

# Print & Pack

Impresiones del mundo gráfico



LAS xxx  
**TENDENCIAS**  
QUE MARCARÁN  
EL **2022** ~~~~~

## THEREFORE DE CANON: ALMACENAMIENTO INTELIGENTE, EFICIENTE Y SEGURO

Según datos de Cloud Industry Forum, **el 13% de las empresas que han implementado o tienen previsto implantar una estrategia de transformación digital opina que la nube es un factor fundamental y el 80 % cree que es importante.**

Michael Escudero, Supervisor, Product & Solution Marketing de Canon Chile, asegura que, “toda empresa, antes de implementar el cambio digital de manera estratégica, debe determinar en qué parte del viaje se encuentra, para determinar cuál es la siguiente etapa de su evolución. La transformación no es sencilla y debe ser específica, es decir, elegir la tecnología adecuada y mantenerla actualizada. Es por ello que aprovechar la tecnología de la nube es fundamental para generar niveles de agilidad adecuados”, afirma.



## PAMELA HOFFMANN ES LA NUEVA LÍDER DE MARKETING Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE DE DIPISA

**“Para mí, ocupar este cargo representa un desafío profesional importante. Dipisa es una empresa con proyecciones, con buena reputación entre sus clientes y aunque siempre hay cosas que se pueden mejorar, reconozco que las fortalezas que tiene son una oportunidad para posicionarla aún más. Por eso asumí la responsabilidad y decidí formar parte del equipo”,** señala la ejecutiva.

Entre sus principales funciones está el desarrollo de herramientas y la incorporación de nuevas tecnologías que hagan de la relación Cliente-Dipisa algo fácil y fluido. “Lograr una relación más estrecha y amigable con nuestros clientes, optimizando el servicio para ser la primera opción de compra en papeles para ellos”, explicó.

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 159 - 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.



## CATÁLOGOS IMPRESOS CONTRIBUYEN AL AUMENTO DE LAS VENTAS

Un estudio realizado por la revista Harvard Business Review y un minorista de comercio electrónico de joyas de lujo en Estados Unidos determinó que **el agregar catálogos impresos a su estrategia aumentó las ventas en un 28% y las consultas en un 77%**. También produjo un retorno de la inversión directo del 600%.

La publicación señala que, si bien los catálogos tienen muchos beneficios, su efectividad se debe a que aumentan el realismo de un producto al mejorar la capacidad del consumidor para visualizar e imaginar experiencias con éste.



## EUROPA: 94% DE LA FIBRA UTILIZADA PARA PRODUCIR CARTÓN ONDULADO PROVIENE DE PAPEL RECICLADO

La producción de envases de papel en Europa se realiza con una importante cantidad de material reciclado. Two Sides informa que el **94% de la fibra que se utiliza para producir cartón ondulado procede del papel para reciclar.**

En 2018, la tasa de reciclaje para el papel y el cartón llegó al 83% en este continente, siendo el mayor porcentaje para cualquier material de packaging. La industria europea se ha propuesto alcanzar la ambiciosa meta de reciclar el 90% de estos materiales a 2030.



# Tendencias de diseño para 2022

Ana Buzzoni, directora de comunicaciones en Chile Diseño, en entrevista con Revista Print & Pack, enumera algunas de las tendencias que van a estar vigentes en Chile. Desde el diseño sustentable del packaging y el glocal, la diseñadora, además, explica el desafío que tiene la profesión en esta nueva etapa.

## Sustentabilidad

“Tiene que ver con los materiales, papeles y terminaciones que podemos manejar bien en la localidad. Con cómo diseñamos cosas que son suficientemente flexibles y que podamos producirlas igual, aunque los materiales no lleguen –debido a la crisis logística–. Por supuesto también que sean ecológicos, que tengamos cada vez menos desechos, que el reciclaje sea menos el caballo de batalla y que no existan residuos, sino que se desvista el producto. Además, está ligado a la digitalización, **cómo hacemos para que los productos tengan información a la que se pueda recurrir de manera digital y que se pueda usar menos superficie**”.





## Glocal

“Está relacionado con la regionalización, ese concepto de lo glocal, lo global y lo local, tiene que ver cada vez más con el asidero local, con que ojalá el producto que adquiero, no contamine mucho.

