

EDICIÓN N° 149 | ASIMPRES

Impresiones

Del Mundo Gráfico

La revalorización del libro

LO DIGITAL POTENCIANDO

LO IMPRESO

MARCAS A NIVEL MUNDIAL CAMBIAN PLÁSTICO POR PAPEL

Two Sides publica las acciones de marcas como H&M que reemplazó el uso de plástico por papel en sus tiendas del Reino Unido, los Países Bajos, Suecia, China, Rusia, Australia y anunciaron que tomarán la misma medida para otros países en 2021.

También informan la inversión de más de 300 millones de libras por parte del fabricante de juguetes Lego para el uso de material ecológico en su empaque y de Unilever, compañía que se comprometió a reducir la mitad de la cantidad de plástico que utiliza para el 2025.



INGRAF CURSOS EN LÍNEA DURANTE MARZO Y ABRIL

El Centro de Formación de la Industria Gráfica ofrecerá el curso “Control de Calidad en los Procesos Gráficos” desde el 9 de marzo al 1 de abril. Además, se realizarán los programas “Excel Básico” y “Liderazgo y Trabajo en Equipo”, ambos desde el 8 al 31 de marzo. Para información de horarios y costos, escribe a v.godia@educagrafica.cl.

Miembros de:



REVISTA IMPRESIONES es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos A.G. ASIMPRES
 comunicaciones@asimpres.cl | www.asimpres.cl
 Comité editorial: Edgardo Dünner, Juan Carlos González, María Eugenia Mingo, Jonatan Morán
PRODUCCIÓN EDITORIAL NÚMERO 149 - Año 1

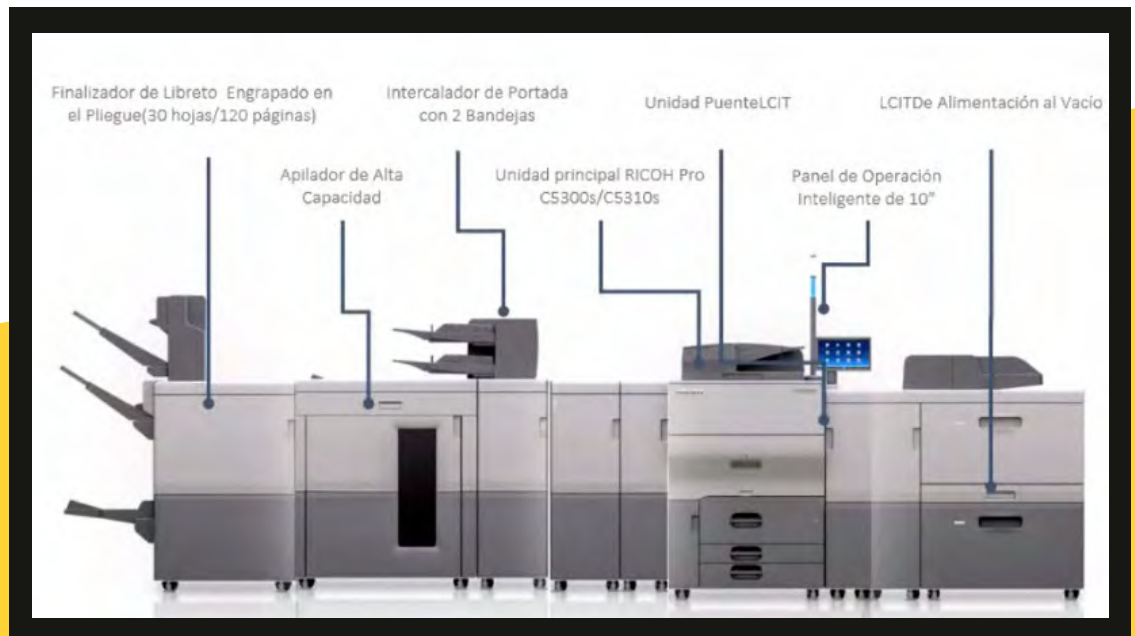
innaña Coordinación editorial: Natalia Ramos | Edición: Valentina Barahona
 Periodistas: Adriana Terán, América Palma | Dirección de arte y diseño: Fiorella Cipolli

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.

CARACTERÍSTICAS PARA UN PACKAGING MÁS SUSTENTABLE



Chile Creativo, Transforma Alimentos y Chile Diseño organizaron el webinar “Desafíos del packaging para la industria de alimentos” en el cual se expuso la importancia de avanzar hacia una industria del packaging más sustentable, considerando diseño, materiales y utilidad. Los panelistas destacaron el aporte de iniciativas que acercan al mundo del diseño y las empresas de packaging, entre las que se resaltó SAGA de Asimpres.



RICOH PRESENTA SU NUEVA SERIE DE IMPRESORAS

Se trata de la serie Pro C5300s / C5310s, las que son ideales para centros de impresión, agencias creativas o empresas que requieren impresiones de gran calidad de imagen. A través de un evento de lanzamiento, Ricoh explicó cómo estos productos permiten ampliar la oferta de servicio, aumentar el rendimiento y productividad, maximizar la impresión a demanda y asegurar la calidad y confiabilidad de impresión.



