

Print & Pack

Por:  ASIMPRES

DRUPA 2024

socios
comparten
los principales
insights





Experiencia drupa

SOCIOS DE ASIMPRES EN DRUPA 2024: aplicaciones y soluciones del mundo para Chile

Antalis, Datco – Xerox, Epson, Ferrostaal Graphics – HP y Hagraf estuvieron presentes en la feria mundial Drupa y, a fines de junio, compartieron sus experiencias ante un selecto grupo de socios Asimpres. Aquí expusieron sobre la oferta que traen al mercado y conversaron sobre las tendencias que dejó este evento para la industria.



ANTALIS: lo nuevo en papeles, insumos y equipos digitales

"En materia de papeles, viene una fuerte tendencia a los productos, texturas y colores. Más, este año, volvemos a dar énfasis a los papeles reciclados, estucado 100% reciclado, que traemos de manera exclusiva al mercado certificado para HP Índigo y certificación en calidad FSC. Tenemos materiales que vienen a sustituir los plásticos de un solo uso, papeles termosellables y compostables con barrera al agua y grasa, mono material y 100% compostable", contó en el encuentro José Bodet, Gerente Regional de Papeles & Insumos de Antalis.

Respecto a los insumos, informó sobre el lanzamiento de Epplé, tintas para el contacto directo con los alimentos, y de la línea Pulse, de barnices y químicos. "Son muy buenas noticias para el mercado porque presentamos estas nuevas líneas, además, a precios bastante competitivos", indica Bodet.

Julio Carrasco, Gerente Equipos Digitales de Antalis, destacó los temas protagonistas de la industria que son los volúmenes más cortos, los costos de producción, la innovación, sustentabilidad y el packaging.

"En cuanto a los volúmenes, la propuesta de distintas marcas está enfocada en la digitalización y el inkjet. Existen equipos que vienen a reemplazar las tecnologías análogas y ya estamos hablando, incluso, de una cuarta generación de equipos. Hay varias marcas que están poniendo foco en la digitalización, tratando de achicar al máximo sus procesos para que todo sea lo más expedito posible".



DATCO – XEROX: soluciones con Inteligencia Artificial y tecnología inkjet a color

Entre las novedades que Xerox presentó en Drupa está la plataforma de personalización basada en IA: Xmpie. “Se conecta a Chat GPT para tomar ciertos datos del cliente y personalizar correos, videos, imágenes, audios. Es un tema muy interesante que se usa en marketing para campañas publicitarias, entre otras, y tiene potencialidades muy importantes para nuestra industria”, reveló Gregorio Lira, Sales Manager Graphics Communication de Datco - Xerox.

En cuanto a equipos y maquinarias, la tendencia de la industria es por las prensas inkjet color. “El camino offset y digital no se encontraban nunca. De alguna manera la tecnología inkjet hizo que hubiera un espacio para capturar esa área y, por eso, las aplicaciones que más crecen tienen que ver con comunicación comercial, libros, revistas. Percibimos que todos los fabricantes tienen sus equipos inkjet y quieren participar en un segmento en el que van a crecer mucho de aquí en adelante”.

Finalmente, Lira informó que la compañía realizó un importante cierre de negocio en Drupa 2024 al vender el segundo equipo Xerox Inkjet Color Baltoro para ser instalado en Chile.



EPSON: la demanda de etiquetas digitales sigue creciendo

Vladimir Carvajal, Regional Business Manager de Labels en Epson, presentó la línea de productos de la compañía dedicados a la impresión fotográfica, corporativa, señalización, textil y de etiquetas. “Nuestro equipo de impresión de fotografías profesional es el mejor del mundo, tenemos las pruebas de color y, en eso, somos el estándar”.





También expuso acerca de sus dos equipos de impresión digital de etiquetas, uno de entrada con tintas a base de agua y un equipo UV, que además de imprimir etiquetas puede barnizarlas en un solo paso. "La tendencia de las etiquetas hoy está dirigida a la personalización y, por lo tanto, los tirajes tienden a ser más cortos. Por eso presentamos equipos en esta línea. Por otra parte, debo agregar que la impresión digital de etiquetas es un producto que sigue creciendo en el mercado", afirmó Carvajal.

Otro sector que presentaron en Drupa es Microproduction y está orientado a la personalización.

"Son tres productos estrella: dos cama plana (A3 y A4) para imprimir merchandising tipo lápices y llaveros con barniz y blanco. Son máquinas de escritorio. El otro es un equipo para imprimir camisetas. Este está orientado a espacios pequeños para imprimir camisetas con blanco en tres a cuatro minutos".



FERROSTAAL GRAPHICS – HP: tendencias en automatización e inmediatez

"En general, los clientes buscan imprimir una sola unidad y lo quiero hoy o mañana. Eso es lo que ganamos con la impresión digital: poder hacer troquelado o soluciones de terminaciones digitales y ver soluciones end to end, es decir, manejar toda la fábrica desde un sistema integrado", afirmó Daniel Feig, gerente general de Ferrostaal Graphics.

Feig, además, destacó la innovación en cuanto a equipos con inteligencia automática que están dando los primeros pasos en Inteligencia Artificial. "Hay un equipo que está aprendiendo de todas las prensas que están operando en el mundo y va mejorando sus soluciones mientras el operador lo alimenta con información", explicó.

Entre los principales desafíos que se plantean los empresarios, subrayó: "La mayoría de los asistentes comentaron su foco en la diversificación de las ventas, entrando a nuevos negocios, y en la inversión". Otro aspecto que le llamó la atención fue la integración digital. "HP tenía ocho máquinas operando en línea con otras máquinas de terminación, todo era coordinado por robots que operaban junto con las personas, fue muy interesante".

En cuanto a las tendencias que HP índigo observa para los próximos 20 años hay algunas que influyen de manera positiva en la industria y también otras que agregan incertidumbre o inestabilidad. La lógica se reduce a "cómo invierto en la tecnología correcta que me permita manejar esto de la forma más efectiva", expresó Feig.



.....Experiencia.....
drupa

Print Day



Colores, impresión y formación: así se vivió la segunda edición del Print Day

Tras un exitoso primer Print Day en 2023, la Escuela de Diseño de Douc UC junto a Asimpres realizaron una nueva versión este 14 de mayo. En esta instancia, se impartieron charlas que abordaron temáticas como el papel y la sustentabilidad, además de contar con un showroom que permitió a los estudiantes experimentar en tiempo real algunos procesos gráficos.



El 14 de mayo se llevó a cabo la segunda edición de Print Day, una instancia organizada por la carrera de Diseño Gráfico de la Escuela de Diseño Duoc UC junto a Asimpres y con la colaboración de Papiro, Antalis y Control de Color.

El evento, que se realizó en el Duoc UC de Plaza Vespucio -a diferencia de la exitosa primera versión que se realizó en Padre Alonso Ovalle- contó con la asistencia de estudiantes de diseño de las distintas sedes de la casa de estudio, tres charlas realizadas por destacados expositores y un showroom donde los colaboradores compartieron sus procesos con los estudiantes en tiempo real.

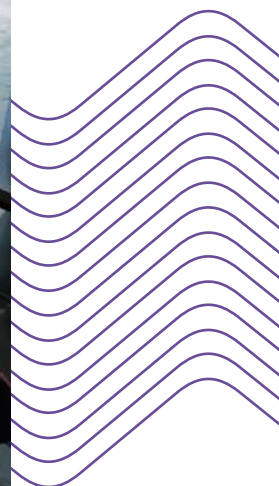


ANTALIS: PAPELES CREATIVOS Y SUSTENTABLES

La jornada arrancó oficialmente a las 13:00, cuando estudiantes, profesores y exponentes de la industria se congregaron en el auditorio para escuchar las palabras de inicio.