**Las personas están buscando hacer una compra más consciente y más informada. En los círculos más juveniles, hay sensación de que hay que empujar lo local, no solamente porque hay que ayudar al amigo, sino porque no quieren comprar productos que dejan más huella de carbono porque vienen de China, por ejemplo.**

Es un gran desafío, ¿cómo competir con las ventajas del otro país?, el libro puede costar 10 veces menos, pero ¿cómo nos hacemos conscientes de que el hecho de que se imprima en Chile, genera menos huella de carbono, genera empleos, tiene una misión de sustentabilidad y de fuerza de trabajo? Tiene otras ventajas aparte de lo económico”, destaca Ana Buzzoni.







## Tendencias en la comunicación visual



“Venimos de una generación que miraba el minimalismo como referente inapelable, hoy vemos que el maximalismo de las nuevas generaciones es algo que está permeando no solamente a nivel de murales de la calle o redes sociales, sino también en los tipos de productos.

Uno puede ver cómo la ilustración, la tipografía tipo display toman protagonismo sin miedo a que las cosas no tengan mucho sentido. Las nuevas generaciones están prototipando un futuro, uno lo ve en las ilustraciones de grandes ilustradores chilenos,. Están buscando nuevas lógicas gráficas y la mezcla de cosas que antes no nos atrevíamos a mezclar. No seguimos las reglas, hacemos que las cosas vengan desde la respuesta emocional, por eso hay mucho uso de color.

**Se está abandonando la experiencia que aún funciona en los malls, que tiene que ver con un buen brandeo, ahora se busca el bicho raro, eso es lo que está apareciendo”,** detalla la directora de comunicaciones en Chile Diseño.

## Desafíos del diseño

“¿Cómo hacer marca desde lo digital, desde el diseño de experiencia y de servicio?, creo que hay que aplicar cada vez más el diseño estratégico, aquel que mira y escucha de verdad al usuario.

**Ahora se habla más de apropiabilidad que de usabilidad, porque básicamente yo no necesito usar la caja donde viene mi comida, sino apropiarme de ella para que me sirva para algo más.**

Las cosas deben ser flexibles para quien las usa y eso tiene que ver con el diseño estratégico, no se puede pensar en cosas que no van a responder al uso. Tenemos que volver a acordarnos que el diseño no tiene que ver solamente con la belleza ni con ser llamativos, tiene que ver con una necesidad y con responder creativamente a ella. Para eso debemos trabajar en conjunto diseñadores, proveedores y clientes”, finaliza Buzzoni.







# Conoce la primera Biblioteca Interactiva Latinoamericana Infantil-Juvenil

**Desde hace dos meses, Santiago de Chile cuenta con este espacio en el cual los libros, las artes, la cultura y la ciencia se mezclan, con el fin de que niños y jóvenes fortalezcan su vínculo con el conocimiento a través de la interacción.**

Constanza Mekis es presidenta de Fundación Palabra. Además, es directora IBBY para América Latina y el Caribe, una organización internacional para el libro infantil y juvenil, con sede en Suiza.

Como impulsora de la Biblioteca Interactiva Latinoamericana Infantil-Juvenil, Constanza trabaja con un equipo de más de 50 colaboradores que van desde ingenieros hasta antropólogos. “Nos han regalado más de 12 mil horas de trabajo. Es un proyecto colectivo, imposible de sacar adelante de otra manera”, señala.

Mekis explica que el desarrollo de esta iniciativa vino acompañada de cerca de 30 estudios de diversos contextos para avalar su creación. “Nos interesa que estén presentes

nuestras raíces, sabores, colores, también todo lo que se relaciona con las distintas instancias culturales que se van tejiendo en Latinoamérica”, explica.

“Entendemos que la lectura interactiva promueve que no sólo las letras están presentes, el arte, las ciencias y todas las manifestaciones de la curiosidad humana. Creemos que, a partir de este compromiso, experiencia y exploración vivida de manera más integral, se potencia el pensamiento crítico, que es algo que necesitamos hoy día para formar ciudadanos comprometidos con ellos mismos y con su comunidad”, señala Mekis.



## Una biblioteca interactiva

La biblioteca tiene dos meses en funcionamiento y está ubicada en el Barrio Matta, en la zona Sur de Santiago. Han realizado convocatorias a jardines infantiles de la comuna, entidades culturales y organizaciones comunitarias del sector. Está ubicada en un espacio donde hay un parque urbano y 120 árboles.

