



Empresas se comprometen con la formación de los futuros trabajadores gráficos

Páginas 4 y 5



Página 3

“El papel hoy”: Cómo cautivar a las nuevas generaciones de clientes

6
70 años de AMF
El tiempo de la tercera generación



6
Nueva América se asocia a Asimpres y lanza servicio de venta online

Nelson Cannoni es reelecto presidente

Página 7

Adobe Creative Cloud 2015

POR JOSÉ BODET



A mitad de junio, Adobe lanzó la versión 2015 de su Creative Cloud, la cual podemos resumir en el mejoramiento de su ecosistema basado en la nube, un innovador banco de imágenes y sustanciales mejoras en el rendimiento de Illustrator e InDesign.

CreativeSync

Como dice Adobe, “el corazón de Adobe Creative Cloud es CreativeSync”, una tecnología que sincroniza de forma inteligente: archivos, fuentes, pinceles, colores, preferencias y metadatos entre otros. Gracias a CreativeSync, todas las aplicaciones trabajan como si fuesen una sola (tanto en computadores como tablets o smartphone).

Adobe Stock

Resultado de la adquisición de Fotolia a principios de año, Adobe Stock ofrece 40 millones de fotos, gráficos e ilustraciones a la que cualquier usuario puede acceder pagando una suscripción adicional. Desde Photoshop, Illustrator e InDesign, podemos buscar y

bajar imágenes (con marcas de agua) y luego trabajar con ellas. Cuando el proyecto de diseño esta aceptado, se adquiere la imagen directamente desde la aplicación en la que estemos trabajando.

Y no sólo podemos comprar imágenes en Adobe Stock, sino también subir y empezar a vender nuestras propias fotografías, vídeos o ilustraciones. ¿Qué tal?

¿Las novedades?

Photoshop CC 2015 ofrece mesas de trabajo al estilo de Illustrator. Esta nueva función permite agrupar diferentes imágenes dentro de un único archivo de Photoshop, cada uno de ellas con sus propias dimensiones y capas. Fuera de esto, muy poco. En cuanto a Illustrator e InDesign, una velocidad de trabajo hasta 10 veces superior en comparación a la versión CS6. Mejoras importantes sin lugar a duda para mejorar la productividad pero personalmente esperaba más novedades. ¿Se estaría acabando la creatividad en Adobe?

Gestión y ventas

5 ideas para administrar un equipo de ventas

POR JORGE ZAMORA



Con la madurez de los mercados, competir es más difícil y vender \$1.000.000 ahora cuesta más. El caso de la gráfica, es el mismo.

Por eso, las imprentas incorporan equipos de venta: para conseguir un crecimiento sostenido en los ingresos. El problema, sin embargo, es que organizar un equipo de ventas es altamente complejo.

Algunas ideas que pueden ser de utilidad si está pensando en formar su equipo de ventas:

La formación de un equipo comienza por el jefe. Los equipos se forman desde la cabeza hasta la base, no al revés. La cabeza del equipo (el jefe de ventas o gerente de ventas) es la pieza clave que debe seleccionar a los miembros. Si de selección se trata, el líder del equipo debe contratar los servicios de una empresa especializada en reclutamiento.

Los equipos de venta no se administran solos: necesi-

tan un líder que los conduzca diariamente en lo estratégico y lo táctico. Deben tener claro, en todo momento, las respuestas a las preguntas clásicas, ¿cuánto?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo?, ¿a quién?, etc.

Prepárese para un período de al menos 3 años para formar el equipo que desea. Que 3 de cada 4 ejecutivos que ingresan a ventas fracasará, es una estadística aceptada.

Tenga una reunión diaria de ventas con cada uno, individualmente. El repaso diario de las prioridades y acciones del día tiene un efecto acumulado de gran magnitud. El error más común es distanciar las reuniones de trabajo.

Entrene, entrene y siga entrenando. Todos los seres humanos necesitamos entrenamiento continuo para mejorar y en las ventas, se cumple la misma regla. Al menos una vez cada 15 días repase las principales estrategias con su equipo y obtenga un compromiso de mejora.

Desde el taller — CLAUDIA MARDONES, ENCARGADA DE IMPRESIÓN DIGITAL Y COPIADO DE PLANCHAS DE ANDROS

Claudia llegó a trabajar a Andros el año 1993, al área de Fotomecánica. “Era más entretenido, porque te ayudaba a visualizar realmente el trabajo para el resultado en las prensas. Ahora no, tú ves la pantalla y está hecho. Aunque era más trabajo: Desde el arte, haciendo la matricería, fotografías, contactos, sacando películas limpias y planchas”.

