

Print & Pack

Por:  ASIMPRES



**SOLUCIONES PARA
LAS PYMES**

La campaña de Two Sides contra el greenwashing

Mediante una campaña comunicacional, Two Sides propone educar a las empresas para que eliminen de sus discursos afirmaciones falsas relacionadas con la industria del papel. Kathi Rowzie, presidenta de Two Side North America, asegura que “**el papel es uno de los pocos productos en la tierra que tiene un ciclo de vida sostenible. Está hecho de un recurso natural infinitamente renovable y los productos de papel se reciclan más que cualquier otro material. Pero muchos consumidores creen que el**

papel es malo para el medio ambiente porque las organizaciones en las que confían se lo dicen”

Desde que comenzó la campaña, Two Sides North America ha identificado y eliminado miles casos de greenwashing relacionados con la industria del papel en Estados Unidos y Canadá y, actualmente, continúan trabajando para eliminar los mitos acerca de este material.



Industria del cartón redujo su huella de carbono en un 24%

Un estudio realizado para Pro Carton, la asociación europea de fabricantes de cartón reveló que la industria logró reducir su huella de carbono en un 24% desde 2018.

Este logro fue posible gracias a las mejoras en la eficiencia de los recursos durante el proceso de conversión y por las inversiones en eficiencia energética y fuentes de energía renovables que han realizado las fábricas de cartón.

Estos resultados demuestran que los envases de cartón, además de satisfacer y ser líder en las demandas de la economía circular a nivel mundial, tienen un rol clave en la transición hacia una economía baja en carbono.

THE FOOD TECH: Las tendencias de etiquetado que marcarán este 2023

Según el informe de Future of Packaging Long-term Strategic Forecasts to 2030 de Smithers, entre 2023 y 2024 el mercado de la impresión digital crecerá en un 11% a nivel global. Así, las tendencias en etiquetado que marcarán este 2023 están influenciadas por el cuidado del medioambiente y la sustentabilidad, además de una búsqueda por la originalidad de las etiquetas.

Aquí te contamos las 5 tendencias en etiquetado que marcarán el 2023:



- 1. Diseños minimalistas:** la búsqueda por etiquetas que comunican de forma más clara y efectiva, además de entregar elegancia al envase.
- 2. Colores neutros, figuras geométricas y fusión entre lo moderno y lo antiguo:** este formato de diseño transmite la idea de durabilidad.
- 3. Etiquetas personalizadas:** las ediciones personalizadas y limitadas dan la idea de que el producto es único.
- 4. Tecnología:** la introducción de Códigos QR, realidad aumentada y marcadores gráficos entrega a los consumidores la posibilidad de acceder a contenido extra, entregando información específica sobre el producto.
- 5. Imágenes y fotografías:** esta tendencia, un poco más tradicional, perdura en el tiempo por su gran capacidad comunicativa.

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 171

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.

LA RESPUESTA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA A LAS NECESIDADES DE LAS PYMES

La industria gráfica ha sido históricamente una fuerza clave en el apoyo y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en la región. En respuesta a sus necesidades ha evolucionado hacia una amplia gama de productos y servicios que son asequibles, flexibles y personalizados.

La industria gráfica latinoamericana ha demostrado ser altamente sensible a las necesidades de las pymes, ofreciendo una amplia variedad de servicios y soluciones personalizadas para satisfacer las demandas únicas de cada negocio.

En este aspecto, Marcela Lahosa, gerente general de Impresos Lahosa, destaca la labor de guía que ha debido afrontar la industria después de la explosión de pymes que se produjo tras la pandemia. "Nuestro objetivo ha sido ofrecer un abanico de posibilidades lo más estandarizadas posibles, pero con alto nivel de personalización, en tiradas cortas y medianas; de tal manera de lograr un material gráfico atractivo a un costo accesible. **En general las pymes no tienen tan claras las posibilidades que existen en la industria gráfica. Llegan con ideas, algo que les gustaría hacer, pero que no saben cuánto cuesta, no saben la materia- lidad, ni tampoco varios aspectos esenciales.** Nuestro trabajo entonces se ha enfocado en entregarles la orientación adecuada, acotando las diversas ideas en un producto que responda a los requerimientos prioritarios", explica.