“Es una biblioteca con un pulmón lector maravilloso, los niños van a la biblioteca, pero también juegan a la pelota, organizamos actividades de cuenta mundos, que es un concepto que nace de Gabriela Mistral, en el que dice que los niños necesitan muchos cuentos, pero también historias, mitos, poesía, leyenda, ella ve más propicio la generación de un cuenta mundo en el cual se van aportando distintos géneros”, finaliza.



## Apoyo Institucional

La iniciativa ha recibido apoyo de la Fundación Olivo, que ha propiciado relaciones con el centro cultural “La Casa Encendida” en España. Asimismo, la Institución San José de Maipo los asesoró para el plan estratégico de la biblioteca y el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, les han donado 1800 libros y la instalación de computadores a través del programa Biblioredes, entre otros.

“Hemos recibido el apoyo de más de 50 editoriales que nos han donado más de 3 mil libros hermosos, extraordinarios. Esperamos la colaboración de más editoriales de Latinoamérica. Además, vamos a recibir un contenedor con materiales libros de autores latinoamericanos publicados por Edebé/España y también, gracias a la iniciativa de Luis Zendera, de Editorial Juventud y presidente de la Asociación del Album y otras organizaciones españolas, se recibirá una carga sustantiva de los mejores libros editados en España”, finaliza.

“

**Esta biblioteca no sólo va a ser para ciudadanos chilenos y los migrantes beneficiados. También es una luz y un faro para toda América Latina**

**- Constanza Mekis,**  
Presidenta de Fundación Palabra



# ANÁLISIS Y PROYECCIONES DE LA ECONOMÍA EN 2022

**Ante situaciones como cambio de gobierno en Chile, vacunas contra el Covid-19, problemas logísticos y gasto fiscal, economistas se muestran optimistas ante el panorama económico del nuevo año debido a las últimas cifras publicadas por organizaciones especializadas.**

En el Índice Mensual de Actividad Económica (Imacec) del Banco Central, se informó que en el mes de noviembre hubo una expansión del 14,3%, superando el 12,1% esperado. Además, estas cifras alcanzan los ocho meses consecutivos en alza de dos dígitos y se estima que el PIB podría cerrar sobre el 12% en 2021.

El economista Manuel Cruzat Valdés, asesor del directorio de Papelera Dimar y consultado sobre la materia, opina que “el mundo hoy día está volviendo a niveles de PIB previos a la pandemia, saliendo de la crisis económica que ésta provocó y que ha tenido un costo humano y de actividad enorme, y que se enfrentó exitosamente no sólo con vacunas listas para distribuirse en el plazo inédito de un año, sino que también expandiendo fuertemente el gasto fiscal y la liquidez del sistema. Pero en algún momento hay que “pagar las cuentas”, reduciendo el impulso monetario y fiscal, pero lo que es claro es que desde el punto de vista de la salud de la economía mundial y de la chilena, se está ciertamente saliendo bien de la crisis por la que se pasó”.





**"Chile pasa por los mejores términos de intercambio que ha tenido probablemente en su historia - lo mismo puede pasar con Perú que tiene una economía muy similar a la chilena -, con precios del cobre cerca de su máximo histórico y de la energía con una fuerte presión a la baja, a través de las renovables eólicas y especialmente las solares".**

**Manuel Cruzat Valdés,**  
Economista

De acuerdo con el último Informe de Política Monetaria (IPoM), Chile es una de las economías que más creció el año pasado a nivel global, después de Irlanda. El Imacec reporta que, en comparación a noviembre del 2020, las áreas que más crecieron fueron servicios (20%), comercio (16,75%), industria (5,8%) y bienes (5%), según el Banco Central, la mayor apertura de la economía junto al apoyo fiscal a los hogares y los retiros parciales de fondos de pensiones son factores que implican en este resultado.

Respecto a esto, el especialista afirma que "hay que hacer ajustes para hacerse cargo de las herramientas que temporalmente se usaron, particularmente el gasto fiscal, así como también de políticas monetarias bien expansivas que han generado una presión inflacionaria que ya está presente. Dicho lo anterior, era lo que había que hacer para enfrentar la crisis, pero llegó la hora de volver a la normalidad en éstas a medida que el país ha retomado su actividad".

