

# Impresiones

EDICIÓN Nº 131 AÑO 13, CHILE 2019 - DISTRIBUCIÓN GRATUITA

Del Mundo Gráfico



13 DE MARZO, 17 HORAS:

## TALLER “La impresión y su entorno”

CONSTRUCCIÓN DE UN RELATO  
CONJUNTO HACIA LA OPINIÓN PÚBLICA



**Se mantiene infracción a Paris por “No más Catálogos”** | página 3

**AVANCES EN LA IMPLEMENTACIÓN DE ACUERDO DE PRODUCCIÓN LIMPIA #2** | página 7

ENTREVISTA:

**Pablo Ortega, Gerente General de Ferrostaal Graphics:**

“La adquisición de Imagex es una gran apuesta al desarrollo de la industria gráfica en Chile”







## PUERTO PAPEL: Una serie animada donde el papel es protagonista

En la búsqueda constante de la diferenciación estética y la innovación, los realizadores de Zumbastico Studios crearon “Puerto Papel”, una serie animada en stop motion con papel, una innovadora técnica que llamaron “paper motion”.

Gabriel Noé, productor ejecutivo de la serie, nos cuenta cómo el papel dio vida a este proyecto: “Veníamos haciendo stop motion con plastilina

con bastante éxito, como “El Ogro y el Pollo” y “Horacio y los Plasticines”, y quisimos producir una serie de alcance internacional, completamente en stop motion, pero con papel en lugar de plastilina”, señala.

A raíz de esto y tras una investigación de casi 2 años, el equipo realizador logró encontrar un equilibrio entre el stop motion tradicional y la incorporación de elementos de la

animación digital 2D, donde el papel adquirió el rol principal, al utilizarse como materia prima para la completa elaboración de sus personajes y escenarios.

### Tipos de papel

La serie animada adquirió vida con variados tipos de papel fotográfico. “Para los fondos, por ejemplo, utilizamos e imprimimos sobre pliegos o cartulinas con colores preexistentes según las paletas de color que ofrecen algunas marcas en el mercado. Los brazos, para que se puedan animar deben tener “memoria”, o sea, quedarse donde el animador lo deja. Para lograr eso, haciendo pruebas descubrimos un papel de aluminio que está forrado por papel impreso. Fue una larga búsqueda de materialidades, como parte de la investigación que hicimos antes de empezar formalmente la producción”, explica el productor ejecutivo.

### Puerto Papel y sus juguetes armables

Además de esta innovadora técnica de animación, la serie ofrece una experiencia multiplataforma que le

da la posibilidad a sus espectadores de descargar plantillas imprimibles para armar los personajes. “La idea de los papertoys descargables fue algo que planteamos desde el inicio como parte esencial de la propuesta. Existía un valor en el hecho de que pudieran entregar “juguetes” de forma gratuita, y además queríamos tratar aprovechar lo orgánico que resultaba el juguete de papel respecto a la materialidad de la serie”, comenta Gabriel.



### El origen del Paper Motion

Puerto Papel logró saltar con gran éxito a la pantalla internacional. La primera temporada ha sido emitida en más de 50 países, y ha sido seleccionada en más de 20 festivales, obteniendo importantes premios, como el Beyond TV Prize en el Prix Jeunesse de Alemania, otorgado justamente a la actividad de los papertoys descargables. “Sentíamos que habíamos realizado algo muy único. En los mercados nos reconocían bastante por Puerto Papel, lo particular de la estética y por supuesto de la técnica, por lo que decidimos bautizarla como “paper motion”, señala el productor.

Después de Puerto Papel, el equipo de Zumbastico Studios decidió desarrollar una segunda serie con la misma técnica, llamada Los PapeInautas, la que surgió como un encargo de Discovery Kids. “En ambos proyectos el papel ha sido el gran aliado. Nos ha entregado muchas posibilidades ya que, desde la ilustración, la animación y el diseño, el papel ha estado a disposición de la creatividad”, concluye el productor.



## NACE LA RED LATINOAMERICANA DE CULTURA GRÁFICA CON 150 ESPECIALISTAS DEL LIBRO Y LA EDICIÓN

El proyecto de la Red Latinoamericana de Cultura Gráfica parte de la necesidad de vincular a un importante grupo de personas que están trabajando en un arco de temas que van desde la historia del libro, lo que se entiende por patrimonio gráfico, lo que es la historia de la lectura y la cultura escrita. El proyecto considera como cultura gráfica no solo los procesos reproductivos, libros, revistas, periódicos, carteles, y un largo etcétera, sino también los objetos para su realización, es decir las máquinas, los tipos, los soportes y una amplia gama de oficios especializados y los tipos de enseñanza que conllevan.

Es liderado por Marina Garone Gravier, investigadora del Instituto de Investigaciones Bibliográficas de la UNAM (México), por y Ana Utsch, de la Universidad Federal de Minas Gerais (Brasil), y participan profesionales de otros países como Argentina, Chile y Colombia.



Más información: [www.redculturagrafica.org](http://www.redculturagrafica.org)

## El mercado del alimento para mascotas y el empaque

El mundo está lleno de amantes de las mascotas. En Reino Unido el 44% de los hogares tiene mascotas, en EE.UU. se espera que el mercado de comida para mascotas llegue a 30 billones de dólares el 2022 y en la región de Asia Pacífico se vaticina que los productos relacionados a mascotas alcancen un valor de 17 billones de dólares ese mismo año.

En este sentido, en Europa y Asia ya se ha visto una tendencia a comercializar alimentos que priorizan ingredientes de calidad, con empaques y etiquetas que reflejan lo premium. Por otra parte también hay una nueva tendencia de alimentos crudos para mascotas, que requiere empaques de calidad que aseguren que el contenido se mantenga intacto.

Una encuesta realizada por Packed Facts muestra el importante papel que juega el empaque en el proceso de compra de alimento para mascotas. Según el estudio, los millennials y la generación X están mucho más interesados en el atractivo del empaque de los artículos para sus mascotas que los dueños de animales mayores de 50 años. El 21% de los dos mil adultos encuestados está de acuerdo en que el atractivo del envasado de alimentos para mascotas es importante para ellos.



## Trabajan en la creación de biopolímeros con microalgas en España

Investigadores del departamento de Seguridad y Conservación de los Alimentos del Instituto de Agroquímica y Tecnología de los Alimentos (IATA-CSIC) investigaron en nuevas formas sostenibles de producir empaques de alimentos. Así, comprobaron que la microalga espirulina es una alternativa prometedora para reemplazar parte del almidón de maíz de algunos biopolímeros.

