

EDICIÓN N° 144 | ASIMPRES

Impresiones

Del Mundo Gráfico

ASIMPRES CELEBRA
247° ASAMBLEA
GENERAL DE SOCIOS

Web to print:
Impresos a un click

La reactivación del
sector etiquetas

Rodrigo León

NUEVO PRESIDENTE
DE ASIMPRES

Desafíos para el mundo
del **Print&Pack**

MIÉRCOLES 04 DE NOVIEMBRE | 17:00 HORAS

saga

Seminario Alianza
Gremio Academia



RAZONES PARA AMAR EL PAPEL SEGÚN TWO SIDES



La organización Two Sides recientemente lanzó la campaña 'I love paper', a través de la cual busca dar a destacar las ventajas de los empaques basados en papel por su sustentabilidad. Mediante un sitio web y publicaciones en periódicos, la organización da a conocer diferentes datos que muestran el impacto positivo que tiene este material para el cuidado del planeta.

- 1. Porque es eficiente para el aprendizaje y para la retención de contenidos, además de ser agradable, relajante y práctico.**
- 2. Envases y embalajes de papel y de cartón protegen los productos, reducen los residuos y son reciclables.**
- 3. Los árboles cultivados para hacer papel eliminan el CO2 de la atmósfera y reducen los cambios climáticos.**

DESCUBRE LA CAMPAÑA:
LOVEPAPER.ORG/



WHATSAPP SE POSICIONA COMO UN FACTOR DETERMINANTE DE VENTAS

El 58% de los consumidores comienza su compra en las redes sociales, afirma un estudio de Accenture Chile, firma que investigó el uso de WhatsApp por parte de los consumidores. De acuerdo al estudio realizado en América Latina, los países que poseen mayor penetración de WhatsApp en los procesos de compras son **Chile y Brasil (83%), seguidos de Perú (77%), Colombia (74%), Argentina (71%) y México (53%).**

CREAN PACKAGING DE CERVEZAS CON RESIDUOS DE CEBADA

B-Cycle es un emprendimiento formado por alumnos del Centro de Innovación UC, quienes decidieron aprovechar los residuos de la industria cervecera y crear el packaging de transporte de cervezas libres de plástico.

El producto es biodegradable y compostable. Actualmente B-Cycle se encuentra desarrollando su producto a escala y cuentan con el apoyo de una cervecera chilena, la Universidad de Concepción y el Centro de Innovación UC.

PARA MÁS DETALLES, VISITAR EL SITIO OFICIAL **B-CYCLE.CL**



Miembros de:



REVISTA IMPRESIONES es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos A.G. ASIMPRES
comunicaciones@asimpres.cl | www.asimpres.cl
Comité editorial: Marcela Lahosa, Rodrigo León, Héctor Rojas, Nelson Cannoni, María Eugenia Mingo
PRODUCCIÓN EDITORIAL NÚMERO 144 - Año 1



Coordinación editorial: Natalia Ramos, Consuelo Salamia | Edición: Valentina Barahona
Periodistas: Paulina Orellana, América Palma | Dirección de arte y diseño: Fiorella Cipolli

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 se permitirá con la previa autorización de ASIMPRES A.G.

INGRAF ORGANIZA CICLO DE CHARLAS

PARA DOCENTES DEL ÁREA GRÁFICA Y SUS COMUNICACIONES

Organizado por el Centro de Formación Técnica de la Industria Gráfica, Ingraf y apoyado por Asimpres, la primera versión de este ciclo tiene como objetivo principal el apoyo a los docentes del área gráfica que participen en escuelas y liceos técnicos profesionales de Santiago y regiones, para entregarles y reforzar las competencias técnicas y mejorar sus respectivos roles de educación.

Dentro de los expositores invitados están a destacados proveedores gráficos como Davis Graphics, Harper, Nazdar, 3M, Canon, Hagraf, Printlab Digital y Agfa, quienes expondrán sus conocimientos en distintas temáticas como un aporte a la innovación de herramientas técnicas para los docentes, **"Es primordial para nosotros la línea formativa y que se identifique la relevancia que tiene el rol del docente gráfico en la industria, ya que ellos son el pilar fundamental de la enseñanza que reciben los alumnos, que**

serán los futuros gráficos de nuestro país", señala Vicky Godia, gerente del Centro Capacitador Ingraf.

El ciclo que contempla fechas desde el 28 de septiembre al 3 de noviembre se realizará a través del aula virtual Ingraf en <http://aula-ingraf.cl/>

PARA MÁS INFORMACIÓN, ENVIAR CONSULTAS A VICKY GODIA A [V.GODIA@EDUCAGRAFICA.CL](mailto:v.godia@educagrafica.cl)

ANIVERSARIO

SOCIOS ASIMPRES

Jempresas
JORDAN

FUNDADA EN 1982

I M P R E N T A
GARCES

FUNDADA EN 1977

INVITAMOS A TODOS LOS SOCIOS A COMPARTIR SUS ANIVERSARIOS
AL CORREO COMUNICACIONES@ASIMPRES.CL





PARA DOCENTES DEL ÁREA GRÁFICA Y SUS COMUNICACIONES

N.º 01 "PANORÁMICA ACTUAL DE LA INDUSTRIA" ASIMPRES Relator: María Eugenia Mingo Lunes 28.09.2020 16:00 horas	N.º 02 "CONCEPTOS DE PRENSAS DIGITALES Y SERVIDORES DE IMPRESIÓN" Canon Relator: Mauricio Villanar Martes 29.09.2020 16:00 horas	N.º 03 "LA IMPORTANCIA DE UN MONTAJE EFICIENTE EN LA CALIDAD DE IMPRESIÓN FLEXOGRAFICA" 3M / Davis Graphics Relator: Omar Arias Lunes 05.10.2020 16:00 horas	N.º 04 "CONTROLES EN EL PROCESO OFFSET" Agfa Relator: Rodrigo Angel Martes 06.10.2020 16:00 horas	N.º 05 "LOS LENGUAJES DEL COLOR" Harper / Davis Graphics Relator: Ricardo Romero Martes 13.10.2020 16:00 horas
N.º 06 "TINTAS UV LED, VENTAJAS Y DESVENTAJAS / BARNICES UV Y APLICACIONES" Nazdar Relator: Cesar Sotoya Lunes 19.10.2020 16:00 horas	N.º 07 "IMPRESIÓN FINE ART" Printlab Digital / Canon Relator: Milton Espinoza Martes 20.10.2020 16:00 horas	N.º 08 "EL IMPACTO DEL ANILOX EN LA IMPRESIÓN" Harper / Davis Graphics Relator: Ricardo Romero Lunes 26.10.2020 16:00 horas	N.º 09 "GESTIÓN DE CALIDAD EN LA LÍNEA DE PRODUCCIÓN" Ingraf Relator: Apolonia Cantorini Martes 27.10.2020 16:00 horas	N.º 10 "COLORIMETRÍA Y ESTANDARIZACIÓN DE PRENSA ISO" Agfa Relator: Pavel Popovitch Lunes 02.11.2020 16:00 horas
N.º 11 "NUEVAS TECNOLOGÍAS DE IMPRESIÓN OFFSET Y CONCEPTOS DE EFICIENCIA" Ingraf Relator: Carlos Gálvez Martes 03.11.2020 16:00 horas	<div>    </div> <div>    </div> <div>     </div>			

