

# Print & Pack

Impresiones del mundo gráfico

por: ASIMPRES  ASOCIACIÓN CEBIMIA  
DE INDUSTRIALES  
GRÁFICOS DE CHILE

## TENDENCIAS EN MARKETING POP



## LA TRANSFORMACIÓN DE LAS MARCAS CON PROPÓSITO LLEGA AL PACKAGING

Representantes de grandes marcas como Danone, The Body Shop, Laboratorios Ferrer y Quadpack participaron en una mesa redonda moderada por B Lab Spain, y organizada por Hispack España, para compartir sus visiones en torno al propósito, y de qué manera el envasado de productos debe adaptarse a los nuevos tiempos. **Objetivos como reducir la huella de carbono, fomentar la reutilización del plástico, incorporar modelos de refill, además de la utilización de vidrio, tetrapack y materiales compostables** fueron abordados en este encuentro, en el que también se analizó la importancia de educar al consumidor, el que muchas veces desconoce qué hacer con los envases.

## TWO SIDES: 5 FORMAS DE MANTENER A LOS NIÑOS OCUPADOS CON POCAS HOJAS DE PAPEL

El uso de teléfonos y tablets para mantener a los más pequeños entretenidos se ha asociado a una mala higiene del sueño y problemas como la miopía. Acá Two Sides entrega cinco ideas para reemplazar las pantallas por hojas de papel:



**Origami:** acá podrás encontrar modelos sencillos. ¡La práctica hace al maestro.



**Juegos de mesa:** si no cuentas con presupuesto, en este link puedes revisar opciones entretenidas y simples.



**Crucigramas y sopas de letras:** descarga acá una selección de juegos para incentivar la concentración.



**Escritura:** fomenta las habilidades de tus hijos con estas actividades donde papel y lápiz son protagonistas.



**Dibujo y pintura:** las rayas son el mejor aliado para dejar atrás las pantallas. Acá encontrarás algunos libros para colorear.

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: Juan Carlos González, María Eugenia Mingo,  
Juan Pablo Morgan, Jonatan Morán, Freddy Keutel, Edgardo Dünner, Hans Rerhr

PRODUCCIÓN EDITORIAL NÚMERO 164 - 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.

# EN 2025 LA IMPRESIÓN A NIVEL GLOBAL **CRECERÁ UN 5,3%**

La industria de la impresión está enfrentando una de las mayores transformaciones en su historia. Un estudio de Global Production Workflow Market Forecast 2020-2025 indica que el mercado de la impresión a nivel global crecerá un 5,3% para 2025, generando ingresos por casi 4 millones de dólares. En este escenario auspicioso, Xerox está desarrollando soluciones para ayudar a los clientes con flujos de trabajo flexibles.

**Una de las estrategias es dar a conocer su nueva tecnología VDP (Variable Data Printing) que consiste en un software de gestión de impresión para la creación de campañas con textos, gráficos e imágenes que se pueden modificar, permitiendo personalizar el proceso de impresión al usar información de una sola base de datos.**

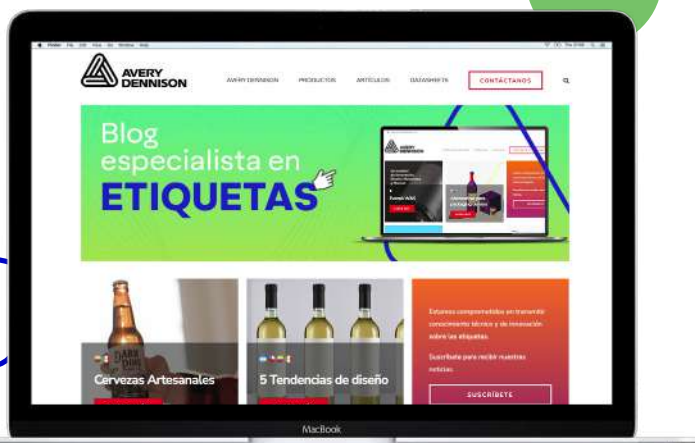


## **BLOG “ESPECIALISTA EN ETIQUETAS” CUMPLE SU PRIMER AÑO DE VIDA**

Con más de 50 artículos publicados y una creciente red de seguidores, esta plataforma de Avery Dennison se ha consolidado como un importante canal de información y educación para la industria del packaging. El blog organiza sus artículos pensando en los distintos segmentos, con notas del sector automotriz, alimentos, bebidas, vinos, pharma, entre otros.

