

¡Vuelve la **EXPO** **PRINTSTGO** 2022!

Print & Pack

Impresiones del mundo gráfico

EDICIÓN N° 162 | MAYO 2022

por: ASIMPRES  ASOCIACIÓN LEGAL
DE INDUSTRIALES
GRÁFICOS DE CHILE



TWO SIDES DESTACA EL APOORTE DE LOS ENVASES DE CARTÓN PARA EVITAR EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

La organización global señala que los embalajes de cartón ayudan a proteger alimentos y otros productos reduciendo pérdidas, ya que previenen el desecho y desperdicio de muchos alimentos y bienes que no se mantendrían si no estuvieran envasados correctamente.

Two Sides afirma que además ayudan a mejorar la distribución de la riqueza, dado que mientras más bienes en buenas condiciones estén disponibles, más baratos y accesibles estarán para las poblaciones de bajo poder adquisitivo.

LOS E-BOOKS ESTÁN LEJOS DE IGUALAR EN PREFERENCIAS A LOS LIBROS IMPRESOS, DICE STATISTA

Statista Advertising & Media Outlook confirmó que la preferencia por comprar libros impresos por sobre los e-books, o libros electrónicos, siguió consolidándose en 2021 en al menos ocho grandes países del mundo.

E-BOOKS

VS.

LIBROS IMPRESOS

EE.UU

23,4%

44,6%

REINO UNIDO

20,3%

48,5%

COREA DEL SUR

17,1%

32,5%

AUSTRALIA

16%

41,4%

ESPAÑA

14,6%

48,8%

ALEMANIA

10,8%

58,3%

FRANCIA

7,8%

51,4%

INDIA

6,3%

25%

Una revista de:



REVISTA PRINT & PACK 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 162 - Año 1



Coordinación editorial: Natalia Ramos | Edición: Valentina Barahona
Periodistas: Ignacia Castillo, 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.



INDUSTRIA MUNDIAL DE LA IMPRESIÓN DIGITAL ALCANZARÁ LOS **37.800 MILLONES** DE DÓLARES EN 2027

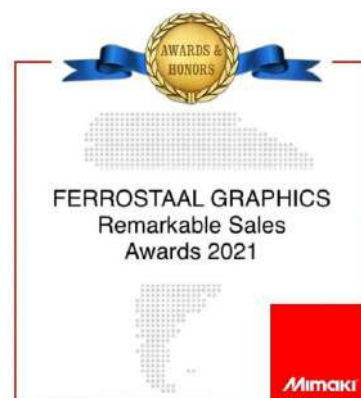
Se estima que el mercado global de impresión digital alcanzará los 37.800 millones de dólares en 2027, con un crecimiento de 6,54% CAGR (tasa compuesta de crecimiento anual). Así lo indica el informe "Mercado global de impresión digital (2022-2027) por tipo, tipo de tinta, aplicación, geografía, análisis competitivo y el impacto del Covid-19 con análisis de Ansoff", de ResearchAndMarkets.com.

El informe, además, reveló que para el año 2022 el mercado global de impresión digital será de 27.540 millones de dólares. El análisis recopiló información de diversos países de América, incluyendo Chile, además de países de Europa, Medio Oriente, África y Asia Pacífico.

FERROSTAAL GRAPHICS RECIBE EL PREMIO AL CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS COMERCIALES POR TERCER AÑO CONSECUTIVO

La empresa Ferrostaal Graphics recibió por tercer año consecutivo un reconocimiento de Mimamki, fabricante líder de impresoras de inyección de tinta de gran formato, con el premio al cumplimiento de los objetivos comerciales 2021.

"Nos llena de orgullo y agradecimiento a todos nuestros clientes que han confiado en nosotros, a nuestro maravilloso equipo de trabajo que hace posible el día a día. Gran noticia para Ferrostaal Graphics", expresó César Cabrera Merino, gerente comercial Wide Format, en Instagram.



"Nos llena de orgullo y agradecimiento a todos nuestros clientes que han confiado en nosotros, a nuestro maravilloso equipo de trabajo que hace posible el día a día".