Informaciones:
v.godia@educagrafica.cl
www.cctingraf.cl

Asimpres renueva parcialmente su directorio y elige a Rodrigo León como nuevo presidente

En el marco de la 247° Asamblea General de Socios, Asimpres realizó la elección parcial de sus nuevos directores, quienes se desempeñarán en el periodo 2020-2022. En una segunda instancia, el directorio eligió al nuevo presidente de la asociación, la que será encabezada por Rodrigo León.

El pasado jueves 1 de octubre, Asimpres celebró su 247° Asamblea General de Socios, la que por primera vez se realizó de manera remota. Durante la reunión, Marcela Lahosa dio cuenta de su periodo como presidenta de Asimpres, donde destacó entre otras iniciativas, la realización del primer Cyber Print & Pack como una innovación en los difíciles tiempos que vive la economía.

Lahosa además instó a todos los invitados a seguir trabajando colaborativamente para hacer crecer la industria, estableciendo redes que abarquen desde la academia hasta los impresores y proveedores involucrados.

Luego de la cuenta se dio paso a la elección de los cinco nuevos miembros de la directiva de Asimpres para el periodo 2020-2022, quienes se integran al actual directorio, compuesto por Juan Carlos Urruticoechea, Juan Carlos González, Juan Pablo Andreani y Rodrigo León.



Rodrigo León
Presidente



Ricardo Olave
Segundo Vicepresidente



Juan Carlos Urruticoechea
Director



José Patricio Castro
Director



Juan Pablo Andreani
Director



Juan Carlos González
Primer Vicepresidente



Rodrigo González
Tesorero



Nicolás Adiazola
Director



Daniela Romero
Directora

Luego de una votación secreta realizada de manera electrónica, los nuevos representantes electos fueron: José Patricio Castro, socio fundador de One Label; Ricardo Olave Monroy, fundador propietario de Fyrma Grafica; Nicolás Adiazola, gerente general de Koala Box; Daniela Romero, socia fundadora de Imprimarte; Rodrigo González, gerente de Mejora de Procesos de Negocio en AMF Impresión Variable y AMF Seguridad.

Los candidatos elegidos reemplazarán a Marcela Lahosa, Nelson Cannoni, Ricardo Schaub y Alejandro Garcés, quienes finalizan su periodo como directores de Asimpres.

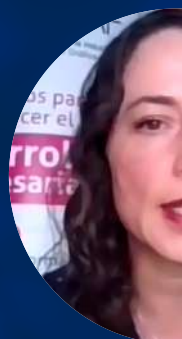
Rodrigo León es electo nuevo presidente de Asimpres

Este 07 de octubre se realizó la elección del nuevo presidente de Asimpres. Mediante una votación realizada de manera online, la directiva eligió a Rodrigo León para encabezar el trabajo de la asociación en el periodo 2020-2021.

León es director ejecutivo de Colorpack Impresores y previo a la elección se desempeñaba como primer vicepresidente de Asimpres. En un mensaje dirigido a los socios, el nuevo presidente de la asociación agradeció el apoyo recibido y destacó la importancia de la unidad de la industria para enfrentar el momento de incertidumbre económica, social y sanitaria que vive el país.

“Esperamos contar con la participación de todos los socios, para lograr los objetivos que definamos, con la finalidad de apoyar el reconocimiento de la industria gráfica y, con esto, el éxito en los negocios y bienestar para todos y nuestras familias”; expresó en su mensaje.

Junto a él fueron electos Juan Carlos González de Romipack como primer vicepresidente, Ricardo Olave de Fyrma como segundo vicepresidente y Rodrigo González de AMF como tesorero.



Tatiana
President
Colombia

ASAMBLEA ASIMPRES: DIÁLOGO COLABORATIVO EN PRO DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

En el marco encuentro anual de la asociación, llevado a cabo esta vez de manera virtual, se realizó un diálogo abierto donde expertos del mundo gráfico debatieron sobre el trabajo colaborativo como una oportunidad de integración para la industria. La conversación contó con la participación de Roberto Alegría, consultor internacional de Business Intelligence, Tatiana Duarte de Andigraf Colombia y Florian Ganzer, consultor especialista en industria gráfica de Alemania.

Este 1 de octubre se realizó la 247ª Asamblea General de Socios de Asimpres, durante la actividad se desarrolló un diálogo abierto donde expertos nacionales e internacionales conversaron sobre la importancia de la colaboración en el mundo gráfico. El espacio comenzó con la exposición de

Roberto Alegría, consultor internacional de Business Intelligence quien animó a los socios de Asimpres a estar dispuestos a tener una mirada integral y transformadora en el negocio de la industria gráfica y unir fuerzas entre toda la cadena de valor, que incluye: agencias, fotógrafos, expertos digitales e impresores, para satisfacer a quien debe ser el foco principal: el cliente.



La invitación es abrirse a la innovación, a replantearse los modelos de negocios, crear alianzas, dejar de ver Internet como una amenaza, sino que como un aliado y unir fuerzas, porque todos juntos salimos de cualquier situación.



Roberto
Consultor internac
Business Inte

Revisión del presente e integrar nuevas prácticas colaborativas

Una mirada desde la experiencia de presidir Andigraf Colombia, fue lo que contó Tatiana Duarte, donde enfatizó que el COVID-19 ha significado un punto de inflexión para toda la industria.

“La pandemia nos encontró a algunos más o menos preparados para afrontarla y nos hizo mirar nuestros negocios desde todos los puntos de vista. Más que nunca la capacidad de adaptación a los cambios del entorno sea hace fundamental y la gestión debe estar basada en el análisis de los riesgos que se están enfrentando”.

Otro punto importante a juicio de Duarte es la necesidad de tener claridad en el plan de continuidad del negocio, que debe implicar un análisis de la información con la que se cuenta para poder encaminar una transformación digital efectiva para sus negocios.

