

Print & Pack

Por:  ASIMPRES





Pack It, dando una vida más sostenible a las beauty box

A nivel mundial, son múltiples las opciones de suscripción mensual a productos. Una de las más populares son las cajas de belleza. Las beauty box llegan a la puerta de tu casa con novedosos productos que van desde cremas, maquillaje, hasta perfumes. Sin embargo, muchos de estos productos incluyen plásticos por lo que se hace necesario buscar alternativas más sustentables.

En este episodio del programa Pack It! de How Life Unfolds, buscan repensar los packaging de shampoos y jabones, para ofrecer alternativas de buen diseño basadas 100% en papel. En esta edición, dos diseñadoras compiten por crear el mejor packaging siendo evaluadas en tres categorías: reciclabilidad, innovación y seguridad del producto.

¡MIRA EL PROGRAMA!

Conoce a los ganadores de los “Oscars de papel”

La 79.ª competencia anual de empaques de cartón de papel de Norteamérica, organizado por el Consejo de Empaques de Cartón (PPC) celebró a los mejores diseños de packaging rígido y plegable del año 2022. Los ganadores han sido evaluados bajo los parámetros: experiencia de usuario, versatilidad y sostenibilidad de los diseños participantes. Dentro de los ganadores se ha incluido una caja de pasta dental de marca Colgate que se transforma en un caleidoscopio, así como también un empaque realizado para la Red Bull enfocado en la experiencia de usuario. Se destacaron también algunos diseños por la utilización de técnicas de impresión y color sobresaliente, como La caja una caja realizada con impresión digital de superposición de Bath and Body Works, así como también una caja de whisky impresa en lámina fría que se ha utilizado junto a un barniz táctil, para entregar efectos táctiles.



Two Sides te invita al evento: Envase de papel, la elección natural

Si quieres conocer los atributos sostenibles fundamentales de los envases de papel y cartón el evento digital “Embalaje de papel, la elección natural”, es para ti.

En esta tercera edición, que se llevará a cabo 100% en línea (vía Zoom), contará con la participación de oradores internacionales y traducción al inglés y español para un alcance de audiencia mundial.

El tema a tratar será **“Tecnología e innovación al servicio de la sostenibilidad”**, el cuál busca entregar una amplia mirada del importante papel que deben jugar los envases y empaques de fibra celulósica.



¿CUÁNDO?
29 DE JUNIO

HORARIO
9:30 A 11:30 AM.

Si quieres sumarte a este
evento, ingresa al código QR



¡REVISAS LAS FOTOS DEL EVENTO!

Día de la sustentabilidad BY KURZ

Este 6 de junio Kurz celebró el “Día de la Sustentabilidad, Embellecimiento e Innovación”. Durante el evento se llevaron a cabo las charlas: **Embellecimiento Sustentable; Tecnología de metalización amigable; Digital Metal; Etiquetado Responsable; y Ley Rep: Packaging comprometido con el medio ambiente.**

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 172



Coordinación editorial: Natalia Ramos | 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.

17 AÑOS

MEDIOS ASIMPRES

CON LA LABOR DE INFORMAR EN TODOS SUS FORMATOS

Fue en mayo de 2006 que se publicó la primera edición del periódico “Impresiones del Mundo Gráfico”, un primer medio de Asimpres que desde sus orígenes y hasta hoy, cumple con la misión de entregar la más importante y fidedigna información del multifacético círculo gráfico.



Hace 17 años atrás que se publicó la primera edición del primer medio de comunicación de Asimpres, “Impresiones del Mundo Gráfico”, el cuál nació con el fin de **“informar a la industria gráfica y a personas y empresas relacionadas, lo que sucede con nuestra industria, en Chile y el mundo. También, la idea es comunicar las innovaciones tecnológicas y todo lo relacionado con la sustentabilidad”**, nos comenta Rodrigo León, presidente de la Asociación de Industriales

Gráficos de Chile, Asimpres y continúa: “siempre preocupados que la fuente de la información sea fidedigna, por eso hemos tomado el papel de canal oficial para informar acerca de nuevas tecnologías, materialidades o certificaciones. Queremos que las personas que nos leen, tengan la tranquilidad que cuentan con la información correcta y de primera fuente”.



