

Print & Pack

Impresiones del mundo gráfico

por: ASIMPRES 

**NUEVOS
SOCIOS
ASIMPRES:**
Un Mundo
completo en
etiquetas





5,4% crece el mercado mundial de impresión en 2022

Las proyecciones para la industria de The Business Research Company son claras, ni la guerra, ni los aumentos de precios de los productos e interrupciones en la cadena de suministro, ha logrado contraer al mercado mundial de impresión, de hecho, éste creció de 311,53 billones de dólares a 328,38 billones en 2022, obteniendo una tasa de crecimiento anual compuesta del 5,4%. El estudio además vaticina que el mercado de la impresión llegará a 361,17 billones a 2026, obedeciendo a una tasa del 2,4%. En cuanto a las tendencias, las impresoras de inyect siguen marcando la pauta debido a su velocidad, eficiencia y confiabilidad.

Por otro lado, Asia Pacífico fue la región más grande en el mercado de la impresión en 2021, a la que sigue América del Norte, Europa y posteriormente centro y sur América.

“El estudio además vaticina que el mercado de la impresión llegará a 361,17 billones a 2026, obedeciendo a una tasa del 2,4%”.

Marca de barritas apuesta por el material sustentable para sus envases

Mars, en conjunto con Sabic y Landbell, han avanzado en un proyecto de reciclaje que busca cerrar el ciclo de los envases flexibles utilizando polipropileno circular certificado del segmento True-circle de la empresa. De esta forma, se introduce una película de polipropileno orientado biaxialmente (BOPP) basada en el PP circular certificado de Sabic, el cual procede del reciclaje de materias primas de plásticos usados de su marca de barritas saludables Kind primary. Este nuevo envase monomaterial acompaña a la empresa en los esfuerzos por apoyar la economía circular mediante la incorporación de contenido reciclado. El proceso comienza con la recolección de plásticos usados mixtos coordinada por el Grupo Landbell, proveedor de servicios de cumplimiento medioambiental.

Ellos trabajan con Hündgen Entsorgung, quienes clasifican los plásticos, entregando el material mezclado a Plastic Energy, líder mundial en tecnología avanzada de reciclaje, lugar donde se produce la magia, el plástico se convierte en aceite de pirólisis a través de un proceso de conversión anaeróbica térmica patentado. Luego, dicho aceite servirá como materia prima en el proceso de producción del polímero de PP virgen, el cual se peletiza y se suministra a Taghleef Industries, un proveedor de película de PP orientada biaxialmente (BOPP). Por último SIT Group utiliza la película de BOPP fabricada por Taghleef con el polímero circular certificado de Sabic para crear envases de BOPP impresos en rollo para las barritas de la marca Kind y los suministra a Mars.



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 166 - Año 1



Coordinación editorial: Natalia Ramos | Edición: Valentina Barahona Periodista: Diana González
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.

El año del papel tapiz

El papel tapiz continuará con su éxito durante 2023, así lo proyectan los especialistas de Forbes, quienes en su nota “Nine Interior Design Trends Going Away In 2023”, destacan que el minimalismo, en cuanto a diseño de interiores, va en declive ya que las personas se sienten atraídas por espacios con mayor profundidad y dimensión. “Esto explica por qué el papel tapiz es tan requerido en este momento: es una manera fácil de generar interés en su espacio sin tener que traer grandes obras de arte”, destacó el artículo.

De esta forma el mercado del papel tapiz espera un crecimiento del 22,4% entre 2022 y 2027 de acuerdo al informe Markets and Markets, donde destacarán como los principales impulsores del mercado el crecimiento de la urbanización y de las actividades de construcción. Además se prevé que el crecimiento cada vez mayor en los sectores comercial y marketing impulse al mercado de papel tapiz impreso digitalmente.

“El mercado del papel tapiz espera un crecimiento del 22,4% entre 2022 y 2027 de acuerdo al informe Markets and Markets, donde destacarán como los principales impulsores del mercado el crecimiento de la urbanización y de las actividades de construcción”.



ENCUENTRA LA
NOTA COMPLETA
AQUÍ



Tendencias diseño 2023

De acuerdo a la publicación 99designs este 2023 las tendencias en diseño gráfico serán variadas, en inspiraciones que abarcan desde el mundo esotérico, hasta el de la tecnología. Sobresalen los colores más vivos, también el mundo de la naturaleza y el renacimiento del Punk. Entre las más destacadas se encuentran:

Misticismo. que incluye iconografía relacionada con la astrología y la adivinación.