“La idea de la transformación digital es encontrar esa tecnología que nos sea útil y nos permita hacer procesos más sencillos de nuestra empresa. Este año en Andigraf, hicimos una encuesta y 133 gerentes y líderes de procesos de empresas nos respondieron que, si bien les interesaba el proceso de transformación digital, sólo el 36% ya habían comenzado un plan al respecto. Y quienes no, nos contaban que era algo desconocido para ellos o simplemente no lo consideraban como una prioridad y hoy, en medio de una pandemia ¿quién pensaría que no es una prioridad?”

“Se deben saber cuáles son los productos y manejar los problemas y errores que ocurran en el ciclo de producción. Conocer a los clientes y sus necesidades es fundamental”.

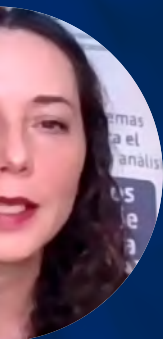
La transformación digital clave para la integración

Para cerrar el diálogo, Florian Ganzer, consultor especialista en industria gráfica de Alemania, ejemplificó varios puntos exitosos de colaboración en la industria, uno de ellos, por ejemplo, las imprentas online. “Un caso a destacar es el de United Print, una de las más grandes imprentas online en Europa que utilizan producción en Offset. En total, tienen más de 7.000 plantas en toda Europa y es uno de los ejemplos del modelo de futuro de integración y colaboración.”

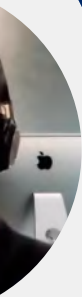
Como punta pie inicial para mejorar la colaboración en el rubro, Ganzer sugiere comenzar por analizar los procesos de producción y enfocarse en solucionar las demandas del cliente, sea internamente o con la ayuda de los pares. “Se deben saber cuáles son los productos y manejar los problemas y errores que ocurran en el ciclo de producción. Conocer a los clientes y sus necesidades es fundamental: ejemplo, puedo saber que mi cliente utiliza cierto producto con el cual no cuento, pero puedo llegar a él, asociándome con otra empresa que sí lo provee y colaborar para ampliar mi portafolio,” concluye.



Florian Ganzer,
Consultor especialista en
industria gráfica de Alemania



Tatiana Duarte,
Presidenta de Andigraf
Colombia



Alejandra,
Directora Ejecutiva de
Intelligence

Socios Asimpres
Romipack

“
**El delivery nos
ha salvado en
este tiempo de
pandemia**



Juan Carlos González,
Gerente general de
Romipack

Juan Carlos González, gerente general de Romipack analiza el impacto que ha tenido la paralización del comercio y retail presencial en la industria del packaging. Sin embargo, con el mismo énfasis, se mantiene optimista, sabiendo que el mantener el foco en el negocio y la innovación en pro de mejorar el producto es clave para mantenerse preparados ante las eventualidades futuras.

Como líderes en América Latina en el rubro de las bolsas de papel, Romipack ha sabido sortear los desafíos que ha enfrentado la industria del packaging durante este año. En medio de cuarentenas, y confinamientos, la

aparición de nuevos actores en la demanda ha ayudado a inclinar la balanza a favor de este sector.

“El impacto ha sido super grande. El retail prácticamente desapareció estos meses: grandes tiendas, malls, venta en locales comerciales, todo cerró. Por otro lado apareció un cliente que nos ha salvado a todos los “bolseros” que es el delivery. Desde empresas como Cornershop, Pedidos Ya, Rappi y un montón de clientes pequeños, tanto en Santiago como en regiones, la demanda ha sido un cambio absoluto en el mercado y creemos que se va a mantener”, destaca.

Prohibición de bolsas plásticas: otro gatillante en pro del papel

El pasado 3 de agosto, entró en vigencia la ley que prohíbe la entrega de bolsas de plástico en todo el comercio a lo largo del país. Una medida impulsada por el gobierno, debido a la creciente demanda de medidas medio ambientales que fomenten el cuidado del planeta y que, además, ha beneficiado a la industria del papel.

“Sin duda, la ley, dio un impulso mayor a la industria, pues pensamos que la medida iba a ser pospuesta, debido a que no estaba dentro de la contingencia. De todas maneras, el tema de la sustentabilidad ha sido un tema primordial en nuestra producción, estamos certificados con sello PEFC, con el uso de papel proveniente de bosques sustentables, además de la elección de tintas y pegamentos al agua, tenemos certificados de biodegradabilidad y de no toxicidad. **Y ahora con el tema de la pandemia, hemos estado viendo algunas innovaciones en términos de seguridad de la materia prima, como innovar en papeles con tecnología antimicrobiana y antiviral y con incorporación de cobre**”, ejemplifica.



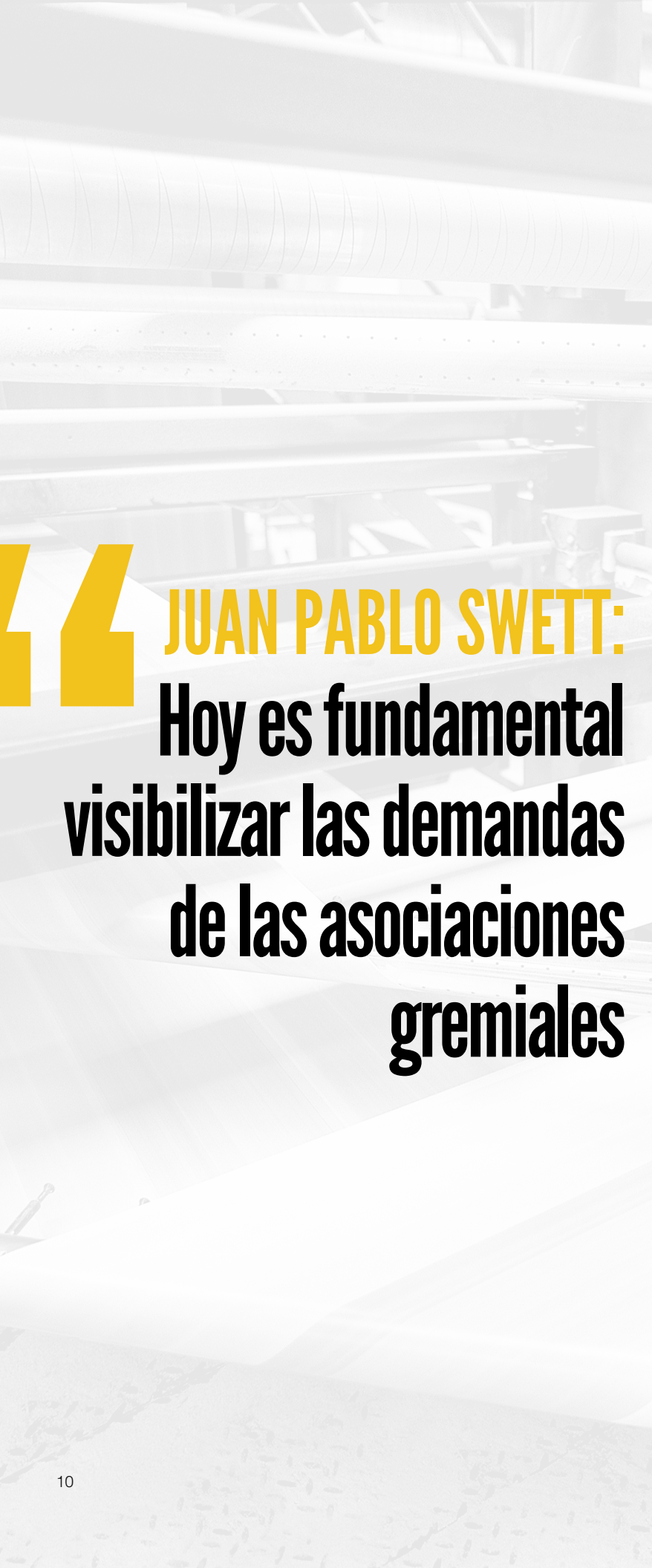
“Como empresarios, tenemos que hacer lo que acostumbramos, que es pagar los sueldos que corresponden y contribuir a tener una mejor sociedad. Creo que hay que estar preparados, no preocupados.”