César Cabrera Merino
Gerente comercial Wide Format

Conoce las novedades de la Expo Print Santiago 2022

El evento que reunirá lo último en tecnología e innovaciones, se realizará el 5, 6 y 7 de octubre en un formato híbrido multiplataforma, cuya experiencia presencial será en Espacio Riesco, Santiago.

Este 5, 6 y 7 de octubre se realizará una nueva versión de la Expo Print Santiago. La ocasión reunirá lo último en tecnología e innovaciones, impulsando el desarrollo de la industria gráfica de Latinoamérica.

Esta versión 2022 apuesta por una nueva forma de hacer negocios, con un formato de comunicación híbrido y multiplataforma. Mientras que el formato híbrido será impulsado por un salón de primer nivel, acondicionado con pantallas led e iluminación para convertir las charlas en un espectáculo, la experiencia presencial tendrá lugar en Espacio Riesco, Santiago, en un espacio de 4 mil m2 ubicado en Av. El Salto 5000.

En esta ocasión se ofertará maquinaria y equipamiento, sustratos, insumos y servicios para la industria gráfica, del packaging y la comunicación visual en todas sus manifestaciones como pre prensa, prensa digital, terminaciones, softwares, sistemas de digestión, reciclaje, papel y cartón, sustratos, 3D, tintas e insumos, diseño e innovación.

MÁS INFORMACIÓN
AQUÍ <<<

EXPO Print STG 22

Toda la cadena en un solo lugar

Las empresas proveedoras de servicios, insumos y equipamientos podrán exhibir su renovada oferta en la principal expo de impresión y packaging de Chile; mostrar sus servicios, insumos y equipamientos; reencontrarse con clientes y potenciales clientes; dar a conocer su oferta con charlas y eventos en el moderno estudio digital; aprovechar la difusión en la comunidad digital del Print&Pack de más de 35.000 contactos y potenciar la presencia de su marca en todo el mercado nacional.

Las marcas participantes tendrán la posibilidad de conectar con potenciales clientes, empresarios y stakeholders para reflexionar sobre los desafíos de la industria; podrán mostrar sus innovaciones y verán las potencialidades de un evento híbrido transmitido en todo Chile y Latinoamérica. Además, podrán vincularse a la expo de vanguardia en Chile y su atractiva oferta de contenidos.

Entre las marcas que han estado en la expo destacan:

Antalis | Arlon | **Avery Dennison** | HP
Baumann-Perfecta | Cartes | **Canon**
Agfa | **Colorpack** | Papelera Dimar
Dipisa | Eadec | **Ejeo** | FSK | **Iconosur**
Impresos Lahosa | **Ink & Paper** | Teixeira
Vieyor | Walter Lund | **RotaDyne** | Procad
Reboch | Rheintek | **Scm** | Siegwerk | **Timg**
Walbaum | **Xerox** | Quintero | **Intergráfica**
Screengraf | **Xeikon** | Unilux | **Scodix**
Roland | Ricoh | **Rmgt** | PrintOQ | **Mimaki**
Microsol | **Microgeo** | Medovic | **Mark Andy**
Lundberg | Lichtzen | **Kodak** | Horizon
GO-Colors | Graphtech USA | **Grafiflex**
Formatec | Ferrostaal Graphics | **Epson**
Durst | **Davis Graphics**

Plataforma virtual:



A través de una plataforma virtual las marcas participantes podrán amplificar su presencia hacia toda Latinoamérica mediante un marketplace, charlas sincrónicas, demos y networking. Asimismo, ayudará a acercar a la región los avances e innovaciones del mundo.

¡Reserva tu espacio ahora!

MÁS INFORMACIÓN
PRINTPACKLATAM.COM

5 • 6 • 7 de octubre
ESPACIO RIESCO, SANTIAGO

Studio Live:

El modernísimo estudio que potenciará las charlas en **Print Santiago**

Espacio Riesco inauguró hace dos años el Proyecto Studio Live, que permite desarrollar eventos virtuales e híbridos, con una increíble puesta en escena y manejo técnico de primer nivel. Esta multiplataforma permite una gran variedad de alternativas para interactuar con colaboradores y audiencias.