Amparo López, investigadora del IATA-CSIC, explicó que trabajaron para buscar fuentes alternativas que no compitieran con los alimentos: “Esta es la razón por la cual los recursos marinos como las algas y las microalgas son muy interesantes. Proliferan muy rápidamente, crecen en una amplia variedad de ambientes y no interfieren con la producción de los alimentos”.

## Nanocelulosas convierten al papel en un material altamente resistente y muy ligero

La celulosa es uno de los materiales renovables más abundantes y disponibles para la producción de artículos industriales empleados tradicionalmente en la fabricación de papel, cartón, composites plásticos y/o productos de higiene. Partiendo de las fibras de celulosa, y tras un tratamiento específico, es posible obtener nanocelulosas que convierten estos materiales en altamente resistentes y muy ligeros.

En ello trabaja el Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística (ITENE) de España. Su objetivo principal es la obtención de nanocelulosas a partir de fuentes alternativas y posterior validación como agente de refuerzo mediante su incorporación en productos de papel, cartón y plástico destinados a aplicaciones de gran volumen.

## Usar cartón en lugar de material plástico puede reducir las repercusiones climáticas del embalaje en un 99%

Esa es la conclusión de un estudio realizado por IVL Swedish Environmental Research Institute (Instituto Sueco de Investigaciones Ambientales IVL) para Iggesund Paperboard.

El punto inicial fue estudiar algunos de los tipos más comunes de embalaje y comparar las diferentes repercusiones climáticas de cada material. El uso de plástico o de cartón en el embalaje de bombilla es el ejemplo más claro en el estudio: al usar cartón en lugar de plástico es posible reducir las repercusiones climáticas del embalaje en un 99%.

“Hay una gran cantidad de embalaje que no puede fabricarse más que en plástico hoy en día”, explica Johan Granås, director de Sostenibilidad en Iggesund Paperboard. “Pero también hay mucho embalaje hecho de plástico en el que este material podría sustituirse fácilmente, sin pérdida alguna de funcionalidad, y es lógico enfocarse en ello si nos proponemos reducir las repercusiones climáticas del embalaje”.





# TALLER ASIMPRES: La impresión y el entorno

**Buscando abrirse a la discusión acerca de las nuevas tendencias que definirán el futuro de la impresión, Asimpres invita a sus asociados a crear en conjunto una estrategia que permita identificar de qué forma la industria gráfica debe relacionarse con su entorno, enfrentar y también aprovechar las nuevas tendencias de consumo y aspiraciones sociales que podrían poner en riesgo el futuro de la impresión.**



## No más catálogos

Un ejemplo de este cambio ha sido la premisa “No más catálogos”. Para la Navidad pasada, la conocida cadena de retail, PARIS, lanzó en televisión, redes sociales y change.org una campaña llamada “No más catálogos”. Esta prometía que la empresa no imprimiría más catálogos “nunca más”, argumentando que por cada año millones de árboles son derribados para convertirse en catálogos, e invitando a los consumidores a revisar el catálogo digital.



## Greenwashing

El greenwashing o “lavado verde”, es la práctica de empresas que presentan un producto o acción como respetuoso frente al medio ambiente, aunque no lo sea. Hace referencia a prácticas empresariales, cuyo objetivo es aumentar sus beneficios o ventas mediante marketing verde, pero sin llevar a cabo una política realmente sostenible.

En el ámbito del papel, un conocido ejemplo de greenwashing son las compañías que deciden dejar de enviar información a sus clientes mediante papel, para hacerlo solo en forma digital, aduciendo a que de esta forma “salvarán” árboles o bosques. Sin embargo no transparentan las razones económicas que hay de fondo, debido a los costos que ahorran al dejar de imprimir y enviar documentos.



## Paperless

La cultura de la digitalización ha ido de la mano con la promoción del concepto paperless, o eliminación del papel en los procesos burocráticos o cotidianos. Organismos público y privados han difundido como atributo esta nueva manera de funcionar, sin embargo, no ha habido una difusión similar en relación al impacto medioambiental de lo digital, que incluyen altas emisiones de CO2 y energía eléctrica por uso de servidores de Internet y la consecuente basura electrónica de los aparatos como teléfonos inteligentes y tabletas.



## Sustratos en la mira

No solo el papel ha sido cuestionado popularmente por el impacto medioambiental que implicaría su producción, la contaminación por plástico también ha levantado alertas.

El Gobierno de Chile, a través de Ministerio de Medioambiente, ha tomado diversas iniciativas para reducir el impacto de la contaminación por plástico, como la publicación de la Ley que prohíbe la entrega de bolsas plásticas de comercio, o la implementación de la Ley de Responsabilidad Extendida al Productor (REP) que fomenta el reciclaje de ellos y la promoción del consumo sustentable.



## Ahorros en el packaging

Debido a la sensibilidad social en torno a la importancia de la reducción, reutilización y reciclaje de sus productos, han surgido diversas iniciativas y emprendimiento que buscan eliminar el marketing y los envases. El proyecto “Al Gramo”, del chileno José Manuel Moller, busca disminuir más de 180 kilos de residuos al año, al disponer de venta de alimentos básicos a granel en almacenes de barrio.

**“En Asimpres tenemos una especial preocupación y compromiso porque nuestra producción sea respetuosa con el medioambiente, a la vez que trabajamos de manera proactiva en promover el uso sustentable del papel y cartón en sus diferentes formatos”.**

# TRIBUNAL DE ÉTICA PUBLICITARIA DE CONAR MANTIENE INFRACCIÓN DE PARIS EN SU CAMPAÑA “NO MÁS CATÁLOGOS”

A fines de noviembre del año pasado, y a raíz de la campaña “No más catálogos” difundida por PARIS, ASIMPRES decidió interponer un reclamo ante el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR), organismo nacional especializado en controversias de este carácter.



La Asociación consideró que las piezas de la campaña contenían “aseveraciones perniciosas y a título gratuito contra una industria completa, que es esencial en la publicidad”.

En dicho oficio, ASIMPRES, con la asesoría de Claro y Cía., entregó una serie de argumentos para validar su posición, los cuales fueron acogidos por el directorio de CONAR, quien emitió un Dictamen Ético; el cual posteriormente fue apelado por la empresa de retail.