IMPORTACIÓN DE INSUMOS:

El complejo escenario que enfrentan los proveedores producto de la pandemia

La incertidumbre, procesos logísticos, exceso o falta de inventario, aumento de precios de traslados y en materias prima, fluctuación de las monedas, escasez de personal en aduanas, entre otros. Son algunos de los factores que influyen para que los materiales fundamentales para la industria gráfica tengan mayores precios o simplemente, no lleguen al país.

El Servicio Nacional de Aduanas de Chile informó que las importaciones aumentaron un 15,1% en diciembre de 2020, respecto al año 2019, sin embargo, ha sido el único mes que ha registrado crecimiento en el último año. Durante el primer semestre del 2020, la entidad reportaba una caída del 18,5% debido a la pandemia que se vive a nivel mundial, según publican mundomaritimo.cl y portal-portuario.cl, respectivamente.

Operaciones fracturadas y precios en alta

La baja en importaciones a nivel mundial ha traído como consecuencia dificultades en las operaciones de los proveedores de la industria gráfica en el país. Daniel Feig, gerente general de Ferrostaal Graphics, resume algunos de los problemas logísticos a los que se enfrentan, **“han sido meses de grandes contrastes, pasando de una drástica caída en la demanda, que nos generó exceso de inventario, vencimientos y mermas; para que luego el mercado se recuperara y tener una reactivación de hasta 300% de crecimiento en la demanda de insumos gráficos.** Sin embargo, este gran salto no estuvo acompañado con los tiempos de entrega de nuestros proveedores, haciéndonos muy difícil mantener el nivel de servicio y stock para nuestros clientes. Para cumplir con ellos, tuvimos que hacer muchas importaciones por vía aérea, lo que incrementó bastante los costos”.



Daniel Feig

Gerente general de Ferrostaal Graphics



Edgardo Dünner

Gerente general de Hagraf Chile

Por su parte, Edgardo Dünner, gerente general de Hagraf Chile, se refiere al aumento de precios en materiales, **“a fines del 2020, se empezaron a producir alzas en los commodities a nivel mundial, la diferencia de precio del plástico, las resinas, la resina del polipropileno que enfrenta la industria de los empaques flexibles, los productos de laminación, el aluminio, tintas, adhesivos, etc, han tenido un alza de un 26%. Las reposiciones van a venir con un alza importante en las materias primas”.**

Agrega que otra arista de la situación es la fluctuación de las monedas, “el euro ha aumentado la brecha con respecto al dólar, y el yuan se ha depreciado con respecto a este último, por lo que seguramente habrán aumentos también en los precios de los productos desde China dado que están recibiendo menos yuanes por cada dólar facturado”.

Desde China y Europa hasta Chile

Al aumento de los precios de los contenedores, se le suma la crisis que enfrentaron los puertos del país, al tener una baja en la cantidad de personal por contagio de Covid-19 y disminución en la fiscalización de las cargas, lo que trajo como consecuencia la acumulación de contenedores que quedaban a la espera y que se sumaban a los retrasos.

Para sortear las alzas de precios de los traslados desde China a Chile –que aumentaron de 2 mil a 14 mil dólares–, Jonatan Morán, gerente general de Papelera Dimar, comenta la estrategia a la cual recurrió. **“Eliminamos el abastecimiento desde China y lo sustituimos por importaciones del Mercosur y Europa, tanto en Chile como en Perú. La escasez de containers que ha generado la pandemia ha hecho que los tiempos de traslado de materias primas desde Europa a Sudamérica hayan aumentado entre 35 a 70 días por los transbordos. Con este cambio en los fletes, tuvimos que buscar otros proveedores, para no tener encarecimiento”**.



Jonatan Morán

Gerente general de
Papelera Dimar



Álvaro Ide

Director Regional de Antalis
Latinoamérica

Por último, Álvaro Ide, director regional de Antalis Latinoamérica opina que **“no sé si esta situación tiene fecha cercana de fin, lo que sabemos es que ya está afectando a otros proveedores y regiones además de los productos de origen asiático. Hasta ahora ya existe un alza en los precios de proveedores europeos dado los distintos cierres de plantas, adicionalmente hay una disponibilidad menor de contenedores porque las navieras están redirigiendo sus contenedores a China, producto del precio que se está pagando allá es más alto que lo que se paga en Europa.** Por lo tanto, los despachos desde Europa también se verán afectados, las distintas rutas a Chile ya tienen un impacto, no existe la regularidad de antes y hay menos naves disponibles para viajar a Chile”, concluye.



DIBCO

NUEVAS ÁREAS DE NEGOCIO Y PRODUCTOS A TU ALCANCE

Somos una empresa distribuidora comercial formada en 1978, dedicada a entregar soluciones para participantes del mundo de la comunicación visual, gráfica y seguridad vial. Durante los años 2019-2020, incorporamos nuevas áreas de negocio de tal forma de ofrecer un surtido más amplio de soluciones publicitarias.