Claudio Gaete, CEO en CGS Chile y director de Studio Live, comenta: **“Nació como una solución a los requerimientos que las empresas a nivel comunicacional tenían en pandemia. Se formó con los talentos de tres empresas proveedoras de servicio técnico, que son Audio Pro, CGS Chile y BTO Lighting, y un centro de inversiones como Espacio Riesco. Esta alianza estratégica empezó a evolucionar, y todos estos espacios generados como estudio de televisión se convirtieron en escenarios reales, con técnica muy evolucionada, para transmisiones masivas, encuentros de empresas, reuniones comerciales, y para dar una comunicación global”**.

El espacio es ideal para eventos híbridos. “Hay un gran despliegue técnico, audiovisual y una muy buena puesta en escena que permite a nuestras empresas clientes asegurar el éxito

en las dos dimensiones: presencial y online. Gracias a esta última el evento escala comunicacionalmente y, además, queda un muy buen registro de contenido visual para el futuro”, dice Claudio.

El Studio Live es operado por un equipo técnico con gran experiencia, que se ponen a disposición de las empresas, marcas y agencias, generando un gran equipo de trabajo y revisando y coordinando cada detalle. Los diferentes espacios cuentan con tecnología de vanguardia para desarrollar los eventos comunicacionales que hoy se requieren: 500 metros cuadrados de pantallas LED, CCTV, Switch Full HD, iluminación y audio profesional, que hacen de Studio Live un lugar único en Chile.



ASIMPRES:

La asociación que lidera las transformaciones de la industria gráfica chilena desde 1930

Congrega a imprentas, empresas de packaging, producción gráfica, comunicación visual y sus proveedores, con una gran diversidad de fines.

En noviembre de 1930 se creó Asimpres, la Asociación Gremial de Industriales Gráficos de Chile con el fin de representar intereses, vincular a los distintos actores de la industria, educar, capacitar e impulsar el desarrollo empresarial y promover la impresión sustentable en el país.

Actualmente las empresas asociadas representan servicios del área comercial, packaging, etiquetas, editorial, comunicación visual, transaccional y proveedores de equipos, insumos y servicios.



Impacto en la industria gráfica nacional

Asimpres ha asumido un rol de liderazgo frente a los desafíos de este sector en Chile, colaborando con sus socios para el fortalecimiento de su capacidad productiva, reconversión del negocio, transformación digital, entre otros, siendo un referente en temas de innovación.

Además, la Asociación ha liderado el compromiso de la industria por una actividad más sustentable. En 2009 la organización firmó el primer Acuerdo de Producción Limpia (APL), impulsando el uso de productos amigables con el medio ambiente y la adopción de prácticas para una mayor eficiencia en el uso de recursos.

A lo largo de su historia, Asimpres también ha tomado un importante rol en el desarrollo de capital humano para la industria del país. A través de la Escuela de la Industria Gráfica, la Asociación ha contribuido en la formación de futuros colaboradores, desarrollando un programa de formación dual que entrega las herramientas técnicas y la experiencia necesarias para desempeñarse en la industria.

Rodrigo León, presidente de Asimpres, destaca el rol histórico de la asociación. “Asimpres, a lo largo del tiempo, ha procurado velar que estén las mejores condiciones para el normal desarrollo de la industria gráfica nacional y sus potencialidades, donde empresarios y trabajadores sientan que son un aporte a la sociedad”.

Socios informados y activos

Uno de los principales valores que entrega Asimpres a sus socios es la entrega de información oportuna y relevante para el desarrollo de sus negocios. Las empresas asociadas tienen acceso a indicadores sobre la industria en la economía nacional, estudio de remuneraciones, registro de importaciones e información exclusiva. También están

los comités gremiales, con participación activa de los socios y los encuentros gremiales, organizados cada año.

Asimpres además promueve la participación en espacios de gran relevancia internacional como la Expo Print Santiago, que este año se realizará el 5, 6 y 7 de octubre en modalidad híbrida; los Premios Asimpres, donde se reconoce a la empresa destacada del año, el empresario nueva generación, las mejores empresas proveedoras y el profesional de excelencia; y la participación de Chile en el Premio Theobaldo de Nigris, que distingue la calidad integral del producto gráfico latinoamericano.



