

Beneficios y desafíos de las IFRS

- Desde enero de este año las empresas no reguladas deberán comenzar a implementar las Normas Internacionales de Información Financiera, las cuales se centran en el fondo económico de las transacciones, por sobre la formalidad legal y la concepción tributaria.

PÁGINA 5



PÁGINA 3

Entrevista a Gerardo Pini, Gerente General de Vera y Giannini:

“En esta empresa trabaja la gente que aporta valor”



PÁGINAS 6 Y 7

Plena asistencia tuvo la Cena Anual de la Industria Gráfica 2012

En la ocasión se entregó el premio Líder Gráfico del Año al Sr. Carlos Castillo, Vicepresidente de Empresas Jordan S.A.

HAGRAF firma convenio de colaboración con Ingraf

PÁGINA 4

Entrevista a Gerardo Ledermann

PÁGINA 3

Imagex construye nuevo edificio corporativo en Huechuraba

Konica Minolta distingue a Antalis GMS como el mejor distribuidor a nivel nacional

Evento PrintPromotion se realizará en Santiago el próximo marzo

Editorial

Diseñando el futuro

Luego de los abrazos, buenos deseos, prebalances y resoluciones, comenzamos el año con una mirada optimista a lo que serán los próximos 12 meses. Más allá de ser una intención idealista, los indicadores económicos del segundo semestre del 2012 nos alientan y todo apunta a que tendremos un año más estable y promisorio.

Con esto en mente, Asimpres ha delineado un plan de trabajo cuya principal acción está orientada a desarrollar un contacto más estrecho con los socios y también, una mayor interacción con gremios relacionados, entendiendo que la comunicación es clave para tomar mejores decisiones y hacer del trabajo una instancia efectivamente colaborativa y con frutos positivos para todos los involucrados.

Dentro de esta lógica, ya se han tomado acciones. A fines del año pasado se incorporó a la gerencia un nuevo profesional del área de las comunicaciones, con el objeto de que pueda revitalizar las plataformas y canales existentes y pueda mantener un flujo constante de información desde y hacia los socios de Asimpres; además de dar a conocer las acciones y avances de nuestra industria tanto en medios especializados como también en espacios de opinión pública.

Por otro lado, dentro de esta misma línea, el principal evento del 2013 será el Encuentro Empresarial que se está preparando para el mes de mayo, en el cual expertos, empresarios y gerentes del rubro contarán con un espacio para reflexionar y definir los futuros desafíos de la industria desde la perspectiva de la gestión estrate-

tégica de largo plazo, motivación de talentos y equipos de trabajo.

También, el objetivo prioritario de los últimos años ha sido inculcar en todas las empresas, grandes, medianas y pequeñas, los parámetros de impresión sustentable, los cuales han sido trabajados con cada uno de ellos de manera específica. Ya en marzo, se espera realizar la auditoría externa para la correspondiente certificación del Ministerio de Economía.

Nuestro desafío permanente es la educación y formación de nuestros colaboradores de la industria gráfica. En este plano, nuestro foco está puesto en la palpable escasez de capital humano, para lo cual le invitamos a considerar y valorizar la acción que está realizando el Centro de Formación Técnica Ingraf, y la Escuela de la Industria Gráfica.



Roberto Tapia Mc D.
Editor



TECNOLOGÍA

DE LOS MEDIOS IMPRESOS



José Bodet

CONSULTOR GRÁFICO INTERNACIONAL
ASESOR ESCUELA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA
DIRECTOR ACADÉMICO CFT INGRAF

JOSEBODET@ME.COM

2013: Año de la innovación

El gobierno de Chile ha declarado que el año 2013 será el de la innovación y, más allá de las buenas intenciones, está destinando importantes recursos para incentivar iniciativas innovadoras. No es fruto del azar haber elegido este tema porque bien se sabe que la innovación es generadora de valor agregado para casi cualquier tipo de producto... ¿impressos incluidos! ¿Quiere participar?

Historia de un producto innovador

Si existe una empresa campeona mundial en innovación, ésta bien podría ser 3M. La idea del *Post-it* fue concebida en la década de los 70' por Arthur Fry, quien se cansaba de per-

der la página de su partitura mientras cantaba en el coro de la iglesia. Es así como pensó en marcar dichas partituras con papelitos mezclados con una sustancia adhesiva creada por accidente y años antes por su compañero de trabajo en 3M,

el científico *Spencer Silver*. Había nacido el *Post-it* y 10 años después ya circulaba en los Estados Unidos transformándose de a poco en un fenómeno y en los cerca de 600 productos que conocemos hoy día.

