

EDICIÓN N° 146 | ASIMPRES

Impresiones

Del Mundo Gráfico

**ASIMPRES DESPIDE EL
AÑO CON ENCUESTO:**

**Descifrando
claves del
Print & Pack
2021—**



BOLSAS DE PAPEL:

LA OPCIÓN NATURAL PARA EVITAR MÁS PLÁSTICO EN EL MAR

En comparación con otros materiales, los productos y bolsas fabricados a base de papel y producidos de manera sostenible son una alternativa para evitar ser parte de los 8 millones de toneladas métricas de basura plástica que termina en los océanos cada año, dañando no sólo la fauna marina si no también, la salud humana.

El optar por usar bolsas de papel es la solución natural a la hora de pensar en un futuro más sustentable ya que fomenta la economía circular disminuyendo la generación de desperdicio plástico y fomentando la reutilización y reciclaje de las mismas.

La organización Two Sides con su campaña "I love paper", busca dar a conocer las ventajas de los empaques basados en papel por su sustentabilidad, a través de diferentes datos que muestran el impacto positivo que tiene este material para el cuidado del planeta.



COMPAÑÍA DE BIOMATERIALES CREA TINTA BASADA EN ALGAS

Living Ink Thecnologies, compañía de California, Estados Unidos, creó Algae Ink, la primera tinta del mundo 100% biodegradable. Fabricada a partir de células de un cultivo de algas, nace el tinte vegetal, insumo vital para la industria gráfica.

Disponible en tonos verdes, marrón y negro carbón, esta tinta puede ser aplicada manualmente o través de serigrafía en envases de cartón, plástico y gomas, ayudando a ser una alternativa a las tintas fabricadas tradicionalmente, que mayoritariamente son desarrolladas con productos derivados del petróleo, dañinos para el medioambiente.

MÁS INFORMACIÓN EN LIVINGINK.CO/

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 146 - Año 1

inna 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.



LA VUELTA DEL QR: OPORTUNIDAD PARA EL PRINT & PACK

Debido al COVID-19, los códigos QR o Quick Response Code, han tenido un incremento en su uso a la hora de evitar el contacto físico y se han convertido en una oportunidad de comunicación visual para rubros como la hotelería, restaurantes y locales de consumo presencial, además de su utilización en el packaging del e-commerce.

Siguiendo la lógica de los códigos de barra, los QR permiten acceder a una gran cantidad de información como páginas web, menús y videos. **Este revival de los lectores de QR abre nuevas alternativas de estrategia de marketing, para los negocios, ayudando a una fácil recopilación de datos y fidelización del cliente.**



ENCUENTRO ANUAL DEL PRINT & PACK:

DESCIFRANDO CLAVES PARA EL 2021

CON LA PARTICIPACIÓN DE:



Presidente de la CPC,
JUAN SUTIL

PREMIO ASIMPRES A EMPRESA DESTACADA DEL AÑO, EMPRESARIO DE NUEVA GENERACIÓN,
MEJORES EMPRESAS PROVEEDORAS Y PROFESIONAL DE EXCELENCIA

03 DICIEMBRE ■ 17 HORAS

Asimpres invita a conversar sobre los desafíos para el 2021 en su evento de cierre de año

El gremio de la industria gráfica convoca a todos sus socios al evento de cierre anual “Descifrando claves del Print & Pack 2021” con el objetivo de reunir a los actores principales de la industria gráfica para conversar sobre los desafíos y proyecciones para el próximo año.

El encuentro, el cual se realizará vía streaming el 3 de diciembre a las 17 hrs, será conducido por la periodista especializada en economía y conductora de Radio Agricultura, Gabriela Valenzuela, y contará con la participación especial de Juan Sutil, presidente de la CPC, quien nos compartirá su visión del panorama económico para el 2021.

Además, estarán presentes diversos actores de cada rubro en la industria del Print & Pack, quienes abordarán los principales objetivos y proyecciones que planean para fortalecer al gremio y la industria nacional.

Como cada año, además se entregarán los reconocimientos a las empresas, proveedores y ejecutivos socios de Asimpres que han tenido un desempeño destacado en este 2020.