Revista Print & Pack

Cada mes Asimpres presenta las últimas novedades de la industria gráfica en Chile y Latinoamérica a través de su revista Print & Pack, la que busca transformarse en el principal referente de la industria en español. Además, Asimpres cuenta con los Newsletter Print & Pack, con las principales noticias de tendencias y el Newsletter Impresión sustentable, además de sus canales en redes sociales.

Lo que más buscan las empresas en la industria gráfica en este momento son las habilidades blandas

Nelson Díaz, encargado de la nueva Bolsa de Trabajo de Asimpres, afirma que la responsabilidad, la iniciativa y el respeto son claves.



El 2021 fue muy especial. Fue bien movido, con **45 solicitudes de exalumnos en búsqueda de trabajo** y unos 80 ofrecimientos de empresas. Tuvimos mucho trabajo.

La industria gráfica sigue presentando excelentes oportunidades de empleo a pesar de la crisis sanitaria y económica. Así lo confirma Nelson Díaz, encargado del programa de formación dual de la Escuela de Industria Gráfica junto con Herminelly Vargas.

Nelson además es administrador de la nueva Bolsa de Trabajo de Asimpres, la cual difunde las oportunidades laborales en empresas del sector, además de las postulaciones de ex estudiantes de la Escuela de Industria Gráfica y de todos quienes están interesados en trabajar en este sector.

La iniciativa funciona a través de un grupo de Facebook llamado Bolsa de Trabajo Asimpres, el cual ya cuenta con más de 150 personas inscritas y en poco más de un mes de funcionamiento ya ha ayudado a importantes empresas de la industria a cerrar con éxito sus procesos de búsqueda de personal.

¡Súmate a la Bolsa de Trabajo de Asimpres!



Una industria llena de OPORTUNIDADES

“La pandemia fue compleja para las empresas en general, no solamente gráficas, porque faltó gente para trabajar. Marcó un antes y un después”, dice Nelson. Junto a ello, detalla que desde 2021 se ha observado un aumento en el número de ofrecimientos de puestos de trabajo por parte de las empresas, algo que se ha mantenido durante el primer semestre de este año.

En cuanto a qué buscan las empresas, afirma: “Las competencias básicamente son responsabilidad, iniciativa y respeto, esas tres son fundamentales. En cuanto a conocimientos, las empresas no exigen expertos en áreas particulares, incluso indican que ellos los pueden especializar en las máquinas y procesos. Hemos tenido casos de alumnos de flexografía que han trabajado en offset, y al revés. Los estudiantes tienen la capacidad de poder trabajar en cualquier área. Las empresas exigen mucho que sean respetuosos, que lleguen a la hora y saluden, y que tengan iniciativa y ganas de aprender. Algunas también piden conocimientos en diferentes programas gráficos o conocimientos técnicos un poco más específicos que aprenden acá en la Escuela, en los diferentes módulos del Plan de Estudio”.

Nelson explica que, en cuanto a la experiencia, las empresas son flexibles. “Algunas se planifican para formar a los estudiantes ellos mismos, por lo que buscan recién salidos de la escuela para amoldarlos a su forma de trabajar y fortalecerlos. También están las que piden más experiencia, para los que tenemos currículums de alumnos que salieron en generaciones anteriores. Y cuando nos exigen algo muy específico, les ayudamos a encontrar la persona con las competencias adecuadas para el cargo”.

El momento de mayor demanda en la industria es cuando se acercan las vacaciones de verano, dice Nelson, “porque las empresas tienen que preparar todo un sistema para reemplazar a la gente que sale de vacaciones. Ahí la demanda crece considerablemente, y es una oportunidad para que nuestros estudiantes en práctica puedan iniciar su carrera gráfica en las diferentes empresas”. **Ahí la demanda crece considerablemente, y es una oportunidad para que nuestros estudiantes en práctica puedan iniciar su carrera gráfica en las diferentes empresas”.**



66 Tendencia a la personalización sigue en aumento:

LA REALIDAD ES QUE NO HAY LÍMITES PARA ESTO"



La tendencia de personalizar objetos como poleras, gorros y botellas creció muchísimo gracias a la impresión digital. Así lo confirma Luciano Moraes, Customer Business Development Manager HP Indigo & Pagewide Web Press Solutions, quien cuenta que esto “está pasando en todo el mundo. Estamos teniendo muchos casos que utilizan la personalización, también llamada mass customization. Esto significa que tiene un diseño completamente exclusivo que nadie puede igualar”.