“Para el futuro nos focalizaremos en seguir sumando más y nuevos contenidos gratuitos, y sumar temáticas que detectamos como relevantes para el mercado” dice Isabela Galli, directora de Marketing y Ventas Latinoamérica de Avery Dennison.

Conoce el blog aquí  
**[especialistaenetiquetas.com](https://especialistaenetiquetas.com)**



# Las **novedades** que presentan los expositores

El 5,6 y 7 de octubre se realiza la Expo Print Santiago 2022 en Espacio Riesco, bajo la modalidad de exhibición presencial y virtual. Para la ocasión, los expositores se preparan con su mejor artillería en materia de equipamiento, insumos, servicios y demostraciones in situ para que los visitantes interactúen y conozcan de primera mano, la variedad de oferta que, en algunos casos, presentan por primera vez al mercado.



## **Microgeo** - MIUTILITY Y MICROGEO CARE

Almendra Bruhn, gerente interina de experiencia de clientes de Microgeo, presenta la oferta de la compañía, “Miutility es un servicio que permite a las empresas arrendar equipos con servicios incluidos como mantención, reparaciones y todo el soporte técnico. Proporcionamos el tipo de equipo que la producción del cliente requiere y en la medida que crece, tenemos disponible la posibilidad de hacerle el cambio por uno que se ajuste a sus nuevas necesidades”.

Entre sus novedades, se encuentra el lanzamiento del servicio microgeoCare, el cual consiste en un seguro de vida para los equipos y que lleva como slogan: “Cuida la salud de tu negocio”. El seguro entrega cobertura incluso a equipos que fueron adquiridos a otras empresas, bajo previa evaluación. “Con este servicio, garantizamos que nuestros clientes mantengan su operatividad, puesto que nos preocupamos de que los equipos cuenten con las mantenciones, repuestos, insumos y todo lo necesario para que estén siempre en funcionamiento”, señala Bruhn.

## Antalis – EQUIPAMIENTO DE IMPRESIÓN DIGITAL Y DE TERMINACIÓN

“Presentaremos la nueva **AccurioPress C4080 de Konica Minolta** junto al accesorio “**Intelligent Quality Care**” IQ-501. Se trata de la última versión de la línea Accurio Press de Konica Minolta de impresión de pliegos que mejora principalmente el gramaje y la resolución de impresión, adicionando a esto las ventajas del IQ-501 que permite estabilidad de color desde el primer pliego al último, independiente la cantidad de pliegos a imprimir, tampoco importa si el trabajo se repite después de mucho tiempo, ya que siempre ofrecerá el color como si fuese el primer pliego”. detalla Freddy Keutel, country business manager de Antalis Chile.

Respecto a equipos de terminación, Antalis expone una foliadora y barnizadora para impresión digital, marca Uchida. En materia de gran formato, presentará soluciones de impresión de etiquetas de bajo tiraje, con solución de plotter de impresión, corte, laminadora y software de gestión SAI para etiquetas personalizadas con control de costos en termino de consumo de tintas y estadísticas relacionadas todo esto con la finalidad de poder facilitar el cálculo de costos de estas y mejorar para el uso de los insumos. Adicionalmente, estaremos mostrando el nuevo equipo de EPSON en base a RESINA, la Surecolor R5070L junto a nuestros sustratos de la línea Green.

“

Presentaremos la nueva **AccurioPress C4080 de Konica Minolta** y el **Controlador IQ 501**, se trata de la última versión para una máquina de impresión de pliegos que mejora principalmente el gramaje y la velocidad de impresión.



