

EDICIÓN N° 152 | ASIMPRES

Impresiones

Del Mundo Gráfico

EDICIÓN
ESPECIAL:

EXPO
**Print &
Pack**
LATAM 2021

5 AL **9** DE **Julio**
2021

**¡Tienes
que estar!**

Drupa 2021:

Tendencias para la industria post Covid-19

Drupa es el evento más importante de la industria gráfica europea. Este 2021 se realizó de manera virtual y contó con una serie de webinars en los que fue posible conocer las principales tendencias de la industria, en voz de las y los principales expertos del viejo continente. Aquí revisamos algunas de las tendencias abordadas este año.



Hombre versus máquina

Una conversación sobre cómo los humanos se adaptan a un mundo en el que las máquinas “pueden tomar decisiones más rápido y mejor” fue la que encabezó Gareth Ward, editor de Print Business Media y una de las voces más autorizadas en materia de impresión en el Reino Unido, junto a reconocidos actores de la industria en Europa.

Ante la pregunta ¿Necesitamos una nueva forma de pensar sobre lo que hacen las impresoras? Peter Minis de Komoni Europe señaló que, aunque antes que termine la década, **cerca del “60% del volumen de impresión será digital”**, más que una solución tecnológica específica, **“debemos poner al cliente en el centro de nuestros esfuerzos”**; ya que en algunos casos lo “digital será lo más apropiado para un cliente”, pero en otras “offset sigue siendo una buena opción”, afirmó.

Nueva revolución de las industrias gráficas

El ex VP Global Desing en Coca Cola Co. y fundador de la agencia creativa KnownUnknown, James Sommerville, afirmó que el gran desafío para las industrias creativas post Covid-19 es conectarse realmente no solo con las audiencias, sino que con las culturas organizaciones y las marcas.

Sommerville destacó que **el reto después de la pandemia será diseñar nuevas formas de trabajar como equipos y redes distribuidos**. Además, señaló que el modelo de negocio para 2030 será centrado en el ser humano, en una combinación virtuosa entre tecnología, digital e ingeniería, lo que se traducirá en la generación de ventajas competitivas pro crecimiento.



Miembros de:

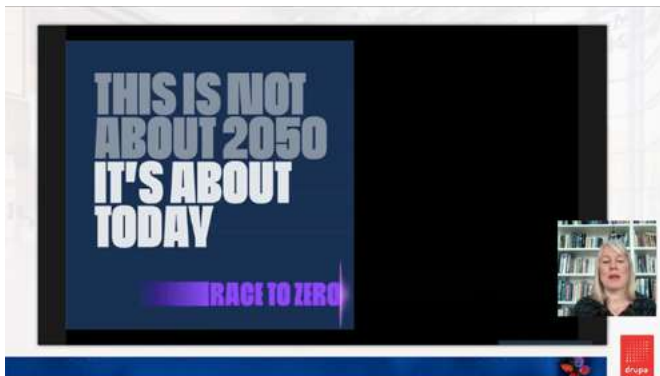


REVISTA IMPRESIONES es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos A.G. ASIMPRES
comunicaciones@asimpres.cl | www.asimpres.cl
Comité editorial: Edgardo Dünner, Juan Carlos González, María Eugenia Mingo, Jonatan Morán, Christian Dettleff
PRODUCCIÓN EDITORIAL NÚMERO 152 - Año 1



Coordinación editorial: Natalia Ramos | Edición: Valentina Barahona
Periodistas: Adriana Terán, 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.



Calentamiento global / Cambio radical

“Los riesgos del cambio climático son inciertos pero predecibles”. Con esta sentencia, la fundadora y directora de Valence Solutions, Gabrielle Walker, alertó sobre las radicales modificaciones que experimentará tanto la vida como la industria gráfica producto del calentamiento global.

La experta hizo un llamado a que los futuros proyectos e inversiones tengan siempre un enfoque a partir de la sostenibilidad, ya que, de continuar el mundo en la trayectoria de emisiones de gases contaminantes en la que se encuentra, se proyecta que en 200 años más, no existirán glaciares en ningún punto del planeta.



Packaging 4.0

Frederik Petzold, product manager de la prestigiosa firma alemana Windmüller & Hölscher, resaltó la importancia de la implementación de sistemas de gestión avanzada en materia de producción de packing, esto no solo entendiendo a la digitalización como el introducir ERP, sino que como la digitalización de toda la cadena de producción con el fin de hacer más eficiente todos los procesos.

El packaging 4.0 es una **visión que explora las posibilidades que brinda la cuarta revolución industrial, mediante la conexión de los equipos de producción e integración tecnológica de datos**, para la producción de embalajes.

Impresión en tiempos de pandemia

A pesar de las consecuencias negativas de la pandemia, es posible identificar sectores específicos que vieron cómo incrementaron su producción. Así lo explicó Alon Schnitzer, Strategic Business Development de HP Indigo, añadiendo que 2020 fue un año de crecimiento de dos dígitos en etiquetas digitales e impresión de envases a nivel mundial.

