

COMPLETA COBERTURA DEL EVENTO

Print Stgo firma acuerdo de colaboración con uno de los mayores operadores feriales del mundo

El martes 9 de octubre, en Espacio Riesco, se dio inicio Print Stgo 2018. En la ceremonia inaugural, encabezada por los organizadores del evento Marcela Lahosa, presidenta de Asimpres, y Juan Pablo Figueroa, director de Contraseña Magazine, se dio a conocer el importante acuerdo de colaboración entre Print Stgo y uno de los mayores operadores feriales del mundo: Fira Barcelona, a través de sus ferias Graphispag e Hispack.

El acuerdo considera la colaboración entre Print Stgo y sus pares europeos en materia de contenidos e información para próximas versiones.

Jordi Magre, director de Graphispag señaló desde España que “este acuerdo de colaboración entre Hispack y Graphispag, por un lado y Print Stgo, por el otro, no hará más que llevar beneficios a nuestros expositores y visitantes, ya que gracias a él podrán tener a su alcance más contenido, más información y más inspiración para



abordar todos los retos. Un acuerdo de colaboración que será un puente entre nuestros continentes”.

La presidenta de Asimpres, en tanto, destacó el acuerdo que vincula a Print Stgo con el mundo: “Nos llena de orgullo y nos tiene muy contentos, ya que amplía los horizontes de nuestros expositores y nos conecta con la innovación y tecnología internacional”.



REFERENTES EUROPEOS

Las ferias Hispack y Graphispag se realizan en Barcelona. Hispack es una feria emplazada en 40 mil metros cuadrados y considera aproximadamente 1.500 empresas del rubro representadas, gestiona empresas provenientes de más de 12 países y recibe cerca de 40 mil visitantes, especialmente profesionales ligados al sector.

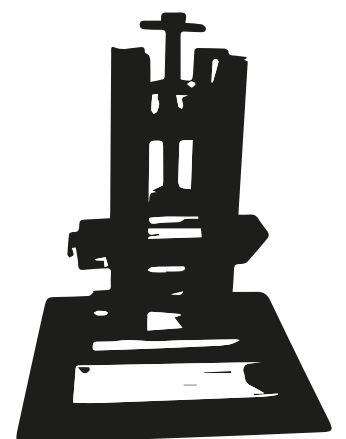
Graphispag cuenta con aproximadamente 20 mil metros cuadrados, 20 mil visitantes y unas 800 empresas representadas. Cuenta con una actividad de congresos importante que considera entre 70 a 80 relatores y más de 3000 visitantes registrados.

Ganadores Premio Theobaldo de Nigris

En la **Cena Anual de la Industria Gráfica** se realizó la premiación a las empresas que fueron reconocidas con este premio, que busca distinguir y premiar la calidad integral del producto gráfico latinoamericano, así como estimular

la competitividad entre los países del área, con el fin de elevar sus estándares actuales de calidad. En su 24ª edición, el certamen contó con la participación de 456 trabajos, provenientes de Brasil, Chile, Colombia, República Dominicana,

Ecuador, Paraguay, Costa Rica, Uruguay y México. Este año, 40 trabajos chilenos fueron reconocidos en alguna de las categorías del certamen y 13 de ellos obtuvieron un primer lugar.



LOS PREMIADOS FUERON:

A Impresores (por su trabajo “Libro Iglesias rurales arrasadas de luz”), **Artica** la Impresión del Vino (por su trabajo “Calendario institucional”), **Fyrma** (por su trabajo “Casas de campo chilenas”), **Multicolor Chile** (por su trabajo “La Piu Belle Red Wine”), **Quintero Impresores** (por su trabajo “Volver a amar”) y **Total Graphics** (por su trabajo “Cuaderno de piel”), **Salesianos Impresores** (por su trabajo “Atlas histórico”), **Printer** (por sus trabajos “Carpeta banca privada Banco de Chile” y “Bolsa Rockford”) y **Ograma** (por sus trabajos “Desplegable Carmen”, “Libro Alberto Cruz”, “Invitación Rigoletto” y “Estuche Banco de Chile”).



“Es un reconocimiento a todo un equipo, porque una empresa no la hace uno solo”

Cuando Manuel Salgado recibió el correo electrónico donde se le anunciaba que había sido elegido Líder Gráfico 2018 creyó que era una broma: “La verdad es que fue una sorpresa. Nunca pensé que algún día podría tener un reconocimiento así”, comenta sorprendido.

La humildad y el bajo perfil de Manuel Salgado son características reconocidas por su entorno cercano. Lo cierto es que

sobran las razones para que el actual dueño de Procolor recibiera este importante reconocimiento por parte del gremio.