Visión de futuro: preparación más que preocupación

En un escenario donde es particularmente difícil hacer pronósticos, Juan Carlos González, enfatiza que es importante seguir pendiente de lo que esté ocurriendo durante este periodo de pandemia y no perder el foco en las necesidades de los clientes.

“En el estallido social, la venta de esos meses llegó a bajar hasta en un 90 %, pero creo que las demandas sociales van a seguir existiendo. Ojalá que las autoridades que están y las que vienen sepan controlarlo, porque es poco lo que uno puede hacer. Como empresarios, tenemos que hacer lo que acostumbramos, que es pagar los sueldos que corresponden y contribuir a tener una mejor sociedad. Creo que hay que estar preparados, no preocupados”, concluye González.





JUAN PABLO SWETT: **Hoy es fundamental visibilizar las demandas de las asociaciones gremiales**

En entrevista exclusiva con Revista Impresiones, el líder de la Multigremial Nacional de Emprendedores de Chile, Juan Pablo Swett, habla de la importancia de las asociaciones gremiales en el momento actual y destaca las oportunidades de negocio que ha abierto la pandemia.

Enfático en sus ideas, Juan Pablo Swett afirma que “falta escuchar más a las asociaciones gremiales”. A pesar de que el presidente de la Multigremial Nacional de Emprendedores de Chile reconoce una voluntad de diálogo por parte del Ministerio de Economía para buscar soluciones a las demandas de las empresas pequeñas y medianas, considera que aún hace falta un importante trabajo sectorial.

“Hemos visto que ha sido muy lento el proceso de ayuda hacia los rubros más afectados, por ende, se debería hacer un trabajo más focalizado hacia cada actividad económica para ir trabajando en su reactivación,” opina.

En este sentido, Swett destaca especialmente la importancia de las asociaciones gremiales en el proceso de reactivación económica, esto en base a su rol de coordinación y representación de las empresas chilenas.

“Hoy es fundamental visibilizar las demandas que tienen estas organizaciones, ya que la gran mayoría de ellos –los pequeños y medianos empresarios– están viviendo situaciones muy delicadas debido a la paralización de sus actividades desde antes de la pandemia con el estallido social”

- Juan Pablo Swett
Líder de la Multigremial Nacional de
Emprendedores de Chile

Foco en las oportunidades

La voluntad política como motor de cambio


Además de un mayor diálogo con el mundo gremial, Juan Pablo Swett afirma que aún hace falta contar con más instrumentos estatales que vayan en apoyo de las empresas.

“Sin duda, falta una mayor voluntad por parte de los tres poderes del Estado. Tal como mencionamos desde que se lanzó, el FOGAPE no cumplió con las expectativas de los pequeños negocios, llegando a sólo un 20% de todas las MiPymes que más lo necesitaban en tiempos de pandemia. Otro ejemplo también es el Fondo Crece, que no ha visto luz luego de su anuncio hace cuatro meses, y que iba a ser una ayuda muy importante para muchas MiPymes no bancarizadas que no han podido recibir algún tipo de financiamiento”, critica Swett.

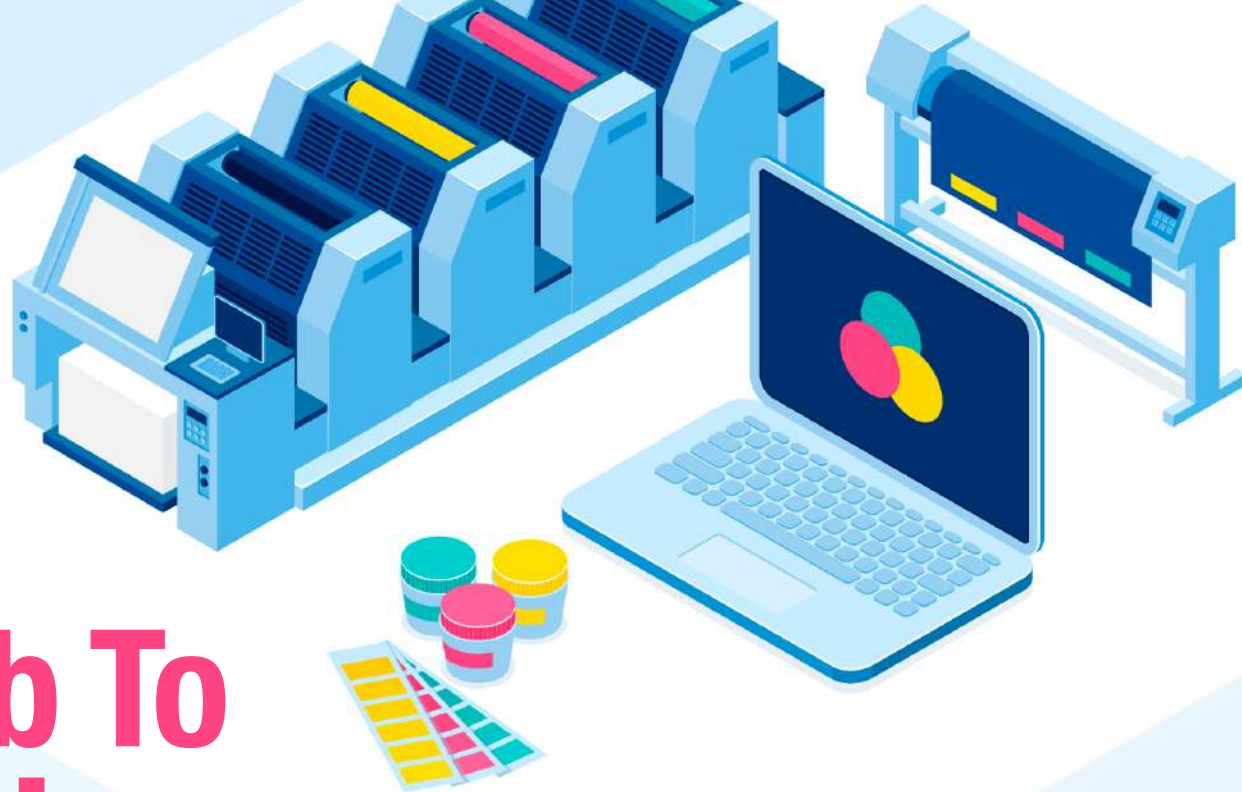
A pesar del panorama incierto, Juan Pablo Swett considera que la pandemia fue una oportunidad para repensar los negocios “para que puedan ser sostenibles ante cualquier tipo de eventualidad”. En este sentido destaca la importancia que han adquirido los procesos de digitalización y el giro hacia las ventas a través del e-commerce.

