

Cena Anual de la Industria Gráfica

Lunes 3 de Diciembre - Parque Araucano

Mario Davis, Presidente de ANDA:

“Los medios impresos son una oportunidad incomparable”

- El dirigente analiza la relación de su sector con la Industria Gráfica nacional, la cual, a su juicio “es muy valorada por los avisadores”. Además, entrega un detallado informe de la pasada cena de la entidad.



Página 3

Premio Australis 2012



Página 7

En las oficinas de ASIMPRES y con la presencia del director, don Eduardo Spencer, se realizó la primera reunión de presentación y organización del trabajo de este importante premio de la Industria Gráfica.

“El futuro de la Impresión Offset”

Moderado por José Bodet y con una extraordinaria concurrencia se desarrolló este seminario que abarcó distintas aristas de esta tecnología. El evento se llevó a cabo en las dependencias de Antalis GMS, el pasado 25 de septiembre.

4

Partners Impresores:

Nuevo actor en la Industria Gráfica nacional

Nicolás Matte, gerente comercial de la firma asegura que calidad, precios de mercado y compromiso con los clientes son sus herramientas para diferenciarse de la competencia. Página 5



Producción Limpia

Imprentas participantes concluyeron sus tareas previas a la auditoría externa que realiza el Consejo de Producción Limpia del Ministerio de Economía.

6

Expositores del Salón de Negocios se reunieron con directorio de ASIMPRES

Entre los principales acuerdos de este encuentro estuvo la realización del Business Digital cada dos años. La próxima versión sería el año 2014.

6

Cámara Chilena del Libro

La entidad celebró 62 años de vida comprometida con la industria editorial del país y el fomento a la lectura.

6

Técnicos + tecnologías

El Centro de Formación Técnica Ingraf nos sorprendió con las adecuadas y actualizadas temáticas expuestas en la conferencia “El futuro de la impresión Offset”. Si bien, la convocatoria señalaba que los cupos eran limitados, la asistencia de estudiantes, técnicos, ejecutivos y empresarios gráficos fue realmente ilimitada, quedando demostrado, una vez más, la imperiosa necesidad de la industria por encontrar, escuchar, compartir o descubrir la fórmula para rentabilizar su negocio en tiempos difíciles y proyectarse saludablemente en el tiempo.

Uno de los conceptos transmitidos por los panelistas fue que la inversión en más y mejores tecnologías no son realmente desequilibrantes si no se cuenta con personas capaces de buscar, entender y transmitir

perseverantemente nuevos conocimientos que generen en la empresa políticas de gestión de capacitación e implementación de nuevas competencias, indispensables para mantener actualizada constantemente a toda la organización.

Para quienes tienen el liderazgo a nivel industrial, empresarial y gremial, la educación y la capacitación se convierte en una tarea trascendental por la relevancia que toma el hecho de concebir el desarrollo de la empresa en forma integral, esto es, focalizado no solamente en el nivel material o económico inmediato, sino, promoviendo todas las dimensiones que las personas necesitan para realizarse en forma totalmente integral.

Si recogemos el contenido central de la carta pastoral “Humanizar y compartir con equidad el desarrollo de

Chile” formulado recientemente por la mayor jerarquía eclesial de nuestro país, las empresas hacen efectivo lo anterior cuando promueven políticas sistemáticas de conciliación para crear y mantener más empleos, valor y riqueza, educación, capacitación y desarrollo de nuevas competencias, fomentan los liderazgos, priorizan el fortalecimiento y el bienestar de la familia, cuidan y equilibran las relaciones con los proveedores y con los clientes, y por sobre todo, inculcan una formación valórica, cultural y ética intachable en la comunidad que se encuentra inserta, evaluando constantemente como nuestras decisiones y actuaciones impactan en el correcto desarrollo de las personas, la empresa, la sociedad y el país.

Hace más de 30 años que Asimpres, junto a sus estamentos educacionales, visualizaron y acometieron la proble-

mática que la Industria Gráfica vive en la actualidad; la transición será rápida, compleja e irremediamente en el corto plazo las personas actualizadas serán el corazón del desarrollo de las empresas y la educación y la cultura serán parte de las mayores aspiraciones de la juventud actual.



Roberto Tapia Mc D.
Editor

TECNOLOGÍA

DE LOS MEDIOS IMPRESOS



Jordi Collado
Director Comercial – IPAGSA

Trabajar con IPAGSA

El desarrollo de productos respetuosos con el medio ambiente conforma uno de los pilares del plan estratégico de nuestra compañía, hasta el punto que determina el diseño y el posicionamiento de marketing de IPAGSA y sus productos en el mercado.