Manuel Salgado se ha forjado a punta de esfuerzo y pasión por la excelencia, desde que ingresó en 1960 como interno a la Escuela de la Industria Gráfica y egresó de la especialidad de Linotipias. Hasta hoy, son más 50 años vinculados a la industria gráfica, la cual pudo

conocer a fondo en sus diversos desafíos laborales en diferentes empresas como Editorial Zig-Zag, Convertidora Venezolana de Papel de Venezuela, Editorial Universitaria, Cromolito y Cystema. Y desde 2001 –primero en sociedad con Michael Bywaters y luego junto a su hijo Rafael Salgado– ha liderado de manera consistente y ejemplar una de las empresas gráficas más modernas y pioneras en el enfoque integral de servicio al cliente, Procolor. “Mi padre es una persona que le corre tinta por las venas”, indica su hijo Rafael.

Pero Manuel Salgado considera que este premio va más allá de la trayectoria: “Es un reconocimiento a todo un equipo, porque una empresa no la hace uno solo. Los que trabajan día a día son los que merecen tanto como uno el premio”, reflexiona.

Procolor

Si bien Procolor nació orientada al área de pre prensa, a los pocos meses, los socios –Manuel Salgado y Michael Bywaters– se dieron cuenta que era necesario diferenciarse. Analizaron qué les incomodaba de la imprenta tradicional, y acordaron que eran

dos falencias claves: los desfasados tiempos de cumplimiento y la falta de calidad en las entregas: “Vimos cómo nos enfocábamos para suplir eso. (Nos preguntamos) De qué forma hacemos una empresa que cumpla, que dé una buena calidad y buen servicio. Así es como va naciendo Procolor”, explica don Manuel.

Desafíos

Manuel Salgado está convencido de que la vida se basa en desafíos: “Yo me imagino que mientras uno tenga un desafío, es parte de la razón de levantarse cada día. Y en la industria gráfica cada uno de los elementos, cada uno de los trabajos que uno enfrenta es un desafío”. Y esto es más patente en una empresa que no se dedica a un rubro específico: “Hacer 20 archivadores para la tarde es un desafío. Hacer un set de tarjetas con laca UV con folia para en un tiempo determinado es un desafío” expresa Manuel Salgado, y agrega: “Y un tercer desafío es que el cliente lo reciba en su escritorio a la hora convenida”. Así, cumplir con los plazos de entrega es una de las prioridades de Procolor. Rafael, hijo de Manuel Salgado, explica: “El trabajo siempre se hacía y se entregaba como se comprometió, no importando las aplicaciones que fuesen necesarias”.

Cada mañana a las 7 AM, Manuel Salgado llega a Procolor a ambientar el taller y se toma un café mientras lee el diario.

Luego comienzan a llegar los colaboradores y a las 8 la empresa se pone en marcha. Lo primero: se revisa en qué situación están los trabajos y las órdenes. Y si hay que ayudar con trabajo manual, él está siempre disponible.





Freddy Keutel, Country Business Manager de Antalis Chile, y Álvaro Ide, director general de Antalis Latam – **Innovación y Servicio**

“Este reconocimiento nos dice que lo estamos haciendo bien, que estamos agregando valor”

Antalis es reconocida por su servicio y excelencia como proveedor de insumos gráficos. La compañía, fundada en 1974 como GMS, se consolidó en 2004 cuando fue adquirida por Antalis, uno de los distribuidores de papel más importantes a nivel mundial.

Hace dos años, la empresa decidió desarrollar un ambicioso proyecto de innovación y consultoría, con la intención de acompañar y asesorar a sus clientes frente a los desafíos y oportunidades de la gráfica.

Álvaro Ide, director general de Antalis Latam, cuenta que el proyecto surgió como un ejercicio para prepararse ante una eventual contracción del mercado, según las señales que entregaba Europa desde 2008: “La respuesta fue convertirse en un socio estratégico de sus clientes, generándoles valor, entregándoles herramientas y creando soluciones más que solo un distribuidor de productos. La idea es juntar productos, tecnología y servicios para generar una solución para que nuestro cliente mejore y sea más eficiente y productivo”.

El Country Business Manager de Antalis Chile, Freddy Keutel explica: “Nos metimos realmente en la problemática de los clientes, en ver de qué

manera pueden optimizar sus procesos productivos, digitalizar sus operaciones y en definitiva ayudarlos a ser más eficientes”.