El líder de la Multigremial Nacional de Emprendedores de Chile, no se queda corto a la hora de instar a todos quienes se están viendo en momentos de dificultad, a que no pierdan de vista su propósito que los hizo emprender en un comienzo.

“Les diría a las empresas que sean innovadoras y que desarrollen su negocio pensando en los tiempos actuales. Siempre es un buen momento para emprender si existe una buena idea que la sustente, a pesar de que estemos viviendo un momento de crisis”, concluye Swett.

A portrait of Juan Pablo Swett, a man with short brown hair and a beard, wearing a dark blue sweater over a light-colored collared shirt. He is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is dark and out of focus.

“Siempre es un buen momento para emprender si existe una buena idea que la sustente, a pesar de que estemos viviendo un momento de crisis”



Web To Print: Impresos a un click

El sistema Web to Print, conocido con las siglas W2P, poco a poco ha despertado el interés por parte de impresores ante la demanda de nuevos clientes y el crecimiento del comercio electrónico. La impresión remota sin intermediarios es una de las innovaciones que han realizado Imprenta Atelier e Imprex, quienes en este artículo comentan las oportunidades que abre implementar este punto de venta digital.

La posibilidad de ofrecer servicios a potenciales clientes durante las 24 horas del día es una de las principales ventajas del Web to Print (W2P). Así lo destaca Fernando Guzmán, gerente general de Imprex, una de las empresas de Asimpres que ofrece el servicio de impresión online.

“Hace casi 7 años que implementamos el sistema y nos motivó hacerlo porque era lo

que se venía en el futuro. La ventaja que tiene el W2P es la estandarización comercial en torno a las ventas y la posibilidad de tener la oferta abierta al cliente las 24 horas del día, eso para nosotros es muy relevante”, señala.

Qué implica estar online

Con más de 30 años de experiencia en la industria de la imprenta, específicamente en el área de comunicación publicitaria y visual de marketing, Imprenta Atelier tuvo la visión de implementar el servicio de impresión a través de la web hace 8 años. Pablo Chappuzeau, gerente general y socio de esta empresa, pone énfasis en la necesidad de tener una especial disposición a la presencia en línea y la eventual evaluación de los clientes.



“Cuando uno se abre a la web tiene que ser abierto total, tiene que aparecer todo en Google, que la gente lo puedan evaluar y estar dispuesto a que lo alaben y que lo critiquen. Si busca Imprenta Atelier en Google, tenemos nuestro perfil de Google Business y tiene una evaluación de 4,7 de 5 estrellas, esto es importantísimo ya que la gente lo mira antes de cotizar o comprar en línea”, aconseja.

Web To Print: evaluar antes de implementar

Otro punto que aclara Chappuzeau de Imprenta Atelier, es que el W2P puede ser una más de las alternativas que existen para tener presencia digital, porque, si bien, es un avance en innovación, puede que no sea efectivo para todos incluirlo en sus modalidades de venta.

“La utilidad de una W2P depende del producto que haga cada empresa. Por ejemplo, una persona que hace cajas de frutas no va a lograr vender en línea. En ese caso, una buena forma de comenzar sería tener una landing page con precios o una tienda sin compra en línea. Todo depende del producto y la audiencia de clientes”, describe.



“
Las calificaciones online son importantísimas ya que la gente las mira antes de cotizar o comprar en línea

Pablo Chappuzeau
Gerente general y socio de Imprenta Atelier



“
La ventaja que tiene el W2P es la estandarización comercial en torno a las ventas y la posibilidad de tener la oferta abierta al cliente las 24 horas del día

Fernando Guzmán,
Gerente general de Imprex

Sobre la visión de negocio, Fernando Guzmán, gerente general de Imprex, coincide con que hay que ser prudentes a la hora de la espera de resultados y agrega la importancia de ir haciendo mejoras, enfocadas en clientes específicos, como, por ejemplo, los clientes B2B.

“Ahora acabamos de innovar en el portal e incorporamos la información de nuestros clientes industriales, donde pueden ya disponer de una autoatención, pues sus datos están en línea. El servicio lo que complementamos con toda una logística de producción que facilita los tiempos de compra y recepción de productos, es decir es una automatización de punta a punta”, concluye Guzmán.

El mundo de las etiquetas: Un rubro reactivado en pandemia

Conversamos con las empresas socias de Asimpres especialistas en la industria de las etiquetas: One Label, EADEC, Colorama, SCM, AMF Etiquetas y Ártica para saber cómo han sabido sobrellevar estos tiempos de cambios e incertezas con miras a un futuro transformador.

Todos los actores dedicados a la producción de etiquetas coinciden que el 2020 ha sido un año de cambio permanente. José Patricio Castro, gerente general de One Label ha observado las variaciones del comportamiento de sus principales clientes, principalmente, debido a la pandemia:



En relación a las cervezas hemos notado un aumento en los pedidos de nuestros clientes, **en especial del segmento artesanal.**



José Patricio Castro
Gerente general de One Label

“En el tema vino, hemos visto una contracción de la demanda en relación a años anteriores sobre todo en los meses de agosto y septiembre, estos son básicamente de exportación, pero en relación a las cervezas hemos notado un aumento en los pedidos de nuestros clientes, en especial del segmento artesanal, principalmente consumo interno,” destaca.