Dentro de las principales tendencias observadas se encuentra el aumento de packaging en cartón (10%), etiquetas (10%) y packaging flexible (45%), números que se explican principalmente por una alta demanda en alimentos y productos farmacéuticos.



La importancia del bigdata

La integración de tecnología y bigdata es fundamental para el desarrollo de la industria gráfica. Esta es una de las conclusiones del webinar realizado por Jonathan Dropiewski CEO de Priint Group en conjunto con Christian Broel de B. Braun, utilizando principalmente como ejemplo la importancia del etiquetado en un sector tan importante como el farmacéutico.

Igualmente, Dropiewski se centró en explicar que el manejo preciso de las bases de datos, en conjunto con el aumentar la propia eficiencia de los procesos de impresión, será una de las tendencias a seguir profundizando en el futuro, por su gran impacto en el sector gráfico.



Expo Print & Pack Latam 2021: Una original plataforma al servicio de la industria gráfica y creativa

El inédito evento virtual será un hito en el fomento de redes y promoción del sector gráfico y creativo latinoamericano. Estas son sus principales novedades tecnológicas.

Más de 80 mil empresas. 2,5 millones de potenciales contactos. Cinco días. Cerca de 30 streamings. Estas son algunas de las cifras de la próxima Expo Print & Pack Latam 2021, evento digital que tiene como objetivo visibilizar, impulsar y potenciar la oferta de valor de las industrias gráficas y creativas en América Latina.

El evento, que se efectuará entre el 5 y el 9 de julio de 2021, es una iniciativa de la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica (Conlatingraf) y busca proyectar la evolución de la forma de hacer negocios en un entorno digital e impulsar la industria gráfica de la región. Será una oportunidad para poner en contacto a los distintos stakeholders del sector. Todos los actores reunidos en un solo lugar.



La Expo Print & Pack Latam 2021 será un hito para la región no solo por ser la primera de su tipo que se realice en Latinoamérica. La plataforma digital introduce una serie de novedades que la transformarán en un referente de este tipo de eventos.

A continuación, un resumen de las principales características de la plataforma, que permitirán conocer nuevos productos, tendencias y extender redes en la región.

Tecnología y equipamiento en un formato atractivo



Expo Print & Pack Latam 2021 contará con una vitrina virtual, en la que cada empresa podrá anunciar sus productos y servicios con información detallada de cada equipamiento o insumo ofertado, todo esto en un formato atractivo y permitiendo el contacto directo con los especialistas.



De este modo, cada anunciante contará con una ficha explicativa con fotos, video y una descripción detallada de cada producto, así como también, un botón que con solo un click, pondrá en contacto al interesado con el anunciante a través de WhatsApp.

La vitrina virtual contará con integración con Google Analytics para medir las tasas de conversión, de tiempo de permanencia e interacciones en general.





Lo último en tiempo real

Durante la semana del 5 al 9 de julio de 2021 se realizarán cerca de 30 webinars, los que podrán ser vistos desde printpacklatam.com. La plataforma contará con canales de transmisión en vivo de charlas, webinars y demos, con propuestas que cubrirán las diversas temáticas relacionadas con las industrias gráficas y creativas, especialmente en el escenario post pandemia.

La plataforma permitirá que pueda gestionar su información personal y, así administrar la agenda de eventos de interés, recibiendo mailings recordatorios cuando estas actividades se desarrollen. Todo siempre en tiempo real.

La Expo Print & Pack Latam 2021 tendrá también un espacio para networking, el cual será un punto de encuentro para la interacción con grupos de interés y para la generación de nuevos negocios. Todo esto en una plataforma amigable para agendar actividades de interés y organizar el horario de los asistentes, optimizando la experiencia de los usuarios.



Buscador abierto



Los usuarios podrán buscar por palabras clave, las que serán reconocidas dentro de los ítems de la ficha de la oferta. De este modo, todos podrán encontrar los artículos, productos y servicios de su interés de forma fácil, rápida y práctica.

Asimismo, podrán segmentar rápidamente su búsqueda a través de tags con categorías predefinidas, como por ejemplo: maquinaria, tintas, digital, flexo, entre otros.



Drupa en tu idioma

Otro de los aspectos importantes es que la Expo Print & Pack Latam 2021 será también un punto una oportunidad de acercar a Latinoamérica los avances, innovaciones y temáticas revisadas en la pasada Drupa 2021, como tendencias en materia de packaging y los principales desafíos para la industria gráfica post COVID-19.

Sin lugar a dudas, la Expo Print & Pack Latam será un hito regional que entregará la posibilidad de interconectar con potenciales clientes, empresarios y stakeholders para reflexionar sobre los desafíos de la industria, así como una inédita vitrina para gráficos y creativos latinoamericanos.



