



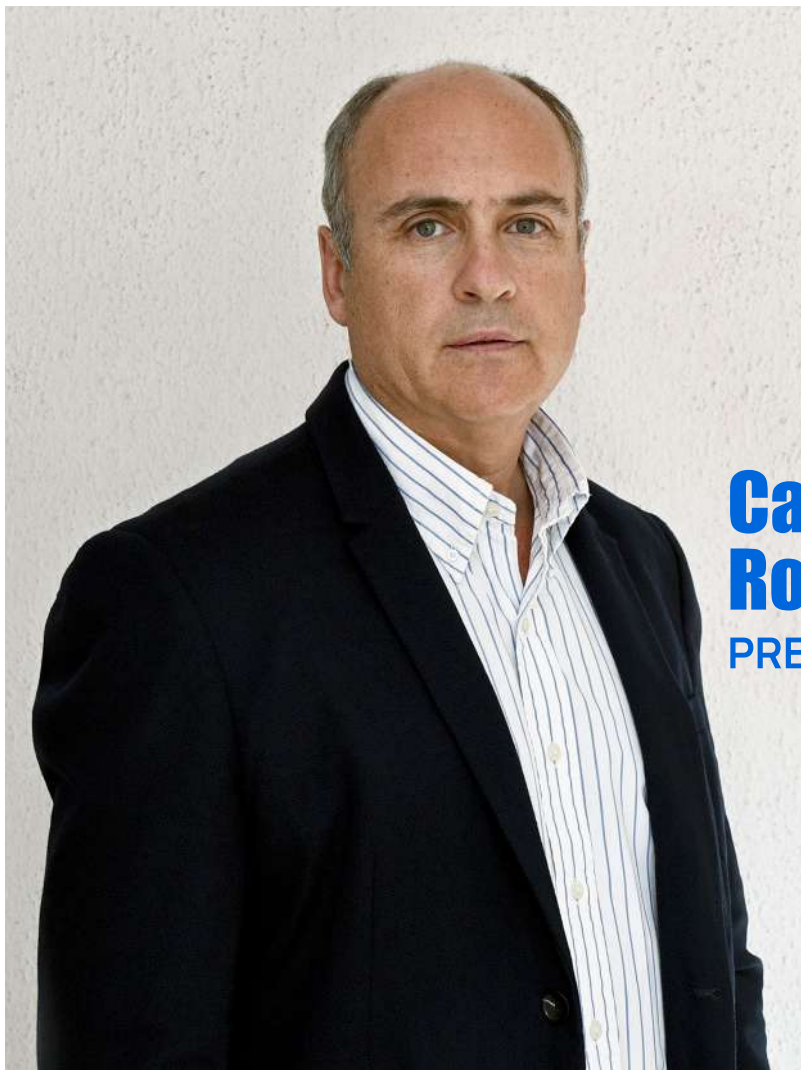
Print & Pack

Por:  ASIMPRES



IMPRE SIONANTES

Las personas que **mueven**
la industria gráfica



Carta de Rodrigo León, PRESIDENTE DE ASIMPRES

Estimados socios,

Con la celebración de esta Asamblea, concluye mi periodo de 3 años como Presidente y también de Director de Asimpres. La tarea de presidir el Gremio ha sido todo un honor y agradezco la confianza que han depositado en mí.

Durante estos años hemos trabajado en el fortalecimiento de la formación y capacitación para nuestro sector.

Hemos acordado el convenio con el Centro de Formación Técnica DUOC, con el objeto de establecer una alianza estratégica para promover la formación técnica en el ámbito de la impresión.

Una de las principales actividades del periodo fue la organización de la Feria PRINT STGO 2022. Esta sexta versión contó con 40 expositores que exhibieron máquinas, materias primas y soluciones de impresión. Fue un reencuentro entre proveedores y clientes que marcó record con más de 4.500 asistentes presenciales y 23.612 conexiones en toda Latinoamérica, generando transacciones comerciales estimadas en US\$ 4,5 millones.

En tanto, nuestra revista Print & Pack se ha convertido en un referente regional. A través de este medio, Asimpres ha ampliado su alcance llegando a 34.000 personas en toda Latinoamérica. Los artículos de la revista son replicados en publicaciones de otros gremios nacionales e internacionales, lo que nos permite amplificar nuestra voz y difundir nuestro conocimiento en la industria.

En línea con este trabajo de colaboración internacional, en 2023 organizamos un exitoso ciclo de charlas en materias de ciberseguridad, comercio electrónico, inteligencia artificial y redes sociales en conjunto con AGUDI Perú.

En el ámbito laboral, con el objetivo de comprender mejor nuestro mercado, elaboramos un estudio de remuneraciones y condiciones laborales de las empresas del sector. En esta misma línea, la Bolsa de Trabajo de Asimpres ha experimentado un crecimiento significativo, llegando a más de 670 personas inscritas. Este proyecto, realizado en conjunto con la Escuela, tiene como objetivo abordar la constante necesidad de contar con personal idóneo en nuestras empresas.

En materia de sustentabilidad hemos dado inicio a un tercer Acuerdo de Producción Limpia con la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático. Este acuerdo invita a empresas de impresión y a proveedores de equipamiento, para así ampliar la cadena de valor, anticipar el cumplimiento de futuras iniciativas vinculadas a la Ley 20.920 REP y avanzar en carbono neutralidad. Junto a ello, seguimos trabajando con la organización internacional TwoSides, quienes realizan estudios y campañas sobre la sustentabilidad del papel.

Además, contamos con el Newsletter Impresión Sustentable, dirigido a actores tanto dentro como fuera de nuestra industria. De esta manera, contribuimos a promover una imagen atractiva y sostenible de la gráfica y el packaging.

Por último, quiero agradecer a todos los Socios quienes son los que permiten que la fuerza de esta asociación sea posible. Quiero invitarlos a continuar participando activamente y colaborando en las tareas que nos permitan engrandecer nuestro gremio. Reitero mi agradecimiento por esta oportunidad y estoy seguro de que juntos seguiremos construyendo un futuro exitoso para Asimpres.



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 173



Coordinación editorial: Natalia Ramos | Edición: Valentina Barahona | Periodistas: Diana González, Adriana Terán
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.

Revista Print & Pack de Asimpres: Las tendencias de la industria para toda Latinoamérica

Este 2023 la Asociación de Industriales Gráficos de Chile celebra 17 años informando las nuevas tendencias de la industria. Hoy con un formato renovado que mezcla lo impreso y lo digital, la revista Print & Pack de Asimpres busca llegar a nuevos públicos y atravesar fronteras para convertirse en el medio especializado en la industria de packaging e impresión más importante de habla hispana.

Historia de los medios de Asimpres

MAY.
2006



Asimpres presenta el primer número de su periódico Impresiones del Mundo Gráfico. El objetivo de este periódico era unir a la industria y abordar los desafíos relevantes para el desarrollo del sector de la impresión en Chile.

AGO.
2020

Impresiones se transforma en una revista digital con el fin de mantener a la industria conectada e informada durante el periodo de la pandemia.



NOV.
2021

La revista Impresiones se convierte en la revista Print & Pack de Asimpres. El nuevo nombre busca representar de mejor manera la variedad de servicios que entrega actualmente la industria.





“

“Nuestro objetivo es seguir creciendo y llegar a audiencias estratégicas para el desarrollo de nuestra industria. **Queremos acercarnos a diseñadores, publicistas, PYMES y artistas para compartir las últimas tendencias de la impresión y el packaging.** Queremos ser una fuente de inspiración para todo el sector creativo y llamarlos a explorar el potencial de las nuevas tecnologías”.

