

Print & Pack

Impresiones del mundo gráfico

LA CRISIS DE LOS CONTENEDORES

Seminario: **Transición al packaging**

En este evento online Rainer Wagner y Hamilton Terni, especialistas de la industria gráfica en América Latina, explicaron los aspectos necesarios para hacer una transición de una imprenta comercial a una imprenta de empaques.

En el evento también se presentó el nuevo Centro de Inteligencia Gráfica de América Latina, Ciglat, el cual reúne a expertos en la industria gráfica y tiene como propósito contribuir con el desarrollo de las imprentas y de las industrias de impresión de América Latina. Para más información, visita www.ciglat.com



ASIMPRES Y CHILECOMPRA

Trabajo en conjunto para licitaciones de impresión SIMCE

La institución estatal solicitó asesoría al gremio para conocer cómo los participantes de la industria gráfica pueden responder a los desafíos que representa la licitación del proyecto SIMCE que cuenta con un presupuesto aproximado de \$7.980 millones.

La aplicación de las pruebas SIMCE a nivel nacional requiere de procesos operativos y logísticos como el contrato de impresión, que comprende: impresión fija y variable, mecanizado (encuadernación, embolsado, pareo y modulación del material de aplicación y complementario), distribución, entre otros.



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 157 - 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.

La Wiki de Saga ya está en línea

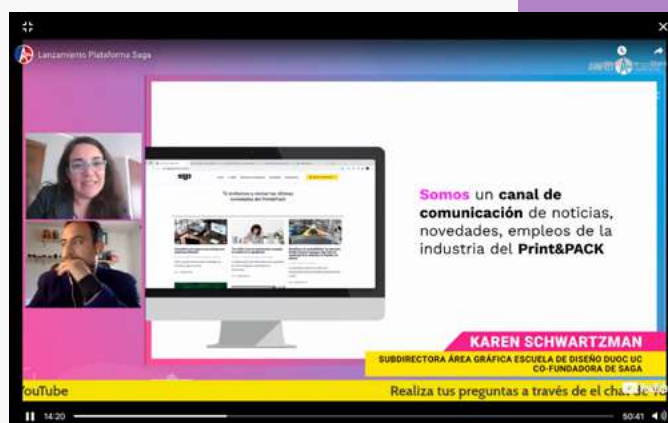
Ya está en funcionamiento la plataforma “Wiki”, sitio web en el cual la industria gráfica encuentra un aliado para el encuentro virtual de todos los sectores que la conforman. “Esta plataforma no está terminada y ojalá nunca lo esté porque se alimenta de todos nosotros y va a ir creciendo en la medida en la que nos apropiemos de ella”, señaló Osvaldo Zorzano, diseñador y académico del Departamento de Diseño de la Universidad de Chile.

La plataforma funciona a través de la modalidad de suscripción gratuita en la cual existen diversos tipos de perfiles con capacidades específicas: estudiantes, docentes, profesionales, colaboradores y empresas de la industria.

Las empresas pueden contar con la Wiki como un canal de comunicación de sus noticias, novedades, últimas tecnologías y ofertas de empleo para que profesionales o practicantes busquen las distintas oportunidades que las empresas tienen para ofrecer.

“Apoyaremos a las empresas desde la academia para la creación del contenido, porque tienen las maquinarias, la tecnología, las muestras, pero no tienen quién genere el contenido y ahí la academia puede colaborar con sus docentes en ir a levantarlo y poder subirlo a Saga. Es cuestión de ponernos creativos para hacerlo”, señaló Karen Schwartzman, subdirectora área gráfica Escuela de Diseño Duoc UC y precursora del proyecto.

Además, existe una sección de buscador y geolocalización a modo de directorio para que los usuarios encuentren a las empresas gráfica que presten determinado servicio, filtrar por etiquetas y encontrar las alternativas de acuerdo con sus necesidades.



**Revive el lanzamiento
de la Wiki aquí**

TIPOS Y USOS

La guía del papel

El papel, materia prima indispensable y básica para la industria gráfica. Sus tipos y usos son ampliamente conocidos por todas las personas relacionadas con el rubro, sin embargo, debido al auge que han tenido los emprendimientos, es importante presentar una guía básica de las utilidades que puede tener cada uno y aclarar, una vez más, que utilizar papeles certificados, es lo adecuado para el medioambiente.

