





“Me invitó a participar Carlos Aguirre y Vicente Larrea quien fue mi profesor en la universidad. Yo edité las primeras revistas gráficas, como la Guía Gráfica y Mercado Gráfico. Recuerdo con especial cariño las columnas que escribí sobre la editorial Quimantú y Zig-Zag, sobre la imprenta de la Aurora de Chile cuya importación al país fue uno de los primeros actos revolucionarios y sobre la historia de las imprentas de Valparaíso, como la Barcelona, donde habían 3000 empleados y se hacía todo con tipografía. Tengo el honor y el orgullo de haber recibido muy buenos comentarios de socios y lectores del periódico, que llamaban a Asimpres para felicitarme por mis reseñas”.

Jorge Soto Veragua
Diseñador Gráfico
Redactor de la columna “Historia de los Medios Impresos” de 2006-2008

Imprimir el diario Impresiones en Quad Graphics desde los inicios fue un gran desafío. Era un producto diferente a lo que normalmente elaboramos, además una gran responsabilidad por ser la comunicación de nuestro gremio gráfico.

Fue una etapa diferente en el desarrollo de tratamiento de imágenes, el objetivo no era fácil, un gran reto era confeccionar un traje a la medida, con bastante control, situación que fue consolidada en poco tiempo.

Hoy, mirando desde los inicios al N° 99, los tiempos de producción son menores y con óptimo resultado.

FELICITACIONES N°100.

Rigoberto Lemus Guajardo
Jefe Técnico
Preimpresión
Quad Graphics S.A.



Estimado Diario, junto con saludarlos y felicitarlos por la edición número 100, quisiera compartir con ustedes el origen de crear un medio encargado de difundir el actuar de la Asociación hacia sus socios. En ese entonces, mayo del 2002, nuestro Presidente, el señor Juan Marinetti nos encarga a algunos directores el crear un medio de difusión escrita, el cual se plasma en una revista que sale a la luz en agosto del 2002 y un segundo número en noviembre de ese mismo año.

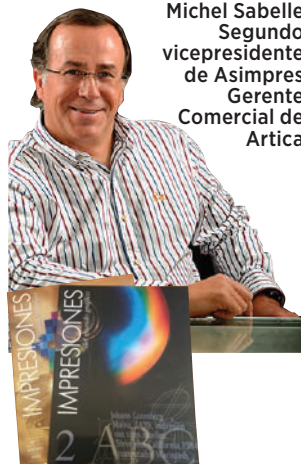
Debido al gran esfuerzo, tanto monetario como al tiempo de dedicación se dejó de imprimir y bajo la presidencia de Carlos Hernán Aguirre y empuje del director Roberto Tapia, se cambió a un formato de Diario, que es el que recibimos actualmente con el éxito y tiraje que conocemos.

Muchas felicitaciones a todo ese gran y brillante equipo que hace posible la confección de cada número del Diario Impresiones del Mundo Gráfico.



Carla Caorsi
Diseñadora
P.U.C.

En junio de 2006, Roberto Tapia me llamó a una entrevista para ver si yo me podía hacer cargo del diseño del Impresiones. Yo trabajaba en una editorial de revistas, así que para mi era “obvio” que era capaz... Pero llevaba sólo dos años de experiencia y no me imaginé que pasaría noches en vela trabajando para el diario o discutidas y entretenidas reuniones de pauta –y no solo de temas de la industria-. El diseño estaba armado, pero cada edición era un desafío, casi haciendo magia para hacer calzar los textos. En el camino hicimos un leve cambio en el diseño, pero hace ya casi un año, una transformación casi completa con logo incluido. Me preguntaron si estaba aburrida después de tantos años... ¡Para nada! Feliz seguiría 10 años más.



Michel Sabelle
Segundo vicepresidente de Asimpres
Gerente Comercial de Artica

Estimado equipo Impresiones, feliz edición n°100. Este es un número importante, que marca tanto experiencia como validación de contenidos.

Debo reconocer que gracias a la información impresa que ASIMPRES proporcionaba en sus “boletines” de la época, de los años 90, es que hoy estoy en la gráfica.

Tuve la suerte de estar como director apenas llegado, en la época en que Carlos Aguirre en la presidencia de ASIMPRES reeditó el diario y luego ser testigo de la fuerza que le imprimía nuestro actual editor Roberto Tapia en su época de presidente, recalando la importancia para la industria del rol de la comunicación.

