

Print & Pack

Por: ASIMPRES



ASIMPRES

THINK

QUALITY

EDUCACIÓN:
**Formando
el *futuro* de
la industria
gráfica**



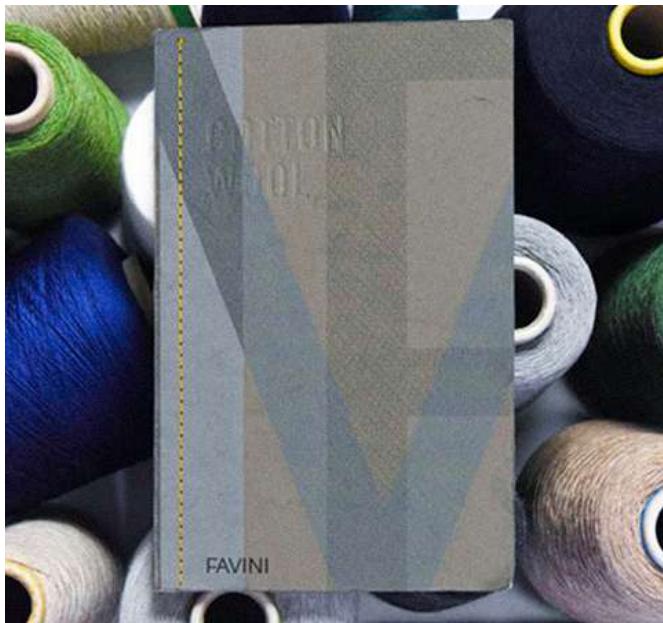
Apoderados de Educagráfica aprendieron técnicas de impresión

Familiares de estudiantes de la Escuela de la Industria Gráfica participaron en una actividad recreativa, cuyo foco fue dar a conocer algunas técnicas que las y los estudiantes de este establecimiento aprenden a diario. De esta manera, los apoderados aprendieron a imprimir tazones por sublimación, además de crear archivos digitales en Adobe Photoshop y confeccionar libretas. Realizar labores como corte de papel en guillotina, además de perforado y anillado, les permitió conocer el amplio mundo de posibilidades creativas que brindan las artes gráficas.



Árboles como materia prima para baterías de auto

La productora de papel de Finlandia, Stora Enso, busca embarcarse en el mercado de los vehículos eléctricos a través del uso de la lignina, un polímero que se encuentra en los árboles. La lignina contiene carbono, componente vital para los ánodos de las baterías. **Las fábricas de papel producen grandes cantidades de desecho de lignina, que se puede utilizar para otros fines, incluida la fabricación de componentes de baterías.** ¿Será este el comienzo de una nueva revolución energética?



Nuevas fibras marcan el futuro del papel

¿Te imaginas recibir tu alimento en un packaging hecho en base a fibras de uva, cebada, algodón e incluso flores? Los grandes productores de papel están innovando para incorporar nuevas fibras naturales a la producción de papel. Avery Dennison cuenta con líneas de etiquetado sustentable que incluye papel fabricado a partir de residuos de la caña de azúcar, uvas, cítricos y cebada. Antalis, cuenta con propuestas en base a lana, algodón y bambú. En tanto otras compañías como DS Smith se encuentran investigando soluciones en base a paja, margaritas, cáñamo, cáscaras de cacao o algas.

La importancia del acabado en el packaging

La etapa de acabado o postimpresión incluye acciones como laminado, barnizado, troquelado, plegado, encajado, encuadernación, etc. Gracias a estos delicados procesos se puede obtener un producto de calidad con un valor diferencial. **De acuerdo con un estudio de Top Media Advertising, las campañas publicitarias son un 400% más efectivas cuando utilizan una combinación de estrategias digitales e impresas.** Por otro lado, el auge del packaging es otro buen ejemplo para observar cómo los trabajos de postimpresión nos ayudan a tener productos más atractivos y funcionales, gracias a las nuevas máquinas y diversas soluciones tecnológicas que hoy permiten automatizar estos procesos.



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 169

UNA REVISTA DE:



Coordinación editorial: Natalia Ramos | Edición: Valentina Barahona Periodista: Diana González
Dirección de arte y diseño: Fiorella Cipolla

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.C.