En la apelación, el Tribunal de Ética Publicitaria confirmó la infracción de PARIS a los artículos 8°, 11° y 27° del Código Chileno de Ética Publicitaria, en relación a sus piezas audiovisuales. En el fallo de apelación fechado el 15 de enero se lee: “Que, tratándose de la pieza audiovisual en la que se indica que “cada año millones de árboles son derribados para convertirse en catálogos”, este Tribunal comparte lo señalado por el Directorio (...) en el sentido que se entrega un mensaje incompleto e inexacto respecto del “daño” que produciría la impresión de catálogos, lo cual, al no tomar en cuenta los demás aspectos relacionados con los cuidados en la producción de papel, traerá consigo conclusiones erróneas al abusar de

la preocupación de los consumidores por el medio ambiente, infringiendo los artículos 8°, 11° y 27° del CCHEP”.

Los artículos infringidos hacían relación a la exageración y el engaño; la falta de comprobación; y la utilización del medio ambiente.

“Para ASIMPRES el fallo del Tribunal de Ética Publicitaria es fundamental, ya que nuestro foco en la acción ante CONAR siempre fue reforzar que el papel utilizado para los catálogos, así como para otros impresos, no contribuye ni es el causante de la deforestación, ya que proviene de plantaciones forestales responsables que cuentan con estrictas certificaciones internacionales”, explica María Eugenia Mingo, gerente de la Asociación de Industriales Gráficos.

“SE ENTREGA UN MENSAJE INCOMPLETO E INEXACTO RESPECTO DEL ‘DAÑO’ QUE PRODUCIRÍA LA IMPRESIÓN DE CATÁLOGOS, LO CUAL, AL NO TOMAR EN CUENTA LOS DEMÁS ASPECTOS RELACIONADOS CON LOS CUIDADOS EN LA PRODUCCIÓN DE PAPEL, TRAERÁ CONSIGO CONCLUSIONES ERRÓNEAS AL ABUSAR DE LA PREOCUPACIÓN DE LOS CONSUMIDORES POR EL MEDIO AMBIENTE”, EXPRESÓ EL FALLO DEL TRIBUNAL DE ÉTICA PUBLICITARIA.

TALLER PARA SOCIOS ASIMPRES

## LA IMPRESIÓN Y EL ENTORNO

Te invitamos a participar en la definición conjunta de una estrategia de comunicaciones de cara a la sociedad.

MIÉRCOLES

13/03

17.00HRS

AUDITORIO ESCUELA  
DE LA INDUSTRIA GRÁFICA  
FLORENCIA 1442, SAN MIGUEL

### Eventos relevantes internacionales 2019

**5 al 8**  
**EXPOGRÁFICA 2019**  
Centro Citibanamex,  
Ciudad de México, México.  
Más información:  
[www.expografica.com](http://www.expografica.com)

**20 al 23**  
**FESPA BRASIL 2019**  
Expo Center Norte –  
Pabellón Azul, Sao Paulo,  
Brasil.  
Más información:  
[www.fespabrazil.com](http://www.fespabrazil.com)

**26 al 29**  
**GRAPHISPAG 2019**  
Fira de Barcelona  
- Recinto Gran Vía,  
Barcelona, España.  
Más información:  
[www.graphispag.com](http://www.graphispag.com)

**11 al 13**  
**Graphics Canada**  
Toronto International  
Centre, Toronto, Canadá  
Más información: [www.graphicscanada.com](http://www.graphicscanada.com)

**14 y 15**  
**LABEL SUMMIT LATIN**  
**AMERICA 2019**  
Plaza Mayor, Medellín,  
Colombia.  
Más información: [www.labelsummit.com/colombia](http://www.labelsummit.com/colombia)

**14 al 17**  
**FESPA GLOBAL PRINT**  
**EXPO 19**  
Feria de Munich, Munich,  
Alemania  
Más información: [www.fespaglobalprintexpo.com](http://www.fespaglobalprintexpo.com)

**30, 31 y 1 de junio**  
**EXPO WINE+BEER**  
Espacio Riesco, Santiago, Chile  
Más información:  
[www.expowinebeer.com](http://www.expowinebeer.com)

**4 al 6**  
**GRAPHITEC**  
Porte de Versailles, París, Francia.  
Más información: [www.graphitec.com](http://www.graphitec.com)

**11 al 14**  
**ANDIGRÁFICA 2019**  
Corferias, Bogotá, Colombia  
Más información: [www.andigrafica.com](http://www.andigrafica.com)

**20 al 26**  
**ITMA 2019**  
Fira de Barcelona – Gran  
Vía, Barcelona, España  
Más información:  
[www.itma.com](http://www.itma.com)

**24 al 26**  
**C! PRINT MADRID**  
Casa de Campo, Pabellón  
de Cristal, Madrid, España  
Más información:  
[www.salon-cprint.es](http://www.salon-cprint.es)

**24 al 27**  
**LABEL EXPO EUROPE**  
**2019**  
Expo de Bruselas, Bruselas,  
Bélgica  
Más información: [www.labelexpo-europe.com](http://www.labelexpo-europe.com)

**3 al 5**  
**PRINT 19**  
McCormick Place – North,  
Chicago, IL, EE.UU.  
Más información: [www.printtechnologies.org](http://www.printtechnologies.org)



# Tendencia en etiquetas: Doble etiquetado y faja impresa



Las etiquetas son una manera muy eficaz de transmitir información relativa al producto y actualmente existen dos formatos de etiquetados que marcan tendencia, dependiendo del tipo de producto, según explica EIM al medio Packaging Énfasis.

## Faja o banda impresa

Corresponde a una tira de film o papel que envuelve a los productos y contiene información relevante.

### VENTAJAS

- ✓ En la misma faja se puede imprimir a doble cara, incluyendo logotipo información nutricional o de ingredientes, imágenes, datos de origen, códigos de barra, etc.
- ✓ Son prácticas y flexibles respecto a las etiquetas tradicionales.
- ✓ Permiten ahorro de material y de costos.
- ✓ Generan menos residuos.
- ✓ Dan la posibilidad de usar sistemas de troquelado para abre fácil.

### USOS

Se ocupa en productos que se pueden agrupar, como bandejas de plástico o tubos.

## Doble etiquetado

Esta forma de etiquetado está perfectamente adaptada a las necesidades actuales de ofrecer la máxima información, cada vez más necesaria en todos los sectores del mercado, dejando espacio a la imagen de marca o producto.