- JUAN CARLOS GONZÁLEZ
VICEPRESIDENTE DE ASIMPRES

Más de

33.998

contactos relacionados con la industria gráfica:

empresas, diseñadores, agencias, clientes, academia, entre otros, reciben la revista cada mes.

Más de

**20
países**

de habla hispana leen la revista Print & Pack incluyendo México, Argentina, España, Perú y Colombia.

IMPRESIONANTES

LAS PERSONAS QUE *mueven* A LA INDUSTRIA GRÁFICA

Más allá de equipos, tecnología e innovación, existe un factor imprescindible: las personas. Cada empresa tiene en sus equipos colaboradores para destacar, que son ejemplo de constancia, crecimiento y empatía. Por lo que, en este especial Impresionantes, se presenta una breve selección de hombres y mujeres que con su trabajo, desde distintas áreas, son un gran aporte para las imprentas.



VERÓNICA GARCÍA SILVA
ASISTENTE DE RECURSOS HUMANOS
EN HURST

A pesar de tener máquinas supermodernas, buscamos potenciar a la gente, que crezca y haga carrera aquí.

“Lo que más me llama la atención de mis 12 años en la industria, ha sido vivir la evolución, cómo se ha ido innovando en todo, cómo ha ido mejorando de forma tan rápida, la modernización de las máquinas, cómo la gente se digitaliza cada vez más. O sea, teníamos máquinas antiguas que trabajaban casi con fuego y ahora al pulsar un botón y los trabajos están saliendo casi listos”.

“Este rubro tiene un gran valor porque casi toda la gente se conoce entre una y otra imprenta, me gusta porque es entretenida, a pesar de que yo soy en un área administrativa, me toca ver el material que llega, cómo se trabajan las etiquetas, cómo salen los operarios, cómo son las máquinas nuevas, ver los procedimientos y me parece realmente fascinante”.



“Ahora la impresión tiene un concepto más bonito es impecable, antes nos ensuciábamos más”

LUIS RODRÍGUEZ VERA

JEFE DEL ÁREA DIGITAL EN QUINTERO IMPRESORES

“Me encanta lo que hago, la impresión, porque nunca es lo mismo, siempre hay desafíos, cosas nuevas que aprender o enseñar. Me gusta ver el resultado, que los clientes queden contentos con lo que uno hace”.

“A mí me tocó trabajar con personas mayores cuando yo empecé hace 35 años, estaban negados a enseñarte, pensaban que le ibas a quitar el puesto. Entonces había que luchar para apren-

der algo relativamente básico como trabajar con una máquina. Ahora trabajo con puros muchachos que han salido de la escuela gráfica, les he enseñado los básicos de los equipos Indigo y además se van desarrollando ellos solos porque ellos nacieron con computador y teléfono, con todas esas cosas, con esa tecnología que uno no veía antes y que nos tocó aprender”.



“Que los clientes te sigan, significa que lo estás haciendo bien. Y eso es lo que me ha pasado en estos 22 años de carrera”

ABIGAIL NAVARRETE

JEFA DE ÁREA EN APLIK

“Me apasiona la industria gráfica, la producción, los colores, tener este feedback tanto con nuestra clientela como con proveedores”.

“Tengo varios desafíos en mi día a día, por ejemplo, estoy en búsqueda constante de nuevos materiales, de alternativas innovadoras para mantener al cliente feliz. Asimismo, lidero un equipo

humano, excelentes profesionales y debo velar por el bienestar de nuestros colaboradores, el cumplimiento de los objetivos de la empresa y que exista una armonía entre todas las áreas ya que todos trabajamos por un mismo fin”.

“Mis funciones tienen que ver con manejo del equipo técnico y del humano”

GREGORY JOSÉ DÍAZ
JEFE DE TALLER EN FÉNIXPRINT

“Lo que más me llama la atención de esta industria es la infinidad de cosas que se pueden hacer que yo no tenía ni idea puesto que mi profesión es ingeniero en sistemas y soy nuevo en este rubro. He descubierto lo que es el manejo de distintos materiales y las formas que le damos a cada cosa”.

“Siento que hay mucho apoyo, cada vez que tenemos un proyecto que no se ha hecho y sabes que en otras imprentas sí, hay un ambiente de colaboración. Tengo colegas con los que me comunico y les consulto cómo lo están haciendo y a su vez, ellos también lo hacen, siempre estamos ayudándonos. Mi aporte a la empresa es hacer bien mi trabajo, para que estén al día las entregas, si yo quedo mal, la empresa queda mal y nos juega en contra a todos”.



“

Busco ser siempre un aporte y entregar confianza con mi trabajo”

AURORA CONTRERAS
SECRETARIA EN DITRA

“En agosto cumpla 25 años trabajando en DITRA, me gusta porque es reconocida por su calidad y eficiencia en los trabajos realizados. En DITRA contamos con un cálido ambiente laboral, con excelentes instalaciones y maquinarias. A algunos de nuestros clientes los veo frecuentemente y a otros, solo los conozco por teléfono, en la actualidad son más creativos y llenos de nuevas ideas”.

“En relación a la industria gráfica, he visto muchos cambios con el paso de los años, ahora todo es más rápido y prolijo, definitivamente los equipos digitales han sido un gran aporte”.



“Estamos en constante aprendizaje por el uso de la tecnología”

ANDRÉS MENESES

JEFE DE PREPrensa EN ONE LABEL

“Lo que más me apasiona y llama mi atención, son todas las herramientas tecnológicas a nuestro alcance para convertir lo intangible de una idea, en una pieza gráfica, ya sea una etiqueta, un envase, o cualquier producto impreso”.

“Estos últimos años han sido desafiantes porque los cambios tecnológicos en la industria fueron muy significativos. Quizás no todas las empresas ven reflejados estos avances en su producción, por eso es muy importante estar atento a cómo la tecnología mejora nuestros procesos, haciéndolos más rápidos y eficientes. En mis 23 años de experiencia en gráfica, todo cambio muy rápido, pasé de hacer la preprensa convencional, que era un proceso casi artesanal, a ver como un software automatiza gran parte de esas tareas, lo que me hace pensar que ya dimos pasos agigantados para entrar a la revolución de la inteligencia artificial”.



“He estado en varias áreas, y a lo largo de este tiempo, he ido ascendiendo en mis funciones”

MARIELA MARTÍNEZ

JEFE DE PREPrensa EN A IMPRESORES

“He visto la evolución de los procesos de preprensa, empecé hace 30 años. Anteriormente la matricería era manual, ahora el flujo es completamente digital, incluso el cliente puede cargar sus páginas en nuestra plataforma de visto bueno remoto, revisarlas y autorizar la impresión de manera on line. Me parece muy importante que siempre estemos innovando en el servicio, mantenernos

actualizados nos permite llegar a mejores resultados de impresión”.

“Mi trabajo es un desafío constante, cómo equipo de personas en pre prensa nos hemos especializado en el rubro editorial, pero ya estamos empezando a incursionar en mercados diferentes como etiquetas y otros tipos de productos que tienen requerimientos técnicos distintos”.





“

Los cambios tecnológicos que ha presentado la industria, significan un crecimiento profesional”

SERGIO AVENDAÑO
MAESTRO PRENSISTA EN COLORPACK

“Tengo más de 30 años en la industria y 26 en esta empresa, lo que más me gusta de mi trabajo es participar activamente en el proceso de producción, operar nuevas tecnologías y el acceso que tengo a capacitaciones constantes. Gracias a ello, he conseguido desarrollarme a nivel personal y profesional, lo que me hace sentir muy satisfecho”.