Nuestra **División Maquinaria**, cuenta con la distribución de Epson para **impresoras** en su línea SureColor Serie S en los modelos S40400 y también con sus nuevos modelos S60600L y S80600L con sistema Bulk Ink. También, tenemos **equipos de laminación** en frío asistido por calor. Equipos automáticos con un moderno sistema neumático, robusto y fácil de usar.

A contar de Febrero del 2021, contamos con GCC destacado fabricante de plotters de corte para material sensible a la temperatura y material sensible a la presión.

Por otro lado, tenemos un proyecto de una nueva División de Transferencia Térmica y Sublimación, en donde disponemos de:

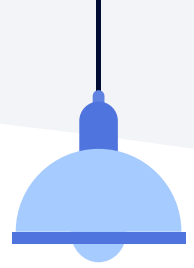
- papel de sublimación en formato de rollos y pliegos para asistir a impresores textiles y de merchandising.
- vinilos de transferencia térmica, tanto para corte como para impresión. Somos distribuidores oficiales de la prestigiosa marca italiana SISER y también de una segunda alternativa desde Corea, con productos de calidad.
- máquinas de transferencia térmica, utilizables para transferencia por sublimación como por fusión. Nuestra oferta va desde planchas planas, para tazones, gorras, hasta atractivas máquinas todo en uno.
- artículos sublimables, como por ejemplo prendas de poliéster y algodón, artículos sublimables (como tazones o vasos).
- chapitas promocionales. Estas permitirán que nuestros clientes puedan realizar publicidad de manera económica y funcional. Desde máquinas y cortadoras en diferentes formatos hasta una amplia gama de chapitas.



 22 591 5500

 www.dibco.cl





Salud mental: ¿Cómo enfrentan los colaboradores la pandemia, el estrés y el miedo?



Conversamos con FamilyON, la plataforma online que reúne destacados expertos en temas de salud y bienestar, dedicados a apoyar a las personas en los desafíos que enfrentan en los diferentes roles en que se desenvuelven, como son en la familia y el trabajo, a partir de cortos videos que proporcionan soluciones prácticas.

Las psicólogas Francisca Cisternas, Soledad Barberis y Karen Tauber son las directoras de FamilyON. Esta plataforma virtual nació con el objetivo de apoyar desde la perspectiva de salud mental, en temas relacionados a familia, relaciones de pareja, crianza, desarrollo personal y ámbito laboral.

Debido a los problemas que han surgido en el contexto de la pandemia, realizaron un levantamiento de las necesidades que tienen las personas a nivel familiar y laboral, desarrollando dos programas online, para padres y para empresas, orientados a dar herramientas prácticas para enfrentar estos desafíos. “Tratamos temas acerca de cómo trabajar bajo presión, auto gestionarnos en forma eficiente, conciliar el trabajo con la familia, apoyar a los padres en la crianza, entre otros. Sabemos que las empresas necesitan apoyar a sus colaboradores en estos temas especialmente hoy por la pandemia y por eso creamos un Programa Corporativo”, explica Karen Tauber.

¿Cuáles son los miedos y las angustias que más se han manifestado en las consultas?

Uno de los principales desafíos que enfrentan los colaboradores tiene relación con la necesidad de reorganizarse y adaptarse a los cambios. “Las personas hemos necesitado mucha contención emocional, ayuda para manejar el estrés y la incertidumbre. Todos nos hemos visto en el desafío de adaptarnos a los cambios y desarrollar nuevas estrategias que nos permitan ser resilientes”, afirma Soledad Barberis.

Además, desde FamilyON destacan la preocupación de las personas a contagiarse de Covid-19 en el trayecto o en sus oficinas: “Si bien es normal sentir miedo hay que saber administrarlo. La respuesta al miedo no debería prolongarse, ya que cuando se hace sostenida se convierte en estrés lo cual deprime el sistema inmunológico, haciéndonos más vulnerables al contagio. La prevención tiene mucho que ver con el manejo del estrés”.

Las preocupaciones de los colaboradores

“La mayor preocupación fue el contagio, el estrés que les causaba tener contacto estrecho. Muchas personas se trasladaban en locomoción pública. Por lo que, junto a otras medidas implementadas dentro de la empresa, decidimos diferir horarios de ingreso y salida para las personas que trabajan en horario administrativo, y así evitar que se movilizaran en el horario de mayor flujo de gente. Las personas que hicieron teletrabajo se complicaron al comienzo al tener que sumar a su trabajo las tareas propias de la casa, cuidado de los hijos y acompañarlos en sus clases virtuales, etc., pero lo que más les afectó fue que, debido a tantos quehaceres, en muchos casos aumentó su jornada laboral. Se conectaban antes y si no alcanzaban a terminar, seguían terminando sus labores en la noche; a algunos les acomodaba más ir a la oficina que teletrabajar”.



Claudia Jalilie
Subgerente de personas de AMF



Los expertos de nuestra plataforma abordan los problemas que vivimos hoy de manera sencilla, cercana y práctica. Apoyamos a la persona en su entorno familiar y laboral, de manera que en FamilyOn puedan encontrar información práctica de la mano de los mejores expertos a los cuales es muy difícil y costoso acceder.