### VENTAJAS

- ✓ Permite la impresión de frontales y adhesivos de papel o sintéticos en un solo proceso de máquina.
- ✓ Mayor capacidad para incluir imágenes e información de los componentes de un producto, como su composición, publicidad, modo de empleo y traducciones en otros idiomas.
- ✓ Las etiquetas adhesivas favorecen también soluciones creativas para promociones, como la utilización de un vale adhesivo, etiquetas fuera del producto, etiquetas reversibles, etiqueta pack o etiqueta librito.
- ✓ Muy adecuadas para impulsar la compra de un producto.

### USOS

Suelen emplearse principalmente en el sector de la cosmética y la alimentación: botellas de vino, paquetes de pañales, productos de limpieza, productos de belleza y más.

## Personalización: UNA ESTRATEGIA EFICAZ

**Los clientes cada vez tienen más poder, y las marcas han entendido que, si quieren crecer, tienen que entender que cada comprador es único.**

### Qué es la personalización

La amplia gama de opciones que se les presenta a los usuarios ha provocado que la forma del mensaje haya ido perdiendo atractivo en detrimento del contenido. Llamar la atención no reside tanto en la novedad ni en el impacto, sino en la comunicación con cada uno de los clientes potenciales de una manera única, centrándose en sus gustos y necesidades de forma individualizada.

que es una forma de involucrar a los clientes con su cultura empresarial. Indudablemente, esta cercanía incita a un aumento del engagement de los usuarios con la marca que desemboca en un crecimiento de la empresa.

### Ventajas

Según explican en Roland, algunas ventajas de la personalización son:

### Una táctica eficaz para marcas y usuarios

La personalización no es solo una gran oportunidad para los consumidores, a quienes les otorga el poder para elegir qué tipo de mensaje quieren recibir. Ya no solo se dedican a consumir, ahora son curiosos y participativos, quieren compartir experiencias, valores e historias con las firmas.

Es, al mismo tiempo, una oportunidad para las compañías, ya



### Incrementa las ventas

Un estudio de Deloitte sugiere que, en promedio, en distintos sectores de venta al por menor, un 36% de los consumidores consideraría comprar productos o servicios personalizados. 1 de cada 5 de estos consumidores estaría dispuesto a pagar un 20% más por un producto personalizado o exclusivo.



### Aumenta el margen de beneficios

Ya no es necesario imprimir cientos de miles de artículos iguales para que la impresión sea rentable. Con la impresión digital, se pueden imprimir tiradas muy cortas personalizadas sin incurrir en el elevado coste de puesta en marcha que sí tiene la serigrafía.



### Mayor diferenciación de la competencia

El hecho de ofrecer productos únicos pensados para cada cliente marca la diferencia en el proceso de toma de decisiones.



### Aumenta la fidelidad de los clientes

Si un cliente percibe que es el centro de atención de la empresa, estará más predispuesto a realizar una compra o a establecer una relación duradera con la marca.

Fuente: Consultora Tecnológica Ysi



Pablo Ortega, Gerente General de Ferrostaal Graphics:

# “La adquisición de Imagex es una gran apuesta al desarrollo de la industria gráfica en Chile”

El Gerente General de Ferrostaal Graphics, Pablo Ortega, cuenta cómo la compañía llevó a cabo la adquisición de Imagex, para convertirla en uno de los principales socios estratégicos de la industria y representante relevante de HP Indigo en Sudamérica.

Tras un año de negociaciones para la adquisición del total de las operaciones de Imagex por parte de Ferrostaal, se firmó el acuerdo definitivo en diciembre de 2018. Se trató de un trabajo arduo y muy profesional por ambas partes, todo con el fin de obtener el mejor resultado para cada una. En entrevista con Impresiones, el Gerente General de Ferrostaal Graphics SpA, Pablo Ortega, cuenta acerca del nuevo paso dado por la compañía.

### ¿Qué significa para Ferrostaal esta adquisición?

Tanto para Ferrostaal Chile como para su matriz en Hamburgo, la adquisición es una gran apuesta al desarrollo de la industria gráfica en Chile. Confiamos en el mercado grá-

fico chileno y realizamos la inversión necesaria para ser el principal socio tecnológico de nuestros clientes. Creemos que la unión de un socio multinacional financieramente sólido, como lo es el Grupo Ferrostaal, junto al enfoque innovador de una empresa nacional que ha transformado el sector gráfico, sólo puede generar beneficios para el mercado. La oferta de productos y servicios aumenta, los equipos de trabajo se mantienen y complementan para otorgar la mejor experiencia de compra y postventa para nuestros clientes. Con todo esto Ferrostaal Graphics se convierte en un actor más que relevante en el escenario nacional y continental. Muestra de esto es que hoy somos el principal representante de HP Indigo en Sudamérica, excluyendo México y Brasil, con 80 prensas digitales instaladas en Chile y Bolivia.

### ¿Cuál será el ámbito de Ferrostaal Graphics como filial de Ferrostaal, y cómo complementará el trabajo que ya hace la compañía?

Ferrostaal Graphics SpA ha evolucionado desde una división de negocios en Ferrostaal Chile a una empresa con administración e ins-

talaciones independientes, convirtiéndose en el brazo gráfico del holding Ferrostaal Chile. Es una empresa completamente autónoma en su funcionamiento, con equipo comercial, administrativo, técnico y logístico, plenamente dedicados al negocio gráfico. De esta forma, el holding Ferrostaal Chile, que posee el 100% de la propiedad, está encargado de velar por el cumplimiento de las directrices de la casa matriz, Ferrostaal GmbH, en aspectos financieros, calidad de servicio y seriedad en los negocios.

### ¿Qué expectativas tiene Ferrostaal de esta adquisición?

En Ferrostaal Graphics esperamos obtener un resultado mucho más allá de la suma de ambas empresas. Creemos que la unión de ambas enriquece nuestra propuesta de valor para la industria en Chile, con un portafolio de soluciones de la más alta calidad y tecnología. Para eso contamos con marcas referentes como HP Indigo en impresión comercial y etiquetas; Mimaki y Colex en formato ancho; prensas offset RMGT; folia y barniz digital Scodix; Kodak en pre prensa y Horizon en terminaciones, entre otras. Esperamos que los clientes reconozcan



“LA IMAGEN IMPRESA COMO FORMA DE COMUNICACIÓN ESTÁ EN PLENA EVOLUCIÓN. LA NECESIDAD DE IMPRIMIR LO JUSTO, SIN MERMAS, HOY MÁS QUE NUNCA REPRESENTA UNA OPORTUNIDAD PARA QUIENES ESTÉN DISPUESTOS A DAR VALOR A SU PROPUESTA CON SOLUCIONES DIGITALES”

una cartera de soluciones que les entrega versatilidad y productividad, para que ellos sean los que lideren la renovación tecnológica en sus empresas y en el rubro.

