

Print & Pack

Por:  ASIMPRES

Empresa
destacada:
AMF Etiquetas /
All4Labels Chile

Especial
ganadores

PREMIOS ASIMPRES

2023

Sustentabilidad en la industria gráfica

**Inicia el 3er
Acuerdo de
Producción
Limpia de la
Impresión y
su Cadena
de Valor.**

El 3er Acuerdo de Producción Limpia tiene como objetivo central dar cumplimiento como industria a la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor en materia de artículos eléctricos y electrónicos. Asimpres dio inicio a esta nueva etapa para que los socios comiencen a cumplir los requisitos y la implementación de procesos amigables con el medioambiente para que la industria gráfica continúe posicionándose en materia de sustentabilidad con esta certificación.

EL ROL DE LAS EMPRESAS

“La Ley REP ha venido a modificar la manera de hacer las cosas. Se han sumado tareas para llevar la administración de la ventanilla única en la cual debemos realizar las declaraciones de nuestros impactos y poder así contar con la información que permita reutilizar, valorizar y reciclar nuestros residuos”, explicó Juan Carlos González – presidente de Asimpres durante su discurso.

“Cumplir con la Ley REP es obligatorio, no solo porque lo manda la norma si no que porque hemos ido interiorizando como sector la importancia de incorporar prácticas sustentables en la empresa, contribuir a mitigar el cambio climático, generar economías y también certificarse de producción limpia de cara a nuestros clientes, obteniendo así el reconocimiento que corresponde”, agregó.

El directivo de Asimpres señaló que se contempla realizar una campaña comunicacional dirigida a los de-

mandantes de impresos y de equipamientos, para difundir los atributos del acuerdo. Los APL se inician con un diagnóstico “para aprender de las buenas prácticas, si ya existen o no como industria, y enfrentar el desafío de crear las mejores soluciones para administrar este artículo prioritario de la Ley REP”, añadió.

FASES Y PLAZOS DEL APL

“Buscamos adelantarnos a la legislación que viene sobre materiales electrónicos o aparatos electrónicos enfocada 100% a las industrias”, explica Franco Rivas, subgerente comercial de reciclaje Ecotrans y consultor en Acuerdo de Producción Limpia. “La primera fase del APL es la recopilación de antecedentes. Asimpres debe generar un diagnóstico de una línea base que revele cómo se encuentran las empresas de la industria gráfica que quieran inscribirse en esta fase de muestreo”, informa.



Lo siguiente es la encuesta que se realiza a las empresas participantes - validada por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático - sobre las condiciones de cada una. "Realizamos un taller inicial para la difusión del APL y enviamos a los asistentes inscritos un mail con la encuesta. Tenemos un mes para recopilar los datos", señala.

Esperan la participación de 50 empresas impresoras y 10 proveedores de equipamiento gráfico para generar un diagnóstico "que permita ver la brecha y las condiciones de cada una. Son seis meses en total", dice Rivas. "Asimpres hizo toda la gestión con los organismos públicos, les aportaron fondos y son la cabeza del proyecto. Es una gran oportunidad que esté involucrada, porque permite que las empresas socias sean más competitivas, ya que se les entrega un sello y se les acompaña en la búsqueda de eficiencia".

"Las empresas van a estar a la vanguardia, un paso adelante de sus competidores, y también tienen la opción de trabajar con el Estado un poco más directamente. Son puntos que suman en las licitaciones", finaliza.



LA IMPORTANCIA DEL APL

"El APL es importante porque así las empresas se adelantan al cumplimiento normativo en el caso de la Ley REP", dice Valeska Torres, coordinadora de Acuerdos de Producción Limpia de la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático.

Actualmente, el decreto supremo que establece las metas de recolección y de valorización y obligaciones de pilas y aparatos eléctricos y electrónicos se encuentra en anteproyecto de ley. Por esto, el actual APL pretende incorporar economía circular, fortaleciendo la sustentabilidad de las empresas de la industria y dando continuidad al APL I y II.

Además, el acuerdo permite que las empresas que trabajen en la eficiencia energética implementen prácticas de manejo y valorización de residuos y estén permanentemente capacitadas en temas de sustentabilidad, reduciendo costos mediante la eficiencia. Y si dan continuidad al acuerdo mantendrán la certificación del APL II, afirma. La Agencia de Sustentabilidad es un comité de Corfo que acompaña a asociaciones gremiales, en este

caso a Asimpres, en la implementación de políticas públicas en las empresas. "Verificamos sus necesidades y avanzamos en las líneas de trabajo enfocadas en la mitigación del cambio climático", dice Valeska Torres.

Es importante destacar que, el objetivo de este acuerdo es fortalecer la sustentabilidad de las empresas de la industria de impresión y sus proveedores de equipamiento, incorporando acciones y tecnologías que contribuyan a la reducción de gases de efecto invernadero.

La Agencia de Sustentabilidad es un comité de Corfo que acompaña a las asociaciones gremiales, en este caso a Asimpres, en la implementación de políticas públicas en las empresas. "Verificamos sus necesidades y avanzamos en las líneas de trabajo enfocadas en la mitigación del cambio climático", afirma Valeska Torres.



FUTURO GRÁFICO.

La iniciativa que busca llevar la educación al siguiente nivel.

De la mano de la Escuela de la Industria Gráfica, este proyecto detecta a estudiantes interesados y comprometidos por continuar en esta rama para impulsarlos en su formación.

La Escuela de la Industria Gráfica, fundada en 1940 y que se configura como uno de los ejes centrales del área educacional para Asimpres, lanzó en junio de este año un nuevo proyecto con el fin de retener el talento de jóvenes gráficos de nivel medio y ofrecer oportunidades profesionales y de desarrollo en áreas de la industria gráfica.

Manuel Betancourt, creador del proyecto y rector de la escuela, explica que Futuro Gráfico es una instancia que “busca detectar tempranamente a los alumnos que quieren mantenerse en la industria y así fidelizar el talento en las empresas. Actualmente, el porcentaje de alumnos que se mantiene en la industria es de un 25% y queremos evaluar y convocar a aquellos alumnos que deseen mantenerse en el rubro, tanto de tercero como de cuarto medio”.

47 estudiantes de tercero y 25 de cuarto medio se han incorporado en el programa.

Los requisitos, explica el rector, son: “ser bien evaluados por sus profesores de especialidad y por sus tutores, que son los que los visitan en la planta, además de manifestar un deseo de permanecer en la industria”.

El proyecto gestionará los recursos necesarios en la formación del perfil del futuro líder gráfico, realizando capacitaciones de habilidades y competencias técnicas que le permitan dominar herramientas, software y tecnologías, así como charlas de habilidades blandas y socioemocionales que ayuden al estudiante a comunicar su potencial de forma asertiva, desarrollar soluciones a las dificultades y colaborar eficazmente en el trabajo en equipo.

Adicionalmente, se continuará dando la oportunidad a los jóvenes de realizar su práctica y formación dual en empresas óptimas para este proceso.



LA IMPORTANCIA DE LAS EMPRESAS

Hoy el proyecto está en búsqueda de empresas exitosas con proyección y desarrollo profesional, comprometidas con la formación de jóvenes técnicos para la industria gráfica en Chile, con el fin de ubicar a los estudiantes en esas organizaciones: “Ya hemos instalado al menos al 80% de los alumnos de cuarto medio que van a egresar este año y que pertenecen a este grupo de líderes gráficos en buenas empresas, pero todavía nos falta”, asegura Manuel Betancourt.

En esta línea, afirma que el recibimiento de las empresas “ha sido muy bueno. Han conocido e incorporado a estos estudiantes y han surgido solo buenas experiencias. Además, es una muy buena oportunidad para nosotros de demostrarle a la industria lo importante que es comprometerse con el proceso educativo desde antes”.

“

Han conocido e incorporado a estos estudiantes y han surgido solo buenas experiencias. Además, es una muy buena oportunidad para nosotros de demostrarle a la industria lo importante que es comprometerse con el proceso educativo desde antes”.

Uno de los principales desafíos, tanto de la escuela como de la iniciativa de Futuro Gráfico, es llegar a un mayor número de empresas implicadas con el proceso educacional de estos estudiantes. “Se debe identificar lo que se tiene. Las empresas necesitan capital humano y nuestra labor es, justamente, formar a técnicos capacitados y comprometidos con la industria”, concluye Betancourt.

Retos y oportunidades para la industria del papel y la impresión en Chile

La encuesta Trend Tracker realizó un estudio en enero de este año en cual se recopila información acerca de la actitud de los consumidores hacia la comunicación impresa, el papel, los envases de papel y los productos de higiene.

NOTICIAS

El informe de investigación Trend Tracker, que realiza Two Sides cada dos años, explora y analiza los cambios en las preferencias, percepciones y actitudes de los consumidores hacia la comunicación impresa, el papel y los envases de papel.

La encuesta se centró en los hábitos del consumo de medios de comunicación de las personas, preferencias de embalaje y sus preferencias en cuanto a materiales de higiene personal.



CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El informe establece que hubo una recuperación significativa de los hábitos de lectura de materiales impresos desde la pandemia de COVID-19 en los países encuestados.

En el caso de Chile, el 68% de los encuestados mostró preferencia por libros impresos, el 45% escogió las revistas, el 49% de los consumidores no prestan atención a los anuncios en línea y el 51% de los consumidores cree que los niños aprenden más leyendo materiales impresos en comparación con lo digital.

68% DE LOS ENCUESTADOS MOSTRÓ PREFERENCIA POR LIBROS IMPRESOS.

45% ESCOGIÓ LAS REVISTAS.

49% DE LOS CONSUMIDORES NO PRESTAN ATENCIÓN A LOS ANUNCIOS EN LÍNEA.

51% CREE QUE LOS NIÑOS APRENDEN MÁS LEYENDO MATERIALES IMPRESOS.

PREFERENCIAS DE EMBALAJE

A medida que aumenta el número de consumidores que compran productos por Internet, crece la preocupación por las opciones de embalaje y la atención al impacto medioambiental de los materiales que los componen. **El papel es la materia prima de envase preferida para 8 de los 15 atributos comprobados en la encuesta, y el 77% de los consumidores lo reconocen como mejor para el compostaje doméstico y el 48% como mejor para el medio ambiente.**

No se puede negar que lo digital ha estado afectando la forma en que recibimos noticias e información, pero la creciente dependencia de estas tecnologías trae sus propios desafíos. La encuesta revela que asegurarse un tiempo alejado de los dispositivos digitales es más importante que nunca. Cuando se pidió a los consumidores que clasificaran a los responsables de reducir los envases de un solo uso y no reciclables, el 40% dijo creer que los gobiernos y las autoridades locales son los principales responsables.



PRODUCTOS DE PAPEL TISSUE

Los productos de higiene fabricados con papel tissue son una parte esencial de nuestra vida cotidiana. Sin embargo, existen varios mitos en torno a la industria del papel tissue, como el uso de árboles como fuente de materia prima, el impacto medioambiental de estos productos y su reciclaje. Estos mitos influyen negativamente en la percepción de los consumidores.