ESCUELA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA: *Un espacio para aprender haciendo*

Este establecimiento, ubicado en la comuna de San Miguel, cuenta con un proyecto educativo dual, en el que los estudiantes de cuarto año medio asisten en forma regular a una empresa, pudiendo aplicar en la realidad laboral todo lo aprendido en clases. De esta manera, la Escuela de la Industria Gráfica prepara a los futuros técnicos de la industria, con una formación basada en lo teórico y práctico.



Fundada en 1940 como una escuela de tipógrafos y traspasada en 1987 a la Corporación de las Artes Gráficas y Afines, la Escuela de la Industria Gráfica (Educagráfica) tiene como misión formar técnicos de nivel medio y superior, capaces de desempeñarse en distintas empresas del rubro, como imprentas y estudios de diseño.

“Se espera que quienes egresan de esta escuela estén familiarizados con una diversidad de máquinas y equipos necesarios para que puedan desenvolverse en tres áreas productivas: prensa, prensa y terminación. Es decir, manejo de computadores, software gráficos, periféricos de almacenaje de datos; escáner de alta resolución, unidades de exposición y de rasterizado de la imagen (RIP), impresoras de diversas tecnologías (offset, flexografía, digital y otras); guillotinas, plegadoras” destaca Miguel del Río, presidente de la Corporación Educacional de Artes Gráficas que administra la Escuela.

“La Industria Gráfica está evolucionando constantemente y requiere personas que posean la capacidad de evolucionar con ella”

- **Miguel del Río**, presidente de la Corporación Educacional de Artes Gráficas

LÍDERES EN FORMACIÓN DUAL

Desde 1992 la Escuela de la Industria Gráfica imparte un modelo de educación dual que permite a los estudiantes adquirir experiencia directamente en empresas de la industria durante su último año de formación.

“De nuestra escuela egresan estudiantes que han conocido la industria por lo menos un año completo, por lo que están familiarizados con maquinarias y equipos de última tecnología. Los jóvenes abarcan desde una orden de trabajo, hasta su implementación al interior de la planta y entregan un trabajo acabado en distintas tecnologías con una sólida formación humana”, detalla Manuel Betancourt, gerente de la Corporación.

Educagráfica cuenta con 18 salas de clases, laboratorio de ciencias y talleres acondicionados con maquinaria para serigrafía, terminación gráfica, impresión digital, exploración gráfica, enlaces, impresión offset, entre otros.



“Nos interesa que a las empresas lleguen estudiantes con mayores competencias, más seguros, con definiciones claras en su actuar y una fuerte vocación hacia las artes gráficas”.

- Vicky Godia, directora de Educagráfica

Este equipamiento permite desarrollar un modelo de enseñanza en el que los estudiantes reciben formación en alternancia entre la escuela y una empresa que los recibe como aprendices.

"Gracias a las alianzas que hemos generado con empresas y proveedores, nuestros alumnos cuentan con la posibilidad de aprender utilizando equipos y maquinaria de última generación, las mismas que encontrarán en las em-

presas. Esto permite que nuestros estudiantes cuenten con un sello potente y estén altamente capacitados", destaca Vicky Godía, directora de la escuela.

"Soñamos capacitar personas con una mirada transversal, abarcando aspectos de logística, de desarrollo, de implementación y no solo de la impresión de un producto".

- **Manuel Betancourt**, gerente de la Corporación Educacional de Artes Gráficas



Miguel del Río, presidente de la Corporación de las Artes Gráficas y Afines de Asimpres



Manuel Betancourt, rector de la Escuela de la Industria Gráfica



Vicky Godía, directora de Educagráfica

EL COMPROMISO DE ASIMPRES CON LA ESCUELA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

Para la escuela, el aporte de Asimpres ha sido clave, ya que la asociación permite generar el nexo con las empresas. "La riqueza de nuestro proyecto educativo radica justamente en la vinculación del gremio, con la educación de los futuros técnicos gráficos. Esto permite llevar adelante la estrategia de formación dual, otorgando a nuestros estudiantes una oportunidad única para aprender haciendo, con acceso a nuevas tecnologías, poder desarrollar competencias transversales como el respeto, la puntualidad y el trabajo colaborativo", afirma Miguel del Río.