Claudia comenzó a involucrarse con los impresos cuando aún era una escolar. Todos los sábados, con un grupo de compañeras del colegio, se dedicaban a doblar el Fortín Mapocho en la Imprenta Tamarcos. Luego, comenzó a trabajar como encuadernadora en una imprenta y realizó cursos de Fotomecánica Convencional y softwares de diseño.

Hoy en Andros, Claudia está a cargo de la impresión digital, revisiones y copiado de planchas. “Hablar de impresión en el taller siempre es como más masculino, pero la parte de la impresión digital es bien entretenida. Me gusta lo que hago, y las posibilidades están abiertas para hacer cualquier cosa”, expresa.



¿Quiere compartir sus consejos, datos y anécdotas del taller? Escribanos a comunicaciones@asimpres.cl

Editorial

Dólar versus precios

Hay nuestros costos y precios no son los mismos que hace un año atrás. Sin considerar las próximas decisiones que tomará la Reserva Federal de los EE.UU., en el transcurso de los últimos 24 meses nuestra moneda se ha devaluado un 48,94% (\$470/ \$700), y está próxima alcanzar su máximo valor de los últimos 12 años, superando incluso el costo que experimentó en plena crisis subprime.

Siendo nuestra industria esencialmente importadora, esta fuerte alza de costos afecta todo y a todos, a los equipos, maquinarias y repuestos, materias primas como papeles y cartulinas, planchas, mantillas, tintas y barnices, folias, laminados, pegamentos e insumos en general, a la vez, presiona indirectamente a la inflación que por 16 meses ha estado por sobre el rango meta del Banco Central, encareciendo progresivamente la mano de obra, el transporte, la energía y los costos financieros que en su conjunto terminan debilitando aún más el desempeño de la economía nacional.

Pero entre tantas indecisiones políticas, económicas y sociales, también hay iniciativas privadas de responsabilidad social que son dignas de aplaudir e imitar, me estoy refiriendo a los extraordinarios aportes tecnológicos realizados por Canon Chile S.A., Grafisoft y don Germán Guerra en representación de la Asociación Gremial de Valparaíso a la Escuela de la Industria Gráfica, institución que esta próxima a cumplir setenta y cinco años entregando educación, capacitación, flexibilidad y productividad a las actuales y futuras generaciones que se desarrollarán en la industria gráfica del país.

Como un especial mensaje de nuestro presidente, señor Nelson Cannoni y los Directores adjuntos, agradecemos la confianza, unidad y apoyo transmitido por la industria en la reciente Asamblea General de Socios de Asimpres AG.



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.

Foro “El papel hoy” analiza:

CÓMO CAUTIVAR A UNA NUEVA GENERACIÓN DE CLIENTES



La Asociación de Industriales Gráficos, Asimpres, analizó las ventajas y oportunidades del formato impreso para la publicidad y el marketing.

El encuentro contó con la participación de Christian Conn, gerente general de ByC Comunicaciones, Pedro Chacón, supervisor creativo de McCann y María Teresa Arana, gerente de la Corporación de la Madera.

“**H**ace 28 años que trabajo en agencias de publicidad, y hace 25 que dejé de ir a la imprenta. Eso es preocupante”. Con este mensaje comenzó su exposición el supervisor creativo de la agencia McCann, Pedro Chacón, durante su participación en el foro “El papel hoy”, realizado en el marco de la pasada Asamblea de Socios de Asimpres.

El foro quiso abordar cómo los clientes de los impresores: agencias, editores, creativos, están considerando y evaluando el formato impreso en la actualidad, ¿dónde sigue vigente, para qué públicos o tipos de campañas es útil?

La visión de Pedro Chacón es radical. Él admite ser un romántico de las revistas, al punto que cuando llega un nuevo ejemplar a su oficina, le gusta oler la tinta recién impresa. Sin embargo, la nueva generación de publicistas, de veinte o treinta años, apuesta por las campañas digitales y por spot televisivos que respondan de manera inmediata a necesidades de sus clientes y en eso, el impreso aún se ve menoscabado. “La inmediatez nos está matando”, dice Chacón, quien agrega que los jóvenes publicistas ni

siquiera por formación universitaria, saben de cuatricromía, tipos de papel, reservas de barniz, folias, troquelado, tintas, ni el funcionamiento de la impresión; por tanto cree que el trabajo de generar interés debe venir por parte de los impresores.