Ecología es un principio de índole filosófico, pero sobre todo, lo entendemos como una manera de permitir al impresor optimizar sus procesos, reduciendo sus costos, disminuyendo o eliminando los residuos químicos y simplificando la complejidad de sus procedimientos. Trabajar con IPAGSA provoca un menor impacto en su cuenta de explotación y también en el medio ambiente.

Los productos

Dentro de nuestras cinco familias de productos, actualmente contamos con tres familias de planchas: térmicas (ARTE IP21 y ARTE SF25); térmicas de alta resistencia (UNIVERSE HCR) y térmicas ecológicas (KLASSE NPN3 e INNOVA LCL).

Características

La plancha KLASSE NPN3 va directa a prensa y no requiere revelado en procesadora, eliminando el 100% de este costo. La plancha, tras su grabación en el CTP, se coloca sobre el cilindro porta-plancha en la máquina de imprimir donde rápidamente se obtiene el correcto equilibrio agua-tinta para la impresión.

Por su parte, INNOVA LCN requiere procesadora pero utiliza un limpiador, no un revelado, que aporta una serie de mejoras de proceso como un menor consumo, una mayor latitud de trabajo y facilidad de uso que con las planchas térmicas con proceso.

Las soluciones ARTE son planchas térmicas positivas para grabación en equipos CTP para impresión comercial mientras que UNIVERSE HCR se dirige a aplicaciones con requisito de alta resistencia a químicos agresivos, resistente a tintas UV y para condiciones extremas de impresión, sin horneado. En estos casos, para aquel cliente que desee mantener la tecnología térmica estándar, pero busca bajar costos de procesos, hemos desarrollado un químico revelador, llamado Regenerador RT9, que disminuye la tasa de regeneración con el fin de obtener ahorros en consumo cercanos al de las planchas low chem.

Ventajas

Las soluciones IPAGSA buscan el ahorro de químicos, liberación de procesos y optimización de trabajo. Es decir, contribuyen en la disminución de costos y aportan una mayor competitividad para el impresor.

El catálogo de IPAGSA aporta la oferta más amplia de planchas offset, adecuada a atender las necesidades del impresor. Según sus requerimientos, podremos ofertarle planchas sin procesado, como la KLASSE NPN3, planchas low chem, como INNOVA LCN, planchas térmicas para el segmento de la impresión comercial como la ARTE IP21, y planchas de alta resistencia como la UNIVERSE HCR. Todo ello, buscando siempre la mayor productividad, eficiencia y calidad para ayudar al impresor a ser más competitivo.

Entrevista

Mario Davis:

“Los medios impresos son una oportunidad incomparable”

EL PRESIDENTE DE ANDA ANALIZA ESTE SECTOR Y SU RELACIÓN CON LA INDUSTRIA GRÁFICA Y ASEGURA QUE, DE HABER UNA BAJA DE AVISOS IMPRESOS, ESTO SE DEBERÍA A CUESTIONES ECONÓMICAS, PUES “EL MEDIO IMPRESO ES EXCELENTE Y MUY VALORADO POR LOS AVISADORES”.

EL EJECUTIVO, ADEMÁS, HACE UN REPASO DE LO QUE FUE SU DISCURSO EN LA PASADA CENA DE LA ENTIDAD, DONDE DESTACAN TEMAS COMO MARKETING SUSTENTABLE, ANDA KNOWLEDGE CENTER Y SU NOMBRAMIENTO, POR SEGUNDO AÑO CONSECUTIVO, COMO VICEPRESIDENTE REGIONAL PARA AMÉRICA LATINA DE LA WFA.

¿La televisión por sobre la radio?, ¿La radio por sobre el papel?, ¿Las redes sociales por sobre todas las anteriores? En publicidad, como dice Mario Davis, presidente de la Asociación Nacional de Avisadores (ANDA) “no hay un medio mejor que otro”. Y agrega: “Cada medio tiene que estar consciente de lo que tiene. El impreso es muy potente y para que eso ocurra tiene que haber muy buenos creativos. Por ejemplo, el que se considera uno de los mejores slogan es ‘Just do it’, de Nike, por el trasfondo que tiene. El aviso tiene que ser hecho para cada medio”, dice.

¿Cómo ha sido el impacto de las redes sociales en la publicidad?

“Como es un medio nuevo, aún no está tan claro su alcance y circulan muchas dudas. Como artefacto, en el sentido técnico, no aporta mucho más allá. No obstante, sí hay un aporte diferente en el hecho de que las audiencias están agrupadas de otra manera, por grupos sociales, por intereses, por amistad, en lugar de las tradicionales divisiones por grupos socioeconómicos y étnicos. Entonces, hay que hacer un trabajo bajo otros prismas de segmentación, un marketing de intereses personales”.