“Si bien tenemos una relación de hace muchos años con Asimpres, a fines de 2023 logramos formalizarla a través de un convenio”.

Angelina Vaccarella
Directora de la Escuela de Diseño de Duoc UC



Angelina Vaccarella, directora de la Escuela de Diseño de Duoc UC, agradeció la presencia y colaboración de Asimpres y destacó tanto el Print Day como el acuerdo de colaboración con la asociación. “Si bien tenemos una relación de hace muchos años con Asimpres, a fines de 2023 logramos formalizarla a través de un convenio que nos ha permitido desarrollar actividades como el Print Day y seguir avanzando en otras líneas que favorecen la formación de nuestros estudiantes mediante la formación práctica y contextualizada en proyectos que crean un vínculo real con la industria”, sostuvo.

“Este Print Day es un día lleno de colores y materiales que nos traen nuestros colaboradores del rubro de la impresión y del packaging, y es un claro ejemplo de la vinculación virtuosa que debe tener la academia con la industria”.

Angelina Vaccarella
Directora de la Escuela de Diseño de Duoc UC



Posteriormente, José Bodet, gerente de negocios en Papeles e Insumos gráficos para Latinoamérica de Antalis, realizó junto a Claudia Solé, backse-ller de la empresa, la charla “Papeles Creativos y Sustentables”.



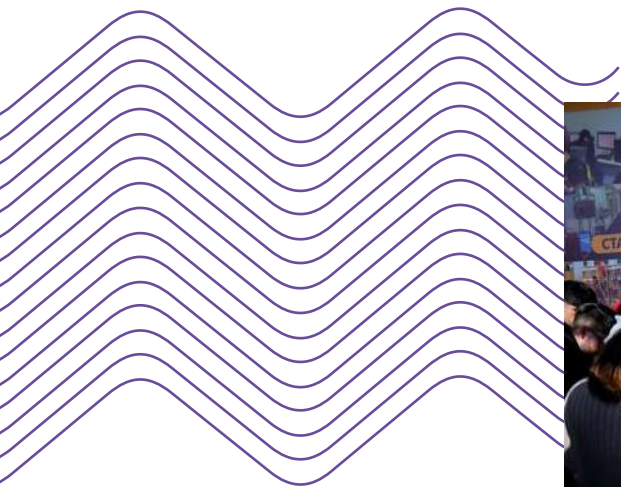
En esta instancia, los expertos ilustraron a los estudiantes sobre los distintos sustratos y sus aplicaciones, poniendo énfasis en la importancia de lo sensorial como componente del papel. “La textura y el poder sentir los materiales es muy distinto a lo digital. Entregar una muestra gráfica al cliente y que él pueda tocarlo es crucial. El papel acompaña a nivel emocional”, indicó José Bodet.

Además, realizó una invitación a las y los estudiantes a jugar con las distintas texturas, barnices, brillos, troquelados, laminados y el sinfín de opciones que entrega el papel a los diseñadores: “Si hay algo que las empresas necesitan hoy de manera transversal, es a los creativos”, sostuvo el gerente de negocios.



Una vez finalizada la charla, los estudiantes tuvieron la oportunidad de hacer preguntas a los expertos, abordando temas como la importancia de la creatividad, la sencillez en el diseño y la sustentabilidad, entre otros.





En cuanto a este último punto, José abordó cómo la industria y las empresas se hacen cargo del tema medioambiental en un contexto donde el papel es considerado un material "poco sustentable". En este sentido, recalcó la desinformación que existe en cuanto al papel, asegurando que este material "es de los más sustentables que existen".

También agregó que iniciativas como el Acuerdo de Producción Limpia, a la que el sector gráfico fue el primero en incorporarse, demuestra una "preocupación real y un trabajo concreto de un grupo de empresas que tiene la consciencia de minimizar su impacto en el medioambiente".

Durante la tarde Two Sides y Control de Color realizaron presentaciones sobre los "Mitos y realidades del papel" y el "Impacto de la calibración del color en la sustentabilidad" en sus respectivas charlas.



PAPIRO, CONTROL DE COLOR Y ANTALIS PRESENTES EN PRINT DAY

Mediante el showroom, Papiro, empresa líder en el mercado de la impresión digital, estuvo presente en el Print Day. Con las máquinas Polaroid DTF, el plotter de corte SUMMA S3 y la prensa plana COLORMAKE los estudiantes pudieron ver en tiempo real el estampado en textil de sus propios diseños.

Por otro lado, Control de Color realizó el sorteo de un plotter entre los estudiantes que participaron de Print Day y Antalis participó de la inauguración de la "Materioteca", una iniciativa que pone materiales como papeles y cartones a disposición de los alumnos.

"Si hay algo que las empresas necesitan hoy de manera transversal, es a los creativos".

José Bodet

Gerente de negocios en
Papeles e Insumos gráficos para
Latinoamérica de Antalis

A modo de cierre, Angelina Vaccarella destacó el valor que instancias como el Print Day tienen para acercar la industria a la academia: "Este Print Day es un día lleno de colores y materiales que nos traen nuestros colaboradores del rubro de la impresión y del packaging, y es un claro ejemplo de la vinculación virtuosa que debe tener la academia con la industria. Gracias a esto, entregamos al rubro profesionales mucho más preparados para enfrentar las necesidades de la industria, disminuyendo así la brecha que existe entre ambos".

Además, adelantó que el área de diseño de Duoc UC junto a Asimpres planean realizar un total de seis Print Day durante los próximos semestres, llegando así a todas las sedes de la casa de estudio en la que se encuentra la Escuela de Diseño.



Organiza:



ASOCIACION GREMIAL
DE INDUSTRIALES
GRAFICOS DE CHILE

CONTRASEÑA

EXPO Print STG 24

Impresión que conecta

 **4 • 5 • 6**
de septiembre

Santiago - Chile

PRINTSTGO.CL





LA MAGIA DE BRUJA:

la nueva empresa socio de Asimpres

Con un nombre distintivo, un enfoque innovador y un espíritu de sostenibilidad, Bruja nace como el fruto del matrimonio entre César Arias y María José Sepúlveda. Esta empresa gráfica destaca por su compromiso con el servicio y la eficacia, convirtiéndose en la última adición a la parrilla de socios de Asimpres.

Bruja nace el 11 de febrero del 2019 y lleva ese nombre debido a que junta los nombres –Bruno y Javiera– de los dos hijos mayores del matrimonio que fundó la empresa, compuesto por César Arias y María José Sepúlveda. “Da harto para la imaginación, fuimos asertivos con juntar estas dos sílabas”, comenta entre risas María José, gerenta de Administración y Finanzas de la empresa.

“Empezamos con maquinaria en septiembre del 2019, llegó el estallido social y después el Covid. Sufrimos mucho y tuvimos que resistir hasta finales del 2020”, dice César, gerente general de Bruja. “Desde noviembre de ese año no hemos parado, gracias a Dios nos ha ido muy bien”, agrega.

El día de hoy, Bruja se considera un taller completo. En palabras de sus representantes, pueden entregar un servicio integral como una imprenta de gran formato. Mediante la impresión de publicidad visual, es posible ver los productos de esta empresa en tiendas, calles y en la vía pública. “Aquí está todo el corazón, las ganas y nuestros sueños. Somos un matrimonio, por lo que toda nuestra inversión, tanto económica como emocional, está dentro de este proyecto”, añade Arias.