Si bien en sus inicios y por 14 años, este periódico fue entregado de mano en mano, debido a su carácter impreso, con la llegada de la pandemia en 2020, se debió repensar la forma de comunicar, ya que este hito mundial cambió la forma en que vivíamos, en la que nos movíamos y en la que nos comunicábamos, “Las personas esperaban con gran interés el periódico, siempre muy interesados en los avances del mundo de la impresión, pero la pandemia trajo consigo el cambio de muchos hábitos”, detalla el ejecutivo y añade “entonces tuvimos que reemplazar nuestro tradicional diario ‘Impresiones’ por los medios digitales y redes sociales. La pandemia ha sido el periodo de mayor necesidad de comunicar oportunamente a nuestros socios y empresas relacionadas, sobre las normas que impuso la autoridad cada semana, según los avances de los contagios”.

La decisión de pasar del diario impreso al digital no fue fácil, pero finalmente se valoró la versatilidad y rapidez que permiten los medios digitales, “En un inicio, tuvimos algunos cuestionamientos a utilizar los medios digitales, pero era la única opción que teníamos, así que tuvimos que adoptarlo y hoy día hemos visto las virtudes que tienen estos medios, que nos permiten comunicar cosas muy rápidamente, sobre todo informaciones de último minuto. Por otra parte, los medios tradicionales tienen otras cualidades muy interesantes, por eso es que hoy en día ambos medios se combinan perfectamente”, recalca.

Es así y en una continua renovación es que en noviembre de 2021, se decide cambiar la imagen y nombre del medio por “Print & Pack”, ello principalmente respondiendo a un mundo que ha cambiado. Para León, este cambio es solo una forma de englobar de mejor manera al mundo gráfico, aunque el alma del medio sigue siendo la misma: “siempre atentos a buscar y publicar información relevante, la que es muy valorada y agradecida por los distintos socios de Asimpres y no solo los socios, llegamos mucho más allá de nuestros socios, por eso el fin de nuestro medio nunca se va a perder, porque las personas lo valoran y esto es lo más importante”.

COMUNICACIÓN VISUAL: INNOVACIÓN Y RENACIMIENTO

La pandemia tuvo un impacto significativo en diversos sectores de la economía, y la industria de la comunicación visual no ha sido la excepción ¿Cómo ha evolucionado ésta tras ese impacto? A través de innovación y el surgimiento de nuevos formatos y alternativas.

Tras las restricciones impuestas por la crisis sanitaria, hubo áreas de la industria que se vieron más afectadas, ese es el caso de los grandes formatos en comunicación visual, así lo comenta Ignacio Ruiz-Tagle, socio gerente en Croma, “En los últimos años, la tendencia en grandes formatos ha sido a la baja, los sustratos progresivamente se han ido trasladando a pantallas Led, en especial en el retail y outdoor, donde se ha ido masificando, bajando los costos considerablemente. Lo que ha aumentado el volumen, es el packaging, esto debido al aumento de la venta, principalmente motivada por canales digitales. Este segmento de venta, necesita cajas impresas para el despacho de sus productos, lo que hace ver que el crecimiento de esta industria va por este canal, pero no reemplaza 100% la disminución del gran formato”.



“En los últimos años, la tendencia en grandes formatos ha sido a la baja, los sustratos progresivamente se han ido trasladando a pantallas Led, en especial en el retail y outdoor, donde se ha ido masificando, bajando los costos considerablemente.”

Ignacio Ruiz-Tagle
Socio gerente de Croma



Tal como lo afirma el ejecutivo de Croma, la caída del gran formato ha dado espacio a otros productos, así también nos lo comenta Sebastián Ilabaca, director en FenixPrint, “Durante y después de la pandemia, estábamos en un proyecto de producir material POP para trade marketing, utilizado por retail. Hacíamos exhibidores impresos, flejeras, etc., todos elementos donde las marcas muestran sus productos en los supermercados. Ellos mantuvieron la necesidad de seguir mostrando, porque son productos básicos. Aunque la gente iba poco a comprar o más limitado, de todas maneras iba, entonces a nosotros nos seguían pidiendo material publicitario de POP”.

Para los especialistas de Dibco, si bien sintieron los efectos de la pandemia por algunos meses, esto les permitió expandir su negocio hacia áreas que les han traído muy buenos resultados, así lo relata José Ignacio Dib, gerente general de la compañía: “Hemos traído productos nuevos, con medidas nuevas, en algunos casos

estamos ofreciendo colores distintos, para poder ampliar un poco el mix. Además, hace uno o dos años, hemos estado trayendo un adhesivo y laminado libres de PVC y otros tipos de cartón y cartulinas. También hemos logrado diversificar a otras áreas como la sublimación, la transferencia térmica y la ropa corporativa, donde ya llevamos tres años en el mercado y hace dos meses y medio abrimos una tienda en Patronato”.