**“Nuestros clientes
se han mantenido en
el tiempo por la calidad
en el servicio”**



Juliana Reinoso
Gerente comercial de Procolor

Destacados por el servicio premium de terminaciones e impresión digital, Procolor ha podido sortear las dificultades en este año de confinamiento, enfocados en seguir entregando y mejorando soluciones integrales y personalizadas a cada uno de sus clientes.

Con 18 años en el mercado, Procolor ha mantenido el expertise de ser una imprenta especializada en servicios de impresión y terminación digital con calidad premium.

“Para nosotros lo más importante no es la entrega final, sino que la experiencia que tuvo el cliente desde que nos contactó hasta el final de su compra y en pandemia pudimos entregar soluciones rápidas y acordes a la demanda. En general, nuestros clientes se han mantenido en el tiempo por la calidad en el servicio”, destaca Juliana Reinoso, gerente comercial de Procolor.

Sustentabilidad v/s costos

Los desafíos a futuro de Procolor siguen en la línea de mejorar su especialidad: las terminaciones y la impresión digital de baja demanda, tendencia que, en opinión de Juliana Reinoso, continuará, aunque con un mayor énfasis en la sustentabilidad.

“Si el cliente ve que imprimió menos y que el uso del papel se optimizó, sólo se da cuenta cuando esto le costó menos. Varios no entienden cómo se fabrica un papel reciclado y por qué tiene un costo mayor, pero ahí entra el rol educativo de nosotros como proveedores de explicar cuál es la solución técnica



Para nosotros lo más importante no es la entrega final, sino que la experiencia que tuvo el cliente desde que nos contactó hasta el final de su compra y en pandemia pudimos entregar soluciones rápidas y acordes a la demanda. En general, nuestros clientes se han mantenido en el tiempo por la calidad en el servicio.

más eficiente para ellos y qué es lo que realmente necesitan. La idea es que el concepto de la sustentabilidad no sólo se quede en el papel”, señala Reinoso y agrega. “En general las exigencias de certificaciones se dan más en multinacionales que en empresas nacionales, pero si te sumas a estos cambios de paradigmas, también te permite mejorar el nivel de tu producción y ampliar las posibilidades de negocio”, concluye.



Vera y Giannini

“La pandemia nos confirmó que tenemos un equipo humano súper comprometido”

Con más de ocho décadas de existencia, Vera y Giannini Impresores se ha consolidado como una de las empresas especialistas en packaging en cartulina y cartón corrugado en el país.

No sólo siguió funcionando durante el período de restricción en plena crisis sanitaria; este año Vera y Giannini Impresores incrementó su producción por ser parte, junto a sus clientes, de la cadena de abastecimiento alimentario. De acuerdo a su gerente general, Matías Jarpa, la pandemia ha significado importantes oportunidades de crecimiento para esta empresa.

“Hoy la gente está saliendo menos a comer afuera. Esto permitió que creciera mucho el segmento de alimentos de productos de primera necesidad, además del aumento que tuvimos de packaging de deliveries de comida. Esta situación ha significado para nosotros un crecimiento a la fecha de un 12-13% en comparación con el año pasado”, detalla.

Capital humano clave

A la hora de hablar del manejo operacional del negocio durante este año, Matías Jarpa destaca que ha sido vital contar con un equipo colaborativo y dispuesto a cumplir con los objetivos.

“Entre otras cosas, implementamos turnos espejo en varias áreas y cuarentenas preventivas; duplicamos los gastos de apoyo al equipo en términos de salud y seguridad para garantizar que las personas no corrieran riesgos en la planta ni en los trayectos, asegurando sobre todo de que lleguen bien a sus casas durante el toque de queda. Todos los trabajadores de Vera y Giannini comprendimos cuál era nuestro rol y honramos el compromiso que hicimos con el país y su cadena de abastecimiento”, destaca.

Flexibilidad como eje de trabajo

Más allá de haber sobrellevado con éxito la compleja situación vivida durante este periodo, el ejecutivo cuenta que no han estado exentos de complejidades, las cuales han podido superar gracias a su rápida y constante capacidad de adaptación.

“La pandemia nos ha obligado a ser muy flexibles en términos de cómo tomamos las decisiones y cómo nos adaptamos. Esa flexibilidad nos permitió mantener los buenos indicadores de entregas y de calidad que ya teníamos”, enfatiza.