El gerente de ByC Comunicaciones, Christian Conn, a cargo de la edición de revistas de nicho, expresó que para él, el papel y el formato revista continúa vigente. “Si quiero crear marca y poder vender más caro un producto, claramente tengo que ir a la revista. Llegas más fácil al corazón de las personas a través del papel que de otros medios”.

Según Conn, incluso, el segmento de niñas y adolescentes, considerado nativos digitales, sigue prefiriendo el formato impreso. ¿La razón? “Quieren papel porque le creen, porque es una forma de ordenar la información que está dando vueltas en internet, por eso los nativos digitales siguen valorando. Yo no descarto lo digital, el contacto inmediato que te genera es poderosísimo, pero no entrega lo mismo que el papel”, explica. Sin embargo, reforzó la idea que “El papel como herramienta publicitaria no puede sobrevivir por sí solo. Hay que mirarlo con el marketing integral”.

En tal sentido, Pedro Chacón compartió el contrapunto de Conn, expresando que el futuro es la “multiplataforma” y mostró dos

ejemplos de cómo el formato impreso se ha integrado al uso de dispositivos digitales de uso habitual en el caso de un nuevo catálogo de Lexus y Pocari Music Player.

Por último, la intervención de María Teresa Arana, gerente de la Corporación de la Madera, Corma, estuvo orientada a dar a conocer varios datos que desmitifican el impacto en el medioambiente de las plantaciones forestales y sus productos, entre esos el papel. “Las campañas han ido dejando en la gente una imagen negativa del sector. Se acusa a las plantaciones de la falta del agua en el sur, de que generan un desplazamiento de las zonas rurales a las ciudades y de que toda la industria está en manos de dos o tres empresas”, explica. Durante su exposición, Arana dio a conocer el trabajo que ha venido realizando la Corporación para contrarrestar estas percepciones y promover el uso de productos derivados de la madera.

“Tenemos que tratar de buscar soluciones para fortalecer el papel. No tratemos de pelear contra la televisión, la radio o lo digital. Veamos cuáles son las características propias del papel que le permitan tener mayor participación en el mercado”.

—Christian Conn, gerente de ByC Comunicaciones

El presidente de Asimpres, Nelson Cannoni, y la gerente gremial, María Eugenia Mingo junto a los representantes de la Asociación de Industriales Gráficos de Valparaíso: Germán Guerra, Isabel Beyer, Aldo Beretta y Héctor Olivares.



Escuela de la Industria Gráfica recibe importantes aportes tecnológicos

La Asociación de Industriales Gráficos de Valparaíso, y las empresas Canon y Grafisoft realizaron aportes en maquinaria y asesoría con el fin de robustecer la formación de los futuros trabajadores de la gráfica chilena.

Como una forma de dejar un legado de lo que fue la gestión de la Asociación de Industriales Gráficos de Valparaíso, es que por intermedio de su ex presidente don Germán Guerra, se realizó la donación de seis máquinas a la Escuela Gráfica de la Industria Gráfica, las cuales ya están instaladas en las dependencias de la institución educativa.

“Creemos que quedó en súper buenas manos y lo mejor que se podría haber hecho es haberlo traspasado a ustedes”, opinó Isabel Beyer, tesorera de Asimpres Valparaíso.

La donación, estimada en 51 millones de pesos, consistió en una prensa offset plana Ryobi 525 HX de 5 colores; una prensa Ryo-

bi para impresión de formulario continuo; una máquina para fabricación de papel formulario continuo; una colectora y foliadora formulario continuo; una prensa tipográfica Heidelberg y una Guillotina Polar.

Según German Gerra, la donación “es un homenaje a colegas que en aquellos tiempos se sacrificaron por la Asociación”, en referencia a los socios fundadores de Asimpres Valparaíso.

Para expresar el agradecimiento a la donación, el presidente de Asimpres, Nelson Cannoni, junto con la gerente gremial María Eugenia Mingo realizaron una visita a Valparaíso.

Cabe mencionar que la donación también fue posible gracias al apoyo de Ferros-taal, Hagraf y Mario Egaña.