El valor de la innovación

Si comparamos el precio de venta de un bloc de *Post-it* respecto a lo que nos costaría producir un simple bloc de notas, entenderemos de inmediato cuál es el valor agregado de la innovación. Sin ser economista, el precio de venta en el mercado chileno de un bloc de *Post-it* es aproximadamente 30 veces superior al del costo de producción de un simple bloc de notas de similares características. ¡Pero ojo! La real diferencia entre uno y otro no radica en el papel, sino en las características del pegamento, el cual fue en primera instancia desechado en 3M por su escaso poder de sujeción! **Es haber sabido unir dos productos ya existentes para crear un nuevo donde radica la genial innovación de *Arthur Fry*.**

Innovación no siempre es creación pura y lo que pasó en 3M no es muy distinto a lo que pasó en la gráfica hace ya más de 560 años con el desarrollo de la tipografía. *Johannes Gutenberg* no es quien inventó la impresión tipográfica, como aún se enseña en muchas escuelas, sino quien perfeccionó

el sistema sustituyendo tipos móviles de madera, frágiles y poco resistentes durante la impresión, por unos de metal; siendo ese último el real *expertis* del alemán, ya que oficiaba de herrero para el obispado de su ciudad natal. *Gutenberg*, al igual que *Fry*, supo cómo unir dos productos existentes de manera de producir uno nuevo y mejor. Luego de esto, la historia nos enseñó lo transcendental que esta innovación fue para la humanidad y lo ricos que se hicieron *Linotype* y *Heidelberg* en base a dicha innovación.

Empresas gráficas innovadoras

Hay buenas historias chilenas que conozco, que encuentro particularmente innovadoras, tomando en cuenta que ninguna de ellas tiene que ver con máquinas o tecnologías.

Mi primera historia, tal vez la más antigua que recuerde, es acerca de la marca *Papelí* que ha posicionado *Fyrrma Gráfica*. Al igual que 3M con su *Post-it*, *Fyrrma Gráfica* supo unir dos productos existentes: un cuaderno escolar de buena calidad y la imagen corporativa que ya estaban acostumbrados a imprimir en las memorias financieras de sus clientes; para dar a luz un producto nuevo bautizado *Cuadernos Corporativos* y una marca llamada *Papelí*. El éxito comercial no tardó en manifestarse [y los *copiones* también!

Mi segunda historia de éxito tiene que ver con el espíritu innovador de la empresa *Inser Impresores* y no me sorprendería que la innovación sea la base de su estrategia comercial. Como una forma de aportar al cuidado del medio ambiente y reducir los costos de instalación de gigantografías, desarrollaron un producto bautizado *EcoBanner* que consiste en una tela sin PVC ultraliviana, la que reduce en un 50% la cantidad de plástico utilizado y el número de personas necesarias para la instalación, y todo esto por el mismo precio que la tradicional tela PVC. Nuevamente se asociaron dos productos desconocidos entre sí para formar uno nuevo dejando a la competencia fuera de combate y sin alternativa ninguna.

Una invitación
Son ciertamente muchas las historias sobre innovación que se pueden contar, por eso aprovecho de lanzar una propuesta: díganos la suya... y tal vez, ¿por qué no, premiamos a la mejor innovación gráfica del año?

SOCKETOS

Gerardo Ledermann,
Gerente General de Hagraf:

“La imprenta que no se renueva está destinada a desaparecer”



Se acaban de cumplir 35 años desde que Guillermo Haberbeck creó junto a Alfredo Gerhard la empresa Haberbeck Gerhard Maquinarias Gráficas. Hoy, Hagraf, como representante exclusivo de Heidelberg, ha sabido diversificar su negocio. Además de las maquinarias Offset cuenta con una línea de productos y servicios que incluye insumos, repuestos y un enfoque puesto en el soporte técnico.

Gerardo Ledermann, es el Gerente General en Chile desde el año 2002. Realizó sus estudios superiores en la facultad de Economía de la Universidad de Chile y es Magíster en Marketing de la misma Universidad.

tar más alerta, pero te diría que en los últimos 6 años hemos tenido un crecimiento de ventas de maquinarias.

La innovación ha sido clave en la filosofía de Heidelberg ¿en qué está ahora?
Heidelberg sigue innovando. Antes, la preocupación era que la máquina anduviera más rápido y que todos los procesos de tiempos muertos fueran más cortos. Después, la preocupación estuvo puesta en los procesos externos a la máquina. Hoy día es la integración de todo. Desde que una imprenta recibe una orden hasta que la termina. Heidelberg está trabajando en mejorar continuamente este sistema.