“La pandemia aceleró muchos cambios culturales en lo laboral, en nuestra empresa, y en nuestros proveedores y clientes.”

Matías Jarpa
Gerente general Vera y Giannini



Nuevas formas de trabajar

Al momento de proyectar el futuro de la industria, el gerente general de Vera y Giannini plantea que el gremio se debe preparar para los cambios en las formas de ejecutar el trabajo en las empresas y relacionarse entre sí.

“La pandemia aceleró muchos cambios culturales en lo laboral, en nuestra empresa, y en nuestros proveedores y clientes. **Yo no espero que los jóvenes que entren el día de mañana a Vera y Giannini se adapten completamente a la empresa; a nosotros también nos cabe una responsabilidad muy importante en tener que prepararnos y adaptarnos a cómo están trabajando hoy en día esos jóvenes y por lo mismo tenemos que encontrar buenos equilibrios en lograr los resultados con nuevas o maneras distintas de trabajar”, concluye.**

Daniela Romero
Socia fundadora de
Imprimarte



“ Imprimarte

Es importante ser abiertos y darse cuenta de que existen otras formas de hacer imprenta

Con una década de experiencia, Imprimarte se autodefine como una imprenta boutique. En esta entrevista su fundadora, Daniela Romero, cuenta cómo esta empresa familiar con sello femenino se proyecta a seguir creciendo.

Como “todo un desafío” califica Daniela Romero, socia fundadora de Imprimarte, la experiencia de crear Imprimarte junto a su hermana. Mientras estudiaba diseño y trabajaba en la imprenta de su abuelo comenzaron sus primeros pasos en el rubro y que, sumado a los estudios posteriores de ambas en ingeniería en marketing, les permitieron consolidar el negocio que

crearon con la idea de compatibilizar la vida familiar con la laboral.

“Teníamos experiencia en la parte de producción, pero fuimos aprendiendo la parte comercial en el camino. Así logramos hacernos conocidas por el tema de las credenciales y las cintas con logos”, señala Romero.

Autodefinida como una imprenta boutique, esta empresa se caracteriza por su consolidado equipo compuesto por mujeres, donde el foco es entregar un servicio completamente personalizado e integral para cada cliente.

Impensado boom en pandemia

A diferencia de imprentas tradicionales que cuentan con máquinas offset o flexo, Imprimarte trabaja con máquinas de impresión digital, cuestión que en plena crisis sanitaria les permitió enfrentar la explosiva demanda que vivieron.

“Con la normativa que solicitaba a los trabajadores esenciales portar credenciales, tuvimos un período explosivo de pedidos. Pasamos de procesos de aprobación de meses o semanas, a entregar en 24 horas”, cuenta Daniela Romero.

Proyecciones con foco en el cliente

Los planes para Imprimarte durante el próximo año van enfocados en poder facilitar aún más el acceso de los clientes a través de un servicio que permita reducir al mínimo los intermediarios.

“Tenemos la idea de implementar un sistema web to print donde los clientes nos puedan solicitar un pedido 100% online con un catálogo que se renueve en el tiempo. Nuestro foco es tener full flexibilidad y darles soluciones a nuestros clientes”, señala.



“Tenemos la idea de implementar un sistema web to print donde los clientes nos puedan solicitar un pedido 100% online con un catálogo que se renueve en el tiempo. **Nuestro foco es tener full flexibilidad y darles soluciones a nuestros clientes**”

Rol de directora: promover la colaboración

Daniela Romero es además parte de la nueva directiva de Asimpres para el periodo 2020-2022 y cree que la industria del futuro se basará en la colaboración entre los pares del rubro.

“En el encuentro SAGA se comentó bastante que estamos en una etapa de colaboración entre todos. Creo que es importante tener una visión abierta y darse cuenta de que existen otras formas de hacer imprenta. Imprimarte apunta a un nicho muy específico y creo que cada una puede tenerlo porque hay espacio para todos”, concluye.