Creo que los grandes del Gremio no se equivocaron, la información impresa de nuestro diario, inos ilegal, y cada vez lo hace a más segmentos y sectores de nuestra industria. Tengo la confianza que Impresiones cada vez tendrá más fuerza entre nosotros y destaco la posibilidad que nos da de mantenernos actualizados e informados.

Un gran saludo y felicitaciones.

Nelson Cannoni B.
Presidente de Asimpres



Comité editorial prepara la edición número 100, revisando las ediciones anteriores del periódico Impresiones. De izquierda a derecha: Natalia Ramos, periodista; Marcela Lahosa, directora de Asimpres; José Bodet, columnista; Roberto Tapia, vicepresidente de Asimpres y editor del periódico; Carla Caorsi, diseñadora y María Eugenia Mingo, gerente gremial.

Editorial

Todo cambia

Usted tiene en sus manos la edición número 100 de nuestro periódico “Impresiones del Mundo Gráfico”. Significativo cumpleaños que nos exigió hacer una edición especial, producida con el mismo cariño y dedicación que han puesto todas las personas que en algún momento han sido parte de este equipo editorial.

Si analizamos detenidamente la información contenida desde el mes de mayo del año 2006, fácilmente nos daremos cuenta que en los ámbitos políticos, económicos, sociales, educacionales, gremiales y tecnológicos se han experimentado significativos cambios, que en forma casi inconsciente se fueron integrado en el diario vivir de las personas y las empresa que componen la gráfica nacional.

Durante estos diez años hemos crecido en continuas crisis económicas internacionales que ya podríamos asumir como permanentes, hemos vivido tres terremotos, tres gobiernos con diferentes visiones para alcanzar el desarrollo; en lo tecnológico, la expectante penetración de la impresión digital ha optado por conversar con la férrea defensa que han desplegado los sistemas tradicionales de impresión y el papel impreso ha vuelto a reposicionarse gracias a la fugaz comunicación electrónica.

Las personas también están cambiando, especialmente las nuevas generaciones que van asumiendo que la expansiva distribución económica vivida durante los últimos años es efímera y que la mejor forma de sostener su futuro bienestar personal y familiar es desarrollando el conocimiento, la educación y la cultura en general.

Aprovecho de comunicar que desde la edición 101, la dirección de “Impresiones del Mundo Gráfico” será asumida por nuestro presidente Sr. Nelson Cannoni B., porque es necesario que esta responsabilidad también se actualice.

Ha sido un extenso trabajo, posiblemente con defectos, reflexión y aciertos, con una línea editorial transparente, esencialmente gremial y de gran satisfacción personal. Agradezco a ustedes y a todos nuestros colaboradores por su invaluable aporte profesional.

En nombre de Asimpres, deseamos a usted y familia una feliz y fraterna Navidad.



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.

Carlos H. Aguirre V.,
uno de los fundadores
de *Impresiones*

“SU VIGENCIA DEMUESTRA QUE HA SIDO UN PRODUCTO EXITOSO”



Con el objeto de contribuir a la unidad del gremio y mantener debidamente informados a sus socios y afines, el entonces directorio de Asimpres, presidido por Carlos H. Aguirre Vargas, dio luz verde a un ambicioso proyecto editorial: *Impresiones del Mundo Gráfico*, cuyo primer número se publicó en mayo del 2006.

Diez años han pasado desde entonces. Mensualmente, y de manera ininterrumpida, este medio oficial del gremio no sólo ha cumplido el valioso rol de informar a sus socios, sino que se convirtió en un registro histórico del desarrollo de la actividad gráfica.

Impresiones -producido en los talleres de A Impresores, ex Quad/Graphics Chile, con ocho páginas y formato 28,9 x 39,7- cumple 100 ediciones, motivo por el cual conversamos con uno de sus principales impulsores, Carlos H. Aguirre V.

¿Cómo surgió la idea de un Periódico para el área gráfica?

El diario nació por una inquietud respecto a la falta de unidad del gremio y llegamos a la conclusión de que mejorando las comunicaciones

con nuestros asociados, lograríamos mayor unidad. Es un hecho que donde reina la desinformación, el rumor toma un papel preponderante. Si bien teníamos una página web, no existía un órgano informativo oficial de Asimpres, pese a varios intentos editoriales que no lograron proyección en el tiempo. Hoy, después de 100 números, podemos decir que no estuvimos errados en el diagnóstico y que *Impresiones* sigue siendo el único medio de comunicación del área gráfica que se mantiene en el tiempo, junto a Revista “Contraseña”, que también ha ganado su espacio.