Así fue como crearon las áreas de Capacitación (Antalis Lab), de Consulting y de Innovación. Esta última liderada por el gerente de Innovación LATAM Cristián Guardia, pretende ir generando nuevas ideas y herramientas para que “nuestros clientes tengan las armas necesarias para afrontar los nuevos tiempos”, indica Ide.

Para hacer frente a la falta de data y análisis de gestión en las empresas gráficas, Antalis apostó

LAS INDUSTRIAS ESTÁN CAMBIANDO VELOZMENTE Y ES BUENO ENFATIZAR LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN”.

por conformar un joint venture con la empresa Twist Software, por TwistPrint, herramienta de gestión creada por Jorge y Tomás Guzmán de Imprex, la que ya ha sido implementada en 46 imprentas en Chile, además de otros en Brasil, Perú y pilotos en Francia.



CAMBIAR EL PARADIGMA

En Antalis explican que es necesario que la industria gráfica deje de pensar como lo hacía hace 10, 20 o 30 años: “El entorno, el mundo, las tecnologías, la competencia y los clientes cambian. Atreverse a dar el paso en el minuto correcto es lo complicado. Ese es el cambio de paradigma”, puntualiza Keutel.

Al respecto, indica que para que los proyectos y asesorías funcionen de forma óptima “siempre es recomendable que el involucramiento en el proyecto sea total, vale decir, desde los dueños de las compañías. Son ellos los embajadores, quienes lo entienden, se comprometen y lo comparten con sus equipos”.



MEJOR EMPRESA PROVEEDORA EN INNOVACIÓN Y SERVICIO

En Antalis reciben el premio con alegría: “Es un reconocimiento a todo lo que hemos hecho. Nos sentimos tremendamente orgullosos y ratifica el camino que estamos recorriendo”, señala Keutel.

Por su parte, Ide recalca la importancia de haber ampliado el alcance del galardón, ya que “las industrias están cambiando velozmente y es bueno enfatizar la importancia de la innovación”, y agrega: “Estamos siempre pensando cómo lo podemos hacer mejor. Este reconocimiento nos dice que lo estamos haciendo bien, que estamos agregando valor”.



Jonatan Morán, gerente general de Papelera Dimar – **Papeles e Insumos**

“En cada uno de los empresarios de la industria gráfica está la capacidad de reinventarse”

El gerente general de Papelera Dimar, Jonatan Morán, explica que para la empresa es un orgullo recibir el reconocimiento de Mejor Empresa Proveedor en Papeles e Insumos: “Llevamos mucho tiempo trabajando para mejorar nuestros procesos y atender mejor a nuestros clientes. Este reconocimiento es un honor y da convicción para trabajar con más ganas”. Agrega que la compañía se siente inserta en la comunidad gráfica y “entender que nuestro trabajo es valorado por nuestros clientes, más allá de la dinámica diaria donde no

siempre el reconocimiento es el protagonista, nos produce mucha alegría”.

Dimar es una empresa con 45 años de trayectoria, que se ha sabido adaptar a los cambios y migrar según las necesidades de los clientes: “Dimar siempre ha estado con los ojos bien abiertos, contando con una cadena de proveedores sólida para anticiparse a las necesidades de los clientes”, indica el gerente general.

Hoy Dimar alcanza ventas de casi 100 mil toneladas anuales en productos de papel, representando a más de 10 marcas de renombre internacional. Desde 2011 también

“ESTE RECONOCIMIENTO ES UN HONOR Y DA CONVICCIÓN PARA TRABAJAR CON MÁS GANAS”.

cuenta con operaciones en Perú. Morán explica que Dimar tiene una gran importancia en el mundo del packaging, siendo líderes en incorporar cartulinas con fibras vírgenes y recicladas.



LA OPORTUNIDAD QUE DEJA EL PLÁSTICO

“Donde hay un pedazo de plástico, hay una oportunidad para nosotros de reemplazarlo”, dice Morán entusiasmado. Quien agrega que, actualmente, gracias a las políticas públicas que buscan reemplazar el uso del plástico, la compañía está explorando cómo integrar el papel en nuevas industrias y sectores. La agricultura, la industria médica y los interfoliados, son algunos de los nichos que podrían ser conquistados por el papel y el cartón, a juicio de Morán.



NUEVAS DEPENDENCIAS

Desde mayo de este año, Papelera Dimar opera en nuevas dependencias. La principal razón de este cambio fue la necesidad de consolidar las operaciones. La nueva planta, ubicada en Pudahuel, ocupa un total de 35 mil m2. Estas instalaciones se adecuan a los requerimientos actuales de la industria y permitieron que la empresa ampliara su capacidad de conversión, incorporando tres nuevas máquinas.