Francisca Cisternas
Directora FamilyON




[Haz click para conocer la plataforma](#)



Viviana Vignolo, Gerente de operaciones de Etal Impresores

“Estar encerrados y no poder salir, tener que sacar permisos para poder comprar, no poder hacer una vida normal, ha sido lo más difícil que nos ha tocado a todos. El transporte público para los traslados, cambiarse de ropa, eso estresó a los colaboradores. **Nos organizamos para que entre ellos se llevaran en sus autos unos a otros y les pagamos la gasolina. En ese aspecto, destaco el espíritu colaborativo que surgió”.**

A hand holding a stack of books in front of a bookshelf. The background is a blurred image of a bookshelf filled with books. The text is overlaid on the image.

LO DIGITAL POTENCIANDO LO IMPRESO LA REVALORIZACIÓN DEL LIBRO

El libro como medio de comunicación se mantiene y el concepto es el mismo desde hace siglos, pero cada cierto tiempo se reinventa. Ahora, una buena lectura viene acompañada de podcasts, debates en YouTube. Junto esto vemos más autores, tirajes más cortos, entre otras tendencias que abordamos en este artículo.

Hoy lo digital potencia lo impreso y nada mejor que el mundo editorial para ejemplificarlo. La industria tiene la obligación adaptarse a las preferencias y necesidades que se van presentando en el mercado de acuerdo con lo que la gente quiere, “sería un error darle la espalda a la realidad y no utilizar las herramientas tecnológicas que están a disposición y que permiten llegar a más lectores”, asegura Eduardo Castillo, presidente de la Cámara Chilena del Libro.

Las circunstancias del 2020 propiciaron que dos Ferias del Libro, realizadas históricamente de forma presencial, se llevaran a cabo de forma virtual. **“Construimos una plataforma de Marketplace para venta de libros, así cualquier persona desde cualquier lugar de Chile puede comprar el libro de su preferencia y participar en las ferias del libro y sus programas de actividades. La Filsa Virtual contó en 6 días con más de 67 conversatorios, homenajes, conferencias, presentaciones de libros y actividades para niños en una experiencia totalmente nueva y enriquecedora donde participaron en directo autores de distintos países y regiones de Chile”** señala Castillo.

Explica que, “por cierto el público extraña este rito centenario de encontrarse en la plaza pública, encontrándose con autores que firman sus libros participando de la fiesta en torno a la cultura y al libro. Pero, por otro lado, está la parte virtual, se abre entonces una ventana nueva en la que por primera vez permite a los lectores visitar y participar desde cualquier lugar de Chile o incluso más allá de nuestras fronteras”. Continúa, “nos abre a una realidad distinta y por eso tomamos el impulso, lo hicimos muy rápido pero afortunadamente los expositores, distribuidores y librerías han tenido el entusiasmo de participar en esto que es un campo nuevo que llegó para quedarse porque más allá de que volvamos a hacerlo de forma presencial, el tema online va a seguir vigente”.



“Los lectores están ahí, el apetito por el libro está presente porque es nuestra memoria y el espacio de reflexión donde nos encontramos y proyectamos, de ahí venimos, los que estamos en esto tenemos la obligación de usar la tecnología, no tenerle miedo para convivir perfectamente con los distintos soportes, físicos y virtuales”.

- Eduardo Castillo
Presidente de la Cámara
Chilena del Libro



- Gerardo Jara
Librero de Catalonia

¿CÓMO HA EVOLUCIONADO LA LECTURA?

El librero de Catalonia, Gerardo Jara, explica que hay un incremento en el número de lectores en la actualidad y uno de los factores tiene que ver con la promoción de la lectura que se realiza a través de diversos canales. “Hay más formas en las que se está compartiendo el goce de lectura, están las redes sociales, los podcasts, programas por YouTube, etc., hay mucha comunicación dando vuelta”.

“Las editoriales que se plantean cada libro como una obra de arte, **tienen menor tiraje y pueden dedicarle más atención**”

El otro factor, agrega, es que “el libro ya sea como obra o como objeto, se sacó de ese lugar sacro en el que estaba, académico o clásico, ahora llega a distintas áreas de desarrollo y de pensamiento, eso tiene que ver con las auto publicaciones que están ocurriendo hoy en día o el surgimiento de escritores contemporáneos no reconocidos con premios, pero sí con una propuesta interesante, ahora hay mucho de donde leer y hay mucha oferta”.



LA MIRADA DE LOS IMPRESORES

Jorge Herrera, gerente general de Salesianos Impresores explica que “hoy día la gente está leyendo más y hay muchas personas que se están atreviendo a publicar, a editar y a imprimir en bajas tiradas respecto a las que estábamos acostumbrados cinco años atrás, hoy día se imprimen muchos títulos, pero pocos ejemplares, tiradas promedio de 300, 500 a 700”.

