

Impresiones

Del Mundo Gráfico

ABRIL 2015 AÑO 9, Nº 93 - DISTRIBUCION GRATUITA



¿En qué está la gráfica latinoamericana?

Con el impulso de Brasil y Chile en la presidencia y vicepresidencia, la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica renueva su enfoque.

Asimpres estrecha vínculos con ACHAP para robustecer Informe de Inversión Publicitaria



Página 6

Primer encuentro gráfico del año abordó los desafíos de reforma tributaria

Páginas 4 y 5

6
Tatiana Malfanti, nueva gerente de Morgan Impresores



8
Asimpres y Consejo de Producción Limpia evalúan una nueva etapa del APL

25 años de Photoshop

POR JOSÉ BODET



“Por más tecnología que se haya entregado al mundo creativo, los archivos siguen llegando sin cumplir con los requisitos de impresión”

¡No puede ser... 25 años! Es como si fuera ayer cuando me llegó ese disquete con una versión beta del software que, solo meses más tarde,

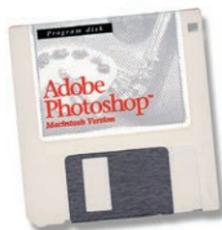
revolucionaría el diseño, la industria gráfica... y mi propio destino.

Mi flamante Apple Macintosh II, el BMW de aquel año 1989, con sus 4 megas de Ram y 40 megas de disco duro —megas, no gigas— casi se incendia al abrir la única imagen que venía junto a Photoshop: unos autitos de juguete en JPEG que, al descomprimirse, pesaban la enormidad de... 6MB!

Hoy, trabajo desde un portátil Apple, con 8 mil megas de Ram, 524 mil megas de disco duro y Photoshop CC. Además, mi cuenta Creative Cloud me da acceso a miles de fuentes tipográficas, texturas, símbolos, imágenes, 20GB de espacio en la nube y un portal para dar a conocer y conseguir trabajos. Pero no es todo, mi iPad y iPhone pasaron a ser extensiones naturales de mi MacBook, al tener varias Apps gratuitas que me permiten crear pin-

celes, paletas de color y bocetos que se sincronizan con mis aplicaciones desktop. Y hasta cuento con el mismo Photoshop en versión Touch!

¿Y qué ha cambiado en 25 años? Todo y nada a decir la verdad. Todo, porque hoy las acciones se ejecutan más rápido y con menos recursos y esfuerzos de lo que se necesitaba ayer. Los súper procesadores, junto al complemento vitamínico Adobe Photoshop CC y los múltiples servicios Creative Cloud, hacen que diseñemos conectados, en cualquier lugar y en tiempo real. Todo, porque la tecnología lleva los límites y restricciones para plasmar nuestra creatividad a confines desconocidos. Y nada, porque por más tecnología que se haya entregado al mundo creativo, los archivos siguen llegando sin cumplir con los requisitos de impresión. Nada, porque la creatividad sigue siendo el motor del diseño y no la tecnología, y porque ésta última, sin bien ha mejorado considerablemente la productividad gráfica y sus costos, no ha beneficiado en la misma proporción a la primera.



Gestión y ventas

Si tienes miedo de capacitar y que se vayan...

POR JORGE ZAMORA



Más de una vez oí a un gerente decir que prefería no capacitar a sus vendedores porque “después se iban”.

Es contra-intuitivo, pero el problema es otro. El problema es no invertir en las personas y que esas se queden!

Jim Collins, el reconocido consultor de negocios, indica que los gerentes que lograron llevar sus empresas de “buenas” a “extraordinarias”, tuvieron en común una cosa: se aseguraron de tener a la gente correcta en la empresa y la gente incorrecta fuera de la empresa.

Desarrollar los talentos es la prioridad de un buen líder. Y sacar a los ejecutivos de bajo desempeño, es igual de importante.

¿Cómo identificar las áreas en que hay que entrenar a los equipos? Para eso, hay que encontrar las restricciones o sus cuellos de botella, haciendo las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el problema que cuando empeora, todo el negocio empeora?
- ¿Cuál es el eslabón más débil de la cadena?
- ¿Mis vendedores resuelven sus problemas solos?

Busca la restricción y capacítalos en eso. Más foco equivale a más venta.