Desde hace 16 años operan en Argentina, Uruguay y Paraguay, y Bolivia después ¿cómo ha sido la experiencia en los mercados latinoamericanos?

Ha sido súper buena. Nosotros trabajando junto a Heidelberg tenemos una carta de presentación muy potente. Sin embargo, en los últimos años, el mercado gráfico se ha visto afectado por muchos cambios.

Y en ese sentido, ¿cuál es tu visión de la impresión tradicional?

Sigue creciendo, pero a tasas mucho más bajas. Lo que pasa es que salió un boom de lo digital. Y lo digital crece, pero en Chile es un mercado muy pequeño. El cliente digital publicitario para generar una masa crítica de facturación necesita vender muchos trabajos chiquitos y eso, desde el punto de vista logístico, es muy difícil de manejar.

Dentro de la línea de lo digital, Heidelberg también ha dado pasos.

Hace unos 7 años atrás, Heidelberg fabricó equipos digitales con resultados discretos. Porque el *core business* son las prensas planas. Heidelberg ha tenido también, como todos los fabricantes de la industria, muchos problemas y ha tenido que reducir cantidad de gente. Y siguen en planes de reestructuración para volver a rentabilizar la empresa.

¿Cómo toman estos cambios y la incertidumbre en el mercado?

Es un tema que nos ha obligado a es-

Pero en términos de máquina, la innovación tampoco se ha detenido...

No, hoy día Heidelberg tiene una plataforma de la máquina XL que cambió drásticamente el tema de productividad y ha revolucionado el mundo del embalaje e impresión comercial.

“En el caso local, es difícil que una empresa pueda vivir solo de lo digital”

¿Cómo entienden la venta?

Nuestra política es ser asesores expertos de nuestros clientes. Es un tema en el que hay que manejarse, ser flexibles y compatibilizar lo que el cliente quiere con la mejor solución productiva para ellos.

¿Cómo ven la renovación de maquinarias en Chile?

Es muy tentador quedarse con la máquina más vieja. Pero, ¿qué le pasa a esas imprentas? Comienzan a no poder cumplir los tiempos ni los costos que sus clientes les demandan. Entonces la imprenta que no se renueva está destinada a desaparecer. Si bien las inversiones no son pequeñas, aproximadamente el 80% de los equipos nuevos que se venden en Chile corresponden a renovación de maquinaria.



Gerardo Pini, Gerente
General de Vera y Giannini:

“En esta empresa trabaja la gente que aporta valor”

Gerardo Pini aterrizó en Vera y Giannini con una misión: convertirla en la imprenta más eficiente del mercado. Llegó hace

8 meses pero ya ha ejecutado acciones importantes para modernizar la empresa, que han implicado tanto la optimización de los recursos humanos, como inversiones de 2 millones de dólares en maquinaria. Además de la contratación de un sistema de primera línea para controlar la planta.

73 años de existencia tiene esta reconocida empresa de envases y estuches, la cual durante su historia ha pasado por altos y bajos. Desde el 2000, con la llegada de sus actuales y únicos dueños Miguel y Fernando Bas, ha experimentado notables crecimientos. Hoy está dando pasos firmes hacia la consolidación y la expansión tanto física como hacia el extranjero, de la mano de una importante cartera de clientes y de la confianza que sus dueños han puesto en la gestión de Pini.

El plus de este Gerente General es que viene de un mundo distinto al del ámbito gráfico. Es Ingeniero Comercial de la U. Diego Portales, MBA de la U. de Chile y de Tulane University. Se ha especializado en estrategia y reestructuración de empresas, que ha aplicado en rubros como el metalúrgico, metalmecánico, textil y óptico.

“Más que dedicarnos a generar slogans, pusimos freno de mano y analizamos con detención todos nuestros procesos”

¿Cuál es la visión que tienen sobre la implementación de nuevas tecnologías?

En lo que es impresión, troquel, pegado, pre prensa y en sus aspectos productivos generales yo considero que Vera y Giannini tiene los mejores estándares que hay, invirtiendo constantemente en vanguardia tecnológica. Pero eso se compra. El tema de

fondo es tener a la mejor gente, a quienes aportan valor. Tener el *know how* y sacarle partido. La tecnología es sólo una parte de la ecuación.

¿Qué acciones han tomado para convertirse en aliados estratégicos de sus clientes?