¿A dónde va la industria gráfica en un mundo cada vez más digital?

¿Y su empresa?



+55 11 5093-0734
hterni@anconsulting.com.br



**Pregunte a quien sabe
y le puede ayudar**

**Y beneficiase de su asesoría
como muchas empresas exitosas
de América Latina: Cadena, Legis,
Proexport Colombia, Quad Argentina,
Quebecor México, Moore Venezuela,
Congraf Brasil y otros
+ 100 proyectos.**

**Hamilton Terni y su equipo en
AN Consulting. Autor del libro:
La gráfica: una industria
en transformación.**

La Prensa

de la Industria y la Comunicación Gráfica

"La Prensa" es una revista dedicada a la industria de impresión, donde ocupa una posición de liderazgo. Se publica en seis ediciones, en diferentes idiomas: español para España y América, portugués en para Brasil y Portugal. Las ediciones son en papel y digitales, pudiendo ser encontradas en la página web www.alborum.com. En este sitio en varios idiomas (español, portugués e Inglés) se muestran las noticias y eventos de interés para la industria gráfica, especialmente para América y la Península Ibérica.



Seis ediciones diferentes para cubrir el mundo gráfico de habla en español y en portugués





INDUSTRIA GRÁFICA EN LATINOAMÉRICA:

REALIDAD, DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

La realidad es que la industria se vio muy afectada por la crisis del covid-19. Sin embargo, las oportunidades y desafíos están puestos en el avance y crecimiento, en la reinención y en la resiliencia de los empresarios. En el marco de la Expo Print & Pack Latam 2021, la Revista Impresiones entrevistó a líderes gráficos de Uruguay, México y Panamá para conocer sus opiniones.

De acuerdo con cifras del Instituto de Geografía y Estadística de México, entre noviembre del 2019 y noviembre del 2020 cerraron 2166 unidades económicas en el país. “Perdimos 10.0% de empresas de la industria gráfica mexicana” afirma Juan Plata, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas de México (Canagraf).

Por otra parte, la Asociación Costarricense de la Industria Gráfica (ASOINGRAF) publicó los resultados de una encuesta en la que aseguran que **a un 92% de las empresas se le desplomaron las ventas y el flujo de trabajo; un 68% ha tenido que reducir las jornadas laborales y un 59% ha hecho despidos de personal. Solo el 21% tiene la posibilidad de realizar ventas en línea.**

“La industria gráfica no escapó de la tormenta perfecta que sufrió Latinoamérica, se cambiaron los hábitos de consumo de las personas que han dejado muchos materiales impresos por otros tipos de sustratos. Lo segundo fue el golpe de la facturación electrónica que redujo una parte impresa de nuestro trabajo y, por último, llegó la pandemia”, asegura Guillermo Castelgrande, directivo de la Asociación de Industriales Gráficos del Uruguay.

“Va a costar la reapertura, si ya nos venía golpeando la tecnología, es muy difícil volver a arrancar, somos pocos los que nos hemos diversificado. Sino vas acorde a los cambios del mercado y no ves las tendencias mundiales, te quedas atrás”, opina Tonny Hernández, vicepresidente de sostenibilidad en Conlatingraf.



“

Ahora viene el e-commerce, hacer negocio a través de internet y usar las nuevas tecnologías, los grandes tirajes están desapareciendo, ahora se pide personalizado, mayor calidad, menos tiempo.

- Juan Plata

Presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas de México (Canagraf).

DONDE HAY CRISIS, **HAY OPORTUNIDADES**

Sin embargo, en medio de esta realidad, siempre existen oportunidades. “Esta industria es muy resiliente, es inquieta, cuando llegó el cambio de la factura en papel a la digital, las empresas se reinventaron, eso nos obliga a estar al día, estar en tendencias y capacitándonos constantemente”, afirma Juan Plata.

“Ya estamos acostumbrados a tomar decisiones inmediatas” continúa, “ahora viene el e-commerce, hacer negocio a través de internet y usar las nuevas tecnologías, los grandes tirajes están desapareciendo, ahora se pide personalizado, mayor calidad, menos tiempo, puedes usar realidad aumentada, tintas combinadas, barnices, usar la imaginación para mejorar lo que el cliente te pida, convertirnos en un consultor gráfico con la mejora de tus productos”, destaca el presidente de Canagraf.

En la misma línea, Hernández hace un llamado a los empresarios a cambiar la mentalidad y a am-

pliar la visión en cuanto a las nuevas tecnologías, “nosotros pasamos de offset a digital, después nos metimos a gran formato, todo lo que se dejó de facturar en offset lo pasamos a digital y gran formato, lo que nos permitió seguir en el mercado. **Los números no dan cuando quieres meter una máquina digital, pero cuando te das cuenta de que la inmediatez de una impresión digital hace que ganes más mercado entonces el número es diferente, al empresario le da miedo, pero no se da cuenta de que hay mercados que no estaban atacando y se te abren con esas máquinas y que la inversión si se paga**”, explica el vicepresidente de sostenibilidad en Conlatingraf.