Ante esta realidad, ¿ha habido un cambio en el perfil de los avisadores?

“No, los avisadores siguen siendo responsables por posicionar y promover sus marcas. Cuando llega una tecnología tan invasiva como las redes sociales, hay un efecto. Hay por primera vez una interacción en tiempo real, cosa que siempre se predijo pero solo con la comunicación online pasó a ser realidad. Esto convierte a la publicidad en un tema de conversación y comunicación, donde un paso en falso y las críticas pueden ser demoledoras para una marca”.

Y su análisis continúa: “Si tú me preguntas si ha habido una baja de avisos impresos debido a la irrupción de estas nuevas tecnologías, incluido el e-mailing, diría que hay que ir más allá y ver lo que representa el medio para la marca. Hay que hablar en términos más precisos. Por ejemplo, la publicidad de automóviles siempre ha sido muy de medios impresos. Los impresos, junto con su potencial de ser muy informativos, se prestan para generar emociones, lo que exige, sí, altos niveles de creatividad y especialización en este tipo de comunicación. La collera emocionalidad-intelectualidad es casi insuperable”.



Pero hay una sensación de que hay una baja de avisos en los medios impresos.

“Puede que haya una disminución de avisadores en los medios impresos, no tengo las cifras a la mano. Todo medio tiene sus fluctuaciones naturales y ciclos que no se dan en general en el corto plazo, por eso no se deben sacar conclusiones apocalípticas, ya que esto mismo sucede en televisión, de canal en canal.

Esta es una torta, donde un todo se reparte. Además también depende mucho de los precios. No hay que olvidar que existen cientos y miles de avisadores medianos y pequeños que no tienen un presupuesto para hacer comunicación en 360° como sería lo ideal. Por eso no pueden sino hacer un análisis de eficiencia de contactos e inclinarse por algún medio particular. Naturalmente, estos avisadores también pueden oscilar año a año, pero no tener todos los medios a la vez. El medio impreso tiene características que no se han perdido ni degradado frente a otros medios”.

Entonces, ¿cuál es su análisis frente a la utilización de medios impresos por parte de los avisadores?

“El medio impreso es un medio excelente y muy valorado por los avisadores. Es un medio mudo con características exquisitas en cuanto a calidad de

imagen y a creatividad. Para el uso de las cosas lindas, del humor, de las emociones, junto con la información objetiva, los medios impresos son una oportunidad incomparable. Un buen mensaje te llega entero”.

Por último y en contexto local, ¿ha habido un aumento de la publicidad?

“Si anda bien la sociedad y esto no tiene que ver con un tema de plata, hay mayor publicidad y competencia. Hay una correlación absoluta con el PIB. Esto sucede todos los años, en todos los países, donde la curva de la inversión en publicidad se mueve entre el 0 y el 1 punto algo. Esto no es cosa ni de planificación ni de acuerdo, es una proporcionalidad natural”.

Resumen 2012

Al igual que años anteriores, el pasado 3 de octubre, ANDA celebró su gran Cena Anual. En la ocasión se realizó un recuento de algunos de los puntos más relevantes que ocuparon a la Asociación durante este 2012, donde destaca el centro de conocimiento sobre los chilenos, el Anda Knowledge Center (AKC), que organizó un sistema de consulta directo, instantáneo y amigable, acumulativo y actualizado diariamente. Un beneficio que no está restringido a sus asociados, sino abierto gratuitamente a toda la comunidad, incluyendo a estudiantes y tesis, con lo que se ha liberado, acrecentado, fomentado y rentabilizado un increíble capital intelectual y estratégico. Este inédito proyecto fue presentado en el seno de la Federación Mundial de Avisadores, y está siendo emulado en varios países, con el consiguiente prestigio para Chile.

Otra de las preocupaciones fundamentales de ANDA ha sido el marketing sustentable, creando una unidad especializada que ya ha logrado importantes avances en ahorro energético, mejores materiales y su reutilización o disposición, educación, etc., todo ello para reducir las externalidades negativas que inevitablemente produce, como toda actividad, la industria del marketing. Un punto alto en esta materia ha sido la entrega del Premio ANDA Sustainable Marketing Award 2011 y 2012.

Finalmente, destaca, en este recuento, la publicación de la Guía de Buenas Prácticas Publicidad en Vía Pública, con orientaciones y recomendaciones sobre este medio. El presidente de ANDA, por su parte, es vicepresidente regional para América Latina de la WFA (Federación Mundial de Anunciantes), distinguiendo la contribución que ha hecho la Asociación con sus actividades e iniciativas.