Claudia Solé, impulsora de SAGA y Backseller de Papeles de Antalis Chile afirma: “Usar papel no es un pecado, no conocer su origen sí lo es”. La experta explica que hoy los papeles deben ser fabricados bajo normas, procesos y materias primas sustentables, cumpliendo con las certificaciones medioambientales más exigentes, bien sea PEFC o FSC. Es absolutamente indispensable conocer el origen del papel para que se tenga la absoluta certeza de que se está usando un papel cuyo proceso de elaboración es sustentable, que proviene de un bosque que se va a volver a forestar, y que la fábrica y el productor tienen el mismo compromiso”.

¿Cuáles y para qué?

Papel Estucado:

También llamado couché es un papel con menor porosidad y con recubrimiento de estuco de minerales. Es un papel que plasma mejor el detalle por su reducida capacidad de absorción de la tinta. Es un papel de muy buena opacidad, con una amplia variedad de gramajes y formatos.

Usos: Brochures, libros, revistas de alta calidad, catálogos, impresos de promoción, dípticos, trípticos, folletería, entre otros.



Papel de algodón:

Para que un papel pueda usar la etiqueta de fibra de algodón, este debe tener al menos un 25% de fibra de algodón. Los papeles verdaderamente lujosos pueden tener 50% e incluso hasta 100% fibra de algodón, aportando resistencia y durabilidad ya que la fibra de algodón es más larga y fuerte y durante la fabricación del papel, estas se unen y entrelazan firmemente creando un papel de resistencia excepcional.

Usos: Papelería e imagen corporativa de empresas que necesiten marcar un sello de elegancia y prestigio, tarjetas de visita, partes de matrimonio, letterpress, tipografía.



Papeles Creativos (no Estucados):

Son papeles sin recubrimiento gofrados, texturados o lisos, altamente porosos y con un mayor grado de absorción de tintas. Son papeles finos compuestos de fibras de alta calidad. Son teñidos en masa y poseen una variedad de colores, texturas, formatos y gramajes, teniendo también, muy buena resistencia mecánica. A través de sus texturas, colores y diferentes terminaciones hacen de un impreso una pieza única.

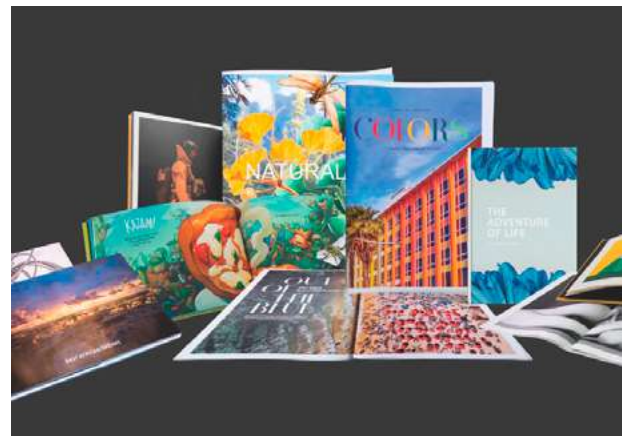
Usos: Memorias anuales, tarjetas de visita, comunicación corporativa, papelería corporativa, tarjetería, agendas, invitaciones, sobres, packaging de lujo, libretas, etiquetas, etc.



Papel reciclado:

Para que un papel se denomine reciclado, debe tener un mínimo de fibras usadas y destinadas (pcw-post consumer waste). Las fibras recicladas se obtienen de recortes de imprenta, recortes de sobres y de encuadernación, papel impreso. Al elegir papel reciclado, no se renuncia a la calidad, a la blancura ni a la capacidad de impresión, esto se debe a la rigurosa selección del residuo de papel, innovador proceso de lavado de ciclos múltiples, entre otros.

Usos: Reportes de sustentabilidad, memorias anuales, folletería, papelería, entre otros.



Papeles digitales:

Aptos para impresión digital HP Indigo y otros equipos digitales como: Konica Minolta, Xerox, Epson, Ricoh, entre otros.

La tecnología digital se divide en dos: Tóner seco y Tóner líquido (HP Indigo). Para esta última tecnología, el papel requiere de un tratamiento especial, apto para el anclaje de las tintas.

Usos: Tirajes cortos de impresión.

Papel vegetal:

Papel translúcido, contiene fibras altamente refinadas, teñidas en masa.

Este papel requiere mayores cuidados en su manipulación y al momento de imprimir, ya que el energético refinado de sus fibras, indispensable para obtener el efecto translúcido, determina que el papel sea más sensible que otros papeles.

Usos: Juegos de transparencias y efectos de superposición. Para sobrecubiertas, fajas, separadores, invitaciones.