FOCO EN LA ASESORÍA

Así mismo, la industria también ha debido avanzar en términos de servicios de consultoría y asesorías personalizados para pymes, ayudándoles a desarrollar estrategias de marketing y desarrollo gráfico que les permitan crear productos que se ajusten a sus necesidades y sobre todo a sus presupuestos.

Así lo destaca el gerente comercial de SCM, Juan Carlos Urruticoechea, cuando dice que “los emprendedores o las nuevas pymes empiezan por lo general desde cero y es muy importante asesorarles desde que hacen el empaque, ya que es lo que a futuro se va a convertir en su producto de producción y sus costos definitivos. Si ellos desde el principio hacen las cosas correctamente y hacen las inversiones que tienen que hacer de la forma en la que un experto les va a indicar, al final, cuando el negocio esté andando, podrán ahorrar bastante dinero. Es primordial darles esa ayuda”, afirma.

Para Ignacio González Uribe, Gerente General de Colorpack, la principal labor que cumplen ante las pymes es el acompañamiento en diseño, desarrollo y producción de packaging “Generalmente, los actores en este mercado, reconocen que el valor del packaging es fundamental como herramienta de marketing, sin embargo, desconocen algunos factores claves como, materialidades, diseños y formas, almacenamiento, cantidades a producir y la variable más relevante precio-calidad. Todos estos elementos son parte de la ayuda y asesoría que brindamos a nuestros clientes pymes. Para cumplir con estos desafíos, hemos profesionalizado aún más nuestros procesos y nuestras inversiones en las áreas de investigación y desarrollo”, detalla.

“Para cumplir con estos desafíos, hemos profesionalizado aún más nuestros procesos y nuestras inversiones en las áreas de investigación y desarrollo”.

Ignacio González Uribe,
Gerente General de Colorpack

Adaptabilidad: FACTOR CLAVE EN ESTE SEGMENTO

Otro factor en la respuesta de la industria gráfica a las necesidades de las pymes es la adaptabilidad. Es así como por ejemplo en Lahosa, han optado por la ofrecer una solución de pago más manejable, “Lo que a nosotros nos sirvió mucho, fue ofrecer flexibilidad de pago a través del sistema Webpay, de este modo las pymes pueden mensualizar el gasto y conservar un flujo” comenta su gerente general.

“Nuestro objetivo ha sido ofrecer un abanico de posibilidades lo más estandarizadas posibles, pero con alto nivel de personalización, en tiradas cortas y medianas; de tal manera de lograr un material gráfico atractivo a un costo accesible”.

Marcela Lahosa, gerente general de Impresos Lahosa





“Nosotros estamos cumpliendo con toda la normativa medio ambiental en la producción de packaging, lo que nos ha obligado a investigar e innovar, desarrollando soluciones que permitan a las pymes manejar envases más amigables con el medio ambiente”.

Juan Carlos Urruticoechea,
gerente comercial de SCM

En tanto, SCM destaca por la flexibilidad con la que cuentan en cuanto a desarrollo de elementos gráficos. “El ideal es que cada pyme llegue con sus diseños, pero si no los tienen, por supuesto que nosotros podemos asesorarlos. La idea es adaptarse para poder ayudarlos lo mejor que se pueda en sus requerimientos, aunque nosotros no somos diseñadores, pero le damos esa posibilidad”.

Por otra parte el ejecutivo de Colorpack, recalca la importancia de la asesoría permanente, tanto en funcionalidades de los productos, como en el cumplimiento de normativas legales medio ambientales. “La industria gráfica tiene un rol preponderante en el desarrollo de nuevos productos eco-friendly, considerando aspectos de sustentabilidad, reciclaje, compostabilidad y que no sean nocivos para la salud humana. Nosotros estamos cumpliendo con toda la normativa medio ambiental en la producción de packaging, lo que nos ha obligado a investigar e innovar, desarrollando soluciones que permitan a las pymes manejar envases más amigables con el medio ambiente y que sirvan también, como una eficiente herramienta de marketing”, finaliza.