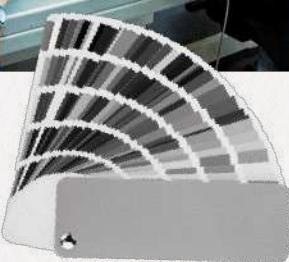
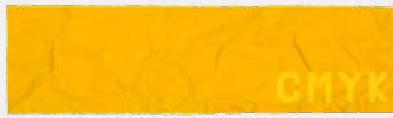
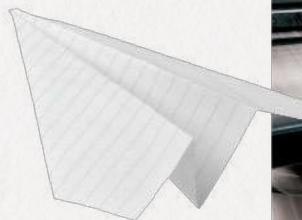
Proyectando lo que será el ciclo 2023, Vicky Godía espera que se fortalezca mucho más el vínculo entre la Escuela de la Industria Grá-

fica y Asimpres. **"La labor de la asociación gremial se ve reflejada en nuestra escuela. Tenemos muchos proyectos a corto y largo plazo. Nos impulsa el deseo de formar a los técnicos y profesionales del futuro"**, destaca.

Junto a ello, la Escuela busca abrirse a nuevas áreas de especialización. "Queremos enfocarnos en la industria del packaging, más allá de la impresión. Consideramos que el packaging es un concepto mucho más amplio donde los alumnos deberán desarrollar una mirada estratégica para lograr un desempeño de calidad desde el inicio del proceso de creación hasta el producto final", finaliza Manuel Betancourt.

“

Nuestro
propósito es
integrar jóvenes
que puedan
sumarse con
éxito a la
industria”.



+

LA EMPRESA COMO ESPAZIO DE FORMACIÓN

Para el éxito del modelo de educación dual es fundamental contar con empresas dispuestas a abrir sus puertas a los aprendices, incorporándolos en el quehacer diario. Conversamos con los cuatro directores de Educagráfica, quienes compartieron su visión respecto de este modelo de enseñanza.



Rafael Salgado

GERENTE GENERAL DE PROCOLOR

"Destaco de este modelo educativo la posibilidad que tienen los alumnos/as de complementar la teoría que ven en clases con sus prácticas en la empresa. Eso no solo les permite aprender, sino que también los ayuda a definir en qué áreas les gustaría seguir desarrollándose en su futuro profesional, por ejemplo, tomar alguna línea de lo visto en la escuela, o seguir con una actividad nueva que hayan descubierto en la empresa. También, las organizaciones ponen a disposición sus instalaciones y la experiencia de todo el personal, creando hábitos en los estudiantes. **Realizar estas pasantías permite a los estudiantes conocer sus derechos laborales y sus deberes como aprendiz. Todo esto se suma a que existe una alta posibilidad de que puedan seguir trabajando en las fábricas donde han realizado sus prácticas**, porque la escuela hace una apuesta fuerte por mejorar el nivel de preparación de las nuevas generaciones de técnicos gráficos".

Francisco Raveau
GERENTE GENERAL DE ICONOSUR

"En este tiempo he visto realidades que no había conocido. Ser parte de esta experiencia ha sido enriquecedor, porque nos hemos ido dando cuenta de que la educación dual es fundamental para las artes gráficas. En esta industria se requiere de mano de obra calificada, porque es un oficio que se ha ido perdiendo y yo siento que tiene un gran potencial. Siento que hay que darle más valor agregado a esta formación y crear alianzas con otros centros de formación para que se reconozcan algunos ramos que se imparten. Recordemos que el 85% de los alumnos/as son vulnerables, con acceso a la gratuidad y la mayoría quiere estudiar otra cosa, pero el desafío es mostrarles que acá hay oportunidades para seguir capacitándose y quedarse en el rubro gráfico. Este es un colegio alucinante".

“

Ser parte de esta experiencia ha sido enriquecedor, porque nos hemos ido dando cuenta de que la educación dual es fundamental para las artes gráficas.

- Francisco Raveau



“

La educación dual permite presentar a los estudiantes las posibilidades reales que existen y materializar en la práctica lo que ven en clases. Además, les permite tener contacto con una empresa y sus dinámicas, conversando con los trabajadores que se han desarrollado en el rubro.

- Carmen Urruticoechea



Carmen Urruticoechea
GERENTE GENERAL SCM

“La educación dual permite presentar a los estudiantes las posibilidades reales que existen y materializar en la práctica lo que ven en clases. Además, les permite tener contacto con una empresa y sus dinámicas, conversando con los trabajadores que se han desarrollado en el rubro. Siento que es clave que Educagráfica sea capaz de mostrarles a los y las estudiantes que hay futuro en el mundo de la impresión, porque si no encuentran un espacio donde puedan desarrollar sus conocimientos saldrán de la escuela y se dedicarán a otra cosa. Para las empresas hoy es muy difícil encontrar personal calificado, por eso me parece que este modelo es demasiado importante, tanto para los alumnos/as como para la industria gráfica”.