Convenio Grafisoft y X-rite Pantone para calibración de color

Las empresas Grafisoft y Xrite Pantone suscribió un convenio que consta de asesoría para docentes y en la remodelación e implementación de un laboratorio para el control de color, además de la importante donación de los siguientes equipos para el control de color: 2 Espectrofotómetros i1 X-Rite; un espectro densitómetro eXact X-Rite; un lector de planchas iCPlate2 Xrite y cinco guías de color Pantone.

Francisco Javier Fernández, *Application Manager Grafisoft Latin America*, y Luca Tubbini, *Director of Sales Latinamerica X-rite Pantone* junto a Manuel Betancourt y Miguel del Río, parte del directorio de CEAGA.



La donación de Asimpres Valparaíso se realizó a nombre de sus socios fundadores, señores:

Alejandro Horst	Imprenta Universo	Carlos Schulze	Imprenta Victoria
Manuel Sánchez	Imprenta Sánchez	Andrés Castro	Imprenta Roma
Carlos Franck	Fábrica de Papeles y Metales	Benancio Lizana	Imprenta Apolo
Selvyn Hartrop	Litografía Moderna	Hans Rubens	Imprenta Portaña
Ernesto Kohn	Litografía Hargreaves	Filiberto Guerra	Imprenta Chicago
Manuel Carroza	Imprenta Londres	Mario Thibaut	Imprenta Thibaut
Enrique Opazo	Imprenta Barros Arana	Andrés Quezada	Imprenta Esmeralda
Francisco C. Witermann	Imprenta Mercantil	Temistocles Alarcón	Imprenta Internacional

Canon profundiza el Acuerdo de Colaboración con la Escuela de la Industria Gráfica



Pablo Rothmann, Miguel del Río, César Cabrera, Hans Rehr, Manuel Betancourt y Fabián Cabrera.

Desde 2011 que la empresa experta en gestión de imagen, Canon, viene realizando acciones conjuntas con la Escuela de la Industria Gráfica como una forma de poner a disposición de los futuros gráficos tecnología de punta y generar intercambio de conocimientos. “Es una muy buena alternativa para colaborar en la formación de los jóvenes que el día de mañana van a trabajar en el mundo gráfico”, expresa Hans Rehr, gerente de Marketing & Planning de Canon Chile.

El acuerdo nacido durante la gestión de Franz Sieber, impulsado por José Bodet y continuado por Manuel Betancourt, que consistió en la instalación de equipos Canon en las dependencias de la Escuela, se ha ido profundizando con los años, al punto que durante el primer semestre de 2015, Canon fue responsable de la remodelación e implementación de una sala, la que fue bautizada, precisamente, “Sala Canon” y que se presentó oficialmente durante la Asamblea de Socios Asimpres. “Queremos tomar un rol más preponderante en el rubro gráfico. Lo que perseguimos en su momento, hoy se transformó en un proyecto de Responsabili-

dad Social Empresarial, intercambio de conocimiento y colaboración muy bueno”, comenta el gerente.

Hoy, los beneficios para la Escuela están dados por la utilización de las tecnologías de Canon, la capacitación de docentes y cursos de impresión digital tanto para los alumnos de la Escuela como para el Ingraf, además de la posibilidad de confeccionar material docente y comunicacional con la tecnología de Canon instalada en la Escuela.

Para Canon esta también es una oportunidad para exhibir sus equipos de cara al cliente final. “Entendiendo que en el segmento gráfico hay muchos profesionales egresados de la Escuela o Ingraf, creemos que es un muy buen vínculo para acercarnos más. Además, si quisiéramos invitar a clientes a ver tecnologías, éste es un espacio más cercano al escenario real, distinto a un showroom que podemos montar en una oficina”, explica Rehr.

Esta acción se enmarca dentro de las grandes directrices que Canon Global sugiere a sus filiales regionales, y que están orientadas a promover la educación y la cercanía a jóvenes generaciones por medio de intercambio de conocimientos en el ámbito tecnológico.

IMPLEMENTACIÓN Y OBJETIVOS

Según palabras de Patricio Lizama, Coordinador Área Técnica de la Escuela de la Industria Gráfica, estas donaciones “dan la posibilidad de poder seguir creciendo como institución, de entregar más y mejores herramientas a nuestros estudiantes, tanto en lo técnico como en su desarrollo personal. Nos entrega la oportunidad de actualizar nuestras instalaciones, tecnologías y mejorar el nivel de nuestros docentes. Pero también nos desafía y obliga a ser cada día más profesionales, creativos y eficientes, para que nuestros estudiantes sigan siendo los principales beneficiados, tal como lo han sido durante nuestros 75 años de historia”.