Papeles de etiquetas:

Debe tener resistencia a la humedad (Wet Strength) dada por las fibras, especialmente tratadas con esta finalidad, además de la incorporación de un tipo de pegamento que se agrega en una mínima proporción en el momento de la mezcla.

Con esto se logra obtener un papel que pueda resistir la humedad, por ejemplo en vinos blancos y espumantes que están directamente expuestos al frío (refrigerador o en cubeta de hielo), además de proporcionar mayor resistencia al roce y al rasgado.

Son papeles muy técnicos y especialmente creados para el mundo del vino.

Usos: Vinos, espumantes, licores, cervezas y otros.



Cartulina:

Cartulina blanca estucada por una cara o por ambas, buen volumen versus gramaje, alta rigidez, buena calidad de impresión, buena definición de la imagen y cobertura de tinta.

Usos: portada de libros, carpetas, packaging, cajas, estuches, calendarios, material de POP, cajas para línea farmacéutica y cosmética, cajas de chocolates y confitería.



Papel bond:

Es versátil y resistente. Se puede utilizar este papel para la mayoría de las necesidades diarias de impresión y escritura. Puede resistir el uso diario habitual.

Usos: libros, folletos, directorios, listados, boletines, revistas, manuales, cuadernos, agendas, informes.

Opalina

Cartulina extra blanca con acabado satinado de elevada rigidez y buena opacidad.

Usos: Tarjetas de navidad e invitaciones, partes de matrimonio, cubiertas, separadores.



SITUACIÓN QUE SE PROLONGA

La crisis de los contenedores

Las restricciones que deja la pandemia han sido lapidarias y Asia fue una de las regiones más afectadas. El cierre de plantas por largo periodo en cuarentena frenó la producción de la mayoría de los productos que son críticos para todos los sectores, incluyendo los contenedores. En entrevista con la Revista Impresiones del Print & Pack, Felipe Serrano Solar, presidente de la Cámara Aduanera de Chile, expone sus puntos de vista acerca de esta situación.

“En la actualidad, la gente está ávida por comprar, pero no hay respuesta de abastecimiento y, a pesar de esto, todos siguen comprando, aun sabiendo que su compra podría llegar hasta en 6 meses. No obstante, los registros y estadísticas muestran que el gasto y demanda crece y la oferta está prácticamente contraída a nivel mundial”, explica.

“El mayor proveedor de contenedores es China, desde ahí, conforme fueron teniendo mayor acceso y flexibilidad para volver al trabajo y sus actividades, comenzaron rápidamente a operar sus líneas de producción, pero en el corto plazo se enfrentaron a otro problema, la escasez de insumos. Los metales para la producción de estos contenedores –acero y aluminio– tampoco tuvieron una explotación y producción a niveles habituales durante la pandemia. Por otra parte, no tenían suficiente acopio para dar respuesta a la fabricación de contenedores y pallets”, destaca.

Otro factor que considera Serrano, que debe sumarse a este fenómeno, es la crisis energética en China. La sobresaturación de producción en fábricas llevó al gobierno a racionalizar el consumo por regiones, lo cual obligó a muchas empresas a detener su producción y cerrar, además de la escasez de insumos y materias primas para la elaboración de productos.





Respecto al colapso que se ha visto en diversos puertos a nivel mundial, Serrano señala que es una respuesta al tiempo de vida de los contenedores. “Tienen en promedio una vida útil de 5 años, esto por el desgaste de las aguas salinizadas y por el uso intenso de rotación, pero las unidades no fueron retornados hacia el mayor centro de producción mundial que es China. Hoy vemos que ocupan espacio en zonas de puertos que deberían estar dedicadas a las operaciones de tránsito y descarga de los nuevos productos, pero están copadas con las unidades estancadas. Es una bola de nieve y sigue creciendo”.


Qué está pasando en Chile

Serrano aclara que en Chile existen varios fenómenos que se suman a los internacionales “primero nuestra economía y consumo depende de las importaciones en porcentajes muy elevados, y las exportaciones son el pilar de sectores tradicionales y no tradicionales, los cuales, por cada temporada planifican y fijan sus expectativas de crecimiento, empleo y éxito en la salida al exterior de sus productos”.

“El mayor cuello de botella está en las importaciones y un factor que vino a multiplicar nuestra situación, fue la explosión del e-commerce. Las compras online crecieron en más de 300% y con eso la saturación de la demanda puso otra barrera para el abastecimiento”, explica.