“Soy responsable que los trabajos salgan en forma

correcta, me preocupo del buen funcionamiento de las máquinas que opero, sus controles de mantención y todos los ajustes necesarios para la impresión. Tenemos el desafío de cumplir con los requerimientos de clientes cada más exigentes y mejor informados, ya que los plazos, materialidades y calidad son más importantes, obligándonos a ser muy meticulosos en nuestro trabajo”.



Tengo 35 años de experiencia en este oficio que me apasiona”

CECILIA RIVERO ECHEVERRÍA
DIRECTORA DE CUENTAS DE
ORGANISMOS PÚBLICOS DE FEYSER



“Lo que me apasiona de mi oficio, es que cada diseño, cada impresión que se elabora, resulta un desafío. Desafíos que debemos sortear a través de muchos procedimientos para llegar con un producto de excelencia a las manos de tu cliente, constantemente estás aprendiendo”.

“Uno de los cambios que más me ha impresionado es la rapidez con la que ha avanzado la tecnología en el arte de la impresión tanto offset como digital. Cada año, el mercado ha requerido de mayor rapidez y calidad. Esto nos ha llevado a trabajar con una tecnología de punta y nos ha hecho estar a la vanguardia de todos los procesos que evolucionan constantemente”.

7MA EDICIÓN DEL PREMIO

Theobaldo de Nigris 2023

Conoce a los Ganadores EADEC Chile,
A Impresores, Colorama y AMF Etiquetas

Una vez más, empresas chilenas socias de Asimpres, son destacadas entre los primeros lugares del Premio Theobaldo de Nigris. La premiación se realizó en Buenos Aires y su objetivo es reconocer la calidad de los productos gráficos hechos en Latinoamérica.

EADEC CHILE

1º PUESTO GRÁFICA DE ORO

Etiquetas impresas adhesivas en bobina con procesos especiales

“Es un premio al trabajo de todos los integrantes de la compañía”

Ignacio Cortiñas, gerente comercial y de operaciones de EADEC Chile

“EADEC ha ganado con una etiqueta hecha en papel sable, especial para vino. En cuanto a las terminaciones, tiene una folia dorada, plateada y serigrafía con volumen. El diseño es obra del ilustrador Rodrigo Suárez de la agencia Delabsurdo para la Viña Encanto”.

“Hemos ganado en 2019, 2021 y ahora nuevamente, esto nos coloca como referencia en cuanto a la impresión gráfica que hay en Chile, la cual es de muy buen nivel, por eso, estamos muy contentos de destacar en un mercado competitivo”, señala Cortiñas.

“Los clientes nos escogen porque saben que nuestra calidad gráfica es elevada. Es uno de los rasgos que nos distinguen. Es un reconocimiento a nuestro trabajo de muchos años y por el que estamos muy contentos. Al final, es un premio al trabajo de todos los integrantes de la compañía”, finaliza.



A IMPRESORES

1° PUESTO GRÁFICA DE ORO

Agendas impresas hasta tres tintas

“

Participar es lo que
más nos enorgullece”

Patricio Alcalde Morell, subgerente
de ventas de A Impresores



“Es un premio tan importante para nosotros que hemos participado desde hace 20 años, eso demuestra el interés que permanentemente ha tenido nuestra empresa respecto de mostrar lo que fabricamos porque se trata de una ventana al mundo latinoamericano. **Una ventana que hemos aprovechado con uno, tres, cinco o más productos en categoría como libros, revistas, volantes, dípticos. Algunas veces con resultados de primeros lugares, otras veces de segundos lugares, pero es la parte de la participación la que más nos enorgullece**”, afirma.

“Ganamos con una agenda altamente calificada que tiene ciertas particularidades que la hicieron atractiva para ese jurado, es una agenda de la Asociación de Exportadores de Chile. Tiene un cartóné, o sea, es una tapadura que forrada en papel kraft, tiene cuños bajo relieve, está hecho de muy buena calidad, porque siempre buscamos lograr el mejor resultado, no se trata solo del premio, sino también de la satisfacción de los clientes”, continúa. “Estamos muy contentos y felices de haber obtenido estos resultados, seguiremos participando a través del tiempo”, finaliza.



Carlos Scheuch, gerente general de Colorama

COLORAMA

1º PUESTO GRÁFICA DE ORO
Embalaje

COLORAMA

1º PUESTO GRÁFICA DE ORO
Etiqueta digital con efectos especiales

“Nuestro equipo está especializado en atender con excelencia a segmentos exigentes de etiquetas, como la industria del vino”

“Estamos focalizados en hacer etiquetas finas, con muchos recursos y valor agregado, eso es algo que hemos desarrollado fuertemente con la mayoría de nuestros clientes. A eso, se agregan las condiciones necesarias, propias de estos segmentos que es servicio, calidad e innovación”, asegura Scheuch.

“Esto es resultado de todo el equipo de Colorama. Desde que nosotros recibimos el archivo, tenemos un departamento de desarrollo comercial que trabaja con diseñadores e incluso con los clientes, para lograr factibilidad técnica y optimizar después el proceso de fabricación, en todo el recorrido de la cadena de producción: pre prensa, impresión, aplicadores de recursos especiales, de terminación, revisión y despacho, el equipo completo es un 7”, comenta.

Asimismo, explica que en el caso del vino, antes de ser consumido, se diferencia por la etiqueta, “obviamente se destaca por su calidad, pero desde el punto de vista estético y visual, todo lo dice la etiqueta, la historia, la imagen, el atractivo, la selección, incluso en góndola, pasa por la etiqueta, es por eso que somos unos socios muy estratégicos de todos nuestros clientes”.





Juan Ignacio Molina,
gerente general de
AMF Etiquetas

“Vamos a seguir innovando con la integración sistémica de la inteligencia artificial”

“Este año ganamos con la etiqueta de la Viña Santa Carolina, nuestro cliente se apoyó mucho en nuestro Print Center, un laboratorio digital innovador único en Chile y Latinoamérica, en el cual podemos hacer mockups en tiempos reducidos lo que permite llegar a un producto óptimo, estamos muy contentos de poder acompañarlo desde el principio”, señala Molina.

“Nuestro posicionamiento en la industria de las etiquetas ha sido gracias a los clientes. Con la experiencia hemos entendido que la elaboración de etiquetas de vinos necesita de mucho apoyo, innovación, herramientas que van más allá de la tecnología de impresión. A nuestro laboratorio acuden los equipos de desarrollo y marketing para ver cómo se elabora esta obra y a través

de diferentes alternativas de sustratos, folias, serigrafía, logramos una etiqueta con varias aplicaciones en forma digital”, explica.

“Estamos extremadamente felices de ganar de nuevo este premio en el cual se destaca el trabajo de una imprenta chilena que compitió con varias de Latinoamérica, es un orgullo porque es un trabajo de años, que está dando muchos frutos. Fueron más de 30 categorías relacionadas con distintas aristas de la industria del diseño y haber sido uno de los elegidos, nos da mucha felicidad. Vamos a seguir innovando con la integración sistémica de la inteligencia artificial, donde somos los pioneros y en lo que estamos avanzando de forma importante”, finaliza.



AMF ETIQUETAS

2° PUESTO GRÁFICA DE PLATA

Etiquetas impresas adhesivas en bobina con procesos especiales

El impacto del **nearshoring** en la Industria Gráfica de Latinoamérica

El pasado 9 de junio se celebró la Asamblea Extraordinaria 2023 de la Confederación Latinoamericana de la Industria Gráfica (Conlatingraf), en la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. En la instancia se abordó el posible efecto que tendrá el traslado de producción desde China a Latinoamérica debido a la tendencia del nearshoring.

