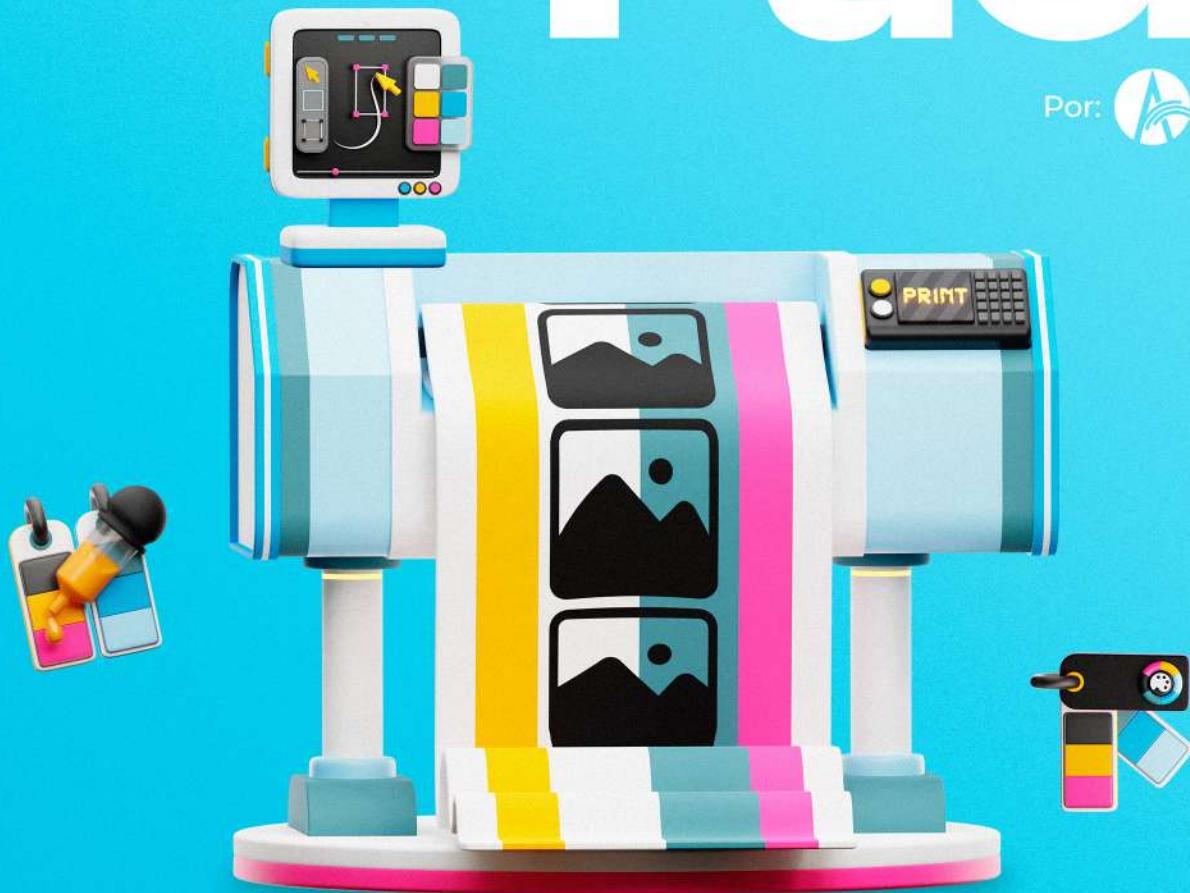


# Print & Pack

Por:  ASIMPRES



IMPRESIÓN DIGITAL:  
**Un universo  
creativo**

# 4 mitos y realidades sobre la industria del papel

## Cómo aplicar VIVA MAGENTA en el diseño

Coronado como el Color del año 2023 por Pantone, el Viva Magenta se ha convertido en una tendencia imperdible para este 2023. Conoce las mejores formas aplicarlo en el mundo del diseño según Pantone.

Para diseñadores gráficos que buscan un color que rompa con la monotonía del día a día, el Viva Magenta es perfecto para expresar una intrepidez que rompa con los patrones clásicos.

Para el diseño de packaging y plásticos, el color del año puede entregar a las marcas una personalidad animada y apasionada, atrayendo a los consumidores inmediatamente con su calidez.



La industria papelera es un referente en cuanto a métodos de producción sostenible, sin embargo, muchos de los mitos sobre el papel aún prevalecen entre los consumidores. Two Sides desmiente algunos de estos:

1.

**MITO:** “El papel es nocivo para el medioambiente”.

**REALIDAD:** “El papel es uno de los pocos productos verdaderamente sostenibles en el mundo”.

2.

**MITO:** “El papel es un producto desecharable”.

**REALIDAD:** “El papel es uno de los productos más reciclados del mundo”.

3.

**MITO:** “Solo se debe usar el papel reciclado”.

**REALIDAD:** “Se necesitan fibras vírgenes para mantener el ciclo del papel”.

4.