Un caso de éxito en la personalización es la de los chocolates Hershey's, quienes realizaron por tercer año consecutivo una campaña en Brasil para el Día Internacional de la Mujer. La campaña consistió de crear un empaque Flow Pack para una barra de chocolate de 100 gramos dedicado a las mujeres. En esta ocasión, por la buena acogida de las versiones anteriores, la expandieron a cinco países.

PACKAGING COMPOSTABLE Y PERSONALIZADO

Otra novedad son los empaques sustentables. “En Brasil, chocolates AMMA hizo un Flow Pack compostable. Las tintas de HP Indigo están certificadas y la imprenta Camargo utilizó un filme japonés compostable. En una compostera doméstica, desaparece en seis meses; y en una industrial, en 60 días. Es algo revolucionario y una tendencia muy fuerte dentro del packing. Como estos filmes son más caros que los filmes convencionales, la impresión digital es la alternativa para estos proyectos”, dice Luciano.

También destaca los sleeves impresos para latas de Bud Light y las botellas de Diet Coke. “La misma tecnología que hace un sleeve puede hacer una etiqueta, una caja, un Flow Pack, una capa de un libro, cualquier cosa”, dice Luciano, añadiendo que todo se puede personalizar: poleras, gorros, telas o papel mural. “En las campañas de Diet Coke, el sleeve tenía un código de identificación único. Y en el punto de venta en Israel, las personas podían adquirir una carcasa de celular, una camiseta, distintos productos con el mismo diseño exclusivo de la botella de Diet Coke”.

UN GRAN POTENCIAL DE NEGOCIO

Este mercado, que está más desarrollado en Europa, EE.UU. y Asia, presenta muchas oportunidades de negocio, explica Luciano: “En 2019 era de 31 mil millones de dólares globalmente, es un mercado gigante. Todavía está poco explorado, porque las personas o marcas no saben exactamente hasta dónde pueden llegar. La realidad es que no hay límites para esto. Vemos que hay una tendencia”. Afirma que, además, a las imprentas les gusta participar en estos proyectos, porque “son una manera de hacer un refuerzo de sus propias marcas con casos de éxitos globales como estos. Es una oportunidad de visibilidad de aplicaciones diferentes”.

Las empresas tienen muchos datos almacenados que son la materia prima para el desarrollo del mercado de una experiencia personalizada. “Cuánta más información tenemos, podemos entregar al cliente final una experiencia más personalizada. Son datos personales, como qué compramos todos los meses, así pueden saber las preferencias”, dice Luciano. En cuanto a máquinas, las HP Indigo de pliego, alimentadas por hojas, sirven para fotolibros, material promocional como flyers, tarjetas de presentación, de marketing y cajas plegables. Las máquinas alimentadas por rollos o bobinas producen etiquetas autoadhesivas, como las de vinos; sleeves; in-mold label, que es otra tendencia de imprimir en la parte plástica del empaque, como los yogurts, y tubos laminados, para cosméticos. En los empaques flexibles están los Flow Packs y los stand up pouch con cierre, muy usados para el mercado de alimentos.

"EN 2019 ERA DE 31 MIL MILLONES DE DÓLARES GLOBALMENTE, ES UN MERCADO GIGANTE. TODAVÍA ESTÁ POCO EXPLORADO, PORQUE LAS PERSONAS O MARCAS NO SABEN EXACTAMENTE HASTA DÓNDE PUEDEN LLEGAR".

Luciano Moraes,
Customer Business Development
Manager HP Indigo & Pagewide Web
Press Solutions

“

HURST:

**En cinco años
hemos triplicado
nuestra capacidad
de producción”**



La empresa estadounidense llegó a Chile en 1996 interesada por el sector frutícola y luego se abrió a la industria vitivinícola. Ahora ha tenido que enfrentar las alzas de precios en los insumos y los quiebres de stock.