Auditorías internas para calcular el precio de venta

POR CARLOS MIRANDA RV Y ASOCIADOS



Durante esta década me ha tocado ser testigo de las distintas formas de cotizar que tienen las empresas gráficas, distintas variables y modos de enfrentar el desafío de llegar a buen precio dentro del mercado.

Lo importante aquí es saber que: “Yo soy mi primera competencia, yo soy mi primera referencia”.

He visto, muchas veces, determinar un precio de venta con el oído pegado al taller. Otras veces, cotejándolo con la competencia. Lo cierto es que jamás tendremos una respuesta acertada de porqué el otro vende más barato que nosotros. Hay demasiadas variables (estructura de costos, compra de materias primas, forma de ver utilidades, gastos generales, comisiones de ventas) que hacen que el costo de una orden sea diferente de una imprenta a otra.

Lo importante aquí es saber que: “Yo soy mi primera competencia, yo soy mi primera referencia”. Debemos pensar que lo más importante es tener claridad en la aplicación de costos y de la utilidad que necesitamos

para hacer de un trabajo un buen negocio.

Muchas veces dejamos al contador preparar nuestros esquemas de costos y son ellos, quienes por desconocimiento de gráfica, asignan costos a cuentas que no corresponden. Así, por ejemplo, nos encontraremos con costos de transportes asignados como Gastos Generales, siendo que ellos deben ser asignados como Costos Variables y atribuidos a una Orden de Trabajo.

Debemos ser capaces, por ejemplo, de poder calcular la utilidad real de un trabajo, es decir, cuánto ganaremos por una orden en particular.

Pero también, debemos tener un sistema que nos permita hacer una re-cotización, para que una vez terminado un trabajo podamos confrontar los datos del presupuesto contra los costos resultantes de una Orden de Trabajo. Este ejercicio que es vital.

Una vez realizadas estas pequeñas auditorías, podemos estar tranquilos de que nuestra información es segura y está bien asignada.

Editorial

Reformas y Contrarreformas

Fue un acierto de Asimpres abrir el trabajo gremial del presente año con un encuentro gráfico donde se abordó sin complejos y desde tres ángulos complementarios y contrapuestos la reforma tributaria.

Agradecemos la participación del Tesorero General de la República, Sr. Hernán Frigolett, al economista y consultor del FMI, Sr. Luis Eduardo Escobar y al Presidente del Instituto de Derecho Tributario, abogado, Sr. Rodrigo Benítez por sorprendernos al adelantarse que ya se está pensando en la “reforma de la reforma” que se está comenzando a implementar después de un convulsivo año de trabajo legislativo.

Como ya fue anunciado, el próximo encuentro Asimpres se hará cargo de los resultados del fragmentado proyecto de reforma laboral. Para responder a los grandes desafíos del futuro la industria gráfica demanda de la modernización de la reglamentación laboral, inclusiva a las más diversas realidades de las heterogeneas actividades de cada área de las empresas, para que, en conjunto, conformen un eficiente motor industrial.

Chile necesita una innovación laboral con visión de futuro, promoviendo la libertad para el progreso individual, altamente orientada a la eficiencia, profesionalismo y acorde con la flexibilidad que traen consigo los próximos desarrollos tecnológicos, debe amparar las diversas realidades de las Pymes, las mujeres, los estudiantes, los emprendedores, medianos empresarios, profesionales y trabajadores independientes, en perfecto equilibrio con la realidad de las grandes empresas y corporaciones estatales, privadas e internacionales.

En el ámbito internacional, agradezco el especial saludo del Sr. Fabio Arruba Montara, presidente de la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica, CONLATINGRAF, organización internacional fundada por empresarios chilenos, donde Asimpres ha participado ininterrumpidamente durante sus 47 años de actividad regional y mundial.



Roberto Tapia Mac D. Editor

Impresiones

Del Mundo Gráfico

IMPRESIONES DEL MUNDO GRÁFICO® es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos de Chile A.G. ASIMPRES | comunicaciones@asimpres.cl | www.asimpres.cl

Comité Editorial: Nelson Cannoni B., Roberto Tapia Mac D., María Eugenia Mingo S., Natalia Ramos B. y Carla Caorsi R.