La encuesta reveló una preferencia por los productos de higiene fabricados con papel reciclado, con el 69% de los consumidores creyendo que es mejor fabricar productos de higiene con fibra reciclada, y el 48% busca activamente productos de papel reciclado para higiene.

Asimismo, el 77% desea que la industria de higiene invierta más en producción sostenible, el 49% afirma que los productos de higiene personal forman parte esencial de su vida diaria y el 61% se preocupa del impacto ambiental que tienen los productos de higiene que consumen.

El 77% desea que la industria de higiene invierta más en producción sostenible, el 49% afirma que los productos de higiene personal forman parte esencial de su vida diaria y el 61% se preocupa del impacto ambiental que tienen los productos de higiene que consumen.



CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

“

Informar a los consumidores de los hechos sobre la sostenibilidad del sector de celulosa y papel debe considerarse una prioridad para una industria que invierte tanto en crear productos atractivos, funcionales y sostenibles”.

Fabio Arruda Mortara
Presidente de Two Sides Brasil y América Latina.



Irazú de la Cruz:

*“Los desafíos
de la industria
los estamos
viviendo en
toda América
Latina”.*



En su visita a Chile, la vicepresidenta de la Cámara Mexicana de la Industria de Artes Gráficas se reunió con representantes de Asimpres para generar canales de colaboración para enfrentar los nuevos retos de la industria gráfica.

Durante su visita a Chile en octubre, Irazú de la Cruz, la vicepresidente de la Cámara Mexicana de la Industria de Artes Gráficas (Canagraf) se reunió con Asimpres y sus directivos con el fin de abordar los nuevos desafíos de la industria.



Junto a Juan Carlos González, presidente del directorio de Asimpres, y José Patricio Castro, vicepresidente de la misma instancia, los representantes de la industria gráfica tuvieron la oportunidad de discutir sobre posibles formas y canales de trabajo en conjunto.

“Asimpres y Canagraf son dos asociaciones serias que tienen como objetivo poner en la mesa los temas de discusión y desafíos de la industria. Desafíos que, a mi parecer, estamos viviendo en toda América Latina”, comenta Irazú.

Entre los principales desafíos que identifica la vicepresidenta de Canagraf se encuentra la carencia de una norma latinoamericana de impresión: “Aunque existen estándares de impresión, no hay una norma mexicana o latinoamericana de impresión que pueda delimitar y dar pauta a las reglas del juego. Tener algo así podría garantizar que quienes ingresan a la industria tengan las reglas claras desde el principio y también regular las expectativas que tienen los clientes sobre la impresión”, sostiene.

“Asimpres y Canagraf son dos asociaciones serias que tienen como objetivo poner en la mesa los temas de discusión y desafíos de la industria. Desafíos que, a mi parecer, estamos viviendo en toda América Latina”.

Otro de los principales retos que destaca Irazú es la sustentabilidad y la necesidad de un cambio de paradigma en la industria: “La sustentabilidad muchas veces, y tristemente, se usa como discurso de venta. Esto pasa justamente porque no hay normas”, sentencia.

Ante estos desafíos y los cambios que enfrenta la industria, el rol de organizaciones como Asimpres o Canagraf y la necesidad de colaboración cobran aún más relevancia, asegura Irazú de la Cruz: “Cumplimos el rol de generar un sentido de pertenencia, de ser quienes llevan la lámpara en un túnel oscuro y de ser un espacio para intercambiar conocimiento”, concluye.



La nueva estrategia de
ACTEGA

con miras a la sustentabilidad

Tras la reestructuración interna de ACTEGA, Christian Aguirre asumió como Head of Sales P&B Latam Pacific en marzo de este año, trabajando junto a Evelyn Cabrera, gerente general de la empresa, en los nuevos desafíos de la industria.

A partir de marzo de este año, Christian Aguirre asumió como Head of Sales del segmento Paper and Board (P&B) para el área Pacífico de Latinoamérica.

Paper and Board es una de las tres líneas de negocio de ACTEGA, la cual está relacionada intrínsecamente con la venta de barnices UV y Base Agua, primer, así como también Barnices Especiales y Barrera, los cuales son aplicados en la fabricación tanto de envases como productos comerciales, ya sea de cartón y/o cartulina. En tanto las otras dos divisiones, Flexible Packaging y Rígidos, continúan a cargo de Evelyn Cabrera.

Hoy Christian, quien ingresó a la empresa en 2021 y cuenta con más de 30 años de experiencia en la industria gráfica, está a cargo de la venta de estos productos en Venezuela, Ecuador, Colombia, Perú, Bolivia y Chile, reportando constantemente a Alemania y trabajando junto a Evelyn en el desarrollo de proyectos y desafíos comerciales de ACTEGA, entidad que hoy lidera el mercado de barnices en nuestro país.

LA SUSTENTABILIDAD COMO FOCO

“La sustentabilidad, la biodegradabilidad y el reciclaje no son solo conceptos para nosotros, sino más bien es un compromiso en nuestra compañía. Contamos con certificaciones internacionales, las cuales apoyan las gestiones de igual índole tanto de nuestros clientes como la de los consumidores finales”, afirma Christian. De esta forma, ACTEGA a nivel global

está trabajando activamente con empresas alimenticias y otras relacionadas en el mismo rubro, para desarrollar productos que permitan a los envases ser compostables y reciclables. Esto, mediante las materias primas utilizadas en la elaboración de tintas y barnices base agua.

“Esto es un camino que ha venido desarrollando ACTEGA hace bastante tiempo, cuyos resultados han sido positivos, sin embargo, cada día continuamos esforzándonos en mejoras. Mi responsabilidad no solo es cumplir con el presupuesto y objetivos, sino también concientizar, ayudar y motivar a nuestros clientes a que vayan por el camino de la sustentabilidad”, asegura Christian.



La sustentabilidad, la biodegradabilidad y el reciclaje no son solo conceptos para nosotros, sino más bien es un compromiso en nuestra compañía. Contamos con certificaciones internacionales, las cuales apoyan las gestiones de igual índole, tanto de nuestros clientes como la de los consumidores finales”.

Avery Dennison viste a Eolian, el auto solar desarrollado por la Universidad de Chile

Se trata de un proyecto que se inició en 2006 y consiste en la construcción de un auto solar de fibra de carbono. El vehículo está vestido con materiales sostenibles, libres de PVC para superficies irregulares, remaches y curvas, y fue traído de Europa por Avery Dennison.

"El equipo desarrollador buscaba causar un impacto, no solo por la tecnología, sino que también tuviese un diseño atractivo y brillante, por lo que propusimos para impresión SP 1504 y un laminado DOL 6460, ambos de poliuretano libres de PVC, para que pudiera ser el efecto que ellos necesitaban y nosotros mostrar que sí se puede tener materiales sostenibles dentro del área de la gráfica", explica María Loreto Ocaranza, KAM Graphics para Chile y Bolivia de Avery Dennison.

Ocaranza destaca la labor de los especialistas de M2 Publicidad liderados por Ángelo Parra, encargados de la instalación de la gráfica: "Han sido pieza clave, porque esto tiene varios procesos: los estudiantes tienen la idea y el diseño, luego viene la impresión en el material mencionado, hay que laminar, cortar, instalar y dejarlo perfecto. O sea, aquí hay varios involucrados para que el resultado sea un éxito. Si en el camino alguien no lo hace bien, no funciona".

Avery Dennison se involucró en el proyecto desde el año 2022 debido a que Eolian se alinea al 100% con los objetivos de sostenibilidad de la compañía. A fin de año tienen programado realizar una segunda rotulación de este vehículo. "Buscamos apoyar para seguir con esta alianza", adelanta la ejecutiva.

EOLIAN, TECNOLOGÍA SOLAR DESARROLLADA EN CHILE

En este proyecto participan 55 personas entre estudiantes y profesores de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, del Departamento de Ingeniería Eléctrica, la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, la Facultad de Comunicación e Imagen y la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile.

Alejandra Olguín, coordinadora del proyecto Eolian y estudiante del Magíster de Ingeniería Eléctrica de la casa de estudios, afirma: "Nadie tiene la última palabra en materia de desarrollo e innovación tecnológica. Entonces, para nosotros, Eolian es una apuesta porque, si vamos a hacer las cosas distintas, es mejor empezarlas desde ya. Además, lo más especial e importante es que este interés nace de nuevas generaciones, hacemos que el proyecto se enriquezca año a año".

Por ello, es importante dar visibilidad a estos proyectos, explica. "Tenemos un desarrollo in house, lo construimos desde cero, eso da pie para motivar que este tipo de tecnología es posible y que, a nivel país, es viable". Olguín agrega que "la puesta en marcha de Eolian es una instancia para considerar la reconversión de vehículos. Puede ser un gran componente de cambio para el futuro, puede ser un auto eléctrico o puede ser en otro tipo de tecnología, pero a la larga poder visibilizar que este auto está en la calle, que es real, que las personas lo vean, hace que cada vez sea más factible", destaca.



“

Puede ser un gran componente de cambio para el futuro, puede ser un auto eléctrico o puede ser en otro tipo de tecnología, pero a la larga poder visibilizar que este auto está en la calle, que es real, que las personas que lo vean, hace que cada vez sea más factible”.

Alejandra Olguín
Coordinadora del proyecto Eolian.



ARTECOLOR:

Servicio integral con foco en la
generación de valor

Con la innovación como uno de sus puntos fuertes, Artecicolor se posiciona como una empresa con casi 25 años de experiencia en la industria gráfica. Esto, ayudando de manera integral a sus clientes mediante un acompañamiento que va más allá de la impresión.

Artecicolor forma parte de la industria gráfica desde hace 25 años, entregando un servicio integral de diseño, impresión y servicios gráficos a las empresas. Hoy, la innovación y la búsqueda por generar valor se conforman como sus dos ejes centrales. Así lo explica Alan Sacks, director de Estrategia y Finanzas de Artecicolor: “A nuestros clientes los vemos como partners, lo que buscamos es generar relaciones a largo plazo y un ambiente colaborativo para lograr el mejor resultado posible”, sostiene el ingeniero comercial.

Además, agrega, la generación de valor no solo para la empresa, sino que para el gremio, ha llevado a Artecicolor “a ser un agente de cambio activo y buscar tener un rol de liderazgo en la industria, enfocándonos en cómo contribuimos colaborativamente a la industria”.

INNOVACIÓN TANGIBLE E INTANGIBLE

Artecicolor ha sido líder en promover cambios desde distintas aristas. En esta línea, Alan Sacks asegura que “la empresa de hoy no es la misma que hace tres años, a pesar de que el pilar fundamental del negocio continúa siendo el mismo”. La innovación ha sido una herramienta clave, no solo para mantenerse vigentes en el mercado, sino que también para crecer. Aquí distinguen entre la innovación tangible y la intangible.