LOS PRINCIPALES LOGROS DE BRUJA

María José identifica como otro de sus principales logros el que Bruja sea reconocida como un buen proveedor para sus clientes. Temas como el cumplimiento de los plazos, entregar productos buenos y de calidad, además de contar con una huella verde en sus trabajos, son una parte fundamental de lo que han conseguido como empresa en casi cinco años.

“Nosotros tenemos el sello Bruja: destacamos en la certeza que le damos a nuestros clientes. Si se nos encomienda una campaña de suma importancia en una fecha determinada, y nosotros tomamos ese desafío, le vamos a cumplir sí o sí”, expresa César.

“Aparte, tenemos siempre en mente al equipo humano. No solo trabajamos para nuestros clientes, también lo hacemos para nuestros trabajadores y sus familias. Queremos hacer un ambiente grato para trabajar y que el compromiso sea recíproco”, agrega María José.

CERTIFICACIÓN FSC Y EQUIPOS MIMAKI

Bruja cuenta con la certificación *Forest Stewardship Council* (FSC), que implica que la empresa cumple con los más elevados estándares sociales y ambientales del mercado. “La industria está migrando a lo verde, entonces, bajo esta misma línea, hemos estado tratando de mantenernos vigentes para poder cubrir otra rama de la impresión: la sustentabilidad”, comenta César.



Asimismo, Bruja trabaja con equipos de Mimaki, una de las principales fabricantes de impresoras de inyección de tinta de gran formato. Las maquinarias de este distribuidor tienen sello *greenward* por lo que, pese a no tener base de agua, su producción sigue siendo sustentable.

Hoy, junto a estas innovaciones en el rubro y en la empresa, están explorando el tema del consumo masivo con distintos productos. Todo esto con el objetivo de aportar al diseño y la propuesta gráfica, con un impacto positivo en el medioambiente.

SU INCORPORACIÓN A ASIMPRES

María José supo de Asimpres a través de la invitación a la Cena Anual de socios que les extendió Ferrostaal Graphics, y se maravilló con el ambiente. “Me encantó como toda la gente, el gremio, se juntaba. Había muchas caras conocidas y se formó un ambiente muy cálido”, comenta.

“Nosotros tenemos el sello Bruja: destacamos en la certeza que le damos a nuestros clientes. Si se nos encomienda una campaña de suma importancia en una fecha determinada, y nosotros tomamos ese desafío, le vamos a cumplir sí o sí”.

César Arias
Gerente general de Bruja



En esta línea, agrega, “a través de Asimpres queremos ser y aportar al cambio. No solo nos enfocamos en el negocio, sino que lo vemos como un todo. Queremos aportar nuestro granito de arena al medioambiente, a nuestros trabajadores, socios, clientes y a las nuevas generaciones”.

Ambos se muestran esperanzados con su incorporación al gremio, sobre todo considerando el área de la educación y de los nuevos diseñadores gráficos. Sus nuevas metas consisten en ofrecer prácticas profesionales y nuevas vacantes de trabajos, ya que creen firmemente que detrás de cada empleado hay una familia que se debe considerar y respetar.

“Queremos que todo esto sea una sinergia, ayudar a los jóvenes a que sepan qué puertas tocar. Con Asimpres vemos esto posible. Nuestro sueño es que este rubro se mantenga y que siga fortaleciéndose con el transcurso de los años”, finaliza César.

ANTALIS INAUGURA NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN EN QUILICURA

Con 12.168 metros cuadrados y una capacidad de almacenamiento de 7.800 racks, la inversión busca continuar con la promesa de Antalis a sus clientes: entregar en plazos acordados productos con altos estándares de calidad.





Antalis, empresa líder en el mercado gráfico de Europa y Latinoamérica, inauguró a inicios de mayo 2024 su nuevo Centro de Distribución, ubicado en la comuna de Quilicura de la Región Metropolitana.

Actualmente, Antalis es considerado un referente en distribución B2B de productos y servicios para la industria Gráfica y Packaging Industrial. En Chile, la empresa entrega una cobertura a nivel nacional con tres centros de distribución ubicados en Iquique, Santiago Centro y Quilicura y una dotación compuesta por 36 personas.

En esta línea, y con el objetivo de continuar brindando un servicio óptimo a sus clientes, Antalis inauguró su nuevo Centro en la Región Metropolitana, el cual cuenta con 12.168 metros cuadrados y con una capacidad de ampliación a futuro hasta los 15.600 metros cuadrados. Además, posee una altura libre de 15 metros, lo cual permite optimizar los espacios de almacenamiento.

“Para nosotros este centro es algo muy importante porque nos permite acercarnos a nuestros clientes, conocerlos a ellos y a sus dolores y darles soluciones para sus problemas”.

Alvaro Ide

Director general de Antalis Latam



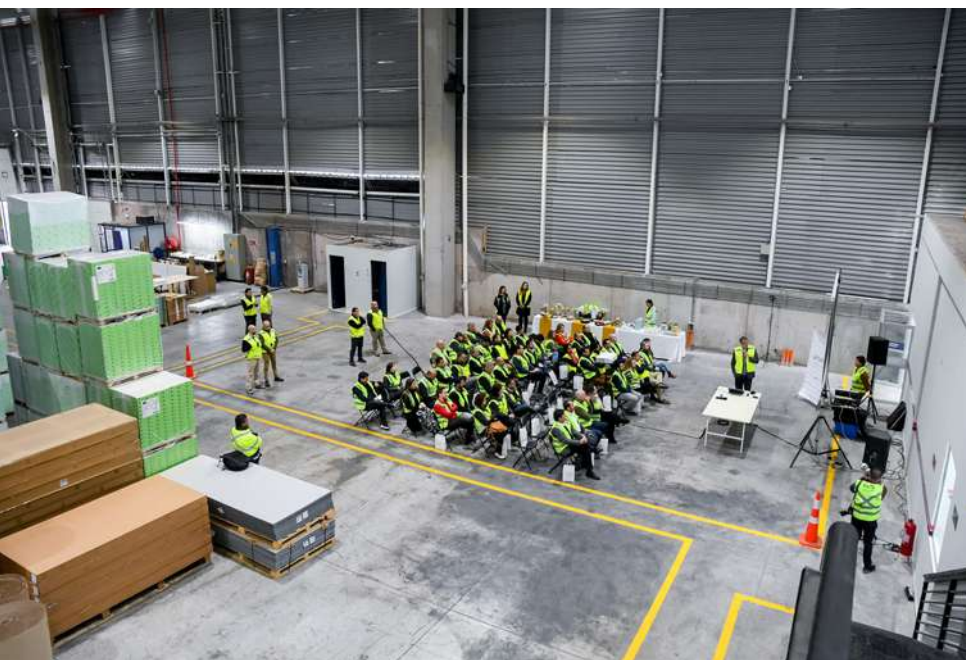
Así, el Centro de Distribución cuenta una capacidad de almacenamiento de 7.800 posiciones en racks y 1.800 metros cuadrados para almacenamiento de materiales de gran tamaño, siendo el más grande de los tres centros que la compañía posee en el país.

Freddy Keutel, Country Business Manager de la empresa, indicó durante la presentación que uno de los focos principales del esta área es la eficiencia en la entrega y cumplimiento de los tiempos: “Desde Arica hasta Punta Arenas, tenemos un compromiso: entregar en los plazos acordados y en este sentido, en la Región Metropolitana, el 90% de los pedidos se entregan en el mismo día. Sabemos que la inmediatez es fundamental para nuestros clientes y, por eso, ponemos foco en el dinamismo y efectividad”.

RAPIDEZ, DINAMISMO Y CALIDAD

Durante la instancia, clientes de la empresa y miembros de Asimpres fueron invitados a recorrer las nuevas instalaciones.