### **Nuevos escenarios políticos**

En este nuevo año 2022 ocurren cambios de gobierno tanto en Chile como en varios países latinoamericanos, ante esta situación, Cruzat señala que "Chile, al igual que la región, ha estado pasando por momentos políticamente complejos, pero los países siempre en su historia pasan por estas circunstancias y lo que hay que hacer es navegarlos con el mejor entusiasmo, aprovechando las ventajas que cada uno tiene para resolverlos. Ninguno de los problemas que estos países enfrentan es insoluble, más bien falta voluntad para llegar a acuerdos que sean transversales y amplios".

Agrega que, "Chile pasa por los mejores términos de intercambio que ha tenido probablemente en su historia - lo mismo puede pasar con Perú que tiene una economía muy similar a la chilena -, con precios del cobre cerca de su máximo histórico y de la energía con una fuerte presión a la baja, a través de las renovables eólicas y especialmente las solares. La posición fiscal del país sigue siendo sólida; su posición de inversión internacional también; la pandemia visibilizó tecnologías que estaban disponibles pero que no se utilizaban. Donde quiera mire se va a topa con condiciones que son bastantes únicas desde el punto de vista del potencial del país, pero hay que saber aprovecharlas".

"Si los incentivos y las políticas públicas atentan consistentemente contra el desarrollo del país, al final éste se deteriora, pero espero que no sea así porque en Chile tenemos un desafío que es abordable y solucionable y las múltiples elecciones recientes que giran en ambas direcciones así lo sugieren", finaliza.

### **Logística: un problema que se mantendrá**

De acuerdo al economista Manuel Cruzat, es esperable que en este nuevo año los desafíos en materia logística se mantengan, esto debido a la falta de competidores especialmente en el sector naviero. **"Es muy probable que en 2022 la industria gráfica continúe con los problemas logísticos que tuvo en 2021. La normalidad debería llegar en el año 2023, pero no queda otra que ajustarse. Los actores que participan y los que van a salir exitosos son aquellos capaces de enfrentar este desafío de producción y logística que va más allá del manejo de inventarios, sino que sobre toda la cadena logística y sus imperfecciones. Es útil recordar que en el sector naviero falta competencia"**, apunta.



## Comportamiento Latinoamericano

Por otra parte, en el informe anual Perspectivas Económicas de América Latina 2021, elaborado en conjunto por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Centro de Desarrollo de la OCDE, la Corporación Andina de Fomento (CAF) y la Comisión Europea, se señala que América Latina y el Caribe es la región más afectada por el Covid-19.

Según el informe, la región experimentó una desaceleración económica histórica en 2020 y el PIB se contrajo en un 7%. A pesar de un aumento del rededor del 6% en 2021, el informe señala que no se espera que su PIB per cápita vuelva a los niveles anteriores a la crisis antes del 2023 o 2024.

Asimismo, en la publicación se destaca que una recuperación sólida e inclusiva, requiere una mayor integración productiva en sectores estratégicos como el automotriz, el farmacéutico, el de las energías renovables, economía circular y la agricultura sostenible. Además, señala que la región requiere una respuesta fiscal holística urgente: mayor progresividad del sistema tributario, mayor cumplimiento fiscal, administración tributaria eficiente y la eliminación de gastos tributarios ineficientes, entre otros.

**Según el informe, la región experimentó una desaceleración económica histórica en 2020 y el PIB se contrajo en un 7%. A pesar de un aumento del rededor del 6% en 2021, el informe señala que no se espera que su PIB per cápita vuelva a los niveles anteriores a la crisis antes del 2023 o 2024.**

# EVENTOS, FERIAS Y EXPOSICIONES DE LA INDUSTRIA GRÁFICA 2022

Comienza un nuevo año y con él, se dan a conocer los eventos agendados para el encuentro presencial de empresarios, proveedores, impresores y público general involucrados en el sector. Las organizaciones buscan impulsar las actividades de la industria a través de la promoción de sus productos, servicios, insumos, tecnología y maquinarias, entre otros.

 **31 MARZO**  
**1 y 2 ABRIL 2022**

10ma edición de esta feria especializada en gran formato, sublimación, transfer, serigrafía, bordado, routers y suministros.