La empresa HURST Labeling Systems llegó a Chile en 1996 de la mano de Juan Paez, quien se desempeña como Regional Manager-Southern Cone. “La historia de HURST comienza con una llamada de un amigo en EE.UU., que tenía un amigo dueño de una empresa que fabricaba sistemas automáticos de etiquetado de fruta fresca. Como Chile es un gran proveedor de fruta para el mercado norteamericano, quería encontrar un socio acá que se interesara en trabajar las ventas de sus equipos en el sector. Cuando vino a Chile me ofreció comenzar la sociedad y acepté”, recuerda Paez.

A poco andar, y como el sector exportador frutícola tenía una estacionalidad de solo tres meses al año en esa época, Paez buscó otros sectores de negocios. “La que ofrecía buenas expectativas de crecimiento era la industria vitivinícola. Comenzamos a elaborar etiquetas de vino y nuestro primer cliente fue la Viña San Esteban”, dice. Ahora también trabajan con Viña Morandé, Viña Luis Felipe Edwards, Viñedos de Aguirre, Viña Indómita -Santa Alicia, Iansa, Capel, Sal Lobos y varios otros.

La cadena logística

En los últimos dos años se han visto bastante afectados por las diferentes crisis que han golpeado a la cadena logística. “Las constantes alzas de precios de prácticamente de todo tipo de insumos, los quiebres de stock, que nos obligan a comprar más insumos que antes y a financiarlos a altas tasas bancarias de interés. En las MP que compramos en el extranjero, que son prácticamente la mitad de las que ocupamos, el tema de los contenedores ha sido brutal, no solo por las demoras y atrasos, sino también porque, lo mínimo que se paga por un contenedor hoy es tres veces lo que se pagaba antes de la pandemia”, explica Paez.

HURST, además, está constantemente modernizándose. **“Los equipos para la impresión y terminación de etiquetas de alta gama de hace una década ya están prácticamente obsoletos. Hay un gran aumento de productividad que ofrece la digitalización de los procesos de impresión y terminación.** Antes se podía tener equipamientos por 15 a 20 años sin problema, pero hoy a los cinco años ya aparecen nuevas tecnologías que superan largamente en productividad a las anteriores”,

“

Hay un gran aumento de productividad que ofrece la digitalización de los procesos de impresión y terminación.

Juan Paez,
Regional Manager-Southern Cone

afirma Paez, “HURST hoy tiene tres veces la capacidad de producción que tenía hace cinco años, con la misma cantidad de trabajadores. Además, los equipamientos nuevos trabajan cada vez con mejor calidad y son más fáciles de operar”.

Su oferta diferenciadora son los sistemas de etiquetado automático VERSAPRINT, con impresión de datos variables en la etiqueta y una velocidad de 11 etiquetas por segundo. **“Es un verdadero robot de etiquetado único en el mundo. Se usa con etiquetas de fruta genéricas, lo que ahorra mucho dinero a los clientes porque evita las compras con cantidades sobrees-timadas. Estamos en el mercado chileno y peruano, y desarrollando otros mercados en Latinoamérica”,** dice Paez. También destaca las etiquetas de alta gama de vino y las etiquetas termo contraíbles. “Tenemos los más modernos equipamientos que existen en el mercado mundial y 25 años de experiencia, lo que nos permite entregar condiciones de calidad de excelencia, gran cumplimiento de tiempos de entrega y buenos precios”.



Representantes exclusivos en Chile de tecnología de punta para el sector industrial.



WALBAUM REPRESENTACIONES:

La empresa que ha sabido reinventarse en sus más de 50 años de historia

Partieron enfocados en la industria textil y cuando esta entró en crisis comenzaron a diversificarse. “Tuvimos que reconvertirnos, aprendimos esa palabra nueva para poder seguir funcionando y creciendo”, dice Neil Walbaum.

Walbaum Representaciones fue fundada en mayo de 1966 por el padre de Neil Walbaum, el actual gerente general de la empresa. Han pasado por muchas industrias y han visto todos los cambios y crisis. Ahora están enfocados en las representaciones líderes a nivel mundial.

“Originalmente estábamos 100% dedicados a la industria textil, con ventas de materias primas, maquinarias, accesorios. Tuvimos que reconvertirnos o reinventarnos, aprendimos esa palabra nueva para poder seguir funcionando y creciendo. Las empresas que representamos nos permiten incursionar y mostrar cuáles son las tendencias en otros países, especialmente Europa, EE.UU. y Canadá, para atender mejor a nuestros clientes en Chile”, dice Neil.