Fotografías: Mauricio Vega, Natalia Ramos B. y Archivo ASIMPRES. **Impresión:** Quad Graphics. **Tiraje:** 10.000 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.

Fabio Montara,
Presidente de
Conlatingraf

“INGRESAMOS A UNA NUEVA ETAPA”



La organización que agrupa a los gremios gráficos latinoamericanos realizó una importante reestructuración, y hoy trabaja con nuevo impulso para construir sinergia sectorial.

Fabio Mortara, actual presidente de Conlatingraf, segundo vicepresidente de la Asociación Brasileña de la Industria Gráfica Abigraf y *country manager* de la campaña Two Sides Brasil, conversó con Impresiones sobre los desafíos de la organización y la realidad del principal mercado gráfico latinoamericano: Brasil.

¿Cuál es el enfoque que se le quiere dar a su gestión como presidente de Conlatingraf?

La actual gestión tuvo como punto de partida el compromiso con cinco metas principales: la realineación institucional y la estabilización financiera de la entidad; la creación de un banco de datos económicos de la industria gráfica del bloque latinoamericano; la extensión de la oferta de entrenamientos técnicos y de gestión por aprendizaje a distancia; la actualización del sitio; la ampliación del alcance del Premio Theobaldo De Nigris. A esta altura, ya reunimos innumerables progresos: las cuentas de la entidad se encuentran estabilizadas; un nuevo sitio web está en el aire (www.conlatingraf.net); el reglamento del premio se actualizó; y estamos construyendo un banco sectorial de datos económicos. Estoy seguro de que el intercambio de informaciones técnicas y económicas es esencial para la construcción de una sinergia sectorial que beneficie a todas las empresas de la región.

¿Cuál es el diagnóstico que realiza de lo que ha sido la Confederación los últimos años?

La Confederación atravesó serias dificultades. Pero el empresariado latinoamericano, por medio de sus entidades asociadas, consiguió mantenerse unido, y la Conlatingraf se reestructuró, innovó y hoy ingresa en una nueva etapa, más preparada para soportar los desafíos de tornar la industria gráfica latinoamericana más integrada y competitiva.

¿Cuál es el estado de salud comercial de la industria gráfica brasileña?

En 2014, la industria gráfica brasileña registró una caída de 2% en la producción, lo que afectó el nivel de empleo (-2,4 %) y de inversiones (-17 %). Pero entendemos que las dificultades son transitorias y resultan de ajustes indispensables de la economía. Con la retomada del crecimiento económico y el aumento del consumo, en 2016, 2017, la industria gráfica está lista para retomar la trayectoria ascendente.

¿Cuál es el principal desafío de la industria gráfica brasileña?

El tipo de cambio hoy es el punto de atención. Aunque a largo plazo el alza del dólar favorezca a las industrias gráficas exportadoras, de inmediato, impacta negativamente, pues dependemos de insumos importados, como chapas, papel, tintas.

¿Cuál es la realidad del mercado informal en Brasil?

El Gobierno brasileño viene desarrollando varias estrategias para combatir la informalidad. En este momento, por ejemplo, se estudia la ampliación del techo de facturación para el ingreso de las empresas en programas como el Simple Nacional y el Supersimples, un régimen compartido de recaudación, cobro y fiscalización de tributos, actualmente aplicable a pequeñas y microempresas. Otra iniciativa exitosa fue la creación, en julio de 2009, de la figura jurídica del Microempresario Individual, elogiada por la Organización Internacional del Trabajo y que, desde su creación hasta marzo pasado, ya formalizó a 4.876.141 microempresarios.

La mirada tradicional de la industria gráfica ha variado considerablemente, sobre todo con el avance tecnológico y las posibilidades de integrar nuevos procesos y servicios ¿cómo se

mantiene la cohesión interna?