“Durante y después de la pandemia, estábamos en un proyecto de producir material POP para trade marketing, utilizado por retail (...) Ellos mantuvieron la necesidad de seguir mostrando, porque son productos básicos”

Sebastián Ilabaca
Director de FenixPrint



Sustentabilidad E INNOVACIÓN, LA CLAVE:

Durante los últimos años, uno de los temas que se ha robado las miradas y no solo en la industria gráfica, es la sustentabilidad, algo que ha puesto a prueba la capacidad de las compañías de entregar alternativas a producciones más eficientes o productos que contribuyan con ella.

Por parte de Dibco, nos comenta su gerente general: “Estamos desarrollando algunas cosas sustentables, que no te puedo comentar exactamente lo que es, porque están en revisión. Además siempre estamos viajando a Estados Unidos o a Europa para poder ir a conocer las cosas nuevas que hayan en el mercado, de hecho me voy esta semana a una feria y una de mis prioridades es ir a ver soluciones sustentables”.



“Hemos traído productos nuevos, con medidas nuevas, en algunos casos estamos ofreciendo colores distintos, para poder ampliar un poco el mix”.

José Ignacio Dib
Gerente general de Dibco

Hemos visto en los últimos años cómo la innovación ha ayudado enormemente en cuanto a sustentabilidad, y esta es precisamente la herramienta que ha encontrado Disec, a través de Fenixprint, “La creación de FenixPrint nos ha permitido pensar en productos innovadores. Recientemente, sacamos uno, que lo lanzamos con Embonor, Coca Cola, que es un exhibidor para supermercado, fabricado en base a placas de Tetra Pack, que es un material sustentable, ecológico”.

Para el ejecutivo de Croma, si bien hemos avanzado en el ámbito de la sustentabilidad, ya que “hay algunas empresas multinacionales

en el mercado chileno que están comenzando a exigir certificaciones de sustentabilidad para los materiales utilizados en sus campañas”, mientras no exista una política de estado que promueva el uso de materiales sustentables en la comunicación visual, el avance en este aspecto será lento. “Esto se debe a que los sustratos con certificación sustentable tienen un mayor costo en comparación con los tradicionales, un costo que muchos clientes no están dispuestos a asumir”, finaliza.

“Hay algunas empresas multinacionales en el mercado chileno que están comenzando a exigir certificaciones de sustentabilidad para los materiales utilizados en sus campañas”, mientras no exista una política de estado que promueva el uso de materiales sustentables en la comunicación visual, el avance en este aspecto será lento.

Ignacio Ruiz-Tagle
Socio gerente de Croma



IMPRESIÓN: SUMERGIDOS EN LA PERSONALIZACIÓN Y LA SUSTENTABILIDAD

La industria de la impresión ha experimentado un cambio significativo en los últimos años gracias a los avances en la tecnología. Esta innovación ha permitido una transformación radical en la forma en que se diseñan y producen los productos, al tiempo que contribuye a la sostenibilidad ambiental.

La impresión, tanto en su versión offset como digital, ha abierto un mundo de posibilidades en términos de diseño, personalización y producción eficiente. Por ejemplo, en términos textiles, la sublimación o el estampado por calor a través de la impresión digital, permite lograr una mayor precisión en resolución y detalles en los diseños, así como también reduce considerablemente la necesidad de utilizar grandes cantidades de agua, químicos y energía. Además, ofrece la capacidad de imprimir bajo demanda, reduciendo el desperdicio y los costos asociados.

“La tecnología de sublimación ha venido aumentando su participación en el mercado como respuesta a la demanda por personalización, producciones on demand y con tintas amigables con el medio ambiente con certificaciones como GreenGuard o Eco Pass de Oeko-Tex®. Con la impresión digital el mundo textil ha vivido un cambio sustantivo, donde hoy la tecnología de sublimación abarca un espacio importante respecto de la impresión convencional y sus procesos, aumentando con fuerza en todos los segmentos del mercado, desde pequeños emprendedores hasta grandes impresores, lo que la posiciona en una tecnología accesible sin barreras económicas y con procesos medioambientales sostenibles”, comenta César Cabrera, gerente comercial en Ferrostaal Graphics.