Para poder implementar estas donaciones y maquinarias, la Escuela está realizando modificaciones de espacios y redes eléctricas en sus talleres, además de nuevas adquisiciones que permitan el adecuado funcionamiento del equipamiento.

Los gastos no considerados en el presupuesto en materia de implementación y ajustes técnicos, que se estimaron en 25 millones de pesos, fueron gestionados por la administración de la Escuela a través del Ministerio de Educación.

“Además se deberán modificar las estrategias para entregar los contenidos teóricos, pero principalmente en los prácticos, con el fin de que los estudiantes obtengan el mayor provecho de las instalaciones. Para esto el equipo de Unidad Técnico Pedagógica, en conjunto con los profesores del Área, están gestionando reuniones para poder dar forma a estos nuevos contenidos y aprendizajes”, agrega Patricio Lizama, Coordinador Área Técnica de la Escuela de la Industria Gráfica.



NUEVAMÉRICA Como reloj suizo

Cuando los hermanos Tomás y Jorge Guzmán tomaron el timón de Nuevamérica, lo hicieron con un propósito: Ejecutar un proyecto gráfico que funcionara en base a la automatización industrial. “Aquí no hay espacio al romanticismo ni al arte, es ingeniería y negocio”, explica Tomás, ingeniero civil de la UC y gerente de Producción de la empresa.

Después de tres años a la cabeza de la compañía que fundaron sus padres, Fernando y María Cristina en 1983, la dupla de hermanos Guzmán ha logrado cumplir con esta premisa

y obtener positivos y auspiciosos resultados, con tasas de crecimiento de más de dos dígitos.

“Llegamos a modernizar varias cosas y seguir potenciando el camino de 30 años de posicionamiento en calidad y rapidez. La calidad es como un commodity, si no tienes calidad no puedes competir. La rapidez es un diferenciador bien potente en el mercado y nuestros clientes lo valoran y nos prefieren por los plazos de entrega”,

comenta Jorge, ingeniero de negocios internacionales de INACAP y gerente comercial de Nuevamérica.

Para lograr el modelo llevaron a cabo un proceso de modernización de equipos, tanto en tecnología Offset como Digital, automatización de procesos, implementación de softwares con indicadores de tiempo real desde la cotización hasta el despacho y manejo de gestión de personas.

“Toda la planta está monitoreada y controlada

por un software de desarrollo propio. Gracias a este software podemos hacer seguimiento de con qué velocidad se está produciendo, cuánto produce cada operador, qué contingencias existen en tiempo real, stock en la planta, repone y hace pedidos de stock en forma automática; y a la vez los clientes pueden hacer seguimiento online de su pedido. Lo único que no hace el software es el trabajo del operador en la máquina”, explica Jorge. Sin embargo, los opera-

dores también participan activamente del proceso, ya que se informan de los indicadores y reciben incentivos económicos de acuerdo al cumplimiento de plazos de trabajo.

Este sistema ha permitido que todos los plazos de entrega estén estandarizados: 50 mil volantes en dos días, o 2 mil catálogos en tres días, por ejemplo. Además, hay plazos de lista independientes de la carga de trabajo o mes del año, lo que ha promovido la impresión bajo demanda en función de propuestas estándar de servicio. Si bien el 50% de los clientes son agencias de diseño y marketing, e independiente a que cuentan con un equipo de 10 vendedores, Nuevamérica está muy bien posicionado en buscadores Internet y reciben pedidos directamente desde la plataforma online.

Para continuar mejorando en la rapidez de entrega, el año pasado, la empresa lanzó “48hprint.com”, un servicio de venta 100% online 24/7 que ofrece una amplia gama de productos con garantía de impresión en 48 horas o gratis. “Los resultados han sido explosivos, vemos una proyección muy interesante”, comenta Tomás.



CRISTÓBAL MOLINA, GERENTE DE AMF: La visión como un pilar estratégico

Cristóbal Molina, el ex oficial de Marina, Ingeniero Naval Electrónico y Magister de Ingeniería Industrial de la Universidad Católica, que a los 28 años decidió dejar la Armada para ingresar al mundo gráfico, está a cargo de un nuevo buque, uno sin duda más grande y emblemático: administrar la compañía que formó su abuelo, Alfredo Molina Flores, en 1945, y que por décadas lideró su padre, Carlos Molina Pössel.