Viviana Vignolo
GERENTE DE OPERACIONES DE
ETAL IMPRESORES

“A mi modo de ver, lo más destacable del proceso educativo es que los niños/as tienen la capacidad de ver en la realidad lo que están estudiando, en un mundo tan tecnológico y de inmediatez ellos experimentan estos cambios y eso me parece positivo. También les sirve como una orientación al saber qué van a hacer y decidir si les gusta o no. El aporte de la empresa es dar la posibilidad a los estudiantes de vivir los procesos de producción y entregarles información sobre especializaciones. Siento que ambas partes reciben beneficios con este modelo”.



“El aporte de la empresa es dar la posibilidad a los estudiantes de vivir los procesos de producción y entregarles información sobre especializaciones. Siento que ambas partes reciben beneficios con este modelo”.

- Viviana Vignolo

PrintOQ: firma acuerdo de cooperación con Educagráfica



El objetivo del acuerdo es acercar nuevas tecnologías de impresión a los estudiantes. “En el Salón PrintOQ habrá una exhibición permanente de maquinarias, las que estarán a disposición de los docentes y alumnos para su uso educativo. Actualmente hay una Cama plana UV 9060, que permite imprimir sobre muchos sustratos como foam board, coroplast, cartón, cuero, plástico, vidrio, PVC, etc. Del mismo modo se instaló la máquina DTF con ancho de impresión de 70 cm y horno, un equipo orientado para la industria textil y apta para uso en todo tipo de telas, como algodón, pero también es apta para telas oscuras, ya que cuenta con impresión en tinta blanca. También hemos proporcionado equipos de impresión ecosolvente en 70 cm para impresión sobre vinilos adhesivos y telas PVC”, detalla Evelyn Quevedo, gerente general de PrintOQ.

La ejecutiva añade que, adicionalmente, PrintOQ realizará actividades como charlas para docentes y otras actividades abiertas a toda la comunidad, las que abordarán temas como uso de software, muestras de la maquinaria en uso, talleres prácticos sobre el uso de distintas maquinarias de impresión y opciones de sustratos. “Nos move ser un puente entre la visión de los fabricantes y las nuevas generaciones de impresores”, enfatiza Evelyn Quevedo.



**La industria gráfica es
color y expresión. Es
comunicación y belleza.**

- Evelyn Quevedo,
gerente general de PrintOQ.

CANON comparte su tecnología de punta con Educagráfica

Un aliado estratégico vital para la Escuela de la Industria Gráfica es Canon Chile. Una de sus iniciativas es la “Sala Digital Canon”, espacio en el que los estudiantes pueden interactuar con equipos de última generación.

Ailig Olivares, Marketing Specialist Canon Chile, explica que la sala cuenta con tres tipos de tecnología:



Equipo imagePRESS C710:

Ofrece una calidad de imagen compatible con una diversidad de sustratos, tales como papel común, grueso, recubierto y materiales especiales.

Serie varioPRINT 140/130/115:

Prensa digital monocromática. Ofrece productividad, facilidad de uso y versatilidad.

DirectPress de Océ:

Imprime imágenes de alta calidad de manera constante en una amplia variedad de materiales, sin producir ozono. Es impulsada por el Servidor de Impresión PRISMASync.



Canon también dotará la sala en Educagráfica con una nueva tecnología recién presentada en la Expo Print STGO 2022. “Nuestra impresora Colorado formato ancho combina dos mundos: impresión para interiores y exteriores. Además, incorpora un sistema de tintas UVGEL que son sostenibles. Esta tecnología está orientada para el mercado Display Graphics, permitiéndole a los alumnos ampliar sus horizontes de aprendizaje”, explica Ailig Olivares.

Dipisa potencia su área de MARKETING Y EXPERIENCIA CLIENTES en 2023

Paula Castro, ingeniera civil industrial con una destacada trayectoria en la industria, asumió el desafío de liderar esta área con la misión de consolidar las nuevas estrategias de negocio de Dipisa, generando relaciones de largo plazo con los clientes.