E-COMMERCE

El e-commerce es otro de los drivers de la industria, explica Morán: “Yo calculo que de aquí a diez años los niveles de comercio electrónico van a crecer 10 ó 15 veces sobre lo que vemos ahora”. Agrega que va a ser un gran desafío para los actores actuales, ya que el comercio electrónico requiere poder atender a tiempo muchos pedidos de bajos tirajes.

En este sentido, Morán indica que existe un mar de oportunidades para que los empresarios gráficos sigan vigentes: “Estoy cierto que en cada uno de los empresarios de la industria gráfica está la capacidad de reinventarse, de rehacerse, de aprovechar que hoy día la tecnología ofrece oportunidades maravillosas. Lo único es que lamentablemente son distintas a lo que hemos hecho hasta ahora”.



José Miguel Seguel, General Manager de Xerox – **Equipamiento y Maquinaria**

“Es un premio a la trayectoria y nos da energías para seguir adelante posicionando aún más fuerte a la marca”

“Etamos muy contentos” declara José Miguel Seguel, General Manager de Xerox, en relación a la reciente obtención del premio Mejor Empresa Proveedora en Equipamiento y Maquinaria 2018. “Hace tiempo venimos trabajando con nuestros clientes para ir mejorando nuestra calidad de servicio, soporte técnico y equipos y creo que este premio viene a recoger todo ese trabajo que hemos hecho para que la experiencia de uso de los equipos de Xerox sea inigualable en el mercado. Es un premio a la trayectoria y nos da energías para seguir adelante posicionando aún más fuerte a la marca”, agrega.

Xerox es una empresa con presencia en más de 160 países en el mundo, con un amplio

“ESTE PREMIO VIENE A RECOGER TODO ESE TRABAJO QUE HEMOS HECHO PARA QUE LA EXPERIENCIA DE USO DE LOS EQUIPOS DE XEROX SEA INIGUALABLE EN EL MERCADO”.

portafolio de productos para la industria gráfica que comprende equipamiento y soluciones desde light production hasta gama alta de producción. Seguel explica que según lo que comentan los clientes, una de las fortalezas destacadas de la compañía es el área de servicio y soporte de los equipos. “Y ahora este reconocimiento no viene solo de ellos, sino que a través de la asociación gremial”, explica.



DIFERENCIACIÓN

Seguel indica que en el área de soporte y servicio técnico la empresa posee una fortaleza muy importante: “Tenemos un equipo directo que da servicio técnico en distintos niveles de escalamiento. Los clientes pueden estar tranquilos de que las cosas se van a resolver y se van a cumplir los tiempos prometidos”.

Además, cuentan con canales de distribución que permiten dar cobertura a todo el territorio nacional, con los que se preocupan especialmente de mantener muy buenas relaciones.



ADAPTARSE A LOS CAMBIOS

El General Manager de Xerox explica que

la compañía está en un proceso de transformación para adaptarse constantemente a los cambios y desafíos que la industria gráfica enfrenta: “Cortos tirajes, muchos trabajos muy diversos, personalización, workflows de trabajo optimizados, un proceso simple, sencillo, limpio, eficiente.”, agrega, indicando que en este contexto la tecnología digital toma un peso muy relevante.

En este sentido, hace unos meses la compañía lanzó al mercado la prensa Iridesse, que expande las opciones de los empresarios gráficos integrando aplicaciones que generalmente se hacen en el proceso de postimpresión o terminación, como efectos metalizados y barnices: “Eso significa ahorro de tiempo y en soluciones, además de poder responder más rápido a los clientes y entrar a nuevos nichos de aplicaciones”, indica Seguel.

Sobre el futuro para la compañía en Chile después de recibido este reconocimiento, Seguel explica que seguirán trabajando en la cercanía con los clientes, desarrollando soluciones en conjunto y ayudando al mercado a transformarse: “Es un trabajo mutuo entre fabricantes y clientes”, finaliza.

JOSÉ BODET, PROFESIONAL DE EXCELENCIA

“Nunca hice las cosas en forma interesada. Amo lo que hago”

José Bodet es un apasionado de la gráfica impresa desde que se encontró con esta vocación. El primer diseño que hizo y que vio impreso lo emocionó: “Fue como si hubiera tenido un hijo. Ahí agarré un cariño tremendo por el producto impreso”, dice.

Las reses vibrantes y eses bien pronunciadas lo delatan. Aunque lleva más de 20 años en Chile, Bodet no pierde su acento nativo. Tampoco pierde su devoción por las dos pasiones que lo definieron profesionalmente. Fue en su Francia natal donde, en su época de estudiante, se flechó por el diseño gráfico y años más tarde, de la mano de Apple y Adobe (para quien fue betatester de Photoshop 1.0), tuvo su segundo amor: la tecnología digital.