Risoprint reinventado utilizando colores encendidos, renacimiento del punk debido a la creciente rebelión que han experimentado las sociedades.

Arte de línea retro. es un estilo que recrea el recuerdo nostálgico del dibujo con rotuladores.

Surrealismo con aerógrafo. tendencia que combina técnicas de aerógrafo de los años 80, incorporando líneas retro suaves que se superponen a imágenes extrañas y quiméricas.

Botánico popular. donde los patrones de la naturaleza se vuelven un poco menos refinados, interpretados por garabatos temblorosos, texturas ásperas y colores incongruentes.



ENCUENTRA LA
NOTA COMPLETA
AQUÍ

BRACKER SPA:

Más de 30 años entregando una variada e innovadora gama de soluciones para Chile y Sudamérica

La empresa especialista en la provisión de líneas industriales completas y automatizadas, se jacta de contar no solo con lo más avanzado en tecnología a nivel mundial, sino además con el importante prestigio de sus socios comerciales y marcas representadas complementarias, apoyándose siempre en un valor principal que es el de entregar un trato amable, cercano, profesional y experto.

Esta empresa familiar, cuyos inicios se remontan al año 1991, ha evolucionado desde la comercialización de materias primas para industria de alimentos, hasta transformarse en un proveedor integral de servicios y asesoría en el mundo de producción industrial y gráfico de Sudamérica. Para Philipp Bracker, gerente general de la compañía, su fin no solo se basa en poder proporcionar una asesoría experta a quienes confían en la empresa, sino además buscan transformarse en una ayuda “agradablemente diferente”, en la que no solo la confianza esté puesta en las materias primas y soluciones, sino también en un acompañamiento con un trato cercano, amable y profesional.

Es así como tras 31 años de operaciones, hoy son representantes exclusivos de importantes fabricantes de maquinaria e insumos industriales, tales como KBA Kammann, Marabu y Gallus, “buscamos trabajar únicamente con empresas que lideran el mercado mundial o son actores relevantes en sus áreas, con quienes podemos marcar la diferencia”, comenta el ejecutivo, quien además repara en que su valor agregado se encuentra tanto en el expertise tecnológico de los procesos obtenidos gracias a sus años de trayectoria, así como también en el hecho de poder contar con socios comerciales de excelencia.

“Buscamos trabajar únicamente con empresas que lideran el mercado mundial o son actores relevantes en sus áreas, con quienes podemos marcar la diferencia”.

- PHILIPP BRACKER, GERENTE GENERAL DE LA COMPAÑÍA



La eficiencia como valor clave

La característica principal de sus tres unidades de negocio: Proceso y Embalaje, Final de Línea y Envases & Decoración, no es entregar soluciones de catálogo, ya que de acuerdo a su gerente general, su rol no es transformarse en la empresa que presenta soluciones estándar, sino que sus productos, servicios y asesoría son adecuados y enfocados a las necesidades de cada cliente, que entregan beneficios que al paso del tiempo se transformen en un relevante retorno de inversión. Esto lo han logrado gracias a la precisa elección de sus partners, destacando por ejemplo entre ellos a Marabu, especialista en tintas UV, “ellos son líderes debido a que el 50% del total de su

equipo se dedica a la investigación y desarrollo, manteniendo siempre el desafío de entregar un producto que se adapte de la mejor manera a las condiciones tanto presentes como futuras”.

Mirando hacia el futuro

Para el gerente general de Bracker SPA, uno de los mayores objetivos a futuro será sortear los efectos de la inestabilidad económica mundial y continuar posicionándose como un referente del mercado Chileno. Ya comercializamos exitosamente las máquinas de impresión serigráfica y digital en envases, liderando el mercado en toda Sudamérica, y llego el



momento de profundizar la presencia en Chile a través de por ejemplo, las tintas de Marabú y mallas de Gallus para serigrafía. Lo anterior lo acompañan con una controlada ampliación del portafolio actual, con productos complementarios.

Con respecto a su reciente incorporación a Asimpres, el ejecutivo destaca que “Entrar a la asociación Asimpres es un hito clave y necesario para poder estar en el mercado Chileno, para poder relacionarnos adecuadamente con demás actores del mercado”.