Escenario de la época navideña

Señala que esta temporada será muy complicada, especialmente si el público continúa con el hábito de esperar hasta el final para asegurar las compras de navidad. “El abastecimiento ya es precario, y lo será aún más para las semanas siguientes, ad portas del final del año. La situación se sigue complicando en nuestra economía debido al factor liquidez en el mercado, el cual se está sobre calentando, con un alto circulante, el que además se está devaluando rápidamente por la constante alza del dólar, todo esto, puede llevar a una baja de inventarios aún más drástica y no tenemos claridad de las fechas de reposición de las mercancías; el comercio podrá tener cuentas favorables, pero será un efecto transitorio y breve. La divisa internacional no se detiene y al final del año nos podría sorprender”, proyecta.

A man with dark hair, wearing a dark suit and a light-colored shirt, stands with his arms crossed next to a large blue board. The board is filled with various industrial tools and consumables, including a yellow-handled scraper, a circular saw blade, a circular metal ring, a small metal component, and several long, thin metal strips. The background shows a warehouse setting with wooden pallets and metal structures.

**Ditra: venta y reposición
de consumibles para cortes**

El pulso de la industria

Por más de 30 años, Ditra se ha especializado en la venta de cuños, discos de corte, cuchillos, fibra de cortes para guillotina y afilados para las herramientas. A través de la entrega de este servicio, la empresa se ha transformado en un termómetro del estado de la industria gráfica en Chile. Consultamos la opinión de Cristóbal Trabucco, gerente comercial de Ditra acerca de las cifras que maneja y cómo ve el próximo año.

“Todo lo que se refiere a las ventas de artículos consumibles de la industria gráfica y servicios de mantenimiento y afilados de los productos, están muy de la mano. Son cifras bastante similares. Por ejemplo, en 2018, se afilaron 10 mil productos y se dieron más de 20 mil servicios de post venta para los mismos cuchillos”, explica Cristóbal Trabucco, gerente comercial de Ditra.

A través del seguimiento de los números registrados por Ditra desde el 2018 a la actualidad, en materia de cantidades de productos vendidos y servicios entregados desde esa fecha, es posible tener un panorama del desempeño de la industria gráfica en el último periodo.

Acerca de este año Trabucco reflexiona que si bien la industria ha ido bajando sus niveles en cuanto a volúmenes, fue un año relativamente normal. **“El 2018 fue un año al alza hasta el 18 octubre de 2019, de hecho, la venta de productos fue mayor de 10 mil, habíamos subido a 11 mil productos para la fecha, pero los servicios se vieron afectados bajando de 20 mil a 17 mil. Lo que significó una baja del 18% en el 2019 después del estallido”**

Continúa explicando que, “no sabíamos lo que venía en 2020, ese año bajamos un 45% la venta de productos y un 30% de servicios en el año, lo que sumó, en relación al 2018 un 37% menos de venta en comparación. Además, muchas imprentas medianas y chicas que son nuestros clientes, nos comentaban que habían visto mermadas su producción en el año entre un 30 y 40%”.



Los impresores me dicen que están expectantes, que siempre hay trabajo, pero que están tratando de aguantar financieramente lo que viene al futuro. Lo que más preocupa es el cambio de dólar y euro, el aumento de precio de las materias primas, las importaciones, lo que cuesta conseguir contenedores, lo que viene de afuera, con lo cual programarse en las compras es bastante importante.

Cómo va el 2021 y sus expectativas del 2022

“Según las ventas que tenemos, hay un alza con respecto al 2021, lo cual es evidente. Si bien estuvimos con muchas restricciones, durante este año hemos visto un avance del 12% en comparación al 2020, lo que aún nos deja muy atrás del 2018, pero la proyección va hacia ese lado. Ya con el término de las cuarentenas y la vuelta a la normalidad se debería ir sosteniendo esto”, explica.

Trabucco asegura que es difícil proyectar el 2022 debido a lo que está pasando económicamente. “El precio del dólar hizo subir todos los insumos. La estanflación que se está planteando hoy, que, si bien los precios per cápita bajan, los precios siguen subiendo. Si no baja nos va a pegar en el corto y mediano plazo, con lo cual es difícil pronosticar qué pasará en 2022. Hay elecciones, es un año en el que la gente no quiere invertir, con lo cual hay un poco de incertidumbre con lo que puede pasar en el 2022” analiza.

EN BÚSQUEDA DE POTENCIAR SUS BRAZOS COMERCIALES

Xerox y Abingraf: una nueva alianza de distribución

Xerox busca acercarse aún más a sus clientes finales a través de alianzas con partners para desarrollar más oportunidades de negocio con su amplio portafolio de productos y soluciones de software, creando nuevas oportunidades para la industria de las artes gráficas.