ONE STOP: TODOS LOS SERVICIOS GRÁFICOS EN UN SOLO LUGAR

La consolidación de los servicios One Stop se presenta como una solución efectiva para las pymes latinoamericanas, ya que a través de este modelo de servicio pueden ahorrar tiempo, dinero, garantizar la calidad de sus productos, así como también cuidar de su imagen de marca.

Las pymes enfrentan una variedad de desafíos, siendo uno de los más importantes el destacarse en un mercado cada vez más saturado, por eso es esencial para ellas ofrecer productos de alta calidad y atractivos para los clientes, así como también ahorrar en tiempo y dinero, por lo que la oportunidad de trabajar todos los servicios gráficos en una sola empresa, es una solución efectiva para ellos.

A continuación los especialistas de Donnebaum y Feyser nos cuentan sobre la utilidad de los servicios One Stop.



PRINCIPALES BENEFICIOS

AHORRO DE TIEMPO:

No es necesario buscar proveedores diferentes para cada servicio, ni coordinar diferentes entregas y tiempos de producción.

“Todo lo que hacemos en Donnebaum es digital, es decir, si una persona quiere imprimir un libro en 30 minutos, lo podemos hacer. Con la tecnología digital, ya no necesitas mandar a hacer matrices, ni nada”, comenta Pedro Pablo Valenzuela, gerente general de la compañía.



AHORRO DE DINERO:

Los proveedores ofrecen precios más competitivos cuando se trabaja con ellos en proyectos integrales, en lugar de contratarlos por separado. Además, se evita el costo de la coordinación y gestión de diferentes proveedores.

En este sentido, Juan Carlos Loaiza, ejecutivo de ventas en Feyser Impresiones, comenta que **“Las pymes generalmente llegan con sus ideas y necesitan asesoría, acá los ayudamos a buscar lo mejor, lo más económico también, porque el tema económico es muy relevante para ellos”**.



MAYOR CALIDAD:

El proveedor se encarga de todos los aspectos del proyecto, desde la asesoría en materiales y diseño hasta la impresión y elaboración de packaging, lo que permite mantener un control de calidad más riguroso y garantizar la coherencia en el resultado final.

Loaiza indica que **“En Feyser apostamos por maquinaria que cumple con todos los estándares de calidad necesarios para que al momento de asesorar a una pyme, el resultado final sea siempre el que se acordó”**, comenta el ejecutivo de Feyser, mientras que el gerente general de Donnebaum agrega **“gracias a este tipo de servicio, las pymes pueden optar a las mismas calidades que se ofrecen a grandes empresas, debido a que utilizamos exactamente la misma tecnología digital para hacer todos nuestros trabajos”**.

Imprimir en la era digital: EL NEWSLETTER QUE PASÓ DEL MAIL AL PAPEL

En un contexto donde lo digital parece haber vencido a lo análogo, hay quienes desafían esta creencia y buscan mantener vivo lo físico. Entre ellos se encuentra Fintualist, medio que conmemoró sus 100 boletines digitales mediante una edición especial impresa que alcanzó las 8.000 copias.

La revista Fintualist, parte de la empresa administradora de fondos Fintual, celebró las 100 ediciones de su newsletter de una manera peculiar: imprimiendo 8.000 ejemplares de una edición especial. Impresa en papel reciclado de Condorito, la revista se repartió entre cafés, universidades y suscriptores.

La decisión de imprimir 8.000 copias de una revista en una época donde lo digital parece permear el día a día y lo impreso es cada vez menos común podría parecer confusa. Sin embargo, según datos publicados por Condé Nast, editor de Vogue, The New Yorker, Wired y otros medios estadounidenses impresos, las suscripciones a estos medios se duplicaron durante el año 2020. La empresa señaló que los lectores, cada vez más, “optan por dedicar su tiempo a revistas impresas de alta calidad”.