No sólo hay que tener buenas intenciones sino hay que generar un verdadero espacio “win to win”. Es un tema de actitud, de compromiso a largo plazo, de escuchar e interpretar lo que quieren los clientes. Por eso, más que dedicarnos a generar slogans, pusimos freno de mano y analizamos con detención todos nuestros procesos, en cuanto a forma y fondo, teniendo como norte las necesidades de nuestros clientes y desestimando todo aquello que no se alinea.

En este desafío es importante que la gente esté bien alineada, ¿cómo lo logran?

Primero hay que preguntarse si tenemos a la gente adecuada que nos permita enfrentar los futuros desafíos y cuáles deberían ser sus competencias. Contar con colaboradores, capacitados, comprometidos y en definitiva alineados ha sido difícil, ya que por un lado se debe rescatar la experiencia y por otro se deben generar nuevas maneras de enfrentar el mercado y sus desafíos. El cambio constante es una máxima de mercado y las estrategias deben adecuarse a esto.

¿Cómo incentivan la innovación en diseño y procesos?

Para innovar te tienes que permitir equivocarte, por lo tanto se tiene que generar un ambiente donde estas nuevas ideas se prueben. Se han organizado diferentes instancias como por ejemplo “La Carrera de Campeones”, donde cualquier persona que participa de la empresa puede proponer ideas concretas de cómo hacer las cosas de manera más efectiva y eficiente. Hoy contamos con un departamento de Research and Development en el cual trabajan en conjunto personas de diferentes edades, expertos en diferentes ámbitos, los que abordan los problemas con distintas visiones pero con un objetivo claro y común.

Lee las entrevistas completas en
www.asimpres.cl

Síguenos en como Asimpres

En la senda de la excelencia en Educación y Formación Superior Técnica



Gerardo Ledermann, Gerente General HAGRAF y Carlos Hernán Aguirre Vargas, presidente INGRAF. Firma convenio de colaboración y trabajo, HAGRAF, 10 de enero 2013.

Damos la bienvenida a nuestros nuevos aliados

HAGRAF

business partner of
HEIDELBERG

POSTULACION 2013

Técnico de Nivel Superior en:

- Impresión Offset
 - Impresión Flexográfica
 - Gestión y Producción de Medios Gráficos
- *Consulta por cursos en PostPrensa

Inicio de clases 2ª semana de marzo 2013

Chile necesita
600 mil Técnicos
Fuente: SOFOFA



Educación
en Alternancia

admission-ingraf@educagrafica.cl
© 2555 29 51 – www.cftingraf.cl

ENTREVISTA

ENERO 2013



Verónica Ruz Farías, Head of Accounting Advisory Services - IFRS de la empresa KPMG

“Es el momento de sincerar la contabilidad”

• LA IMPLEMENTACIÓN EN CHILE DE LAS NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACIÓN FINANCIERA (IFRS) PRESENTA VENTAJAS PERO TAMBIÉN DESAFÍOS. PARA ANALIZAR LAS IMPLICANCIAS DE LA NUEVA NORMA CONTABLE, ASIMPRES ORGANIZÓ UNA CHARLA DICTADA POR VERÓNICA RUZ FARIAS, EXPERTA EN IFRS DE LA EMPRESA INTERNACIONAL KPMG, DEDICADA A SERVICIOS DE CONSULTORÍA Y AUDITORÍA.

Fue en 2009 cuando Chile comenzó a aplicar las IFRS, Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF en español), convirtiéndose en uno de los primeros países de Sudamérica en implementarlas.

De manera paulatina, las empresas reguladas por las respectivas superintendencias, como las sociedades anónimas abiertas, los bancos y las compañías de seguro, comenzaron a utilizar este nuevo lenguaje contable. En la actualidad, más de un 90% de ellas se encuentra aplicando y presentando su información financiera conforme a las normas internacionales.

Hoy, el cambio también es una realidad para aquellas sociedades que no cuentan con un ente regulador. El primero de enero de 2013 fue la fecha de inicio de la aplicación de las IFRS para este tipo de empresas.

Esto implica que los estados financieros al 31 de diciembre de este año deben ser preparados bajo IFRS. Los contadores y auditores externos tienen que seguir este modelo. “Ya no van a existir los principios contables PCGA, que se conocían a través de los boletines técnicos y que eran publicados por el Colegio de Contadores de Chile”, comenta Verónica Ruz.

Las IFRS, emitidas por el IASB, International Accounting Standards Board, son modelos contables de aplicación mundial, cuyo objetivo es uniformar las prácticas contables entre distintos países para mejorar la comparabilidad y transparencia de la información financiera a nivel global.