**MITO:** “La producción de papel consume una cantidad excesiva de agua”.

**REALIDAD:** “La producción de papel requiere agua, pero su consumo es relativamente bajo”.

# Print & Pack: Un medio para Latinoamérica

En mayo de 2006 Asimpres publicó por primera vez su periódico Impresiones del Mundo Gráfico, un medio que surgió con el espíritu de unir a la industria frente a los temas relevantes para su desarrollo en Chile.

En agosto de 2020 Asimpres transformó este periódico en la revista Impresiones. Con esto se dio un gran paso hacia el desarrollo de contenidos para un entorno digital, lo que junto a la realización de diversos webinars y nuestro primer cyber, nos permitió seguir conectados como industria durante el difícil momento de la pandemia.

Fue en este periodo que Asimpres fortaleció sus lazos con las organizaciones pares de Latinoamérica. Junto a Conlatingraf desarrollamos la Expo Print & Pack Latam 2021, la primera gran feria virtual de la industria de la impresión y el packaging en la región.

A partir de este hito decidimos asumir un rol de liderazgo regional y desarrollar un medio de comunicación que no solo le hablara a Chile, sino que a todo el mundo hispano. Así surgió la revista Print & Pack, la que hoy llega a 34 mil personas en todo el mundo y que actualmente es leída en más de 20 países.

Nuestro objetivo es seguir creciendo con el fin de llegar a diferentes audiencias claves para el desarrollo de nuestra industria. Queremos acercarnos a diseñadores, publicistas, PYMES y artistas para compartirles las últimas tendencias de la industria del print and pack y juntos aprovechar al máximo el potencial de las nuevas tecnologías para co-construir el futuro de la industria gráfica latinoamericana.



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 170

Coordinación editorial: Natalia Ramos | Edición: Valentina Barahona | Periodista: Diana González, Sofía Sánchez  
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.G.

UNA REVISTA DE:



# IMPRESIÓN DIGITAL: UN UNIVERSO ABIERTO A LA *creatividad*

Con soluciones que son cada día más capaces en términos de optimización, calidad de imagen, generación de nuevos recursos, versatilidad y costos, la impresión digital se ha presentado como una herramienta que le ha permitido a muchos artistas y pymes representar sus emociones y expresiones en los más variados formatos. En este –el primero de una serie de artículos que realizará revista Print & Pack– abordamos cómo las nuevas tecnologías están derribando barreras.

Desde su llegada, la impresión digital ha revolucionado al mundo, abriendo un sinfín de posibilidades para la creatividad y personalización. Los últimos años esta tecnología se ha posicionado gracias a sus características en versatilidad, capacidad de innovación, bajo costo y sustentabilidad. Aquí te contamos cómo la impresión digital está impactando en los procesos creativos:

## DISEÑO GRÁFICO: UN MAR DE OPORTUNIDADES

En esta línea, Christian Dettleff, regional Business Manager South Cone de Epson afirma que las nuevas tecnologías “van a permitir plasmar la creatividad de los diseñadores en términos de que hay nuevos medios, nuevos materiales, texturas diferentes, colores especiales, nuevas terminaciones. Esto se va a traducir en productos finales más atractivos”.

En tanto, Gregorio Lira, Regional Channel Business Manager de Xerox, destaca la versatilidad que los nuevos materiales entregan en términos creativos. Gracias a la tecnología Inkjet, “encuentras distintos materiales, solubles al agua, látex, para imprimir en superficies de todo tipo y así se abre mucho más el mundo de la impresión propiamente tal, con las grandes características de la impresión digital que es:



rapidez, entrega y personalización en pocas cantidades”, explica.

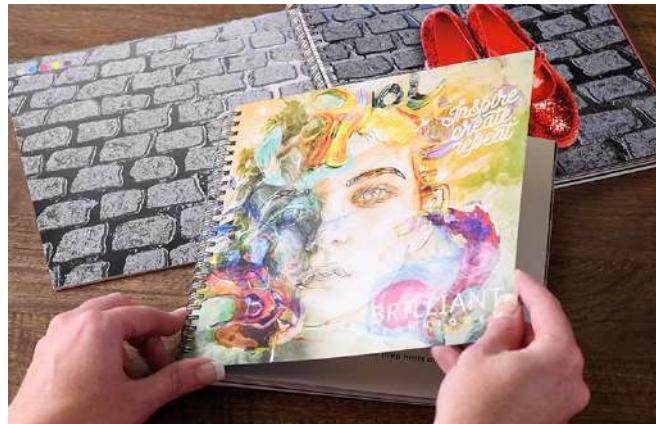
Por su parte, José Bodet, gerente regional de insumos gráficos y servicios de valor agregado de Antalis, asegura que dentro de las grandes tendencias creativas que actualmente se desarrollan en Norteamérica, destacan el uso de la realidad aumentada, utilizando como soporte la impresión y diseño. “Algo que está creciendo fuerte en el hemisferio norte es la realidad aumentada aplicada al impreso, algo muy en pañales acá en Latinoamérica. Hay aplicaciones geniales en catálogos donde se usa la realidad aumentada para entregar un complemento de información del producto mismo, puede ser video o testimonio o más texto de lo que cabe en el impreso”, destaca.