El evento contó con la presencia de Héctor Palermo, presidente de la Cámara Argentina de la Comunicación Visual y Gráfica; Rodrigo León, presidente de Asimpres de Chile; Juliao Gauna, presidente de Abigraf de Brasil; Paolo Barchini, presidente de la Asociación de Industriales Gráficos del Paraguay; Adrián Gechelin, presidente de AGUDI, en Perú; Juan Ortega, presidente de la Federación de los Industriales Gráficos de Ecuador, entre otros ex directivos de Conlatingraf y empresas de la industria gráfica latinoamericana.

Uno de los temas tratados en esta asamblea es el Impacto del Nearshoring en la Industria Gráfica de Latinoamérica. Bruno Galicia Landaverde, de México expuso que la guerra comercial entre Estados Unidos y China está impulsando la re localización de plantas que se encontraban en el gigante asiático y que ahora se instalarán en América a fin de garantizar con mayor certidumbre el abasto en las cadenas productivas.

De acuerdo al experto, México, Centroamérica y el Caribe serán las regiones más beneficiadas con este fenómeno. En tanto, de acuerdo a datos del Banco Mundial, se proyecta que Sudamérica recibirá grandes flujos de inversión en los próximos años, por lo que se recomienda a la industria estar preparada para atender a estos nuevos clientes con alto potencial de consumo en diferentes segmentos del mercado gráfico.



COLORADO SERIE M

4 Versiones: M3, M3W, M5 y M5W

NUEVA

¿Estás listo para

SUBIR DE NIVEL TU PRODUCTIVIDAD CREATIVIDAD Y RENTABILIDAD?



Crea impresiones robustas, resistentes a la luz y a los rayones con una calidad de impresión superior. Con tinta blanca sin preocupaciones, funciona como cualquier otro color, sin mantenimiento adicional.



FLXfinish+ potencia las ventajas de UVgel con un método de curado en uno o dos pasos. Imprime gráficos de gran formato en mate, brillante o mate/brillante mixto.

SOSTENIBILIDAD
ESTÁ EN EL ADN DE CANON

Sostenibilidad mejorada, reduce el consumo de energía con un sistema de curado LED de baja temperatura y bajo consumo, y con el funcionamiento instantáneo.



Print STGO 2024 Sustentabilidad, Automatización, Productividad e IA

Asimpres y Contraseña Magazine anuncian una nueva edición del encuentro más importante de la industria gráfica: Print STGO 2024. La vitrina para la generación de oportunidades de negocios y despliegue tecnológico para que impresores, convertidores, diseñadores, decoradores, emprendedores, profesionales del marketing y clientes finales se impregnen de las novedades en materia de comunicación visual, packaging, etiquetas e impresión textil y funcional.

El encuentro se lleva a cabo cada dos años, “la edición 2022, nos dejó un legado bastante importante en términos de la importancia del buen resultado que tuvieron los expositores. Eso ha permitido la consolidación plena de la feria”, señala Juan Pablo Figueroa, director de Contraseña Magazine.

Para la nueva edición, los organizadores ya están trabajando en garantizar un despliegue en términos audiovisuales y cobertura. “Los organizadores, junto a Espacio

Riesco estamos coordinando detalles para mejorar las experiencias anteriores, ya que buscamos aportar novedades e innovaciones a través de la participación de las más importantes empresas de la industria para lo cual deseamos aportar nuevas experiencias para Print STGO 2024”, agrega Figueroa.

Las Empresas: Protagonistas de la Feria

“La Print STGO 2024 se va a realizar de forma virtual y presencial, lo que va a permitir tener un importante alcance a nivel Latinoamericano, tal y como sucedió en la versión anterior, en la cual 4.500 personas se conectaron desde Chile y más de 23.000 desde otros países de la región”, señala María Eugenia Mingo, gerente gremial de Asimpres.

Agrega, “en este momento, ya tenemos expositores reservando sus espacios porque saben lo importante que es considerar este tipo de participaciones con antelación, lo que nos garantiza que tendremos una feria potente y representativa en cuanto a los sectores de equipamien-

to, suministros, soluciones y de toda la industria”.

“Nuestro interés como organizadores, además de reunir a proveedores y clientes, es presentar la tecnología de última generación y las novedades que ese mismo año, veremos en Drupa a nivel regional”, asegura.

“

La Print STGO 2024 se va a realizar de forma virtual y presencial, lo que va a permitir tener un importante alcance a nivel Latinoamericano, tal y como sucedió en la versión anterior, en la cual **4.500 personas se conectaron desde Chile y más de 23.000 desde otros países de la región.**




Temática de la Print Santiago 2024

“Si bien falta tiempo, hay aspectos importantes de la industria que son fundamentales como la sustentabilidad, automatización, productividad y la inteligencia artificial, este último es un tema innovador que va a dar mucho de qué hablar”, afirma Figueroa. **“Hay que destacar que las ferias presenciales refuerzan la relación de los expositores con sus clientes y su compromiso con el conjunto de la industria, por medio de la cobertura de tecnologías evolutivas y medioambientales. Print STGO, además, se constituye en un escenario en el que se aprecia el valor de las marcas y su respaldo y soporte:** servicio pre y post venta, asesoría in situ, capacitación, soporte... todo altamente relevante en la medida en que los asistentes ven cara a cara a quienes son los que sustentan también el negocio. Por eso, para nosotros, es importante también crear una feria industrial con equipos en demostración”, finaliza el director de Contraseña Magazine.



A woman with long dark hair, wearing glasses and a pink face mask, is working in a textile printing factory. She is positioned at a large table, carefully aligning a large sheet of fabric with a vibrant, colorful floral pattern. The background shows a busy industrial environment with various machinery and equipment. The title 'GUÍA DE IMPRESIÓN TEXTIL' is overlaid on the left side of the image in large, bold, white letters with a blue outline.

GUÍA DE IMPRESIÓN TEXTIL



Los expertos entregan consejos para sacar el mejor partido al momento de imprimir, Daniela Romero, socia de Imprimarte recomienda, **“que se atrevan, que no tengan miedo a usar color y usar al máximo el espacio de la tela que se va a utilizar”**.

Por su parte, Fernando Valenzuela, gerente comercial de Donnebaum, invita a priorizar la impresión local, **“se hace un muy buen trabajo en el país y, además, hay un cuidado al medioambiente al reducir la huella de carbono”**.



1.

Sacar Partido a los Materiales

“Tratar de sacar el mejor partido a la impresión, que use las dos caras cuando corresponda y que no sólo coloque un logo y una frase, sino, que también puede aprovechar con full color, en el caso de Imprimarte, que hacemos cintas para credenciales, es una de nuestras principales recomendaciones”, asegura Daniela. Agregar el logo, una frase, distintos fondos de color, aprovecharlo al máximo y atreverse, **“cuando las letras son muy chicas, los textos se revientan porque la tela absorbe de distinta manera, no es el mismo sustrato que un papel, en ese caso la recomendación es que los diseños sean más grandes”**.

2.

Archivos en Vectores

“La entrega de archivos debe ser en vectores o en alta resolución, ya que, para trabajar con los colores, el vector es lo mejor para modificar sin problema los colores, para que no se pixelen los diseños”, aconseja la socia de Imprimarte.



3.

Textiles con Poliéster

Va a depender del producto que se vaya a imprimir y de la técnica, pero en general, para poleras, cintas de credenciales, bolsos personalizados, entre otros, lo ideal es que tenga un buen porcentaje de poliéster.

“Cuando es solo algodón no queda bien la impresión, ya que el sustrato tiene que tener un 70% de poliéster, para que la impresión se adhiera y quede bien”, recomienda Daniela.