En sus inicios fueron nombrados representantes de British Cellophane Ltd. (más tarde Innovia Films), de Inglaterra, fabricantes de films de celofán desde 1933. En 2003, Innovia Films – hoy Futamura - lanzó al mercado el film compostable NatureFlex™, lo cual ha significado el interés y repunte de los films de celulosa – celofán. Innovia Films también es fabricante de especialidades de films de BOPP.

A principios de los '80 comenzaron con los sistemas de Datacolor para la industria textil, y luego en las industrias de pinturas, tintas y plásticos, contando con servicio técnico. Cuando bajó la industria textil, a mediados de los '90, otra diversificación fueron los sistemas de filtración por bolsas para líquidos.

A fines de 2010 tomaron otras representaciones de maquinarias y accesorios para la industria del packaging, como los equipos aplicadores de adhesivo de la marca alemana Baumer HHS, y las mesas de corte y fresado digitales para la producción de muestras y pequeños lotes, también equipos para troqueles de la alemana Lasercomb. También representan a Kohmann, con máquinas para aplicar ventanas en los estuches, y a EyeC de Alemania, con sus sistemas de inspección de la impresión y control de calidad, desde el primer archivo gráfico hasta el producto final. “Estas líneas están buscando innovar en sustentabilidad, economía circular y el e-commerce”, dice Philip Walbaum, socio de Neil.

La expansión en el Cono Sur

Además, la compañía representa a algunas empresas en Argentina, Uruguay y Paraguay, con servicio técnico en Argentina. “Este año vamos a estar formando Walbaum Argentina para dar un mejor servicio a esos mercados. La idea es mantenernos como una empresa pequeña, pero eficiente”, dice Philip.

Para Philip, el mercado ha cambiado demasiado rápido. “Ha sido un gran desafío meternos en industrias que no conocíamos, pero hemos aprendido bastante. Hemos

“
**Ofrecemos
equipos de última
generación,
siempre a la
vanguardia**

Neil Walbaum,
Gerente general de Walbaum
Representaciones

ido incursionando en muchos mercados que nunca nos imaginamos”. Considera que la clave es la concentración en pocas líneas de productos que han tenido en los últimos 10 a 15 años. Esto les ha permitido tener un mayor conocimiento de sus representados y los productos que ofrecen. “Decidimos, en lugar de agregar nuevas líneas a la empresa, expandirnos hacia Argentina, Uruguay y Paraguay. O sea, tener un mercado mayor y menos líneas de productos”.

Neil añade que las empresas que representan “son líderes mundiales de gran prestigio en sus áreas, lo cual nos permite ofrecer equipos de última generación, siempre a la vanguardia”. Reflexiona: “Creemos que tenemos algo que aportar con las representaciones y mucho que aprender y conocer de la industria gráfica. Nos dimos cuenta de que la industria gráfica, igual que la industria textil, es muy amplia y diversificada. Uno nunca deja de asombrarse de todas las aristas que hay”.

DEANDESPAC:

Empresa de packaging lanza dos nuevas líneas de productos más sustentable con el medio ambiente

Claudio Godoy, gerente general de la compañía, habla de sus envases y bolsas para el delivery de comida basados en papel y cartón, que son compostables y biodegradables.

Desde hace más de 15 años, la empresa Deandespac se dedica a fabricar envases para alimentos orientados al delivery. Comenzaron principalmente con productos de aluminio, luego de plástico, y últimamente lanzaron dos nuevas líneas en cartón y papel que están a la vanguardia. “Surgieron por las exigencias del mercado, por las leyes que se vienen y para no depender tanto del plástico, que era nuestro producto estrella. Quisimos introducir estas dos líneas más sustentables y que diversificaran el mercado”, dice Claudio Godoy, gerente general de esta compañía.



Los productos de cartón son compostables y los de papel son biodegradables. En total tienen más de 500 modelos de envases desechables para alimentos, diseñados para distintas aplicaciones. “En paralelo también somos importadores de determinados productos de diferentes continentes, como China y Europa, y ofrecemos una línea de 200 SKU, que nosotros no fabricamos, donde hay productos de aluminio, papel, plásticos y para pastelería también”, explica Godoy.