“

Si no vas acorde a los cambios del mercado y no ves las tendencias mundiales, te quedas atrás

- Tonny Hernández

Vicepresidente de sostenibilidad en Conlatingraf.



- Guillermo Castelgrande
Directivo de la Asociación de Industriales Gráficos del Uruguay.

La Expo Print & Pack Latam es un ejemplo de cómo las asociaciones están buscando cómo presentar la oferta de las tendencias en la industria gráfica a nivel internacional y nos demuestra que hay caminos de salida, para cambiar, no importa el tamaño de la empresa.

Por último, Castelgrande considera que el cambio de estrategia de negocio no debe venir solamente de parte del impresor, sino también del proveedor gráfico “trasladan los aumentos de precios de dólar a producto y no aportan soluciones concretas a muchos aspectos que se plantean, somos los impresores los que salimos a buscar soluciones”.

“La Expo Print & Pack Latam es un ejemplo de cómo las asociaciones están buscando cómo presentar la oferta de las tendencias en la industria gráfica a nivel internacional y nos demuestra que hay caminos de salida, para cambiar, no importa el tamaño de la empresa, hay caminos para los tres nichos de mercado, por su puesto que no es el esquema anterior, hoy, quedarse quieto es retroceder” finaliza el directivo de la Asociación de Industriales Gráficos del Uruguay.

EN ENTREVISTA CON EL PROGRAMA “VOCES QUE IMPRIMEN” DE GRAFILA RADIO

Héctor Cordero, presidente de Conlatingraf analizó el contexto de los gremios de la industria en Latinoamérica, “hay unos gremios que están pasando por situaciones más difíciles que otros, a Argentina y Brasil la pandemia les pegó muy fuerte, en Colombia ha habido protestas sociales muy importantes, sin embargo, todos están enganchados en trabajar en pro de la recuperación de la industria”.

Acerca de la realización de la Expo Print & Pack Latam 2021 agregó que, “con el vacío que han dejado las ferias presenciales, se ha detenido mucho la venta de tecnología, entonces los proveedores están muy interesados en participar en esta Expo y ofrecer a los impresores de Latinoamérica las nuevas tecnologías, todo lo que se iba a presentar en Drupa. Creo que esto va a ayudar a que se mejore la actividad económica y los empleos”.

“Las asociaciones de Conlatingraf han sido un apoyo muy importante para la realización de este evento, saben la situación que ha vivido la industria y están apoyando esta expo que es histórica, es una vitrina en tecnología e innovaciones” finalizó.



Escucha la entrevista aquí

EPSON:

Impulsando el futuro de la innovación en la industria gráfica

La compañía, que será parte de la Expo Print & Pack Latam, resalta la importancia de la reinversión en la economía post pandemia, especialmente en segmentos de negocio fortalecidos por el crecimiento vertiginoso del e-commerce.

Si bien al principio cundía la incertidumbre, tras casi 15 meses de pandemia su visión sobre el momento actual es positiva y expectante. Así lo afirman el gerente Regional de Negocios Segmento Industrial Epson para el Cono Sur, Christian Dettleff, junto a la Product Manager de impresión de etiquetas bajo demanda, Mariana Molina, en entrevista con Revista Impresiones.

“Nosotros vemos con mucho optimismo el futuro a corto plazo de la industria gráfica”, señala Dettleff argumentando que la performance de algunos segmentos, como el packaging y el etiquetado en el contexto de Covid-19 han sido muy positivas.

“

Nosotros vemos con mucho optimismo el futuro a corto plazo de la industria gráfica.

- Christian Dettleff
Gerente Regional de Negocios Segmento Industrial Epson para el Cono Sur

“Los segmentos del packaging y del etiquetado han aumentado en toda Latinoamérica, creciendo cerca del doble de lo esperado, y mostrando incrementos en la venta de prensas e impresoras, respaldados por la explosión del e-commerce”, explicó el gerente regional de Epson.



Presentando casos de éxito en la región

A través de su participación en la Expo Print & Pack Latam, los representantes de Epson buscan promocionar principalmente dos líneas de negocio: innovación gráfica y etiquetas, segmentos que serán analizados en profundidad a través de las charlas **“Dimensiones del Futuro en la Industria Gráfica”** que se realizará el **miércoles 7 de julio a las 11:00 ARG/12:00 CHI/11:00 PER**, y **“Etiquetas: cómo subirse a la ola de una tendencia en crecimiento”**, que se efectuará el **martes 6 de julio, a las 14:00 ARG/13:00 CHI/12:00 PER**.

En este sentido, Dettleff enfatizó que el foco de su compañía en el evento virtual es “contar cómo clientes, en Argentina, Chile, Brasil y México, vieron oportunidades de negocio que supieron aprovechar y Epson pudo proveer una solución óptima para la ecuación”.