### ¿Cómo cree que se comportará el mercado de la industria gráfica durante 2019?

La imagen impresa como forma de comunicación está en plena evolución. La necesidad de imprimir lo justo, sin mermas, hoy más que nunca representa una oportunidad para quienes estén dispuestos a dar

valor a su propuesta con soluciones digitales. Vemos cómo packaging y etiquetas hacen eco de esta necesidad, por lo que se han convertido en un segmento con enorme potencial de desarrollo. En impresión de formato ancho vemos que se desarrollan nuevas oportunidades de negocio con la impresión textil, debido a su amplia gama de aplicaciones. En definitiva, será un buen año para quienes estén dispuestos a hacer un cambio tecnológico y organizacional en sus empresas, de cara a las necesidades del mercado.

Entrevista a Luis Miguel Arbelaez, Gerente de Canales HP Indigo para Chile, Perú y Bolivia:

# “Me he encontrado con una operación de mercado que es muchísimo más grande y dinámica de la que yo venía manejando en mi antiguo territorio”

Con el objetivo de consolidar el liderazgo de sus operaciones comerciales en el mercado Latinoamericano, la compañía HP Inc. y su división de equipos y consumibles HP Indigo, designó a su nuevo Gerente de Canales para Chile, Perú y Bolivia.

Luis Miguel Arbelaez, ex Gerente de Canales para Colombia, Ecuador y Perú es el nuevo representante designado para el territorio Sudamericano. El ejecutivo tomó el cargo en julio pasado, pero a la fecha sólo lo ha ejercido de manera remota desde Bogotá hasta marzo próximo, cuando se trasladará definitivamente a residir en Santiago.

Con más de 5 años de trayectoria en HP Indigo, el nuevo gerente cuenta su experiencia al tomar el mando de la compañía en esta región: “Ha sido un cambio importante. He tenido que viajar constantemente a

Santiago y me he encontrado con una operación de mercado que es muchísimo más grande y dinámica de la que yo venía manejando en mi territorio. Ha sido como encontrarme y arrancar con el negocio, previniendo desaceleraciones en su ciclo, y garantizando que nuestros clientes no sientan ningún tipo de ausencia de la marca en el territorio”, comenta.

De los 3 territorios de operación que está cubriendo, el que requiere mayor enfoque es Chile, ya que es una de las principales operaciones de HP Indigo en Latinoamérica, a través de Ferrostaal Graphics, único canal de distribución en Chile: “El dinamismo que le da al negocio la posibilidad de atender segmentos de mercado como el de los vinos en temas de etiquetas y estuches hace que tengamos una operación bastante fuerte en Chile, por lo tanto mi tiempo va a estar concentrado en un 75% en la operación chilena”, explica.

### Ferrostaal Graphics, único canal de distribución para HP Indigo en Chile

Tras la reciente adquisición de Imagex por parte de Ferrostaal Chile, la compañía tiene claro el compromiso que conlleva ser la única cara de HP Indigo en el país: “Sin duda es una apuesta enorme porque queda con una base instalada bastante amplia, con clientes muy importantes, inclusive multinacionales presentes en Santiago. Su reto principal es darle continuidad a la operación actual y además, hacerla crecer a través de una nueva estrategia comercial y de servicio que involucre una base instalada de más 70 prensas digitales industriales operando en su territorio de injerencia directa”, explica Luis Miguel.

### Innovaciones en productos

HP Indigo continúa innovando en productos y servicios con el fin de que sus clientes adquieran herramientas diferenciadoras que les

permitan dinamizar sus mercados actuales y penetrar en nuevos nichos de negocio. Nuevas tintas, mejores capacidades técnicas de las prensas, equipos de terminación en línea, aplicaciones de seguridad y otros, ya son parte de las nuevas soluciones disponibles en el mercado chileno. “Tenemos equipos con mayores capacidades en términos de formato, velocidades y costos de impresión. Estamos entrando de manera importante en el negocio de empaque flexible y seguimos en ese camino. Tenemos muchos eventos tanto regionales como internacionales que obviamente vamos a poner a disposición del mercado chileno”, agrega.

### Recepción del mercado

HP Indigo lleva muchos años de presencia en el país, sin embargo, la nueva apuesta comercial de la mano de Ferrostaal Graphics significará un giro comercial de esta en la región: “Para mí ha sido muy exitoso, no solo porque tuvimos un semestre muy bueno en términos de ventas, sino también porque he sentido la apertura y la amabilidad de todos nuestros clientes y prospectos por mi llegada. Este nuevo giro en el mercado ha sido bien recibido y espero que sigamos fortaleciéndonos durante los próximos años”, señala.

### Proyecciones de HP en la región

HP Indigo busca consolidar la relación con Ferrostaal Graphics como único canal de distribución en Chile y Bolivia: “Ahí tenemos un reto muy alto en lograr unificar no sola la gente que conformaba los dos distribuidores anteriores, sino, las bases



“LA POSIBILIDAD DE ATENDER SEGMENTOS DE MERCADO COMO EL DE LOS VINOS EN TEMAS DE ETIQUETAS Y ESTUCHES HACE QUE TENGAMOS UNA OPERACIÓN BASTANTE FUERTE EN CHILE”

instaladas de ambas compañías. No queremos que la unión de estos canales sea la suma de 1 + 1, sino que por el contrario crezca progresivamente en todas las aristas del negocio”, concluye.

Además de ello, la compañía proyecta llegar al 2021 con una base instalada de 100 máquinas en la región, superar los 800 millones de impresiones A3 por año, y llevar los indicadores de satisfacción del cliente a niveles de talla mundial.

# Escuela de la Industria Gráfica presenta nuevo equipo de gestión

A partir de marzo de 2019, el equipo de gestión estará dirigido por José Luis Rodríguez, técnico gráfico, ex alumno de la escuela y profesor de matemáticas.

Con el fin de actualizar y dar vida al manual de convivencia de la escuela, el directivo trabajará a la par con el rector Manuel Betancourt para avanzar significativamente en la valoración de la enseñanza técnico profesional.