El Centro también posee una estructura creada en función del flujo de su operación, donde destaca la zona de recepción, con capacidad de 14 contenedores diarios, la zona de almacenamiento, y la zona de preparación de pedidos, que cuenta con un sistema WMS que ayuda al movimiento de materiales, manejo de inventarios y a realizar el proceso de selección de productos de manera eficiente.





Por otro lado, posee una área de corte para la entrega de servicio de dimensionado, contando con guillotinas para cortar papel, cartón y folia entre otros.

Asimismo, el Centro cuenta con una zona de carga que, mediante el uso de radiofrecuencia y georeferencia, permite preparar en un tiempo promedio de 17 minutos las órdenes de los clientes. También cuenta con un sistema de ruteo para optimizar los plazos de entrega bajo la modalidad de Same Day Delivery [SDD] para la Región Metropolitana, los cuales van desde cuatro a seis horas dependiendo de la zona de despacho y la hora en que se realice el pedido, y un servicio express de tres horas.

Alvaro Ide, director general de Antalis Latam, comentó durante la instancia: "Chile es una de las grandes operaciones que tenemos de Antalis. Para nosotros este centro es algo muy importante porque nos permite acercarnos a nuestros clientes, conocerlos a ellos y a sus dolores y darles soluciones para sus problemas. Queremos seguir por esta senda y que sepan que vamos a entregar nuestro 100% para darles el mejor servicio y soluciones posibles", concluyó.



"Desde Arica hasta Punta Arenas, tenemos un compromiso: entregar en los plazos acordados y, en este sentido, en la Región Metropolitana, el 90% de los pedidos se entregan en el mismo día"

Freddy Keutel
Country Business Manager
de Antalis

INNOVACIÓN, EXPANSIÓN Y EFICIENCIA:

LAS MOTIVACIONES DE XEROX CHILE PARA VENDER SUS OPERACIONES A GRUPO DATCO

“Xerox está en proceso de reinventarse”, afirma Gregorio Lira, Regional Channel Business Manager de la empresa. El exitoso negocio, que siempre ha tenido la palabra innovación presente en sus estrategias, ahora se integra a Grupo Datco, proveedor de tecnologías, servicios de IT y cableado de fibra óptica en América Latina.



La empresa Xerox Corporation fue fundada en 1906 en Nueva York. Actualmente, es considerada el proveedor más grande del mundo de impresión digital de tóner y sus accesorios.

La compañía se hizo conocida mundialmente en 1959 gracias a la introducción de la primera fotocopidora de una pieza usando el método de xerografía. Y ahora, ya en 2024, continúa siendo un ente líder en la innovación con proyectos como la Prensa Digital Inkjet Color Baltoro. Actualmente, Xerox se encuentra en 180 países de alrededor del globo.

Xerox está impulsando en algunas geografías el modelo de Partner, es así como Grupo Datco adquiere la representación de Xerox en Argentina y Chile para la venta en forma exclusiva de sus productos y servicios. "Dentro de la estrategia de Simplification de Xerox, está el ir en algunas geografías a través de un Partner, impulsando el desarrollo de nuevas ofertas de Xerox, buscando localmente mayor simpleza y agilidad en los procesos de negocios", explica Gregorio Lira, Regional Channel Business Manager de Xerox.

¿QUÉ ES GRUPO DATCO?

Fundado en 1981, Grupo Datco se destaca por ofrecer soluciones a múltiples marcas y por integrar en un alero a empresas sólidas que abarcan diversas tecnologías y servicios de comunicación. Actualmente, es uno de los principales socios de Microsoft, Oracle y otros líderes del mercado. Además, administra una extensa red de fibra óptica de alta capacidad que conecta las principales ciudades de Chile y Argentina. Igualmente, cuenta con oficinas también en Brasil, México, Puerto Rico, Perú y Uruguay.

Datco posee una estrecha relación y un profundo conocimiento del mercado local en los países donde opera, lo que le otorga una ventaja para atender de manera más efectiva a los clientes y canales de distribución actuales de Xerox.

El interés de Grupo Datco en adquirir el negocio de Xerox en Argentina y Chile está alineado con su estrategia de consolidación de su expansión en el cono sur del continente. Esto para Xerox significa la oportunidad de generar nuevas oportunidades de crecimiento y un plan de negocios a largo plazo, con la prioridad puesta en la preservación de los puestos de trabajo. "Datco es un partner estratégico que permite abordar los desafíos que se vienen, como agilidad, flexibilidad y llegar a más negocios", indica Gregorio.

¿QUÉ SIGNIFICA ESTE CAMBIO PARA XEROX?

Gregorio enfatiza que, aunque ahora opere a través de un Partner, Xerox sigue siendo la misma empresa, sin embargo, ahora estará acompañada por una unidad especializada de Xerox llamada Xerox Distributors Group (XGD). Además, Xerox continuará ofreciendo productos y soluciones innovadoras en Argentina y Chile mediante Grupo

Datco, que se centrará en proporcionar un excelente soporte y servicio tanto a los clientes existentes como a los nuevos potenciales y a los canales de distribución.

En el marco de un proceso de reinversión por el cual está atravesando Xerox, incluyendo una parte que se enfoca en los procesos de IT y en sus nuevas líneas de negocios, la incorporación a Datco facilita el desarrollo de estos proyectos. Gregorio comenta que "la idea es hacer crecer el negocio, y Datco tiene otras soluciones de IT, redes, fibra óptica, que en el mediano plazo, vamos a integrar al mercado local".

Además, la experiencia de Xerox entrega un valor único a esta nueva alianza. "Vamos a aportar un nuevo segmento de negocios que ellos desconocen: la impresión digital, la digitalización, los servicios digitales. Son muchos los beneficios que podemos aportarnos de esta unión para mantener sinergias y ampliar negocios", añade.

EFICIENCIA Y FLEXIBILIDAD: LOS GRANDES BENEFICIOS DE ESTA UNIÓN

Uno de los beneficios que trae esta nueva unión es adaptar un modelo de distribución que permitirá mayor eficiencia y flexibilidad al mercado de Xerox, además de atender mejor las necesidades de los clientes y canales a nivel local.

Gregorio, además, destaca que la plantilla de trabajadores de Xerox se mantendrá. "Somos una unidad de negocio de impresión, la gente se mantiene, nuestro servicio y las áreas de venta, comercial y técnica no cambian". Asimismo, agrega que se facilitarán mucho más los procesos, y que estos serán más rápidos y eficientes.

El Regional Channel Business Manager también asegura que este nuevo paso les da mayor espacio de innovación y formación de lazos comerciales, los que le agregan valor a la empresa. "Queremos hacer crecer la compañía, agregar valor a través del Partner y acelerar el crecimiento de nuestros clientes, haciéndolos más productivos y exitosos. Seguimos siendo Xerox, pero ganamos flexibilidad gracias a un socio que nos respalda y fortalece", finaliza Gregorio.

SERVICIOS DALLETO:

PACKAGING DE CALIDAD

Tras casi cinco años en el mercado, la empresa fundada por Julio Dalleto apunta a posicionarse como una planta que entrega calidad a precios convenientes en el rubro del packaging.