El Futuro de la Impresión Offset

- UNA MAYOR AUTOMATIZACIÓN Y MÁS TECNOLOGÍA EN LAS PRENSAS, COMO TAMBIÉN UNA CORRECTA Y ADECUADA TRANSICIÓN DEL MAESTRO AL TÉCNICO PRENSISTA, QUE CONSIDERE LOS ASPECTOS PERSONALES, OPERATIVOS Y DE APOYO, FUERON ALGUNOS DE LOS PUNTOS QUE SE ABORDARON EN LA CONFERENCIA MODERADA POR JOSÉ BODET.
- EL SEMINARIO QUE CONTÓ CON UNA EXTRAORDINARIA AFLUENCIA DE PÚBLICO, ENTRE LOS QUE SE ENCONTRABAN ALTOS EJECUTIVOS DE LA INDUSTRIA GRÁFICA, AL IGUAL QUE PROFESIONALES, DOCENTES Y ALUMNOS DEL CFT INGRAF, SE LLEVÓ A CABO EL PASADO 25 DE SEPTIEMBRE, EN LAS DEPENDENCIAS DE LA EMPRESA ANTALIS GMS.

“Toda inversión se traduce finalmente en un ahorro” fue la sentencia de Claudia Langlois, Product Manager Techkon - Antalis GMS con respecto a lo que hoy vive la industria gráfica chilena en torno a las últimas tecnologías.

La ejecutiva, quien expuso sobre lo más reciente en Control del Color Impreso, aseguró que “es importante trabajar con procedimientos, estandarizar los procesos productivos. Esa es la forma de rentabilizar las empresas y disminuir los márgenes de pérdida”.

En su exposición, Langlois llamó a no “tenerle miedo a los equipos. Las soluciones sobran para el control en prensa. El tema del color no puede dejarse al ojo. Debe traspasarse a un número. No puede seguir trabajándose con prueba y error”.

Consultada por José Bodet, Consultor Gráfico Internacional y Director Académico del CFT Ingraf sobre el porcentaje de imprentas que trabajan al instrumento, su respuesta fue reveladora: “Entre el 15 y el 20% tienen equipos, pero prácticamente no lo usan, entonces uno se pregunta: por qué en vez de mirar un instrumento como apoyo, lo ven como un enemigo y con temor”.

Ante esta realidad, Claudia Langlois mostró las últimas soluciones de control de color que ofrece Techkon - Antalis GMS para las empresas gráficas: SpectroDens, SpectroJet y SpectroDrive.

Tras una breve demostración de cada uno de ellos, en las cuales se destacó los beneficios en tiempo y eficiencia productiva, Claudia Langlois señaló que, sin embargo, todas estas tecnologías y su aplicación tomarán un tiempo entre los profesionales chilenos: “El cambio no puede ser de un día para otro, pero debe existir y para allá vamos. Como país aceptamos rápidamente las nuevas tecnologías, pero estamos atrasados en comparación con Brasil y Argentina. Debe haber ganas de invertir y aprender para poder rentabilizar”, resumió.

Maestros V/S Técnicos: Gestionar la transición

Compromiso de la gerencia, innovación y desarrollo de una estructura flexible, como también dar oportunidades de capacitación y ascensos, reconocer buenos desempeños desde el liderazgo junto con acompañamiento y seguimiento son las claves, a juicio de Arturo Cabezas, Gerente de Recursos Humanos de Faret Impresores que permitirán el desarrollo de las personas dentro de una empresa gráfica.

El ejecutivo contó la experiencia de éxito de esta compañía, la que desde hace un año está aplicando los conceptos antes nombrados, logrando una política de Gestión de Recursos Humanos, algo poco usual dentro de las imprentas locales.

“El proyecto de llevarlo a cabo ha sido duro, pues lo más difícil es trabajar con la gente”, señaló Cabezas, quien recordó junto con Bodet que, según cifras entregadas por SOFOFA, en Chile hacen falta 600 mil técnicos. De ahí que, junto a los desarrollos tecnológicos y necesidades de estandarización, la importancia de la transición de maestro a técnico.

En esta línea, el Gerente de RRHH enseñó a los presentes las diferencias operativas, personales y de apoyo entre un maestro y un técnico, donde destacó en este último, “su apertura al cambio es distinta. El maestro rechaza el hecho de aprender cosas nuevas. Un técnico o una persona que se está educando en un aula, al contrario, se adapta rápidamente al cambio y le gusta, porque lo ve como un desafío. Así lo demuestran también los alumnos del CFT Ingraf que trabajan en nuestra empresa. Ellos pueden adquirir nuevas responsabilidades y labores”.