## Canon – LANZAMIENTO DE EQUIPOS DIGITALES Y PARA GRAN FORMATO

La novedad que Canon presenta es el lanzamiento de un equipo que aún no se encuentra disponible en Latinoamérica, “es una prensa digital bastante rápida en cuanto a productividad que tiene incorporada una tecnología que permite estabilidad de color. Respecto al segmento formato ancho en alta producción, tendremos un plotter gráfico con innovación en tintas, alto rendimiento y es una excelente opción respecto al costo de impresión”, explica Michael Escudero, jefe de Solutions Marketing de Canon Chile.

Además, la compañía expone equipos especializados para el sector fotográfico, “vamos a hacer pruebas de color con un equipo de 12 tintas y un software que es capaz de leer lo que captura la cámara de forma casi perfecta y así, el trabajo final refleja lo que el fotógrafo vio a través del lente. Por último, vamos a tener opciones de impresión de libros por demanda, se puede imprimir incluso uno solo, va a ser muy atractivo”, finaliza.

“

**Vamos a hacer pruebas de color con un equipo de 12 tintas y un software que es capaz de leer lo que captura la cámara de forma casi perfecta y así, el trabajo final refleja lo que el fotógrafo vio a través del lente.**





## Dibco – IMPRESIÓN, CORTE Y SUBLIMACIÓN

“Vamos a presentar nuevas áreas de negocios que hemos incorporado a nuestra área de comunicación visual, como **máquinas laminadoras y de impresión**. En el área de sublimación, tenemos una **máquina de sublimación de formato chico**, de escritorio, que imprimen formato A3 y A4 que son para estampar productos de merchandising, plotter de corte para cortar las gráficas, vinilos de transferencia térmica y diversos equipos para la transferencia a tazones, vasos, ropa, etc. ”, señala José Ignacio Dib, gerente general de Dibco.

“Estaremos haciendo demostraciones con una superficie corrugada que simula un camión, para que los visitantes hagan el ejercicio de pegar el material. Además, nuestra área de sustratos de impresión flexible, rollos de PVC, algunos materiales ecológicos de impresión, planchas, cartones, corrugados, cartón estructural, acrílico, aluminio compuesto, entre otros”.





## DPG+ – MATERIALES PARA ROTULACIÓN

DPG+ distribuye insumos para la industria gráfica en el área de comunicación visual y, en esta feria, resaltaré su **oferta de vinilos autoadhesivos para rotular vehículos**, “vamos a realizar demostraciones de rotulación de un auto varias veces cada día con mucha interacción para los visitantes. Tendremos unos paneles especiales en los que, las personas, guiadas por un técnico especializado podrán instalar los autoadhesivos y además apreciar cómo se hace, incluso en las partes más complejas de los vehículos”, informa Luis Antonio Baeza, gerente general.



La empresa tendrá a su equipo de ventas preparado con información acerca de los equipos que tienen como plotters de corte, laminadores y materiales como vinilos autoadhesivos blancos y de colores, telas para gigantografía, sustratos rígidos, placas de aluminio compuesto, acrílicos, materiales para hacer cajas de luz, herramientas de instalación, láminas de seguridad y control solar para vidrios y, todo tipo de materiales para publicidad en general. Las marcas más destacadas de DPG+ son Arlon, 3M, General Formulations, Plastiglas, Mimaki, entre otras.

“

Vamos a realizar demostraciones de rotulación de un auto varias veces cada día con mucha interacción para los visitantes. Tendremos unos paneles especiales en los que, las personas, guiadas por un técnico especializado podrán instalar los autoadhesivos y además apreciar cómo se hace, incluso en las partes más complejas de los vehículos



## Epson – SOLUCIONES BASADAS EN LA SUSTENTABILIDAD

“Vamos a exhibir todo un portafolio de alternativas de negocios enfocadas en la sustentabilidad, en el ciclo completo del trabajo del impresor, en las herramientas tecnológicas que Epson ofrece y al mismo tiempo que sean rentables”, señala Christian Dettleff, responsable del desarrollo industrial de Epson en el cono sur.