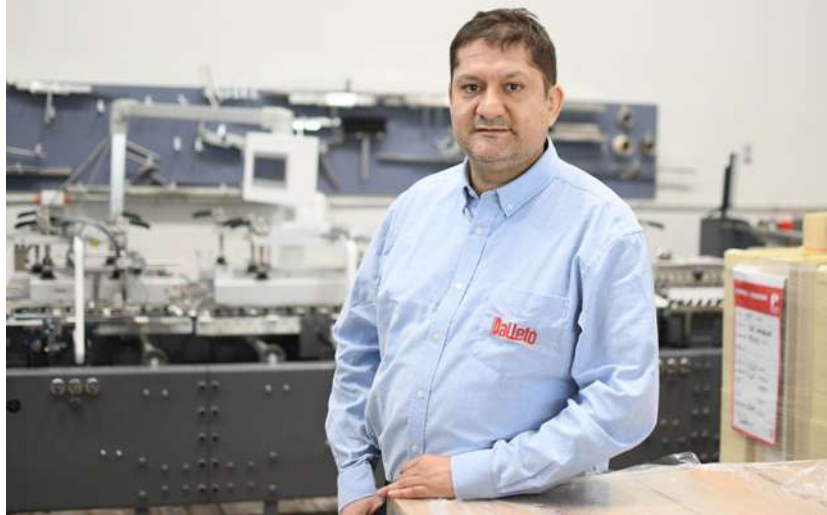


El 19 de agosto de 2019, Julio Dalleto, fundador y gerente general del taller Servicios Dalleto, inauguró la empresa. Hoy, tras casi cinco años en el mercado, cuentan con distintas máquinas y un taller que les ha permitido especializarse el área de packaging, respondiendo a diferentes tipos de requerimientos en los procesos de maquilado de estuches, pegados de etiquetas, stickers e impresiones, entre otros.

Julio cuenta que la empresa nació como un “salto al vacío” cuando compró su primera máquina: la Pegadora de Escuche Formato 1100, con equipo adhesivo de 16 inyectores en línea. “Cuando compré la máquina no tenía ninguna certeza ni ningún cliente confirmado, y el primer pedido nos llegó un mes después”, relata el gerente general.

Esta máquina pega canastillos de cerveza de entre 4 a 6 botellas, además de estuches de todo tipo. Asimismo, la empresa entrega servicios de manualidades, tanto finas como gruesas, con el fin de lograr resultados que las máquinas no pueden lograr.

Desde 2019, el taller ha ido sumando nuevas máquinas y hoy Julio describe la empresa como un “equipo con una política integral y con foco en la calidad”. Además, cuentan con 10 trabajadores fijos en su taller, pudiendo llegar a administrar una dotación de hasta 125 personas en calidad de taller externo o en periodos de alta demanda.



CALIDAD Y CONVENIENCIA: LOS SELLOS DE DALLETO

Desde sus inicios, el fundador comenta que ha orientado su empresa a un objetivo: entregar servicio de calidad. En esta línea, destacan los adhesivos de calidad que utiliza en los procesos de packaging. “Nos diferenciamos porque trabajamos únicamente con adhesivos de excelente calidad. Cuando un cliente pide un producto, le enviamos la ficha técnica completa para que pueda estar seguro de que está optando por la mejor opción”.

Su sello, además de la calidad, son los precios competitivos en un mercado donde se posicionan como una empresa relativamente nueva: “En Dalleto entregamos cotizaciones que están un 3% o 4% por debajo de los precios que otras empresas que puedan tener más experiencia que nosotros”.

En este sentido, agrega, “nuestro objetivo es llegar a ser como las grandes empresas del rubro del packaging. Contamos con un nivel de servicio y calidad similar, pero apuntamos a seguir creciendo”.

Hoy, Dalleto cuenta con nuevos servicios que les permiten acercarse a su objetivo, tales como aplicación plasma de 2 inyectores, Hot Melt de 4 inyectores, Handypack para aumentar velocidades de producción y servicios de desgaje, entre otros.

CÓMO POTENCIAR LAS REDES SOCIALES

de las empresas
en la era digital

Con la creciente importancia que han obtenido las redes en los últimos años, hoy más que nunca son una herramienta indispensable para potenciar los negocios. Conoce los consejos de algunos referentes de la industria gráfica y del packaging en este ámbito.



Jhonatan Pastor
CEO de CREAPUBLICIDAD y
encargado de marketing en
redes sociales.

CREAPUBLICIDAD: COMUNICACIÓN BIDIRECCIONAL Y CONSTRUCCIÓN DE COMUNIDADES

Creapublicidad es una imprenta y agencia de publicidad que ofrece un servicio 360 a sus clientes, desde la elaboración e impresión y creación de sus productos impresos hasta la asesoría digital en redes sociales y páginas web: "Ayudamos a nuestros clientes mediante productos de primera calidad en impresión, otros productos como letreros y regalos corporativos e incluso la asesoría y creación de sus negocios digitales como redes sociales y páginas web", comenta Jhonatan Pastor, CEO de la empresa y encargado de marketing en redes sociales.

Actualmente, el equipo trabaja con distintos objetivos en sus redes sociales, exhibiendo más de 110 mil seguidores en Instagram. Gracias a ellos han logrado, durante los últimos cinco años, tener videos virales con más de un millón de reproducciones. Además, cuentan con 3.500 seguidores en TikTok. "Desde el primer día en que se fundó la empresa hemos apostado por tener presencia en redes sociales y digitalizarnos. Esto nos ha permitido ser una opción para todas las empresas que buscan soluciones publicitarias", asegura Jhonatan.



**"Ayudamos a nuestros clientes mediante
productos de primera calidad en impresión"**



El encargado de marketing agrega que las redes sociales hacen posible comunicarse de manera bidireccional con los clientes: "Nos sirve para poder comunicar y, a la vez, entender lo que el cliente realmente necesita o busca. Son comunidades que permiten acercarnos más a nuestros clientes".

Jhonatan entrega los siguientes consejos para quienes deseen potenciar sus redes sociales y formen parte de la industria gráfica:

- Publicar periódicamente, idealmente diariamente un reel (video).
- Evaluar el uso de anuncios para las plataformas Meta.
- Ser constante, es un trabajo lento pero gratificante a largo plazo.
- Entender a quién le estás hablando, qué le vas a decir y, en base a esa planificación, generar contenido de valor, no solo de venta.
- A las personas les interesa aprender sobre los procesos o tipos de impresión, esos videos son populares.
- El formato reel cumple la función de llegar a personas que están en busca de un producto o servicio. Es ideal para comunicar procesos de instalación.
- Mostrar los productos de una forma llamativa y atractiva para su visualización.
- No olvidar el carrusel, una herramienta útil para destacar un servicio o producto de diferentes formas.
- Subir historias cada 12 horas y no más de tres al día les ha funcionado. Ese período de tiempo les permite un mayor alcance.

DESIGNTEC: CONFIANZA Y CERCANÍA CON LOS CLIENTES

Con más de 23.800 seguidores en Instagram y casi 3 mil en TikTok, esta empresa proveedora ha experimentado un gran crecimiento exponencial durante los últimos años.

DesignTec se especializa en personalización de formato pequeño, ofreciendo plotters de corte, estampadoras y cortadoras láser con foco en los emprendedores que están comenzando sus negocios y cuentan con presupuesto y espacio limitado.

Tienen un equipo para crear contenidos en redes sociales, siendo Instagram, YouTube y TikTok sus fuertes. "Los usuarios de cada una de estas plataformas buscan distintas cosas, por lo que creamos contenido específico para cada una", explica Juan Pablo.



Juan Pablo
Xxxxxxxx

El alcance varía de una plataforma a otra, sin embargo, algunos videos superan las 70 mil visualizaciones y, lo habitual, explica el gerente general, es que lleguen a las 10 mil visualizaciones.