Sus ventajas y beneficios se aprecian desde la óptica de la gestión estratégica, la evidente internacionalización, dada por el comercio exterior, la conquista de mejores mercados y atracción de inversionistas extranjeros.

El principio de su creación fue hacer más transparente la información financiera, y tratar de plasmar en la contabilidad la manera en que una empresa define y gestiona su negocio durante el período que informa.

Esto implica un cambio de paradigma, ya que el énfasis está puesto en el fondo económico de las transacciones, por sobre la formalidad legal y la concepción tributaria. Por eso, sobre todo al momento de iniciar la conversión, cobran sentido las preguntas fundamentales de ¿cuál es mi negocio? y ¿cuáles son mis actividades principales?

La Conversión

Uno de los requisitos de los estados financieros bajo IFRS es que deben ser comparativos, de al menos un año. Por lo que para presentar estados financieros a fines del 2013, será necesario también, rehacer los estados financieros presentados bajo normas contables PCGA el 2012, convirtiendo el balance de apertura de ese año a balance IFRS (1º de enero). “Ese es el esfuerzo más significativo, cuando se aplica por primera la IFRS en un proyecto de convergencia”, afirma Verónica Ruz.

Por lo tanto, el 2012 es considerado el año de transición, en el cual coexistirán dos normas contables: la PCGA local y la información reexpresada bajo IFRS.

Una de las principales preguntas que surgen tienen que ver con su obligatoriedad. Para las sociedades fiscalizadas es ineludible su implementación, mientras que para las sociedades no fiscalizadas esto dependerá exclusivamente de los requerimientos de información que la empresa deba presentar. “Algunos bancos ya están empezando a pedir cierta información bajo

El énfasis de las IFRS está puesto en en el fondo económico de las transacciones, por sobre la formalidad legal y la concepción tributaria.

normas internacionales. Pero si las empresas igualmente las presentan así, serán mejor recibidas”.

Por otro lado, el IASB, emitió un estándar simplificado de las IFRS, llamadas NIIF para Pymes, el que puede ser usado solamente por aquellas empresas que no tienen la obligación de rendir cuentas públicamente. Estas empresas tienen la posibilidad de elegir aplicar las normas completas (Full IFRS) o el modelo simplificado.

El rol del Servicio de Impuestos Internos en este panorama se limita, como siempre, a temas de carácter tributario. Por lo que “es el momento de sincerar la contabilidad. Estamos muy acostumbrados a llevar contabilidad tributaria antes que financiera”, opina Verónica Ruz. A partir de hoy, deberán considerarse siempre dos bases de valoración: contable (IFRS) para ser utilizada para la toma de decisiones; y la información tributaria para el pago de impuestos.

Comenzar cuanto antes

El consejo de Verónica Ruz es no dilatar más el proceso de conversión. “Nunca es temprano para comenzar, porque cuando se ha iniciado uno se da cuenta de la complejidad que tiene la aplicación de estas normas en algunos casos”.

Por ejemplo, las IFRS ofrecen opciones para valorar activos, algunos pasivos y opciones de revelación. En cuanto a medición de activos fijos, un terreno por ejemplo, existe la opción de valorarlo al costo o asignarle un valor justo, de mercado. Se trata de definiciones que la empresa deberá comenzar a tomar.

Estas normas trabajan bajo las hipótesis fundamentales de negocio en marcha y el devengado. Es decir, lo que se va registrando en la contabilidad son los cambios que experimentan los activos y pasivos basándose en las condiciones que actualmente están vigentes.

Otro aspecto a tener en cuenta es que ya no debiese utilizarse el mecanismo de corrección monetaria, ya que sólo lo deben ocupar países que tienen una moneda hiperinflacionaria, que no es el caso de Chile desde 1982.

Por último, es relevante tener en cuenta el dinamismo de este modelo. Verónica Ruz confirma: “Lo único permanente es el cambio en las normas internacionales”. Anualmente, el IASB mantiene cerca de 40 proyectos que consideran nuevas normas o

para revisar e incorporar enmiendas o mejoras a las actuales normas emitidas, muchas de las cuales tendrán impactos relevantes. El consejo de la experta a los contadores es claro: “Si no se mantienen actualizados, van a quedar fuera del mercado rápidamente”.

Y ante los cuestionamientos sobre la permanencia efectiva de estas normas, Verónica Ruz sentencia: “Las IFRS llegaron para quedarse”.