“Lo que observamos en relación con nuestros clientes, ya sea las grandes editoriales o pequeños auto publicados es que buscan expresiones minimalistas donde el contenido y el origen de los materiales, es lo más importante, que provengan de cadenas de custodia o procesos sustentables” continúa.

Herrera realiza proyecciones acerca de lo que viene en cuando a la impresión editorial “creo que la tendencia de los tirajes cortos va a ir en aumento, producto de los nuevos formatos de venta a través de las redes sociales, y en la medida que exista aceptación de este nuevo formato de negocios, estos mismos podrán crecer en tirada y/o en títulos, lo que deberá llegar en un momento a un equilibrio en cantidad de títulos, entre los negocios de los autores y/o editoriales emergentes y las grandes editoriales que generan los best sellers internacionales, esto

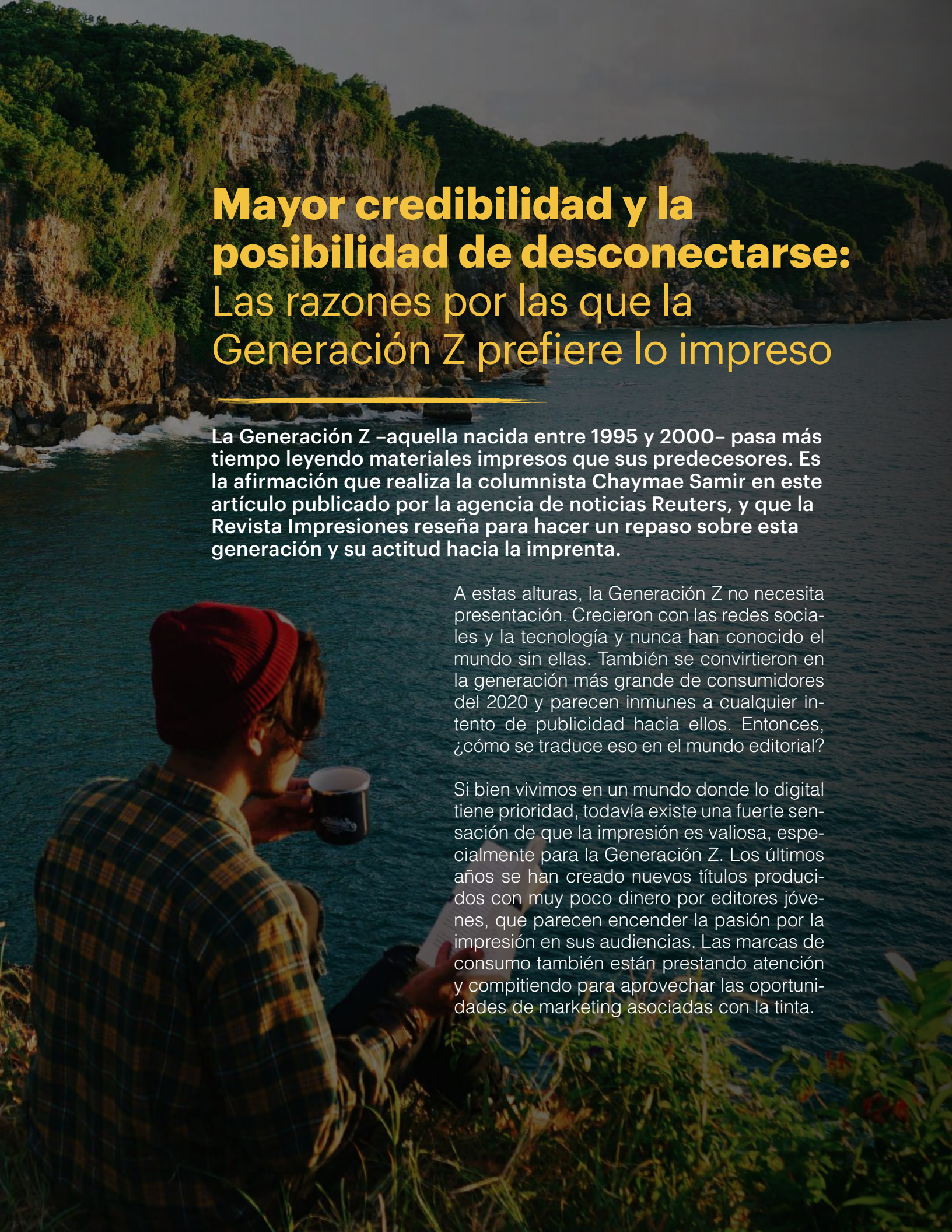
se traducirá en oportunidades para nosotros dentro del negocio gráfico, donde nos hemos adaptado para ser capaces de cubrir tanto las necesidades de corto tiraje como también para las de mediano y largo tiraje que requieren las grandes editoriales” finaliza.



- Jorge Herrera
Gerente general de
Salesianos Impresores



Flexibilidad, adaptación, e innovación y trabajo en equipo es la clave. Trabajamos con otras imprentas con las que años atrás éramos consideradas competencia, hoy somos capaces de vernos como socios colaboradores y eso también genera más oportunidades para todos.