Por suerte, al tener diversificada nuestra cartera de negocios, como por ejemplo laboratorios o mercado de alimentación, **la demanda se incrementó en esas áreas, con respecto a otros años, y nos ayudó a equilibrar.**

Ignacio Cortiñas
Gerente comercial y operaciones de EADEC



Misma situación comenta Ignacio Cortiñas, gerente comercial y operaciones de EADEC. “Entre marzo y abril muchos de nuestros clientes del mundo vitivinícola, que son exportadores hacia el mercado asiático, sufrieron al ser los primeros afectados en la baja de producción. Por suerte, al tener diversificada nuestra cartera de negocios, como por ejemplo laboratorios o mercado de alimentación, la demanda se incrementó en esas áreas, con respecto a otros años, y nos ayudó a equilibrar,” señala.



Para nosotros es más importante tener una cartera dentro de nuestro segmento que tenga diversificado sus mercados de destino, esto nos ha permitido no desfocalizarnos, pero disminuir significativamente el riesgo.

Carlos Scheuch
Gerente general de Colorama



Carlos Scheuch, gerente general de Colorama, especialistas en etiquetados de vino, tiene una opinión distinta sobre incentivar la diversificación de productos, y apuesta más al enfoque del negocio. “La diversificación es una buena alternativa, sin embargo, con esa estrategia se pierde el foco y la especialización. Para nosotros es más importante tener una cartera dentro de nuestro segmento que tenga diversificado sus mercados de destino, esto nos ha permitido no desfocalizarnos, pero disminuir significativamente el riesgo,” explica.

Etiquetando el futuro: nuevos clientes en modo digital

Aunque en su opinión, “aún no es significativo”, Juan Carlos Urruticoechea, gerente comercial de SCM ve cambios que han surgido a partir de la apertura de los canales de comunicación en redes sociales. “Hace dos años vimos que venía el tema de tirajes cortos. Hemos observado que hay emprendedores nuevos que requieren etiquetas de bajo volumen y nos hemos dado cuenta por nuestras redes sociales”, describe.

“Hemos observado que **hay emprendedores nuevos que requieren etiquetas de bajo volumen** y nos hemos dado cuenta por nuestras redes sociales.

Juan Carlos Urruticoechea
Gerente comercial de SCM

Por parte de EADEC, Cortiñas señala: “Hemos potenciado la comunicación por internet, a través de nuestra web y las redes viendo la necesidad de pequeños productores que requieren de etiquetas. Este tipo de clientes muchas veces necesita asesorías de diseño porque realmente no conocen el tema gráfico, pero si consigues darles un buen servicio, entre ellos hay mucho boca a boca y atender bien a uno, supone que en dos semanas vienen tres personas más con las mismas necesidades” destaca.

Trabajando en modo Covid 19

La nueva normalidad ha impulsado transformaciones forzadas en las organizaciones, como nuevos horarios y formas de trabajo además de inversiones en nuevos equipamientos y en la estructura física de las oficinas y todos, sin excepción, han debido adaptarse. “En el inicio de la pandemia la incertidumbre era gigante, pero supimos reaccionar a tiempo, manteniendo el servicio y calidad en el suministro de etiquetas, por ejemplo. Con el trabajo

“

Con el trabajo remoto, implementamos el V°B° por teletrabajo y envío de muestras de nuestro laboratorio digital, **en búsqueda de una mejor conectividad con nuestros clientes.**

Juan Ignacio Molina
Gerente general de AMF



remoto, implementamos el V°B° por teletrabajo y envío de muestras de nuestro laboratorio digital, en búsqueda de una mejor conectividad con nuestros clientes”, comenta Juan Ignacio Molina, gerente general de AMF.

Algo similar ha ocurrido para Sociedad Comercial Mediterráneo (SCM). “La pandemia nos hizo ordenarnos, revisar los clientes que tenemos, ver el tipo de etiquetas que hacemos para poder tener una estructura que tenga como foco la buena atención de nuestros clientes”, relata Juan Carlos Urruticoechea, gerente comercial de la empresa.

En tanto, Esteban Fernández, gerente general de Ártica destaca la adaptabilidad de su equipo de trabajo: “Hemos tenido que redoblar esfuerzos para mantener nuestros niveles de calidad y producción, sorteando bastantes dificultades con protocolos muy estrictos, que incluyen entre otras iniciativas exámenes médicos permanentes a nuestro personal. Aquí cabe destacar el encomiable compromiso de nuestros colaboradores para mantener nuestros niveles productivos. Sin aquello no hubiese sido posible”, concluye.

“

Hemos tenido que redoblar esfuerzos para mantener nuestros niveles de calidad y producción, sorteando bastantes dificultades con protocolos muy estrictos, que incluyen entre otras iniciativas exámenes médicos permanentes a nuestro personal.

Esteban Fernández
Gerente general de Ártica

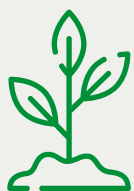




**2° Acuerdo de Producción Limpia
de la Industria Gráfica de impresión digital,
flexográfica y offset**



Imprime con las 36 empresas comprometidas con el medioambiente



Asimpres, en su tarea de consolidar su compromiso a largo plazo con el medio ambiente, suscribió un segundo Acuerdo de Producción Limpia de la Industria Gráfica, junto con la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, el Ministerio de Energía y el Ministerio de Medio Ambiente.



36 empresas gráficas –de impresión y packaging– superaron un exigente proceso de certificación en el que lograron importantes eficiencias y ahorros en su producción.



Esta certificación garantiza condiciones productivas, ambientales, de higiene y de seguridad laboral de los equipos de trabajo, además de la eficiencia energética en el uso del agua y la adecuada gestión de los residuos producidos por las empresas.

Principales Impactos

Medioambientales



Ahorro anual por **\$1.443 millones** por un aumento de reciclaje, valorización de residuos y menos consumo de energía.



Reducción del **7,5%** en las emisiones de compuestos orgánicos.



Disminución del **4,6%** de la huella de carbono.

Gestión de residuos



Reducción del **6%** de la generación

Valorización del **80%** del total de residuos

Gestión de **39.789** toneladas de residuos

Consumo energético



Disminución en un **2,1%** del consumo por tonelada procesada

Reciclaje



75% del consumo de papel certificado

¡Estas fueron las
36 empresas
 comprometidas con
 el cambio!

COMUNICACIÓN VISUAL



EDITORIAL - PUBLICITARIO



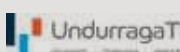
ETIQUETAS



PACKAGING



TRANSACCIONAL



Con apoyo de:



Las novedades sustentables de **Kodak**

Enfocados en satisfacer las demandas de tiempo y eficiencia de los clientes, Kodak ha logrado grandes cambios en el área de la producción de imprentas, consolidando su apuesta por el desarrollo de una industria amigable con el medio ambiente.