Dipisa es una empresa reconocida en el rubro por su completa oferta de insumos de papel para la industria gráfica. Con más de 40 años de historia, hoy la compañía se ha planteado nuevos desafíos en materia de diversificación de productos, pero manteniendo como sello la calidad de siempre. Dar a conocer sus nuevas líneas de negocio y mejorar la experiencia de sus clientes será una prioridad en 2023 y, por este motivo, la empresa decidió nombrar a Paula Castro como nueva subgerente de Marketing y Experiencia Clientes.

En conversación con revista Print&Pack, la ingeniera civil industrial comenta que

uno de sus desafíos más importantes será mantener y resguardar la reputación de Dipisa. “Queremos seguir contribuyendo al desarrollo de la industria gráfica en Chile, de manera honesta y transparente, para afianzar las relaciones de largo plazo con nuestros clientes. Todavía vivimos un período de incertidumbre económica, lo que nos obliga a ser mucho más estratégicos y eficientes”, añade.

“Queremos seguir contribuyendo al desarrollo de la industria gráfica en Chile, de manera honesta y transparente, para afianzar las relaciones de largo plazo con nuestros clientes”.



Paula Castro cuenta con una trayectoria de 14 años en la industria de productos tissue y personal care, lo que le permitirá aportar con su experiencia en el desarrollo de las nuevas áreas de negocio que está impulsando la empresa. Además, gracias a su liderazgo en marketing, la ejecutiva cuenta con una mirada integral del negocio que facilita el entendimiento de las necesidades de los clientes/consumidores y de los distintos equipos que conforman la familia Dipisa.



“Los clientes nos perciben como una empresa cercana, versátil y flexible. Somos una de las compañías con mayor disponibilidad, tanto en diversificación de fábricas como en productos de papel.

Hoy, Dipisa está atendiendo a un número más amplio de clientes al ir creciendo en otros segmentos, como comunicación visual, autoadhesivos y tissue, lo que va de la mano con potenciar también a nuestra fuerza de ventas”, detalla Paula Castro.

En términos estratégicos, la subgerente de Marketing y Experiencia Clientes indica que este año esperan implementar la cultura “Customer Driven”: “Tenemos la visión de mantener siempre una relación de largo plazo con nuestros clientes, aportando desde la agilidad y el conocimiento para el desarrollo de sus negocios.

En Dipisa somos expertos en papel y de manera permanente impulsamos el uso de este sustrato como un material indispensa-

ble para un mundo más sustentable”. Otra tarea crucial será renovarla imagen de Dipisa y transmitir a sus stakeholders la misión y propósito de la marca. “Nuestro objetivo es ofrecer un servicio que se caracterice por su rapidez y convertirnos en la primera opción de compra en papel para nuestros clientes”, resume Paula Castro.

“

Tenemos la visión de mantener siempre una relación de largo plazo con nuestros clientes, aportando desde la agilidad y el conocimiento para el desarrollo de sus negocios. En Dipisa somos expertos en papel y de manera permanente impulsamos el uso de este sustrato como un material indispensable para un mundo más sustentable”.

- Paula Castro, subgerente de Marketing y Experiencia Clientes.

FENIXPRINT soluciones en marketing y publicidad

FENIXPRINT es una empresa dedicada a brindar soluciones de marketing y publicidad, trade marketing, impresión digital, diseño y fabricación de mobiliario publicitario, stands y proyectos especiales. Desde enero de 2023, la firma es parte de Asimpres.

"Quisimos destacar los servicios de nuestra línea de negocios dedicada a la impresión publicitaria a través de esta marca registrada: FENIXPRINT, la que cuenta con su propia página web, redes sociales y, por supuesto, un equipo especializado siempre listo para dar solución a cada proyecto y desafío", explican.

"Quisimos destacar los servicios de nuestra línea de negocios dedicada a la impresión publicitaria a través de esta marca registrada: FENIXPRINT, la que cuenta con su propia página web, redes sociales y, por supuesto, un equipo especializado siempre listo para dar solución a cada proyecto y desafío".

Ingrid Lizana y Sebastián Ilabaca lideran este proyecto que surge al alero de DISEC SPA, agencia con más de 18 años de trayectoria en el mercado ferial, desarrollo de proyectos de comunicación y experiencia de marca.





“

Estamos muy contentos de pertenecer a Asimpres y esperamos contribuir a este gremio y ser un aporte, para seguir creciendo juntos y fortalecer la industria gráfica en Chile”.