Fecha: 31 marzo, 1 y 2 de abril de 2022

Lugar: World Trade Center

Ciudad: Ciudad de México

[www.expoimpresion.com](http://www.expoimpresion.com)

 **meetingPACK**  
**2022**

Materiales innovadores para la producción de envases sostenibles, innovación en envases flexibles y bandejas con propiedades de barreras y mucho más.

Fecha: 20 y 21 de abril 2022

Lugar: Palacio de Congresos de Valencia

Ciudad: Valencia, España

[www.meetingpack.com/congreso-programa-envases-barrera/](http://www.meetingpack.com/congreso-programa-envases-barrera/)

 **EXPOGRÁFICA**  
Del 4 al 7 de mayo  
Expo Guadalajara **2022**

México será el país anfitrión de esta exposición de tecnologías de impresión, etiquetas y empaques, en la cual se realizan lanzamientos y productos destacados de reconocidos proveedores.

Fecha: 4 al 7 de mayo del 2022

Lugar: Centro de Convenciones Expo Guadalajara

Ciudad: Guadalajara, México

[www.expografica.com](http://www.expografica.com)

## Flexo&Labels

Esta feria reúne a los principales actores del sector en materia de etiquetas de Brasil y Latinoamérica.

Fecha: 24 al 27 de mayo 2022

Lugar: Jardim das Laranjeiras

Ciudad: Sao Paulo, Brasil

[www.flexoelabels.com](http://www.flexoelabels.com)



**LATIN**  
**CHILE 2022**  
29 Y 30 DE JUNIO, 1º DE JULIO  
ESPACIO RIESCO - SANTIAGO  
CREANDO UN MUNDO SUSTENTABLE

Feria bienal que reúne en un solo lugar a la industria de packaging y su cadena de valor, además presenta las últimas tecnologías e investigaciones, nuevos materiales e insumos, servicios, energías limpias y reciclaje.

Fecha: 29 y 30 de junio, 1 de julio de 2022

Lugar: Espacio Riesco

Ciudad: Santiago de Chile

[www.latinpack.cl](http://www.latinpack.cl)



Los proveedores líderes de la industria se reúnen en el evento más grande para la industria de impresión de etiquetas y envases en América.

Fecha: 13 al 15 de septiembre de 2022

Lugar: Donald E. Stephens Convention Center

Ciudad: Chicago, Estados Unidos

[www.labelexpo-americas.com](http://www.labelexpo-americas.com)

## DIGICOM

Feria de impresión digital y comunicación visual. Lugar en el que se presentan a los profesionales de la industria, las últimas novedades tecnológicas y tendencias.

Fecha: 20 y 22 de septiembre de 2022

Lugar: IFEMA Madrid

Ciudad: Madrid, España

[www.ifema.es/digicom](http://www.ifema.es/digicom)

# PRINT STGO2022 TODO SE IMPRIME

Feria de expositores destacados en materia de sistemas de impresión digital, plataformas de gestión remota, soluciones integradas de insumos y consumibles. Áreas de interés para impresores, empresas de servicios, diseñadores, editoriales, emprendedores, entre otros.

Fecha:

**5, 6 y 7 de octubre 2022**

Lugar:

**Espacio Riesco**

Ciudad:

**Santiago de Chile**



## HP INDIGO:

# Resultados y predicciones para 2022 en el sector de impresión industrial

La compañía presenta los resultados de los segmentos de impresión industrial con mayor demanda en 2021, entre los que destacan etiquetas, embalaje flexible e impresión comercial. Asimismo, informa que la digitalización, sustentabilidad y seguridad son las tres grandes tendencias del sector para este nuevo año.

La flexibilidad y producción en la impresión de etiquetas y embalajes se han convertido en una de las principales razones por las que el trabajo digital ganó impulso dentro de la industria. Es así como HP ha entendido la importancia de poder adaptarse a estas nuevas necesidades priorizando las ventajas que otorgan para hacer más sencillo el trabajo de sus socios.

Aún con los pronósticos en contra debido a la pandemia, el sector empresarial en Latinoamérica continuó invirtiendo en las soluciones de impresión industrial adecuadas para sus necesidades, logrando un 9% de crecimiento en la región en comparación con el año anterior.



**HP Industrial informa que durante 2021 se han vendido 33 prensas Indigo, siendo las categorías de Labels y Flex Packaging las que mostraron más incremento en ventas con 9% y 37%, respectivamente.** Además, se registró entre sus clientes una tendencia a diversificar las aplicaciones de las prensas Indigo en su poder. Cuatro de ellos adquirieron una impresora para un segmento diferente a la que ya tenían en funcionamiento.