“Abingraf es una partner inmerso en la industria gráfica y trabaja muy de la mano con clientes finales. Tiene más de 20 años de experiencia con suministros, papeles especiales y posee una línea de formato ancho, entonces para nosotros es un buen match, porque nuestras prensas pertenecen al ámbito digital, y para ellos es un complemento perfecto al incorporar equipos de páginas cortadas a su portafolio de productos, conformando una oferta más integral a sus clientes”, señala Gregorio Lira, Sales Manager Graphics Communication de Xerox Chile.

La distribución será a nivel nacional y ahora, se encuentran en el proceso de certificación de su fuerza de venta para que conozcan el portafolio, se capaciten y manejen los productos con el soporte Xerox correspondiente. “Esperamos potenciar nuestros brazos comerciales a través de esta alianza y eso significa poder llegar a más clientes en el segmento de las artes gráficas, con una mejor atención, junto a nuestro portafolio de productos y soluciones de Xerox”, señala Lira.

Agrega que, “queremos que sea una canal robusto, que nos ayude desarrollar a los clientes finales, darle soporte y que finalmente los acerque con la experiencia que tienen en otros segmentos, ellos distribuyen líneas de papeles especiales para prensas digitales, lo que potencia una más nuestra alianza comercial”.



Queremos que sea una canal robusto, que nos ayude desarrollar a los clientes finales, darle soporte y que finalmente los acerque con la experiencia que tienen en otros segmentos, ellos distribuyen líneas de papeles especiales para prensas digitales, lo que potencia una más nuestra alianza comercial.

Gregorio Lira

Sales Manager Graphics Communication
de Xerox Chile.

La mirada de Abingraf

Por su parte, José Cajtak, gerente general de Abingraf, hace hincapié en la ampliación de su oferta con esta asociación. “La impresión digital en hoja cortada se realizará con los equipos Xerox. De esta manera, tenemos toda la oferta en impresión digital. Producciones como libros, folletería, carpetas, todo lo que hacen los equipos Xerox y las tintas secas que son los tóners. Por otro lado, tenemos con otro partner, la impresión por rollo y sustratos rígidos, sus equipos son con tintas eco solventes y UV, ahí tenemos un buen complemento y una completa oferta de soluciones de impresión para nuestros clientes”.

Además, comenta que han tenido un buen año a pesar de toda la situación mundial y nacional que ha afectado a la industria, “no tenemos problemas de ventas y es el momento seguir creciendo. Esta alianza nos encuentra con muchos proyectos. Estamos contentos y esperamos que esta alianza sea un buen apoyo para el próximo año”.

Más novedades de Xerox

Lira destaca el liderazgo e innovación de la compañía como creador de la impresión digital, “la innovación es parte de nuestro ADN y la creación de valor es una constante, resultando nuevas propuestas de valor. Es así como hoy incorporamos un amplio espectro de colores especiales (más allá de CMYK), que incluyen dorado, plateado, blanco, barniz transparente, fluorescentes, rosado, etc. Es muy importante porque nuestros clientes pueden hacer más aplicaciones, rentabilizar aún más su prensa digital, atendiendo mejor a su público, pudiendo, por ejemplo: imprimir en el momento un impreso color de alta calidad y agregar una “folia dorada”, todo en un proceso rápido y oportuno, de acuerdo con las demandas del mercado cada día más exigentes”.



Esta alianza nos encuentra con muchos proyectos. Estamos contentos y esperamos que esta alianza sea un buen apoyo para el próximo año.