A person wearing a red beanie and a plaid shirt is seen from the side, sitting on a rocky ledge overlooking the ocean. They are holding a newspaper and a mug, appearing to be in a relaxed, outdoor setting. The background features a dramatic coastline with steep, rocky cliffs covered in green vegetation, meeting the sea at the bottom. The sky is overcast, and the overall lighting is soft and natural.

Mayor credibilidad y la posibilidad de desconectarse: Las razones por las que la Generación Z prefiere lo impreso

La Generación Z –aquella nacida entre 1995 y 2000– pasa más tiempo leyendo materiales impresos que sus predecesores. Es la afirmación que realiza la columnista Chaymae Samir en este artículo publicado por la agencia de noticias Reuters, y que la Revista Impresiones reseña para hacer un repaso sobre esta generación y su actitud hacia la imprenta.

A estas alturas, la Generación Z no necesita presentación. Crecieron con las redes sociales y la tecnología y nunca han conocido el mundo sin ellas. También se convirtieron en la generación más grande de consumidores del 2020 y parecen inmunes a cualquier intento de publicidad hacia ellos. Entonces, ¿cómo se traduce eso en el mundo editorial?

Si bien vivimos en un mundo donde lo digital tiene prioridad, todavía existe una fuerte sensación de que la impresión es valiosa, especialmente para la Generación Z. Los últimos años se han creado nuevos títulos producidos con muy poco dinero por editores jóvenes, que parecen encender la pasión por la impresión en sus audiencias. Las marcas de consumo también están prestando atención y compitiendo para aprovechar las oportunidades de marketing asociadas con la tinta.

La credibilidad está asociada con la impresión

"La buena noticia para las revistas impresas es que su credibilidad tiene un efecto de halo en los sitios web de las revistas, lo que les da una ventaja competitiva sobre sus competidores exclusivamente digitales. La gente puede estar comprando menos revistas, pero aún las asocia con calidad y confiabilidad", señala el blog Dead Tree Edition.

En un mundo en el que casi cualquier persona puede ser un "editor" y publicar noticias falsas, el público comienza a cuestionar la validez de sus fuentes y la Generación Z parece confiar en las publicaciones impresas sobre otros medios para brindar información creíble. Eso es lo que MNI Targeted Media Inc. descubrió cuando encargó un estudio para conocer mejor a esta generación, encuestando a estudiantes de las principales universidades sobre su consumo de medios. Alrededor del 83% recurre a los periódicos en busca de información y contenido confiables y el 34% recurre a las revistas.

Los consumidores jóvenes son muy conscientes de que la publicación de revistas no sigue las mismas reglas que las redes sociales y los blogs, donde la velocidad triunfa sobre la verificación de datos, la edición y el refinamiento. Procesos que son necesarios antes de imprimir algo.

La búsqueda por la desconexión

Debido a que la Generación Z creció con la tecnología, parece que valoran los medios impresos como una forma de desconectarse del ruido digital con el que viven. De hecho, y según el estudio de MNI, el 61% de la Generación Z cree que sus compañeros se beneficiarían de desconectarse más.

"El espacio digital es un paisaje agitado, ruidoso y desordenado con bloggers, influencers, periodistas, editores, escritores, especialistas en marketing, todos gritando al vacío, sus voces emergen, o no, según el SEO o los algoritmos". Por el contrario, agrega, "la intimidad no tiene rival" cuando los lectores sostienen

“

La buena noticia para las revistas impresas es que su credibilidad tiene un efecto de halo en los sitios web de las revistas, lo que les da una ventaja competitiva sobre sus competidores exclusivamente digitales.



la letra impresa en sus manos, se crea "una conexión visceral y poderosa". **"En este mundo cada vez más digitalizado, no se puede subestimar la cantidad de personas que solo quieren sentir algo real"**, opina Terri White, editora en jefe de la revista cinematográfica Empire de Bauer Media Group.

De acuerdo al artículo, todo esto fortalece la posición de lo impreso, especialmente para avisadores que buscan llegar a la generación más joven en busca de su atención e interés.



Dipisa:

**“Aportamos a
nuestros clientes
productos de calidad
y amigables con el
medioambiente”**

La empresa socia de Asimpres incursiona en el mercado de la comunicación visual con su nueva área de negocios Viscom, poniendo a disposición del mercado materiales sustentables e innovadores. Bajo esa mirada la empresa busca posicionarse en el rubro con productos de calidad y ampliar su portafolio como uno de los principales proveedores del mercado gráfico nacional.

El principal foco de DIPISA ha sido históricamente la distribución de papeles. No obstante, recientemente han querido dar un paso y ampliar el negocio hacia la comunicación visual. Desde esta área, la compañía busca ser un distribuidor de productos innovadores, certificados y con orientación hacia el cuidado del medioambiente, puntos que muchos de los clientes están solicitando para su material gráfico hoy.