4.

Solicitar Pruebas de Color

“Además de trabajar con materiales de buena calidad, hacer las pruebas de impresión y sobre todo pruebas después de lavado, es muy importante”, asegura Valenzuela. De esta manera se evitan sorpresas, afirma, “aunque el impreso quede bonito debe hacerse una prueba de lavado para verificar que no pierda el color”.

5.

Cuidado con los Patrones

“Cuando se imprimen patrones, por ejemplo, un animal print, no se envían 100 metros de diseño, sino que se envía un patrón que se va repitiendo, siempre también hay que tener cuidado de que esté bien hecho en las uniones, porque si no, al repetir la secuencia, hay un desfase que no queda bien”, recomienda por su parte el gerente comercial de Donnebaum.

6.

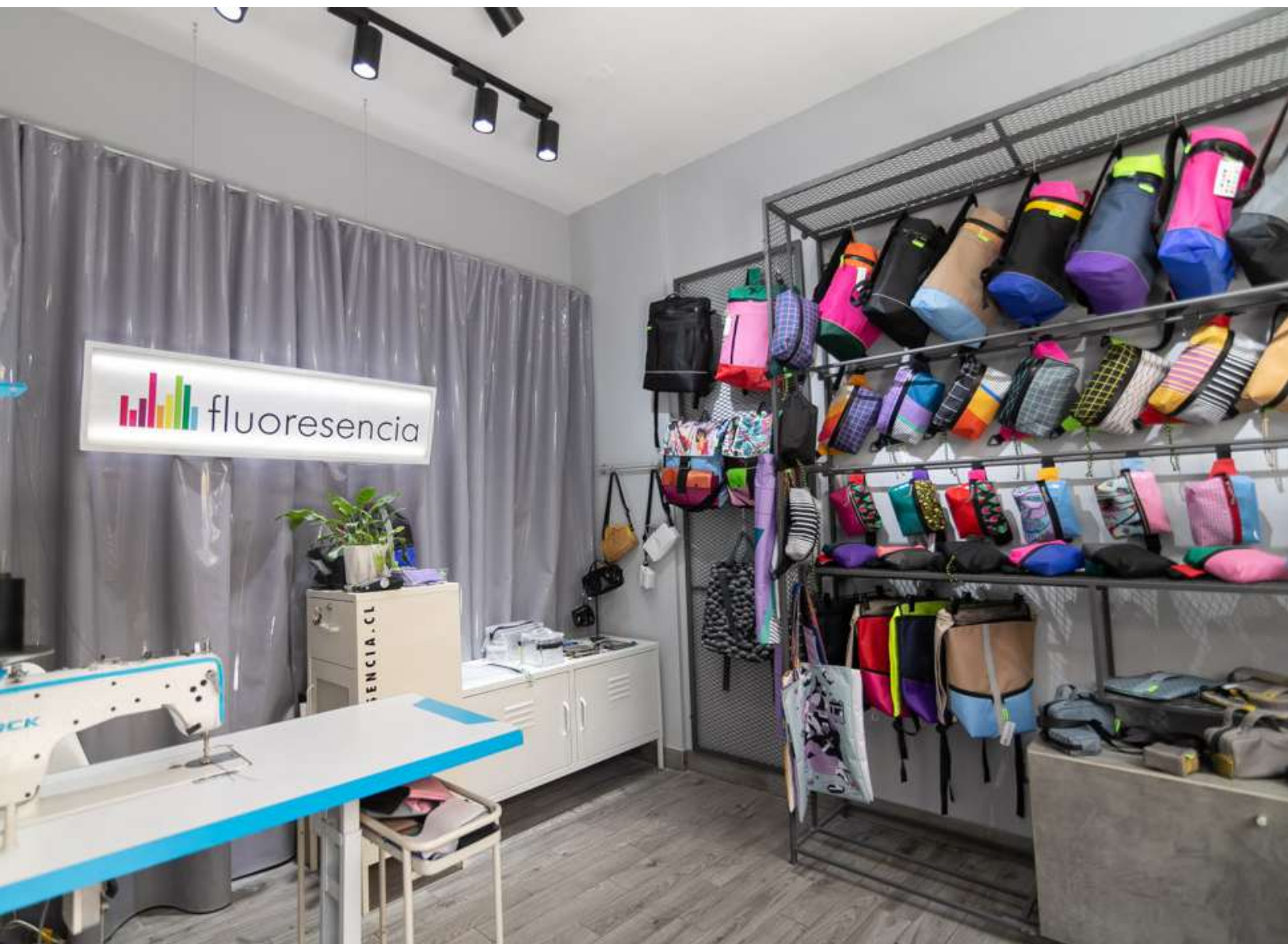
Preferir la impresión local

“Hay una muy buena tendencia en la actualidad a preferir la impresión local para **generar la menor huella de carbono posible en lo que respecta al transporte**, además, tenemos muy buenos impresores acá, aunque sea un mercado un poco chico, hay que atreverse, se hacen cosas muy bonitas en el país”, finaliza Valenzuela.



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 hacía 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 sobrenada, 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 rapports, 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 CIRAULO: 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 mi 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 súper 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.





IMPRESIÓN SUSTENTABLE

La Innovación de la Industria en pro del Medioambiente

La industria gráfica es un ejemplo de implementación de tecnologías para que sus procesos reduzcan el impacto ambiental de la impresión en Chile y Latinoamérica. **En la actualidad, el desarrollo de áreas relacionadas con la eficiencia energética, certificación de papeles y cartones y las tintas sustentables, son una clara muestra de las acciones que están tomando las empresas, no sólo proveedoras sino también clientes de la industria y público en general, en la elección de soluciones sustentables para el cuidado del planeta.**

EL USO DE PAPELES Y CARTONES CERTIFICADOS

“Lo primero que están exigiendo las marcas de retail, alimentos y cosméticos por ejemplo, es que el producto impreso cuente con un respaldo de sostenibilidad en el papel y/o el cartón. Ese respaldo es la certificación PEFC que asegura el origen sostenible de la materia prima y del proceso productivo de la imprenta.

Es muy importante debido a que la sociedad quiere tener garantías de sostenibilidad de sus productos. Estamos en un mundo donde la densidad poblacional y la demanda crece, se habla mucho del agotamiento de los recursos del planeta, eso genera ansiedad en las personas, por lo tanto, incrementa el interés por el uso de productos amigables con el medioambiente.

La certificación de productos es una innovación para muchas empresas, porque no se trata solamente de comprar papel o material celulósico certificado, sino de implementar un sistema de gestión y trazabilidad, que considera la revisión de condiciones laborales de sus colaboradores, entre otros procesos. Una vez certificadas, pasan por procesos de auditoría anual, lo que significa una mejora continua.

Una vez que la empresa aprueba su certificación, en PEFC Chile entregamos la licencia que autoriza el uso de la marca. El sello PEFC en los productos es la garantía sobre el origen sostenible del producto. Ese logo es el vínculo entre el consumidor responsable que sabe que el producto viene de un bosque gestionado de manera sostenible, con el productor que se prepara y cumple con todos los requisitos de la certificación. Esa producción certificada es un aporte ambiental y social.

Nosotros como organización, tenemos un rol importante en capacitar, entregar información y educación acerca de las ventajas de usar productos que tienen la certificación PEFC de origen sostenible”.



ANDRÉ LAROZE - CEO DE PEFC CHILE

“Nosotros como compañía tenemos un rol importante en capacitar, entregar información y educación acerca de las ventajas de usar productos que tienen certificación de origen sostenible”.

LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

“Hoy en día las grandes empresas de la industria gráfica participan en actividades y acciones como las que promueve Asimpres, de forma consciente y permanente, para mejorar sus operaciones en materia de sustentabilidad. Sin embargo, aún existen empresas que están fuera de estas actividades, quizás por desinformación o tal vez por falta de incentivos industriales significativos para que puedan participar.

En algunos casos existe desconocimiento de las medidas básicas para el manejo de la eficiencia energética. Principalmente, es fundamental entender de manera detallada la factura de energía, cualquiera que se utilice, eléctrica, gas, petróleo. Luego, trabajar con los mayores consumos y observar donde están las oportunidades. En el caso de las imprentas, el mayor consumo corresponde a la energía eléctrica consumida por nuestras máquinas. Por esto, es bastante difícil hacer alguna gestión de reducción, dado que en la medida que tengamos más trabajo, aumenta el consumo energético.

Sin embargo, se pueden tomar acciones respecto de la calefacción, el aire acondicionado, iluminación, la transformación progresiva de los tubos fluorescentes al uso de luces Led y energía solar. Hoy en día, es prioritario comenzar a hacer esta conversión. En el piso de planta, agrega mucho valor el control y monitoreo permanente de los

sistemas de refrigeración de las máquinas y la programación eficiente y efectiva de las mantenimientos preventivos.

En cuanto a la logística del despacho de productos, esta debe ser optimizada. Lo ideal, es poder coordinar apropiadamente con los clientes, una entrega planificada, junto a una combinación eficiente de actividades que no perjudique los compromisos adquiridos.

Para concluir, debemos recordar que el objetivo principal de la eficiencia energética, es optimizar los procesos para evitar el desperdicio de energía en todas sus formas, dado que el uso eficiente de esta, puede generar economía, reducir costos y principalmente contribuir al cuidado del medio ambiente.

“Hoy en día las grandes empresas de la industria gráfica participan en actividades y acciones como las que promueve Asimpres de forma consciente y permanente para mejorar sus operaciones en materia de sustentabilidad”.



RODRIGO GARCÍA - GERENTE DE GESTIÓN Y CONTROL DE CALIDAD DE ÁRTICA



USO DE MATERIALES SUSTENTABLES

“Hay dos aristas con las que trabajamos, una tiene que ver con los envases flexibles para los que se trabaja con distintos films que se laminan. Es lo habitual en la industria flexible en que uno laminaba un poliéster con un polietileno para tener una buena barrera y que se pudiera sellar. El problema surge cuando viene el momento de reciclar porque se tiene dos materiales distintos y no hay cómo separarlos.

Nuestra propuesta consiste en desarrollar productos con mono materiales para que se impriman con un material que se pueda laminar. Y para ello, hemos creado distintos barnices de barrera al oxígeno para poder lograr lo que se hacía antes con dos materiales distintos.

Hemos creado junto a Henkel por la parte de adhesivos y con Exxon de los polietilenos, un barniz con barrera al oxígeno. Gracias a ello podemos trabajar con un polietileno MDO laminado y logramos tener el mismo nivel de barrera que se lograba con un PET y un polieti-

leno, allí tenemos un mono material que se puede reciclar. Respecto a los papeles, hay una tendencia llamada paperización, para lograrla, hemos sacado unos barnices a base agua que se le coloca al papel por el lado interno y es como una barrera de agua que puede estar en contacto directo con el alimento y así, evita tener que poner la capa de polietileno.

Tenemos estos barnices que son para la humedad base agua y también tenemos barnices anti grasa. Esas son las dos tendencias más nuevas que estamos sacando para poder sacar el plástico de los papeles en el fondo.

En la industria se están buscando cada vez más innovaciones, pero lo más importante es ir a estos mono materiales y la paperización, usar todos estos barnices para poder darle las propiedades que se necesitan a los papeles de resistencia a la grasa, a la humedad, etc.”

“

En la industria se están buscando cada vez más innovaciones, pero lo más importante es ir a estos mono materiales y la paperización, usar todos estos barnices para poder darle las propiedades que se necesitan a los papeles”.

NUEVA IMPRESORA DIGITAL PARA BOLSAS CON
MANILLAS Y CAJAS PERSONALIZADAS DE EDIPAC:

Versátil, Flexible y Amigable con el Medioambiente

La compañía trajo a Chile la impresora Rollenco t4, con la cual busca ofrecer soluciones ante cualquier tamaño de demanda y a su vez, entregar productos de la más alta calidad, 100% personalizados, con volúmenes mínimos de producción y con fabricaciones y entregas en plazos acotados.

“Es una impresora versátil, flexible y de fácil operación. Al tener una biblioteca en su sistema, nos permite cambiar diseños en forma rápida y eficiente. Funciona con cuatricromía, por lo que puede imprimir una amplia gama de colores, incluso fotografías. Imprime imágenes de 29 cm de alto con hasta 80 cm de largo”, explica Javiera Zamorano, Jefe de Ventas de Embalajes y Cut Size.

Uno de los objetivos de Edipac con esta impresora, es llegar a todos los clientes, llega especialmente a las Pymes, que en general no necesitan grandes volúmenes de fabricación. “Se trata de un equipo que cuenta con una tecnología de bajo consumo de energía, que no necesita de ningún componente adicional para funcionar, por ejemplo, agua, como ocurre en el caso de impresoras flexográficas”, agrega Zamorano.



Líderes en sustitución del plástico

Por su parte, el Gerente Comercial, Bernardo Serrano se refiere a otras innovaciones que está preparando la compañía en materia de Sustentabilidad. “Cada vez es más frecuente la exigencia de certificaciones que respalden la reciclabilidad y compostabilidad de los productos, así como la exigencia por papeles que estén certificados para contacto con alimentos”, señala.

Los productos y soluciones que están mostrando dinamismo y crecimiento son todos aquellos llamados a reemplazar el uso del plástico, explica el ejecutivo.

“Cada vez es más frecuente la exigencia de certificaciones que respalden la reciclabilidad y compostabilidad de los productos, así como la exigencia por papeles que estén certificados para contacto con alimentos”

“En esa dirección, están creciendo con fuerza todas las soluciones de packaging que permitan reemplazar el plástico por soluciones basadas en fibras vegetales: vírgenes o recicladas. Esta tendencia es muy fuerte y notoria, por ejemplo, en el rubro gastronómico”, destaca.

Proyecciones de crecimiento para 2024

A nivel de proyecciones, Lía Vera, Gerente de Negocios, espera un 2024 con un leve crecimiento, sin embargo, “hemos observado que las categorías en las que participamos son altamente receptivas a la innovación y a la creatividad, tanto en productos como en servicios y donde hemos ido ganando sólidos espacios de trabajo y co-creación con nuestros clientes”, explica.

“Esta industria está compuesta por muchos eslabones, desde los proveedores de papel, insumos, máquinas, nuestros clientes impresores y fabricantes, los clientes de nuestros clientes y hasta llegar al consumidor final. El desarrollo y crecimiento de esta industria no es posible sin presencia de colaboración y trabajo integrado entre los distintos eslabones y no sólo para incorporar la innovación “ágil” en la cadena, sino que también para la búsqueda permanente de eficiencias y mejoras de manera transversal”, finaliza.



Kurz Chile organizó el Día de la Sustentabilidad, Embellecimiento e Innovación

Bajo el nombre ROL y el llamado "Be a Green Leader", la compañía reunió a empresas impresoras de etiquetas, de packaging, industria alimenticia como exportadoras de frutas, viñedos, diseñadores entre otros, con el propósito de presentar soluciones e información en materia de sustentabilidad.