- Ingrid Lizana y Sebastián Ilabaca



Además de su experiencia y conocimiento de las necesidades del cliente, FENIXPRINT llegó a posicionarse en el mercado con un gran crecimiento en un corto plazo. Ambos socios destacan la búsqueda permanente de nuevas soluciones y mejoras continuas, incorporando máquinas de última generación, acorde a los estándares de producción actuales.

En línea con los objetivos de sostenibilidad de Asimpres, este nuevo socio se destaca por incorporar cada vez y con más fuerza trabajos sobre sustratos ecológicos certificados, para así generar soluciones que vayan de la mano con el cuidado del medio ambiente.

“Estamos muy contentos de pertenecer a Asimpres y esperamos contribuir a este gremio y ser un aporte, para seguir creciendo juntos y fortalecer la industria gráfica en Chile”, destacan Ingrid y Sebastián.



ENTREVISTA A HUGO SALVESTRINI:

Cuatro de cada cinco consumidores decide qué producto escoger en función del etiquetado”

El Ingeniero Agrónomo y Enólogo de la Pontificia Universidad Católica asumirá la misión de seguir impulsando el crecimiento de AMF Etiquetas desde su nuevo rol como gerente de Negocios, Vinos y Destilados.

AMF Etiquetas se ha posicionado como una de las imprentas más importantes en Chile, destacándose principalmente por ser una empresa innovadora y sustentable. A mediados de 2022, la compañía incorporó dos máquinas traídas desde Europa –una de ellas única en Chile–. “Esta inversión nos permitirá ser más eficientes en la producción y tiempos de entrega, además de reducir mermas y desarrollar etiquetas más sustentables y amigables con el medio ambiente. Por otro lado, esta nueva organización comercial potenciará nuestro desarrollo en la industria de vinos y destilados”, afirma Hugo Salvestrini, nuevo gerente de Negocios, Vinos y Destilados de la empresa.

Esta empresa familiar, que ha sido liderada por tres generaciones, ha trabajado duro para lograr y mantener su liderazgo en calidad y servicio, fieles a los pilares corporativos: Tecnología, Calidad, Sustentabilidad e Innovación. “Más que proveedores, somos socios estratégicos de nuestros clientes. Trabajamos y les damos soluciones gráficas a su medida”, destaca Salvestrini.



“Más que proveedores, somos socios estratégicos de nuestros clientes. Trabajamos y les damos soluciones gráficas a su medida”.

El rol del etiquetado en las decisiones de compra

A juicio de Salvestrini, a nivel de vinos y destilados hay varios desafíos para este 2023. Uno de los más importantes es lograr etiquetas que estén a la altura de lo que requieren los clientes y sus productos. "Principalmente potenciar la innovación con etiquetas eficientes y sustentables, que puedan mostrar todos sus atributos ocupando sus recursos en forma eficiente y amigable con el medio ambiente. Cuatro de cada cinco consumidores finales deciden su compra en las góndolas de las tiendas y supermercados en función de la etiqueta que más les atrae e interesa. Debido a esto, el rol que cumplimos tiene mucha importancia y responsabilidad, lo que nos exige ser cada vez mejores en nuestros servicios", afirma.

En cuanto a las proyecciones, AMF Etiquetas busca seguir consolidándose en Chile y pronto abrir espacios en el extranjero. "Tenemos una cartera muy diversa

de clientes, desde las viñas más grandes de nuestro país hasta pequeños proyectos de vinos de autor. Todos ellos han confiado en nosotros, ya que hemos sabido adaptarnos a sus requerimientos. También hay que soñar en grande e ir más allá de las fronteras de Chile a ofrecer nuestras etiquetas. Ese es uno de los futuros desafíos que estamos contemplando como empresa", finaliza Salvestrini.

Principalmente potenciar la innovación con etiquetas eficientes y sustentables, que puedan mostrar todos sus atributos ocupando sus recursos en forma eficiente y amigable con el medio ambiente.



PAPEL DE FIBRAS *alternativas*

Las industrias del papel, cartón y cartón ondulado dependen de una fuente eficiente, abundante y económicamente viable de fibras de celulosa para fabricar la enorme variedad de productos que utilizamos hoy en día, como periódicos, revistas, papel higiénico y empaques. **La fibra más utilizada proviene de los árboles cultivados, que son una fuente renovable y sustentable.** Sin embargo, la celulosa también se puede obtener a partir de otras plantas.