En este contexto, Patricio Sullivan, editor de Fintualist explica que “nosotros creemos que lo impreso no tiene por qué desaparecer. El libro, la imprenta, es una tecnología que ha transmitido conocimiento e información desde hace más de 500 años y toda esta idea de que lo digital reemplaza a lo analógico no nos parece tan cierta. No me parece solo una moda hipster sino que lo físico tiene un espacio en la vida de las personas todavía”.

“El libro, la imprenta, es una tecnología que ha transmitido conocimiento e información desde hace más de 500 años y toda esta idea de que lo digital reemplaza a lo analógico no nos parece tan cierta”.



El editor relata que siempre le llamó la atención “que todo el mundo creyera que lo digital se iba a llevar por delante lo impreso, cuando en realidad es todo lo contrario. La venta de libros impresos sigue siendo igual de alta que los libros digitales”. Según datos de Statista, en la mayoría de los países los consumidores de libros se dividen equitativamente entre quienes prefieren leer libros físicos y quienes prefieren eBooks. En Chile, por ejemplo, un 44% prefiere el formato tradicional en comparación a un 38% que elige el digital.

En esta línea, Patricio Sullivan explica que “**el mundo de lo digital es muy rápido, muy eficiente, lo cual está bien, pero la materialidad de las cosas tiene otros tiempos, te da cosas súper buenas e interesantes que lo digital no te da. Entonces nos pareció interesante imprimir la revista**”.

Además, agrega, “la respuesta del público ha sido increíble, lo cual demuestra las ganas que tiene la gente de relacionarse con las empresas o compañías a través de objetos físicos, de contenido que sea palpable, que pueda llevarse a otros lados, que sea bonito y que tenga un diseño interesante”.

Actualmente, y ante la buena respuesta de los lectores, Fintualist está alistando los planes para publicar una edición impresa en México y, posteriormente, esperan poder repetir semestralmente este hito tanto en Chile como México.

“La respuesta del público ha sido increíble, lo cual demuestra las ganas que tiene la gente de relacionarse con las empresas o compañías a través de objetos físicos, de contenido que sea palpable, que pueda llevarse a otros lados, que sea bonito y que tenga un diseño interesante”.

Patricio Sullivan
Editor de Fintualist



PARA POTENCIAR TU NEGOCIO: CONOCE LOS DETALLES DEL CICLO DE CHARLAS “DIGITALÍZATE” DE ASIMPRES

Entre el 8 y 29 marzo se llevó a cabo el ciclo de charlas “Digitalízate”, organizado por Asimpres junto a AGUDI y dirigido a los socios de la industria de impresión latinoamericana. Los expertos invitados abordaron las principales temáticas de transformación digital, tales como ciberseguridad, e-commerce, inteligencia artificial y redes sociales.



¿CÓMO FRENAR LAS CIBERAMENAZAS?

D[0x] AGENDA

The agenda slide is titled "D[0x] AGENDA". It features three main sections: "INGENIERÍA SOCIAL" (Social Engineering) with sub-topics "Introducción", "Tipos de Ataques de Ingeniería Social", and "¿Cómo defendernos?"; "¿CÓMO SE ATACAN LAS EMPRESAS?" (How Companies are Attacked) with sub-topics "Ataques Aplicativos", "Riesgos", "Tipos de Ataques", and "Tipos de Atacantes"; and "MEDIDAS DE PROTECCIÓN" (Protection Measures) with sub-topics "¿Qué hacer?", "Precauciones", and "Medidas Empresariales". A small note at the bottom right says "INFORMACIÓN CONFIDENCIAL".

HAZ CLICK EN LA IMAGEN PARA VER LA CHARLA

Con esta charla se dio inicio al ciclo y fue presentada por Francisco Duarte, líder de planificación, proyectos y nuevas tecnologías en DevelROX, una de las principales empresas de servicios de seguridad de la información de Chile. Durante la exposición el experto abordó temáticas relacionadas con la ciberseguridad, ingeniería social y entregó consejos, tanto para empresas como para individuos, para evitar ser víctima de ataques cibernéticos. Así, el ingeniero informático entregó cinco consejos para defenderse de ciberamenazas:

1. Ser consciente de que la ingeniería social ocurre siempre y en todos lados.
2. Establecer una cultura de seguridad transversal al interior de las empresas.
3. Generar políticas claras sobre cómo utilizar correctamente los espacios de trabajo.
4. Implementar controles de acceso constantemente.
5. Realizar ejercicios periódicos de concientización al personal.