El nuevo directivo explicó a *Impresiones* cuáles son los focos de trabajo de su planificación estratégica: “El respeto y la disciplina deben reinstalarse como pilares fundamentales de la escuela. Vamos a trabajar con un equipo de profesores cohesionado, en un ambiente de relaciones humanas armónicas para concentrar la enseñanza en las virtudes humanas y no en los defectos”, cuenta José Luis. “Esperamos trabajar en conjunto con los alumnos y apoderados en todos los ámbitos, en especial el cuidado de la escuela, minimizar los conflictos referidos a violencia y hostigamiento para más tarde avanzar significativamente en el plan de rotación al interior de las empresas”, concluye.



**“Vamos a trabajar con un equipo de profesores cohesionado, en un ambiente de relaciones humanas armónicas para concentrar la enseñanza en las virtudes humanas y no en los defectos”, cuenta José Luis Rodríguez.**

## QUÉ FUE DE...

**Cristian Albornoz**, Maestro Operador de Prensa en Artica Impresores:

“Ingraf me enseñó a creer en mí, a tener la confianza para enfrentar cualquier desafío que se me presentara”

Tras 8 años de trabajo en Artica, Cristian Albornoz ha logrado desempeñarse en diversos oficios dentro de la compañía: comenzó como bodeguero, luego pasó a desempeñarse como asistente de prensa, y por su empeño y ganas de aprender, llegó a convertirse en Maestro de Prensa.



Toda esta experiencia la obtuvo gracias a la posibilidad que le dio Artica de entrar al CFT Ingraf, donde se especializó en el manejo de prensas gráficas, lo que le permitió incluso capacitar a nuevos integrantes en su compañía: “En Ingraf tuve una linda experiencia. Ellos me brindaron el conocimiento teórico que me faltaba, ya que a los 5 años de trabajar en este rubro solo contaba con mi experiencia técnica”, señala.

Actualmente, Cristian se desempeña como Maestro Operador de la prensa Codimag, una máquina semi-rotativa Aniflo, que combina las ventajas de la calidad offset, la simplicidad del flexo y la flexibilidad de lo digital, para un acabado en línea y un trabajo de alto valor. “Artica

siempre está en búsqueda de nuevas tecnologías de impresión. Esta prensa es única en su tipo en Chile. Con ella fabricamos etiquetas para el vino, con distintos tipos de acabado, como folia, flexo, serigrafía, relieve y troquel”, cuenta Cristian.

En su paso por Ingraf, Cristian elaboró un protocolo para mejorar los tiempos de preparación de etiquetas en dicha máquina: “Ingraf me enseñó a creer en mí, a tener la confianza para enfrentar cualquier desafío que se me presentara. Me siento

realizado, me gusta lo que hago día a día y me siento apoyado por la empresa, en ella me han dado las herramientas y oportunidades para surgir en este difícil rubro”, concluye.

## INGRAF: ADMISIÓN 2019

Ya comenzó el proceso de admisión 2019 en el Centro de Formación Técnica Ingraf.

Las clases inician el 11 de marzo y las carreras impartidas son las siguientes:

- Gestión y producción de medios gráficos (5 semestres)
- Impresión offset/flexográfica/digital (5 semestres)
- Post prensa (5 semestres)
- Diseño gráfico (5 semestres)

Durante marzo Ingraf impartirá seis cursos que cuentan con financiamiento Sence.

### Colorimetría

27 horas  
Lunes/ martes/ viernes  
11 al 22 de marzo, 18:00 a 22:30 hrs.  
Valor: \$216.000  
Código Sence 1237980298

### Gestión de calidad en la impresión flexográfica

38 horas  
Lunes/ miércoles/ viernes, 18:30 a 22:30 hrs. 6 al 27 de marzo  
Valor: \$304.000  
Código Sence 1237951127

### Control de calidad en los procesos gráficos

32 horas  
Lunes/ martes/ jueves, 18:30 a 22:30 hrs. 4 al 19 de marzo  
Valor: \$256.000  
Código Sence 1237950471

### Técnicas y control del papel

20 horas  
Miércoles/ viernes, 18:30 a 22:30 hrs.  
13 al 27 de marzo  
Valor: \$160.000  
Código Sence 1237949532

### Técnicas de venta en la industria

20 horas  
Lunes/ miércoles, 18:00 a 22:00 hrs.  
11 al 25 de marzo  
Valor: \$160.000  
Código Sence 1237951053

### Diplomado Gestión de la Calidad en la Industria Gráfica

Programa dirigido a un amplio espectro de personal con directa o indirecta relación con el proceso productivo gráfico y su calidad.

**Módulo 1:** Estandarización en los procesos de la reproducción del color. 32 hrs.

**Módulo 2:** Gestión del color en la industria gráfica. 32 horas.

**Módulo 3:** Gestión del sistema de calidad en la industria gráfica. 32 horas.

**Módulo 4:** Coaching y liderazgo en la empresa. 12 horas.

**Total:** 108 horas

Desde el 1 de abril al 6 de junio 2019.

Días lunes, miércoles y jueves, 18:00 a 22:00 hrs.

**Cupo máximo:** 15 personas.

**Inscripciones hasta el 28 de marzo.**

- 100% financiamiento Sence (sin costo empresa)
- Código Sence 1237937201
- Valor: \$540.000

Para más información, contactar a Vicky Godia (v.godia@educagrafica.cl) o Jimena Tapia (jtapia@educagrafica.cl). Teléfonos: 225566445 / 225559998



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





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

# Asimpres realizó Taller de Eficiencia Energética dictado por Seremi de Energía



Los días 9 y 10 de enero socios de Asimpres y encargados de producción limpia participaron en un taller dictado por el Seremi de Energía de la región Metropolitana, obteniendo un certificado de participación otorgado por la entidad.

El taller, conformado por cuatro módulos, fue liderado por el profesional de la Seremi de Energía Francisco Domenech, quien se refirió al programa Gestiona Energía MiPyMEs del Ministerio de Energía, enfocado en capacitar a gestores energéticos en micro, pequeñas y medianas empresas para buscar eficiencia energética en estas.

Asimismo, habló sobre el mercado eléctrico nacional, los tipos de tarifas, los conceptos básicos relacionados con energía y las oportunidades de mejora.

Los participantes también pudieron conocer qué constituye un diagnóstico adecuado del consumo de energía en las empresas, los beneficios de la eficiencia energética y los tipos de medidas a tomar, como la gestión operacional de la energía, la adición de componentes y el recambio tecnológico.