## **Predicciones del mercado para 2022**

La prevalencia de lo digital sobre lo análogo:

- Las exigencias de producción, la necesidad de soluciones al trabajo remoto y los retos globales en cuanto a suministros, fueron algunas de las aristas centrales para descifrar hacia dónde tenía que ir dirigida la transformación.
- El e-commerce y su vertiginoso ritmo en ascenso dentro de la industria de la impresión, convirtieron a las alternativas digitales de HP Indigo en las herramientas más prácticas para resolver la demanda de manufactura de etiquetas y embalajes.
- Se estima que el volumen de trabajo realizado por los usuarios de las impresoras HP Indigo crecerá cuatro veces más que su contraparte análoga, es decir, para 2022 se producirá entre un 15-20% de su operación total.

## **El imperativo de innovar en pro de la sustentabilidad**

- HP tiene la meta de llegar a 0 emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) para 2040. El desafío es evolucionar a través de nuevos productos, reinventar los ya existentes, hacerlos accesibles y flexibles, sin perder su alta calidad.

- La migración hacia al terreno digital ha permitido a los socios de HP coordinar su producción con las impresoras análogas tradicionales, otorgándoles un rol específico para tirajes que requieren jornadas largas, diversificando así el uso de la impresión digital.

- Las impresoras HP Indigo V12, en combinación con la línea HP Indigo 6K, permitirán a cada cliente y socio beneficiarse de las ventajas de la migración hacia el enfoque digital, convirtiendo así a los productos Indigo en la piedra angular de su producción.

## **La seguridad de las marcas y socios como una prioridad**

Debido al crecimiento del e-commerce, las amenazas de falsificación y piratería se han convertido en los riesgos de seguridad más constantes dentro del mercado, por lo que HP pone énfasis en:

- Soluciones para poder combatir el constante surgimiento de amenazas. Ya sea desarrollando tintas de seguridad o software que pueda comprobar el origen de cada producto.
- Desarrollo de soluciones a través del Prin-tOS, el nuevo DFE y la llegada de nuevas tintas. Además, HP busca proteger la inversión de cada uno de sus socios gracias a la expansión de las posibilidades de mejora y los avances aplicados para las prensas de impresoras Indigo ya instaladas.

# Avery Dennison presentó un innovador portafolio de soluciones para etiquetas, sustentabilidad, nuevas texturas y más

Avery Dennison, desarrollador de materiales para etiquetas, presentó en la feria Internacional Sitevinitech en Mendoza, Argentina, su portafolio de etiquetas de vino con diversas características, entre las que destacan: el diseño, la tecnología en materiales, la interacción y la innovación. Además presentaron el diseño que realizó la agencia Boldrini & Ficcardi para la plataforma global “Make a Mark” desarrollada en conjunto por AVERY DENNISON, ESTAL y LEONHARD KURZ, para potenciar la innovación en envases de vino y destilería.

“Todo entra por los ojos. El vino viene en un envase que genera conversación, de esta manera, la etiqueta puede tornarse en una referencia, en una información sensorial, en la que, por asociación transmites valores”, explica Natalia Carro, Gerente en Desarrollo de Negocios para el segmento de vinos Latam de Avery Dennison.

Durante el evento, la marca presentó los últimos lanzamientos de productos para etiquetas orientados a la sustentabilidad como es el caso del Fasson® Cuvée Estate 100 que contiene 100% de fibra de papel reciclado, etiquetas inteligentes, como es el caso de la tecnología de radiofrecuencia NFC, y nuevos materiales con acabados y texturas novedosas como el Fasson® Agrelo o el Fasson® Cuvée Leather, el cual emula la textura del cuero.

Con el uso de estos materiales y tecnologías, Avery Dennison busca promover la interacción entre el consumidor y la marca al mismo tiempo que se impulsa el concepto de circularidad. “Que el usuario pueda obtener información a través de la tecnología NFC, participar en concursos, verificar autenticidad de producto, entre otros, pero que la marca al mismo tiempo pueda obtener datos de la persona, como información demográfica, de gustos, preferencias y otros aspectos que puedan contribuir a orientar sus estrategias de marketing y sustentabilidad”, explica.