Uno de los más recientes ejemplos, del compromiso de Kodak con la sustentabilidad son las planchas SONORA X libres de procesamiento. Entre sus ventajas está la disminución de los tiempos de preparación en la imprenta, logrando una calidad más uniforme gracias a que no hay variación en el procesamiento. Además, estas planchas logran una mayor seguridad de los empleados al eliminar los químicos y aumentan el uso de espacio en el piso al eliminar la línea de procesamiento.

“Las planchas SONORA X ahora pueden ser utilizadas por grandes impresores comerciales, impresores de embalajes offset, editoriales de libros, periódicos grandes y más. Está ocurriendo la revolución del libre procesamiento y, cuanto más rápido se produzca la conversión, más impresores individuales y la

industria de la impresión en su conjunto se beneficiarán al igual que el medio ambiente”, destaca Miguel Cuartin, manager director regional export LATAM de Kodak.

Incentivo a empresas sustentables

Otro de los hitos que marcan el apoyo a reducir el impacto ambiental es el origen de los premios SONORA Plate Green Leaf Award, denominados así por las planchas Kodak SONORA.

“Desde el 2013 hemos entregado estos premios a los impresores comprometidos con el medio ambiente. El año pasado fueron premiados 52 impresores de todo el mundo que han invertido en prácticas sustentables. Con la entrega de estos premios se ha motivado la adopción de las planchas libres de procesamiento y actualmente más de 4.000 impresores en el mundo están utilizando las planchas Kodak Sonora”, destaca el ejecutivo.

Nuevos lanzamientos: foco en la eficiencia

Otro de los focos importantes para Kodak es la búsqueda de la eficiencia que mantenga la alta calidad impresa. Es el caso de la tecnología electrofotográfica, donde recientemente fue lanzada la prensa digital Nexfinity. Por el lado de la tecnología Inkjet, el modelo Kodak Prosper Ultra520, es la novedad en prensas digitales.

“El objetivo es que nuestros clientes puedan aceptar cada nuevo trabajo que se les presente y obtener ganancias, con tecnología única que impulsa la eficiencia y las oportunidades en la gama de aplicaciones más amplia de la industria. Ayudamos a impresores de todos los segmentos: comerciales, periódicos, editoriales, empresas de embalaje y otros para que puedan aumentar el valor de la página impresa en el mundo actual”, finaliza Cuartin.

“

Está ocurriendo la revolución del libre procesamiento y, cuanto más rápido se produzca la conversión, más impresores individuales y la industria de la impresión en su conjunto se beneficiarán al igual que el medio ambiente.

Miguel Cuartin
Manager Director Regional Export
LATAM de Kodak.



7° informe de Tendencias Globales Drupa: Las expectativas de la industria impresa a nivel mundial

Los resultados de la encuesta realizada a impresores y proveedores de diversas regiones del mundo dan cuenta de un buen momento para el sector packaging y la impresión funcional. El informe muestra además las preocupaciones sociales, económicas y políticas de la industria según región geográfica. Junto a ello, proyecta una tendencia a aumentar la inversión.

Un optimismo general, pensando en un futuro de innovaciones centradas en la inversión, son las principales conclusiones del 7° informe de Tendencias Globales de Drupa, feria líder en temas de innovación y el mundo gráfico a nivel mundial.

La encuesta, que fue realizada en noviembre del 2019, sondeó a casi 600 impresores y 200 proveedores. Fue elaborada por la empresa británica Printfuture y la empresa

suiza Wissler & Partner. De acuerdo a los resultados, la industria se muestra optimista con respecto al futuro, considerando una latente preocupación por las contracciones económicas a nivel mundial. Desde el área del packaging y la impresión funcional, hay una mayor confianza debido al posicionamiento que se tiene en el mercado, en comparación con la sensación que tiene el área editorial y comercial.

Tendencia a la inversión

El informe de Drupa mostró además que los planes de inversión en la industria en general, se mantienen al alza, con un número mayor de impresores de todas las regiones que prevén incrementar el gasto de capital en el próximo año, en comparación con la cifra de empresas que planea reducirlo.

La situación de los proveedores coincide con la de sus clientes tanto por regiones como por mercados, aunque en muchos casos tienen la ventaja de que están más diversificados. "Esta tendencia continuará, pero cada vez más vemos que los impresores se dan cuenta de que necesitan innovar con productos y servicios nuevos para sus mercados, o diversificándose en segmentos diferentes", dice Sabine Geldermann, directora de Drupa y directora del área global de tecnologías gráficas de la feria Messe Düsseldorf.

Dos principales inversiones en tecnología de impresión por mercado en 2020

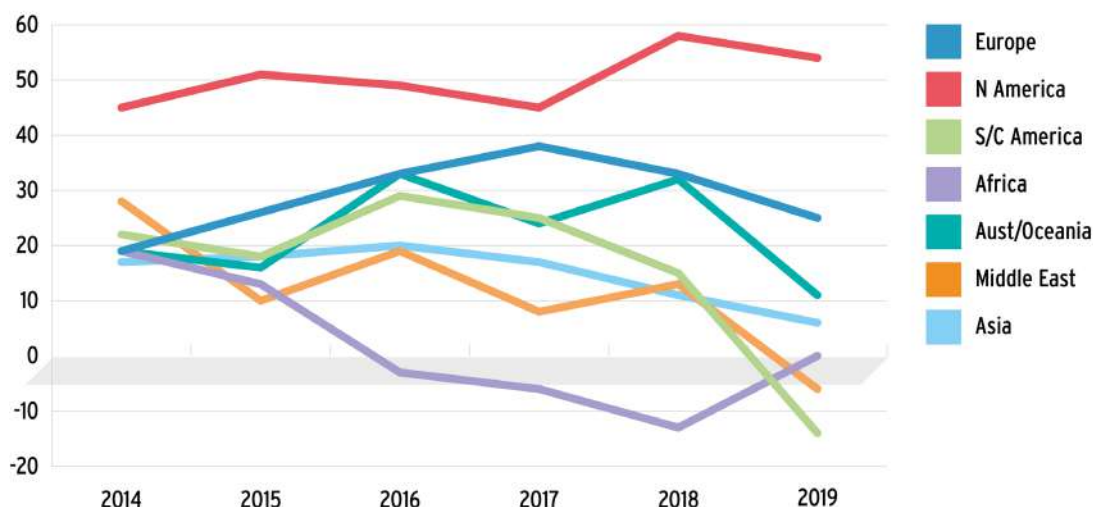


Panorama por regiones

Al ser consultados los impresores y proveedores por las expectativas socioeconómicas futuras; en Norteamérica, manifestaron no sentir una mayor preocupación. En el caso de los mercados de Europa, la mayor preocupación se ve en términos de contracción y desaceleración económica y, en segundo lugar, los conflictos comerciales internacionales junto con las demandas medioambientales. En tanto, en economías emergentes como Oriente, América del Sur/Central, África y Asia, la incertidumbre social y política, son las principales preocupaciones.