Como entidad gremial debíamos tener un medio oficial que nos representara y, por razones obvias, debía ser impreso en papel, con color y con todo lo que eso significa.

¿Cuáles fueron los primeros lineamientos de este proyecto editorial?

En una reunión de los directorios de Asimpres y de la Corporación de Educación, concluimos que en general la información que entregábamos como ente gremial iba dirigida a los administradores de la empresa gráfica o a los ge-

rentes, por lo que los trabajadores del rubro estaban bastante ajenos.

En segundo lugar, definimos que debíamos desarrollar un producto que fuera sustentable en el tiempo: no podíamos hacer una revista que demandara un esfuerzo económico demasiado importante (diagramación, buen papel, más páginas, etc.), que exigiera mucha publicidad.

Finalmente, decidimos que debía ser un medio rápido, con información vigente.

Así surgió la idea: no de una sola persona, sino que gracias al mérito de varios que logramos dar vida a este proyecto. A lo largo de estos años, *Impresiones* ha cumplido con todos esos objetivos, logrando un buen nivel de adhesión, por lo que podemos decir que ha sido todo un éxito.

¿Con qué perfil editorial nació el periódico?

Ha ido cambiando a través del tiempo. Empezamos con un formato un poco más dirigido: cada página tenía su nombre bien relacionado al contenido. Hoy día, en cambio, se da preferencia a que la página incluya la mayor cantidad de información. Por ejemplo, teníamos una página de estadísticas, otra de fotos de vida social y otra que llamábamos “Tiro y Retiro”, que eran bastante interesantes, aunque daban cierta rigidez al producto final. Hoy día es un diario en el que se usan todas las páginas, sin restricción, de acuerdo al contenido disponible, a la noticia que está ocurriendo, lo que me parece más lógico.

¿Cómo se determinó el público al que iría dirigido?

Como comenté anteriormente, *Impresiones* buscó desde sus inicios llegar a la mayor cantidad de personas: trabajadores de flexografía, offset, etiquetas, etc., entendiendo que los gráficos no son sólo los gerentes o dueños. Asimpres agrupa a empresas, pero estas empresas son las personas que trabajan en ellas.

En segundo lugar, nos planteamos como objetivo llegar no sólo a las empresas socias, sino a todas las del área. Así, nuestro universo fue mucho más amplio y llegamos a los 15 mil ejemplares que hoy se distribuyen.

¿Y en relación al formato?

Hacer un periódico de esas características en la imprenta de un diario es muy difícil. La posibilidad más concreta era imprimirlo en una empresa como la que dirijo, por lo que nos adecuamos al formato más económico y adaptable a nuestras máquinas, buscando siempre un menor costo, de manera de proyectarnos en el tiempo.

Hay una satisfacción al mirar atrás...

Llegamos al número 100... ¡Son 10 años ya! Estamos hablando del 2006 y el país ha cambiado mucho en este tiempo, por lo que si hemos logrado permanecer, quiere decir que *Impresiones* es un producto exitoso.

¿Cuál diría es la receta para lograr un producto editorial exitoso y permanente como éste?

Primero hay que ver que exista una necesidad. Hay que tener el oído, la vista y el olfato agudos, para saber qué es realmente lo que se necesita, sin crearse una necesidad que no es tal. En segundo lugar, se requieren buenos canales de distribución para llegar a los lectores indicados y no terminar en el canasto de la basura; eso es quizás lo más importante, ya que el éxito va a depender de la cantidad de lectores que tenga el medio. Por último, el contenido. Es muy importante que las personas que integran el equipo de trabajo tengan claridad respecto a qué es lo que necesitan informar; que entreguen contenidos de utilidad y de actualidad. No hablamos de historia, porque lo que se espera de un medio informativo, es que entregue noticias de actualidad: saber lo que pasa en el mercado ayuda a tomar mejores decisiones.

¿El diario está cumpliendo los objetivos con que nació?