Prensistas: ¿Qué competencias para hoy y el futuro?

Para Omar Pedregal T., jefe de carrera de impresión Offset de CFT Ingraf, “la prensa es un área crítica, es el centro de negocios de la imprenta y es donde se encuentran el costo de inversión más alto, ya sea en maquinaria como en capital humano”.

Por esto, el profesional hizo hincapié en las competencias de cada prensista debe adquirir para hoy y el futuro, entre las que se cuentan: “trabajar en las prensas con Procedimientos estandarizados, Correcta administración del color, Control de Procesos y Mantenimiento de las máquinas”.

Se abordaron temas actuales (y reales) que suceden dentro de los talleres: «Trucamos» el funcionamiento de la prensa, para llegar a la prueba

de color, pobre ajuste y calibración de las prensas lo que provoca inestabilidad de color durante la producción, la poca o nula preocupación en la planificación (tiempo) en el mantenimiento y cuidado de las prensas.

Además dio sus observaciones con respecto a los cargos más altos dentro de una empresa: “Debe haber un entrenamiento y capacitación constante del personal. Aún estamos en deuda con el nivel de capacitación y aprendizaje de nuestros operadores de prensa. Las innovaciones técnicas, tanto en maquinaria como sistemas de gestión, nos fuerzan año a año a estar actualizados. Ya no podemos decir, como en años atrás, que ‘somos expertos’ en alguna materia mientras no tomemos en serio lo anterior expuesto”.

En ese contexto, el docente señaló que en Ingraf hay un constante mejoramiento y enriquecimiento de los contenidos de cada módulo de la especialidad, todos bajo tres conceptos reales: “Capacitación, Estandarización y Mantenimiento”.

Visión del mercado

“Más allá de la inclusión de nuevas tecnologías, el Offset sigue creciendo al mismo ritmo de los últimos años. Aún seguimos ganando con Offset. De hecho, sólo el 4% de lo que se imprime en el mundo es digital, aunque crece a pasos agigantados”, fueron las palabras de entrada de Fernando Álamos, Gerente de la División Maquinarias de Hagraf - Heidelberg.

En una detallada exposición técnica sobre los beneficios de las nuevas tecnologías, las cuales a su juicio “sobrepasan las expectativas” y permiten “reducir los tiempos de partida, donde un minuto cambia todo el número de trabajos por mes”, Álamos mostró las últimas tendencias del mercado, en las que destaca la tecnología Anicolor, la cual revoluciona el sistema centenario de tintado utilizado en impresión offset.

No obstante y al igual que el resto de los panelistas, el factor humano es decisivo en el éxito operacional de cualquier imprenta: “Hay que enseñar a cómo trabajar. Los tiempos improductivos son del orden de un 30%. Hay que invertir en educación y tecnología y para ello, como proveedores estamos preparados para este recambio”, aseguró el ejecutivo, quien añadió que en Hagraf existe un plan piloto de producción asistida, en la cual instructores de esta compañía permanecen en una imprenta acompañando a los operadores, unas horas a la semana, en buenas prácticas.

“Hay que generar un Buscador de Conocimientos, alguien que transmita los conocimientos y genere capacitación. Usar todas las herramientas posibles. Ir más allá de la operación de la máquina”, puntualizó Álamos.

Nicolás Matte, gerente comercial:

“Partners Impresores, nuevos actores en el mercado gráfico”

- CALIDAD, PRECIOS DE MERCADO, SERVICIO Y COMPROMISO CON LOS CLIENTES SON, A JUICIO DE LA GERENCIA DE PARTNERS IMPRESORES, SUS ARMAS PARA COMPETIR EN LA INDUSTRIA GRÁFICA CHILENA.



Nicolás Matte, gerente comercial y Jorge Fellenberg, jefe de ventas.

Sólo llevan instalados en el galpón de la calle Coronel Alvarado, en la comuna de Independencia, algunas semanas y ya su máquina offset 72 / 102, 6 colores, año 2003, de Heidelberg funciona las 24 horas al día, con trabajos que no paran de llegar, gracias a una clientela fiel que los acompaña desde los primeros días.

“Aunque estamos en un período de rodaje, hasta ahora todo ha funcionado bien. No hemos tenido ningún problema ni rechazo de algún producto, al contrario, todos los clientes han estado muy conformes con nuestro trabajo. De hecho, hace un mes atrás, pensábamos implementar el turno de noche en noviembre, pero esto ocurrió la primera semana de octubre, lo que nos tienen muy contentos”, dice Nicolás Matte, gerente comercial de Partners Impresores.