Avanza proyecto de ley que prohíbe envases y productos plásticos de un solo uso

La normativa que prohibirá la entrega de productos, envases y embalajes de plástico de un solo uso, ya fue aprobada en julio por el Senado, y avanza en su segundo trámite constitucional, luego de ser aprobada por la comisión de Medio Ambiente de la Cámara de Diputados.

La ley obligará a restaurantes y locales que comercialicen comida preparada para servir o llevar a cambiar las materialidades de todos los envases que entreguen por sustratos reutilizables o compostables. La iniciativa pretende disminuir la enorme cantidad de residuos plásticos que alcanzan los 8 millones de toneladas que terminan en los océanos cada año.



Oportunidad para el packaging: Estudio señala que el delivery será algo cotidiano

Es una de las conclusiones que evidenció el tercer estudio de Comportamiento de Compra. Chilenos: Pre, durante y visión Post Pandemia, realizado por el área de investigación de la Asociación de Agencias de Medios, AAM.

La encuesta destacó que durante la pandemia el delivery se potenció al punto de establecerse como un hábito de compra que, según los expertos, permanecerá en el tiempo. Así lo señaló George Lever, gerente de estudios de la Cámara de Comercio de Santiago, invitado a la presentación de AAM.

“El delivery se transformó en un nuevo hábito y va a costar que se deje de lado porque es muy cómodo para todos. Incluso en algunas categorías como tecnología, hay productos que se compran y despachan el mismo día. La ventaja comparativa de comprarlo online versus presencial es significativa”, señala.

Este nuevo comportamiento de compra influye y potencia la industria del packaging que ya ha sido testigo del aumento del volumen de pedidos relacionado con este boom del e-commerce. Otro de los beneficiados de esta nueva forma de comprar, ha sido el peque-

ño comercio y los emprendedores que comenzaron a vender en sus propias plataformas por primera vez. Un punto para destacar considerando que un 50% de los encuestados compró a través de e-commerce al menos una vez, incluyendo compras a través de redes sociales como Instagram.

El estudio concluye además que la pandemia ha evidenciado que existe un consumidor más empoderado, lo que obliga a las empresas a ofrecer más información y otorgar mucho más valor del tangible para así poder mantener la fidelidad de sus consumidores.

“

El delivery se transformó en un nuevo hábito y va a costar que se deje de lado porque es muy cómodo para todos.

- George Lever
Gerente de estudios de la
Cámara de Comercio de Santiago

COMPORTAMIENTO DE
COMPRA

**ÚNETE A NUESTRA CONVERSACIÓN
CON #ESTUDIOCOMPRA2020**

#EstudioCompras2020

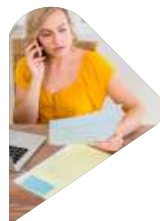
EDIPAC

LÍDER EN DISTRIBUCIÓN
de papeles, cartulinas y productos de papel



cmpec
biopackaging | edipac

Bond / Cartulinas / Couché / Embalaje / Autocopiativo / Soluciones de Empaque



Empresa Distribuidora de Papeles y Cartones SpA.



Casa Matriz: Santiago, Las Esteras Sur #2501, Quilicura.
Sucursales: Concepción, Paicaví #3025.
Temuco, Av. Rudecindo Ortega # 02305.



ventas.edipac@cmpec.com



ventas.edipac@cmpec.com



(+56 2) 2375 2410

Comprometidos con el
Medio Ambiente



Promoviendo el
manejo forestal
sustentable

Ciclo de Charlas Ingraf



DICIEMBRE 2020

Canon

Jueves 17 de diciembre | 16:00 hrs

Relator: Mauricio Villarroel "Conceptos de prensas digitales y servidores de impresión"

Hagraf

Martes 22 de diciembre | 16:00 hrs

Relator: Carlos Gallardo "Nuevas tecnologías de impresión offset y conceptos de eficiencia"

Harper / Davis Graphics

Martes 29 de diciembre | 16:00 hrs

Relator: Ricardo Romero "Los lenguajes del color"



Para más información, enviar consultas a Vicky Godia a v.godia@educagrafica.cl

ANIVERSARIOS

SOCIOS ASIMPRES



Papelera Dimar S.A.