## LA SUSTENTABILIDAD MANTIENE EL PROTAGONISMO

“Todo el mercado está buscando utilizar materiales sustentables”, afirma la ejecutiva. **“Ofrecemos materiales clasificados como sustentables porque cumplen con alguno de nuestros criterios: que contengan material reciclado, que provengan de alguna fuente responsable como por ejemplo papeles con certificación FSC® (forest stewardship council®), que tengan una reducción en el uso de materiales, o que faciliten el reciclado, reuso o compostabilidad”**, detalla Natalia Carro.

Entre las innovaciones presentadas en la feria, están papeles que contienen residuos orgánicos provenientes de la uva, cítricos y cebada, entre otros.

## MAKE A MARK: LA AVENTURA DEL DISEÑO DE LAS ETIQUETAS

El estudio de diseño Boldrini y Ficcardi, fue el encargado de desarrollar la propuesta del proyecto Make a Mark, que Avery Dennison también presentó en la feria. **“Diseñar estas etiquetas fue muy desafiante por las posibilidades técnicas infinitas y libres que brindaba el proyecto. Hicimos una exploración visual e histórica de recursos, de carteles de la calle, de cosas que nos habían llamado la atención a través del tiempo.** Análisis emotivo de cosas que nos pasaron mientras estudiábamos diseño y a Víctor se le vino a la mente una canción de nuestra adolescencia que representa el momento para un mensaje en una botella de vino, la frase dice <<cuando el mundo tira para abajo, es mejor no estar atado a nada>>, de Charly García. Con esa canción empezamos a trabajar distintas etiquetas”, relata Leonardo Boldrini, Socio - Fundador de BOLDRINI & FICCARDI.



Por su parte, Víctor Ficcardi, Socio - Fundador de BOLDRINI & FICCARDI, explica los recursos y las técnicas aplicadas, “usamos diferentes texturas, relieve, barniz, serigrafía, de todo. Los materiales eran sencillos, lindo papel, con buena fibra para que soportara todas esas exigencias, pero en verdad tratamos de poner la creatividad en otros lugares y no hacer un muestrario de recursos, sino que los recursos fueran generados de la imprenta. Intentamos que tuviera un montón de cosas, por eso participamos en la categoría de ideas, no pensamos en un cliente especial, simplemente sucedió”, finaliza. La impresión fue llevada a cabo por la empresa MCC Multi-Color Argentina, quienes hicieron un trabajo excelente.

Para más información sobre el libro y la iniciativa “Make a Mark” acceda a:

**[www.makeamark.world](http://www.makeamark.world)**

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






**FASTSIGNS**

Impresión de artículos publicitarios, material POP, imagen corporativa. Fastsigns cuenta con equipos de última tecnología para la impresión de productos que te permiten promocionar tu marca.



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

**OGRAMA**

El libro "Babel", impreso por Ograma, obtuvo el 1er lugar del premio Ankaria al Libro de Artista. El libro, es una pieza adaptable, que puede retorcerse y destorcerse, lo mismo que plegarse y desplegarse.



**SCM**

Etiquetas para identificar, atraer, vender, informar, decorar. La etiqueta tiene tanto protagonismo como el producto en sí, SCM imprime las etiquetas de botellas y latas y de otros productos.




**MICROGEO**

Adobe Document Cloud que incluye Adobe Acrobat DC, Adobe Sign y potentes aplicaciones para dispositivos móviles. Ideales para crear flujos de trabajo de documentos digitales, de manera rápida y segura.



**TEKKROM**

Impresión de libros desde 1 unidad. Tekkrom es especialista en libros y terminaciones, tapa blanda o dura, con folia dorada en tapa o lomo, full color, hojas en papel couché, ahuesado o bond.




**IMPREX**

Impresión de todo tipo de bolsas para regalos, decorativas o corporativas. Bolsas impresas en Couché con laca UV Couché de 200 grs con atractivos colores.



**IMPRIMARTE**

Comunicar a través de las etiquetas con Imprimarte. Etiquetas de varios tipos, tamaños, colores, texturas y materiales para diversos productos.



ESTA EDICIÓN FUE  
POSIBLE GRACIAS A:



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



**antalis** <sup>TEM</sup>

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  
https://label.averydennison.com



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



Teléfono (+56 2) 2827 8000  
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