“Entrar a la asociación Asimpres es un hito clave y necesario para poder estar en el mercado Chileno, para poder relacionarnos adecuadamente con demás actores del mercado”.



WALTER LÁZARO Y WILLIAN PÉREZ
COFUNDADORES DE IGOSPEL:

“Queremos aprender de la experiencia de Asimpres para conocer más el mercado y saber hacia dónde apuntar a futuro”

Luego de 7 años de trayectoria en el Valle del Aconcagua, esta empresa se incorpora a la Asociación de Impresores Gráficos. Fieles a su espíritu emprendedor, en Igospel esperan aprender de otros socios, compartir visiones y analizar en conjunto las tendencias que marcarán la demanda durante las próximas décadas, por ejemplo, el reemplazo de materiales tradicionales por insumos ecológicos y la necesidad de desarrollar gráfica de exterior más resistente a la radiación solar.

En un entorno competitivo, determinar cuál es la oferta de valor de una empresa es clave para diferenciarse del resto. Y después de siete años ofreciendo a sus clientes una amplia oferta de servicios, Walter Lázaro, gerente comercial de Igospel, lo tiene claro: “Queremos satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes. Si no tenemos algo en stock, lo fabricamos o lo creamos desde cero, desde San Felipe para todo Chile”.

Llegar a este punto ha sido un camino de aprendizaje para Igospel, quienes en marzo de 2015 comenzaron sus operaciones. “Comenzamos comprando una impresora de gran formato, luego otra, dependiendo de las necesidades que iban surgiendo. Nos dimos cuenta de que había una demanda creciente, y así fuimos conformando un taller con distintos equipos y tecnologías

de impresión. Nuestro fuerte es la gráfica visual, las gigantografías y letreros, además de productos para la impresión comercial y señalética. **Tenemos un amplio portafolio y una lista de 100 clientes de los más diversos rubros, desde retail, minería y municipalidades. Nuestro sello distintivo es la rapidez y calidad, porque al tener nuestras propias máquinas podemos atender urgencias en tiempo récord. Los clientes necesitan todo para ayer y, con nuestro servicio, apuntamos a eso. Somos un socio estratégico con plazos express que te ofrece todo lo que necesitas**”, relata Willian Perez.

Fruto de este crecimiento constante, hoy en Igospel están abordando nuevas líneas de negocio, como las etiquetas para productores de vino.

“Nuestra ubicación cerca de las viñas del Valle del Aconcagua, y nuestra larga experiencia en producción de etiquetas de vino, nos a permitido desarrollar en primera instancia etiquetas reversos en pliegos y en la actualidad etiquetas frontales de bajos volúmenes destinadas a exportaciones. Ya tenemos a cuatro clientes importantes de la región, productores vitivinícolas que han confiado en nosotros y hemos sabido responder”, enfatiza.

Para apoyar la logística, Igospel cuenta con un centro de almacenamiento en Lampa, lo que les permite acceder en poco tiempo (50 minutos) a sus materias primas. Y si bien se definen como una empresa regional, eso no les ha impedido sumar clientes de gran tamaño con presencia nacional, como Cencosud, además de cubrir toda la Región Metropolitana y otras regiones, incluso del sur del país.

“Nunca hemos dejado de crecer ni de innovar. Ahora, como socios de Asimpres, queremos aprender de la experiencia de otros y conocer las tendencias del mercado. Nuestro desafío es tratar de mantenernos y analizar hacia dónde debemos apuntar. En esa línea, compramos una impresora de gran formato UV para ofrecer una alternativa menos contaminante, con insumos no tóxicos, sumándonos a los esfuerzos para generar productos más verdes, que no dañen el medio ambiente. Además, nos estamos preparando para ofrecer productos con mayor resistencia a las altas temperaturas. El calentamiento global es un hecho y están cambiando las condiciones del entorno, con más exposición a la radiación solar. Si antes un letrero podía durar un año, la idea es que ahora se haga pensando en que tenga una mayor resistencia y durabilidad, acorde a las condiciones actuales”, resume Walter Lázaro.



“Nunca hemos dejado de crecer ni de innovar. Ahora, como socios de Asimpres, queremos aprender de la experiencia de otros y conocer las tendencias del mercado. Nuestro desafío es tratar de mantenernos y analizar hacia dónde debemos apuntar”.