Además, el experto recomendó la actualización constante de softwares de seguridad, realizar copias de seguridad regularmente y capacitar a los empleados sobre la seguridad informática.

E-COMERCIALÍZATE

HAZ CLICK EN LA
IMAGEN PARA VER
LA CHARLA



La segunda charla fue realizada por Juan Pablo Gallegos, máster en marketing digital y líder del área comercial de TheKickss Company, empresa de creación de e-Commerce y programas de ventas. Durante la presentación, el también publicista entregó directrices y claves para quienes buscan convertirse al mundo del comercio digital. Para el caso del rubro de la impresión, el experto en marketing utilizó la sigla "D-COM" para entregar algunas directrices.



En primer lugar, el “**Diseño**” cobra una relevancia especial en el mundo digital.



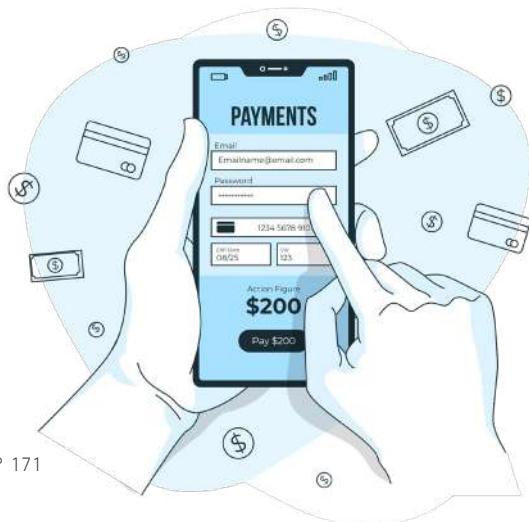
En segundo lugar, el “**Contenido**” podrá demostrarle al cliente que la marca resuelve sus problemas mediante un mensaje claro, simple e intuitivo.



En tercer lugar, es importante entregar la mayor cantidad de “**Opciones**” posibles al cliente mediante la personalización.



Por último, el “**Marketing**” es clave para mantener a flote el negocio aplicando herramientas como Google Analytics, estar en Meta y el e-mail marketing.



Por otro lado, el charlista entregó tres elementos claves para tener un ecommerce exitoso: conocer al cliente, mostrar productos y servicios como la solución a sus problemas, y, por último, ayudar al cliente a encontrar lo que necesita mediante una experiencia de usuario fácil.

¿QUÉ ES LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y CÓMO SACAR EL MEJOR PROVECHO DE ELLA?

La tercera charla del ciclo fue realizada por el especialista en inteligencia artificial Luis Sepúlveda, CEO de Alaya Digital Solutions, tecnológica con experiencia en temas de creación y desarrollo de soluciones digitales a nivel nacional e internacional.

Sepúlveda explicó que si una empresa realmente quiere realizar una migración hacia la transformación digital y mantenerse a flote son cinco factores los que se deben cambiar: política, estrategia, procesos, tecnología, organización y cultura de la empresa. Junto a ello el experto mencionó las áreas en las que la inteligencia artificial puede potenciar el negocio en el sector manufactura:



FORECASTING, donde la tecnología puede ayudar a predecir la demanda.

PLANIFICACIÓN PREDICTIVA para organizar de manera más óptima y eficiente la producción.

DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA para determinar los métodos de entrega óptima mediante el uso de inteligencia artificial.

Los negocios hoy ...