“Igualmente, hablaremos de cómo usar las tecnologías nuevas de Epson para aprovechar las oportunidades de negocio que el mercado



Los empresarios saben que hay una dinámica distinta y están abiertos a evaluar tecnologías en función de qué tanto le van a ayudar a reconstruir su plan de negocios en el mediano plazo.

- Mariana Molina
Product Manager de impresión de etiquetas bajo demanda de Epson



generó, sobre todo aquellas impactadas por el e-commerce, así como también, sobre cómo subirse al tema de la impresión sustentable, de principio a fin, en materiales, en procesos y en certificaciones a través de las nuevas tecnologías de Epson”, agregó Dettleff.

Espacio para aprender nuevas y mejores prácticas

A juicio de Epson, la Expo Print & Pack Latam es una importante instancia para comprender los cambios en la industria producto de la pandemia, conocer nuevas prácticas y hacer contactos de negocios.

“La Expo Print & Pack Latam es una oportunidad para poder conversar sobre el futuro de la industria gráfica, entendiendo que los modelos cambiaron. Los empresarios saben que hay una dinámica distinta y están abiertos a evaluar tecnologías en función de qué tanto le van a ayudar a reconstruir su plan de negocios en el mediano plazo”, aseveró el gerente regional de Epson.

“Este evento viene a sumar a quienes no se han incorporado a las transformaciones a que lo hagan; podemos ayudarlos en el cómo hacerlo a través de nuestras soluciones”, puntualizó Molina.

Davis Graphics:

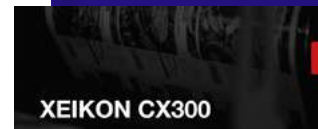
“Durante la pandemia la clave ha sido tener soluciones efectivas y ágiles”

Esta compañía chilena busca proveer de soluciones integrales en cada una de las etapas del proceso productivo. Conversamos con su gerente, Felipe Arias, sobre las novedades que presentarán en Print & Pack Latam 2021.

Esta compañía chilena busca proveer de soluciones integrales en cada una de las etapas del proceso productivo. Conversamos con su gerente, Felipe Arias, sobre las novedades que presentarán en Print & Pack Latam 2021.

Davis Graphics, es una empresa fundada en la década de los 60 en Chile. Se dedica principalmente a proveer insumos y maquinarias para el mundo gráfico y las oficinas. Además, es representante en el mercado chileno de importantes marcas como Xeikon, Cartes, Mark Andy, Unilux y Lundberg, entre otras.

De acuerdo a su gerente general, Felipe Arias, para enfrentar el escenario económico derivado del Covid-19 ha sido clave actuar con rapidez para aprovechar las oportunidades que se han



creado en sectores como packaging y etiquetas, dos segmentos que han visto un fuerte incremento tras el explosivo auge del e-commerce, tanto en Chile como en la región.

“Si bien es cierto que la pandemia ha afectado a algunos sectores de la industria gráfica, tanto chilena como latinoamericana, otros se han visto favorecidos. La clave ha sido llegar con soluciones efectivas y ágiles a esos segmentos que se han visto favorecidos como el packaging y las etiquetas”, explicó el ejecutivo de Davis Graphics, quienes justamente centrarán su participación en Print & Pack Latam 2021 en mostrar soluciones para estos sectores.

Optimismo frente al segundo semestre de 2021

“El invierno –en el hemisferio sur– será complejo, pero creemos que hacia el segundo semestre comenzará un proceso de reactivación de la economía”, explicó Arias, quien a la vez aseveró que más que referirse a una suerte de “nueva normalidad”, prefiere proyectar el escenario post pandemia como uno de “reactivación”.

Igualmente, el ejecutivo indicó que los casi 15 meses de pandemia han dejado grandes cambios y enseñanzas, fundamentalmente en que el trabajo ya no volvería a ser como antes.

“El cambio en la forma de trabajar es algo que definitivamente llegó para quedarse. Por ejemplo, personas que antes debían ir a la oficina todos los días, ahora lo hacen solo una vez”, lo que ha impactado en mayores niveles de satisfacción y “productividad que antes”.



Esperamos que Print & Pack Latam contribuya a generar un espacio para compartir buenas prácticas, conocimiento y metodologías de trabajo.

- Felipe Arias
Gerente general de Davis Graphics.

CSI Latinoamérica:

Impulsando la industria gráfica 4.0

La empresa, dedicada al desarrollo de soluciones informáticas para el mercado hispano, presentará en Print & Pack Latam 2021 el software Gestión21, un sistema de ERP con el que buscan mejorar la gestión de las empresas de la industria gráfica.

Destacando la importancia de la tecnología para contribuir a potenciar “la productividad y competitividad de la industria gráfica”, Eduard Sanabria, director general de CSI Latinoamérica, conversó con Revista Impresiones sobre las novedades que presentarán en Print & Pack Latam.