CON Y SIN VENTANA

La línea de productos de cartón se llama The Box, y se divide en cajas con y sin ventana. La línea sin ventana es una caja de cartón que se arma y no muestra el producto en el interior. La otra línea tiene una mica plástica que permite ver lo que hay adentro. “Para pastelerías y restaurantes con consumo en local ha sido bien bueno porque el producto ya no es 100% plástico, sino que es de cartón con una mica plástica. Reducimos el consumo y presentamos una línea innovadora más amigable”, destaca Godoy.

Por el lado del papel están las bolsas con y sin impresión. La línea sin impresión es una bolsa café, para el mercado en general, y la con impresión es un poco más personalizada para clientes que quieran poner su marca. “Tenemos como clientes a Pedidos Ya, Holy Moly, Tremus, entre otros. Estas dos líneas son las más nuevas y las que van con todo este cambio de sistema en cuanto a la Ley del plástico de un solo uso y de ocupar materias primas más biodegradables y sustentables”, afirma Godoy.

CRECIMIENTO EN PANDEMIA

La empresa, que cuenta con presencia en Perú, Paraguay y Ecuador, ha crecido bastante. “Tuvo su boom los últimos dos o tres años con la pandemia, lo que ha sido bastante bueno, pero con las dos líneas nuevas hemos logrado potenciar y presentar un abanico más grande y diversificado para atender las necesidades de nuestros clientes. Al final, les ofrecemos una gama tan amplia que deciden comprar todo con nosotros”.

El foco es seguir con el desarrollo de estas dos líneas de cartón y potenciar muchísimo más el tema del papel, asegura Godoy. **“Queremos seguir desarrollando nuevos tipos de formatos de envase y de bolsa, y lanzaremos una línea de tortas y tartaletas de envases de cartón en unos meses más”**, adelanta. Al referirse sobre por qué ingresaron a la Asociación Gremial de Industriales Gráficos, Godoy concluye: “Creemos que es importante estar en una asociación de impresiones, además la bolsa de trabajo nos llama la atención para las contrataciones y queremos estar al día en la industria”.



FONO 22-6728154

TRANSPROMO

Ofrece impresión digital para todo tipo de merchandising como individuales, telas, adhesivos, laminados, plastificados, pendones, stickers, logos para vehículos, entre otros.

DIGITAL@TRANSPROMO.CL



ESTA EDICIÓN FUE
POSIBLE GRACIAS A:

AGFA Agfa

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

antalis EM

Just ask Antalis

Mesa central (+56 2) 2730 0000
Directo ventas (+56 2) 2730 0058
Gratis 800 223 012 / www.antalis.cl

AVERY DENNISON

Teléfono (+56 2) 2898 8050
www.label.averydennison.com

Canon

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

EPSON
EXCEED YOUR VISION

Teléfono (+56 2) 2484 3400
www.epson.cl

dipisa

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

cmpr

biopackaging | edipac

Teléfono (+56 2) 2375 2400
www.edipac.cl

HAGRAF

Teléfono (+56 2) 2827 8000
www.hagraf.com

Búscanos en
www.asimpres.cl



como Print & Pack Latam



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



TEKKROM

Tienen etiquetas deslumbrantes que se pueden solicitar en formato rollo o pliego, según la manera de instalación que tenga cada empresa.



IMPRIMARTE

Esta imprenta familiar, formada por mujeres, produce lanyards personalizados e identificaciones, aparte de muchos otros productos como porta credenciales, chapas y pines.

SCM

Se pueden realizar las más lindas etiquetas para perfumes u otro tipo de productos. En la foto, la etiqueta realizada para Pastor Fragrances.



SIEGWERK

Cuenta con un e-paper sobre los desafíos y ventajas de la tecnología LED-UV, y el porqué de su auge.



PAPELERIA DIMAR

El nuevo papel adhesivo Natural Kraft Brown FSC es una opción sostenible para las etiquetas adhesivas para todo tipo de envases.



KOALA BOX

Cajas de tapa abatible y cierre con imán, en cartón piedra, y con terminaciones en Laca con folias. El interior cuenta con cuna de cartulina.