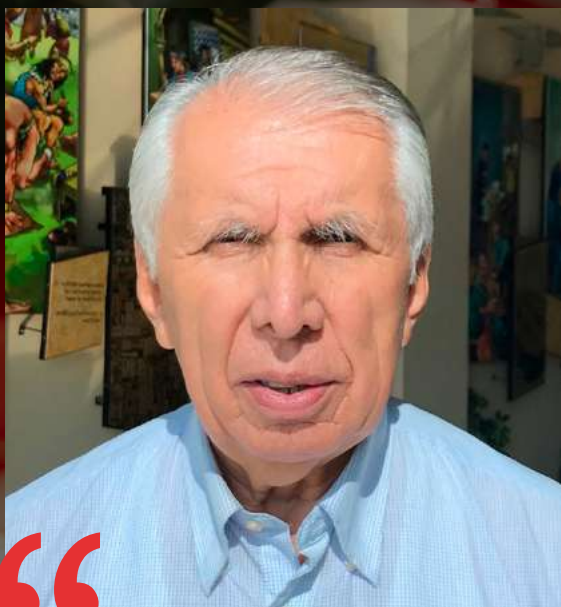
José Cajtak
Gerente general de Abingraf

Para finalizar, Lira destaca la nueva Prensa Digital Baltoro de página cortada (36x52 cm), es un equipo de última tecnología inkjet con tintas High Fusion 100% Xerox, que está teniendo mucho éxito a nivel mundial. Se trata de un equipo de alta productividad y bajos costos operativos (varias veces menor al tóner) para la impresión libros color y b&n, piezas comerciales, transaccional, con una amplia capacidad manejo de papeles, incluyendo couché brillante del 60 a 300 grs. “El inkjet llegó para quedarse y que compite mano a mano con la impresión offset, ahora en tirajes más grandes a lo acostumbrado de la tecnología digital. **Sin duda ofrecemos una extraordinaria oportunidad y los invitamos a conocer más detalles <https://xerox.bz/3n2ha1U>”.**

Diciembre en la industria gráfica:

Espera, aumento de precios y reemplazo de materiales

La demanda de artículos como cajas para packaging, catálogos, folletería, agendas, calendarios, entre otros, aumenta el último mes del año. Sin embargo, este 2021 será muy distinto a los anteriores y es que si bien, los impresores han conseguido la manera de cumplir con los clientes, aseguran que ha sido una situación muy compleja debido a la falta de insumos como el papel y la cartulina.



“

La crisis de papel nos ha afectado de manera parcial por la incomodidad de no disponer del material en su momento, están retrasadas las importaciones y a veces el cliente no lo comprende.

Felipe Báez

Gerente general de B&B Impresores.

“La crisis de papel nos ha afectado de manera parcial por la incomodidad de no disponer del material en su momento, están retrasadas las importaciones y a veces el cliente no lo comprende. Le hacemos ver que todos estamos involucrados en la misma cadena, aunque sean de un rubro diferente, todos estamos siendo afectados por las importaciones, esta situación nos crea problemas y dificultades y no podemos planificar el día a día, a veces perdemos horas de producción, porque no tenemos los materiales”, explica Felipe Báez gerente general de B&B Impresores.

Báez asegura sentirse preocupado por cumplir con las expectativas de sus clientes y por el hecho de que, en algunas instancias van a tener que adecuarse a la disponibilidad de material que hay en el mercado. “Hemos estado en contacto con clientes habituales que nos envían trabajos de fin de año, los cuales ya están establecidos desde hace varios años y los hemos puesto al tanto con las circunstancias que estamos pasando para poder adelantar sus solicitudes de pedido”, señala.

Hay escasez, pero la demanda no se detiene

Los impresores coinciden en que no sólo los compradores desconocen la situación acerca de la falta de materiales, sino que, además, esperan la inmediatez a la cual estaban acostumbrados y sumado a las festividades, hay más complicaciones. Sin embargo, todos buscan la manera de encontrar una solución. “Hay que buscar alternativas del tipo de material que exista para elaborar el producto final, así como solicitar varias cotizaciones con diversos proveedores. Los clientes no están dispuestos a esperar sino a cambiar de opciones y fabricar con lo que hay disponible en el momento, cada día es un lío con el stock de papel”, afirma Juan Ignacio Olachea, gerente general de Pan Impresores.

Por su parte, Nelson Cannoni, gerente general de Imprenta Italiana, explica que, al no tener un contrato fijo con clientes, realizan la producción en la medida en la que se le van solicitando y esto le ha permitido planificar mejor.



"Los clientes no están dispuestos a esperar sino a cambiar de opciones y fabricar con lo que hay disponible en el momento".

Juan Ignacio Olachea
Gerente general de Pan Impresores.



El cliente ha comprendido la situación, porque no sólo el rubro imprenta está golpeado con esto, sino que también muchos otros rubros.

Nelson Cannoni
Gerente general de Imprenta Italiana.

“Nos advierten de la fecha en la cual posiblemente nos harán un pedido, de esta manera, hablamos con los diferentes proveedores para ver las fechas de llegada de las cartulinas y papeles y tratamos de hacer un acuerdo con el proveedor para reservar o comprar anticipadamente el stock que se requiere”, explica.