La empresa, que cuenta con más de 35 años en el mercado español, llegó a Colombia en 2015, desde donde dirigen sus operaciones en Latinoamérica.

En este evento, la compañía se enfocará en promocionar sus productos de software de gestión avanzada “enfocados en la industria 4.0”.

Sanabria resaltó que su oferta de valor es entregar a sus clientes herramientas que les permitan ser más “productivos y competitivos”, puesto que busca proporcionar “a los empresarios un método para lograr productividad y rentabilidad”, añadiendo que hacia estos dos puntos debiese focalizarse Latinoamérica en el escenario post Covid-19.



La pandemia ha impactado fuertemente a la industria”, pero también se puede hablar de “la otra cara de la moneda”, que se refleja en “clientes que han crecido durante este casi año y medio, principalmente empresas gráficas relacionadas con la industria del packaging.

- Eduard Sanabria
Director general de CSI Latinoamérica

Software para gestión avanzada

Durante Print & Pack Latam, la compañía presentará Gestión21. Se trata de un ERP enfocado en la industria gráfica que cuenta con módulos para la gestión de cotizaciones, control de costos de producción, control de inventario, CRM y “Planta Fusión”, el cual proporciona un sistema automatizado de recolección de datos en planta desde cualquier dispositivo móvil.

“Tenemos un producto maduro que a través de sus 24 módulos suple todas las necesidades de la industria gráfica”, resalta Eduard Sanabria.

“Punto de encuentro” virtual

Durante la entrevista, el director general de CSI Latinoamérica destacó la importancia de Print & Pack Latam como un evento virtual que aportará a la integración regional, así como también, a impulsar la reflexión en el contexto de la pandemia y sus consecuencias.

“La pandemia ha impactado fuertemente a la industria”, pero también se puede hablar de “la otra cara de la moneda”, que se refleja en “clientes que han crecido durante este casi año y medio, principalmente empresas gráficas relacionadas con la industria del packaging”, finalizó.

“
Tenemos un producto maduro que a través de sus 24 módulos suple todas las necesidades de la industria gráfica.



RICOH:

“Promovemos el cuidado del medioambiente y el desarrollo sustentable a nivel mundial”

La compañía, que será parte de Print & Pack Latam 2021, muestra un fuerte compromiso con el cuidado del medioambiente, haciendo del uso de energías renovables, uno de los sellos de su producción.

“Estamos comprometidos a respetar los derechos medioambientales de todo el mundo, lo que es resultado de nuestros valores fundacionales como compañía”. Así lo destaca el Sales & Business Development Regional Manager de Ricoh Latinoamérica, Rodrigo López, en entrevista con Revista Impresiones.

“Estamos comprometidos a respetar los derechos medioambientales de todo el mundo, lo que es resultado de nuestros valores fundacionales como compañía.”

Ricoh, compañía de origen japonés con presencia mundial y tradición en la industria gráfica desde la década de los años 30, es parte de la iniciativa RE100 que reúne a firmas de distintos rubros en torno al objetivo de la utilización de energía 100% proveniente de fuentes renovables”.

En este sentido, López explicó que Ricoh “fue la primera empresa japonesa y la única en la región de Latinoamérica que se adscribió al RE100”, hecho que ratifica concretamente cómo esta empresa “está promoviendo el cuidado del medioambiente y el desarrollo sustentable a nivel mundial”.



Resiliencia y optimismo

El Covid-19 ha impactado fuertemente en la economía. No obstante, para el ejecutivo, la industria gráfica regional ha mostrado “una extraordinaria capacidad de resiliencia”, ya que “a pesar de todas las dificultades e incertidumbre”, algunas “empresas han sabido adaptarse buscando nuevos nichos de negocio”.

Agregó que es “el packaging uno de los nichos que generó mayor interés y mayor crecimiento, básicamente en impresión de empaques de muy corto tiraje, en cartón flexible, que empezó a demandar el sector del delivery”.

“Somos optimistas respecto del futuro. La industria del packaging, específicamente, va a crecer en toda la región a tasas de dos dígitos anuales”, pronostica López, a la que adelanta que Ricoh proyecta “superar los resultados de 2019 a partir del año 2021, es decir, esperamos un crecimiento superior al último año pre pandemia”.

“

Somos optimistas respecto del futuro. La industria del packaging, específicamente, va a crecer en toda la región a tasas de dos dígitos anuales.

- Rodrigo López

Sales & Business Development Regional
Manager de Ricoh Latinoamérica



Oportunidades de negocios para todos

La próxima Expo Print & Pack Latam 2021, de la que Ricoh será parte como expositor, fue calificada por López como “una iniciativa extraordinaria, muy innovadora”, a la vez que constituye en su opinión una “instancia para generar oportunidades de negocios entre todos los actores de la industria”.