Confianza económica de los impresores por región

Balance positivo frente a negativo (%)



Richard Gray, director de operaciones de Printfuture, señala al respecto. **“Por primera vez hemos preguntado a los encuestados por las dificultades socioeconómicas más generales, lo que nos ha permitido identificar dos patrones claros en todo el mundo: los países más desarrollados se muestran preocupados en primer lugar por el riesgo –o la evidencia– de recesión económica, y en segundo lugar por las guerras comerciales internacionales y los efectos del calentamiento global y las presiones ecologistas. En las regiones en vías de desarrollo, la corrupción y la inestabilidad política son los principales factores que generan recesión”.**



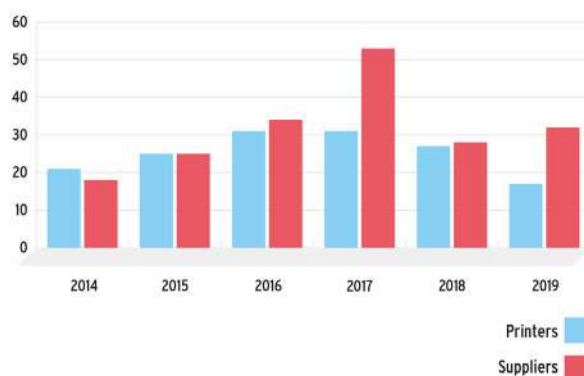
Cada vez más vemos que **los impresores se dan cuenta de que necesitan innovar** con productos y servicios nuevos para sus mercados, o diversificándose en segmentos diferentes.

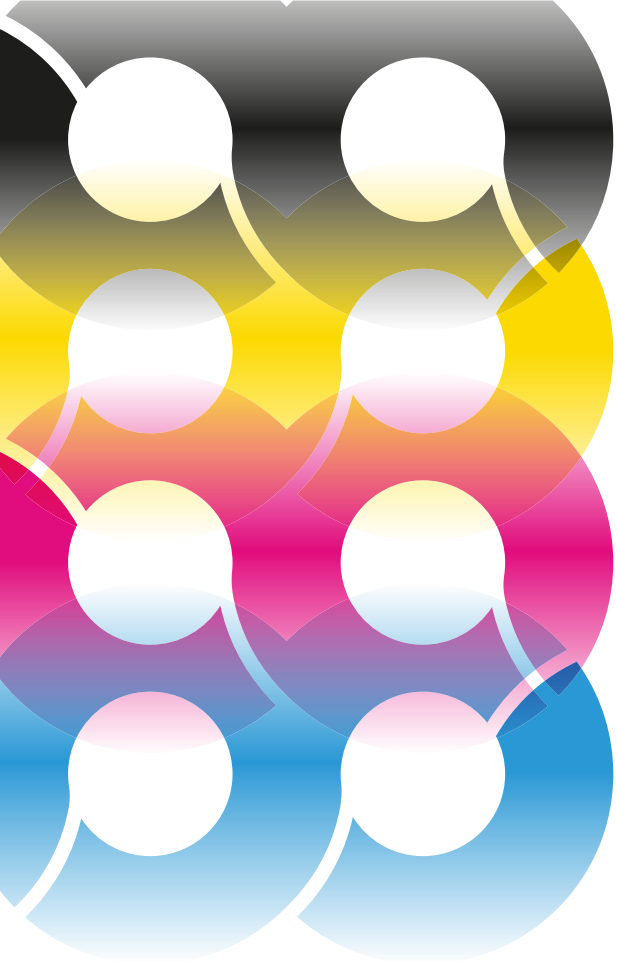
Sabine Geldermann,

Directora de Drupa y directora del área global de tecnologías gráficas de la feria Messe Düsseldorf.

Confianza económica mundial a lo largo del tiempo

Balance positivo frente a negativo (%)





Seminario Alianza
Gremio Academia

¡RESERVA EL DÍA!

Desafíos para el mundo del **Print & Pack**

MIÉRCOLES **04 DE NOVIEMBRE**
17:00 HORAS

¡Inscríbete aquí!

INVITA:

ASIMPRES



ASOCIACION GREMIAL
DE INDUSTRIALES
GRAFICOS DE CHILE



FEYSER IMPRESORES

Preparados para la contingencia, Feyser cuenta con servicios de comunicación visual como cintas de demarcación de distanciamiento social y gráficas para piso interior de alto tráfico entre otros elementos, hoy fundamentales para seguir los protocolos sanitarios en pandemia.

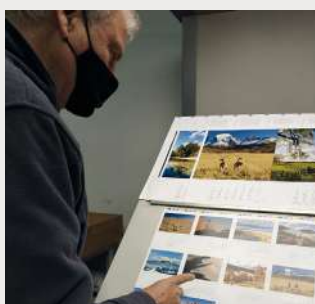


Participa de esta sección etiquetándonos en tus post como **@asimpres** o usando el hashtag **#Asimpres**



IMPRESX

En Imprex, los clientes pueden recibir la asesoría de más de 30 años de experiencia en la creación de elementos de marketing de calidad, como es el caso de una caja especialmente creada con tapas duras, pensada para productos o contenido de alto valor.



IMPRESORA ÓPTIMA

Impresora Óptima ofrece la fabricación de calendarios 2021, con la impresión perfecta que garantiza los colores y la nitidez de la captura de imágenes realizada por fotógrafos especializados, con un resultado de alta calidad.

TEKKROM

En Tekkrom, más de 40 servicios disponibles para clientes que requieren soluciones gráficas como por ejemplo la digitalización de documentos, liberando espacio de archivadores e interminables estanterías con documentos de manera segura, rápida y confiable.



ANTALIS

Acorde a las demandas de elementos de higiene y protección sanitaria, Antalis ofrece Pet Film transparente, para la elaboración de mascarillas y escudos faciales, separadores de ambientes y espacios en transportes.



IMPRESOS G4

Todo tipo de folletería y afiches informativos impresos a color, etiquetas autoadhesivas, floorgraphics, pendones y todos los elementos ideales para la comunicación visual.



DIPISA

Ofrece papel fotocopia blanco que es 100% reciclado. Con tecnología Ink Wise, que aprovecha al máximo los colores sin tinta extra al imprimir.



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



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