- WALTER LÁZARO, CONFUNDADOR DE IGOSPEL

Se suma a la familia Asimpres con su completa oferta de etiquetas

Con un explosivo crecimiento, TMD Label Pack apuesta a seguir sumando clientes en el mercado de las etiquetas adhesivas y offset plano, principalmente para el sector vitivinícola. Francisco Bardi, Socio y gerente general de esta empresa, comenta que en sólo dos años de operación alcanzaron las metas proyectadas a cinco años plazo, un éxito que se resume en tres pilares: **know how, tecnología de punta y cercanía total con el cliente.**

Mientras el mundo enfrentaba los efectos de la pandemia de Covid-19, Francisco Bardi, Ingeniero Civil Industrial con más de 25 años de experiencia en la industria del empaque gráfico, comenzaba a concretar el sueño de fundar su propia empresa. Con toda la experiencia acumulada y un master plan proyectado a 2026, en octubre de 2021 dio el vamos a TMD Label Pack. Hoy, después de dos años en el mercado, Francisco y su equipo ven los frutos del arduo trabajo que les permitió alcanzar sus metas mucho antes de lo esperado. ¿El secreto? Saber detectar las oportunidades de negocio en la industria del etiquetado, principalmente para productores de vino. "Me di cuenta de que había un espacio de mejora en materia de customización, alta complejidad en sus diseños y tiempos de entrega. En este negocio es fundamental tener un modelo comercial que cumpla con dos requisitos: entrega en tiempos acotados y con cero faltas tanto en Calidad como certeza en las fechas. A esto se suma una base tecnológica de última generación, tanto en la fabricación de la etiqueta como el sistema informático de apoyo que te permite estar interconectado con la operación y los clientes", explica Bardi.

Esta empresa ofrece a sus clientes las dos tecnologías más utilizadas en la industria. Una de ellas son las etiquetas autoadhesivas, pero también el offset plano, ya que algunos clientes han querido seguir utilizando esta técnica de aplicación. "Nuestro sueño es tomar el desafío del packaging en su totalidad".

“Nuestro sueño es tomar el desafío del packaging en su totalidad”.

- FRANCISCO BARDI, SOCIO Y GERENTE GENERAL



El gerente general de TDM Label Pack detalla que, si bien son una de las empresas más jóvenes, han tenido un crecimiento explosivo que les permite vislumbrar el futuro con optimismo: “Al año y medio de operación ya habíamos alcanzado los objetivos que nos planteamos a cinco años plazo, lo que nos llevó a adelantar la inversión y madurar este proyecto de forma adelantada. Ya comenzamos a trabajar en la segunda etapa de nuestra estrategia comercial, que incluye la incorporación de nuevos productos gráficos. En comparación a 2021, durante 2022 crecimos un 30%, lo que nos impulsa a seguir por este camino”.

La propuesta de valor de TDM Label Pack se fundamenta también en el know how de todos los colaboradores, un equipo que conoce a los clientes y la calidad que cada uno exige. **“Sabemos lo que significa no llegar a tiempo. Por eso, cualquiera de los 15 mil SKU que se fabrican debemos entregarlos en un plazo máximo de 15 días, sin errores. Y si surge algún problema debemos saber reaccionar para garantizar la cadena de suministro. Todo esto nos ha permitido tener 7 u 8 clientes que han volcado sus requerimientos en un 100% con nosotros, lo que nos demuestra que estamos haciendo bien las cosas”**, detalla.

Para esta empresa ser parte de la Asociación de Impresores Gráficos (Asimpres) es también una excelente oportunidad para aunar fuerzas en torno al desafío común que enfrenta la industria gráfica en materia de sostenibilidad. Francisco Bardi destaca que para TDM Label Pack ser amigables con el medio ambiente es un imperativo. “La cadena completa se está familiarizando con el concepto eco friendly. Si bien nuestro proceso es bastante limpio, basado en la energía eléctrica, también generamos descarte, pero contamos con alianzas para su reciclaje y monitoreo. Avanzar en la sostenibilidad es un trabajo de todos, tanto de proveedores como de clientes. Es difícil que una sola empresa pueda mover la aguja, pero como asociación podemos acelerar el cambio y generar un círculo virtuoso”, concluye Francisco Bardi.



“Avanzar en la sostenibilidad es un trabajo de todos, tanto de proveedores como de clientes. Es difícil que una sola empresa pueda mover la aguja, pero como asociación podemos acelerar el cambio y generar un círculo virtuoso”.