Para finalizar, los más de 30 asistentes recibieron un certificado de participación otorgado por el Ministerio de Energía.



**Más de 30 asistentes recibieron un certificado de participación otorgado por el Ministerio de Energía**

## INNOVACIONES EN BIO-POLÍMEROS PARA LA INDUSTRIA GRÁFICA

Buscando mitigar el gran impacto que el plástico está provocando en el ambiente, la industria gráfica se ha enfocado en desarrollar nuevos productos y procesos que logren ser amigables con el medio ambiente.

Según estimaciones del Ministerio del Medio Ambiente (MMA), Chile genera 7,4 millones de toneladas de residuos al año y sólo el 10% de eso se recicla.

Patricio Cerpa, Gerente de Operaciones de UndurragaTI, se enfocó

en este problema, desarrollando soluciones en base a sustratos amigable. Así creo una solución enfocada a fabricar bolsas biodegradables e hidrosoluble, y desarrollar

un proceso que permite reciclar polímeros bicompuestos (pendones publicitarios) para recuperar el 100 % del PVC utilizado en la fabricación de estos.

**La bolsa biodegradable e hidrosoluble**, es fabricada con un BIO-Polímero 100% natural tratado previamente, donde la materia prima con base biológica vuelve a la naturaleza en forma de CO<sub>2</sub>, H<sub>2</sub>O y biomasa. Se disuelve en agua, pero no bajo la lluvia; se desintegra naturalmente y en rellenos sanitarios, y puede ser consumido con seguridad por animales.



**“ReBanner”** es un proceso electroquímico para productos termo fusionados, que permite la separación de estos dos materiales para un posterior reciclaje del banner publicitario. Mediante este proceso se logra reciclar polímeros bicompuestos, y recuperar el 100% del material utilizado en la fabricación de los pendones publicitarios, y transformarlos nuevamente en materia prima de alto estándar (PVC flexible y poliéster de extrusión).



### ¿En qué vamos?

POR FRANCO RIVAS,  
JEFE DE PROYECTO APL2, ECOTRANS.

**Franco Rivas, jefe de proyecto APL2, explica el estado y avances de la implementación del Acuerdo de Producción Limpia de la industria gráfica digital, flexográfica y offset.**

#### ÚLTIMOS MESES

Desde junio a la fecha hemos cumplido con los compromisos planificados. Durante estos meses elaboramos y presentamos en la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático los manuales de eficiencia energética, manejo de COVs (compuestos orgánicos volátiles) y manejo de residuos, los que ya se encuentran validados y disponibles para las empresas participantes del proyecto.

Además, desarrollamos los indicadores de estos puntos, que nos permiten evaluar nuestra situación inicial y poder definir planes de mejora para el futuro.

Estas acciones son un gran paso, ya que así se pueden potenciar las buenas prácticas al interior de las imprentas, contando con ejemplos claros y autodiagnósticos enfocados a la industria.

Por otra parte, habilitamos una plataforma en Google Drive para mejorar la comunicación del proyecto, donde las empresas tienen acceso inmediato a la información desarrollada por Ecotrans y Asimpres, y así mantener disponible en todo minuto los documentos y formatos necesarios para el APL2.

En octubre desarrollamos un taller donde informamos el estatus del proyecto y sus futuras acciones. En este mismo taller estuvimos capacitando a las empresas en conjunto con la SEREMI de Medio Ambiente y Huella Chile, respecto al Registro de Emisiones y Transferencia de Contaminantes y el Programa Huella Chile, el cual tiene por objetivo incorporar la gestión de gases de efecto invernadero en las organizaciones.

Actualmente las empresas participantes del APL2 se encuentran en la auditoría interna N°1.

#### PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN

Existen varios casos de éxito con empresas que ya cuentan con los hitos realizados y registros que respaldan sus procesos, pero también tenemos casos de empresas que, por tiempo, condiciones internas o fuerza mayor, se han retrasado con los plazos establecidos. Para estas compañías trabajamos fuertemente en implementar más planes de ayuda que complementen el servicio de la empresa consultora.

#### METAS

Tenemos un avance general del proyecto del 72%, ya que este termina en mayo de 2019.

Respecto a las metas de las empresas participantes, estas se encuentran en promedio con un cumplimiento de sus objetivos de un 50%. Aún hay empresas que tienen pendiente subir a la plataforma sus registros de metas.

El siguiente paso es consolidar la información de auditorías para luego comenzar la fase de implementación para las empresas.

Las metas más cercanas de lograr están asociadas a seguridad ocupacional, normativas de cuidado, usos de elementos de seguridad personal, etc. Esto es lógico ya que se encuentran trabajadas con anterioridad.

Donde existe una gran oportunidad, ya sea por su actual brecha o porque la están incorporando a sus procesos, es en las metas ligadas al manejo de residuos y gestión energética.

#### IMPORTANCIA DEL APL2

Esta certificación es muy importante, por varios motivos. Por una parte, ayuda a las imprentas a ser más sustentables y competitivas ya que, por legislación y conciencia empresarial, las grandes compañías exigen a sus proveedores procesos y acciones concretas respecto al cuidado del medio ambiente para poder trabajar con ellos.

Desde el punto de vista interno, sus procesos se encontrarán estandarizados para realizar las actividades en función del cuidado ambiental y sus colaboradores tendrán conocimientos y conciencia del trabajo sustentable.



# EL FUTURO DE LA IMPRESIÓN COMERCIAL

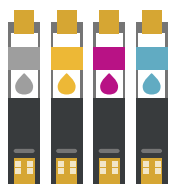
En el libro Tomorrow's Print Today: 6 Trends Shaping the Commercial Printing Industry editado por Kodak, se analizan las tendencias que configuran el futuro para los impresores comerciales.

En este, se evalúa cómo las empresas de impresión comerciales responden hoy a los cambios del mercado.



## DIGITAL, ANALÓGICO Y FORMATO ANCHO: TRABAJANDO LADO A LADO

Muchos impresores están implementando nuevas tecnologías y una amplia gama de plataformas de impresión para satisfacer una creciente gama de requisitos de los clientes. Las aplicaciones de formato ancho presentan otras oportunidades para los impresores comerciales.



## GESTIONANDO LA COMPLEJIDAD DE LAS TINTAS COMERCIALES

Uno de los mayores desafíos hoy es atraer e involucrar a los consumidores más exigentes. Para crear un factor sorpresa, los folletos, piezas de correo directo y otros materiales impresos con frecuencia presentan nuevas tintas. La tecnología de automatización que convierte el color directo en un color de proceso idéntico está facilitando a los impresores comerciales lograr resultados de calidad.