La primera, por un lado, se configura como el desarrollo tecnológico de Artecicolor. Si bien es clave para mantenerse competitivos, no es su foco principal.

La innovación intangible, por el otro lado, en palabras del director de Estrategia y Finanzas “es el rol que juega la empresa de cara a los competidores. Para nosotros, va por ahí la innovación”, asegura. Así, decisiones como asociarse a Asimpres o abrazar el Acuerdo de Producción Limpia “son cambiar la forma en la que hacemos las cosas internamente en el sentido de la relación que tenemos con nuestro equipo”.

“Entregamos un set de herramientas gratuitas abiertas y con esto buscamos generar un ambiente más colaborativo, porque ahí es donde vemos que más impacto tiene la innovación”.

Alan Sacks
Director de Estrategia y Finanzas de Artecicolor.

CLIMA COLABORATIVO

Sumado a esto, y como un método para generar valor desde la innovación, Artecolor busca generar un espacio de flexibilidad no solo con sus colaboradores, sino que con sus clientes: “Entregamos un set de herramientas gratuitas abiertas y con esto buscamos generar un ambiente más colaborativo, porque ahí es donde vemos que más impacto tiene la innovación”, asegura Alan Sacks.

Este set consiste en una serie de contenidos que abordan las necesidades y puntos de dolor de la red, mediante la entrega de material como insights, noticias, artículos, estudios, guías prácticas, manuales, consejos, entre otros, y que buscan promover una interacción dinámica y un flujo constante de valor para los clientes, aliados y stakeholders de Artecolor.

Los resultados de estos cambios, asegura, han sido positivos no solo desde un punto de vista cuantitativo, sino que en términos del ambiente laboral: “Desde la confianza que hay en el equipo para intercambiar ideas o sentirse parte, hemos visto resultados muy positivos. También se ha generado un ecosistema donde el cliente, nosotros y nuestros proveedores hemos generado un clima mucho más colaborativo”, concluye.



Conoce cómo respetar los *derechos* *de autor* antes de imprimir

A Impresores ha publicado un artículo en su blog en el cual explica cómo respetar los derechos de autor cuando se utilizan imágenes o extractos de textos de otros autores, cuando se da inicio a un proyecto editorial.

Algunas recomendaciones antes de enviar el proyecto a impresión son:

Familiarízate con los derechos de autor: se trata de un conjunto de leyes que protegen las creaciones originales de los autores, como libros, música, imágenes, películas, entre otros. Familiarízate con las leyes y regulaciones relacionadas con la propiedad intelectual en tu país y asegúrate de entender tus responsabilidades como creador y editor.

VERIFICA LOS PERMISOS:

Si planeas utilizar imágenes o ilustraciones, evita sacar imágenes que se encuentren en internet. Lo mejor es buscar bancos de imágenes con derechos liberados o de dominio público, asegurándote de tener los derechos de reproducción necesarios.

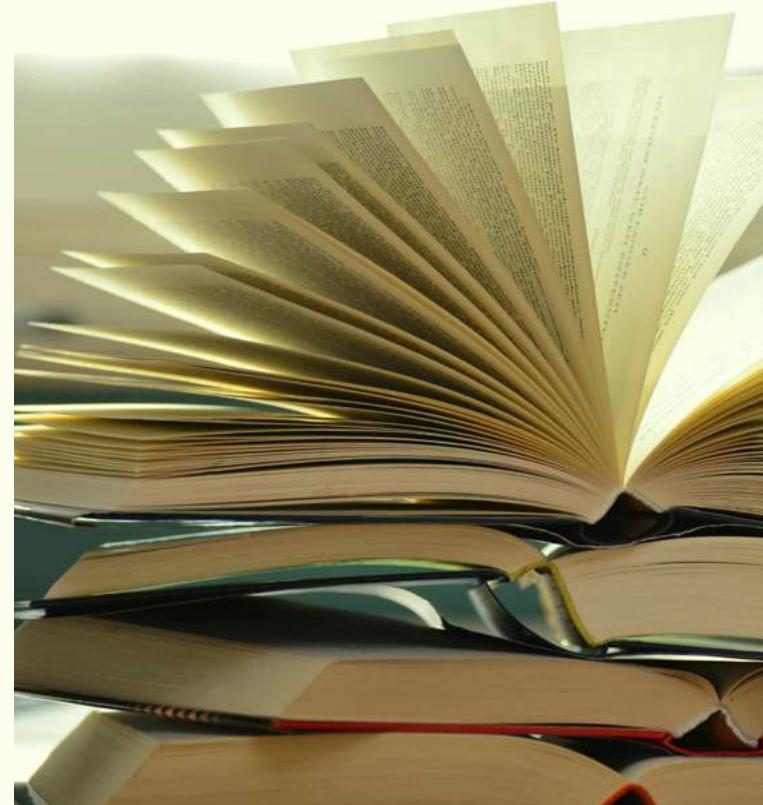
CREACIÓN DE CONTENIDO ORIGINAL:

Si buscas asegurarte de que el contenido de tu proyecto sea completamente original y evadir cualquier problema relacionado con los derechos de autor, considera realizar tus propias ilustraciones o fotografías y, en el mejor de los casos, contratar profesionales como un diseñador, fotógrafo o artista que complemente tu trabajo de la mejor forma.

Investiga y comprende las leyes de propiedad intelectual, obtén los permisos necesarios, utiliza material con licencias abiertas o de dominio público, y considera contratar profesionales para la creación de contenido original.

Al seguir estos consejos, podrás asegurarte de que tu proyecto cumpla con las normas legales, respete los derechos de autor y mantenga la integridad del mundo editorial.

*Conoce
más
en:*



NUEVOS SOCIOS
ASIMPRES

BÚHO.

El desafío de la actualización con 95 años en el mercado

Esta imprenta tiene un espacio en la memoria de los chilenos, ya que sus cuadernos escolares, materiales educativos, agendas para uso administrativos, entre otros, son el clásico artículo para el quehacer diario. Con el paso de los años, Búho se ha enfrentado a diversas oportunidades para el crecimiento, renovando sus líneas de producción y reinventando sus productos mientras mantiene su sello de producción 100% nacional.



"Nos estamos desafiando continuamente para mantener nuestro posicionamiento en el mercado. Hemos mejorado nuestras líneas de producción, buscamos la actualización periódica y modificamos algunos artículos, sobre todo en el personalizado o dando mayores ventajas en cuanto a la impresión, ya que hoy día la competencia y el tema de la digitalización han sido un impacto", explica Marco Garrido, gerente general.

Entre las estrategias de la empresa para mantener su marca está la renovación constante a través de nuevos productos. "Mejoramos nuestros precios e innovamos, estamos en una mejora continua", comenta Garrido. "En estos 95 años, la compañía ha logrado tomar un posicionamiento dentro del rubro administrativo, contable y de educación. Como dice nuestro slogan damos soluciones para la oficina, nos preocupamos diariamente de la mejora de nuestras actuales líneas de producción".

“

Como dice nuestro slogan damos soluciones para la oficina, nos preocupamos diariamente de la mejora de nuestras actuales líneas de producción".

Marco Garrido
Gerente general.





FABRICACIÓN NACIONAL VS. IMPORTACIÓN

"Actualmente se puede importar desde China con facilidad, en cualquier industria. Los precios son competitivos, sí, pero existe un valor agregado en cómo lo hacemos nosotros, ya sea en materia medioambiental, en la personalización de los productos, en el conocimiento del mercado, en la entrega de soluciones, estando presente como un actor relevante ante nuestros clientes", señala el gerente general de Búho.

Junto a ello, la empresa destaca el valor de la historia de la compañía, la que es ampliamente reconocida en el país, ocupando un lugar especial en la memoria de los chilenos y chilenas como una marca nacional.

"No se trata solamente de un cuaderno y un producto, son 95 años de trayectoria y una preocupación día a día por entregar soluciones en materia de educación, de oficinas, de estar hoy día buscando alternativas de poder personalizar nuestras líneas para entregar más alternativas al mercado. Ese es el trabajo que hemos realizado en los últimos años, dar opciones al cliente", plantea Garrido.

IMPLEMENTACIÓN DE MATERIALES SUSTENTABLES

Además de la preocupación por mantener una oferta actualizada e innovadora, Búho es una empresa que se ha comprometido con el cuidado del medio ambiente. Como parte de su estrategia de negocios, la compañía ha puesto en marcha una serie de medidas para fabricar sus productos de forma sustentable.

“Compramos a proveedores certificados con materiales amigables con el medioambiente. Nuestras agendas son de material biodegradable similar al cuero, trabajamos con termo laminado, además, utilizamos barnices UV y hemos dejado de utilizar el termo laminado de plástico”, finaliza.

“

**Compramos
a proveedores
certificados con
materiales amigables
con el medioambiente”.**

Marco Garrido
Gerente general.



ECO3

y su enfoque en la innovación y desarrollo para los clientes

Este 2023 la empresa líder a nivel mundial en sistemas y soluciones de preimpresión para la industria ha desarrollado nuevos productos orientados a la innovación y calidad, de cara al mercado gráfico y sus clientes.

A casi un año de la adquisición a nivel global de Agfa Graphics por parte del fondo de inversiones europeo Aurelius, y tras la migración al concepto ECO3, Osvaldo Saravia, Country & BG Manager para la Región Pacífico de la marca, asegura que desde la empresa continúan “enfocados en el mercado gráfico y en nuestros clientes”.

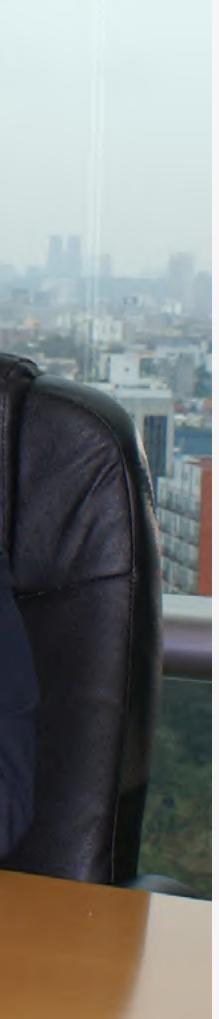
Con una cartera de 27 compañías, Aurelius genera ingresos de más de €3.400m y emplea a más de 12.500 personas a nivel europeo. De esta forma, el prestigioso Private Equity invierte en empresas del rubro inmobiliario, IT, salud y estilo de vida e industrial, entre otros, potenciándolas económicaamente.

De esta forma, y con el respaldo del Grupo Aurelius, ECO3 continuará presente en el mercado con



su portafolio de productos de impresión, así como con su presencia en más de 40 países, con capacidad de fabricación en Europa, América y Asia.