Comparto la visión de Frank Romano, profesor emérito del Rochester Institute of Technology, para quien todo lo que comprende impresión, sea cuál sea la plataforma o el proceso utilizado, es industria gráfica. Hoy, esta identificación se volvió más compleja, pero no cambia la naturaleza de la actividad. Para él, la impresión no es solamente una cosa, sino muchos productos diferentes. Abigraf, actualmente con 22 regionales y presidida por Levi Ceregato, entiende que es necesario un esfuerzo continuo en el sentido de reinventarse y acoger toda esta diversidad —posición compartida por Conlatingraf. La tecnología evoluciona cada vez más rápido, y cabe a los líderes del sector actuar como facilitadores del acceso a este conocimiento. Y para ello las ferias sectoriales de tecnología constituyen un apoyo fundamental.

¿Cómo evalúa las campañas como Two Sides?

Two Sides Brasil hoy se configura como un movimiento especialmente privado, que se mantiene a partir de contribuciones de entidades y empresas que comprenden la importancia de difundir la sustentabilidad de la comunicación impresa y combatir el *greenwashing*. De hecho, Brasil tiene grandes áreas forestales en diferentes biomas, pero estas no se confunden con las haciendas de árboles utilizadas para la fabricación de celulosa. Hoy, 100% de la celulosa y del papel producido en Brasil proviene de árboles cultivados.

Congreso gráfico en Rio de Janeiro

Del 30 de septiembre al 2 de octubre en la ciudad de Rio de Janeiro se realizará la XVI versión del Congreso Brasileiro de la Industria Gráfica que abordará temas de innovación, creatividad, estrategia y competitividad. Además, en dicha oportunidad se hará entrega del Premio Latinoamericano de Productos Gráficos Theobaldo de Nigris.



Asimpres organiza el primer encuentro gráfico del año abordando reforma tributaria



Equipo Ejecutivo de Artica Impresores



Juan Pablo Figueroa y asistentes al evento



Jan Socha realizando una pregunta junto a Gustavo Reinderbach



Fernando Consiglio, XXXXX, Hernán Bercovich



César Morales, Soledad Santamaría y Alberto Cornejo

El pasado 25 de marzo, la Asociación de Industriales Gráficos, Asimpres, organizó un seminario para socios y empresarios gráficos con el objeto de tratar los principales aspectos de la nueva normativa tributaria, así como también dar a conocer su plan de implementación.

La actividad contó con la exposición del Tesorero General de la República, Hernán Frigolett; el economista y ex consultor del FMI, Luis Eduardo Escobar y el abogado, socio Tax&Legal BDO y presidente del Instituto de Derecho Tributario, Rodrigo Benítez.

Las exposiciones estuvieron orientadas tanto a explicar las principales medidas, como también a revisar ejemplos concretos que pudieran orientar la toma de decisión interna de las empresas. Sin embargo, el encuentro también dio espacio a que los propios expositores y asistentes plantearan algunas críticas y contrapuntos a la nueva normativa.

El Tesorero General de la República, Hernán Frigolett, se encargó de entregar la versión oficial, realizando un detallado resumen de las principales medidas aprobadas en la nueva Ley, cuyos objetivos son aumentar la carga tributaria para financiar gastos permanentes, avanzar en equidad, mejorar distribución de ingresos y disminuir la elusión y evasión. Con todo, la meta de recaudación es de 3,02% del PIB. “Esta meta se descompone en 2,5% del PIB provenientes de cambios a la estructura tributaria, y 0,52% del PIB por medidas que reducen la evasión y la elusión”, expresó.

En una posición más crítica se situó el economista y ex consultor del FMI, Luis Eduardo Escobar, quien expresó que esta reforma cumple apenas “sólo 1 o 2 objetivos de los 4” que se ha propuesto. En tal sentido y a diferencia de la posición oficial comentó que: “No está garantizado que se logre recaudar 3 puntos del PIB, cuando esté en régimen”.

También, durante el encuentro, se realizó un análisis técnico, orientado especialmente en entregar información sobre las características y beneficios de los sistemas de tributación que se proponen y que las empresas deberán elegir de aquí a diciembre de 2016.

En tal sentido, el abogado y experto en Derecho Tributario, Rodrigo Benítez, revisó los aspectos a tener en cuenta a la hora de acogerse a uno de los sistemas: el sistema atribuido

o totalmente integrado y el sistema semi o parcialmente integrado. A la vez, las empresas con venta promedio anual no superior a UF 50.000 podrán acogerse al sistema de tributación simplificada que plantea el Artículo 14 TER Pyme y para casos de actividad minera con ventas menores a UF 17.000, explotación agrícola con ventas inferiores a UF 9.000 y actividad de transporte terrestre menor de UF 5.000, podrán elegir el sistema de Renta Presunta, Artículo 34.