**"En la Expo vamos a hacer el lanzamiento de una tecnología de impresión de resina que nos permite desarrollar productos en una amplia plataforma de medios de impresión con tintas sustentables y certificadas".**



“En la Expo vamos a hacer el lanzamiento de una tecnología de impresión de resina que nos permite desarrollar productos en una amplia plataforma de medios de impresión con tintas sustentables y certificadas. Es una propuesta que permite al impresor entrar en negocios actuales como la gráfica comunicacional, la impresión de material promocional, en el mundo de la decoración y en la personalización, con una tecnología que disminuye el impacto de lo impreso, algo que los clientes finales están demandando”, explica.

Por último, informa que ofrecerán productos más eficientes, pero creados con menos partes, con una óptica desde la logística sustentable, que ocupan menos espacio, consumen menos energía y los cuales tienen empaques fabricados con menos plástico.

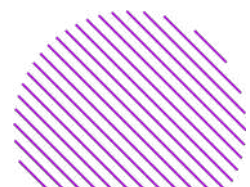


## **Papiro – EQUIPOS, MATERIALES Y SERVICIO TÉCNICO**

“Nuestra oferta está orientada a presentar la renovación de Papiro, que incluye nuestra nueva imagen corporativa y también las nuevas categorías de productos. Exhibiremos también nuestras líneas de materiales tradicionales, destacando nuestros productos sustentables. Dentro de estas nuevas categorías presentaremos nuestra línea de impresoras Polaroid, donde presentaremos cinco modelos que incluyen camas planas e impresoras rollo a rollo de diferentes tamaños, que se ajustan a los requerimientos de todo impresor”, señala José Andrés Lyon, gerente general.

La empresa también mostrará nuevos equipos de corte Summa, “los cuales destacan por ser muy confiables y entregar una gran productividad”. Adicionalmente, Papiro va a exponer la nueva línea de materiales marca Orafol, que incluye vinilos de impresión, vinilos reflectivos y cintas para la industria gráfica. “En Papiro somos proveedores integrales, entregando materiales de calidad, y equipos más servicio técnico de primer nivel. La idea es que nuestros clientes tengan lo que necesiten en un solo lugar”, agrega.

**“Tenemos precios bastante competitivos, los más económicos del mercado, somos un proveedor integral, ofrecemos insumos, equipos, damos servicio técnico, todo lo necesario para acompañar a las imprentas en sus operaciones”.**



# EXPO Print STGO<sup>22</sup>

5 • 6 • 7 de octubre

ESPACIO RIESCO, SANTIAGO

**Versión híbrida**



PRESENCIAL Y  
PLATAFORMA VIRTUAL

¿Quieres ser expositor?

MÁS INFORMACIÓN  
**PRINTSANTIAGO.CL**



# Nuevas tendencias en **marketing POP** y **comunicación** **visual**

En esta edición, conversamos Croma, Grupo DROP e Inser Impresores para conocer cómo están enfrentando la segunda parte del año en términos comerciales y qué novedades están preparando para sorprender a sus clientes.

**En comparación a junio de 2021, las ventas del comercio minorista en la Región Metropolitana experimentaron un alza del 11,4%. El indicador de la Cámara Nacional de Comercio de Chile se explica en gran medida por la baja base de comparación: entre el 12 y el 29 de junio del año pasado, el comercio no esencial se mantuvo con sus cortinas cerradas debido a la cuarenta total, lo que afectó con fuerza a las ventas físicas.**

¿De qué manera este cambio en el escenario ha afectado a los productores de material gráfico y qué se puede esperar para los próximos meses? Conversamos con los gerentes generales de tres empresas orientadas al marketing de material POP quienes destacan las nuevas tendencias en el área.

## Diversificación y uso de tecnologías

Ignacio Ruiz-Tagle, gerente general de Croma, comenta que, en el caso de su empresa, la producción de material gráfico durante los primeros meses de pandemia bajó a menos de la mitad en comparación a 2019. Luego, una vez que el retail abrió sus puertas, las ventas se dispararon y se generó una falta de stock. Por este motivo, se realizaron menos campañas.