En esta línea, asegura Saravia, “esta transición hacia ECO3 ha sido muy bien percibida por el mercado en general y nos genera mucho optimismo en lo que viene en el futuro: nuevas inversiones, nuevos mercados, como el Flexo, y también un importante foco en innovación e investigación y desarrollo de nuevos productos para la industria gráfica”.



Innovación y desarrollo para los clientes

A lo largo de 2023, la empresa proveedora líder a nivel mundial de sistemas de impresión ha desarrollado distintos proyectos orientados al crecimiento y diversificación.

“Este año presentamos nuestra nueva cartera para el segmento de etiquetas flexográficas: un sistema de preimpresión completo para la industria flexo. Este comprende desde el flujo de trabajo, la edición de ilustraciones y la mejora de la calidad de la imagen; hasta sistemas de computadora a plancha (CtP), laminadoras y planchas flexográficas acuosas y de solventes, de alta calidad”, sostiene el Country Manager.

Completa el sistema una línea completa de fildadoras MAGIS de alta resolución: la plancha MAGIS P-Eco, una plancha flexográfica acuosa híbrida para aplicaciones de impresión de etiquetas y flexibles.

A nivel general, los distintos tipos de plancha cuentan con la ventaja de permitir impresiones de alta calidad con reproducción precisa de detalles, lo cual las convierte en insumos ideales para la impresión comercial de revistas, catálogos, folletos y otros materiales de marketing.

“Desarrollamos también tecnologías innovadoras como la trama Spiral, que puede generar un ahorro de hasta 15% en el consumo de tinta durante la impresión, al reemplazar la trama tradicional por espirales, aprovechando el contacto mecánico de la prensa”, dice Osvaldo Saravia.

En cuanto a la sustentabilidad, sostiene que siempre han estado enfocados en ella ya que es uno de sus ejes centrales. “La sustentabilidad está presente en cada producto que desarrollamos y, como empresa europea, el concepto está en el ADN de la compañía desde hace muchos años”, indica.

Concluye destacando que hoy ECO3 continúa ofreciendo una “amplia gama de soluciones integradas para impresores comerciales, de periódicos y de embalajes”.

“

La sustentabilidad está presente en cada producto que desarrollamos y, como empresa europea, el concepto está en el ADN de la compañía desde hace muchos años”.

Osvaldo Saravia

Country & BG Manager para la Región Pacífico.



KOALA
Box

Especialistas en packaging y diseño de productos de alta calidad, hoy se encuentran ampliando su oferta de servicios con el objetivo de llegar a más clientes para seguir siendo relevantes en el mercado gráfico.

María Cecilia Rosas, fundadora y actual gerente general de Koala Box por más de 20 años en el mercado, cuenta que su pasión por el packaging y la industria gráfica nació a raíz de su historia familiar: “Mis padres en los años 90 tenían una fábrica de packaging y, con el tiempo, se amplió con una imprenta especializada en bolsas, lo que sin duda sirvió de inspiración para la posterior creación de Koala Box”.

Luego de 14 años en Francia retomó su inquietud por el packaging, dando a lugar a su primer local en los años 90, donde luego se instaló con una empresa pequeña especializada en creación y fabricación de packaging, atendiendo principalmente a agencias de publicidad.

Koala Box hoy se especializa en el desarrollo y producción de packaging de cartón y cartulina a través de procesos automatizados y manuales, acompañando a sus clientes en la creación, diseño y fabricación: “Tenemos tecnología de punta que nos permite garantizar productos de alta calidad en los tiempos acordados. Eso es lo que nos diferencia”, afirma María Cecilia.



66

Tenemos tecnología de punta que nos permite garantizar productos de alta calidad en los tiempos acordados. Eso es lo que nos diferencia".

María Cecilia Rosas
Fundadora.

Clientes y desafíos

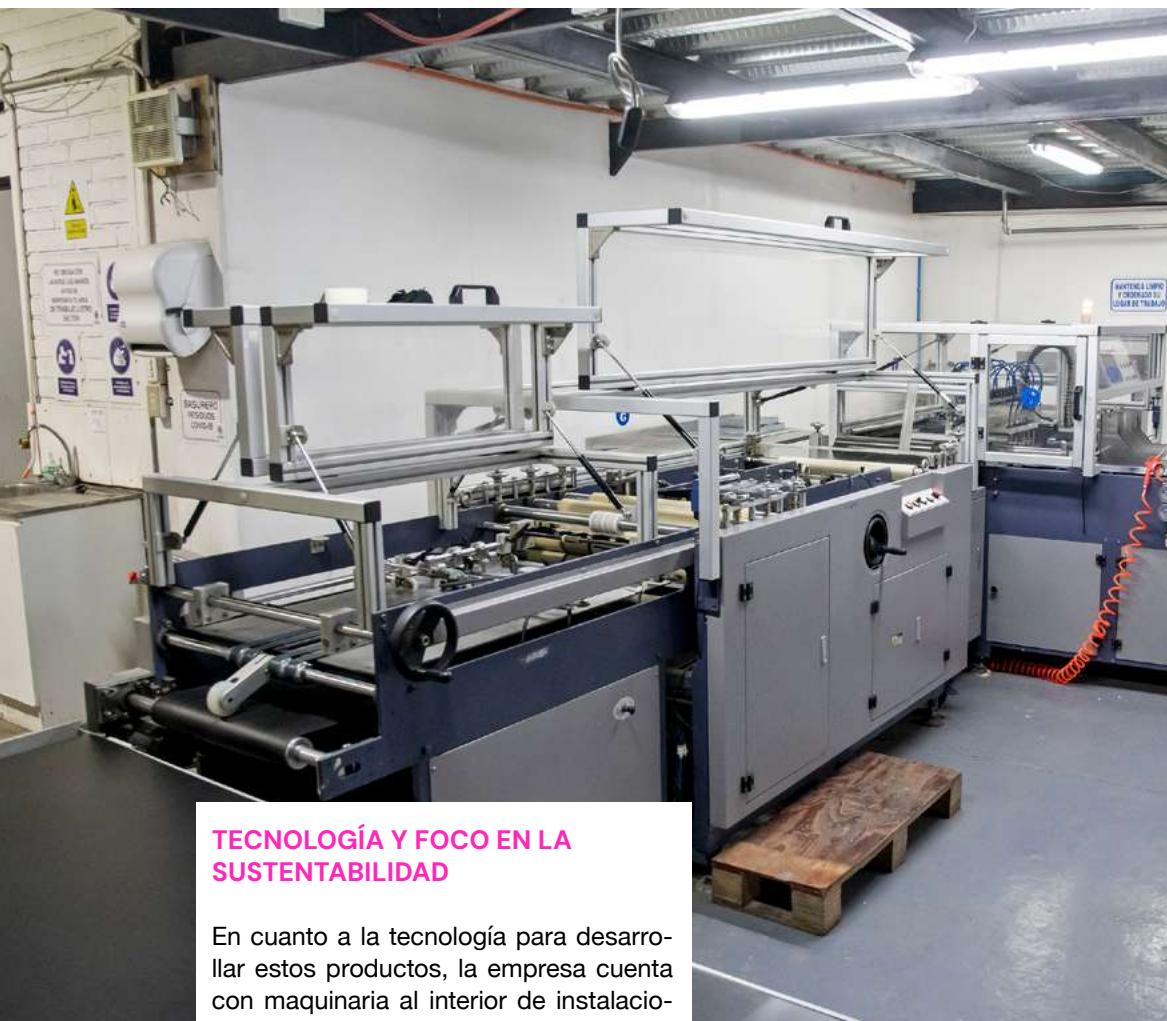


Gracias a la especialización y a la sistematización de los procesos para satisfacer altas demandas, Koala Box hoy trabaja junto a viñas y empresas de cosméticos, "clientes muy exigentes con las terminaciones y detalles, como la folia y el barniz, que le dan valor adicional a sus productos".

Si bien su fuerte como empresa son el packaging y sus terminaciones finas, actualmente, sostiene María Cecilia, "estamos ampliando nuestro rubro y produciendo estuches de cartulina para llegar a más clientes. Decidimos ampliar nuestra variedad de servicios ofreciendo productos más sencillos, guardando la calidad".

Esto, ante las dificultades económicas que enfrentan las distintas industrias a nivel nacional. "Hoy en día las grandes empresas, las viñas y cosméticos, están más limitadas en lo que tiene que ver con presupuestos y esto para nosotros es un desafío, pero también una oportunidad para crear nuevos productos".

Actualmente, Koala Box se especializa en packaging, con especial foco en cajas tapa deslizable, base de cartón piedra y funda de cartulina empacada, además de impresión offset interior y exterior. En esta línea, otro de los desafíos que identifica la fundadora de Koala Box, dice relación con la búsqueda de nuevos clientes, con el fin de ampliar su portafolio.



TECNOLOGÍA Y FOCO EN LA SUSTENTABILIDAD

En cuanto a la tecnología para desarrollar estos productos, la empresa cuenta con maquinaria al interior de instalaciones. Para esto, han invertido en emplazadoras y forradoras que producen cajas únicas en Chile, además de una Scodix Ultra Foil.

Gracias a esta tecnología, la empresa se ha ganado un sello que la distingue por su calidad y terminaciones de primera mano, además de ser capaces de producir altos volúmenes en tiempos reducidos acorde a las necesidades de sus clientes.

Por otro lado, y dada la responsabilidad que conlleva desempeñarse hoy en día en la industria gráfica, Koala Box ha aplicado una serie de medidas que buscan otorgarle un sello de sustentabilidad a sus productos.

UN EQUIPO HUMANO

Para finalizar, y a modo de agradecimiento, María Cecilia reconoce la importancia del equipo de 19 personas que componen la empresa, destacando su compromiso y profesionalismo.

“Koala Box es una empresa muy comprometida con sus clientes. Tiene una parte tecnológica, que obviamente es relevante, pero la parte humana también es muy importante. Ellos son muy profesionales y también comprometidos hacia la empresa, y creo que eso es algo que hay que destacar”, concluye.

"Para nosotros, las relaciones humanas son clave y hemos trabajado para lograr un equipo tremadamente profesional y apasionado con su labor".

FELIPE ARIAS

"El principal desafío es lograr que las generaciones jóvenes se interesen en ser parte de la industria gráfica"





El gerente general de Davis Graphics relata los desafíos que hoy enfrenta la industria y las organizaciones que la componen, ahondando en los retos en materia económica, sustentable y la importancia de atraer talento joven.

Davis Graphics, empresa que cuenta con más de 60 años de experiencia en la industria gráfica, actualmente pone su foco en la necesidad de los clientes y en la búsqueda de soluciones innovadoras. Felipe Arias, gerente general de la empresa, asegura que hoy “como proveedor el desafío que tenemos es generar valor agregado, cómo desde nuestro rol de proveedor somos capaces de aportar a nuestros clientes”.