Para este proceso, el experto recaló la importancia de asesorarse correctamente con un contador competente y evaluar una asesoría o revisión externa. “Es un mal ahorro esperar pagar lo menos con una buena asistencia”, dijo.

El problema, según Luis Eduardo Escobar, “es que como cada empresa puede aceptar el sistema que más le convenga, la tendencia es a minimizar el pago de impuestos”.

Ante esta aparente incongruencia que presenta la reforma, el Tesorero General de la República expresó que desde el punto de vista de inteligencia tributaria, estos sistemas buscan responder directamente a la tipificación de los contribuyentes. A la vez, sobre la elección que deberán realizar las medianas y grandes empresas, planteó: “Desde la perspectiva fiscal cualquiera de los dos sistemas nos hace un incremento sustantivo de recaudación, pasar de un impuesto plano del 20% a un impuesto del 27%”.

Una vez que el sistema se implemente y se utilice, Frigolett no descarta la posibilidad que exista un “segundo tiempo de reforma a la reforma, con un fin netamente de maximizar la recaudación”.

Un anuncio que el mismo Luis Eduardo Escobar compartió en sus conclusiones, donde indicó que: “habrá que reformar la reforma para adoptar un sistema único de impuestos de primera categoría que no discrimine entre empresas, sean estas nacionales o extranjeras; y para hacer que el sistema tributario sea más justo y ayude a mejorar la distribución del ingreso”. Además, el economista agregó que quedaría por resolver el sistema tributario de los inversionistas extranjeros y el royalty a la explotación de recursos naturales.

Ante la pregunta del vicepresidente de Asimpres, Roberto Tapia, quien dirigió el proceso de preguntas y respuestas del evento, sobre la garantía de calidad del gasto público, el Tesorero de la República, Hernán Frigolett, señaló: “No hay un uso discrecional ni arbitrario. En Chile, los impuestos terminan donde tienen que terminar porque todo está normado por la ley

(...) Quiero ser bien tajante, la transparencia es a toda prueba. No hay prácticamente ningún gasto de libre disposición (en las reparticiones), todo tiene que quedar documentado e informado y después fiscalizado por la Contraloría”.

En la actividad, organizada por el gremio de los Industriales Gráficos, con el apoyo de AGFA y Suministros Gráficos, Hernán Frigolett, admitió que puede haber un proceso de ajustes futuros de la nueva normativa tributaria, con el único fin de maximizar la recaudación.



Tatiana Malfanti, nueva gerente de Morgan Impresores

La nueva gerente general de Morgan Impresores, Tatiana Malfanti (ingeniero civil industrial y MBA UAI), ingresó formalmente a la compañía a mediados de diciembre del 2014, luego de haber trabajado casi dos décadas en MM Marinetti.

En dicha empresa tuvo amplia experiencia en las áreas de Planificación y Control, Ventas Multinacionales y Compras, Logística e IT.

“Marinetti fue una gran escuela, cuando partí trabajando en 1996, Marinetti estaba en un plan de profesionalización y crecimiento, proyecto del cual fui parte activa durante todos mis años en la compañía. Finalmente, la compañía fue comprada hace unos años por el grupo europeo Mayr Melnhof, lo que obligó a incorporar varias buenas prácticas a nivel de eficiencia de producción y aspectos financieros. No cabe duda que tanto en el área personal como profesional aprendí mucho, lo que espero poder aportar como Gerente de Morgan”, expresa Malfanti.

¿Cuál es el diagnóstico inicial que pudiste realizar de Morgan?

Morgan Impresores a mi llegada estaba en un proceso de separación entre las áreas Packaging y Editorial/Publicitario, lo que finalmente se llevó a cabo a principios de febrero 2015. Por lo tanto, me encontré con una empresa que funcionaba integrada con Gráfica Quilicura y mi tarea como Gerente General de Morgan Impresores es colocar un foco 100% en el negocio de packaging.

¿Cuál será el principal enfoque de tu gestión en Morgan?