Para DesignTec, la motivación que los llevó a potenciar sus redes sociales nació a partir de un desafío: "Nos motivó el reto de mostrar el gran potencial de los productos que vendemos. Esto, ya que a veces un producto no es tan atractivo en sí mismo, pero sí llama la atención lo que se puede llegar a hacer con él. De aquí nace la necesidad de inspirar y educar a través de nuestro contenido, para llegar a personas y emprendimientos que están buscando nuevos proveedores o nuevas tecnologías para potenciar sus negocios", comenta Juan Pablo.

Entre los beneficios de contar con redes sociales activas destaca la confianza que esto genera con los clientes, entregando información sobre quiénes manejan el negocio y las instalaciones físicas, además de permitir resolver dudas rápidamente y demostrar la experiencia en el área.





Algunos de los consejos que entrega el gerente general para quienes hoy buscan impulsar sus redes sociales son:

- Identificar el tipo de contenido más llamativo para cada plataforma y la forma de mostrar los productos.
- Lanzarse a crear contenido desde ya. No importa si al comienzo la calidad no es la mejor, porque esto se puede ir mejorando según el desempeño de las publicaciones.
- Hay que considerar que el contenido es acumulativo, cada publicación nueva se va sumando a las anteriores y cada vez se avanza más en generar una "biblioteca" de material de valor que los clientes toman mucho en cuenta a la hora de comprar.
- El formato video es el más exitoso. Hoy en día en Instagram todos los videos se comparten como reel y es donde más alcance han logrado.
- En Instagram les ha funcionado compartir videos con paso a paso, como pequeños tutoriales.
- En TikTok funcionan los videos cortos y que el final del video coincida con el principio para así lograr más reproducciones.



HARRY PLOTTER: TRANSPARENCIA Y FIDELIZACIÓN

Harry Plotter es una empresa que destaca no solo por la creatividad de su nombre, sino que también por su larga trayectoria de más de 20 años en el rubro de la impresión digital. Según Cristóbal Mella, gerente de Producción, lo que los hace resaltar de otros servicios de impresión es que son "la única empresa que permite escoger el tiempo de entrega con hora exacta, vía online".

Él explica su proceso de producción:



Cristóbal Mella
gerente de
Producción

"Recibimos archivos por vendedores, se verifican con pre-prensa, se ofrece prueba de color y se envían a imprimir. Para esto contamos con máquinas Konica Mimaki y HP".





→ Hoy cuentan con casi 13 mil seguidores en Instagram, un crecimiento que ha sido orgánico –sin pago por publicidad– y a partir de contenidos donde se muestran los trabajos que realizan para clientes, además de responder rápidamente las dudas que puedan tener estos.

La motivación para potenciar las redes sociales, explica Cristóbal, “es que son muy poderosas como herramienta de marketing. Gracias a la segmentación, hemos logrado cerrar contratos con universidades y colegios del sector oriente, algo a lo que antes, de manera análoga, no podíamos acceder”.

Dado que los clientes finales de Harry Plotter están ligados al rubro digital, IT y diseño, el gerente de Producción asegura que es primordial publicar activamente contenido a las plataformas.

Algunos de los consejos que entrega Cristóbal para potenciar las redes sociales de empresas de la industria gráfica son:

- **Darle a conocer al cliente cuál será el resultado del producto.**
- **Comunicar tiempos de respuesta y opiniones de otros clientes.**
- **Recibir feedback de clientes sobre qué productos están obsoletos y qué productos les gustaría tener.**
- **Entregar tips a los usuarios.**
- **Fidelizar con promociones.**
- **Ser muy transparente con los clientes.**
- **En su experiencia, los contenidos preferidos son los de procesos de producción y de cómo funcionan los CNC, las guillotinas y máquinas de terminación.**

EL EMPAQUE DEL PRIMER RELOJ DIGITAL FABRICADO EN CHILE INCLUYE UNA SORPRESA DE HP

"Dando la hora" es el emprendimiento del chileno Alfredo García que, de la mano de HP, presenta su innovador producto en un envase único.



Chile, mayo de 2024 — HP Indigo, Laser Impresores, Ferrostaal Graphics y "Dando la Hora", empresa del ingeniero comercial Alfredo García, colaboraron para materializar un empaque sorprendente que honra un producto único: el primer reloj digital hecho totalmente en Chile. Este increíble proyecto es pionero en toda Sudamérica y ahora, gracias a la tecnología de impresión digital de HP Indigo, contará con un envase único que aprovecha aplicaciones de tinta invisible y micro texto para realzar el diseño.

Gracias a este reloj de "Dando la Hora", hoy Chile se encuentra dentro del selecto grupo de países con casas relojeras, como Suiza, Japón o Rusia. Entre sus características se encuentran funciones como alarma, cronómetro y fecha, además de un contador de días para el 18 de septiembre, nuestras Fiestas Patrias, así como el Himno Nacional entre las melodías disponibles.

Con respecto al empaque, la tecnología de impresión digital de HP Indigo permitió hacer algo totalmente novedoso e increíble. Además, la sinergia entre estas empresas generó que, después de la pandemia, "Dando la Hora" pudiera expandir sus ventas al mundo digital, logrando una fuerte presencia en redes sociales y generando tráfico a su sitio web, tanto en Chile como fuera del país.

"Conscientes de su innovador enfoque de negocios, nos acercamos a "Dando la Hora" para presentarles las soluciones tecnológicas de HP Indigo implementadas por Laser Impresores en Chile; la intención era inspirarlos y explorar posibles proyectos. Para nuestra sorpresa, durante la conversación Alfredo reveló que ya tenía en mente un proyecto interesante y nos explicó que estaban realizando el primer reloj digital fabricado completamente en Chile, y expresó su deseo de romper esquemas en el diseño del empaque", comentaron Sebastián Iorino, Gerente de ventas región Latam Sur HP Indigo, y Rodrigo Tobar, Desarrollador de Negocios de Clientes de Ferrostaal Graphics. "Sabíamos que los podíamos ayudar con eso, por lo que trabajamos con el equipo de HP Indigo, quienes cuentan con una gran variedad de prensas digitales para impresión comercial, de etiquetas y de embalajes, y el resultado es un trabajo de altísima calidad para este producto que orgullece a los chilenos", agregaron.

Con sinergias como esta, HP Indigo refuerza su continuo apoyo y fomento a los emprendedores, brindando la tecnología para que puedan materializar sus sueños.

SOBRE HP

HP Inc. (NYSE: HPQ) es uno de los líderes en tecnología global y creador de soluciones que permiten a las personas dar vida a sus ideas y conectarse con las cosas que más importan. Presente en más de 170 países, HP ofrece una amplia gama de dispositivos, servicios y suscripciones innovadores y sostenibles para computación personal, impresión, impresión 3D, trabajo híbrido, juegos y mucho más. Para más información, visita: <http://www.hp.com>.

Estudio rescata el valor
de la lectura en

formato impreso

Recientemente publicado en la revista Review of Educational Research, dio a conocer que la lectura en papel ayuda a la comprensión más que aquella que se realiza en dispositivos digitales, rescatando la importancia de los textos impresos en la formación de los estudiantes.



La investigación titulada "Do New Forms of Reading Pay Off? A Meta-Analysis on the Relationship Between Leisure Digital Reading Habits and Text Comprehension" concluyó que los hábitos de lectura por ocio en pantalla se relacionan mínimamente con la comprensión lectora, lo que contrasta con la relación positiva sólida entre hábitos de lectura en papel y la comprensión.

Liderada por la Estructura de Investigación Interdisciplinar de Lectura (ERI Lectura) de la Universitat de València y por los investigadores Ladislao Salmerón, Lidia Altamura y Cristina Vargas, el estudio también recomienda alentar la lectura en formato impreso en la educación básica y secundaria, como una forma de mejorar a largo plazo las habilidades lectoras de los estudiantes.