Luego de unos años trabajando en agencias de publicidad, armó su propia empresa de prestación de servicios en diseño y pre prensa y, de la mano con el desarrollo tecnológico, perfeccionó sus estudios en la materia.

SU LLEGADA A CHILE

En 1995, luego de nacida su primera hija, decidió tomarse un periodo sabático en Latinoamérica, donde tuvo la oportunidad de colaborar por cinco meses con la Escuela Nacional de Artes Gráficas en Chile, en la elaboración de los planes de estudio de pre prensa. Posteriormente, Ricardo Olave, empresario y gerente general de Fyрма Gráfica, le pidió asesoría en la implementación del área de pre prensa digital. Así fue cimentando su desarrollo profesional como consultor en nuestro país.

Años más tarde, creó –junto con Alan Epstein y José Alaluf de Imagex– la consultora Grafexus y desarrolló el primer sistema de prueba de color digital, asesorías en estandarización de procesos y capacitación. Reconoce que la veta de educación no estaba en sus planes: “En Francia fui uno de los primeros en partir con la herramienta digital, y cuando la gente se empezó a ‘subir’ a la tecnología, me hacían preguntas y siempre he compartido conocimientos con generosidad”, señala Bodet. Es así como por varios años tuvo una columna en revista Contraseña y diario Impresiones, medios a través los cuales compartió su experiencia y conocimientos.

En 1999 se acercó a Gustavo Brunser, gerente de Adobe Chile, y se transformó en consultor de la empresa por 10 años, recibiendo el año 2001 el premio como



“ME DA MUCHO GUSTO QUE LA GENTE HAYA SENTIDO ESTO DE SER APASIONADO Y PERFECCIONISTA Y HACER LAS COSAS CON GENEROSIDAD Y HUMILDAD”.

Adobe CrossMedia Consultant para América Latina. A partir del 2003, participó del desarrollo de la Academia Mac, junto con Andrés y Patricia Singh.

En 2010 comenzó apoyar la revisión de los planes de estudio de la Escuela de la Industria Gráfica. Después de cuatro años de trabajo, lograron crear planes propios para la escuela que, finalmente, pasaron a aplicarse

a todos los colegios de la especialidad gráfica en el país. Ahí Bodet tuvo la oportunidad de conocer al entonces rector de la escuela, Franz Sieber, con quien mantiene hasta la fecha una gran amistad. Durante el mismo periodo, fue director académico del CFT Ingraf y, junto a Jose Manuel Jaramillo, obtuvieron la autonomía del CFT por parte del Consejo Nacional de Educación.

Profesional de excelencia

Bodet, actual Gerente Regional del área AVS de Antalis, recibe el reconocimiento que le entrega el gremio con orgullo y emoción: “Nunca hice las cosas en forma interesada. Amo lo que hago. Me da gusto que la gente haya sentido esto de ser apasionado y perfeccionista; y hacer las cosas con generosidad y humildad”, y agrega: “No es solamente mérito propio, sino también de la ayuda de todas esas personas que mencioné, y de mi segunda familia acá, la familia Leni Ocampo, porque sin ellos no me hubiera quedado en Chile”.

EXITOSA QUINTA VERSIÓN DE PRINT STGO

Print Stgo 2018, realizada el 9, 10 y 11 de octubre en Espacio Riesco, reunió al mundo de la comunicación gráfica, packaging y toda la cadena de valor involucrada con la industria a nivel nacional y latinoamericano. En esta edición, la feria recibió la visita de más de 6.000 asistentes, entre ellos impresores, diseñadores, académicos, publicistas, empresarios, decoradores, técnicos gráficos y estudiantes, entre otros.

Los stands de las distintas empresas dieron a conocer nuevas tecnologías y productos y en paralelo se realizó un exitoso ciclo de charlas enfocado en las comunicaciones gráficas y el packaging (MÁS DETALLES EN LA PÁGINA 8).



La feria se
emplazó en
6.000
metros
cuadrados

TENDENCIAS

Los asistentes pudieron conocer las últimas novedades tecnológicas y tendencias en la industria del packaging, comercial, editorial, comunicación visual y funcional. Aquí, destacamos algunas de ellas.



IMPRENTAS: Diferenciación

En esta versión de Print Stgo diversas imprentas estuvieron presentes, mostrando elementos de diferenciación con la impresión tradicional. Impresos Lahosa quiso destacar elementos que dan un valor agregado a la impresión tradicional, como aplicaciones de terminación que permiten variabilizar los productos desde unidades muy pequeñas y texturas para generar cercanía con la pieza gráfica.