**“Ahora hemos notado un aumento en nuestra producción. A la fecha, estamos a un 70% de las ventas históricas de 2019 y estimamos que, durante este segundo semestre, recuperaremos los registros previos a la pandemia, pero es difícil hacer un pronóstico para 2023”,** indica.

Respecto de las novedades que estas empresas han incorporado, Ignacio Ruiz-Tagle de Croma indica que “nuestra industria se está moviendo a pasos agigantados hacia el packaging y, considerando la disminución de gráfica POP en el retail producto del avance de las pantallas LED, hemos implementado un servicio de rental de video wall con su respectivo manejo de contenidos”, explica.



**“  
Nuestra  
industria se  
está moviendo  
a pasos  
agigantados  
hacia el  
packaging.**

# Exhibidores en cartón corrugado

Andrés Santander, gerente general de Inser Impresores, tiene una visión optimista: “Como nuestro mercado tiene algunas estacionalidades, si comparamos el primer semestre de este año respecto de 2021, la demanda global aumentó en un 15%, impulsada por la apertura de nuevas líneas de productos para clientes no habituales. En nuestros clientes tradicionales de punto de venta proyectamos el mismo nivel de demanda que el año pasado, pero estamos enfocados en crecer en el mercado de los exhibidores de cartón corrugado, nuestra nueva línea de negocios que abrimos hace un año y donde nos estamos posicionando como un actor relevante. Hemos invertido en tecnología e infraestructura, por lo que estamos preparados para atender este nuevo mercado”.

**"Si comparamos el primer semestre de este año respecto de 2021, la demanda global aumentó en un 15%, impulsada por la apertura de nuevas líneas de productos para clientes no habituales".**

“Como empresa hemos sido capaces de desarrollar un canal de abastecimiento que nos ha permitido crecer cinco veces en el consumo de cartón en el último año; un año especialmente desafiante a la hora de tener este material con sus dos caras con papel blanco para su impresión”, agrega Santander.



## Impresión sin límites

En Grupo DROP, en tanto, apelan a la innovación. “En el último año nos convertimos en una empresa con foco en el servicio, capaz de ofrecer soluciones 360 para puntos de venta. Hemos innovado en la capacidad de imprimir sobre distintos sustratos, casi sin límites, como velas de barco, fibrocemento, vidrio, madera, etc. En materia de vitrinas incorporamos la impresión de espacios y objetos, junto con la fabricación de mobiliario y la incorporación de elementos digitales como la proyección mapping, para lograr finalmente espacios impactantes y dinámicos”, explica José Miguel Correa.

Si bien los primeros meses de 2022 fueron desafiantes para la empresa, durante agosto han visto una mejora considerable gracias a los aprendizajes logrados durante la pandemia. **“Si bien estamos constantemente buscando estabilizar procesos y enfocarnos en productos más rentables, no podemos dejar de innovar y tener la capacidad de cambiar y adaptarnos”**, destaca Correa.

## El compromiso con la Sostenibilidad en la industria gráfica

Las tres empresas coinciden en la importancia de adherir a los principios de sostenibilidad para proyectarse a futuro. En materia medioambiental, en Inser destacan ser la primera empresa de gran formato en contar con la certificación del FSC (Forest Stewardship Council). “Hace más de 10 años que ofrecemos al mercado materias primas que son sustitutos de las tradicionales, pero con un menor impacto ambiental, como por ejemplo adhesivos libres de PVC, telas en base a polietileno, textiles y telas de menor peso, entre otros.



En el último año nos convertimos en una **empresa con foco en el servicio**, capaz de ofrecer soluciones 360 para puntos de venta.

Además, nuestra producción es con tintas con certificación Greenguard Gold, con bajísima emisión de compuestos orgánicos volátiles (VOCs)”, detalla Andrés Santander.

Ignacio Ruiz-Tagle enfatiza que, además de adherir al FSC, **“en Croma hemos promovido el cambio de materiales que provienen de la industria del petróleo derivando hacia los que tienen como materia prima la celulosa”**.