De hecho, fue el mismo Molina Pössel quien lo instó a entrar a AMF: “Me dijo que yo tenía una formación operativa que podía servir bastante en la imprenta, porque estaba acostumbrado a trabajar en los buques de guerra a tres turnos, 7 por 24, con manejo del personal”, recuerda. Fue así cuando en 2004, empujado por una hepatitis que

lo dejaba fuera de los buques al menos por una temporada, decidió cambiar las misileras por el taller de prensa.

Su instalación como gerente general se realizó el año pasado como parte de una nueva estrategia del grupo AMF, que responde a una visión más corporativa, en la que se pretende que una sola estructura administrativa y un directorio consolidado (Francisco Guzmán, Carlos Molina, Carlos Fuentes y Darío Calderón) desarrollen y supervisen las directrices de las cinco subempresas que componen el grupo: Imprenta Molina Flores, AMF Impresión Variable, AMF Seguridad, AMF Packaging y AMF Etiquetas. Esta última, a cargo de Juan Ignacio Molina,

hermano de Cristóbal, como gerente general.

“Siento una gran satisfacción y responsabilidad de conducir esta gran empresa que es AMF, que en agosto cumple 70 años. Cuento con el apoyo de este Directorio comprometido y profesional. Destaco el gran aporte que han sido, junto a Juan Ignacio, que se desempeña en forma muy sólida en el área de etiquetas”.

El grupo se caracteriza por su nivel de diversificación, seguridad y especialización, desarrollando productos y servicios para la banca, retail, transportes, mercado farmacéutico y cosmético, y el rubro vitivinícola, no sólo en Chile, sino que también en países de la región como Panamá, Perú, Bolivia y Ecuador.

Además, durante los últimos años han puesto especial énfasis en el desarrollo de softwares para el almacenamiento y procesamiento de datos como un servicio de valor agregado a impresión variable. “Si uno como una imprenta manufacturera no tiene un link con la transacción de información dinámica, está a un paso atrás”, comenta Cristóbal. En esta misma línea se encuentran evaluando cómo entrar en el mundo de la animación para el packaging.

Los pilares fundamentales de la di-

versificación y crecimiento del Grupo AMF según Cristóbal Molina han sido la visión o capacidad de anticipación y el compromiso del equipo. “La visión es bastante heredada. La tuvo mi abuelo en los años 60. Él fue muy visionario y trajo máquinas con capacidad de impresión de formularios, que en esa época ni se soñaban que podían funcionar en Chile”.

Esa visión fue la que en el año 2010 llevó al grupo a desarrollar una unidad de etiquetas de vino, como una manera de orientarse hacia un área de producto que no estuviera amenazada por la arremetida del formato digital; y por otro lado, la unidad de estuches y envases, que el año pasado se formalizó en la empresa AMF Packaging, y que estima una participación mayor al 30% en el mercado farmacéutico. “Hemos podido reconvertirnos e irnos acostumbrando a distintos tipos de requerimientos de otro tipo de clientes”, expresa Molina.

Los objetivos de la gestión de Molina son: “Estar siempre en la vanguardia tecnológica, olfateando bien la visión de futuro, conservar nuestro espíritu de cuerpo junto a nuestra vocación por exceder las expectativas de nuestros clientes y llegar de mejor forma a las comunidades, a los stakeholders históricos que nos apoyan e incorporar la responsabilidad social empresarial dentro de la cultura organizacional”. En tal sentido, AMF apoya jardines infantiles de Macul, comuna donde también desarrolla un taller literario para niños y jóvenes.

Cambios societarios en QuadGraphics

A través de un comunicado, Carlos H. Aguirre, en representación de la familia Aguirre Vargas, accionistas de Quad Graphics Chile S.A., informó a sus clientes, proveedores y trabajadores que a contar del 31 de de julio, se ha adquirido la totalidad de las acciones de Quad/Graphics Inc.

“Esta operación ha sido llevada adelante por la confianza que tenemos en las comunicaciones impresas, junto al interés de mi familia en continuar proyectando este negocio hacia el futuro, con el compromiso, calidad y seriedad que hemos brindado a nuestros empleados, colaboradores, clientes y proveedores desde siempre”, expresó Aguirre en el comunicado, quien además destacó la buena disposición de los accionistas y ejecutivos de Quad Graphics Inc, “quienes han sido desde un inicio un gran aporte para el desarrollo de la compañía, y han facilitado que las negociaciones concluyeran de muy buena forma para todos los involucrados”.