## TODOS BIENVENIDOS AL MUNDO EDITORIAL

Si algo en lo que coinciden absolutamente los expertos de Antalis, Xerox y Epson es en que gracias al uso de la impresión digital, el mundo editorial ha permitido el ingreso de nuevos autores, ello debido a la relación costo por cantidad de unidades que se alcanza con este tipo de tecnologías.

“La impresión gráfica le ha dado la oportunidad a pequeños autores a que se inicien con algún tipo de publicación, de hacer pocos ejemplares, a demanda, un gran atributo del mundo digital”, comenta Lira, mientras Bodet, agrega que “para los libros de autor, la impresión digital se ha hecho súper abordable, o sea, tú te puedes imprimir un libro por entre dos o tres mil pesos, a cincuenta copias si quieres, que es algo que bastante gente puede autofinanciar. Cambia por completo el círculo editorial tradicional”.



**“La impresión gráfica le ha dado la oportunidad a pequeños autores a que se inicien con algún tipo de publicación, de hacer pocos ejemplares, a demanda, un gran atributo del mundo digital”.**

**Gregorio Lira**, Regional Channel Business Manager de Xerox

## DISEÑO INTERIOR: MÁS VIVO QUE NUNCA

En cuanto al mundo del diseño de interiores, para el ejecutivo de Epson, este 2023 será el año del papel mural. "El año pasado vimos cómo empezó a desarrollarse la personalización en el papel mural, que es un tema que venía muy suave. Con la vida híbrida, la gente pasa más tiempo en su casa, al estar ahí, tiene más tiempo para preocuparse en tener un ambiente más grato, más agradable. Por eso en este sentido la tecnología está entrando fuerte, hay una mayor democratización en el diseño interior y por lo tanto hay más oferta a menor costo".

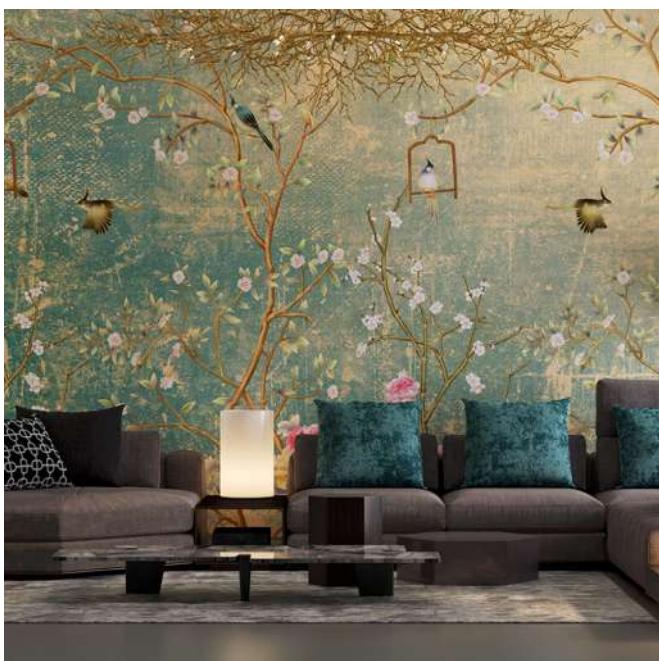
"Con la impresión digital yo puedo vestir tiendas, puedo hacer papeles interiores, imprimir puertas, realmente no tiene límites. Con las tecnologías habilitantes puedo imprimir sobre el mismo material, con tintas látex, se puede imprimir

sobre vidrio y polímeros de distintos tipos que pueden estar presentes en distintos interiores", acota el ejecutivo de Xerox.

Para el experto de Antalis, el tema del diseño de interior tiene un gran potencial creativo, ello principalmente enfocado en líneas de adhesivos murales. "Eso es pura impresión digital y su diseño es pura creatividad. Hay gente que hace ilustraciones increíbles, se puede aprovechar la creatividad para desarrollar motivos decorativos que no solo pueden adornar piezas de niños, sino también living, salas de estar y ambientes en general".