Yo creo que sí. Al menos mi entorno lee *Impresiones* para imponerse de lo que ocurre en el gremio. Sería importante hacer una encuesta o pequeña consulta para saber de manera más certera cómo se percibe, qué es lo que esperan los lectores y si el Periódico está cumpliendo con sus expectativas. A veces uno se queda medio dormido y hay que estar siempre atento, con los cinco sentidos bien puestos...

“Como entidad gremial debíamos tener un medio oficial que nos representara y, por razones obvias, debía ser impreso en papel, con color y con todo lo que eso significa”.

Registro histórico de un gremio y su contexto

Mensualmente y de manera ininterrumpida, el periódico Impresiones no sólo ha cumplido el valioso rol de informar a los miembros de la industria gráfica, sino que se ha convertido en un elemento identitario del gremio y en un vínculo permanente de la comunidad que conforman las imprentas y las empresas gráficas del país.

Entrevistas, análisis, perfiles, opiniones y reportajes han abordado los ámbitos internos y externos que han incidido en el devenir de la gráfica y han dado cuenta del quehacer de personas que de manera apasionada y comprometida han liderado el crecimiento de la industria.

Las páginas del Impresiones se han convertido en un respaldo histórico de la evolución gremial de una de las Asociaciones más antiguas del país.



EDUCACIÓN ADAPTARSE A LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS

Hace diez años la Escuela de la Industria Gráfica celebraba 65 años. Los planes y programas eran muy similares a los tradicionales y se visualizaba la necesidad de adaptarlos a los cambios tecnológicos que enfrentaba la industria. Era necesario detectar las nuevas necesidades de la industria y actualizar a los profesores en sus conocimientos.

El mayor cambio en esta década ha consistido en la incorporación en pleno de la tecnología digital a todos los ámbitos de la industria. Ello ha significado que los profesionales y trabajadores de la industria han debido adquirir estos conocimientos y adaptarse a la nueva realidad. Para esto, la labor que ha realizado el Centro de Formación Técnica INGRAF –el cual alcanzó exitosamente su acreditación– ha sido fundamental en la actualización permanente de los trabajadores. Lo mismo es válido para los profesores y alumnos de la Escuela.

Hoy, más de 120 empresas son participantes del programa de educación dual de la Escuela de la Industria Gráfica que está considerada como un modelo de este tipo de educación a nivel nacional. Durante los últimos dos años se ha realizado una acción decidida para revitalizar esta experiencia incorporando una relación más cercana con las empresas y una supervisión más activa a nivel de los profesores.

Sin duda, el más importante desafío es contar con profesores y con la tecnología acorde con las necesidades de la industria en cada momento. Para ello ha sido vital el apoyo de los proveedores de la industria que han dispuesto equipos de última versión para que los alumnos aprendan en ellos. Adicionalmente el proyecto de Aulas Tecnológicas que esperamos concretar durante el año 2016, colocará a la Escuela a la vanguardia de las herramientas que faciliten el aprendizaje.



US\$ 687 millones vendió Industria Gráfica durante el ejercicio 2005.

En pesos la cifra supera los 353.096,63 millones, según los datos del Servicio de Impuestos Internos (SII). El número de imprentas, en tanto, pasó de 3.645 a 4.216 entre 2004 y 2005.

NOTICIA EN PÁGINA 42

Precio del papel sufrirá incremento de hasta US\$ 150 en el primer trimestre de 2008

Compañías internacionales del sector han informado a sus clientes que diversos cambios en los valores se registrarán en el curso de los próximos meses.

Imprentas del rubro etiquetas confían en repunte del negocio en 2012 de la mano de las viñas

En página 7

Auge regional del mercado de las etiquetas

Déficit de la balanza comercial de envases superó los US\$ 24 millones durante 2006



MARCELA URRUTIA
Analista Senior de Estudios SOFOFA

INDICADORES

SECTOR GRÁFICO EN CHILE EN LOS ÚLTIMOS 10 AÑOS

Durante la última década el sector de la industria gráfica ha tenido un desempeño por debajo del crecimiento del país. Al analizar las cifras del indicador de producción del sector gráfico —elaborado por la Gerencia de Estudios de la Sociedad de

Fomento Fabril— y comparar el nivel del año 2014 con el del 2004, este registra un crecimiento acumulado de 13,8%, lo que significa una tasa de crecimiento promedio anual de un 1,3%. En tanto, si hacemos el mismo ejercicio con las cifras crecimiento del país, estos resultado duplican el desempeño del sector de la industria gráfica, al crecer 37,8%, lo que implica que la actividad total del país registró una tasa de crecimiento promedio anual de 4,2% entre el 2004 y el 2014.