"Con este estudio buscábamos aportar información sobre el rol de los hábitos lectores digitales en la comprensión lectora. Hasta la fecha, los estudios se habían centrado en hábitos lectores con materiales impresos y, aunque sabemos que el uso de dispositivos digitales está creciendo, aun no teníamos información sobre su relación con la comprensión lectora".

Lidia Altamura

Investigadora de la ERI de Lectura de la UV y
firmante del artículo.



EL VALOR DE LO IMPRESO

El metaestudio revisó 25 estudios con 39 comparaciones publicadas entre el 2000 y 2022, concluyendo que la relación entre la frecuencia de lectura de textos impresos y la comprensión de textos son mucho mayores (entre 0,30 y 0,40) que el que encontramos para los hábitos de lectura digital de ocio (0,05).

El análisis de estos números, explica la investigadora en un artículo publicado por la Universidad de Valencia, se traduce en que "si un estudiante pasa diez horas leyendo libros en papel, su comprensión será probablemente de seis a ocho veces mayor que si leyera en dispositivos digitales durante la misma cantidad de tiempo".

"Si un estudiante pasa 10 horas leyendo libros en papel, su comprensión será probablemente de seis a ocho veces mayor que si leyera en dispositivos digitales durante la misma cantidad de tiempo".

Entre los factores que explican esta situación se encuentran la inferioridad de las pantallas en la comprensión lectora y el uso que cada persona le otorga a los dispositivos digitales. "Normalmente, utilizamos los dispositivos digitales para navegar por redes sociales y entretenernos, estamos continuamente filtrando información irrelevante, exponiéndonos a estímulos de breve duración y no siempre de alta calidad. Por el contrario, las expectativas que tenemos con los materiales impresos son diferentes", explica Lidia Altamura.

En esta línea, agrega la investigadora, diversos estudios que abordan la preferencia de medios de lectura apuntan a un favoritismo por escoger formatos impresos antes que digitales

“porque sentimos que somos capaces de concentrarnos más y de leer de manera más sostenida y atenta. Debido a esta diferencia de experiencias, a nuestro cerebro le resulta complicado aplicar procesos de lectura profundos en los dispositivos digitales, porque normalmente no solemos utilizarlos con este fin”, argumenta.

UNA OPORTUNIDAD PARA LA INDUSTRIA GRÁFICA

Otra de las grandes conclusiones del estudio dice relación a la edad de los lectores. Así, a medida que las personas crecen, la relación entre lectura digital lúdica y comprensión de textos se vuelve positiva.

Ante esta situación, los investigadores aseguran que fomentar la práctica lectora en papel desde edades tempranas puede contribuir a una mejor adquisición de habilidades lectoras: “La lectura en papel podría, a corto plazo, alentar unos procesos lectores más profundos y centrados en el texto. Y, a largo plazo, garantizar el correcto desarrollo de la comprensión lectora”, comenta Lidia.

El público joven se configura como un mercado con gran potencial para la industria gráfica:

“Los jóvenes se sienten atraídos por nuevas tendencias y temas que genuinamente les interesan.

En este sentido, la industria gráfica y de impresión podría aprovechar esta oportunidad para comprender y acercarse a los lectores, estableciendo un puente entre las preferencias actuales y la promoción de la lectura”, concluye Lidia Altamura.



Ladislao Salmerón, Lidia Altamura y Cristina Vargas.



A portrait of Gabriel Ruiz-Tagle, General Manager of DIPISA, standing with his arms crossed in front of a wall decorated with various DIPISA logos. The logos include the company name in different colors, a stylized 'D' with a green circle, a bulldog head, a green leaf, and a blue circle with '100% Papel'.

Gabriel Ruiz-Tagle

**GERENTE GENERAL DE DIPISA:
"COMO LÍDERES EN DISTRIBUCIÓN
DE SUSTRATOS, ASUMIMOS EL
DESAFÍO DE TENER UN ROL CADA
DÍA MÁS IMPORTANTE EN LA
INDUSTRIA GRÁFICA"**

La empresa es líder en distribución de sustratos está innovando en sus operaciones y productos para mantener el foco en los clientes y sus necesidades.

Desde que fue fundada en 1979, Dipisa ha tenido un continuo crecimiento como proveedor de papeles para la industria gráfica, situándose entre las empresas líderes del sector. Justamente ahora, y a raíz de esto mismo, están comenzando una nueva etapa relacionada con sus operaciones, productos e incluso una nueva imagen.

“Como líderes en distribución de sustratos, asumimos el desafío de tener un rol cada día más importante en la industria gráfica. Tenemos una gran responsabilidad. Es por esto que Dipisa inicia una nueva etapa con muchos desafíos y entusiasmo. Hemos tomado la decisión de más que duplicar nuestra capacidad de almacenamiento y de conversión de papel”, adelante el gerente general de Dipisa, Gabriel Ruiz-Tagle.

Para esto dividieron sus operaciones en dos ubicaciones. La actual en Quilicura quedará dedicada a la unidad de conversión de papel tissue y, la nueva ubicación en Aeroparque, reunirá toda la operación orientada a la industria gráfica. Esto es: la conversión y almacenaje de Papeles, Autoadhesivos, sustratos de Comunicación Visual e Insumos Gráficos. “Esto nos permitirá reforzar nuestra propuesta diferenciadora—calidad, variedad y disponibilidad de stocks—y además nos dará una velocidad récord en corte y rebobinado, y un servicio de despacho rapidísimo”, afirma el ejecutivo.

“A nuestros clientes les decimos: ustedes están en el centro de nuestras decisiones. Nos esforzamos cada día para mejorar nuestro servicio. Invertimos en eso constantemente. Hemos aumentado de manera sustancial nuestras líneas de crédito a nuestros clientes porque sabemos que es uno de los mayores dolores que tienen. No es menor la desaparición de un distribuidor como Dimar, y solo nosotros podemos absorber de manera rápida el rol que ellos desempeñaban. Pueden confiar en que vamos a acompañarlos en todos sus proyectos y les pedimos que nos cuenten cómo podemos seguir apoyándolos”, afirma el gerente general de Dipisa, Gabriel Ruiz-Tagle.



LÍDERES EN EL SUMINISTRO DE PAPEL, AUTOADHESIVOS Y SUSTRATOS DE COMUNICACIÓN VISUAL

Dipisa ha complementado su portafolio de la mano con el Área de Comunicación Visual, ofreciendo soluciones tanto ecológicas como innovadoras. “Gracias a nuestra capacidad de conversión, somos pioneros en proveer papel en los formatos que la industria de Comunicación Visual necesita. Reconocemos la importancia de ofrecer sustratos más sustentables. Es una demanda creciente y no está bien atendida. Ninguna otra empresa en Chile está tan preparada para cumplir con estos requerimientos como nosotros”, indica el gerente general de Dipisa.

“Un ejemplo claro son las cartulinas y papel couché, que en ciertos formatos no pueden ser importadas y deben ser convertidas localmente. Ofrecemos cartones corrugados en formatos que reemplazan sustratos rígidos con contenido plástico, logrando así dar opciones 100% papel. Contamos con algunas ventajas que nos permiten proporcionar estas soluciones”, explica.

Además, la compañía se distingue por su constante búsqueda de nuevos productos, con una tasa de incorporación de skus que no tiene comparación. En esa línea es que se incorporó la categoría de Insumos Gráficos.

Ruiz-Tagle enfatiza que a Dipisa los diferencia la constante calidad, variedad y capacidad de mantener un inventario robusto a precios competitivos.