**"El año pasado vimos cómo empezó a desarrollarse la personalización en el papel mural, que es un tema que venía muy suave. Con la vida híbrida, la gente pasa más tiempo en su casa, al estar ahí, tiene más tiempo para preocuparse en tener un ambiente más grato, más agradable.**

**Christian Dettleff**, Regional Business Manager South Cone de Epson





## PACKAGING: CONECTAR CON LOS CONSUMIDORES



La impresión digital le ha permitido a los comerciantes y diseñadores “jugar con distintos formatos”, como comenta Gregorio Lira. “El digital permite hacer packaging bajo demanda, permitiendo a emprendedores y empresarios tener un mejor manejo de los costos y del tema logístico”. Dettleff, en tanto, destaca el potencial en sustentabilidad. “Hoy día en el mercado hay propuestas bien interesantes en términos de materiales,

la mayoría está saliendo sustentable, ecológico, con características nuevas, inocuas, lavable, recicitable, entonces viene muy fuerte ese tema”, afirma el ejecutivo de Epson.

Para el ejecutivo de Antalis, en el área del packaging y etiquetado en Latinoamérica, falta aún conocimiento de las tecnologías, de modo de lograr grandes desarrollos creativos. “Aquí lo que falta es que los diseñadores conozcan las posibilidades existentes, falta unir a los creativos con esas posibilidades de crear”, finaliza.

**“Aquí lo que falta es que los diseñadores conozcan las posibilidades existentes, falta unir a los creativos con esas posibilidades de crear”**

**José Bodet**, Gerente regional de insumos gráficos y servicios de valor agregado de Antalis

# IMPRESIÓN DIGITAL: POTENCIANDO EL DISEÑO LATINOAMERICANO

La impresión digital ha cambiado el juego para los artistas contemporáneos, permitiendo nuevas formas de explorar la creatividad y producción del arte, brindando variadas posibilidades para la experimentación y el alcance de audiencias más amplias. Conoce en esta nota, cómo destacados artistas latinoamericanos han desarrollado su arte y creatividad en torno a la impresión.





## CAMILA BERSANO: LA POSIBILIDAD DE SER AUTÉNTICA

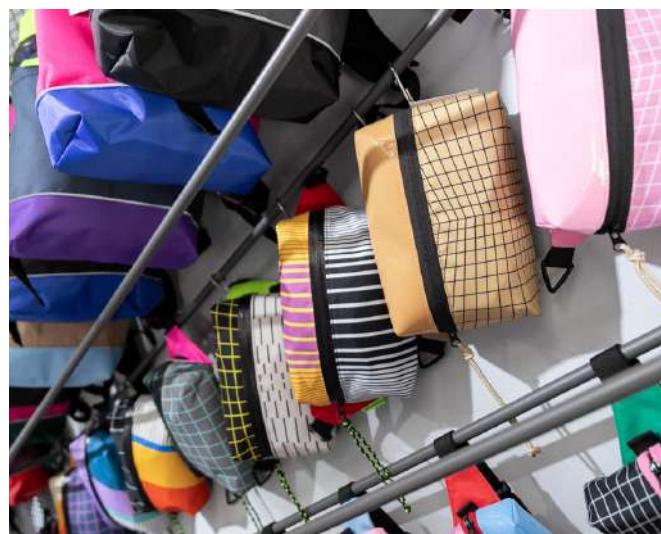
La marca de bolsos Fluorescencia se fundó oficialmente en 2012, cuando Camila Bersano instaló su primera tienda en Barrio Italia. Desde entonces, el proyecto ha realizado un largo camino y hoy cuenta con dos tiendas físicas y un portal online. La impresión digital ha formado parte sustancial del proceso creativo de esta marca, donde los estampados, diseñados por ella misma o mediante colaboraciones con otros artistas, la dotan de autenticidad.

**“La impresión digital estuvo casi desde siempre en mi proceso productivo. Cuando yo empecé, hace como 12 años, no se ocupaba mucho, pero yo sentí la necesidad de desarrollarla porque quería tener mis propios estampados. No quería trabajar con lo que había en el mercado porque sentía que me hacia menos única”, relata Camila.**

Así, la impresión textil se convirtió en la herramienta diferenciadora de Fluorescencia. Entre las ventajas de este proceso, la creadora de la marca destaca la posibilidad de trabajar con telas más amigables con el medioambiente o recicladas. Sumado a esto, comenta que “lo que encuentro inteligente es que en la dimensión de la tela puedo meter varios formatos, entonces todo va dimensionado para optimizar el material y que no sobre nada, casi no genero residuos”.

En un futuro, Camila espera que este proyecto se pueda aplicar a otros productos textiles: “Fluorescencia es como un lifestyle, siento que no puede quedarse solo en los bolsos, sino que podría migrar a otras áreas del textil como el vestuario por ejemplo”.

Así, la impresión digital hace de esta marca y su propuesta algo único. “Es una creación desde el inicio, desde la gráfica y los colores que usamos hasta el producto final. Hace que sea único, auténtico”, señala la diseñadora.



## VIVIANNE PÉREZ LEMAÎTRE, PENSAR EL ARTE COMO UN OBJETO DE MÁS DE UN USO

Gracias a la impresión, Vivianne Pérez Lemaître, más conocida como Vivianne Ilustra, ha podido desarrollar su creatividad desarrollando obras que no tienen límites. Su arte sobrepasa lo meramente ornamental para convertirse en un arte que se puede llevar, usar y compartir.