“Este inicio parte con la distribución exclusiva de Oppboga como nuestro producto estrella, material rígido, 100% blanco, biodegradable, reciclable, sin residuos para el medioambiente, ideal para la generación de material POP, muebles, señaléticas y cartelería. Esto no deja de lado productos que ya comercializábamos, como la cartulina, la cual ahora en su presentación en rollo amplía las posibilidades de desarrollo para nuestros clientes de comunicación visual”, detalla Alberto Tuñón, gerente de Autoadhesivos y Viscom.

Además, Tuñón agrega que “los clientes han comenzado a buscar materiales sustentables que reemplacen los de base plástica y que estos tengan una mayor calidad, que sean resistentes, duraderos y con la rigidez necesaria para permanecer en el PDV por periodos prolongados”.

“Nuestros clientes están contentos, ahora con nosotros pueden canalizar sus compras y cubrir sus necesidades de insumos con un solo distribuidor, **uno que conocen hace años y con larga trayectoria en el mercado local.**



Diversidad de soluciones

Por su parte, Claudia Carrasco, subgerente de Viscom, agrega que “nuestros clientes están contentos, ahora con nosotros pueden canalizar sus compras y cubrir sus necesidades de insumos con un solo distribuidor, uno que conocen hace años y con larga trayectoria en el mercado local”.

Asegura que ahora los clientes podrán contar con un partner, un socio en el negocio que les ayudará a innovar y desarrollar nuevos materiales de comunicación visual. “Creemos que es lo que nuestros clientes necesitan de Dipisa. No olvidemos que la industria viene saliendo de un periodo muy complejo producto de la pandemia y que esta área sufrió una fuerte caída y debió enfrentarse a una transformación importante de la comunicación en los puntos de venta. Hoy más que nunca lo que las marcan dicen dentro de los puntos de venta se volvió importante y muy relevante, por lo que queremos ser parte de esto con materiales diferenciadores y responsables con el medio ambiente” finaliza Carrasco.

“Nuestro principal desafío es acompañar a los clientes en su transformación digital”

Microgeo, empresa socia de Asimpres y proveedora de tecnología en el área de comunicación visual, arquitectura, ingeniería, construcción y geomática; cuenta con un nuevo gerente general desde el 1 de enero de este año.

Con más de 30 años de experiencia en el sector tecnología desde la empresa Sonda –donde por más de 10 años fue de vicepresidente comercial y de marketing para Latinoamérica–, Alberto Merino recientemente asumió la gerencia general de Microgeo. Desde este puesto tiene la responsabilidad de enfrentar los nuevos desafíos de la compañía: continuar la consolidación de sus operaciones en Chile y Estados Unidos.

El foco en sus clientes es un aspecto que Merino destaca como un aspecto clave de los cambios que están impulsando en Microgeo: **“los clientes son el centro de nuestro quehacer, es ahí donde Microgeo está enfocando sus esfuerzo e inversiones”**. En este sentido, una de las novedades que está desarrollando la empresa, es una nueva área de Innovación a Clientes. **“Estamos viendo cómo podemos usar mejor la tecnología en sus procesos. Otra área que estamos estructurando es la de Experiencia de Clientes. Queremos clientes de por vida que sientan que trabajar con nosotros hace la diferencia”**, destaca.

Apoyo a la transformación digital

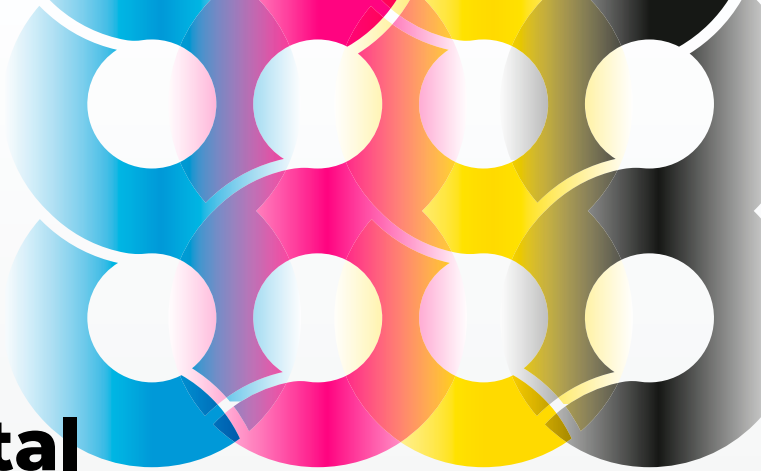
Alberto Merino señala que uno de los principales desafíos que se han planteado es lograr desarrollar una oferta que siga enfocada en apoyar a los clientes a incorporar tecnología en sus procesos y en la implementación de innovación y en la transformación digital de sus negocios.



Nos hemos puesto objetivos bien ambiciosos como generar un acercamiento aún mayor en temas tecnológicos. Estamos ampliando significativamente nuestra área de servicios, fortaleciendo los servicios de consultoría, soporte técnico y de provisión de tecnología como servicios, agrega Merino.