“Con la impresión digital el mundo textil ha vivido un cambio sustantivo, donde hoy la tecnología de sublimación abarca un espacio importante respecto de la impresión convencional y sus procesos, aumentando con fuerza en todos los segmentos del mercado”.

César Cabrera
Gerente comercial de Ferrostaal Graphics



“La tecnología UVgel ofrece un uso económico: en comparación con otras tecnologías, UVgel de la serie Colorado que ofrece Canon, necesita alrededor de un 40 % menos de tinta para conseguir la misma calidad de imagen e intensidad del color”.

Ailig Olivares
Printing Solutions Group para Chile
y zona sur en Canon

Por su parte, Edgardo Dünner, gerente general de Hagraf, agrega: **“Lo que nosotros ofrecemos como soluciones sustentables en el mundo textil, son impresoras inkjet, que imprimen directamente en textiles y que luego son sublimados. Son soluciones que están enfocadas en el mundo de las ferias, de la decoración, es decir, cortinas, cubrecamas, telas para sillones, lo que tú quieras”.**

Así mismo, Claudio Mussóns, encargado de marketing y comunicaciones de Ferrostaal Graphics, destaca también la labor que la tecnología LED-UV cumple en términos de impresión sustentable. “Permite desprenderse de los materiales sintéticos no reciclables, para dar paso a soportes eco-friendly como papel, cartón y madera. Además, si lo compa-

ramos con el Látex, la impresión LED-UV emite 10 veces menos CO2 y consume un sexto de energía”.

Para Ailig Olivares, Marketing Specialist Printing Solutions Group para Chile y zona sur en Canon, “La tecnología UVgel ofrece un uso económico: en comparación con otras tecnologías, UVgel de la serie Colorado que ofrece Canon, necesita alrededor de un 40 % menos de tinta para conseguir la misma calidad de imagen e intensidad del color. Permitiendo además obtener menores emisiones y consumo de energía durante el funcionamiento”.

LO QUE VIENE: MÁS *eficiencia* Y MENOS PÉRDIDA



En búsqueda de lograr cada día una mayor eficiencia y menor pérdida de recursos, es que la industria avanza en la incorporación de soluciones que presentan un alto avance tecnológico, así lo representa el modelo Mimaki TS100 ofrecido por Ferrostal Graphics: “Este modelo irrumpe como una solución Digital/Textil de carácter profesional, para un mercado de rápido crecimiento, ofreciendo alta eficiencia con impresión de hasta 70 M2/hora, bajo ticket de entrada y costo de impresión altamente conveniente. Desde el punto de vista técnico incorpora una cámara dentro del sistema que controla el sistema de impresión y cabezales escalonados para lograr una impresión sin banding. En resumen, con este modelo Mimaki apunta a imponer tendencia en lo textil”, destaca Cabrera.

MIMAKI TS100

“Este modelo irrumpe como una solución Digital/Textil de carácter profesional, para un mercado de rápido crecimiento, ofreciendo alta eficiencia con impresión de hasta 70 M2/hora, bajo ticket de entrada y costo de impresión altamente conveniente”.

César Cabrera
Gerente comercial de Ferrostaal Graphics

Por su parte, Canon destaca a su nueva serie Colorado, la cual fue lanzada en la recién pasada Print Santiago y que ha marcado un hito para la marca en cuanto a lanzamientos en formato ancho para el mercado de display graphics: “Las impresoras de la gama Colorado están equipadas con filtros internos y no requieren extracción específica, ya que no necesitan más que el espacio necesario en el suelo.

Sus emisiones de radiación y ruido están por debajo de los estándares más estrictos. El proceso de curado mediante LED de baja temperatura y bajo consumo de las impresoras Colorado reduce sustancialmente su consumo de energía. Y gracias a su capacidad de impresión al instante, el consumo de energía en modo de espera es muy bajo.”, destaca la ejecutiva.

SERIE COLORADO

“El proceso de curado mediante LED de baja temperatura y bajo consumo de las impresoras Colorado reduce sustancialmente su consumo de energía. Y gracias a su capacidad de impresión al instante, el consumo de energía en modo de espera es muy bajo”.