En Grupo DROP, en tanto, se han preocupado especialmente del material de empaque. “Nuestros productos salen empacados en material reciclado y también reciclamos todo el cartón. Además, incorporamos tecnología para impresión libre de PVC y tenemos iniciativas de sostenibilidad particulares con algunos clientes”, resume José Miguel Correa.

# Los objetivos principales del nuevo directorio de Asimpres

Integrantes de la directiva para el período 2022-2023, entregan sus visiones sobre los principales desafíos y oportunidades que se vienen en el actual escenario.



**RODRIGO LEÓN** - Presidente

“Continuaremos preocupados de fortalecer el gremio, donde uno de los principales objetivos seguirá siendo la educación y capacitación de nuestros colaboradores y futuras generaciones. También, apoyando con información, a través de nuestros medios de comunicación, las últimas innovaciones de la industria en temas tecnológicos y de sustentabilidad. Además, daremos a conocer a nuestros mercados objetivos que somos una industria con tecnología de punta, competitiva y, especialmente, preocupada por cuidado del medio ambiente”.

**Uno de los principales objetivos seguirá siendo la educación y capacitación de nuestros colaboradores y futuras generaciones.**



**JUAN CARLOS GONZÁLEZ** - Vicepresidente

“Las potencialidades son seguir desarrollando el canal digital en las comunicaciones, que es lo que hoy ha estado masificándose. Tiene un área de influencia casi infinita, porque se puede abarcar con seguridad toda Latinoamérica de habla hispana. **En comunicaciones tenemos un desafío importante en crecimiento y en dar a conocer nuevas tecnologías, que se están moviendo con mucha rapidez.** Está también el tema de los fletes, los papeles y las materias primas, que se han pegado saltos importantes, y el tipo de cambio también es un desafío a abordar”.

“Tenemos que esforzarnos para tener una estrategia para entregarles a nuestros proveedores el horizonte de compras. Por el otro lado, hay que conversar con los clientes y tener un buen control del proceso productivo, que entregue seguridad, calidad y tratar de dar estabilidad de los precios. Nuestro mayor desafío es entregar certeza y estabilidad a los proveedores y tranquilizar al cliente, para nuestra cadena. Hoy nadie quiere más sorpresas. También habrá oportunidades para el que entregue mayor claridad, va a verse favorecido por el mercado”.

**JOSÉ PATRICIO**

**CASTRO** - Segundo

Vicepresidente



“  
Nuestro mayor desafío es **entregar certeza y estabilidad a los proveedores** y tranquilizar al cliente, para nuestra cadena.

“

Un desafío no menor es el de **enfrentar las constantes alzas de materias primas e insumos**, que ya desde el 2021 han aumentado sus precios de manera considerable, agregando nuevos desafíos a los equipos comerciales.



**RODRIGO  
GONZÁLEZ**

Tesorero

“En estos momentos de alta incertidumbre nacional y también internacional, es fundamental centrarse en ser productivos y eficientes. En este sentido, es relevante estar constantemente mirando las nuevas tecnologías, equipos e insumos, para poder entregar buenos productos, ojalá asociados a nuevos servicios. Un desafío no menor es el de enfrentar las constantes alzas de materias primas e insumos, que ya desde el 2021 han aumentado sus precios de manera considerable, agregando nuevos desafíos a los equipos comerciales”.

## JUAN PABLO ANDREANI

Director

“El desafío de la escasez de material prima, los precios, y cómo somos capaces de traspasar las alzas de costos. También han subido los seguros y las tasas de intereses. Está el tema del volumen y la rentabilidad, el financiamiento, y la poca mano de obra calificada, donde hay que automatizar algunas líneas. La crisis es la oportunidad de cambio y de mejora. En cuanto a oportunidades, el papel, cartón y la cartulina están muy apetecidos por el mercado y el consumidor. Es el momento de repensar el modelo de negocios y buscar ahorro, eficiencia y optimización”.

“

Es el momento de **repensar el modelo de negocios** y buscar ahorro, eficiencia y optimización.