FUNDADA EN 1973



FUNDADA EN 1974



FUNDADA EN 1978



FUNDADA EN 1989

Invitamos a todos los
socios a compartir sus
aniversarios de empresa al correo:
comunicaciones@asimpres.cl



BOTELLA DE CARTÓN HECHA CON 82% DE RECURSOS RENOVABLES: UN EJEMPLO DE ECONOMÍA CIRCULAR

Tetra Top es una botella desarrollada por Treta Pak® que está fabricada principalmente con cartón certificado FSC™ y su tapa, con plástico de origen vegetal proveniente de la caña de azúcar, lo que genera una baja emisión de CO2.

Un ejemplo de economía circular que busca reducir los residuos y generar menor huella de carbono al ser envases reutilizables, además de su bajo costo de fabricación en comparación con envases similares. Actualmente son varias las marcas que utilizan este envase en Chile, como los productos JUST Water, Rustika, Daily y Vivo.

CANON ENTRA EN EL RECORD GUINNES CON LA FOTO IMPRESA MÁS LARGA DEL MUNDO

Canon logró entrar al Libro Record Guinness al imprimir digitalmente la fotografía más larga del mundo. Equivalente a la altura de la Torre Santa María de Santiago, la imagen alcanzó más de 109 metros y se logró realizar desde lo más alto de la colina del salto de esquí Schattenberg ubicada en Oberstdorf, Alemania.

El equipamiento utilizado fue la impresora fotográfica imagePrograf PRO-6100 modelo de 2400 ppp de máxima resolución, con

un cabezal de 12 colores y 1,28", la cual posee un software de inteligencia Professional Print, que controla los ajustes previos a la impresión y que, bajo extremas condiciones meteorológicas y en 16 horas ininterrumpidas, logró imprimir una recopilación de imágenes históricas de la ciudad, utilizando apenas 1,37 litros de tinta de pigmento LUCIA PRO de Canon.





100% compostable

ICONOSUR

Conscientes de la responsabilidad en ofrecer alternativas amigables con el medio ambiente, Iconosur ofrece packagings 100% compostables, al utilizar cartulinas y materialidades 0 plástico.



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




OGRAMA

Con más de 100 años de trayectoria especializados en impresos, Ograma destaca su pasión por lo que hacen al dar vitrina a sus novedades en libros y sus terminaciones enfocadas en cautivar a los amantes del print.

AVERY DENNISON

Opciones de etiquetas en que además del diseño importa su proceso de fabricación, es lo que destaca Avery Dennison con la disponibilidad de materiales para etiquetas hechos con 100% de fibras de papel post consumo, ayudando a un proceso de producción más sustentable.

Desempeño y sustentabilidad en un solo frontal



A IMPRESORES

Con más de 40 años de experiencias en soluciones gráficas en impresión digital y offset, A Impresores entrega prácticos datos para el proceso de impresión en línea, como parte del compromiso con el cliente y sus negocios.



KOALA BOX

Variedad de estilos y diseños siguiendo las tendencias del unboxing, que es el publicar la apertura de cajas con sorpresivos productos en su interior y publicarlo a través de redes sociales.



ONE LABEL

Proyectos como un cambio de imagen de marca son uno de los desafíos que Onelabel destaca y que garantiza la filosofía de esta imprenta de entregar satisfacción a los requerimientos de sus clientes.





DIPISA

Una variedad de soluciones print y productos asociados es lo que ofrece Dipisa en su oferta, que incluyen papeles, cartulinas, autoadhesivos, papel fotocopia y packaging y POP entre otros.


ALPHAPRINT

Con todas las medidas de seguridad y protección sanitaria, AlphaPrint reabre sus locales para ofrecer soluciones de comunicación visual y print, garantizando una atención personalizada a todos sus clientes, manteniendo su servicio de cotización de impresos online.



DONNEBAUM

Donnecare es la tienda virtual que impronta Donnebaum lanzó este año, donde se puede encontrar desde papelería y libros especialmente diseñados para las creaciones de niñas y niños. El papel es dúplex de 240 gramos, perfecto para acrílico, acuarela y plumones, además tiene hojas prepicadas, para poder guardarlas.



ESTA EDICIÓN FUE POSIBLE GRACIAS A:

AGFA 

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

antalis 

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

 **dipisa**

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

cmpe 

biopackaging | 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