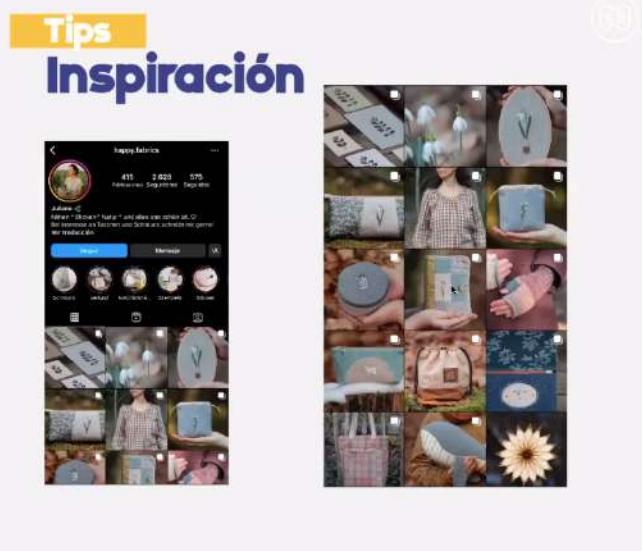
Your CEO Wants Three Things

Prioridad	Porcentaje	Detalles
Growth	53%	CEOs que dicen que es su prioridad empresarial principal
Digital Transformation	82%	CEOs con una iniciativa de transformación digital
Business Model Change	86%	CEOs que planean cambiar su modelo de negocio para 2021

HAZ CLICK EN LA IMAGEN PARA VER LA CHARLA

POTENCIA TU PRESENCIA EN REDES SOCIALES

HAZ CLICK EN LA
IMAGEN PARA VER
LA CHARLA



La cuarta y última charla del ciclo organizado por Asimpres fue realizada por Diana González, especialista de la agencia Innata Media con más de 10 años de experiencia en redes sociales. La charlista entregó recomendaciones para sacarle partido a la presencia digital de las marcas:

- 1.
- 2.
- 3.

Elegir metas de marketing en redes sociales que se alineen a tus objetivos comerciales.

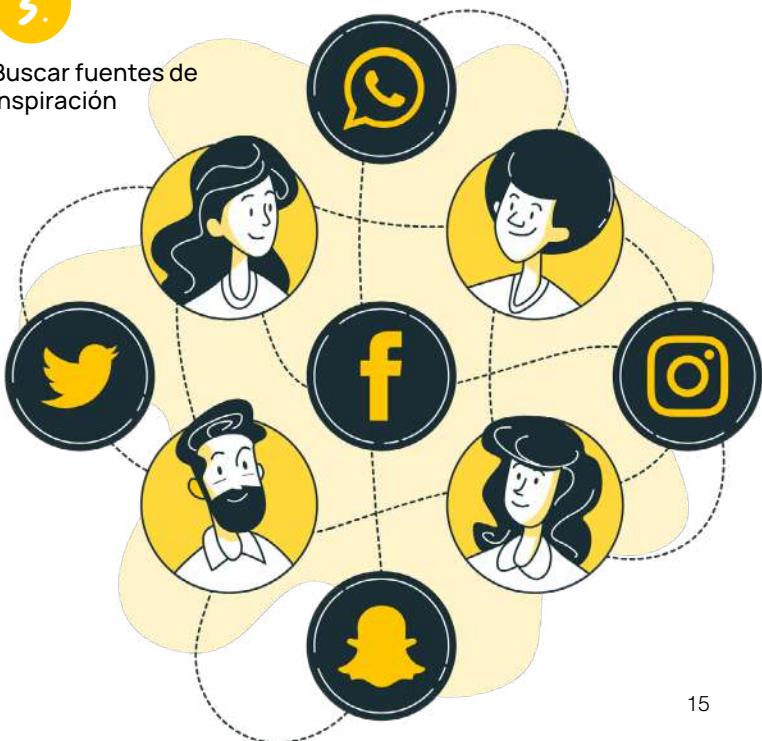
Aprender sobre tu audiencia y tu competencia.

Buscar fuentes de inspiración

- 4.
- 5.

Monitorear constantemente el desempeño y ajustar las estrategias de marketing según sea necesario.

Configurar correctamente las cuentas y perfiles de las redes sociales de tu negocio, aprovechando las herramientas que entrega cada red social.