B&B Impresores exhibió productos de impresión lenticular con efectos flee, 3D y motion. Además de barnices texturados, lacas con relieve y la posibilidad de imprimir en materiales no absorbentes.

Por su parte Colorpack exhibió su línea de cajas premium de cartón piedra forradas con papeles especiales, con una gran variedad de terminaciones.



MEDIO AMBIENTE y sustentabilidad

CERTFOR (PEFC Chile) estuvo presente en la feria promoviendo la certificación de Cadena de Custodia y la sustentabilidad del sector gráfico.

Iconosur mostró los productos icónicos de la empresa y comunicó los resultados de los cambios que han incorporado en sus operaciones para ser más sustentables. También proponen a sus clientes sacar el plástico de sus empaques con el fin de que puedan ofrecer un producto reciclable.

Epson exhibió su línea de tintas ecosolventes, amigables con el medio ambiente.

Participaron más de 40 expositores



REALIDAD aumentada

La empresa especializada en etiquetas Eadec exhibió una etiqueta con realidad aumentada que desarrollaron para el gin peruano Amazonian. A través de una app se enlazaron dos imágenes de la etiqueta que al leerlas con un smartphone cuentan cómo se fabricó el producto y cómo preparar el mejor gin tonic.



Automatización

Parte de la exhibición de Canon se enfocó en la automatización del flujo de trabajo, mostrando cómo incorporarla en algunos procesos y certificaciones.

GrafiSoft quiso potenciar tres marcas nuevas de software relacionadas con automatización y digitalización: Caldera -flujos de trabajo en impresión digital-, Label Tracks -administración en fabricación de etiquetas- y Ultimate -flujo de trabajo para impresión comercial y editorial. Además de los sistemas de inspección AVT y Global Vision.



Lanzamientos

Durante el evento, Ricoh realizó el lanzamiento de las prensas Pro™ C7200 y C9200 Graphic Arts Edition. La primera tiene una quinta estación de color que incluye blanco, clear, dos colores neones con fluorescencia ante la exposición de una luz ultravioleta y un quinto color rojo invisible. La segunda destaca por su productividad y eficiencia en cuanto a costos, admitiendo gramajes de hasta de hasta 450 g/m2.

Antalis está incursionando por primera vez en mesas de corte, por lo que mostró una mesa de corte marca Aristos en funcionamiento, de origen y manufactura alemana, de alta gama y alta precisión.

Canon exhibió las cualidades del equipo Océ Colorado 1640 que será lanzado próximamente en Chile. Este equipo de formato ancho permite imprimir en distintos sustratos para exteriores y ocupa tinta UVgel amigable con el medio ambiente.

Abingraf mostró la nueva línea de LG de rotulación de vehículos, un producto fácil de aplicar y de extraer.

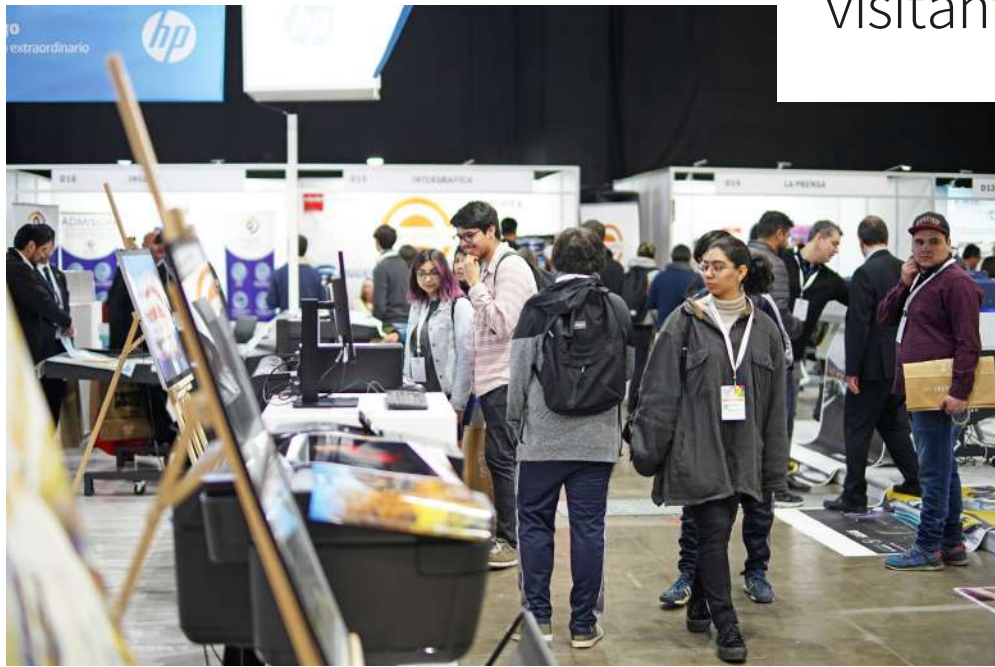
HP presentó la tecnología HP Desing Jet para gran formato con la nueva serie de impresoras Z (Z6 y Z9), lanzadas en junio.