Además, comenta el gerente general, el foco de la empresa está relacionado con los desafíos que enfrenta la industria: “Hoy tenemos una industria que no lo está pasando muy bien. Si bien años atrás tuvo un gran crecimiento, del cual nosotros también fuimos parte, hoy enfrentamos una mayor dificultad para hacer más y mejores negocios”.

“

Como proveedor el desafío que tenemos es generar valor agregado, cómo desde nuestro rol de proveedor somos capaces de aportar a nuestros clientes”.

CRECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS

Entre los retos que hoy enfrenta Davis Graphics junto a otros proveedores, Felipe Arias destaca los cambios que la ley REP trajo consigo.

“Si bien nosotros hace años que nos hacemos cargo de nuestros desechos, la ley REP nos obliga a ser más conscientes y esto está impulsando a las compañías a tener mejores prácticas respecto al manejo de residuos”.

Otra oportunidad que vio la empresa durante este 2023 fue el mejoramiento de la planta de rodillos. “Hemos invertido en nuevas y mejores maquinarias que nos permiten ampliar la oferta de productos que podemos desarrollar, no solo fabricando rodillos para la industria gráfica, sino que también abriéndonos a otros tamaños y dimensiones para otras industrias”, afirma.





PROYECTOS EN MARCHA

ATRAER TALENTO JÓVEN

Sin embargo, la gran tarea que hoy identifica Arias en el rubro es la necesidad de atraer a las nuevas generaciones. “El principal desafío es lograr que las generaciones jóvenes se interesen en ser parte de la industria gráfica y lograr construir una industria más atractiva y llamativa que permita su desarrollo”.

En esta línea, la Escuela de la Industria Gráfica representa una oportunidad única en términos educacionales para alcanzar este objetivo: “La clave de todo es tener más gente educada en todos los niveles. Si nosotros logramos tener profesionales gráficos más preparados, ellos llegarán a las imprentas y generarán un círculo virtuoso”.

Uno de los proyectos que hoy está desarrollando Davis Graphics es realizar seminarios personalizados para sus clientes en la Escuela de la Industria Gráfica. “Es algo positivo porque no solo logramos llegar a los clientes, sino que ellos también pueden ver lo que se está haciendo en la Escuela”, explica Felipe Arias.

Además, el crecimiento de los mercados extranjeros y el crecimiento en países donde se encuentran presentes, como Perú o Argentina, son proyectos que mantienen ocupada a la empresa. “Estamos buscando potenciar más los mercados extranjeros, que es donde hoy día vemos nuevas oportunidades”, concluye.

GRUPO HAGRAF

apuesta por potenciarse a través de sus cuatro unidades de negocios

La empresa implementó recientemente cambios internos con el fin de continuar mejorando su comunicación con los clientes y avanzar aún más en temas de sustentabilidad.

Hagraf, empresa que nació en 1977 en Chile, hoy se configura como una organización referente en la industria gráfica dentro del Cono Sur. Con presencia en cinco países de Latinoamérica, cuenta con un amplio portafolio de productos que incorpora maquinarias de impresión y terminación en la parte gráfica, insumos como tintas, planchas, mantillas y otros, servicio técnico especializado y repuestos originales.

Desde hace 60 años la empresa, mediante la familia fundadora Haverbeck, representa a la marca líder mundial de impresión offset Heidelberg. Según asegura Martín Haverbeck, CEO de Hagraf, como empresa se sienten sumamente “afortunados de representar una serie de marcas tan potentes como lo son Heidelberg, Huber Group, Abezeta/Strong, IMC, entre otros. Esto nos ha permitido ir posicionándonos como un distribuidor muy relevante en la industria gráfica del Cono Sur”.

Además, Hagraf cuenta con cuatro unidades de negocios. Entre estas se encuentran la línea gráfica (Hagraf) y la empresa de reciclaje (Reciclajes Ecotrans), un servicio que brinda la compañía a sus clientes y que busca hacerse cargo de los residuos peligrosos que generan, incorporándolos dentro de la economía circular; una línea de empaques descartables y amigables con el medioambiente (Akipack) y, desde hace dos años, se sumaron a la industria de la elevación (Elevhar y Euroascensores), donde brindan soluciones integrales para ascensores y escaleras mecánicas.

“

Afortunados de representar una serie de marcas tan potentes como lo son Heidelberg, Huber Group, Abezeta/Strong, IMC, entre otros.

Martín Haverbeck
CEO de Hagraf.





Cambios internos

Martín Haverbeck comenta que, con el fin de entregarles más foco a cada una de estas unidades, en noviembre de este año se implementaron cambios internos. Él asumió la gerencia general del área gráfica, Edgardo Dünner pasó a focalizarse en Ecotrans, Raúl Puelma se enfocó en el área de empaques descartables y, su socio, Cristian Rauld, está liderando el negocio de la elevación continua.

Martín destaca el aporte del ex gerente general y valora los cambios implementados: "Tanto mi familia como yo, agradecemos mucho el soporte que ha brindado Edgardo y estamos muy felices de que siga con nosotros en el área de reciclaje y en el directorio", asegura.

Comunicación y sustentabilidad

Dentro de los focos que Hagraf desea continuar potenciando a raíz de esta reestructuración, Martín Haverbeck destaca la importancia de mejorar la comunicación con sus clientes. Si bien ha sido una tradición de la compañía mantener relaciones cercanas y de confianza con ellos, el CEO asegura que “a los clientes les gusta mucho tener una relación más cercana con los dueños de las empresas. Esto nos motiva a ser una compañía mucho más ágil, a tener una respuesta acorde a los tiempos que se requieren hoy, es decir, más rápida, y que esté a la altura de lo que nuestros clientes necesitan”.

Por otro lado, la sustentabilidad continuará siendo una de sus áreas de trabajo, donde Ecotrans se configura como un actor clave.

Además, la empresa ofrece servicios de tratamiento de agua, limpieza de paños, asesorías y está trabajando activamente junto a Asimpres para avanzar en el Acuerdo de Producción Limpia (APL). “Para nosotros, el reciclaje y la sustentabilidad juegan un rol fundamental en la visión de los negocios”, concluye Martín Haverbeck.



“Para nosotros, el reciclaje y la sustentabilidad juegan un rol fundamental en la visión de los negocios”.

Drupa 2024: un espacio único para la innovación y asociaciones estratégicas

El evento, que se configura como uno de los más importantes de la industria gráfica a nivel mundial, se llevará a cabo entre mayo y junio de 2024. Representa una oportunidad única para ahondar en temáticas de innovación, sustentabilidad y establecer asociaciones estratégicas con foco global.

Entre el 28 de mayo y 7 de junio de 2024 se llevará a cabo drupa 2024. Con el fin de debatir acerca de las últimas tendencias tecnológicas y la importancia de la innovación dentro de la industria gráfica, líderes provenientes de todo el mundo se reunirán en la ciudad de Düsseldorf, Alemania.

Los representantes del rubro gráfico de Chile no se quedan fuera de esta instancia y, según comenta Franziska Kögl, Project Leader Industry & Trade Fairs de la Cámara Chileno-Alemana de Comercio e Industria (AHK Chile), “este evento ofrece una oportunidad única para que las empresas chilenas se conecten con innovaciones de vanguardia, establezcan asociaciones estratégicas y mejoren sus prácticas empresariales”.

AHK Chile se configura como un actor clave a nivel nacional para la participación en este evento. Franziska Kögl explica que, como representantes oficiales de importantes compañías feriales alemanas en el país, operan “como un nexo entre las empresas interesadas en asistir como expositores o visitantes y la feria, apoyando a las empresas en todo lo relacionado con su registro y contacto con la organización”.

Considerando la relevancia que tiene esta feria a escala global, AHK Chile está organizando una gira tecnológica que se llevará a cabo entre el 27 de mayo hasta el primero de junio donde, además de participar en drupa, la delegación visitará empresas alemanas de la región.

SOSTENIBILIDAD Y DIGITALIZACIÓN COMO FOCO

En drupa 2024 los miles de asistentes se reunirán para debatir bajo la temática de megatendencias en sostenibilidad y digitalización. En este sentido, a medida que las exigencias de producción sostenible aumentan, la impresión digital se configura como una fuerza motriz en las aplicaciones comerciales e industriales.

Por esta razón, sostiene Kögl, “la digitalización, como uno de los focos para optimizar el éxito, estará bien representada entre los expositores, que ofrecerán innovadoras presentaciones de productos y atractivas demostraciones en vivo”.

Entre ellos se encuentran empresas como Canon, Epson, Fujifilm, Windmöller & Hölscher y Die Durst Group, entre otros. Además, PYMEs y startups de renombre estarán presentando sus soluciones ante el público internacional.

CHILE EN DRUPA 2024

En su última edición, drupa reunió a más de 260.000 visitantes de 183 países, de los cuales 228 provenían de Chile. Los cambios y desafíos que hoy enfrenta la industria gráfica chilena han permitido que el área digital gane terreno gracias a su flexibilidad en tiraje y personalización.

Sumado a esto, sostiene la Project Leader, “la industria gráfica en Chile también ha enfrentado retos, como la competencia de medios digitales y la necesidad de mantenerse actualizada con las últimas tecnologías”. Por esto, afirma, este espacio internacional es de suma relevancia para las empresas.

A modo de invitación y, particularmente para la gira tecnológica que organiza AHK Chile, Franziska expresa: “Junto a nuestros partners de Asimpres, invitamos a las empresas chilenas interesadas en participar de esta feria a sumarse a la delegación, para que puedan sacarle el mayor provecho a esta instancia”.

Los cupos para ser parte de la delegación a drupa 2024 son limitados y la fecha tope de inscripción es el 15 de diciembre. Para participar y conocer más detalles, revisa el siguiente link:



we create the future

iFeria N°1 mundial en
Printing Technologies

drupa

28
07

Mayo
Junio

Düsseldorf
Germany

Delegación a drupa 2024

¡Únete a nuestra gira tecnológica y sé testigo
de la innovación en la industria de la impresión!

Para mayor información / inscripción
visita nuestra página web



#PartnerForTradeFairs



Deutsch-Chilenische
Industrie- und Handelskammer
Cámara Chileno-Alemana
de Comercio e Industria



ASIMPRES



7MA EDICIÓN PREMIO THEOBALDO DE NIGRIS 2023

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

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 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.

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

Ignacio Cortiñas
Gerente comercial y de operaciones
de EADEC Chile.



A IMPRESORES
1º 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 categorías 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 cartoné, 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 Alcalde.

“Estamos muy contentos y felices de haber obtenido estos resultados, seguiremos participando a través del tiempo”, finaliza.



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”.

Carlos Scheuch

Gerente general de Colorama.

“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 son 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: 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”.

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

Juan Ignacio Molina

Gerente general de AMF Etiquetas / All4Labels.

“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. Esto 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 algo en lo que estamos avanzando de forma importante”, finaliza.