Sobre su participación en el evento virtual, el representante de la firma nipona señaló que presentarán “plataformas de impresión digital y equipos de terminación para el empaque de cartón plegable y etiquetas. Es decir, soluciones para la producción de empaque en cortos tirajes”.

Además, adelantó que realizarán “anuncios en materia de nuevas funcionalidades de estos mismos equipos y que por supuesto creemos traerán mayor valor al mercado gráfico”. Junto a ello mostrarán “una solución e-commerce, web to print, de muy fácil implementación, sin necesidad de invertir en licencias de software que hemos comercializado en la región desde 2020 con bastante éxito”, destacó.

Canon Latam:

“La forma de comunicar en punto de venta cambió”

La compañía fue galardonada por sexto año consecutivo con el premio Partner of the Year Energy Star 2021 otorgado por la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos por su compromiso con la sustentabilidad. Canon estará en Print & Pack Latam 2021 presentando su amplia línea de soluciones tecnológicas e innovadoras al segmento.

Adelantando profundas transformaciones para la industria en el mundo post Covid-19, el director de Marketing de Canon Latinoamérica, Jorge Luis Huerta, sostuvo en entrevista con Revista Impresiones que, aunque “afortunadamente, la necesidad de seguir imprimiendo nunca se detuvo, las necesidades se transformaron”.

“La forma de comunicar en el punto de venta cambiará en el mundo post Covid-19. Un ejemplo de esto es la impresión de POP que ahora incluye una experiencia digital”, indicó Huerta. De acuerdo al ejecutivo, “la impresión se transformó en un ve-

hículo para ampliar la experiencia del usuario a otras plataformas”.

Un ejemplo de esto, es la expansión del uso de códigos QR impresos en restaurantes y comercios. “La forma de entregar información sigue estando iniciada por la impresión, pero ahora se expande hasta el mundo digital”, explica Huerta.

“

La forma de entregar información sigue estando iniciada por la impresión, pero ahora se expande hasta el mundo digital.

- Jorge Luis Huerta
Director de Marketing de Canon Latinoamérica





Cercanía con los clientes en un nuevo contexto

En pandemia, más allá de las dificultades “la economía no paró. Muchas personas y empresas siguieron necesitando de productos y servicios”, señaló el vocero de Canon para la región. En este sentido, el representante de la compañía aseveró que, en su opinión, “Print & Pack Latam es una instancia para conocer, para escuchar y, a partir de esto, crear una relación para poder ofrecer productos acordes a las nuevas necesidades”.

I+D para sortear dificultades

“Como Canon invertimos cerca del 8% de nuestras ventas en investigación y desarrollo. Somos una empresa que constantemente está renovándose”, detalló Huerta como una de las claves que han permitido a la empresa adaptarse a la realidad en pandemia, agregando que, de este modo, “nuestra I+D nos permite crear soluciones para los clientes”.

“

Como Canon invertimos cerca del 8% de nuestras ventas en investigación y desarrollo. Somos una empresa que constantemente está renovándose.

- Jorge Luis Huerta
Director de Marketing de Canon
Latinoamérica

Finalmente, de cara a lo que queda de 2021 y para 2022, Huerta proyectó para Canon en la región resultados cercanos a 2019, en el caso del actual año, y para el próximo, también un crecimiento por sobre los niveles pre-pandemia.

Microgeo presente en la Expo Print & Pack

Latam 2021: “Somos un proveedor integral para las empresas”

La empresa chilena es proveedora de equipamiento, software e insumos y cuenta con stock de materiales de forma permanente, además tiene un componente de valor agregado que es la modalidad de servicio. Con ello, buscan posicionarse como un proveedor integral de 360° que entrega soluciones oportunas y adecuadas a sus clientes, así lo informa Alberto Merino, gerente general de Microgeo en entrevista para la Revista Impresiones.

Microgeo forma parte de las empresas expositoras de la Expo Print & Pack Latam 2021. La empresa destaca el evento como una oportunidad para “establecer nuevos tipos de relaciones comerciales” y tomar contacto con potenciales clientes.

Durante el encuentro digital, la compañía busca mostrar su principal propuesta de valor: ser un proveedor integral para la industria gráfica. “Por la parte de equipamiento para impresión digital, packaging y distintos tipos de tecnología, trabajamos con Roland, empresa reconocida en el rubro y de la cual Microgeo, es el partner más importante para Chile. También tenemos una alianza estrecha con HP para el equipamiento que usa tecnología de impresión Latex” explica Alberto Merino, gerente general de Microgeo.



Como parte de este enfoque integral, Microgeo ofrece el servicio “Graphic Utility”. “Si el cliente requiere un plotter o una máquina de corte, por ejemplo, el pago incluye el equipamiento y los servicios de soporte asociados, además de la renovación tecnológica y la continuidad operativa. De esta manera, el cliente no tiene que preocuparse porque el equipo tenga una falla o vaya a quedar obsoleto”.