HAGRAF

Tel.: (56-2) 827 80 00 / www.hagraf.com

antalis ask Antalis **gms**

Tel.: (56-2) 7300000 - 800223012 / www.gms.cl

Canon

Tel.: (56-2) 477 61 00 - 800 470 855 / www.canon.cl

Síguenos en como Asimpres

Plena asistencia tuvo la Cena

● DURANTE EL EVENTO, REALIZADO EL PASADO 3 DE DICIEMBRE, IMPRENTAS Y PROVEEDORES DEL PAÍS SE REUNIERON EN UN AMBIENTE DISTENDIDO Y DE CAMARADERÍA CON EL FIN DE ENMARCAR EL HITO QUE SIGNIFICA EL CIERRE DE AÑO Y HACER UN BALANCE DE LO ACONTECIDO EN LA INDUSTRIA.

● EN LA OCASIÓN, SE ENTREGÓ EL PREMIO LÍDER GRÁFICO DEL AÑO AL SR. CARLOS CASTILLO IVER, VICEPRESIDENTE DE EMPRESAS JORDAN S.A. ADEMÁS, SE HICIERON ENTREGA DE LOS PREMIOS A LOS MEJORES PROVEEDORES, Y A LAS EMPRESAS GANADORAS DE PREMIOS AUSTRALIS Y THEOBALDO DE NIGRIS.



Carlos Castillo, Vicepresidente de Jordan recibe de manos del Presidente de Asimpres, Patricio Hurtado el galardón como Líder Gráfico del Año, acompañado de Miguel del Río, Líder Gráfico 2011.



El Director de Asimpres, Juan Pisano, hace entrega del premio a Mejor Proveedor Año 2012 de Equipos y Maquinarias a Felipe Arias, Gerente General de Davis Graphics.



Alvaro Ide, Gerente General de Antalis GMS, recibe de nuestro Director, Felipe Villaseñor, el premio a Mejor Proveedor de Insumos Gráficos 2012.



Álvaro Carvajal de Dipisa recibe el premio como Profesional Gráfico de Excelencia de manos del Director de Asimpres, Felipe Báez y de Roberto Tapia, Editor de Impresiones del Mundo Gráfico.

Jorge Sanhueza, Printer

Estoy muy contento, muy orgulloso. Hoy ganamos dos grandes premios. Ya llevamos varios años siendo galardonados así que estamos muy entusiasmados con lo que fue el año y con lo que viene. Creemos que va a ser un buen 2013. Va a ser un año de crecimiento para la empresa. Estamos cumpliendo nuestras proyecciones y el presupuesto que nos habíamos propuesto así que la vara queda alta porque siempre nos proponemos crecer por sobre lo que fue el ejercicio del año anterior.

Este año incorporamos tecnología digital en color, estamos revisando otras industrias, otros mercados, contamos con CTP ecológica: la innovación es una de las herramientas que ocupamos para seguir creciendo.



Ricardo Schaub, Optima

El encontrarse con toda la gente que normalmente uno no ve durante el año, es un agrado. Lo mismo que ver a los premiados, lo contento que se ponen y uno poder felicitarlos por la labor realizada durante el año.

Para nosotros específicamente el 2012 fue un año complicado, de grandes inversiones, pero un buen año en definitiva.

En ese sentido, el 2013 esperamos sacar provecho de las inversiones y empezar a profitar de ellas. La innovación tiene un espacio importante porque siempre queremos estar a la vanguardia de lo que es la industria gráfica. Nuestros desafíos son mantener la calidad y mantener contentos y motivados a los equipos de trabajo.



Ricardo Báez de Color Impresores

Me parece una buena instancia para reunirse con la gente del rubro, es un espacio donde se encuentran distintas generaciones y distintas visiones. Es una instancia sana de convivencia.

El 2012 me parece que fue un año bueno, fue el año de la Drupa, donde se vieron nuevas tendencias.

Este año nos vamos a fortalecer en el servicio que tenemos. Más allá de ir diversificando, tendemos a consolidar nuestro servicio, de acuerdo a los desafíos que nos ponen los mismos clientes: la calidad en la entrega, en los plazos, la atención y disposición.



Anual de la Industria Gráfica 2012



Los directores, Nelson Cannoni, Felipe Villaseñor y Juan Pisano hacen entrega del premio Mejor Proveedor en la categoría Servicios Gráficos, a Jorge Grau, Gerente General de Micropack.



Michel Sabelle, Gerente de Artica Impresores recibe de los directores Eduardo Spencer y Juan Alberto Fierro el Premio Australis 2012 en la categoría Etiquetas Autoadhesivas.