Creo que lo principal es lograr importantes mejoras a nivel de eficiencia productiva, mejora de procesos y costos y esto nos va a permitir aumentar nuestra participación de mercado, tanto en estuches como en etiquetas de papel, donde ya somos un actor importante y reconocido de la Industria.

Cuentas con amplia experiencia en planificación, control y mejora continua ¿qué oportunidades has podido identificar en Morgan en este aspecto?

La verdad es que muchas. Desde que llegué a Morgan estamos controlando los procesos productivos para poder aumentar las productividades de las máquinas a niveles adecuados a sus tecnologías. Además dada la importancia que tienen para nosotros nuestros clientes, estamos en un plan de mejora en los cumplimientos de las entregas comprometidas, lo que nos ha llevado a una planificación más acuciosa de los procesos de acuerdo a nuestras capacidades.

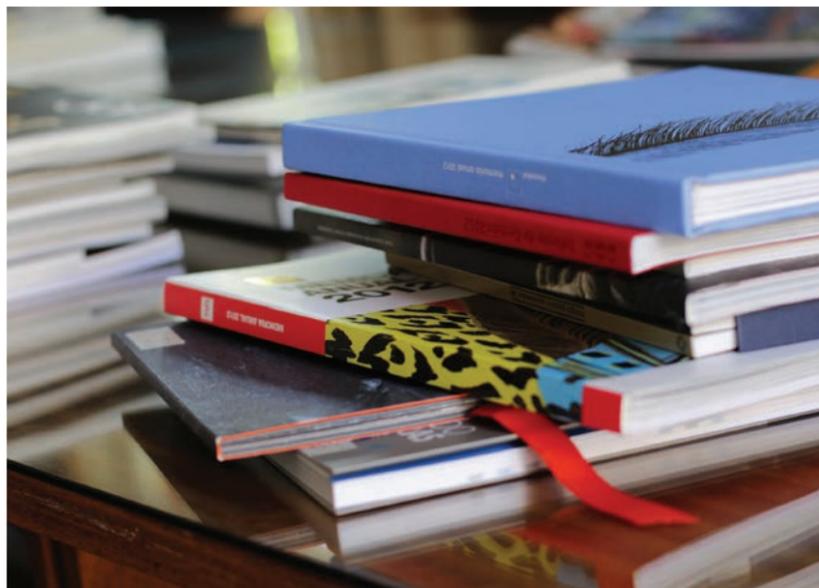
ASIMPRES integra comisión para trabajar indicaciones a Ley de Protección de Datos

El pasado 7 de abril se realizó el Tercer Encuentro de trabajo de la Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile, AMDD, con distintas asociaciones gremiales del marketing, con el objeto de acordar un eje común de trabajo para la autorregulación de la industria sobre la captación, tenencia y uso de los datos personales de los ciudadanos.

Durante la jornada, se expusieron distintas líneas de acción para enriquecer las mejores prácticas en esta materia.

La invitación extendida fue a participar de manera activa en los distintos ejes de trabajo propuestos para así adelantarse a los cambios que se avecinan y estar preparados para afrontarlos.

En la actividad Asimpres compartió su punto de vista con entidades tales como ANDA, AIM, ARCHI, CCS, Chile Diseño, AMCHAM y ACTI.



Achap estrecha vínculos con ASIMPRES para robustecer Informe de Inversión Publicitaria

La actual administración de la asociación que reúne a las principales agencias de publicidad del país, Achap, está trabajando en fortalecer el Informe de Inversión Publicitaria que anualmente publica, desde 1978.

Dicho Informe muestra la inversión de publicidad en medios convencionales, como televisión, diarios, radio, revistas, vía pública, cable, cine y online. Y contiene indicadores analizados y consolidados por Achap a partir de cifras de inversión publicitaria entregadas por los propios medios.

Sin embargo, la diversificación de la inversión publicitaria en medios no convencionales ha aumentado en la última década y no está reflejada en el Informe. La falta de medición non-media (BTL) distorsiona la importancia de la industria en la economía.

Como resultado, la industria publicitaria aparece disminuida en relación al PIB, bajando de 1% a 0,5% en los últimos años.