## BÚSQUEDA DE LA SOSTENIBILIDAD

Los consumidores están preocupados por el medio ambiente, y esto tiene implicaciones para los impresores comerciales. El reto para los impresores comerciales es abrazar el movimiento de la industria hacia la sostenibilidad, e invertir en materiales y tecnologías en consecuencia, garantizando al mismo tiempo que la calidad de salida y la fidelidad del color continúen cumpliendo altos estándares.



El libro se puede descargar de forma gratuita en la web de Kodak: <https://www.kodak.com/US/en/prinergy-workflow/tomorrows-print-shop-6-trends-commercial-printing-ebook/default.htm>



## MANDATOS DE SEGURIDAD Y DATOS EMERGENTES

Las violaciones de datos continúan poniendo en riesgo a los consumidores y disminuyen su confianza. En Europa ya se ha implementado el Reglamento General de Protección de Datos de Europa. Estas leyes están impactando en las industrias, incluida la impresión. Es cuestión de tiempo para que se promulguen mandatos regulatorios similares en otros países.



## CERTIFICACIONES

Son cada vez más importantes para los compradores de impresión, entre ellas Cadena de Custodia y Acuerdo de Producción Limpia (APL).



## AUTOMATIZACIÓN DEL FLUJO DE TRABAJO

La automatización de las tareas a lo largo de la producción permite agilizar los procesos mientras reducen los costos y eliminan los errores causados por la supervisión humana, permitiendo hacer los negocios y procesos más rápidos, fáciles y transparentes.

# ¿Cómo contratar mujeres puede ayudar a aumentar los beneficios de las empresas?

Según indican distintas investigaciones, las compañías con líderes de ambos géneros tienen ganancias significativamente mayores que aquellas que no tienen liderazgos mixtos. La razón radica en que hombres y mujeres tienen distintas miradas respecto a las contrataciones, resolución de problemas y construcción de relaciones, lo que trae positivos beneficios.



## ESTUDIOS

Según un estudio de la consultora internacional de recursos humanos DDI, consignado por el medio especializado en industria gráfica What They Think, indica que cuando las mujeres tienen al menos un 30% de los cargos de liderazgo en las compañías, las organizaciones tienen 1,4 veces más probabilidades de tener un crecimiento rentable y sostenido.

## ROL CLAVE

Según un artículo publicado por la revista Fortune, el género juega un rol clave en las siguientes áreas:

- Decisiones de contratación y promoción
- Tendencia a buscar talentos pasados por alto
- Construir conocimiento a través de mentorías
- Buscar oportunidades más allá de la zona de confort
- Incorporar perspectivas diversas

Andrés Díaz, jefe de gestión de personas de Empresas Jordan, compañía que cuenta con un 20% de personal femenino, indica que las mujeres tienen "disposición a cambios de estructuras y la experiencia y madurez provocan una sinergia positiva en la combinación de equipos de hombres y mujeres".

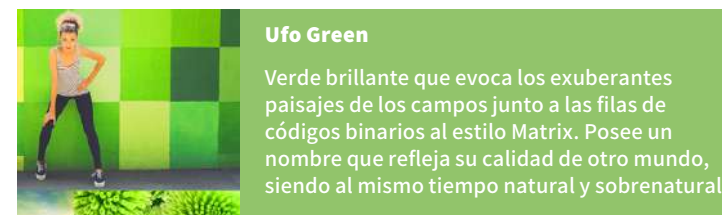
## BENEFICIOS

"En un momento donde todos estamos buscando formas ocultas para aumentar la rentabilidad, esta es una importante. ¿Quieren aumentar sus ingresos? Asegúrense de tener diversidad en sus liderazgos y en toda la compañía. No es un asunto de mujeres, es un asunto de números", recomienda Heidi Tolliver-Walker, analista de la industria de impresión comercial y digital, en una columna publicada por What They Think.

## Tendencias de color 2019: Trío Neón

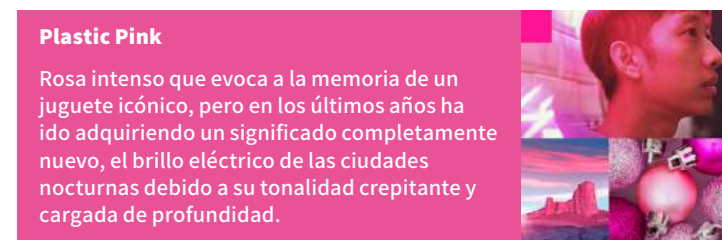
Shutterstock, conocido banco de fotografías, videos y música, publicó su estudio Tendencias de color 2019, donde elige a un trío de colores neón como una corriente para este año.

"Los colores que amamos en una temporada determinada reflejan más que las tendencias en moda, decoración o diseño: representan nuestro momento cultural", explica el informe. En la actualidad nuestra cultura se encuentra inmersa en la vanguardia de la tecnología, razón por la que las Tendencias de color 2019 tienen un impacto digital que se refleja en estos tres colores neón.



### Ufo Green

Verde brillante que evoca los exuberantes paisajes de los campos junto a las filas de códigos binarios al estilo Matrix. Posee un nombre que refleja su calidad de otro mundo, siendo al mismo tiempo natural y sobrenatural.



### Plastic Pink

Rosa intenso que evoca a la memoria de un juguete icónico, pero en los últimos años ha ido adquiriendo un significado completamente nuevo, el brillo eléctrico de las ciudades nocturnas debido a su tonalidad crepitante y cargada de profundidad.



### Proton Purple

Representa la carga positiva palpable de nuestra vida diaria, la cual encontramos en los carteles neón, flores exóticas o dispositivos en constante acción.

Si bien este trío vibrante tiene un atractivo universal, Shutterstock también rastreó los colores favoritos de forma local en todas partes del mundo. Estas tendencias locales van desde el azul marino en Australia, el turquesa oscuro en Alemania y el verde mar en Corea, hasta el verde olivo en Taiwán y el color ciruela en el Reino Unido.

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.antalis.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.reciclaejecotrans.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, Nelson Cannoni,

María Eugenia Mingo. Periodistas: Natalia Ramos y Paola Cornejo. Diseñadora: Carla Caorsi. Fotografías: Mauricio Vega, Nicolás Soto, Rosario González 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.