Ailig Olivares

Printing Solutions Group para Chile y zona sur en Canon



En cuanto a sostenibilidad, el ejecutivo de Hagraf, destaca los desarrollos ofrecidos por su socio comercial Heidelberg: “Todos sus nuevos desarrollos, van con un tema de eficiencia energética grande, Heidelberg tiene en su ADN estar preocupado tanto de las emisiones de carbono, cómo así también en cómo compensarlas cuando no pueden mejorar la eficiencia energética”, y es que este fabricante líder de prensas offset y máquinas de terminación industrial, ha determinado poner como límite el año 2030 para transformarse una empresa climáticamente neutral.

HEIDELBERG

“Heidelberg tiene en su ADN estar preocupado tanto de las emisiones de carbono, cómo así también en cómo compensarlas cuando no pueden mejorar la eficiencia energética”.

Edgardo Dünner

Gerente general de Hagraf

Evelyn Cabrera

ASUME COMO NUEVA GERENTE GENERAL EN ACTEGA



La Ingeniera, que lleva más de 20 años en la industria gráfica, destaca que una de las labores más importantes de su gestión es seguir enfocados en conocer cuáles son las necesidades y expectativas de los clientes.

Evelyn Cabrera se ve feliz y cómoda con su nuevo cargo y es que desde el año 2019 viene entregando a ACTEGA toda su experiencia en el mundo gráfico, la cual ha obtenido por su paso de más de 20 años por la industria.

Y es que su compromiso, experiencia y resultados, son los que efectivamente impulsaron al ex gerente general de ACTEGA, a postularla como su sucesora, “como jefa de ventas, posición en la que lideré al equipo comercial en conjunto con la gerencia general, obtuvimos un importante crecimiento en nuestras ventas. Además, en el año 2022, se consolida a nuestra compañía como la encargada de todos los negocios del Área Pacífico de Latinoamérica, posición que al día de hoy trabajamos

con mucho entusiasmo, realizando mejoras, incrementando ventas, y aportando nuestra experiencia a la región”, comenta la nueva gerente general.

VERSATILIDAD Y COMPAÑÍA, LOS GRANDES VALORES DE ALTANA

“Uno de los grandes puntos que nos diferencia, es que somos capaces de ofrecer el producto que el cliente requiere abarcando prácticamente todos los segmentos del área gráfica. Contamos con barnices UV base agua, primer, tintas, sellantes, adhesivos, entre otros. En nuestros 24 años en esta industria, hemos logrado entregar productos especializados, siendo los barnices nuestro fuerte”, resalta Evelyn.

En cuanto a los valores de la empresa, se destaca el nivel de servicio que ofrecen constantemente a sus clientes a través de, tiempos mínimos de entrega (3-4 horas), soporte técnico eficiente basado en conocimientos tanto personales como los entregados desde las distintas plantas de ACTEGA y por supuesto a la excelente calidad de sus productos.

“Para nosotros uno de los puntos importantes, es que los clientes nos vean como un proveedor a largo plazo, y es por ello que trabajamos para entregarles credibilidad, conocimientos y confianza” destaca la gerente general.

APLIK IMPRESIONES: ATENDIENDO AL MINUTO LAS NECESIDADES DE CADA CLIENTE

Especializada en impresión digital de gran formato, se destaca por trabajar en línea con altos estándares de calidad, aplicando las más recientes tecnologías, en pro de obtener productos más sostenibles. Al mismo tiempo, Aplik Impresores ofrece una atención “on demand”, demostrando un compromiso incondicional con sus clientes.

Aplik Impresiones Digitales nace para satisfacer necesidades internas del holding desarrollado por Ariel Arancibia y Jahir Barrera, inicialmente dedicado a la implementación de puntos de venta.

Es así como en 2021, se da inicio al servicio de impresión, de modo de satisfacer principalmente sus necesidades internas. “Hicimos una alianza con Ferrostaal, que hasta el día de hoy se mantiene, y así compramos nuestras primeras máquinas enfocadas en clientes internos como Claro, Cruz verde y algunos más. Luego nos dimos cuenta de que esta necesidad fue creciendo y vimos la posibilidad de expandirnos un poquito más, ello a través de la búsqueda de clientes externos”, relata Ariel Arancibia, gerente general de Grupo Aplik.



EXPERTOS EN TECNOLOGÍA Y SOSTENIBILIDAD

Al pasar el tiempo, su experiencia y avanzada tecnología los llevó a enfocarse en la impresión digital de gran formato, cumpliendo con turnos de producción de casi 24 horas, de lunes a viernes, “y, si el requerimiento lo amerita, también podemos trabajar los fines de semana, o sea, podemos atacar urgencias de nuestros clientes de manera inmediata”, destaca el ejecutivo, demostrando que uno de los valores base de Aplik Impresores es su alto compromiso con sus clientes.