Para acercarse lo más posible al verdadero tamaño y la importancia de la publicidad en la economía del país, es que Achap se encuentra orientada en ampliar el actual Informe para incorporar rubros de inversión publicitaria no convencional.

Para esto, ha solicitado la colaboración de ASIMPRES, con el fin de obtener las cifras de inversión publicitaria del gremio, desagregadas por productos como memorias, folletos, catálogos, dípticos, y similares.

ASIMPRES participa en la búsqueda de soluciones por tema de Reliquidación Eléctrica

La Superintendencia de Electricidad y Combustibles ha ordenado a las empresas distribuidoras de electricidad relíquidar los consumos de los clientes sujetos a fijación de precios, debido a la actualización de las tarifas de la energía del periodo enero 2011 a marzo 2014.

SOFOFA ha sostenido reuniones con el Ministerio de Hacienda para tratar este tema y están siendo asesorados legalmente para analizar los alcances legales de la reliquidación.

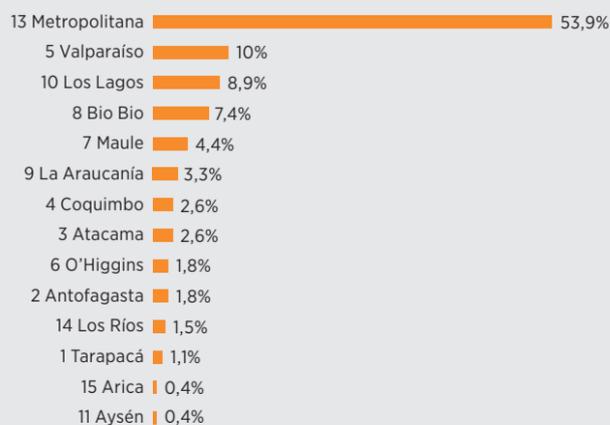
Diversos socios de Asimpres, liderados por su presidente, Nelson Cannoni, participaron en una serie de reuniones en la entidad fabril para conocer de cerca las gestiones y solicitudes que se están realizando a las empresas distribuidoras eléctricas en materia de condiciones y plazos.

• CIFRAS

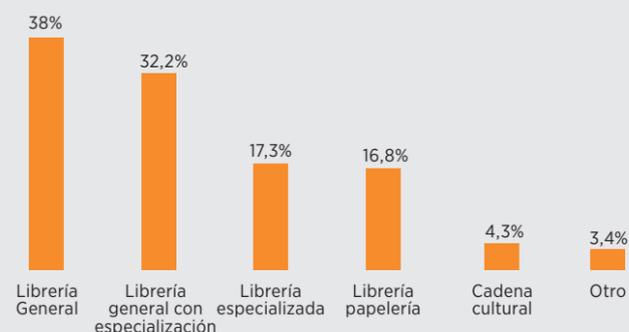
Puntos de venta del libro en Chile

El año pasado y con el objeto de describir y caracterizar el mercado del libro en Chile, la investigadora Valentina Riberi realizó un estudio que contó con el apoyo del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y la Cámara Chilena del Libro. Según registros de la Cámara Chilena del libro los puntos de venta a nivel nacional contemplan librerías, supermercados, grandes tiendas, entre otros.

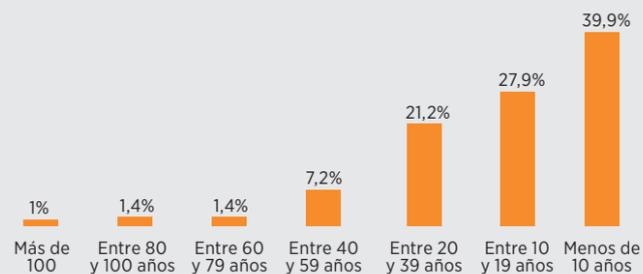
Concentración de punto de ventas por región



Tipo de Librería



Años de Antigüedad





• DESTACADO

Asimpres se reúne con Director de Consejo de Producción Limpia, Juan Ladrón de Guevara, para evaluar una nueva etapa del APL y difundir el modelo chileno en imprentas de Latinoamérica

INGRAF ofrece cursos en abril

El Centro de Formación Técnica Ingraf se encuentra realizando inscripciones para sus cursos de "Gestión de calidad en la impresión flexográfica" e "Impresión digital", que realizará en abril. Ambos cursos cuentan con código SENCE y se realizan en horarios vespertinos. Mayor información al mail v.godia@educagrafica.cl

Reseña

Nuevas aplicaciones impresas y oportunidades de negocio con la Ricoh Pro C7100x

Por José Bodet



Después de los equipos de impresión digital ofrecidos por parte de Xerox y Canon y que incluyen un quinto tóner de color transparente, Ricoh innova el 2015 sumando un nuevo tóner blanco para realizar trabajos aún más sofisticados.