Ante esta buena respuesta por parte de las imprentas, a quienes ellos ofrecen el servicio de tiraje, en Partners Impresores ya piensan en adquirir una segunda máquina, de iguales o superiores características de la que ya poseen. Hecho que podría concretarse durante el 2013.

¿Cómo lo ha hecho Partners Impresores para distinguirse de su competencia?

“Nosotros estamos bien equipados, tenemos una bonita planta, y lo más importante, un equipo de trabajo de vasta experiencia en el mercado gráfico. Los clientes que nos han visitado han quedado súper contentos.

Cumplir con el cliente es otra forma de enfrentarse al mercado y destacarse en él. Partners Impresores es una empresa que cumple, que trabaja con calidad, que da buenos precios, además mantenemos un contacto constante con el cliente para saber a cabalidad qué es lo que necesitan y cumplir a tiempo con sus pedidos”.

Ustedes están entrando al mercado de la industria gráfica, ¿Qué análisis hacen de ella?

“A pesar de que se decía que la tecnología Offset estaba quedando de lado, para nosotros ha sido al revés. Cada vez existen imprentas más grandes y a cada rato escucho que alguna de ellas trajo una máquina de 8 o 10 colores. Si están invirtiendo es porque mercado hay y cada vez está creciendo más.

Por ahora sólo estamos pensando en impresión

Offset, más adelante veremos qué pasa con la tecnología digital”.

¿No temen quedarse un poco atrás al no implementar tecnología digital en la imprenta?

“Actualmente no, quizás en tres o cuatro años sea necesario comprar una máquina digital, pero hasta ahora vemos un mercado que sigue creciendo. Claramente siempre hay que estar pendiente de lo que pasa, pero nosotros ahora sabemos que con Offset no vamos a tener ningún problema”.

¿ HAGRAF ?

Hagraf es un MUNDO más VERDE.

La impresión Clima Neutral con natureOffice es **simple, rápida, económica** y por supuesto con fundamento científico.

En Hagraf encontrarás una oportunidad para tu imprenta y un valor agregado para tus clientes.

www.hagraf.com

business partner of
HEIDELBERG

HAGRAF
Integra Nuestro Mundo

FERIA

Expositores del Salón de Negocios se reúnen con directorio de ASIMPRES

El vicepresidente de ASIMPRES y director del Salón de Negocios, don Nelson Cannoni, invitó a los expositores del reciente BD para evaluar resultados y acordar el futuro de la FERIA Gráfica en nuestro país.

Entre los principales acuerdos estuvo realizar esta feria con una periodicidad de 2 años, con el objetivo de exhibir novedades y hacerla extensiva a los países vecinos. También está contemplada una participación activa de los expositores y un plan de comunicaciones en medios de difusión pública para las futuras versiones. Además, se evaluará incorporar muestras de equipamiento y suministros.

En otro punto, en esta reunión quedó constituido un Comité de FERIA integrado por los expositores, los cuales se reunirá periódicamente para iniciar el trabajo de la versión 2014 de esta FERIA.



APL



Producción Limpia

Con la segunda capacitación en Prevención de riesgos y entrega de las auditorías internas y los trabajos realizados, las imprentas participantes del Acuerdo de Producción Limpia (APL) concluyen sus tareas previas a la auditoría externa que realiza el Consejo de PL del Ministerio de Economía.

Los participantes de las pequeñas y medianas imprentas destacaron la utilidad que este programa de actividades, para el ordenamiento de su producción y conocimiento de sus costos reales y márgenes del negocio.

ANIVERSARIOS

• AMF Seguridad

Gerente General: Gustavo Molina P.
Fundada: Octubre 1982
Ingreso Asimpres: 03/04/1992
Años que cumple: 30



• Caballero Impresores y Cía. Ltda.

Gerente General: César Ibaceta C.
Fundada: Octubre 1977
Ingreso Asimpres: 1992
Años que cumple: 35



• Canon Chile

Gerente General: Carlos Crosa
Fundada: Octubre 1994
Ingreso Asimpres: 20/04/2004
Años que cumple: 18



• Fyrma Gráfica Ltda.

Gerente General: Ricardo Olave M.
Fundada: Octubre 1982
Ingreso Asimpres: 09/01/1992
Años que cumple: 30



• Selecta Envases S.A.

Gerente General: Carlos Cotal M.
Fundada: Octubre 1958
Ingreso Asimpres: 08/06/1987
Años que cumple: 54



• NCR Chile Ltda.

Gerente General: Jorge Belmar H.
Fundada: Octubre 1939
Ingreso Asimpres: 28/09/1967
Años que cumple: 73



• Sociedad Impresora Printlab Ltda.