Los asistentes disfrutaron con los juegos y decoración del evento, que este año estuvo inspirado en los años 60.



Juan Marinetti, Asesor de Asuntos Internacionales del directorio, hace entrega del Premio Theobaldo de Nigris a Carlos Agurto y Andrea Ramírez de Artica Impresores, Juan Pablo Morgan de Ograma Impresores y Carlos Hernán Aguirre de Quad Graphics.



Ejecutivos de Impresora Printer, junto a su Presidente, Jorge Sanhueza A., Gerente General, Jorge Sanhueza G. y Gerente de Finanzas y Desarrollo, Martín Sanhueza G.



De izquierda a derecha: Manuel Luis Hurtado de Salviat Impresores; Blanca Monares, Pedro Peñaloza, Boris Peñaloza de ColorGraphic; Jaime Chepillo, Oscar Eirmann, Gabriel Rivera, Ernesto Salviat Escaff, Ernesto Salviat Wetzig de Salviat Impresores y Carlos Eichholz de Colorama.

Patricio Alcalde, QuadGraphics

Yo este año encontré la Cena muy entretenida. El lugar diferente, con una ambientación estupenda y todo eso es parte del síntoma de estar suscritos a Asimpres.

El año 2012 ha sido intenso, dinámico de mucho trabajo. Creo que la industria gráfica, a pesar de todas las objeciones y observaciones tiene mucho futuro.

Para el 2013 vamos a mantener la línea de mucho trabajo, mucha cooperación, de mucha integración con el resto de los asociados, pero entendemos también que una visión digital del negocio es viable y así lo estamos haciendo con inversiones en esa línea de negocios electrónicos. Vemos al offset con mucha vigencia, con futuro, pero claramente de la mano de una inversión digital para darle un mayor agregado al producto impreso.



Gregorio Lira, Xerox Chile

Para nosotros es muy importante este evento que hace Asimpres y compartir con toda la industria, relacionarnos, y obviamente tener un momento para celebrar el año que se va cerrando.

Este año partió con muchas incertidumbres, en Drupa vivimos mucha baja de público, pero post Drupa cosechamos muchos negocios, y creo que estamos cerrando, a pesar de los pronósticos y la crisis en Europa un muy buen año.

Para el próximo año estamos consolidando las prensas de alto volumen con nuestros equipos de tecnología inkjet color de bobina a bobina y tenemos nuevos lanzamientos que vamos a anunciar próximamente.



Boris Peñaloza de Color Graphic

Instancias como estas son importantes porque conversamos, compartimos con proveedores, a veces se generan lazos comerciales que sirven para hacer inversiones. Discutimos los precios, para no toparnos con los clientes. Por lo tanto es bueno reunirnos. Tú ves que la gente aquí está contenta, todos se conocen, conversan amablemente y eso hace la competencia más sana.



Síguenos en como Asimpres



ImageX construye nuevo edificio corporativo

La zona industrial de Huechuraba fue el lugar elegido por ImageX para construir su nuevo edificio corporativo y centro de distribución.

El terreno de 11.000m² fue elegido por su conectividad, ya que cuenta con fácil acceso de carreteras, paraderos, centros comerciales y universidades, además de una próxima estación de Metro.

El primer piso estará orientado a los clientes. Habrá un showroom, un área para capacitaciones y una sección para maquinarias más pesadas, en la que se pretende realizar, entre otras actividades, talleres de rotulación de vehículos.

En el segundo piso se proyecta el área comercial, oficinas, una sala de reuniones con última tecnología para conferencias y webinars, junto a un espacio para soporte técnico.

“Esto no es una apuesta. Creemos en la industria y en el futuro de ella”, expresó Eduardo Israel, Gerente Comercial de ImageX, quien junto a José Alaluf, Gerente General y otros ejecutivos y colaboradores, realizaron un recorrido guiado por las obras a principios de diciembre.

La inauguración del nuevo edificio se realizará en marzo de este año.

ANIVERSARIOS

ENERO / FEBRERO

• Color Grafic Chile Ltda.

Gerente General: Pedro Peñaloza Ch.
Fundada: Enero 1993
Ingreso Asimpres: 04/12/2003
Años que cumple: 20



• Davis Graphics S.A.

Gerente General: Felipe Arias Q.
Fundada: Enero 1968
Ingreso Asimpres: 08/04/1993
Años que cumple: 45



• Moller + RyB Impresores

Gerente General: Ronald Roberts
Fundada: Enero 2009
Ingreso Asimpres: 29/12/2009
Años que cumple: 4



• Muller Martini Chile S.A.