Al analizar el componente imprentas y

Crisis global de 2009 le costó más de \$ 68.000 millones al sector gráfico chileno

Según las cifras entregadas por el Servicio de Impuestos Internos, la recesión puso los ingresos totales un 8,6% por debajo del nivel nominal que marcaron en 2008, cuando alcanzaron los \$ 790.835 millones.

Pese a estas turbulencias, en el último año el negocio de Impresiones de Envases y Etiquetas continuó su expansión, pasando de ingresos por \$ 342.767 millones a \$ 355.571 millones (+3,74%).

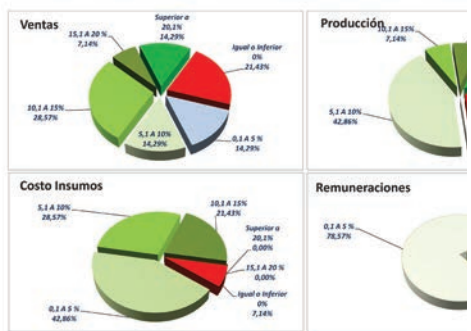


Fuente: Servicio de Impuestos Internos - SII

INDUSTRIA

Según sondeo, uno de cada dos socios alza de insumos superior al 5% en

MIENTRAS UN 28,57% DE LOS CONSULTADOS AFIRMÓ QUE ÉSTOS AVANZARON EN 10%, UN 21,43% DIJO QUE LO HICIERON ENTRE UN 10,1% Y UN 15%. APENAS UN 7% MANTENIMIENTO O BAJA DE LOS COSTOS POR INSUMOS.



editoriales del PIB, reportado en el informe de las cuentas nacionales del Banco Central, este sector también registra un crecimiento por debajo de la actividad total del país en los últimos 10 años, al mostrar una tasa de crecimiento medio de 3,3% anual.

En lo más reciente ésta dinámica no ha cambiado, pues los datos acumulados a octubre de 2015, de la industria gráfica, muestran una baja de 3,4% anual, si lo comparamos con igual periodo del año pasado, según la medición del indicador de la industria gráfica de la Gerencia de Estudios

Del Mundo Gráfico



Entrevista a Alon Bar-Shany, Vicepresidente Ejecutivo y Gerente General de HP Indigo:

“No basta con comprar una Indigo”

Opinión Komori y su apuesta por Chile y América Latina

A ESTRATEGIA DE LA COMPAÑÍA JAPONESA TIENE A

Hablan los expositores Las razones para estar en Print stgo 2014

El evento, organizado por Asimpres y Revista Contraseña, se realizará los días 22, 23 y 24 de octubre en Espacio Riesco.



IMAGENES Taller Tendencias Drupa / Asamblea General de Socios 2008



Opinión Xerox pone a disposición nuevas opciones de impresión digital

EN EL DÉCIMO CONGRESO DE PREMIER PARTNERS XEROX, FRANK ROMANO, EXPERTO EN TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN GRÁFICA, DESTACÓ EL POTENCIAL CON QUE CUENTAN LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES.

XEROX BUSCA HACERSE CARGO DE ESTA TENDENCIA CON SUS NUEVAS PRENSAS DOCUCOLOR 800 Y 1000.

Para todos los impresores que buscan ampliar su negocio de impresión digital, Xerox ha puesto en el mercado las nuevas impresoras DocuColor 800 y 1000, dos nuevas configuraciones para producir volúmenes altos de marketing directo, publicidad de ventas a todo color y producción de publicaciones de alto nivel.

Para el Profesor Emérito del Rochester Institute of Technology, Frank Romano, la impresión digital es la que predominará en el futuro en el negocio de impresión, por lo que este tipo de máquinas son ideales para “los productores de impresión que quieren aumentar el valor de los productos que venden”.

Romano expone en el décimo Congreso de Premier Partners Xerox, como también en IFPE 2008, la mayor muestra sectorial de la industria de la impresión de este año, que se realizó el mes pasado en el National Exhibition Center de Birmingham, en el Reino Unido.