AMF ETIQUETAS / ALL4LABELS
2º PUESTO GRÁFICA DE PLATA
ETIQUETAS IMPRESAS ADHESIVAS
EN BOBINA CON PROCESOS ESPECIALES



PREMIOS ASIMPRES 2023

UNA NUEVA
EXPERIENCIA



AMF ETIQUETAS ALL4LABELS

**EMPRESA
DESTACADA**



B I E N V
W E L C O M E
W I L K O
VÄLK
B E N V

Esta es la segunda vez que la compañía es reconocida como la Empresa Destacada del Año, siendo la primera ocasión en 2019. "Me parece impresionante, porque significa que estamos haciendo las cosas bien", afirma el gerente general Juan Ignacio Molina. Él explica los nuevos hitos de la empresa, como la representación en Chile de la compañía multinacional de origen alemán All4Labels y la importancia de ser premiados nuevamente.

"Que seamos la Empresa Destacada del año es fantástico y una noticia muy importante para todos los colaboradores, principalmente porque este año ha sido difícil para la industria de las etiquetas de botellas de vino. Las exportaciones de vino van casi un 25% por debajo, respecto al año pasado, por lo que, ganarse el premio en estas circunstancias, es doblemente gratificante. Es un impulso de energía para las personas porque realmente se han esforzado, así que es muy desafiante", comenta el gerente general Juan Ignacio Molina.

Sobre los inicios de la compañía, él rememora, "fue fundada por mi abuelo paterno en el año 1945, con el tiempo se fue diversificando y después mi padre asumió el rol de presidente, con él desarrollamos AMF Etiquetas. Nuestro foco fue apoyar el suministro de etiquetas, principalmente de vino y licores en Chile. Se trataba de un rubro que estaba en fuerte crecimiento en esos años, entre finales de los noventa y principios de los dos mil. Fuimos creciendo, innovando, armando el equipo, generando un desarrollo bien importante e impresionante en términos de lo que compramos y lo que es hoy AMF Etiquetas/All4Labels".

“Siempre he dicho que en este negocio puedes tener las máquinas, el papel, las tintas, básicamente todo, pero para que esto funcione tiene que existir un equipo muy afiatado, capacitado y profesional. Esa es la receta del éxito”.

AMF Etiquetas ahora también es All4Labels

El grupo alemán All4Labels, dedicado al rubro del packaging, escogió a la empresa chilena como parte de su expansión a nivel regional y mundial. “Tienen un factor muy fuerte en innovación, sustentabilidad y seguridad, están con un plan de expansión muy importante a nivel mundial, con una fuerte presencia en Europa, Asia, África y creciendo muy fuerte en Américas”, explica el ejecutivo.

“Este año entraron a Chile para desarrollar el negocio de etiquetas principalmente de vino, licores (W&S) y también alimentos, país escogido después de una importante exploración de alternativas, y nos contactaron a nosotros. Nos llena de orgullo y felicidad el hecho de que una empresa de lujo y excelencia mundial como All4Labels, que tiene el concepto de innovación y sustentabilidad muy fuerte, al igual que nosotros, nos haya escogido para representarlos en Chile, con un plan de expansión muy importante en la región”, asegura Juan Ignacio Molina.

“Tuvieron una confianza importante en AMF Etiquetas, por su visión de negocio que conversa mucho con la nuestra, que al final son los frutos del trabajo bien hecho. Por eso estamos felices de trabajar con ellos y de apoyarlos en la construcción de este camino de expansión, de sustentabilidad y de innovación, lo que nos hace estar motivados a seguir en este negocio”, expresa.

En cuanto a la planificación, Molina continuará en la gerencia general de All4Labels Chile por lo menos durante los próximos cinco años. “El objetivo es que podamos mantener la fuerza de ambas compañías y enfrentar los desafíos que están por venir. Esta empresa creyó en nosotros y están muy entusiasmados con el trabajo que estamos haciendo en conjunto, lo que definitivamente les va a permitir seguir creciendo en Chile y ofreciendo los productos de clase mundial que desarrollan”.



La innovación sigue siendo su pilar

"Hemos sido pioneros en innovación en la industria de etiquetas en Chile y eso es un factor que mantenemos. La innovación es el futuro, y en ello seguimos trabajando. En la actualidad, la tecnología y los equipos permiten que muchas compañías puedan hacer buenas etiquetas, bonitas y de calidad, por ello, debe existir un factor diferenciador", indica el gerente general.

Agrega que como compañía están viendo el negocio desde el punto de vista más sistemático, de integración con los clientes, y eso les ha dado mucho éxito. "Vamos por un buen camino y la industria lo ha valorado. Estamos trabajando con inteligencia artificial desarrollando un software de integración con clientes, involucrándonos en el negocio y metiendo componentes externos al suministro".

Juan Ignacio Molina afirma:
"Ese es el futuro. La gráfica va a seguir existiendo, claro que sí, pero es muy importante que las tecnologías de impresión ya sean digital o convencional, vayan de la mano de todo lo que es la integración sistémica y la nube, con el apoyo a los clientes para que su suministro y etiqueta sean temas prácticamente automatizados y que les permitan a ellos estar con mejores productos, en mejores mercados, y exportar sus productos en calidad y tiempo de la mejor forma posible".



**EMPRESARIO
NUEVA
GENERACIÓN**

GABRIEL RUIZ-TAGLE



El gerente general de Distribuidora de Papeles Industriales (Dipisa), Gabriel Ruiz-Tagle, recibe este reconocimiento en nombre de toda la compañía y afirma: "Le he dedicado todo mi tiempo y pasión a este proyecto, y es un orgullo que el dinamismo que le hemos dado a la empresa sea reconocido positivamente por la industria"

“Todos los cambios que llevamos haciendo durante años son para generar una oferta de productos y servicios más integral, que ayude a nuestros clientes a desarrollar sus proyectos. Personalmente, me encanta esta industria, y Dipisa se está preparando para seguir siendo una alternativa confiable, dinámica y competitiva durante muchos años más”, indica el gerente general Gabriel Ruiz-Tagle.

“Son momentos complicados para la industria, y para todos en realidad. Pero, a pesar de eso, hemos tomado el camino de seguir invirtiendo. Tenemos nuevas máquinas para servicio de corte y rebobinado. Ya nos estamos consolidando como distribuidores de sustratos de Comunicación Visual y, próximamente, comenzaremos con el área de Insuimos Gráficos. Si a esto le sumamos nuestra importante presencia en la distribución de papel, se va cumpliendo nuestro sueño de estar presentes en casi todo lo que nuestros clientes puedan necesitar. Este es nuestro compromiso”, agrega.

Con respecto al premio, asegura que este lo llena de alegría. “Pero, sin duda, es un reconocimiento al equipo y los va a motivar un montón. Hemos creado una gran sinergia entre los antiguos colaboradores de Dipisa y los nuevos que hemos ido llegando. Hace siete años éramos 98. Hoy, ¡somos más de 200!”, expresa Ruiz-Tagle.

“Tengo el compromiso de seguir sirviendo en la industria con todo lo que Dipisa les puede entregar.

Estoy súper agradecido y orgulloso por el reconocimiento que es para la empresa y sus colaboradores”.

LOS **nuevos** **proyectos** de Dipisa

Como parte del proyecto de expansión de Dipisa, Ruiz-Tagle explica las acciones que se están llevando a cabo, como la instalación de las dos máquinas nuevas de corte y rebobinado para potenciar los servicios de conversión de papel con mayor capacidad, la mejor calidad del mercado y lo más novedoso; y los cortes exprés, apuntando a entregas de cortes a pedido en máximo un día.

“Hemos expandido nuestra oferta de papeles a sustratos de Comunicación Visual y, próximamente, Insuimos Gráficos. Si sumamos nuestro crecimiento en tissue, nuestra necesidad de espacio se incrementó de manera brutal. Acabamos de cerrar un nuevo centro de distribución de 15.000 m², que se suman a los 42.000 m² que usamos en Quilicura.

“Esto no solo nos ayudará con el espacio, si no que nos permite mayor orden y velocidad para atender más rápido a nuestros clientes”, dice el gerente general.

Estas instalaciones se suman a la que la compañía ya posee en Concepción. Además, probablemente durante el próximo año, se sumará una sucursal en Santiago Centro.



Visión del mercado

Gabriel Ruiz-Tagle explica que, sin duda, todos los últimos años han sido bastante complejos por razones distintas: “Tuvimos una pandemia, luego una crisis de suministro –con un alza de los costos brutales–, después tuvimos una baja en la demanda y una recesión –que seguimos teniendo– que impacta a todos. Caen las ventas, la rentabilidad, hay peor acceso al financiamiento, mayores riesgos de crédito, etc.”.

Por eso, él considera que el 2024 seguirá siendo un año contraido o frenado. “No hay fundamentos que nos permitan pensar que será muy distinto a este año. Creo que va a haber una mejora, pero marginal. Nosotros, en particular, somos optimistas por lo que hemos hecho. Estamos haciendo cosas distintas y eso se traduce en mayor flexibilidad y menor dependencia. La diversificación es clave”.

“Tenemos nuevos negocios que capturar, nuevas cosas que ofrecer a la industria, pero sin perder de vista que va a ser un año complejo”, agrega.

Para finalizar, Ruiz-Tagle reflexiona sobre su trayectoria: “Comencé mi vida profesional en el mundo financiero, me tocó la oportunidad de ir a estudiar fuera del país y al volver, me uní a la industria gráfica y me enamoré de ella, de lo que Dipisa hacía y lo que potencialmente podremos hacer. He dedicado los mejores años de mi vida a esto y realmente me apasiona”.



**MEJOR
PROVEEDOR
EQUIPAMIENTO Y
MAQUINARIA**

FERROS TAAL



Por tercer año consecutivo, Ferrostaal Graphics gana el Premio Asimpres en la categoría Mejor Proveedor Equipamiento y Maquinaria. Con felicidad y orgullo Daniel Feig, gerente general de la compañía, explica a la Revista Print & Pack, lo que significa ser reconocidos en la industria con este galardón, los proyectos del próximo año y su relación con los clientes.

“Nos emociona mucho, nos llena de alegría tener este importante reconocimiento. Para nosotros, poner los clientes siempre al centro es la forma de trabajar y estamos buscando siempre cómo brindarles más apoyo”, explica Daniel Feig, gerente general de Ferrostaal Graphics.

“En la industria gráfica estamos enfrentando muchos desafíos, desde cambios tecnológicos, cadenas de suministros más complejas, situaciones económicas a nivel país como la inflación y muchas cosas más. Por lo tanto, solo poniéndonos en los zapatos de los clientes podemos ver distintas maneras de ofrecerles soluciones tecnológicas para mejorar su operación, agregar valor y mejorar la sustentabilidad en forma rentable del negocio”, continúa.

Feig habla en nombre de toda la empresa cuando expresa la importancia de ser reconocidos como mejor proveedor de equipamiento y maquinaria: “Para nosotros, este premio significa que estamos trabajando con excelencia para nuestros clientes, estamos siendo reconocidos en eso y es un gran honor”.