Gerente General: Sergio Espiñeira P.
Fundada: Enero 1999
Ingreso Asimpres: 19/04/2011
Años que cumple: 14



• Sunchemical (Chile) S.A.

Gerente General: Gabriel Silberstein
Fundada: Enero 1997
Ingreso Asimpres: 28/11/86
Años que cumple: 16



• Alphaprint Impresiones Creativas S.A.

Gerente General: Jaime Smirnow S.
Fundada: Febrero 1999
Ingreso Asimpres: 04/12/2003
Años que cumple: 14



• Multigrafica S.A.

Gerente General: Francisco Guzmán
Fundada: Febrero 1983
Ingreso Asimpres: 07/07/1993
Años que cumple: 30



PrintPromotion

PrintPromotion se realizará en Santiago

El próximo 18 de marzo tendrá lugar en Casa Piedra el evento PrintPromotion.

La actividad se trata de una conferencia organizada por el departamento de tecnología de impresión y papel del VDMA, la Asociación Alemana de Fabricantes de Máquinas y Plantas Industriales.

El evento, en cual Asimpres participará activamente, estará centrado en las novedades de impresión de envases y embalajes y estará compuesto por diversas charlas brindadas por empresas como Kolbus, KBA, Heidelberg, Moog, IST y W&H.

Las inscripciones se realizan a través del sitio web de Camchal.



Konica Minolta premia a Antalis GMS

Datanet, distribuidor en Chile de los equipos de impresión digital Konica Minolta, distinguió a Antalis GMS con el Premio “El Mejor de los Mejores”, como distribuidor nacional, en reconocimiento a su trabajo en el desarrollo de la marca y por haber logrado el mayor volumen de venta a nivel nacional, con 150 equipos instalados en un año.

Este premio fue entregado en la Convención Anual de Distribuidores Konica Minolta, realizada recientemente en el Centro de Eventos El Pregón, oportunidad en que Mercedes Corbalán, Gerente de Soluciones, Equipos y Servicio Técnico de Antalis GMS, agradeció el trabajo de su equipo.

En la oportunidad, se entregaron también reconocimientos al Mejor Proyecto, Mejor Distribuidor en Santiago y Mejor Distribuidor en Regiones.



Tarifa especial para viajar a la GOA

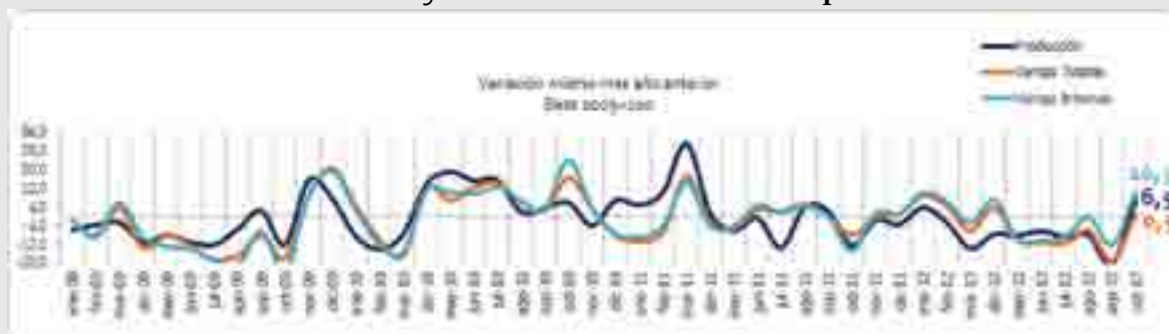
Asimpres, en convenio con American Airlines y a través de la agencia Job Travel, consiguió una tarifa preferencial en vuelos Santiago-Miami a USD 1.191 (fee de emisión de USD 100), saliendo el 19 de febrero.

Este año, la Graphics of the Americas (GOA), producida por la Asociación de Impresores de Florida, se llevará a cabo del 21 al 23 de febrero en la ciudad de Orlando.

Esta Expo, una de las más grandes del continente, agrupa anualmente a la industria gráfica, combinando la muestra de tecnologías con charlas, seminarios y actividades educativas.

Se trata de una buena oportunidad para hacer contactos significativos a nivel internacional, ya que se espera asistan cerca de 10 mil impresores y profesionales del área gráfica de 80 países diferentes.

Indice de Producción y Ventas Físicas Industria Impresora Sofofa



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., Natalia Ramos B. y Carla Caorsi R. • Fotografías: Archivo ASIMPRES. • 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.