Vuelve recargado el Antalis Interior Design Award 2022

En la tercera edición de la competencia internacional dedicada al diseño interior personalizado, se han sumado variados nuevos galardones, dentro los que se incluyen el “Premio Especial de Film de interiores”, “Premio Especial de Film de Ventanas”, “Premio Especial Sostenible” y un galardón que se lo llevará el proyecto más votado por el público.

Siempre con afán de promover la creatividad e innovación en el diseño de interiores personalizados, es que este 2022 Antalis vuelve a premiar a los más destacados de la industria a través de su Antalis Interior Design Award, concurso en cuyas ediciones anteriores, llevadas a cabo en 2017 y 2019, ha convocado a más de 800 proyectos, de más de 29 países, así como también ha despertado el interés de los cibernautas llegando a los 61.000 visitantes en el sitio web de AIDA.

Continuando con el espíritu de sus versiones pasadas, el Antalis Interior Design Award convoca este 2022 tanto a diseñadores de interiores, arquitectos, impresores y creativos gráficos de todo el mundo, a que presenten sus diseños de espacios interiores, los cuales deben incluir por lo menos uno de los productos de la marca. Quienes deseen participar, podrán postular tanto proyectos ya finalizados como en marcha, presentando como fechas límite de inicio o término, el 1 de febrero del 2020 al 31 de enero de 2023.

Se incorporan nuevas categorías

A las cinco categorías ya existentes: Hospitalidad, Retail, Oficina, Hogar y Edificio público, se han sumado tres premios especiales: “Premio Especial de Film de Interiores”, “Premio Especial de Film de Ventanas” y “Premio Especial Sostenible”, entre los cuales los dos primeros buscan destacar a aquellos proyectos que se han animado a la utilización de nuevos materiales, mientras que el último, como su nombre lo indica, será entregado a quienes presenten diseños que utilizan productos respetuosos con el medio ambiente, es decir, que cuenten como mínimo con dos estrellas en el sistema de calificación Antalis Green Star. Además, esta vez se entregará un premio especial para el proyecto con más likes en RRSS.

Así mismo, se entregará también el “Premio al Patrón Original”, galardón inédito que busca destacar a dos creadores, quienes tendrán la oportunidad de imprimir su patrón en el medio Coala de su elección. Por último, se dará la oportunidad a profesionales y estudiantes que no posean proyectos

en desarrollo o finalizados, a que participen del premio a través de la reinención de modelos de cafetería en 3D, los cuales deben ser intervenidos utilizando soluciones que pertenezcan a la gama Coala.

Como parte de los premios, que incluyen la exhibición de los trabajos en reconocidos medios europeos, los ganadores de AIDA 2022 tendrán la oportunidad de viajar a París con todos los gastos pagos, lugar donde recibirán sus condecoraciones en una emocionante ceremonia a llevarse a cabo el día 30 de marzo.

¿Cómo participar?

El proceso es muy fácil ya que se hace completamente a través de la página www.antalisiinteriordesignaward.com

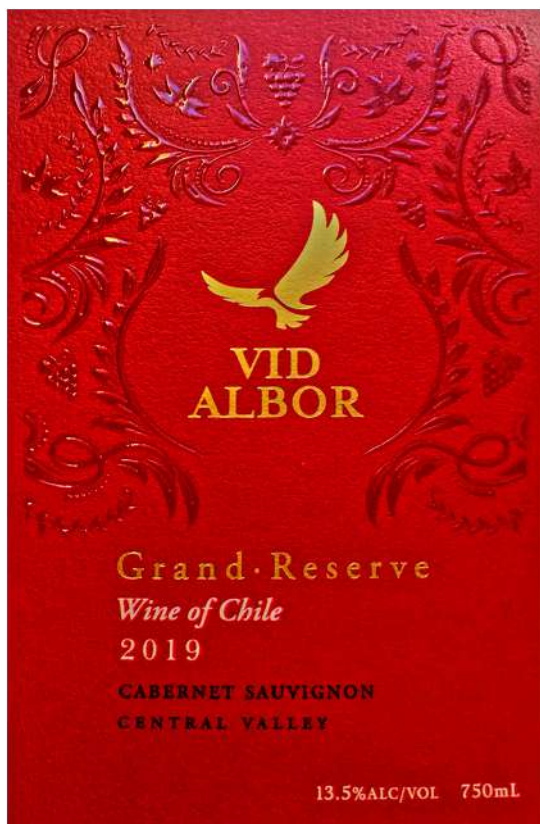
“Este año quisimos facilitar las cosas a los concursantes, de modo que todo aquel que quiera participar lo haga, ya sean expertos, aficionados y amantes del diseño. En Latinoamérica hemos conseguido que dos chilenos sean destacados en la versión 2019, por lo tanto mi invitación va especialmente dirigida a los profesionales y artistas de esta zona del mundo, para que envíen sus proyectos y tengamos así un mayor número de representantes de este lado del mundo”, comentó Tamara Reyes, Regional Marketing Manager de Antalis para Latinoamérica.