Si hay escasez, hay aumento de precio

No sólo se trata de encontrar los materiales sino de pagar el precio que tiene el mercado, “los valores han sido muy volátiles en estos últimos meses, el cliente ha tenido comprender obligadamente que los precios han tenido una variación al alza, se han incrementado tanto cartulinas, como insumos y eso hemos tenido que transferírselo al cliente y ha comprendido la situación, porque no sólo el rubro imprenta está golpeado con esto, sino que también muchos otros rubros”, finaliza Cannoni.

Las prensas digitales de Canon impulsan el negocio de libros por demanda

El mercado editorial es amplio. Lectores, escritores, diseñadores y profesionales de la impresión han ido evolucionando y descubriendo nuevas formas de disfrutar este arte desde diferentes perspectivas. Para abordar estas oportunidades, Canon realizó el webinar "Cómo incrementar el valor de la impresión con las mejoras tecnológicas", para ayudar a comprender el mercado actual y ampliar conocimientos en el rubro.

"A través de estas iniciativas, enseñamos cómo preparar un libro y montarlo en el software del equipo de prensa digital para aprovechar los sustratos; a realizar las configuraciones de color y papel; imprimir interior y tapas; hacer cortes y limpiar bordes. Además, los participantes tienen una demostración de costos de impresión y, gracias a la ponencia de diferentes expositores, conocen las nuevas tendencias editoriales relacionadas al uso de nuevas tecnologías", detalla Mauricio Villaroel, PPS Business Developer de Canon.

El mundo editorial requiere de productividad, sin ella la velocidad de impresión no significa nada. Si la calidad de la imagen o la versatilidad no cumplen sus promesas, la productividad se verá afectada. **Para ayudar a los negocios a alcanzarla, Canon cuenta con la serie de impresoras imagePRESS C910 como equipo de entrada con sus 3 velocidades 70/80 y 90 PPM, para mayor producción la imagePRESS C10010 con 2 velocidades 90 y 100 PPM que ofrecen alto rendimiento con medios mixtos gracias a su unidad de fijación doble que no sacrifica la velocidad en sustratos de altos gramajes.** O bien, la serie varioPRINT con su calce perfecto y calidad de impresión offset, estable y sintonizable a través de una tecnología única, libre de materiales contaminantes.

Para ayudar a las empresas en este crecimiento de los libros por demanda y a conocer cómo la tecnología es un aliado en este camino, la compañía japonesa impulsa distintas actividades para descubrir cómo alcanzar el máximo rendimiento.



**Revive el
webinar aquí**

**Escanea el
código QR para
más información**



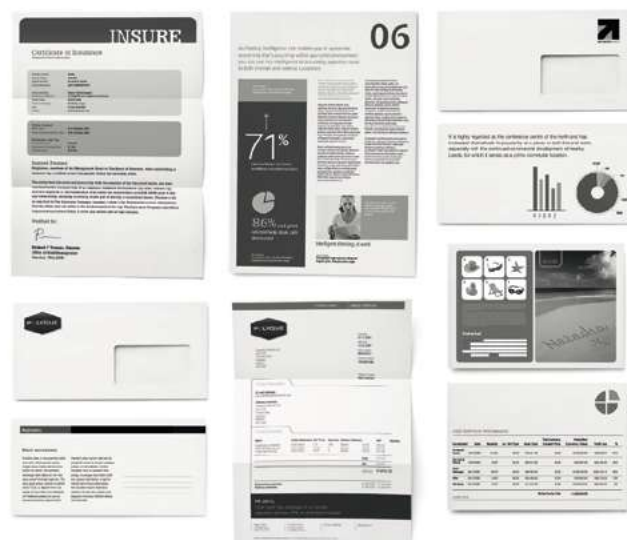
LIBROS POR DEMANDA CON CALCE PERFECTO

Impresión digital monocromática Canon VarioPrint 6000 Titan



RENDIMIENTO Y FIABILIDAD SIN IGUAL: LA MEJOR PRENSA DE PRODUCCIÓN DEL MERCADO

- Un tono detallado y de calidad offset gracias a las tecnologías CopyPress y ScreenPoint
- Una gran flexibilidad para el manejo de soportes. Admite el formato de 350 x 500 mm y ofrece una solución de impresión de libros a la carta
- La máxima comodidad: admite hasta 8 horas de programación previa y 4 horas de impresión ininterrumpida
- Un bajo consumo energético con unas emisiones de ruido y ozono extremadamente reducidas



Two Sides invita a las empresas a informarse: "La educación es la base para evitar el Greenwashing"



www.twosides.info

El Greenwashing es la actividad de una empresa que consiste en hacer creer a las personas, que está haciendo más para proteger el medio ambiente de lo que realmente hace. Empresas privadas y de servicios públicos, entre otras a nivel mundial, estimulan a sus clientes a optar por los servicios electrónicos, alegando que las facturas, los informes bancarios y otras comunicaciones electrónicas sin papel salvan árboles y son mejores para el medio ambiente.