“Existen un creciente número de líneas de negocios y artículos de merchandising, todo lo que permite grabar la memoria de su vida, de sus familias y de sus amigos, está creciendo fuertemente. La gente está tomando fotos digitales y las está poniendo en CD y USB de todo tipo”, agregó el experto.

Las nuevas Xerox DocuColor 800 y 1000 permiten imprimir entre 80 y 100 páginas por minuto y cuentan con una estación opcional de intercambio de papel que permite que todas las imágenes como el texto o las imágenes de agua se devuelvan para conseguir mayor impacto visual, serían a un costo personalizado.

“La calidad de la imagen en color y la opción de hacer transparencias de estos dos nuevos dispositivos, abren una excelente oportunidad comercial tanto para el impresor como para el distribuidor. Aporta calidad y valor a una aplicación”, concluye Romano.

El nuevo transparente también beneficia aplicaciones de datos variables que utilizan software XMP de Xerox, lo que resulta el trabajo personalizado de forma más eficiente. Entre otras especificaciones, las nuevas Xerox DocuColor 800 y 1000 imprimen a agua y agua con pigmentos para gran calidad y sostenibilidad. Además la nueva Línea de Equipos Ags de Xerox a baja temperatura ofreciendo un bajo costo al cliente. El sensor de Xerox Ags también requiere menos energía a la hora de imprimir que los sensores tradicionales.

Para el Profesor Romano, uno de los desafíos es la impresión “on demand” o “a la carta”, que crea artículos que responden a los cambios de mercado.

Noviembre 2009

TECNOLOGÍA

RESUMIENDO 10 AÑOS DE EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA

Con motivo de este #100 del diario Impresiones, resumiré a continuación lo que considero ser los más relevantes desarrollos tecnológicos de los últimos 10 años.

Iniciando esta columna con el área de pre-prensa, se puede decir que desde 2005 los sistemas CTP para impresión offset se han afirmado últimamente con planchas libres de químicos, y se encarecen cada vez más los flujos de producción basados en película, en una sociedad con creciente consciencia hacia la protección del medio ambiente.

Por otra parte hemos presenciado como la empresa Adobe ha establecido su hegemonía, no sólo a nivel de software de diseño sino también en cuanto a plataforma de preflight y solución de “riepo” basada en el formato PDF con su tecnología APPE, la cual puso fin a 20 gloriosos años de PostScript. Una supremacía que Adobe aprovechó para migrar al modelo comercial de arriendo de licencias, al igual que otras grandes compañías de software como Microsoft.

Sin embargo, mi palma de oro en el área de pre-prensa para el avance más significativo de estos últimos 10 años va para la plancha flexo que, por su materialidad, resolución y tecnología de tramado, ha permitido que la impresión flexográfica se haya llevado porciones de mercados hasta ahora reservados al offset y rotogravado. A destacar por último, las planchas con revelado al agua que deberían llevar la preferencia de empresas eco-responsables.

En el área de impresión, las tecnologías digitales siguen creciendo, siendo cada vez más versátil, productivas e innovadoras. Hoy, podemos afirmar que no hay nada que no pueda imprimirse en digital y, más allá de la tecnología, la real revolución reside en que el digital esta democratizando y cambiando el tradicional modelo de negocio del impresor hacia actores nuevos y no siempre gráficos.

También han sido relevante los avances en insumos y tecnologías más amigables con el medio ambiente, las políticas de producción limpia y certificaciones asociadas. A su vez, cada vez más normas técnicas de producción han sido publicadas de manera de ayudar, mediante la estandarización, a que la producción impresa sea más eficiente y rentable.

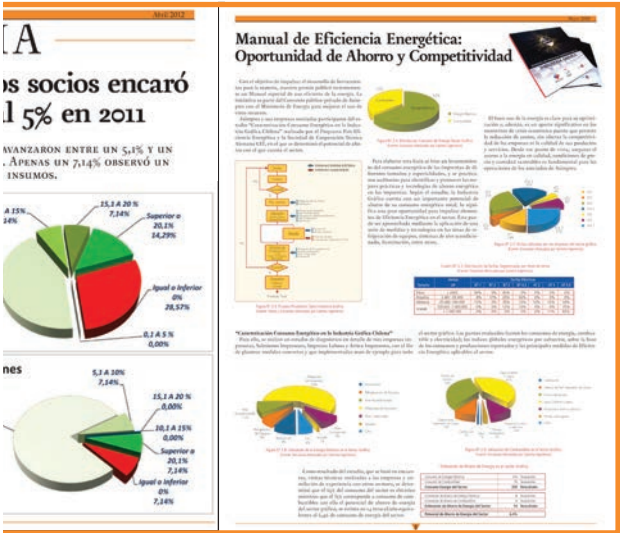
Por último, mi palma de oro va para la tecnología Anicolor en donde Heidelberg revolucionó por primera vez en cerca de 100 años el proceso litográfico offset. ¡Notable!