Si necesitas mayor información te invitamos a escribir al mail tamara.reyes@antalis.com

“En Latinoamérica hemos conseguido que dos chilenos sean destacados en la versión 2019, por lo tanto mi invitación va especialmente dirigida a los profesionales y artistas de esta zona del mundo”.

- TAMARA REYES, REGIONAL MARKETING
MANAGER DE ANTALIS PARA LATINOAMÉRICA.





VINO PRINT:

Tradición en etiquetas de vino de alta gama, directo desde el Valle del Maule

Perteneciente a una familia de vasto conocimiento de la industria gráfica, Vinoprint nace como una oportunidad para descentralizar los servicios gráficos de la industria vitivinícola. Sus fines son claros: entregar alta calidad, un excelso servicio, así como también el ofrecer compañía constante y confiable para sus clientes.

La historia de Vinoprint nace hace seis años, aunque su experiencia en el mundo gráfico se remonta mucho más atrás, cuando el abuelo de César Aldana, dueño de la empresa, se dedicaba a ofrecer las más diversas soluciones gráficas.

La especialidad

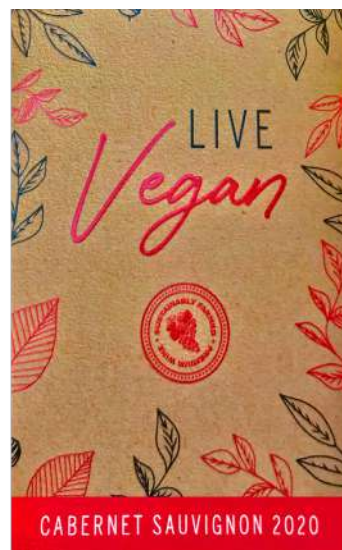
“Un 100% de lo que hago son exclusivamente etiquetas de vino y todo desde el valle del Maule, el más grande de Chile”, destaca Aldana, quien creó Vinoprint precisamente enfocado en una industria en la que era necesario la inclusión de servicios descentralizados, “Estuve mucho tiempo de viaje y cuando llegué me fue evidente mirar a la industria del vino, había mucho movimiento en ella. Me pregunté si estaría todo en Santiago y cuando investigué, me di cuenta de que todo efectivamente

estaba allá y que hacía falta este tipo de servicio en regiones, sobre todo en el Valle del Maule, un lugar donde se produce el 48% del vino que se exporta en Chile”.

Es así como la compañía desde sus inicios se ha dedicado al desarrollo e impresión de etiquetas de alta gama para la industria del vino. En cuanto a su propuesta de valor, ésta se enfoca en entregar un servicio de calidad, transparente, humilde y cercano, que entregue mucho más que un producto, sino más bien que sea una experiencia que deje feliz y tranquilos a sus clientes.

“Un 100% de lo que hago son exclusivamente etiquetas de vino y todo desde el valle del Maule, el más grande de Chile”

- CÉSAR ALDANA, GERENTE GENERAL
DE LA EMPRESA



Más que sólo una solución de impresión

Dentro de los servicios que ofrece Vinoprint destacan la impresión digital, impresión flexográfica, folia y embossing y barniz serigrafiado, a lo que se suma un exclusivo servicio de diseño, en el proponen al cliente el desarrollo integral de sus ideas para posteriormente ser plasmadas en el papel. En este servicio la empresa también proporciona sugerencias en alternativas de sustratos, folias y aplicaciones, todas en línea con el proyecto y su presupuesto.