En principio, se puede utilizar casi cualquier tipo de fibra vegetal para fabricar papel, pero las características varían y pocas son comercialmente viables. Ejemplos:

La **FIBRA DE MADERA** que proviene de los árboles cultivados tiene varias ventajas. Posee un costo relativamente bajo y está disponible en volúmenes suficientemente grandes. También garantiza importantes atributos técnicos del papel, como resistencia y calidad de impresión.



LA PAJA

Ya ha sido bastante utilizada, pero tiene desventajas como el drenaje lento durante la fabricación del papel y un mayor potencial de contaminación, además de un costo más alto y una menor calidad en comparación con la pulpa de madera.

EL BAMBÚ

Tiene características técnicas similares a la pulpa de madera y se usa comercialmente en algunas partes del mundo, particularmente en Asia, aunque en cantidades relativamente pequeñas.

EL ALGODÓN Y EL LINO

Con excelentes fibras para la fabricación de papel, ya que poseen un alto contenido de celulosa. El papel elaborado con estas materias primas tiene una resistencia superior y una apariencia lujosa, pero su costo es más alto.

LA REMOLACHA

Tiene cierto potencial, particularmente debido al bajo contenido de lignina (el “pegamento” que une las fibras, causando impurezas en el papel) pero no se ha comprobado su eficiencia en producción a gran escala.

EL BAGAZO DE CAÑA

Entre las fuentes alternativas de fibra, en Argentina se destaca el bagazo de caña de azúcar. El grupo Ledesma integra la producción de azúcar y alcohol con la fabricación de papel a partir del bagazo. **La producción anual ronda las 130.000 toneladas al año, lo que representa casi el 40% del total argentino.**

**Papel y cartón:
una gran historia
ambiental para contar**



al.twosides.info



al.lovepaper.org

Es importante tener en cuenta, que **no es habitual la utilización de las fibras alternativas para la fabricación del papel**. Por razones técnicas y económicas, su proporción en la formulación de la pulpa de celulosa suele ser relativamente baja, normalmente hasta el 20%.

Fuentes: Fact Sheet Two Sides, 2021.

ESTA EDICIÓN FUE
POSIBLE GRACIAS A:



A IMPRESORES

A Impresiones junto al Colegio de Ingenieros y la Editorial Babieca, fueron parte de la recapitulación del ejemplar de colección que destaca a los 27 ingenieros chilenos que sido premiados hasta el momento en el exterior.



COLOR PACK

Los expertos de Color Pack destacan este mes su solución integral de packaging para @powfood, con formatos de cajas especiales para congelados, firmes, resistentes, impresas en cartulina y en diferentes tamaños, de acuerdo a cada variedad de producto.



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



KOALA BOX

¿Necesitas un packaging premium? Koala Box tiene variadas opciones para ti. La marca te invita a imaginar y a soñar junto a ellos, ofreciéndote asesoría, de la mano de sus expertos.



JORNADA DE CERTIFICACIÓN 2019

#TBT



HAGRAF

ANTALIS

Antalis promete sorprender este 2023 como distribuidor oficial de la marca Toyo Ink, reconocida por su amplia variedad de productos que incluyen tintas de impresión, colorantes y materiales funcionales.



MICROGEO



Una excelente noticia comparte Microgeo en este comienzo de año. A partir de ahora, la empresa ofrecerá también productos para Flexograp. Acá podrás encontrar lo que necesitas para desarrollar etiquetas para tus clientes, con un completo servicio de corte y dimensionado.



OGRAMA IMPRESORES

Destacan en esta oportunidad la nueva edición de UV que trae de regreso unos poemas imprescindibles, definidos como "los más intensos y consistentes de la poesía chilena actual", que fueran publicados por primera vez hace quince años.



AGFA

Teléfono +56 2 2595 7600
www.agfa.cl

antalis TM
Just ask Antalis

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

AVERY DENNISON

Mesa central +56 2 2898 8050
www.labelaverydennison.com

Canon

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

EPSON

Teléfono +56 2 2484 3400
www.epson.cl

dipisa

Teléfono +56 2 2387 1000
www.dipisa.cl

cmpc

biopackaging | **edipac**

Teléfono +56 2 2375 2400
www.edipac.cl

HAGRAF

Teléfono +56 2 2827 8000
www.hagraf.com

Búscalos en
www.asimpres.cl



como Print & Pack Latam