**“La impresión para mí ha sido algo fundamental en cuanto a mis procesos creativos, porque me ha permitido llevar mi obra de arte a distintas superficies. No solamente me ha ayudado a mí, sino que a muchos emprendedores y artistas que vivimos de esto. Es un puente que nos permite llevar nuestras obras de arte a distintas plataformas y de esta manera poder pasar de tener una obra de arte solamente estética a tener un producto que es útil”.**

Al momento de dar vida a sus obras, las técnicas preferidas para Vivianne son aquellas que pueden representar lo más fidedignamente sus creaciones, en materiales idealmente nobles, provocando un bajo impacto en el medio ambiente, por eso ha elegido complementar el uso del proceso de sublimación, con el de estampación digital directa. “Mi técnica preferida para estampar telas es la sublimación, que brinda la posibilidad de crear estampados sin límites de colores, ni de tamaño de rapport, y además tiene acabados de excelente calidad a un precio bien asequible. Otro tipo de impresión que me encanta es la estampación digital directa, ya que puedes trabajar con todo tipo de fibras textiles naturales, como el algodón o la seda, y conseguir una excelente calidad de estampado, como con la sublimación, pero con el valor agregado que son materiales más nobles y con procesos mucho más amigables con el medio ambiente. Lo mejor de ambas técnicas es que te permiten trabajar on demand y con pequeñas producciones”, detalla. “Para mí, la impresión ha cambiado el paradigma del arte”, finaliza.



## FAB CIRAOLO: PERFECCIÓN A TRAVÉS DE LA IMPRESIÓN

Fab Ciraolo es reconocido en todo el mundo por obras de arte que combinan técnicas digitales, con dibujos o pinturas hechas a mano, lo cual ha plasmado no solo en diferentes tipos de papeles, sino también en algunos formatos que incluyen murales y los más variados materiales. Este artista ha encontrado en la impresión el complemento perfecto para expandir su creatividad.

**“Mi trabajo es digital, entonces tenía que buscar la manera de poder expandirlo y llevarlo al 2D. Siempre me interesó los diferentes tipos de impresión, sin ser un maestro en el tema, pero ha sido más que nada por la necesidad de plasmar mis trabajos en ciertas superficies, siempre tratando de mantener un poco la esencia de la textura de los papeles y que no se vea algo tan digital”.**



Para él, la impresión es como un laboratorio con el cuál puede ampliar sus horizontes creativos y buscar la perfección. “Yo tengo mi propia impresora, una de doce tintas, carro ancho entonces puedo yo ser el impresor de mis propias cosas. Los colores me interesan, mis trabajos ocupan muchos filtros que hacen que mis obras tengan una cierta atmósfera y necesito que la reproducción de esa atmósfera sea perfecta, 100% exactamente lo que yo estoy viendo en la pantalla o incluso mejor.

Mi propuesta siempre ha sido, que cuando a un cliente le llega mi trabajo a sus manos, les llegue algo que supere sus expectativas en cuanto a impresión. Entonces, por ahí ha sido mi camino, un camino bastante sencillito. No soy un maestro en impresión, pero sí la he hecho parte de mi vida”. “Nunca me di cuenta que necesitaba hacer esto –aprender a imprimir–, siempre tuve super entendido que era lo que tenía que hacer y que era un tema que tenía al que debía darle importancia. Es tanto o más importante que mi proceso creativo, porque no sirve de nada tener todo ahí en carpetas si no puedes reproducirlo de manera perfecta”, finaliza.

# Lo que necesitas saber para *imprimir* una publicación

Aquí te explicamos todo lo que necesitas saber para obtener resultados de calidad, de la mano de los expertos de Salesianos, Andros y A Impresores.

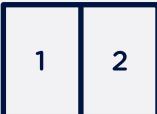
1



2



3



4



COUCHÉ



BOND



AHUESADO

## FORMATO

Lo primero es definir el formato de la publicación ¿Será un folleto, un catálogo, una revista? A partir de esto se toman decisiones respecto al tamaño, la orientación y el número de páginas.

## ORIENTACIÓN

**Apaisado:** en este caso el lado más largo irá hacia el costado. “Este formato se usa para publicaciones de fotografía”, acota Bella Santibañez, jefa de producción y finanzas en imprenta Andros.

**Vertical:** es el típico formato que se usa para los libros, donde el lado más largo irá siempre hacia arriba.

## NÚMERO DE PÁGINAS

“Uno de los errores más comunes es el de confundir el concepto de ‘hoja’ con ‘página’” nos comenta Michaela Schauerova, ejecutiva comercial de A Impresores. “**Una hoja de papel es igual a dos páginas, independientemente de si van o no impresas, entonces 100 hojas van a ser 200 páginas**”, explica.