Los desafíos de la industria

Para César Aldana, uno de los focos a tener en cuenta cuando se habla del futuro, es el cuidado de la industria, pensando en el momento de crisis que se vive, donde muchas veces la calidad queda relegada por el precio, algo que para los negocios de las características de Vinoprint podría ser perjudicial, "Nuestro valor es la cercanía con la que se trabaja, todo al servicio del cliente, si él no puede ir a buscar las etiquetas, se las llevamos, si necesita un cambio en el diseño, se lo hacemos, no buscamos ser los más baratos, sino más bien destacar por la humildad y servicio humano que entregamos".

Con respecto a su reciente incorporación a Asimpres, Aldana comenta que "es necesario resguardar a la industria y es necesario que estemos unidos, que generemos diálogo, comunión, conversación y una sinergia distinta, no mirarnos como competencia, sino que mirar el vaso más lleno, pensando en la buena relación que se puede generar".

"Nuestro valor es la cercanía con la que se trabaja, todo al servicio del cliente, si él no puede ir a buscar las etiquetas, se las llevamos, si necesita un cambio en el diseño, se lo hacemos, no buscamos ser los más baratos, sino más bien destacar por la humildad y servicio humano que entregamos".



ASIMPRES



ASOCIACION GREMIAL
DE INDUSTRIALES
GRAFICOS DE CHILE

CENA ANUAL

ASIMPRES 2022

¡A TODO COLOR!

06 19:30
HRS.

DE DICIEMBRE

CENTROPARQUE

Pdte. Riesco 5330, Las Condes.

PROGRAMA



CONDUCE
Daniela Nicolás

MÚSICA EN VIVO • SORTEOS
BAR ABIERTO
¡Y mucho más!

SE HARÁ ENTREGA DE LOS PREMIOS ASIMPRES

CONOCE AL JURADO



Andrea Matte
Presidenta de ACHAP



María José Galotto
Directora de CO-INVENTA



Felipe Mujica
Director de Chilecreativo



Jose Patricio Castro
Gerente general de One Label



Alejandro Garcés
Gerente general de A Impresores

AUSPICIA:



Packaging RESPONSABLE

Es una tendencia que esta orientada a optimizar el envase de forma que repercuta positivamente en la cadena logística y reduzca su impacto medioambiental, siempre garantizando tu función de conservar y proteger los productos.

¿QUÉ VENTAJAS TIENE?



PRECIOS BAJOS

Al reducir el nivel de material utilizado para la producción, se pueden mantener los precios sin aumentos sorpresivos que afecten al cliente a la hora de comprar.



CUIDADO MEDIOAMBIENTAL

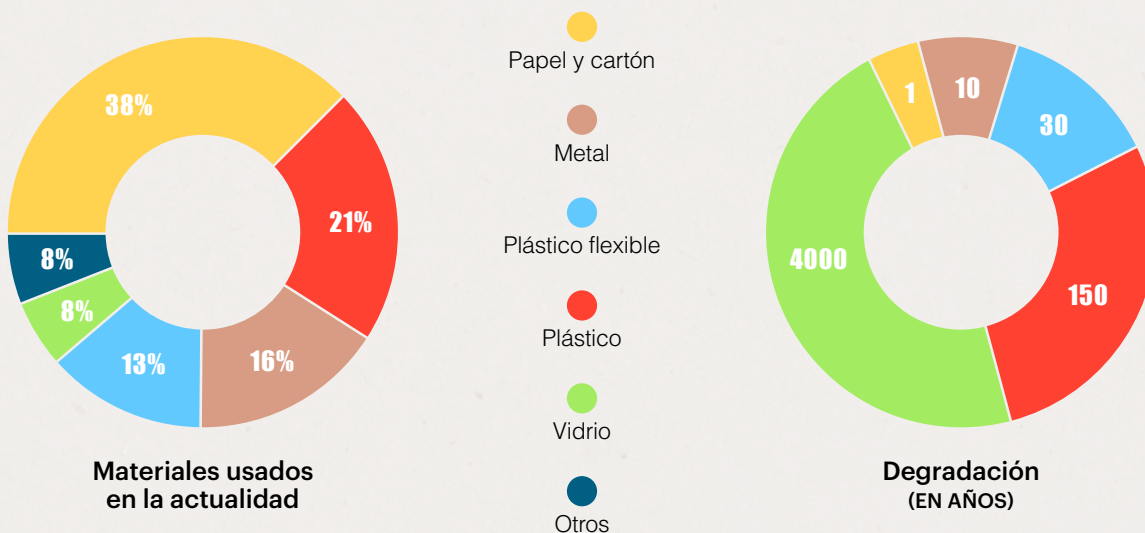
La utilización de materiales biodegradables o de rápida degradación como el cartón o los plásticos flexibles contribuyen al cuidado del medioambiente.