MICROGEO

SOLUCIONES PARA IMPRESIÓN SOSTENIBLE DE GRAN FORMATO

Durante los últimos años, la preferencia de los clientes por productos sustentables ha aumentado exponencialmente y la industria de la impresión no es la excepción. Alberto Merino, gerente general de Microgeo, explica que “antes de que llegara la pandemia, recibíamos consultas esporádicamente por impresión sostenible. Ahora obtenemos al menos una al día. El mundo, al parecer, se ha despertado a la impresión sostenible de gran formato”.

Ante la creciente demanda por productos sustentables, las diversas industrias han emprendido una búsqueda de soluciones amigables con el medio ambiente. Microgeo, empresa experta en implementar herramientas de diseño e impresión en gran formato, es una de las tantas del rubro que se ha sumado a esta búsqueda.



BIODEGRADABLES COMO UNA HOJA DE ÁRBOL

Así, desde Microgeo comenzaron una búsqueda de nuevas tecnologías de impresión amigables con el medio ambiente, llegando hasta la tinta de látex de la marca HP. Esta tinta, explica Merino, es una de las más ecológicas del mercado al estar compuesta hasta en un 70% de agua. **“El látex también es completamente biodegradable, lo que ocurre incluso antes cuando se expone a la luz solar. Dadas las condiciones adecuadas, el látex puede biodegradarse aproximadamente al mismo ritmo que una hoja de un árbol, en seis meses aproximadamente”**, explica el gerente general de Microgeo.



Merino asegura que desde Microgeo la búsqueda por productos sustentables continúa: “Estamos convencidos que podemos jugar un rol importante mejorando la sustentabilidad de nuestra oferta. Vamos a seguir ampliando el portafolio de productos reciclables y amigables con el medioambiente, privilegiando soluciones que sean biodegradables y que tengan un bajo nivel de impacto con su huella de carbono. También estamos privilegiando el concepto de productos PVC Free y productos en base a materiales reciclados. Adicionalmente estamos en la búsqueda de nuevas opciones de equipamientos sustentables que tengan un proceso de fabricación con bajo impacto, así como insumos y tintas sustentables”, finaliza.



“Otro beneficio de la tinta de látex sobre el solvente es que no emite COV peligrosos –compuestos orgánicos volátiles–, gases u olores que son dañinos para el medio ambiente. **Esto significa que la impresión de látex se puede realizar sin ningún tipo de ventilación o extracción de aire, y es seguro instalarla en entornos interiores.** Las tintas de látex también están certificadas por UL Ecologo y UL Greenguard Gold”.

Alberto Merino,
Gerente general de Microgeo.

ESTA EDICIÓN FUE
POSIBLE GRACIAS A:



S-KAPPA

ANTALIS



Con S-kappa podrás entregar rigidez, calidad y estilo a tus ventas. Este producto de Antalis es perfecto para paneles grandes, display, cajas, embalajes y muchos otros.



FENIX PRINT



Mediante la implementación de divertidas gráficas en vitrinas, espacios comerciales y oficinas, Fenix Print lleva la visibilidad de tu marca al siguiente nivel.



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



IGOSPEL



Este divertido big boy publicitario realizado por Igospel puede ser lo que tu negocio necesita. Con soporte metálico y gráfica de impresión UV de alta duración, puedes entregarle un toque único a tu espacio de venta.



FEYSER



Las nuevas etiquetas de Feyser son perfectas para quienes buscan entregar un toque natural y ecológico a sus productos. Realizado a base de papel kraft, estas etiquetas son reciclables y perfectas para impresiones de tirajes cortos y largos.



LAHOSA



Branding y el packaging combinados correctamente pueden convertirse en una herramienta muy efectiva a la hora de crear una marca. Lahosa puede ayudarte a lograr tus objetivos.



MICROGEO



De rápido secado, gama superior de color y una excelente durabilidad, la tinta Nutec es idea para tus impresiones. Al ser un producto sin agentes contaminantes, es perfecto si buscas hacer de tus productos algo sustentable.



PROCOLOR



Autenticidad, conexión y simpatía son los consejos de Procolor para crear un branding único y efectivo.



Cómo mejorar tu branding

AGFA

Teléfono +56 2 2595 7600
www.agfa.cl

antalis
Just ask Antalis

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

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
Un mundo en papel

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