Nelson Cannoni es reelecto presidente de Asimpres



Luego de la primera reunión de directorio realizada el día martes 11 de agosto, la directiva quedó establecida de la siguiente manera:

Nelson Cannoni, Imprenta Italiana.....	Presidente
Roberto Tapia, Salesianos Impresores.....	1er Vicepresidente
Michel Sabelle, Artica Impresores.....	2º Vicepresidente
Ricardo Schaub, Impresora Óptima.....	Tesorero
Marcela Lahosa, Impresos Lahosa.....	Directora
Alejandro Garcés, Quad Graphics.....	Director
Juan Pisano, Empresas Jordan.....	Director
Felipe Arias, Davis Graphics.....	Director
César Morales, Total Graphics.....	Director

Los directores fueron elegidos durante la AsambleaAnual de Socios 2015, realizada a fines de julio, donde fueron electos los señores: Michel Sabelle, Roberto Tapia, Felipe Arias y César Morales. Mientras, los señores Nelson Cannoni, Juan Pisano, Marcela Lahosa, Alejandro Garcés y Ricardo Schaub continúan desempeñándose como directores por segundo año, de acuerdo al tiempo establecido en los estatutos.

OFERTA VÁLIDA
HASTA EL 31 OCTUBRE

LLÉVATE GRATIS UNA TONELADA DE PAPEL

POR LA COMPRA DE UNA DE LAS SIGUIENTES PRENSAS DIGITALES

CONSULTA LAS OPCIONES DE FINANCIAMIENTO

PRODUCTIVIDAD DE PRENSA DIGITAL,
A PRECIO DE MULTIFUNCIONAL

bizhub C654e
COLOR DIGITAL MULTIFUNCTION PRINTER

ROBUSTEZ Y CALIDAD DE IMAGEN

bizhub PRO 951
MONOCROMATIC DIGITAL PRODUCTION PRINTER / COPIER / SCANNER

EXCELENTE RETORNO DE INVERSIÓN
PARA PRODUCCIÓN MEDIA

bizhub PRESS C1070
COLOR DIGITAL PRODUCTION PRESS / COPIER / SCANNER

LA MEJOR RELACIÓN CALIDAD DE IMAGEN/PRECIO DEL MERCADO

bizhub PRESS C1060
COLOR DIGITAL PRODUCTION PRESS / COPIER / SCANNER

Condición de oferta: papel couché 170 gr. brillante / opaco

PARA MÁS INFORMACIÓN
LLAMA AL 227300000 (OPCIÓN 4)
Escribenos al: equiposdigitales@antalis.cl

www.antalis.cl /antalis @antalischile

Just ask Antalis

www.casinoexpress.cl

Servicios de alimentación

casinoexpress®

- Deliciosas preparaciones que te sorprenderán cada día.
- Excelencia en el servicio y atención personalizada.
- Novedosas minutas estacionales, balanceadas y supervisadas por especialistas de la salud.
- Servicio de calidad certificado y supervisión estratégica del servicio de alimentación.

by casinoexpress®

ASAMBLEA DE SOCIOS 2015



- 1** Socios asistentes visitan las instalaciones de la Escuela de la Industria Gráfica.
- 2** Héctor Rojas, Roberto Tapia y Pedro Moral.
- 3** Certfor estuvo presente en la Asamblea de Socios.
- 4** Edgardo Dünner, David Godoy, Raúl Ortega y Alvaro Ide.
- 5** Juan Ignacio Olaechea y Jorge Grau.
- 6** Felipe Arias y Marcelo Valdivia.
- 7** Felipe Báez, Alberto Cornejo, Vladimir Carvajal y Victor Muñoz.

ESTA EDICIÓN
FUE POSIBLE
GRACIAS A:



Teléfono (+56 2) 2595 7600
www.agfa.cl



Mesa central (+56 2) 2730 0000
Directo ventas (+56 2) 2730 0058
Gratis 800 223 012 / www.antalis.cl



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



Papelera Dimar S.A.

Teléfono (+56 2) 2591 1100
www.dimar.cl



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



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



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

Síguenos en
www.asimpres.cl



como Asimpres