COSTOS DE PRODUCCIÓN

Menos material es igual a menos CO2, agua y energía utilizada, lo que supondrá un gran ahorro, siempre y cuando no afecte a la seguridad del producto.

¿POR QUÉ HACERLO?



¿QUÉ HAY QUE TENER EN CUENTA?

1. Reducir el tamaño ahorra recursos

Eliminar el aire o el agua que contienen los productos para reducir su volumen y peso, al mismo tiempo que se reduce el residuo.



- VOLUMEN
- + BARATO
- ENERGÍA UTILIZADA

2. Una forma optimizada implica menos costes

Diseñar el envase para aprovechar el espacio mejora la logística y el almacenamiento en la tienda, una forma cuadrada no deja espacio entre los envases.



3. Existen materiales más ligeros y degradables

Las botellas flexibles son muy ligeras y se degradan a gran velocidad a diferencia del plástico corriente, esta disminución de peso ahorra grandes costos logísticos.



4. Comunicar los productos sustentables

Materiales reciclables o certificaciones ecológicas correctamente aplicadas para destacar que un producto es sustentable te ayudará a destacar.



5. La doble utilidad es una buena opción

Una forma original de aprovechar todos los recursos empleados y aumentar su vida útil es facilitar un segundo uso.



6. Evitar usar tintas tóxicas y/o laminados

Los barnices o laminados, los tipos y cantidades de tintas implicarán un impacto medioambiental, que afectarán al producto desde su fabricación hasta su destrucción.





TEKKROM

Felicitaciones a Tekkrom quienes han sido galardonados con los premios Xerox Best of the Best para la impresión en la categoría mejor packaging, gracias a su proyecto Andes Atacama. En este premio, compiten proyectos e impresos de todo el mundo, por lo que es un excelente incentivo y ejemplo para la industria latinoamericana.



ONE LABEL

¿Necesitas hacer etiquetas autoadhesivas? Nuestros amigos de One Label nos recuerdan que son especialistas en el arte de la impresión, ello gracias a un especializado equipo que posibilita que la calidad siempre esté de la mano de sus productos.



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



PAPELERA DIMAR

Según el informe "La sostenibilidad y el consumidor 2022", elaborado por Drapers, el embalaje sostenible es un factor clave en las decisiones de compra de los consumidores. El 65% de los encuestados señaló como "esencial" el saber si un embalaje es reciclado o no, mientras que un 42% avala el uso de material reciclado en el packaging y un 49% considera el exceso de embalaje como algo negativo, son algunas de las conclusiones del informe.



SCOTT ETIQUETAS

Se viene navidad y muchos desean personalizar sus etiquetas, pues bien, para eso está Scott, especialistas en la creación de etiquetas personalizadas, contando con alta calidad y experiencia.



PROCOLOR

¿Sabes cuáles son los colores denominados como cálidos? Si no sabes, no te preocupes, porque Procolor nos explica todo acerca de ellos en este entretenido post. ¿Para qué se usan y cómo? Esas son algunas de las dudas que podrás despejar en este colorido post.



URETA IMPRESORES

Porque la impresión e instalación de máquinas dispensadoras es una de sus especialidades, Ureta Impresores ha destacado este mes este especial servicio con el que cuentan, el que te permitirá dar rienda suelta a tu imaginación en caso de que necesites una de estas coloridas máquinas.



OGRAMA IMPRESORES

Destacan en esta oportunidad la muestra de imágenes de trabajos realizados por Eugenia Vargas Pereira, una artista que usa performance, fotografía, instalación, medios audiovisuales y su propio cuerpo como soporte para el impactante discurso visual en torno a la construcción de una "memoria de lo femenino-feminista".



ESTA EDICIÓN FUE
POSIBLE GRACIAS A:



Teléfono +56 2 2595 7600
www.agfa.cl



Just ask Antalis

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



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



Mesa central +56 2 2477 6100 / 800 470 855
www.canon.cl



Teléfono +56 2 2484 3400
www.epson.cl



Teléfono +56 2 2387 1000
www.dipisa.cl



Teléfono +56 2 2375 2400
www.edipac.cl



Teléfono +56 2 2827 8000
www.hagraf.com

Búscanos en
www.asimpres.cl



como Print & Pack Latam