Asimismo, tienen alianza con Adobe para la provisión de software de diseño y manejo de imágenes, además de herramientas de administración de color, etc. Estas acompañan a sus clientes en las distintas etapas asociadas a la preparación de los servicios que estos entregan a su vez, a sus clientes finales.

Por otra parte, Microgeo es un proveedor de suministros consolidado en el mercado de comunicación audiovisual. Su completo portafolio incluye a Microsol para la línea de vinilos autoadhesivos, telas PVC, sustratos rígidos, papeles murales, textiles, laminación y algunos productos especiales de alta calidad y tintas certificadas que emiten impresiones de alta calidad, entre otros.

“Hoy el mercado apunta a la personalización”

De acuerdo al gerente general de Microgeo, el desarrollo de productos personalizados es la gran tendencia en el mundo de la impresión. Merino destaca que tanto en Europa, como en Estados Unidos ya se observa un auge en este tipo de soluciones.

“Esta tendencia ya llegó a nuestro país y en Microgeo tenemos disponibles las soluciones de personalización que demanda el mercado. Hoy hay una oportunidad en la personalización de ropa, textiles, equipamiento tecnológico, decoración de interiores, etc. Esto es parte del foco que queremos contarle a nuestros clientes, de manera que ellos puedan utilizar las tecnologías de la impresión para abrir nuevas líneas de negocios y no solo quedarse en la oferta tradicional”, detalla.



“**Encuentros como Print & Pack Latam permiten conocer las nuevas tecnologías, funciones, y aplicaciones. También permiten conocer proveedores. Siempre es interesante saber que opciones tengo para surtirme de lo que requiero para mi negocio.**

- **Alberto Merino**
Gerente general de Microgeo

EXPO Print & Pack LATAM 2021

Revisa las charlas aquí:

5 de julio

10:00 hrs (CL) / **9:00** hrs (PE-MX)
PEFC, la certificación de los bosques y la industria gráfica sostenibles



13:00 hrs (CL) / **12:00** hrs (PE-MX)
¿Entrar o no en el mercado de packaging? La pregunta del momento



18:00 hrs (CL) / **17:00** hrs (PE-MX)
Programa de recuperación de mercado para imprentas



6 de julio

11:00 hrs (CL) / **10:00** hrs (PE-MX)
Innovaciones en Impresión Digital y Software de Kodak para impulsar su negocio



13:00 hrs (CL) / **12:00** hrs (PE-MX)
Etiquetas Epson: Cómo subirse a la ola de una tendencia en crecimiento



14:00 hrs (CL) / **13:00** hrs (PE-MX)
Tendencias y experiencias en impresión digital de empaques en bajos tirajes



17:00 hrs (CL) / **16:00** hrs (PE-MX)
Empaque premium con la tecnología HP Latex



7 de julio

10:00 hrs (CL) / **9:00** hrs (PE-MX)
PEFC y sus aportes de sostenibilidad al sector gráfico



11:00 hrs (CL) / **10:00** hrs (PE-MX)
Easy Reality + - Cómo agregar valor a tus impresos con realidad aumentada



12:00 hrs (CL) / **11:00** hrs (PE-MX)
Dimensiones del Futuro en la Industria Gráfica



13:00 hrs (CL) / **12:00** hrs (PE-MX)
Baumann Perfecta: Automatización y Evolución en el Proceso de Corte



15:00 hrs (CL) / **14:00** hrs (PE-MX)
Diseño de interiores y el nuevo comportamiento del consumidor



18:00 hrs (CL) / **17:00** hrs (PE-MX)
La revalorización de lo impreso: nuevas tendencias en el mundo editorial



8 de julio

9:00 hrs (CL) / **8:00** hrs (PE-MX)
Demo Aristo - Mesa de Corte en vivo desde Alemania (En español)



10:00 hrs (CL) / **9:00** hrs (PE-MX)
La impresión y el diseño, la combinación perfecta



11:00 hrs (CL) / **10:00** hrs (PE-MX)
Marketing digital para el Print & Pack: ¿Cómo conectar con nuestros clientes?



14:00 hrs (CL) / **13:00** hrs (PE-MX)
Conversatorio Virtual "Acelerando la adopción de la impresión digital"



15:00 hrs (CL) / **14:00** hrs (PE-MX)
Nuevos consumidores: oportunidades para el Print & Pack



18:00 hrs (CL) / **17:00** hrs (PE-MX)
Customización como concepto de Negocio



9 de julio

10:00 hrs (CL) / **9:00** hrs (PE-MX)
Conceptos básicos para la conversión de etiquetas de RFID



12:00 hrs (CL) / **11:00** hrs (PE-MX)
Sistema de Gestión Avanzada para la Industria Gráfica



¡No pierdas tu cupo!

Regístrate en el evento



ESTA EDICIÓN FUE
POSIBLE GRACIAS A:



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



Teléfono (+56 2) 2898 8050
www.graphics.averydennison.cl



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



Teléfono (+56 2) 2375 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