Por su parte, Dipisa mostró su línea de papeles digitales que lanzó este año al mercado y Xerox realizó un prelanzamiento de su prensa de producción Iridesse.

Más de **200** marcas representadas.



Asistieron cerca de
6.200
visitantes



Stefano Sigala, Microgeo S.A.; Javiera Maceratta, Dimacofi;
Myriam Villaman, Xerox; Felipe Arias, Davis Graphics.



Rodrigo León, Colorpack; Ricardo Schaub, Impresora Optima; Juan
Pisano, Empresas Jordan S.A.; Felipe Báez, B&B Impresores.



Renzo Canonní, Romipack; Gonzalo Tejero, Imprenta Millenium S.A.; Álvaro
Espinoza, Ricoh Latinoamérica; Francisco Javier Fernández, Grafisoft.



María Eugenia Mingo, Asimpres; Marcela Lahosa, Asimpres; Mauricio
Robé, Impresos Lahosa; Macarena Marín, embajada de EE.UU.



Christian Dettleff, Epson Latinoamérica;
Tomás Dacoba, HP; Pablo Ortega, Ferrostaal.

CICLO DE CHARLAS PRINT STGO 2018:

Principales cambios de las comunicaciones gráficas y el packaging

Durante Print Stgo 2018, paralelo a las exposiciones, se realizó un ciclo de charlas y paneles donde los expositores trataron temas como las industrias 4.0 o industrias inteligentes, el fenómeno amplio de la comunicación y cómo la industria se integra, el nuevo lector en el marco del dinamismo en el consumo de información y entretenimiento, los nuevos hábitos de consumo en el escenario digital y cómo la industria se adapta y agrega valor. A continuación, un resumen de los principales temas tratados en las charlas.



Wilson Pais,

DIRECTOR NACIONAL DE TECNOLOGÍAS E INNOVACIÓN DE MICROSOFT CORPORATION CHILE:

“Hay temas que uno piensa que no podrían digitalizarse, pero sí pueden”.

El año 2017, por primera vez, el ranking Forbes de las marcas más valoradas del mundo lo lideraron cuatro marcas tecnológicas: Apple, Google, Facebook y Microsoft. En este contexto ¿Cómo se reescriben las reglas del mercado cuando la unión entre creatividad y estrategia es un deber en la era de la revolución digital?

Sobre esto trató la charla de Wilson Pais en Print Stgo 2018: “Disrupción y transformación. Pais se refirió a la 4ª revolución industrial, indicando que “hay temas que uno piensa que no podrían digitalizarse, pero sí pueden”, dando como ejemplo algunos desarrollos en los que está trabajando Microsoft para la agricultura.

Estamos viviendo la era de la información, la era de los datos, indicó, añadiendo: “En este tiempo el público es exigente y quiere saber los metadatos de los productos, de dónde vienen”.

Asimismo explicó que la inteligencia artificial cotidiana amplifica la creatividad humana con tecnología inteligente. En este sentido, la inteligencia artificial alimenta cuatro ejes de transformación digital: transformar productos, optimizar operaciones, empoderar empleados y atraer clientes.



Kristina Cordero,

JEFA DEL DIPLOMADO EN EDICIÓN Y PUBLICACIONES UC:

“La lectura no está muerta en la era millennial”

Kristina Cordero hizo una radiografía a las prácticas lectoras de esta generación, dando a conocer a los asistentes los cambios que ha experimentado la práctica lectora y la escritura.

En su charla, Cordero presentó tendencias que considera reveladoras, indicando, por ejemplo, que “ha aumentado la autoedición en Chile, superando los mil títulos el año 2017, lo que genera una oportunidad para la impresión”. Además destacó que la publicación de libros infantiles y juveniles se ha duplicado en un periodo de siete años.

La profesional señaló que en los últimos años “hemos visto más libros publicados, más diversidad de libros, un auge de micro editoriales, más canales de acceso que nunca y la mediación de lectura ha sido muy importante”.