Así mismo y en su interés de avanzar en términos de sostenibilidad “nos hemos certificado en FSC y se ha incorporado la tecnología UV, de modo de contribuir al medio ambiente, tratando también de reutilizar materiales en algunos proyectos. En resumen, Aplik Impresiones es una empresa con un enfoque en la calidad y sostenibilidad”, finaliza el ejecutivo”.

“Nos hemos certificado en FSC y se ha incorporado la tecnología UV, de modo de contribuir al medio ambiente, tratando también de reutilizar materiales en algunos proyectos. En resumen, Aplik Impresiones es una empresa con un enfoque en la calidad y sostenibilidad”

DUOC UC Y ASIMPRES: BUSCANDO SOLUCIONES QUE TENGAN IMPACTO

Este mes se ha llevado a cabo la primera reunión de colaboración entre Duoc UC y Asimpres, la cual tuvo como fin la identificación de perfiles ocupacionales y competencias vinculadas a la industria.

En el marco de un proyecto colaborativo entre Duoc UC y Asimpres, 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, es que se ha llevado a cabo una primera reunión cuyo objetivo principal fue **“identificar los perfiles ocupacionales y competencias vinculadas a los sistemas de impresión digital en los distintos tipos de empresas (pequeñas, medianas, grandes) que prestan servicios de impresión en distintos sustratos y formatos de salida”**, nos comenta Karen Schwarzman, subdirectora del área gráfica de la Escuela de Diseño de dicha casa de estudios.

Andrés Santander, gerente general de Inser Impresores, asistente a la reunión, destacó el aporte de la diversidad de opiniones presentes y la importancia de tener instancias para discutir estos aspectos. **“Si bien la industria gráfica es una sola, se debe reconocer que hay varias subdivisiones, tanto de los negocios, como del tipo de máquinas que se usan, que hacen que muchas veces la visión y necesidades no sean transversales...pero por otra parte, existe desde la industria en Chile, a través de Asimpres, las ganas de hacerlo, todos**

los que participamos, queríamos aportar, queríamos dar nuestro puntos de vista y creemos que es el camino a seguir”.

Por parte de Duoc UC colaborar con el gremio les ha permitido “entender las reales capacidades de deben tener los especialistas que necesita la industria de impresión gráfica y del packaging, de modo que la academia puede proponer las experiencias de aprendizaje y rutas formativas pertinentes que potencien la empleabilidad de nuestros estudiantes”.

Colaborar con el gremio les ha permitido:

“Entender las reales capacidades de deben tener los especialistas que necesita la industria de impresión gráfica y del packaging, de modo que la academia puede proponer las experiencias de aprendizaje y rutas formativas pertinentes que potencien la empleabilidad de nuestros estudiantes”.

Karen Schwarzman
Subdirectora del área gráfica de la
Escuela de Diseño de Duoc UC



ACUERDO DE PRODUCCIÓN LIMPIA CHILE DA PASOS SIGNIFICATIVOS EN EL ECO ETIQUETADO DE ENVASES Y EMBALAJES

Fue en noviembre de 2020, en el marco del Acuerdo de Producción Limpia, donde se puso en marcha la ley de ecoetiquetado de envases y embalajes en Chile. Después de tres años, Ximena Ruz, Directora Ejecutiva de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático Corfo, nos comenta cuál es el balance de esta acción y cuáles son sus próximos pasos.



El ecoetiquetado en Chile, ha surgido como una herramienta fundamental para promover la sustentabilidad y el consumo responsable. A través de la certificación voluntaria, este sistema busca informar a los consumidores sobre el impacto ambiental de los productos, permitiéndoles tomar decisiones más conscientes.

Los últimos pasos que se han dado en en términos de Ecoetiquetado se realizaron en abril de 2023, con la certificación de 40 empresas tras cumplir las metas y acciones comprometidas en el Acuerdo de Producción Limpia (APL).

Para Ximena Ruz, Directora Ejecutiva de de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático de CORFO, la relevancia de esta última certificación radica en que “A diferencia del primer APL de la Industria Gráfica, focalizado exclusivamente en la tecnología offset, la segunda versión del acuerdo voluntario del sector integró la impresión digital y flexográfica, lo que ha generado un mayor espectro de positivos impactos ambientales”.