Añade: “Es una motivación muy importante para todo el equipo de Ferrostaal Graphics. No se trata de un área específica que trabaja como isla, sino de toda la compañía. Somos un equipo con distintos roles y varias áreas que demuestran el esfuerzo y dedicación con la cual se desempeñan. Los técnicos, los encargados de logística, las personas que llevan la administración y las ventas, están siendo reconocidas por su trabajo. Este premio nos anima y nos inspira para seguir hacia adelante y ayudando a los clientes”.

El ejecutivo destaca la mirada de sus clientes respecto al servicio. “Nos ven como un apoyo y un socio estratégico para contribuir a mantener con tecnología de punta en sus operaciones, los acompañamos en sus objetivos de cómo brindar soluciones rentables en el tiempo, ya que es importante garantizar una sostenibilidad tanto a nivel económico como en sus ofertas de servicios o productos, y que, además, sean capaces de crecer e innovar para su cliente final”.

Los proyectos de la compañía para el 2024

Feig anticipa un año de crecimiento, innovación y gran transformación, tanto para Ferrostaal Graphics como para sus clientes. No solo por el trabajo del día a día, sino también por tres grandes focos donde estarán participando junto con sus clientes.

"Primero, el año que viene tenemos drupa, donde, por supuesto, ya estamos preparando proyectos. Se trata de la feria más grande a nivel mundial para la industria de la impresión y la comunicación, que se va a realizar en mayo 2024 en Alemania. Nuestro segundo gran foco está relacionado con el proyecto de traer nuevas soluciones tecnológicas a través de nuevas marcas, tanto para Chile como para Bolivia" señala.

Y tercero, como parte de los proyectos del próximo año, Feig agrega la importancia de participar en la Expo Print Santiago 2024, en la cual Ferrostaal Graphics seguirá presentando sus innovaciones al público general, provee-

dores y clientes. "Tenemos esos tres grandes hitos los cuales, en conjunto, nos permiten estar en colaboración constante con nuestros clientes en su plan de desarrollo".

"Estamos trabajando con varias empresas en una hoja de ruta de tecnología y estrategia para los próximos cinco años. Y debido a estos tres grandes focos del próximo año, como lo son drupa, Expo Print Santiago y la innovación estratégica, sabemos que será un año de grandes resultados", añade.





Tendencias de la Industria Gráfica para 2024

“Creo que vamos a ver primero una aceleración de algo que hemos estado advirtiendo, que es el impacto de la personalización de lo que el mundo está imprimiendo, ya sean envases, etiquetas, temas de publicidad, comercial, correspondencia, libros. Todo eso significa que con esa personalización los tirajes sean cada vez más y más cortos. Por lo tanto, es clave que la industria ofrezca soluciones capaces de ir a tirajes de hasta una unidad”, anticipa.

Adicionalmente, Feig considera que también habrá más aceleración en todo lo relacionado con la automatización de procesos, sobre todo en la gestión de la producción de piso de fábrica a través de sistemas de software, desde la recepción del pedido hasta el despacho del producto. “Hoy muchos clientes tienen sistemas que respaldan distintas partes, pero que requieren una gestión humana en todos los pasos”, explica.

“Vemos que hoy día están buscando soluciones y sistemas que permitan que una persona participe al principio, y eso asegura el resultado. No es necesario hacer seguimiento al proceso en cada paso. Entonces, yo creo que esas son las dos grandes tendencias: ir mejorando la capacidad de operar con tirajes más cortos y no necesitar tanto esfuerzo en cada paso para asegurar que avance”, finaliza.

“Estamos muy agradecidos con Asimpres por toda la labor que hacen para unir a la industria. Nos sentimos honrados de ser parte de la asociación y de ser reconocidos por nuestros esfuerzos como equipo”.



**MEJOR
PROVEEDOR
INSUMOS**

ANTALIS



Antalis ha sido galardonado en cuatro ocasiones y en diversas categorías de los Premios Asimpres. En esta ocasión, fueron reconocidos como Mejor Proveedor de Insumos. "Es un orgullo que refleja el trabajo diario que realizan todos los colaboradores de la compañía", dice su Country Business Manager, Freddy Keutel.

"Como compañía, y para cada uno de nosotros, nos genera un sentimiento de orgullo el haber recibido este reconocimiento de parte de nuestros clientes, que es un reflejo del trabajo diario que realizan distintas áreas desde hace más de 50 años", indica Freddy Keutel, Country Business Manager de Antalis.

"Antes éramos GMS, ahora somos Antalis, una compañía que ha colaborado con el desarrollo de la industria gráfica y que desde un principio se ha mantenido en una línea en cuanto a la excelencia y calidad profesional. Obviamente pudo haber cambios al pasar de una empresa familiar a una transnacional, pero nunca se ha perdido el foco en la calidad, atención y profesionalismo para el desarrollo de nuestros clientes", señala.

Keutel explica lo que significó recibir la noticia de este premio, "siempre ha sido algo especial, algo que esperamos. Acá todo el mundo, ventas, productos, áreas administrativas, logística, sabe la importancia de esta premiación. Nuestro trabajo, podríamos decir que, en parte, lo hacemos pensando en este premio, que finalmente es cómo nos perciben nuestros clientes. Y al respecto debo destacar que nuestro servicio no cambia, aunque no siempre hemos logrado ganar este premio, la excelencia en la realización de nuestro trabajo es lo que tratamos de lograr a diario".

El profesionalismo de los colaboradores, su **mayor fortaleza**

“Son varios factores, pero si nos concentramos en algunos, resalto la calidad humana de nuestros colaboradores. Considero que tenemos un excelente equipo de trabajo, muy comprometido con el cliente y con una gran calidad profesional, ya sean los que están de cara al cliente o detrás entregando soporte al equipo comercial, con el objetivo de lograr soluciones. Tenemos un equipo comprometido, profesional y con fuerza resolutiva”, afirma.

Otro aspecto importante para destacar es el one stop shopping, o el hecho de poder comprar los distintos productos en un solo lugar. “Es un concepto en el que la compañía ha basado su éxito a lo largo de los años y que consiste en poder tener todo lo necesario para el impresor en Antalis. Eso lo hemos mantenido en el tiempo. Ha sido una fortaleza en nuestra estrategia comercial muy bien valorada por nuestros clientes”, dice el Country Business Manager.

Al respecto, son distintas áreas de productos muy bien desarrolladas en cuanto a soluciones. “Estas son áreas de Papeles, Insumos Gráficos, Equipo Digital, Comunicación Visual, Insumos de Packaging y el área de Valor Agregado, cada una con un equipo técnico especializado que soporta al área de ventas y a nuestros clientes. Y, por otro lado, distintos canales de venta. Está nuestro clásico equipo de ven-



ta telefónica, muy bien valorado por los clientes. Y la venta a través de nuestro canal de E-Commerce y venta presencial en nuestro centro de distribución en barrio Matta, abarcando a todos los clientes ubicados en este importante barrio gráfico”, agrega Freddy Keutel.

“Por último, otro atributo que marca diferencias se relaciona al hecho de ser parte de una empresa transnacional. Ser parte de KPP (Kokusai Pulp & Co. LTDA), líder en distribución de papel, cartón, embalaje y pulpa de papel, nos permite seguir políticas férreas en cuanto a servicio, calidad y atención, entre otras, lo cual tratamos de transmitir a diario a nuestros clientes”, destaca.

Consolidación, la clave para el 2024

“Seguiremos trabajando a la par con nuestros clientes en el desarrollo de sus necesidades, y así seguir fortaleciendo nuestra relación”, afirma Keutel.

Antalis sigue marcando presencia en la industria gráfica nacional y, como muestra de esto, la compañía inauguró recientemente dos nuevos centros de distribución. El primero ubicado en Quilicura, el cual es el centro neurálgico de la operación de distribución, fabricado desde cero con estándares de clase mundial en cuanto a seguridad, distribución y gestión logística.

Y un segundo centro, “un punto de venta y distribución en el tradicional barrio gráfico Matta, más grande que el antiguo de calle Arturo Prat, en el mismo barrio, que además posee estacionamiento y mayor comodidad para que nuestros clientes nos sigan visitando. Ambas inversiones en infraestructura han sido bastante importantes y son una muestra de nuestro compromiso con la industria para los próximos 50 años”, concluye Freddy Keutel.



“Muchas gracias a quienes prefirieron a Antalis, a nuestro servicio. Si bien es cierto que este premio se lo gana la empresa, quien se lo gana realmente son las personas que hacen de Antalis la empresa que es y que se percibe. Haber obtenido este premio es un orgullo y nos desafía a seguir mejorando año a año”.

**MEJOR
PROVEEDOR
DE SUSTRADOS**

EDIPAC



Lía Vera, gerente de negocios de Edipac, empresa distribuidora de papeles y cartones que fue escogida como Mejor Proveedor de Sustratos, destaca la tradición de más de 40 años de la compañía en comercializar productos de alta calidad y de generar confianza con los clientes a través de una forma de relacionarse muy cercana, entendiendo en profundidad la realidad de cada uno de ellos.

“Contamos con un equipo de gran experiencia técnica y muy relevante. Además, nuestros vendedores tienen muchos años en la compañía. Este premio viene a reconocer una trayectoria de construcción en el mercado de más de cuatro décadas, por lo tanto, es muy relevante para nosotros y nos llena de una alegría inmensa el haber sido reconocidos por Asimpres”, señala Lía Vera, gerente de negocios de Edipac.

El equipo de trabajo de Edipac ha vivido grandes desafíos en el último tiempo, explica Lía, como el estallido social, la pandemia y restricciones para trabajar, además de la implementación de nuevas líneas productivas que hicieron a distancia. “Fue prácticamente a control remoto, con los técnicos y operadores de las máquinas, ayudándonos telemáticamente. Esto, además del trabajo del equipo comercial de seguir vendiendo, distribuyendo, armando rutas y haciendo calle, para seguir manteniendo a los clientes”, explica.

“Todo eso ha sido parte de cómo hemos enfrentado al mercado y ha permitido que sigamos sosteniendo el gran liderazgo que tenemos en la industria. Por lo tanto, este reconocimiento es una gran alegría para todos, porque viene a reconocer nuestro esfuerzo desde los mismos clientes. Es la voz genuina de quienes atendemos en el día a día”, afirma.

"Ser miembros de Asimpres nos permite acceder a instancias de colaboración con nuestros clientes, integrarnos y difundir lo que estamos haciendo".

La innovación distingue el trabajo de Edipac

"La innovación nos distingue por sobre el resto del mercado. Actualmente, estamos ampliando nuestra capacidad en las líneas de producción de bolsas de papel con manilla. Además, hemos logrado productos de altísima calidad con diseños reconocidos por sus detalles técnicos y por su arte, y hemos sido un aporte en el mercado con una particularidad en la categoría de bolsas. Por lo tanto, es parte de nuestros objetivos estratégicos seguir potenciando esta categoría y tener una participación más importante", informa.