“

Al trabajar como asociación **colaboramos y nos conocemos entre todos**. Es importante considerando la entrega de información a raíz de la contingencia.



## DANIELA ROMERO

Directora

“Al trabajar como asociación colaboramos y nos conocemos entre todos. Es importante considerando la entrega de información a raíz de la contingencia. El escenario está complicado por las pape-las, el transporte, la inflación, y también porque como sociedad hemos ido cambiando nuestro consumo. Tuvimos que abrir nuestro abanico de ofertas y ser más versátiles. Debemos lograr afianzar más aún los lazos entre el gremio y abrirnos a esta nueva forma de vivir, para ver de forma más tangible cómo avanzar. Hay que ir uniendo fuerzas”.

## FERNANDO VALENZUELA

Director

“Los desafíos seguirán siendo la sustentabilidad y transformar la mentalidad en torno al papel. El tema de los precios ha sido complicado, por la inflación y por el dólar. Creo que se va a estabilizar, sino vamos a tener que cambiar la manera de trabajar. Por el otro lado, siempre hay oportunidades, especialmente para los que más se ordenen para hacer las compras y sean más eficientes en temas de costos y personal. Es el momento de invertir en tecnología que permita hacer más eficiente la mano de obra, mediante softwares que faciliten los procesos administrativos”.



Es el momento de **invertir en tecnología que permita hacer más eficiente la mano de obra**, mediante softwares que faciliten los procesos administrativos.

“

**La industria gráfica se encuentra en un proceso de profundos cambios y transformaciones, en un ambiente de disrupción.**



## ALEJANDRO GARCÉS

Director

“La industria gráfica se encuentra en un proceso de profundos cambios y transformaciones, en un ambiente de disrupción tanto en las tecnologías de producción como en los hábitos de consumo de los clientes. Mientras que en algunos segmentos las tecnologías de impresión digital están reemplazando a las tradicionales, en otros, las comunicaciones a través de plataformas o redes sociales han reemplazado parte de las comunicaciones impresas. Surgen grandes desafíos para convertir estas amenazas en oportunidades de largo plazo, a través de la inversión en nuevas tecnologías, la capacitación de nuestros colaboradores y el desarrollo de nuevos productos y servicios”.

# Cómo está innovando el packaging para reemplazar el plástico de sus envases por cartón

Deandespac y Selecta Envases cuentan sus últimas innovaciones para cumplir con la norma legal y la tendencia de los productos biodegradables y compostables.

## Más de 40 productos

Una empresa que viene trabajando este cambio desde hace tres años, antes de que surgiera la Ley REP, es Deandespac. Giovanni Martin, Subgerente de Nuevos Negocios y Marketing, cuenta: “Esta ley nos exige organizarnos, tener metas de reciclaje, y permite ir controlando lo que se produce y cuán autosustentable es, pero veníamos trabajándolo de antes. La migración de cartón a plástico también tiene un asidero lógico, porque el cartón tiene menos emisiones de CO2 y es más amigable con el medio ambiente”, afirma.

Hoy tienen un portafolio de cartón de más de 40 productos y 2.000 clientes. **“Nuestras dos líneas más fuertes son las bolsas de papel kraft y las cajas de cartón THEBOX, que abarcan desde el retail más grande hasta los más pequeños, buscamos esa transversalidad”**, afirma Giovanni.

También cuentan con tres líneas productivas. La primera en base a cartulina kraft con una resina que absorbe grasa. La segunda es productos BIO, y consta de productos de bagazo o caña de azúcar, que son 100% biodegradables o compostables. La tercera la impresión para bolsas y envases de cartón THEBOX, esta opera tanto en papel kraft como cartulina Kraft y destaca por el uso de tintas en base a agua “que son menos nocivas y más amigables con el medio ambiente”, dice.

En cuanto a las diferencias entre el plástico y el cartón, indica que tienen distintos procesos productivos, propiedades y fabricación. “Hemos tratado de migrar muchos formatos de plástico a cartón, y darle esa solución al cliente, como por ejemplo en los envases de torta o de sushi”, destaca.