Con expositores Internacionales de Kurz Alemania casa matriz como Christophe Dujardin y Thomas Lorenz y de partners locales, el evento tuvo como foco invitarlos a involucrarse en el desarrollo de un packaging amigable con el medioambiente.



“¿Cuál es nuestro rol como personas, empresas, como proveedores de suministros gráficos, como dueños de marcas responsables por llevar el packaging al mercado final? O sea, ¿cuál es nuestra responsabilidad para cuidar del medio ambiente?”, son las preguntas con las que Dalton Guastapaglia, gerente general de Kurz Chile, invita a todos los involucrados en la fabricación de packaging a realizarse para crear productos que contribuyan al cuidado medioambiental.

“Una empresa adquirida por nosotros en Alemania, realiza el reciclaje del poliéster que usan nuestros clientes para procesarlo y volver a utilizarlo y de esta manera, cerrar el ciclo de economía circular”.

Dalton Guastapaglia
Gerente general de Kurz Chile

Kurz presentó sus innovaciones para reducir el uso del plástico, como por ejemplo, la reducción del espesor de la folia, “desde siempre la folia tuvo 12 micrones de espesor. Hoy día, para hot stamping, trabajamos con 10 micrones, o sea, una reducción de 20% en el espesor del poliéster”, explica el experto. Y en lo que se refiere a impresión Cold Foil que se utiliza para las etiquetas industriales o packaging, “tenemos una reducción de 12 a 6 micrones, es decir, 50% menos en el espesor del plástico” tecnología implementada y patentada por Kurz.

Otra de las soluciones expuestas tiene que ver con el recogido del poliéster, “una empresa adquirida por nosotros en Alemania, realiza el reciclaje del poliéster que usan nuestros clientes para procesarlo y volver a utilizarlo y de esta manera, cerrar el ciclo de economía circular”, señala.

BE A GREEN LEADER

Dalton asegura que la percepción de los asistentes fue muy positiva y que el próximo paso es hacer una segunda ronda e ir a visitarlos para tener un feedback más cercano, “aunque estoy seguro de que con los avances que tuvimos, tanto en el tema de la folias, etiquetas, los papeles que Avery Dennison presentó, los equipos que está trayendo Hagraf y las condiciones que trae la Ley REP presentada por Eco-opera, las empresas ya tienen información para hacer cambios en sus procesos internos y en la elección de productos para estar al día en materia de sustentabilidad”, comenta.



CERTIFICADO DE RECICLADO DE CARTULINA CON FOLIA

Existen proyectos en la industria del packaging que utilizan cartulinas para estuches que son laminadas con polietileno. Son efectos metalizados pero laminados, plásticos, es decir, no se pueden reciclar.

Por lo que, uno de los logros del evento fue que Sorepa (Sociedad Recuperadora de Papel) emitió un certificado para reciclar las cartulinas y papeles decoradas con folias Kurz, previo a unas pruebas ya realizadas. “La idea es que las empresas que realizan proyectos con decoración en cartulinas y papeles con terminaciones con folia donde se lleva solamente la capa de metalización, tengan este certificado y de esta manera reciclar estas cartulinas”, finaliza.

GERARDO RIVERA,
GERENTE GENERAL DE SOLUGRAPHICS

“El Mercado está pidiendo soluciones de sustentabilidad”

Solugraphics es proveedora de maquinarias y soluciones de software para impresión flexible, corrugados, gran formato, terminaciones, etiquetas y suministros. Representan distintas marcas internacionales en Chile, entre ellas, por ejemplo, Lundberg, especializada en la gestión de residuos.

“Nuestro flujo de gestión para los clientes abarca Prerensa, Prensa y Terminación, todo lo que es el flujo e impresión en general, tintas para prueba color, cintas de montaje, raclas, folias, barniz, flexo, químicos y equipos digitales de impresión para etiquetas y gran formato”, explica Gerardo Rivera, gerente general de Solugraphics, quien tiene junto a su equipo más de 20 años de experiencia en la industria gráfica.

Para estas áreas, la compañía representa en Chile marcas como Canon para gran formato, Mark Andy para impresión digital, Rosas para la inspección de etiquetas y Newfoil para termi-

naciones. En materia de suministros, son distribuidores de Tesa y la alemana Kocher+Beck. “Lo mejor para nosotros es tener, diez o doce marcas de valor, que nos permitan ser expertos en una solución al cliente final, estar cerca de ellos, además de ser importante para nuestras representadas y que ellos sientan el foco de Solugraphics en el desarrollo de su producto”, destaca Rivera.





“El mercado está pidiendo **soluciones sustentables** que le permitan **mejorar sus procesos** desde el punto de vista ético, medioambiental y productivo”, **Sustentable ese es el camino.**