## TIPO DE PAPEL

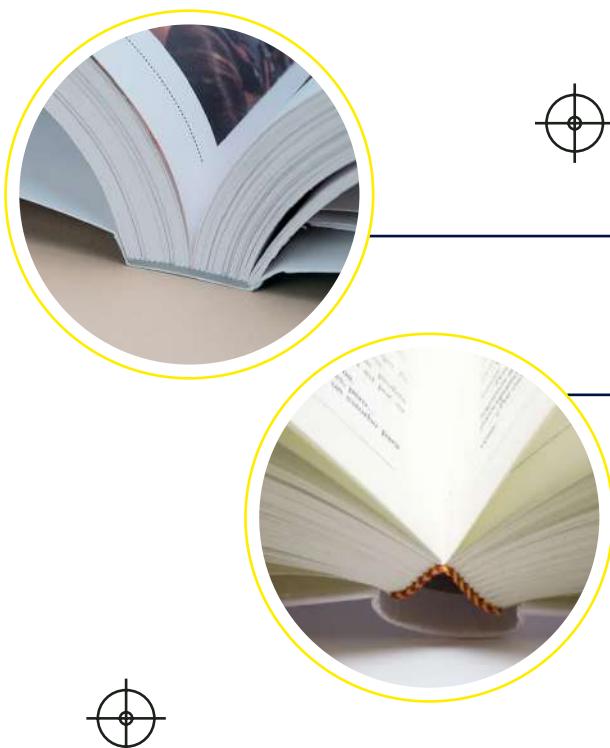
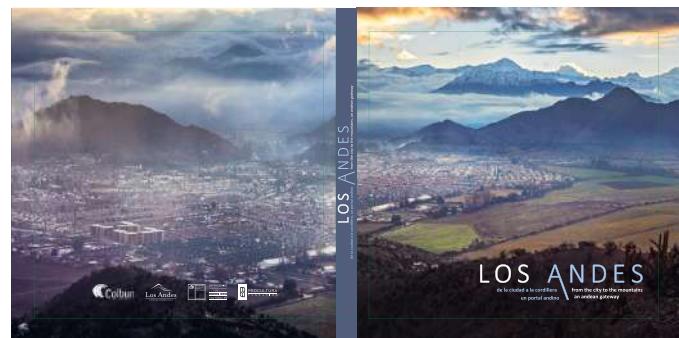
Existen distintos tipos de papel con diferentes gramajes, texturas y acabados. “**Para un libro de fotografía debes usar sin duda un papel couché, porque es brillante. Para texto, debiese ser un bond o un bond ahuesado**”, indica Andrea Muñoz, asesora comercial senior de Salesianos Impresores.



## FORMATO DE ENTREGA DE LOS ARCHIVOS

**Fotografía:** “Los formatos son JPG, TIFF o PSD y como referencia la resolución óptima son 300 pp, mínimo 220 megápxeles. Además, las fotos deben venir empaquetadas en una carpeta aparte”, comenta la jefa de producción de Andros. Por su parte, Andrea Muñoz, ejecutiva comercial de Salesianos Impresores, agrega que si deseamos mantener el color de una fotografía digital en impreso, se debe utilizar el formato CMYK. “Cuando un documento que viene en cuatro colores, se transforma de RGB a CMYK, cambian los colores rotundamente. RGB es un formato que sirve solamente para visualización de pantalla, por lo tanto se verán colores más brillantes. Al transformar a CMYK se pierde la intensidad del color”.

**Libros:** Durante la pandemia aumentó la tendencia de publicar libros. “Mucha gente comete el error de generarlos en PDF, este formato no sirve para impresión offset. La forma correcta de entregar un archivo es como editable, ya sea en documentos elaborados en InDesign, Illustrator o Photoshop”, aclara la especialista de Andros Impresores.



## ENCUADERNACIÓN

Es lo que une cada una de las hojas en una sola composición. Existen dos alternativas de encuadernación

**Hot melt:** “utiliza unos adhesivos muy potentes y flexibles, que permiten encuadernar libros de hasta 500 páginas”, explica la experta de Salesianos Impresores.

**Costura hilo:** aquí se cosen las hojas. “La costura tiene que ir en cuadernillos y se tiene que considerar que los cuadernillos deben ser de cuatro hojas, por lo que el número de páginas debe ser un múltiplo de cuatro”.

## TAPA

En cuanto a la tapa, **las opciones pueden ser rústica –como se le llama a la tapa ‘blanda’– o dura**. “A veces desean tapa ‘semidura’ y eso no existe”, nos comenta la experta de A Impresores.

# DUOC UC Y ASIMPRES

## creando puentes entre la educación y la industria

Asimpres colabora con Duoc UC en un proyecto que tiene como objetivo disminuir la brecha entre la formación que entrega la academia y las necesidades reales de los sectores productivos de la industria.