La serie RICOH Pro C7100X, la más reciente línea de equipos de producción de impresión digital lanzada recién a final del año pasado en Graph Expo Chicago, está diseñada para responder a un volumen de impresión de hasta 240 mil ejemplares mensuales y ofrece la opción de un innovador tóner de color blanco o brillo transparente como quinto color y fácilmente intercambiable entre sí.

Con una velocidad de impresión de hasta 90 páginas tamaño carta por minuto (tamaño máximo SRA3 y banners hasta 70 cm de largo), sus 1.200 dpi de resolución y un precio seductor, Ricoh ofrece una solución rentable para pequeños

impresores y capaz de ampliar el rango de aplicaciones impresas, con terminaciones más sofisticadas, incluso en papeles texturados y metalizados de hasta 360 gramos.

Por supuesto, nada mejor que probar las características de esta nueva línea de equipos de impresión digital, sin olvidar aspectos como: registro entre tiro y retiro, consistencia del color durante la impresión de volumen y entre un tiraje y otro, niveles de automatización y opciones. Sin embargo, a vista de sus características, esta nueva serie de Ricoh muestra que las tecnologías de impresión digital no terminan de sorprendernos. ¿Y para cuándo colores PANTONE?

Gremios convocan a realizar una jornada de reflexión por Reforma Laboral

En un hecho inédito, los presidentes de diversas asociaciones vinculadas a SOFOFA, manifestaron su preocupación por el alcance e impacto que el proyecto de Reforma Laboral tendrá en las empresas chilenas de los distintos sectores productivos y los trabajadores del país. "Este proyecto excluye la realidad y visión de las Pymes, emprendedores, trabajadores y empresarios del país y considera sólo la visión de la CUT, que representa fundamentalmente a trabajadores del sector público y no a la mayoría de los trabajadores chilenos", expresaron en una declaración conjunta.



Cuenta regresiva para elección presidencial en SOFOFA

Días críticos se viven en el principal y más influyente gremio del país -del cual Asimpres es miembro-, ya que el próximo 29 de abril se realizará la decisiva jornada de elección del próximo presidente de la entidad, por los próximos dos años. La disputa está entre el actual timonel, Hermann von Mühlenbrock y el fundador y ex presidente de SONDA, Andrés Navarro, quien promete una renovación en el estilo de liderazgo. El directorio de Asimpres se encuentra revisando los programas para tomar una decisión de cara a la elección.

Asociación Nacional de la Prensa organiza Olimpiadas de Actualidad

Desde 2008, la Asociación Nacional de la Prensa, en co-organización con INACAP, han llevado a las Olimpiadas de Actualidad a nivel nacional donde alumnos entre 13 y 19 años se disputan el trono por convertirse en el establecimiento más actualizado. El concurso tiene como objetivo generar una instancia de promoción de la cultura y la educación, en base a las publicaciones de los medios asociados de la ANP. Además, busca incentivar la correcta comprensión lectora de sus participantes. Por segundo año consecutivo, Educaria Zig Zag será colaborador del concurso, y entregará el premio Espíritu Olimpiadas de Actualidad a dos establecimientos que lleguen a la fase Interregional y hayan destacado por su sana competencia.



Inscripciones en www.olimpiadasdeactualidad.cl

ESTA EDICIÓN FUE POSIBLE GRACIAS A:



ACADEMIA macpc
crossmedia training center

Teléfono (+56 2) 2335 4520
<http://www.academiamacpc.com>



AGFA
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) 2759 5647
www.reciclajesecotrans.cl



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



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



Teléfono (+56 2) 2230 5500
www.suministrosgraficos.cl

Síguenos en www.asimpres.cl



como Asimpres