GERARDO RIVERA
GERENTE GENERAL DE
SOLUGRAPHIC

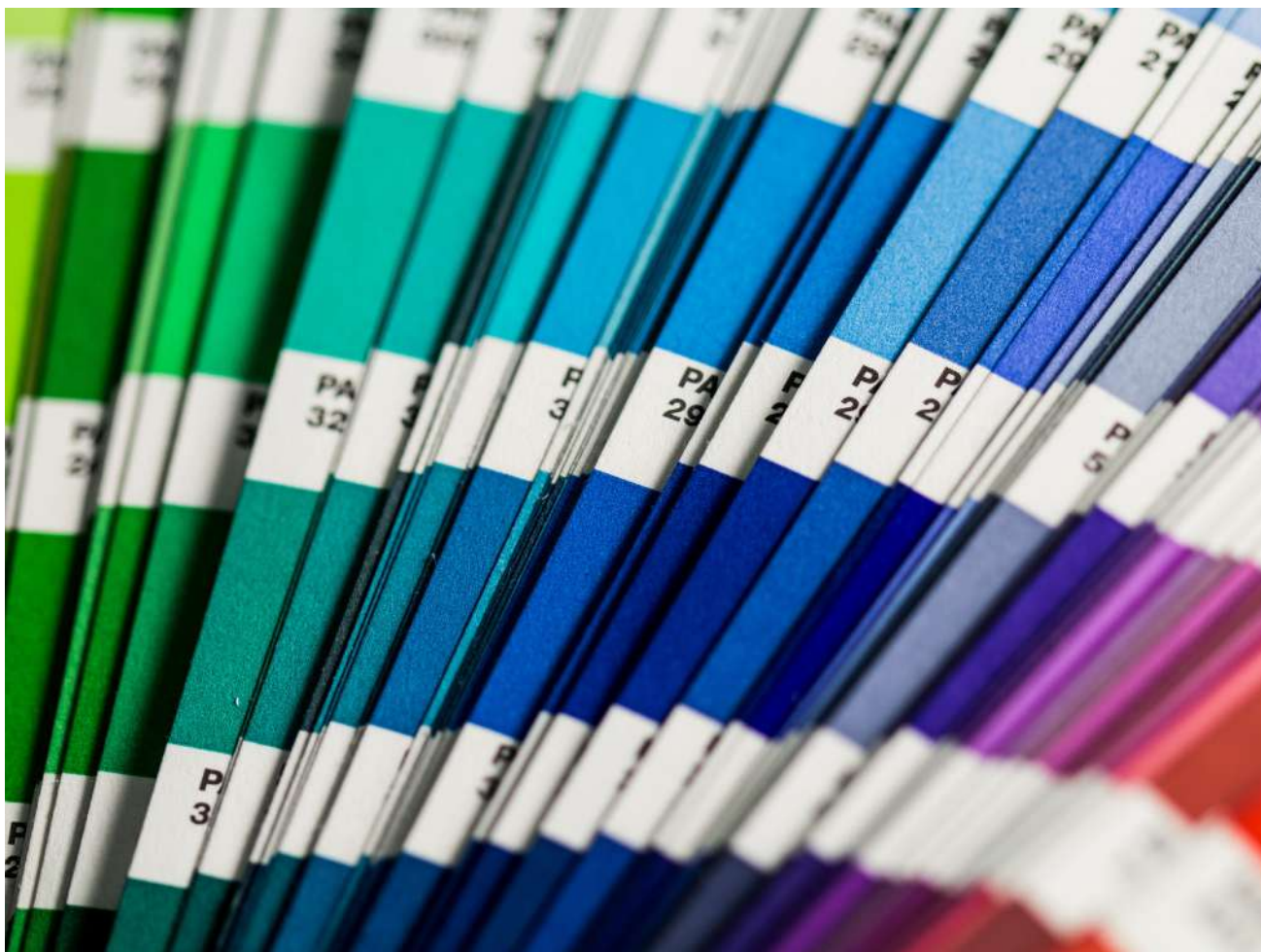
SUSTENTABILIDAD y GESTIÓN DE RESIDUOS

La empresa ha demostrado su compromiso con la sustentabilidad, ofreciendo soluciones que permiten a sus clientes optimizar sus recursos y reducir su impacto ambiental. Como ejemplo, la incorporación de la marca “Lundberg Tech”, empresa especialista en gestión de desperdicios.

“Al incorporar a Lundberg, ofrecemos a nuestros clientes cubrir la secuencia completa en el proceso de sustentabilidad, como lo exigen los nuevos tiempos. Mediante esta solución estamos ayudando a nuestros clientes no solo a cumplir con las normativas vigentes, Si no también a crear la conciencia necesaria para avanzar en uno de nuestros propósitos que es la producción limpia”, destaca Manuel Fuenzalida, gerente comercial de la compañía.

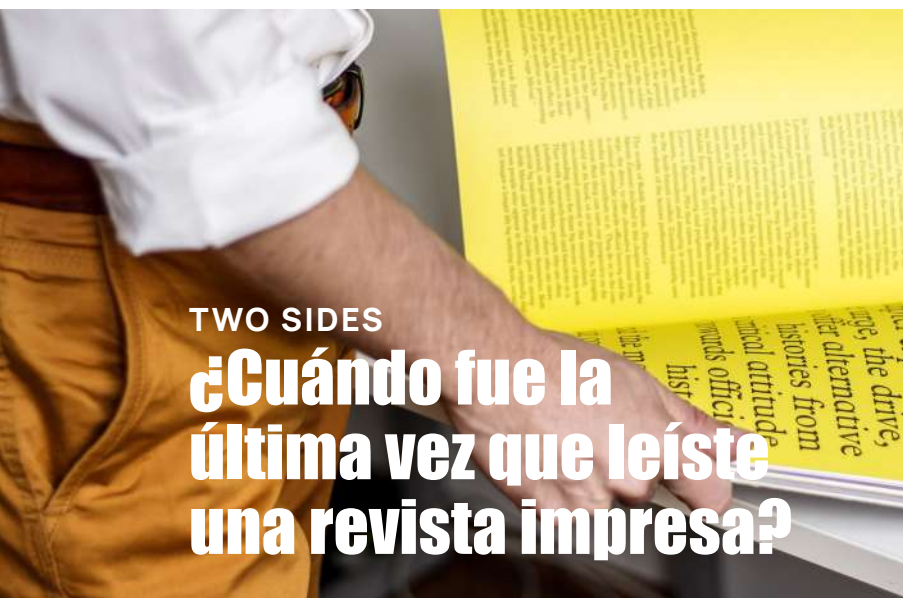
PANTONE:

224 nuevos *colores* y tintas



A fines del año pasado, Pantone agregó 224 colores nuevos a su biblioteca y reformuló sus tintas base de mezcla por primera vez en 60 años. Esto, como una respuesta a los diseñadores que pidieron más colores y tintas de tendencia. Las cinco tintas nuevas agregadas al repertorio fueron formuladas a base de soja y otros aceites vegetales, buscando ser una alternativa ecológica para otros productos que contienen sustancias químicas peligrosas.

Conoce los nuevos colores y tintas en
www.pantone.com



TWO SIDES

¿Cuándo fue la última vez que leíste una revista impresa?



Cerca del 52% de los adultos del Reino Unido aún leen revistas impresas y 7 de cada 10 millennials leen revistas impresas por ocio y entretenimiento.

En medio de la era digital, estos números pueden parecer extraños, pero aquí te dejamos los 6 factores que explican la popularidad de las revistas impresas según Two Sides:

En un mundo lleno de fake news, son una fuente confiable de información.

A diferencia de leer desde el celular, nos dan tiempo para concentrarnos sin distracciones.

Tacto, peso, sonido, colores y olores: las revistas estimulan nuestros sentidos.

Al acercarte con una mayor predisposición a aprender, crean una mentalidad de aprendizaje.

Pueden cumplir muchas funciones distintas: puedes leerla, recortarla, usarla de matamoscas, portavaso, etc.

Nos animan a descansar de las pantallas.

DIMAR

¿Conoces el packaging inclusivo?

Este concepto surge de la necesidad de tener productos que puedan ser utilizados por el mayor número de personas posibles, independiente de su edad, educación, capacidades físicas, cognitivas o sensoriales. Es un compromiso social que permita a todos los usuarios acceder de forma satisfactoria a los productos. Estas son algunas de las características de un packaging inclusivo, según Papelera Dimar:

1. Incorporación de un sistema abre-fácil.
2. Elección de formatos flexibles y adaptables a capacidades y habilidades de distintas personas.
3. De fácil lectura y asociación, con información sencilla sobre materiales con buena percepción e impresión.
4. incorporación de elementos identificativos sensoriales.
5. De fácil transporte.



KOALA BOX



¿Lo reconoces? Este es el producto realizado por Koala Box para el futbolista Claudio Bravo y su marca de guantes profesionales. Este es un trabajo realizado en cartón piedra, forrado en papel couché y con cierre inmediato. Al interior, cuenta con un forrado de bond especial negro.



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



FENIXPRINT



Durante la celebración del Día de los Patrimonios en el Centro de Extensión de la Universidad Católica, Fenixprint realizó estos paneles de exhibición autosoportantes para la exposición sobre fauna silvestre de Chile.

A IMPRESORES



Si necesitas imprimir libros, A Impresores te entrega gráficas para tu empresa mediante impresiones offset y digital.



IMPRESOS G4



Si tu negocio son las mascotas, Impresos G4 te puede ayudar. Estas divertidas cajas de productos cosméticos para mascotas son impresas a 1/10 en cartulina kraft, con termolaminado, troqueladas y plisadas.



DEANDESPAC



Conoce The Box, la línea biodegradable y reciclable desarrollada por Deandespac. Estos envases Kraft son ecológicos y aptos para alimentos fríos y calientes, siendo una solución de packaging práctica y atractiva para tu negocio.



CONOCE NUESTRA LINEA THE BOX
¡Biodegradables y reciclables!



COLORPACK



¿Necesitas hacer un packaging para tus delivery? En Colorpack te pueden asesorar en materiales, forma y estructura, desarrollando un producto acorde a tus necesidades y las de tus clientes.



CANON



Canon presenta la nueva Maxify GX4010, una impresora multifuncional con capacidad de imprimir hasta 6000 páginas en blanco y negro con un solo juego de botellas.

ESTA EDICIÓN FUE
POSIBLE GRACIAS A:



Teléfono +56 2 2595 7600
www.agfa.cl



Mesa central +56 2 2477 6100
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