Actualmente, el proyecto se encuentra en una fase de investigación y análisis para identificar áreas ocupacionales, perfiles e instituciones claves para la formación de capital humano para la industria del Print and Pack.

Karen Schwartzman, subdirectora del área Gráfica de la Escuela Diseño de Duoc UC, explica que, a largo plazo, esperan que este proyecto ayude a desarrollar trayectorias formativas que se acomoden mejor a las necesidades del sector. Junto a ello, se busca certificar competencias que permitan “**disponer de empleos más calificados y optimizar los procesos productivos de la industria gráfica y del packaging**”.

La subdirectora relata que este proyecto nace a partir de la necesidad de que el sector académico entregue al mercado “profesionales con competencias y capacidades que respondan a las actuales necesidades del sector productivo, como también estar constantemente analizando tendencias futuras para formar la fuerza laboral que requerirá la sociedad del futuro”.

Esta idea se plantea como algo desafiante en un mundo donde la tecnología avanza a una vertiginosa velocidad, sin embargo, explica que “si logramos avanzar en un poblamiento de cualificaciones podremos, desde la academia, responder con la formación que necesitan tanto la industria productiva del sector gráfico como el área creativa del diseño y la comunicación visual”.



“Si logramos avanzar en un poblamiento de cualificaciones podremos, desde la academia, **responder con la formación que necesitan tanto la industria productiva del sector gráfico como el área creativa del diseño y la comunicación visual**”.



**Karen Schwartzman**  
Subdirectora del área  
Gráfica de la Escuela Diseño  
de Duoc UC

# LAS NOVEDADES DEL PREMIO THEOBALDO DE NIGRIS PARA 2023

Durante el 8, 9 y 10 de junio se celebrará en Buenos Aires la vigésima séptima edición del premio Theobaldo de Nigris. Este concurso, que tiene como objetivo reconocer la calidad de los productos gráficos hechos en Latinoamérica, trae novedades en su estructura.

El premio, organizada por Conlatingraf y Contacto Gráfico, incluirá este año nuevas categorías de premiación relacionadas, principalmente, con el packaging y flexografía.

Eduardo Carrera, director de Conlatingraf, explica que luego de la última versión de la premiación en Colombia durante 2021 **“se decidió hacer una reestructuración en cuanto a las categorías y reglamento para tener un premio más adecuado a las circunstancias”**.

Así, este 2023 el premio contará con más de 30 categorías relacionadas con distintas aristas de la industria del diseño y desde Conlatingraf esperan recibir más de 600 trabajos de todo el continente, los que serán evaluados en Paraguay.



## CÓMO PARTICIPAR

Los trabajos podrán ser enviados **HASTA EL 30 DE ABRIL** y durante la segunda semana de mayo el jurado, constituido por seis técnicos especializados y reconocidos en la industria, realizará la selección.

**Los premios serán entregados en Buenos Aires durante junio.**



**¡Participa aquí!**



[expografika.com/n/premiotheobaldo/](http://expografika.com/n/premiotheobaldo/)

# LA IMPORTANCIA DEL PACKAGING CERTIFICADO: **POR QUÉ DEBERÍAS FIJARTE EN LAS ETIQUETAS DE TUS PRODUCTOS**

Descubre por qué el packaging certificado es esencial para garantizar la sostenibilidad, seguridad y calidad de los productos que consumes.

El packaging es una parte fundamental del proceso de producción y distribución de productos. Sin embargo, no todos los envases son iguales. Los envases certificados aseguran que se cumplen ciertos procesos y criterios de calidad medioambiental y social.

Para Regina Massai, directora ejecutiva de FSC Chile, organización sin fines de lucro que vela por la promoción del manejo forestal responsable, esta certificación principalmente busca “que los procesos sean ambientalmente adecuados, socialmente beneficiosos y económicamente viables, que, como dice nuestro lema, nos permitan tener ‘Bosques para todos siempre’.



## PROCESOS NECESARIOS PARA OBTENER LA CERTIFICACIÓN

En primer lugar, la empresa debe demostrar que contribuye con una gestión responsable y sostenible de los recursos naturales. “Para cumplir con el estándar de cadena de custodia FSC, la empresa requiere introducir efectivamente ciertos procesos en su sistema de gestión, principalmente yo diría de carácter administrativo. En el caso del packaging, tiene que demostrar que la materia prima utilizada, fue adquirida de un proveedor certificado”, explica Massai.