Gerente General: Mario Santander H.
Fundada: Octubre 2004
Ingreso Asimpres: 19/03/2008
Años que cumple: 8



EVENTOS

Cámara Chilena del Libro celebró 62 años comprometida con la industria editorial del país y el fomento a la lectura

Un nuevo aniversario celebró la Cámara Chilena del Libro, el pasado 23 de agosto, junto a importantes autoridades nacionales y extranjeras, entre ellos el Ministro Presidente del Consejo de la Cultura y las Artes, Luciano Cruz-Coke, el embajador de Ecuador -País Invitado de Honor de la próxima Feria Internacional del Libro de Santiago-, Francisco Borja Cevallos, y el rector de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano, José Bengoa.

El evento, encabezado por el presidente de la asociación gremial, Arturo Infante Reñasco, se desarrolló en el Hotel Marriott y estuvieron presentes asociados del gremio, editores, libreros y distribuidores; como también escritores, representantes de organizaciones culturales, bibliotecarios, medios de comunicación y autoridades del sector.

En la ocasión se realizaron una serie de reconocimientos, entre ellos un homenaje al editor Bartolo Ortiz, a través de su viuda Marcela Manríquez, en el cual se destacó su larga trayectoria como pieza fundamental de la industria del libro en Chile, como impulsor de la llamada “Nueva Narrativa Chilena”, y en su rol de gerente comercial de Editorial Planeta.

La Cámara Chilena del Libro fue fundada en 1950 y desde esa fecha ha desarrollado una sostenida acción gremial, cuya misión es trabajar por la libre circulación de las ideas, el fomento de la creación literaria, la defensa de la propiedad intelectual y los derechos de autor, el fomento de la lectura, el acceso a los libros y el fortalecimiento del desarrollo de la industria editorial chilena.



OBITUARIO

Adiós a Rolando Concha

El destacado docente y hombre ligado al sector gráfico local, Rolando Concha Riveros, falleció el pasado 16 de septiembre, a la edad de 65 años.

El “profe”, como le decían, nació el 26 de febrero de 1947, cumplió una dilatada trayectoria en el campo de la formación educacional, desempeñándose durante largos años como profesor de la especialidad de Offset en la Escuela Nacional de Artes Gráficas.

Licenciado en Docencia, fue profesor de Educación Media Tecnológica y obtuvo además el título de Técnico Industrial con mención en la Especialidad de Prensa Offset en la mencionada la Escuela de Artes Gráficas.

Desde agosto de 2003 desempeñó funciones como Instructor de Insumos en Hagraf S.A., labor que cumplió hasta la fecha de su deceso, dejando una huella imborrable entre quienes lo conocieron y tuvieron la oportunidad de trabajar junto a él.

Además, a lo largo de su extensa carrera profesional se desempeñó en diferentes empresas entre las cuales destacan: Litografía Moderna, Impresora M4, Papelera Dimarc S.A., y Torre Suministros Gráficos.

Un amante de la pesca y del fútbol, Rolando Concha fue muy reconocido y admirado por todos quienes trabajan en la industria gráfica y dejará un legado difícil de borrar para las nuevas generaciones.



Tel.: (56-2) 387 10 00
www.dipisa.cl



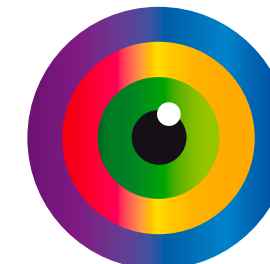
www.kodak.com



Tel.: (56-2) 375 24 00
www.edipac.cl

Premio Australis

Constitución del jurado



José Bodet, Presidente del Jurado, Director Académico del INGRAF. María Eugenia Mingo, Secretaria General, ASIMPRES. Carlos Gallardo, Especialista en Impresión Offset. Eduardo Spencer, Director de ASIMPRES. María Alejandra Díaz C. Rodolfo Díaz, Especialista en Terminaciones; Encuadernación y Restauración de impresos. Michael Bywaters.

La primera reunión de presentación y organización del trabajo del Premio Australis se realizó en las oficinas de ASIMPRES y contó con la participación del director, don Eduardo Spencer Escobar.

En ella, destacó la experiencia de quienes tendrán la responsabilidad de evaluar las muestras que recibe este concurso, el que se realiza por tercer año, en creciente participación.

Hasta la fecha, se han recibido más de 100 impresos, etiquetas, envases, revistas, libros y material publicitario, lo que anticipa una participación en número superior a las 200 muestras, como sucedió el año pasado.

Don Santiago Aránguiz destacó el valor del trabajo en equipo en la evaluación final de calidad y grado de dificultad de las muestras, la cual se acordó se realizará al término del trabajo individual de cada jurado.