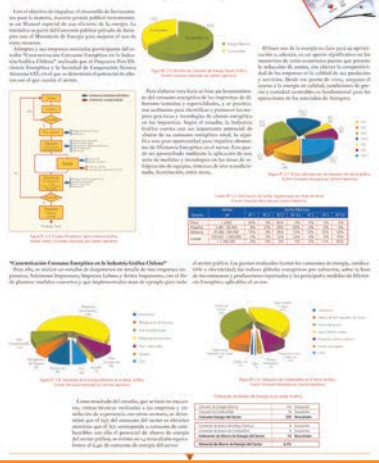
JOSE BODET
Director Académico de Antalis Lab y columnista del periódico Impresiones.

Opinión “Imprentas Híbridas” en Chile

HÉCTOR ROJAS, GERENTE GENERAL DE AGEA CHILE



Manual de Eficiencia Energética: Oportunidad de Ahorro y Competitividad



La Escuela de la Industria Gráfica festejó su 66° Aniversario en un almuerzo al cual asistieron ex alumnos de la entidad educativa

Ex alumnos promoción 1949



Trabajadores y Empresarios comprometidos en un clima de confianza y transparencia

ESIONES

Del Mundo Gráfico



IMAGENES

Gran Cena Anual de la Industria Gráfica



77a Asamblea Nacional de la Industria Gráfica ASIMPRES

Se invita a los miembros de la Familia Gráfica a participar en este importante evento a realizarse el próximo 5 de julio, en el salón Aysén del Hotel Hyatt de Santiago, a partir de las 18.00 horas.

Representativa jornada de reflexión de la Industria Gráfica chilena



Mujeres líderes de la gráfica comparten su visión de la industria



IMAGENES



Masiva asistencia de la Familia Gráfica a Cena Anual de Asimpres



LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LOS SOCIOS, CLAVE DEL FORTALECIMIENTO GREMIAL

Los hitos del ámbito gremial se extraen fácilmente revisando las mismas páginas de este Diario y también desde las plataformas web y redes sociales que han sido implementadas como medios de comunicación complementarios a través de estos años. El objeto ha sido fortalecer los vínculos con los asociados y también con las organizaciones nacionales e internacionales directamente relacionadas: Chilediseño, ACHAP, Asociación Nacional de la Prensa, ANDA, SOFOFA y Conlatingraf, participando activamente en sus actividades y generando instancias para promover el intercambio, tales como el ciclo de innovación y aplicaciones del formato impreso IMPRESIONA, para difundir los requerimientos de los impresores.

Acciones relevantes del periodo han sido los programas de Eficiencia Energética e Impresión Sustentable, suscribiendo Acuerdos de Producción Limpia con el CPL del Ministerio de Economía y permitiendo que las empresas gráficas mejoren sus procesos internos y contribuyan en la disminución de los impactos medioambientales que genera nuestra industria.

Sin duda, la organización de la Feria Print Santiago, cuya 4a versión organizamos el 2016, ha sido un hito para la difusión de nuevas tecnologías, contribuyendo con la modernización del equipamiento industrial y nuevos procesos transformando a la industria gráfica en un sector líder de la innovación tecnológica.

También ha sido objetivo permanente promover la excelencia en la impresión por medio de la creación del Premio Australis a la calidad del producto gráfico y promover la participación en certámenes internacionales.

Destacar a los líderes profesionales y empresas que premian nuestros asociados es también una función de nuestra asociación para transmitir el reconocimiento gremial al mérito y a la contribución del prestigio de la gráfica. Es así como cada año se realiza esta tarea en la cual participan activamente nuestros asociados.

Contar con indicadores de la industria aspira a constituir información relevante para los Socios para lo cual se han realizado alianzas con SOFOFA para conocer de producción y ventas sectoriales mensuales y ASECOMEG para obtener las cifras de importaciones de maquinaria e insumos para la industria gráfica. Asimismo, ASIMPRES realiza estudios de materias laborales y remuneraciones para mantener informados a sus asociados.