Por otra parte, compartió los resultados de su investigación sobre los hábitos y las preferencias de lectura de jóvenes adultos, para dar una visión de las oportunidades y los desafíos que ve surgir en el escenario multimedia/transmedia del siglo XXI, indicando que hay un diálogo entre diferentes medios: “Las distintas tecnologías no compiten necesariamente, se pueden alimentar mutuamente”, expresó.



Roberto Concha,

SOCIO DE PROCORP Y PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN CHILENA DE EMPRESAS DE DISEÑO “CHILE DISEÑO” A.G:

“El packaging es un proveedor de experiencias”

“Desafíos del diseño y el nuevo packaging” fue la charla que dictó Roberto Concha con el objetivo de conectar al packaging como herramienta estratégica para el diseño, el branding, el marketing y la experiencia.

“El packaging es la primera experiencia que tengo con un producto”, señaló, añadiendo que es una interfaz de marca muy potente. “Puede ser una forma de representar al producto desde lo real, lo simbólico y lo imaginario”, explicó.

También indicó que el packaging se conecta con las cuatro Ps del marketing mix: Producto – a través del branding, al ser el primer contacto con el producto-, Precio -ya que el empaque transmite la propuesta de valor-, promoción -porque solo a través del diseño se logra llegar al público de forma potente-, y distribución -porque el packaging debe ser lo suficientemente resistente para porteger al producto durante el transporte al punto de venta-.

Concha también manifestó que “el packaging es un proveedor de experiencias y todos los proyectos de experiencias lo tienen en cuenta”.



Panel ACHAP:

“EXPERIENCIAS DE CREATIVIDAD INTEGRADA Y LA VIGENCIA DE LA GRÁFICA”.

El panel contó con la participación de los directores creativos Maribel Maneiro, de Raya, y Gustavo Marioni, de Shackleton. Fue moderado por la gerente general de ACHAP, Alejandra Ferrari.

“Tenemos que hacer llegar el mensaje de maneras diferentes, buscar a otras audiencias. No siempre estamos en el celular”. Así comenzó Maribel Maneiro, directora creativa de Raya, su exposición. Maneiro dio múltiples ejemplos de cómo la gráfica puede ser innovadora a la hora de entregar mensajes, evitando lugares comunes.

Gustavo Marioni, además de mostrar varios casos exitosos, recaló la idea de que el print y el craft pueden integrarse con el mundo digital: “Hoy lo que es artesanal pasa a ser digital, y no hay barreras cuando todos trabajamos a favor de la idea y trabajamos para hacerla más grande”, dijo Marioni.

“Antiguamente trabajábamos las ideas en función de los medios. Hoy día no estamos ahí: estamos trabajando desde el contenido, desde la experiencia”, dijo la gerente general de ACHAP Alejandra Ferrari. “En términos de la comunicación publicitaria y de marketing, hoy estamos en una era maravillosa”, finalizó.

El ciclo de charlas también contempló los siguientes temas:

“Tendencias de consumidores en sustentabilidad”, Raúl Troncoso, CSV & Sustainability Lead de Nestlé; **“Innovación y marketing digital. Desafíos para la industria gráfica”**, Juan Pedro García, socio de Edgy; **“El desafío de emprender”**, Tadashi Takaoka, gerente de Emprendimiento de Corfo; **“Innovar en Chile: Una realidad”**, Rocío Fonseca, gerente de Innovación de Corfo; **“Certificación del packaging sustentable”**, Catalina Rebolledo, gerente general de Ecoware; **“Innovación en envases, Ley REP y ecodiseño”**, Rodrigo González, gerente general de Co-Inventa; **“Desafíos de los nuevos mercados de la etiqueta del vino”**, Michelle Sabelle, past director de Asimpres y gerente general de Artica, la impresión del vino; y Mauricio Lavín, fundador de la compañía especializada en realidad virtual Octopus.

ESTA EDICIÓN FUE
POSIBLE GRACIAS A:

AGFA

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

antalis
Just ask Antalis

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

Canon

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

dipisa

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

ecotrans
Una empresa del Grupo Hagraf

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

EDIPAC

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

HAGRAF

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

Walter Lund
Distribuidora
PAPELES E INSUMOS GRÁFICOS

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

Síguenos en
www.asimpres.cl



como Asimpres

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 Catalina Escalante. **Diseñadora:** Carla Caorsi. **Fotografías:** Mauricio Vega, Nicolás Soto, Miguel Candia y archivo ASIMPRES. **Impresión:** A Impresores. **Tiraje:** 10.000 ejemplares.

Miembros de:

ASIMPRES

CONLATINGRAF
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.