## Máximo potencial de productos

Otra empresa que tiene como pilar estratégico dar mayor presencia a los envases de cartulina en el mercado es Selecta Envases. Patricio García, Subgerente de Gestión de Calidad, afirma que tiempo atrás muchos envases fueron en retirada, pero lo que ayudó a tener el impulso extra fue la pandemia, por el delivery. “Ahí se desarrollaron varios productos con cartulina certificada”.

En cuanto a innovaciones, **“Selecta Envases tiene un área donde permanentemente desarrolla soluciones de embalaje los que se ajustan a las necesidades particulares de cada cliente y del mercado en general”**, cuenta, como los envases para arándanos, los portavazos de cartulina para la industria del delivery o la family box de McDonalds. Las innovaciones son abordadas de manera regional, Selecta Envases pertenece al grupo HZ, donde desarrollaron la cuchara desechable de cartulina (CMPC Natural Kraft con barrera a las grasas) comercializada en Argentina, Brasil y Chile.

Pablo Aguirre, subgerente de desarrollo, complementa: “Nuestros envases son verdes en esencia, en algunos casos de origen reciclado, y todos son reciclables y biodegradables. En este caso no solo es el mercado, sino que también el contexto legal”. En innovaciones, añade la bandeja del helado Charlot que logró por sí sola sustituir alre-

dedor de 80 ton/año de plástico de un solo uso, y el desarrollo del canal gastronómico, como la caja Street Burger o la Safe box (caja para delivery inviolable), comercializada en Argentina y Brasil y desarrollada por HZ.

Hay un mundo de posibilidades, ya que la tendencia es sin retorno hacia la sustentabilidad. “Se requiere: barrera a la humedad, certificación para contacto directo con alimento, barreras para las grasas o vapores, y ser capaces de tener hermetismo e inocuidad en cuanto a seguridad alimentaria. Tiene que haber, también, un vínculo con las fábricas de cartulina, para que se generen nuevas materialidades, como los aditivos especiales que la industria de los barnices aplica en las cartulinas vírgenes. Tenemos todo para desarrollar el máximo potencial de productos que logran sustituir el plástico”, afirma.

“

Nuestros envases son verdes en esencia, en algunos casos de origen reciclado, y todos son reciclables y biodegradables.





## A IMPRESORES

Nuestros socios de A Impresores nos presentan a su nueva autora, Pilar Riveros Fuentealba. Esta poeta y cuenta cuentos se ha especializado en literatura infantil. Durante agosto publicó "El mágico mundo de Ámbar", serie de 12 cuentos que aborda temas actuales, como la inclusión, el bullying, la ecología, entre otros.



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



ESTA EDICIÓN FUE POSIBLE GRACIAS A:

**AGFA**

Teléfono +56 2 2595 7600  
www.agfa.cl

**antalis**

Just ask Antalis

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

**EVERY DENNISON**

Mesa central +56 2 2898 8050  
www.label.averydennison.com

**Canon**

Mesa central +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

**cmpe**

**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



## GRUPO HAGRAF

La Diana Easy 85/115 destaca por la rapidez y comodidad para los procesos de puesta a punto. Con un 17% más de espacio, es la máquina encoladora más larga de su clase.



SureColor T7770D

La nueva generación de impresión de producción es más que brillante.

## PAPELERA DIMAR

Se acercan las Fiestas Patrias y en Dimar cuentan con stock de cajas de cartón con impresos dieciocheros. Sobre 50 unidades puedes solicitar un diseño personalizado.



## DONNEBAUM

Con Kornit Allegro es posible imprimir tus diseños en forma directa sobre tela. Apto para textiles como algodón, poliéster y fibras ecológicas, con este sistema de impresión las prendas quedan listas para usar. Además, las tintas cuentan con eco-pasaporte y aprobación de GOTS (Global Organic Textile Standard).



## SIEGWERK GLOBAL

¿Has oído sobre los microplásticos, su incidencia en las tintas de impresión y el impacto que pueden provocar en el medio ambiente? Acá te invitamos a leer este interesante e-paper.