Desde Edipac, consideran que aún hay mucho espacio para crecer en la transformación del plástico al papel. "Hay muchas categorías que pueden pasar de empaques a cartón y es ahí donde nosotros, con el apoyo de las áreas de innovación y de negocios, nos acercamos a nuestros clientes y a sus

clientes finales para ofrecer esta cocreación de lo que significa la transformación de plástico al papel", asegura Vera.

La industria gráfica va a seguir estando muy competitiva, considera la gerente de negocios, principalmente porque Chile es un mercado abierto. "El comercio global de los papeles está en constante desarrollo, por lo que considero que todos los que participamos en estas categorías tenemos el rol de preservar su valor y de estar muy atentos a las necesidades de este. Es decir, poder proponer alternativas en gramaje y de proveedores de distintos orígenes, pero siempre preservando nuestra tradición de productos de calidad", analiza.



El liderazgo de Edipac

Lía Vera destaca que el liderazgo de Edipac es relevante en la industria respecto a la distribución de papeles y cartones mediante la construcción de relaciones de mucho tiempo con sus clientes. “Somos un equipo súper profesional a todo nivel, tanto en las áreas de operaciones, de distribución y área comercial, y que, es capaz, además, de reaccionar ágilmente a las necesidades del mercado”, indica.

“Es a través de este liderazgo de la compañía, de la cual estoy a cargo desde hace un año, que mi principal objetivo es, sin duda, dar continuidad a todo el gran trabajo que se ha hecho en los últimos 40 años. También lo es potenciar la creación de valor en las categorías que participamos a través de la cocreación e innovación con nuestros clientes, y acompañarlos en las vicisitudes que hoy día nos demanda el público”.



DITRA
INDUSTRIAL
LTDA.

MEJOR
PROVEEDOR
DE SERVICIOS



"Una compañía con vigencia y actualización a los cambios tecnológicos", es como describe a Ditra Industrial su gerente general Dino Trabucco. Definición respaldada por sus clientes, ya que se han alzado por quinta vez con un reconocimiento por parte de Asimpres.

"En Ditra nos preocupamos de mantenernos vivientes y actualizados a los cambios tecnológicos y en mejorar, cada vez más, los tiempos de respuesta que la industria gráfica hoy demanda. Ya son 41 años demostrando el significado de nuestro trabajo y entregando resultados eficientes y eficaces para nuestros clientes", afirma Dino Trabucco, gerente general.

Lograr este premio significa, sin duda, un gran reconocimiento a la labor que día a día hacen los colaboradores de Ditra, quienes saben la importancia de su dedicación y cuidado en los detalles, indica el gerente general. Estos, definitivamente, hacen la diferencia para los clientes. "Estamos felices, son las personas quienes son las merecedoras de este galardón, ya que ellas dan lo mejor de sí para lograrlo".



"Es muy importante para nuestra empresa haber sido reconocidos como Mejor Proveedor de Servicios, esto representa un desafío para seguir haciendo las cosas bien y, como siempre, ocupándonos de dar siempre la mejor respuesta a nuestros clientes".

Automatización, lo más valorado

Mantener y mejorar los aspectos técnicos, tecnológicos y tiempos de respuesta que demandan los clientes de Ditra son desafíos diarios. Además, poder visualizar, concretar y ofrecer nuevos servicios acordes a las nuevas necesidades de la industria gráfica son aspectos de vital importancia.

A raíz de esto, Trabucco considera que los tiempos de respuesta han cambiado. "Los clientes demandan mayor rapidez en las entregas, todo exige inmediatez y calidad, y es por ello que, automatizar los procesos, es clave para la entrega de un mejor servicio".

Agrega: "Nuestros clientes agradecen la disposición de esmerarnos en acompañarlos con los tiempos de entrega y, por eso, nos eligen como su proveedor de confianza".

ASIMPRES, UN ALIADO PARA EL RELACIONAMIENTO

El gerente general destaca la importancia de contar con la Asociación Gremial de Industriales Gráficos de Chile: "Compartir con los pares, conocer sus necesidades, cómo solucionan sus problemas, los desafíos a los que se enfrentan y escuchar sus consejos, todos reunidos, sentarnos en una mesa distinta a la de proveedor y cliente, es de suma importancia".

Más de **40 años** en la industria

Los orígenes de la Ditra Industrial se remontan a 1982, cuando Dino Trabucco decidió emprender, apoyado por su familia, dedicándose al comienzo solamente al afilado de cuchillos de guillotina. A poco andar empezó también a vender esos cuchillos y, desde 1990, el negocio se amplió a la mantenición de toda herramienta de corte. Luego, en 1993 se agregó la encuadernación con anillo doble cero automatizada.

Actualmente, la empresa se centra principalmente en la venta y mantenimiento (vaciado) de los cuchillos usados en el corte del papel y plástico, incluyendo cuchillos para guillotina, cuchillos circulares, discos fresadores, brocas, cuños para

etiquetas y listones de corte. Es decir, todas las herramientas para cortar que la industria gráfica y otras áreas afines utilizan.

“Es de vital importancia que los productos y servicios ofrecidos cumplan con los estándares más altos de calidad, ya que estos juegan un papel clave en el proceso de producción de las imprentas”, explica Dino Trabucco.



**PROFESIONAL
DE EXCELENCIA**

GWENDOLYN LUENGO ARENAS



Trabaja desde hace 20 años en Davis Graphics y tiene asignada una cartera de clientes del área offset, flexo y terminaciones. Durante este tiempo ha ascendido en su carrera profesional, lo que le ha dado una amplia mirada de la industria. "Ganar este reconocimiento representa un gran desafío para mí, sobre todo por seguir haciendo las cosas bien", afirma.

"Mis inicios en Davis Graphics fueron en el año 2002, como secretaria. Desempeñé esa función durante cuatro años y después estuve seis años en servicio al cliente, a través de atención telefónica, recibiendo órdenes de compra y facturación en la empresa. Luego, en el año 2013, me propusieron incorporarme al área comercial, porque ya tenía más experiencia en el rubro", explica Gwendolyn Luengo sobre sus primeros años en la industria.

"Estos años en el área comercial han sido de constante aprendizaje he conocido a personas muy valiosas que me han enseñado y ayudado a crecer profesionalmente en base a su experiencia, cómo mi jefatura, clientes, colegas del rubro", señala.

Gwendolyn se emociona con esta premiación porque fue inesperada para ella, y considera que es un reconocimiento a todo lo que ha hecho durante sus 20 años de carrera. "Estoy muy orgullosa de haberlo recibido, porque es claramente un mérito a mi trabajo y dedicación. Es una responsabilidad de ahora en adelante el seguir haciendo mi trabajo de la mejor forma, escuchando a mis clientes y brindando apoyo. Es un puntapié para iniciativas que van en la misma dirección", dice.

"También es un orgullo y alegría para mi entorno familiar, para mi esposo e hijos, ya que siempre he contado con su apoyo y contención", agrega.

SU MIRADA SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA

Considera que la manera en que la industria ha ido cambiando "ha sido bastante rápida, y postpandemia se aceleró bastante. Si vemos esta industria hace 20 años atrás era muy distinta a la de ahora. Creo que se vienen nuevos desafíos, porque todo va cambiando constantemente y, la verdad, es que hay mucha tecnología que hoy en día también se está implementando".

Gwendolyn Luengo añade: "Creo en la automatización, en la integración de nuevos procesos que irán ayudando a la rapidez y eficiencia en el rubro gráfico. Así lo creo, y es un desafío bien grande lo que viene".

"Agradezco al equipo de trabajo en Davis Graphics por su apoyo constante y la disposición de cada área. También a mis clientes por su confianza durante tantos años. Este premio es gracias a todos ellos".

Conoce los detalles de la primera edición del Print Day

El 23 de noviembre se llevó a cabo el esperado evento organizado por Asimpres junto a la Escuela de Diseño de Duoc UC y que buscó ser una instancia única para acercar a los estudiantes a la tecnología digital y a las empresas líderes de la industria.

El jueves 23 de noviembre se llevó a cabo en la sede Padre Alonso Ovalle y organizado por la carrera de Diseño Gráfico de la Escuela de Diseño Duoc UC la primera edición del Print Day, junto a Asimpres y con la colaboración de EPSON, Novatex, Print OQ, Microgeo, Ferrostaal Graphics, Dibco y Hurst.

En esta instancia, las marcas compartieron lo último en impresión digital mediante un showroom que contempló máquinas de última tecnología, mostrando en vivo procesos de impresión.

Además, distintos exponentes de la industria realizaron charlas que ahondaron en temáticas como la impresión de telas, el mundo de la impresión digital, la historia y el futuro de la industria de la impresión, y el salto del mundo académico al mundo profesional.



Este último, explica Karen Schwartzman, subdirectora del Área Gráfica de Duoc UC, es justamente uno de los objetivos que persigue Print Day. “Debido a los constantes cambios tecnológicos que ha tenido la industria de la impresión, hay nuevas áreas de formación aún no exploradas que debemos cubrir. Nuestra institución busca identificar esas áreas e incorporarlas en los planes formativos que se disponibilicen”. Para que eso ocurra, agrega, “deben generarse experiencias formativas prácticas donde las y los estudiantes se enfrenten a las tecnologías y necesidades de la industria y las adopten para entregar soluciones especializadas, creativas e innovadoras. Ese es el espíritu de Print Day”.

Esta instancia se enmarca en el trabajo colaborativo que realiza Asimpres y Duoc UC desde hace unos años, el cual busca ser un espacio que “dismi-
nuya la brecha que existe entre lo que se enseña en las escuelas de diseño y lo que las empresas necesitan”.

Por otro lado, asegura la subdirectora de área, Print Day se relaciona estrechamente con los objetivos que persigue Duoc UC, cuya misión es formar técnicos y profesionales comprometidos con el desarrollo de la sociedad. “Esta instancia permite que los estudiantes experimenten el abanico de posibilidades que tienen en la industria gráfica y cómo pueden aportar al desarrollo de los sectores económicos y creativos de nuestro país”.

“Lo que busca esta actividad es llevar lo último en tecnología digital a los espacios formativos de Duoc UC. Esperamos que sea el primero de muchos Print Day”.



Karen Schwartzman
subdirectora del Área
Gráfica de Duoc UC.



¡NUEVA FECHA!

EXPO Print STG 24

4, 5 Y 6 DE SEPTIEMBRE
ESPACIO RIESCO

Más info:
mariaeugenia.mingo@asimpres.cl

ORGANIZA:



CONTRASEÑA

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 174



Coordinación editorial: Natalia Ramos | Edición: Ignacia Castillo | Periodistas: Sofía Sánchez, Adriana Terán
Dirección de arte y diseño: Fiorella Cipolli | Fotografía: Mauricio Vega

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.