De acuerdo al nuevo gerente general de Microgeo, uno de los segmentos que ha sido impactado positivamente con la transformación digital es el mundo de la impresión, comunicación visual e imprentas. “Las crecientes demandas por personalización, calidad y rapidez han empujado al sector a abrirse a tecnologías digitales que les están permitiendo abrirse a nuevos clientes de menor tamaño que requieren servicios ultrapersonalizados, con la más alta calidad y en plazos sumamente estrechos”, finaliza.

SAGA Chile: la plataforma colaborativa digital



El desarrollo de una plataforma de contenidos relacionados con la industria del print and pack, es uno de los resultados de la alianza que reúne a estudiantes, académicos e impresores para proyectar el futuro de la industria gráfica. La web está en construcción y se espera que esté en su versión beta el mes de marzo.

Convertirse en un canal de comunicación entre los académicos, estudiantes, impresores y proveedores es el objetivo de SagaChile. La plataforma contará con una wiki poblada con contenidos relativos a insumos, sustratos, sistemas de impresión, preprensa, terminaciones, procesos y flujos, piezas gráficas, artes gráficas y tecnología. También se podrá encontrar un directorio georeferenciado de empresas de la industria e información de interés como noticias, tendencias, ofertas de trabajo, etc.

Karen Schwartzman, subdirectora área gráfica de la Escuela de Diseño Duoc UC, señala que **“la plataforma SagaChile se encontrará disponible a partir de marzo. Después viene una etapa de captación de empresas colaboradoras para que disponibilicen sus contenidos. Para lograrlo, estamos trabajando en una estrategia comercial que funcionará a través de suscripciones con distintos niveles de acceso y espacios publicitarios”**.



Karen Schwartzman
Subdirectora área gráfica
de la Escuela de Diseño
Duoc UC

“

SagaChile es una importante vitrina que permitirá dar a conocer a la academia las nuevas tecnologías, insumos, sus usos y aplicaciones.



María Eugenia Mingo
Gerente gremial de
Asimpres

Surgimiento de esta plataforma colaborativa

El desarrollo de esta plataforma se ha llevado a cabo por el trabajo conjunto entre Asimpres y los socios que participaron en las jornadas de trabajo del pasado mes de noviembre. Además se ha contado con la guía del equipo de expertos de la carrera Desarrollo y Diseño web de DuocUC, quienes actuaron de facilitadores para elaborar el mapa de contenidos de la plataforma, esto ha sido posible gracias al programa “Aplica diseño”, con la colaboración del docente Marco Núñez y el estudiante en práctica Tomás Ávila de la misma institución.



Seminario Alianza
Gremio Academia

ANIVERSARIOS

SOCIOS ASIMPRES



FUNDADA EN 1995



FUNDADA EN 1968



IMPRESOS SOCÍAS
DESDE 1862

FUNDADA EN 1982



FUNDADA EN 2010



FUNDADA EN 1961



FUNDADA EN 2019



FUNDADA EN 1969



FUNDADA EN 1982

Invitamos a todos los
socios a compartir sus
aniversarios de empresa al correo:
comunicaciones@asimpres.cl



DIMAR

Papelera Dimar destaca una caja de vinos desarrollada para Chilean Wines Group y sus vinos Antiguas Familias. Se trata una caja resistente en cartón corrugado grosor 17 con onda C especial para este producto de exportación. El fondo blanco hace resaltar el atractivo diseño con impresión a un solo color.



DROP

El Grupo Drop realizó estos autoadhesivos para vidrios, aéreos y big boys para la campaña Back to School de @disney. Diseños a full color, con materiales de calidad, alusivos a la vuelta a clases del mes de marzo y con personajes animados para los más pequeños de la casa.



Participa de esta sección etiquetándonos en tus post como **@asimpres** o usando el hashtag **#Asimpres**



SCM ETIQUETAS AUTOADHESIVAS



SCM desarrolló estas etiquetas autoadhesivas con diseños de aves. La propuesta fue elaborada para la fabrica artesanal @cervezavolateria. SCM elabora etiquetas para diversos tipos de materiales como vidrio, aluminio, plástico, papel y otros.



TECNIFLEX



Tecniflex muestra el proceso de conversión de CMYK a EQUINOX. La empresa cuenta con pre-prensa digital que incorpora la tecnología de conversión EQUINOX, para un mejor gamut de color, realizando los resultados de impresión y a su vez, reduciendo los costos de los procesos involucrados.



GRAFIK

Grafik imprime todo tipo de diseños con vinilo textil en poleras de algodón. La comunicación visual se representa de varias formas y la personalización es una de ellas. Ya que es un medio para transmitir mensajes, varias marcas lo utilizan para llegar a públicos específicos.



IMPRESX



Impresx presenta una caja delicada pero muy práctica para alfajores. Elaborar packaging para alimentos requiere de precisión, cuidado y creatividad para que, aparte de mantener la calidad del producto, informe de todas sus características y sea una invitación para consumirlo.



B&B



B&B Impresores realiza calendarios en formato polaroid. Con fotografías y colores a elección, esta es una opción original de volver a lo impreso y utilizar este método tradicional para saber las fechas y días del mes.



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.antalis.cl



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



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



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



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

Síguenos en
www.asimpres.cl



como Asimpres