En una reunión final serán presentadas las tres muestras de cada categoría que hayan recibido la mayor puntuación de cada jurado, en sus respectivas especialidades: diseño, impresión y terminaciones, y se elegirán a las empresas ganadoras.

Un punto a destacar es el dedicado trabajo previo que se realiza para mantener el anonimato de cada empresa participante, lo que garantiza el prestigio de transparencia que caracteriza al Premio Australis.

MacOnline

Programa multilicencia de Adobe

Estimado Asociado,

Adquiera sus licencias Adobe aprovechando el contrato vigente de licenciamiento CLP* al que accedes por ser empresa asociada en Asimpres. Infórmate sobre los precios especiales que tenemos para tu empresa.

Su vigencia es hasta Abril del 2013.



Consulte por formas de pago y precios preferenciales.

Soportes para Mac y cursos Adobe.

Mayor información comunicarse con MacOnline empresas.

Teléfono: +56(2)6368200

opción 1

adobe@maconline.com

(*)¿Qué es el programa Cumulative Licensing Program (CLP)?

Diseñado para beneficiar a las pequeñas y grandes compañías, CLP es un programa de inscripción de dos años que ofrece a los clientes comerciales un ahorro significativo en las compras por volumen de productos de Adobe y que simplifica la administración de software.



Tel.: 800 229 37 69 / www.xerox.cl



Soluciones Confiables
Tel.: (56-2) 996 28 97 / info@simatecsa.cl

DEPORTE

¡COLLOTYPE Labels Chile e Impresos LAHOSA CAMPEONES!!



CAMPEON SERIE A, COLLOTYPE S.A.



CAMPEON SERIE B, IMPRESOS LAHOSA S.A.

Gran Final del Campeonato de Futbolito "Copa ASIMPRES 2012"



AMF S.A. - Vice Campeón Serie "A".



Scientific Games - Vice Campeón Serie "B".



Felipe Barra - Goleador Serie "A".



Diego Matamala - Goleador Serie "B".

El día sábado 13 de octubre se desarrolló la última fecha de este torneo para ambas series en competencia, oportunidad en que se coronó como Campeón de la Serie "A" el equipo de COLLOTYPE LABELS CHILE (Div. Offset) seguido por Imprenta A. MOLINA FLORES como Vice-Campeón y QUADGRAPHICS CHILE Encuadernación que obtuvo el Tercer Lugar.

En tanto, el equipo de Impresos LAHOSA S.A. logró el título de "Campeón Invicto" de la Serie "B", el Vice-Campeón fue logrado por el equipo de SCIENTIFIC GAMES y el tercer lugar fue obtenido por MULTIGRAFICA S.A.

La ceremonia de Premiación se llevó a cabo al término de esta última jornada, ocasión en que se entregó el reconocimiento y trofeo a la Valla Menos Bataida lograda por el arquero del equipo de Impresora Printer S.A. don Víctor Ramírez en la Serie "A" y don Cristian Borquez de Impresos Lahosa en la Serie "B".

Goleadores del Campeonato fueron distinguidos los jugadores de Imprenta A. Molina Flores S.A. don Felipe Barría con 46 tantos a su haber en la Serie "A" y Don Diego Matamala de Impresos Lahosa, con 31 Goles en la Serie "B".

Campeonato de Bowling

Copa ASIMPRES

ASIMPRES

ASOCIACION GREMIAL DE INDUSTRIALES GRAFICOS DE CHILE

Jueves 15 de Noviembre 2012 / 19:00 Hrs.
Cosmic Center - Mall Parque Arauco
Las Condes

Invitamos a participar a todos los deportistas de la Industria Gráfica

VALOR POR EQUIPO:
SOCIOS DE ASIMPRES \$35.000.- por Equipo
GENERAL \$50.000.- por Equipo

Participantes: Máximo 6 jugadores por Equipo
Inscripciones:
Fonos- 225 7706 341 2897
E-mail: myriam.toro@asimpres.cl

IMPRESIONES

Del Mundo Gráfico

IMPRESIONES DEL MUNDO GRAFICO® es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos de Chile A.G. ASIMPRES * secretaria@asimpres.cl * www.asimpres.cl. * Comité Editorial: Patricio Hurtado A., Roberto Tapia Mac D., José Bodet, María Eugenia Mingo S., Rodrigo Salinas C. y Carla Caorsi R. * Fotografías: Archivo ASIMPRES * Estadísticas: Enrique Barrera P. * Impresión: Quad Graphics. * Tiraje: 15.000 ejemplares.

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 son permitidos con la previa autorización de ASIMPRES A.G.