“La segunda versión del acuerdo voluntario del sector integró la impresión digital y flexográfica, lo que ha generado un mayor espectro de positivos impactos ambientales”.

Ximena Ruz,
Directora Ejecutiva de la Agencia de
Sustentabilidad y Cambio Climático de CORF

Es así, como en el marco de la implementación del APL, **“las empresas lograron una reducción del 7,58% en emisiones de compuestos orgánicos volátiles, superando la meta; 39.789 toneladas de residuos gestionados; 6% de reducción en generación de residuos y la valorización sobre 80% del total de residuos generados por año; 2,1% de reducción en consumo de energía por tonelada procesada; reducción de 1.231 toneladas de CO2 equivalente en procesos; 13.334 toneladas CO2 adicional por valorización y minimización de residuos peligrosos y no peligrosos”**, destaca y prosigue “Además, tuvo un relevante impacto económico, ya que se verificaron ahorros anuales por \$1.442 millones por aumento de reciclaje, valorización de residuos y reducción del consumo de energía”.

Para la ejecutiva, estos resultados muestran el compromiso de ASIMPRES en fomentar la impresión sustentable entre sus empresas socias, “lo cual ha sido fundamental para implementar cambios importantes en beneficio del negocio, los trabajadores, los colaboradores y el medio ambiente”.

Respecto al futuro del APL, Ruz comenta que se encuentra en desarrollo una Manifes-

tación de Interés para un próximo acuerdo, que involucrará a las empresas del sector gráfico y a sus proveedores de equipamiento como cadena de valor y cuyo objetivo es mejorar el desempeño ambiental mediante la introducción de soluciones circulares en el equipamiento, medidas de gestión y tecnologías orientadas al uso eficiente de los materiales utilizados en la producción, con el fin de reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero.

En relación a otras fechas importantes para el año 2023, Ximena Ruz menciona que se presentará la propuesta de avanzar con este sector con una mayor ambición en el próximo Consejo Directivo. Además, se llevará a cabo la auditoría de mantenimiento del segundo APL y la implementación del tercero, ya que el Comité Coordinador estableció la extensión de la certificación de las empresas adheridas, comprometiéndose a cumplir con todas las acciones y metas del acuerdo e inscribirse en el nuevo APL que está en proceso de gestión.

“Se verificaron ahorros anuales por \$1.442 millones por aumento de reciclaje, valorización de residuos y reducción del consumo de energía”.





ALPHAPRINT

¿Quieres realizar proyectos en 24 horas y con acabado profesional? AlphaPrint destaca este mes su servicio ágil y de excelencia.

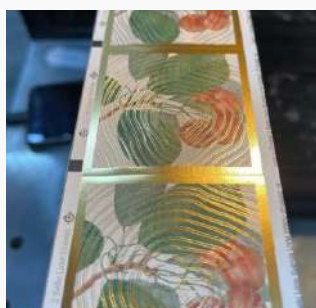


Participa de esta sección etiquetándonos en tus post como **@printpacklatam** o usando el hashtag **#PrintPack**



PROCOLOR

Procolor destaca su capacidad de despacho a todo Chile. Así es que, no dejes que la distancia te separe del excelente servicio de esta gran empresa.



SCOTT ETIQUETAS



Scott Etiquetas los invita a plasmar sus sueños en las etiquetas que necesitan, siempre acompañado de la versatilidad y profesionalismo que los ha caracterizado.

SCM



SCM aprovechó de homenajear a las madres a través de una gráfica colorida y delicada. Con ello nos demuestra las capacidades gráficas de sus productos y profesionales.



KODAK CHILE

Kodak Chile comienza su convocatoria a la novena versión del FOTO ARICA, Festival Internacional de Fotografía que se lleva a cabo en dicha ciudad y que este año destacará a la fotografía documental.



KOALA BOX



Koala box nos recuerda a sus bellísimas soluciones en packaging con este colorido trabajo para Balibodi. Si quieres saber más, visita su instagram @koalabox_cl o escribe a cotizaciones@koalabox.cl



ONE LABEL



¿Necesitas etiquetas autoadhesivas? One Label esta vez destaca su desarrollo para Tamango Brebajes, con una solución integrada a una lata de aluminio, que brilla gracias a su creativo y perfecto acabado.



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