**“Nosotros internamente, debemos corroborar que el documento que nos entrega el representante del papel, venga declarado que es cadena de custodia FSC”, nos comenta por su parte Patricio García, sub gerente de operaciones de Selecta envases y continúa, “esta cadena de custodia principalmente lo que cuida es que haya manejo responsable, de modo que no ocurran desastres medioambientales”.**

En cuanto al estándar de cadena de custodia, “se refiere a la trazabilidad desde el bosque hasta el producto final, asegurando que los productos de madera, papel y cartón, fueron elaborados por materias primas de bosques certificados bajo manejo responsable” agrega la ejecutiva de FSC y es que para poder cumplir con este estándar, los bosques certificados por FSC deben cumplir con reglas que incluyen exigencias legales, ambientales, así como también sociales. Así lo corrobora el sub gerente de operaciones de Selecta envases, comentando que “en las auditorías, revisan también que tú estés cumpliendo las directrices de la OIT, respecto a pago de sueldos, mano de obra infantil, libre asociación de las personas que trabajan en la empresa, los temas de seguridad que se cumplan, etc.”.

Así mismo, el packaging certificado es esencial para garantizar la seguridad alimentaria, de hecho existen certificaciones específicas que aseguran que los envases cumplen con los más altos estándares de higiene y calidad, evitando la contaminación o el deterioro de los productos envasados.

Para identificar el packaging certificado, los consumidores pueden fijarse en los sellos o etiquetas que se encuentran en el envase. Algunas de las certificaciones más comunes son: el sello FSC para materiales forestales sostenibles, el sello EU Ecolabel para productos respetuosos con el medio ambiente, el sello ISO 22000 para la seguridad alimentaria, y el sello BRCGS para la calidad y seguridad en la cadena de suministro.

“Es importante destacar que existe un consumidor cada vez más consciente, en relación precisamente con los atributos ambientales principalmente de los productos y en el caso de los productos de origen forestal, madera, papel y cartón, los estudios de mercado que han realizado FSC, el último fue el año 2021, demuestra una preocupación creciente de parte de los consumidores de que estos productos no contribuyan a la deforestación y que no dañen plantas y animales. También hay una preocupación creciente por los cambios climáticos”, finaliza la directora ejecutiva de FSC.



ESTA EDICIÓN FUE  
POSIBLE GRACIAS A:



## COLORPACK

Sustentable, reciclable y entretenidas: estas son las cualidades que exhiben los packaging de Color Pack, empresa que cuenta con numerosas certificaciones de sustentabilidad y producción limpia. Un ejemplo son los divertidos contenedores de alimentos diseñados para Pronto Copeo, con impermeabilizante en su interior y reciclables.



## AMF ETIQUETAS

Un estudio de Global Production Workflow Market Forecast, el mercado de la impresión a nivel global crecerá un 5,3% para 2025, generando ingresos por casi 4 millones de dólares. Desde AMF Etiquetas se encuentran preparados para este desafío con la más moderna tecnología.



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



## KOALA BOX

"No somos cajas, somos packaging Premium". Así se autodefine Koala Box. Uno de sus últimos trabajos es esta entretenida caja de tapa dura abatible en couché y con cierre de imán que realizaron para #venuebrandexperience y @netflixchile.



## DIMACOFI

Cada año, miles de piezas defectuosas de aparatos tecnológicos van a parar a los vertederos. Desde Dimacofi plantean la consigna "reducir los desechos es deber de todos", introduciendo un programa de reacondicionamiento de equipos que permite extender su vida útil.



## CMPC

"Nostalgias" y "Gatos Frazadas" son los títulos de los cuentos que se coronaron como primer y segundo lugar respectivamente en la oncava versión del concurso Biobío en 100 palabras. Puedes leer los cuentos ganadores la página web biobioen100palabras.cl



## DONNEBAUM

En Donnebaum te ayudan a realizar libretas, impresiones, estampados y muchos otros. Como para esta maravillosa libreta realizada para el emprendimiento @pedraza\_ilustración, Donnebaum te acompañará en todo el proceso de creación.



Conoce  
los cuentos ganadores  
de Biobío  
**en 100 palabras**



## IMPRIMARTE

Credenciales con excelentes terminaciones para tus eventos. Esa es la apuesta de los #kitidentificate que puedes encontrar en Imprimarte.



**AGFA**

Teléfono +56 2 2595 7600  
[www.agfa.cl](http://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](http://www.antalis.cl)

**AVERY DENNISON**

Mesa central +56 2 2898 8050  
[www.labelaverydennison.com](http://www.labelaverydennison.com)

**Canon**

Mesa central +56 2 2477 6100 / 800 470 855  
[www.canon.cl](http://www.canon.cl)

**EPSON**

Teléfono +56 2 2484 3400  
[www.epson.cl](http://www.epson.cl)

**dipisa**

Teléfono +56 2 2387 1000  
[www.dipisa.cl](http://www.dipisa.cl)

**cmpc**

**biopackaging** | **edipac**

Teléfono +56 2 2375 2400  
[www.edipac.cl](http://www.edipac.cl)

**HAGRAF**

Teléfono +56 2 2827 8000  
[www.hagraf.com](http://www.hagraf.com)

Búscalos en  
[www.asimpres.cl](http://www.asimpres.cl)



como Print & Pack Latam