Asimismo constituye objetivo generar instancias de camaradería. La Cena de la Industria Gráfica, que crece cada año en participación y los Campeonatos de Futbolito cuya 7a versión se realizó el 2015. Especial rol cumplen nuestros Socios proveedores con quienes organizamos estas actividades y que contribuyen a incrementar la amistad que caracteriza a nuestro gremio.

Por último, el vínculo y colaboración permanente con Educagráfica ha constituido objetivo primordial en estos años, esfuerzos conjuntos para dar a conocer el potencial en educación y capacitación con que cuenta nuestro gremio, motores básicos para el engrandecimiento de la industria gráfica.



MARÍA EUGENIA MINGO
Gerente de Asimpres

ASIMPRES CELEBRA 85 AÑOS DE VIDA EN CENA ANUAL DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

El pasado miércoles 25 de noviembre, más de 600 personas, entre directivos, profesionales y colaboradores de imprentas, convertidores y proveedores gráficos, se dieron cita para celebrar un nuevo aniversario de Asimpres en su tradicional cena de fin de año.



1 Ricardo Schaub, gerente de Impresora Óptima y director de Asimpres; Alan Epstein, presidente de Imagex y Juan Pablo Morgan, gerente de Ograma.

2 La industria quiso reconocer la trayectoria ligada a la educación de la señora María Elena Ocampo. El reconocimiento fue entregado por Nelson Cannoni y Miguel del Río.

3 Germán Guerra, importante impresor de la Quinta Región y Past Presidente de la Asociación de Impresores de Valparaíso, recibió de manos de Felipe Báez y Manuel Betancourt una distinción especial por su aporte a Educagráfica.

4 Tomás Flanagan Simonsen, ex gerente de Empresas Jordan, Líder Gráfico 2015

5 Javier Ibero, gerente de EADEC; Héctor Rojas, gerente de Agfa Chile; Ignacio Pérez, gerente de Flexografía y Digital Guerra y Guerra, Michel Sabelle, gerente comercial de Artica y vicepresidente de Asimpres

6 Pamela Carrasco de El Mercurio recibe de manos de Roberto Tapia, editor del periódico Impresiones, un reconocimiento a su aporte a la difusión de la industria gráfica.

ESTA EDICIÓN
FUE POSIBLE
GRACIAS A:

AGFA Agfa

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

antalis EM
Just ask Antalis

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

Canon

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

Papelera Dimar S.A.

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

DIPISA
DISTRIBUIDORA
PAPELES INDUSTRIALES S.A.
San Ignacio 0131 Quilicura, Teléfono: 387108

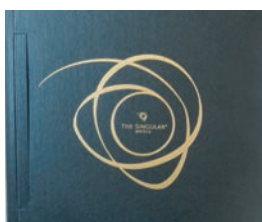
Teléfono (+56 2) 2387 1000
www.dipisa.cl

Theobaldo de Nigris destaca calidad de la impresión latinoamericana

El pasado primero de octubre, en Río de Janeiro, se dieron a conocer los ganadores de la vigésima segunda versión del Premio Theobaldo De Nigris, el concurso gráfico más importante de la región.



Bolsas sin procesos especiales
**Bolsa Natura
Impresora Printer**



Folletos a uno o más colores con procesos especiales
**Folleto The Singular
Impresora Ograma**



Informes Anuales, Relatorios y Memorias impresas a cuatro o más colores
**Memoria Concha y Toro
Impresora Ograma**



Folletos a uno o más colores sin procesos especiales
**Folleto Nike Tech Pack
Impresora Ograma**



Agendas impresas a cuatro o más colores
**Agenda Pascualina
Turquesa
RR Donnelley Chile**



Catálogos de Obras de Artes
**Pintura Chilena Contemporánea
Salesianos
Impresores**



Etiquetas impresas sin procesos especiales
**Hemisferio
Acrus - Ccl Label**



Revistas impresas en prensa plana
**Revista Diseña #8
Impresora Ograma Ltda.**



Etiquetas autoadhesivas con procesos especiales
**Etiqueta Lucky Goat
Reserva Especial 2014
Colorama**

EDIPAC

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

HAGRAF

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

Síguenos en
www.asimpres.cl

como Asimpres