"La empresa que quiere reducir sus costos dejando de enviar a clientes una comunicación impresa está enviando un mensaje falso que no tiene sustento. No se salva ningún árbol por economizar papel, porque los árboles que se utilizan en Brasil y Latinoamérica son cultivados para esta finalidad. Si se aumenta el consumo de papel, va a ser necesario cultivar más árboles para sustentar un aumento en el consumo de papel", explica Manoel Manteigas de Oliveira, director técnico de Two Sides Brasil y América Latina.

Manteigas asegura que no existen estudios que comprueben que la comunicación digital sea mejor para el medio ambiente, ya que ésta, tiene una huella ambiental muy fuerte por la energía que utiliza, basada principalmente por los combustibles fósiles, y por la basura electrónica que produce. No se puede decir que la comunicación electrónica sea mejor para el medio ambiente que la comunicación impresa, explica.

La educación e información como base

"Muchas veces las empresas que hacen Greenwashing no lo hacen por mala intención sino por ignorancia, por lo que se hace fundamental educarlos y comunicarles cuál es la verdad acerca del tema.

El trabajo de Two Sides y otras organizaciones a nivel mundial es explicarles cómo se hace la celulosa, cómo se hace el papel, la educación e información como base de todo", aclara.

"La tendencia es que el Greenwashing crezca, porque además las empresas que están interesadas en reemplazar el papel buscan los argumentos posibles para incentivar a las personas a hacer el cambio. Es un peligro, es fuerte, eso hace más importante el trabajo que hacemos en Two Sides. La buena noticia es que estamos con una tasa de éxito muy fuerte en todo el mundo y en Brasil y eso lo queremos repetir en Latinoamérica", asegura.

El ejecutivo explica los pasos para proceder en sus acciones, lo primero es investigar a las empresas que tienen estas prácticas para entrar en contacto con ellas, "de manera amistosa y didáctica les explicamos que están cometiendo un error y los invitamos a cambiar sus mensajes, eso estamos haciendo en todo el mundo con muy buenas tasas de éxito, en Brasil ya llegamos a casi un 60% de tasas de éxito de combatir el Greenwashing en este año", afirma.

"Somos una organización sin fines de lucro, no lo hacemos para defender el negocio de las celulosas ni de las imprentas, lo hacemos porque creemos que es bueno para el planeta, creemos en realidad que el papel, el corrugado y el cartón son buenas opciones para un planeta mejor en términos ambientales"

Manoel Manteigas de Oliveira
Director técnico de Two Sides Brasil y América Latina.



EL PROGRAMA DE IMPRESIÓN SUSTENTABLE
DE ASIMPRES ES AUSPICIADO POR **KODAK Y**
FERROSTAAL GRAPHICS





URETA MATTE IMPRESORES

Atractivas gigantografías para proyectos de comunicación visual. Ureta Matte Impresores realiza impresión e instalación de gráficas para diversos tipos de proyectos.



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



SCM

Etiquetas autoadhesivas impresas en materiales de alta calidad y coloridos diseños para que el packaging de los productos sean los más atractivos de las góndolas.



DIMAR

Línea de vinilos de colores mate, serie RI-Mark M300 que frece Papelería Dimar. Ideal para usos como, rotulación en general a corto y mediano plazo, puede ser usado en interiores o paneles expositores donde se requiera una superficie anti reflejante.



OGRAMA

Ograma imprimió el libro con las obras de la artista Keka Ruiz Tagle, diseñado por Gabriela Krebs y Ana Peñafiel. Este libro se luce con belleza, solemnidad y misterio de su trabajo. Además, en él se muestran rostros que parecen pertenecer a antiguas culturas de la América precolombina.



LASER IMPRESORES

Laser Impresores ofrece servicio de impresión de etiquetas sin importar su tamaño y la cantidad, se adapta a las necesidades de su cliente.



MICROGEO

Microgeo presenta las Planchas Termotransferibles manual y automática para sublimación. Este equipo ofrece resultados personalizados y profesionales en productos como, poleras, tazas, gorros, platos y mucho más.



IMPREX

Diseño de cajas personalizadas emplazada en couché 170 con cortes para una mejor adaptación de los productos.



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) 2898 8050
https://label.averydennison.com



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