“Nuestra diversificación de suministro y volumen son ventajas innegables. Puedo garantizar que seguiremos liderando en estos aspectos, porque nos gusta lo que hacemos y estamos preparados para ser el principal proveedor de la industria durante las próximas décadas”.



PIX: LA NUEVA LÍNEA DE INSUMOS GRÁFICOS

Basándose en su sólido posicionamiento de más de 40 años en la industria y en la vasta experiencia de su equipo, Dipisa lanzó recientemente su nueva marca PIX, una completa línea de insumos gráficos que incluye tintas, barnices, polvo antirrepinte, planchas CTP, films, mantillas, telas de lavado, entre otros productos.

Esta nueva marca de Dipisa ha sido diseñada para complementar su amplia oferta y ser una opción One Stop Shop para sus clientes. “Es un mix de productos que ofrecemos para satisfacer la demanda constante de nuestros clientes, quienes buscan obtener todo de un solo proveedor”, afirma Gabriela Carrasco, gerente de Comunicación Visual.

Esta marca reúne una amplia gama de productos como las tintas, que son la base del proceso de impresión. Abarca tintas tanto de cuatricromía como de colores Pantone y diversos tipos de barnices. “Conocemos y escuchamos las necesidades de clientes de grandes producciones, de nivel intermedio y también de los más pequeños”, agrega Gabriela.

Roberto Hevia, asesor técnico gráfico de Dipisa, destaca que ha sido motivador encontrarse con una cultura de innovación y un equipo comprometido en ofrecer un nuevo servicio a la industria gráfica. “Todo comienza por entender al cliente y reconocer que existe una demanda insatisfecha en términos de suministro, calidad y servicio. Existe una clara necesidad de renovar y revitalizar a los actores en la industria, por lo que este momento es crucial para actuar”, expresa Hevia.

Eduardo Villaman, asesor técnico gráfico quien también ha sido parte del desarrollo de PIX, añade que tienen un profundo conocimiento del mercado y sus necesidades. “Por ello, estamos seguros de que esta nueva línea ofrece un excelente producto a un precio competitivo, respaldado por múltiples pruebas que hemos realizado en conjunto con nuestros clientes. Estamos realmente satisfechos con los resultados y confiamos en que vamos a poder atender muy bien a nuestros clientes y reforzar su fidelidad con Dipisa”.

“Todo comienza por entender al cliente y reconocer que existe una demanda insatisfecha en términos de suministro, calidad y servicio. Existe una clara necesidad de renovar y revitalizar a los actores en la industria, por lo que este momento es crucial para actuar”.

CAMBIO DE IMAGEN Y NUEVO SITIO WEB

Dipisa acompaña esta nueva etapa con el lanzamiento de su nuevo sitio web y una imagen de marca renovada. “Los cambios importantes deben tener un relato y creemos que esta nueva imagen representa mejor lo que hacemos, nuestra mirada de futuro y de modernidad”, explica Ruiz-Tagle.

Esto mismo es lo que quisieran dejar plasmado en su nuevo sitio web, donde los clientes pueden encontrar todo lo que necesitan de manera fácil e intuitiva. “Nos permitirá mostrar de manera mucho más efectiva y dinámica el portafolio creciente que ponemos a disposición del mercado, y será un canal de comunicación importante”, agregó el gerente general.



De la mano de **EPSON, EUGENIA LEMOS** lanzó su marca de ropa en Andes Fashion Week

La argentina presentó Hedónica, 22 piezas que van desde street style hasta vestidos de noche, donde transmitió un concepto único que encarna la filosofía de vida de la artista: la alegría de los colores con los que quiere ver la vida.





Del 22 al 24 de abril se celebró la segunda edición de Andes Fashion Week, tras el éxito de la primera edición de 2023. Este año, el evento se desarrolló con pasarela de marcas y diseñadores, tanto internacionales como locales.

Entre ellos destacó Eugenia Lemos, la conocida y versátil actriz que poco a poco se ha ido metiendo -y tomando- el diseño de moda de forma más profesional. Protagonista junto a Alejandra Fosalba de la webserie Malena y Sofía, y conductora del podcast sobre moda, Dale Color!, utilizó esta pasarela como una plataforma para lanzar su marca Euge Lemos By Epson.

"El objetivo principal de esta participación en Andes Fashion Week fue hacer un fashion show de nivel internacional completo", explica Lemos, quien ya desde 2018 que venía siendo tentada para mostrar su trabajo por algunas pasarelas internacionales como Madrid Fashion Week: "Tuve que rechazar muchas propuestas porque claramente no tenía preparado algo a este nivel, sino que lo hacía como hobby, de una manera más amateur, simplemente para vestirme".

Justamente, sus primeras experiencias como diseñadora de moda fueron haciendo sus propios conjuntos para utilizar en proyectos laborales o para su ropero personal.

"Siempre he tenido la inquietud de diseñar mi propia ropa. Mi primera experiencia en una pasarela fue en 2017, cuando hice una colección de ocho piezas para My Little Pony", comenta la argentina, quien hace un año recibió la invitación de Leti Faviani para participar en Andes Fashion Week:

"En ese momento me asustó porque me pareció algo gigante y yo le dije 'pucha, me encantaría, pero lo veo un poco difícil, es mucho trabajo hacer una colección, los diseños, confeccionar, me hace ilusión, pero quizás más adelante'".





En Andes Fashion Week, Eugenia Lemos presentó la colección Hedónica, 22 piezas que van desde street style hasta vestidos de noche, donde transmitió un concepto único que encarna la filosofía de vida de la artista: alegría, una sonrisa a la vida, espontaneidad, libertad y buena vibra, plasmada de manera única en telas, a través de la

técnica de sublimación, que le permiten, según la artista, "compartir los colores con los que quiero ver la vida".

Para hacer realidad esta colección, que ella define como "una explosión de color, hedonismo y moda audaz", Eugenia Lemos contó con el apoyo de Epson, compañía que está posicionando la tecnología digital de sublimación para incursionar en los mercados de la alta costura y la industria textil.



"Esta colaboración se enmarca dentro de Printed by Epson el sello a través del cual queremos poner de relieve, en un trabajo de colaboración con artistas y creadores nacionales, todas las posibilidades que se abren con la tecnología de sublimación, cuyo sello es la personalización y que a su vez entrega distintos beneficios sostenibles", explica Benjamín Gatica, Sales and Marketing Manager Industrial de Epson Chile y Bolivia.



EL DESCUBRIMIENTO DE LA SUBLIMACIÓN

En 2020, Eugenia Lemos recibió una invitación de Novatex y Epson para armar una colección cápsula de seis looks, lo que le abrió las puertas al mundo de la sublimación: "Me divertí porque tiene un poder infinito, te permite personalizar las creaciones, desde el diseño de las telas, plasmando tus ideas, con los colores exactos que te imaginas".

"Cuando buscaba telas, siempre se me hacía muy difícil encontrar los tonos que quería o los estampados que me imaginaba. Con la sublimación es fascinante ver cómo el universo que tienes en tu cabeza lo puedes, literal, sublimar y luego ¡vestirlo!"

También es maravilloso como tú puedes elegir las diferentes calidades de telas y obtener el resultado que estés necesitando, ya sea con una lycra, una tela para dar volumen, con brillo, opaca, con textura... ¡Lo que sea!", relata entusiasta Eugenia Lemos.

"Nunca imaginé que me iba a llevar una pasarela con prendas 100% sublimadas. Sí supe desde el primer momento que esta técnica de sublimación se iba a quedar conmigo para siempre, porque me permitía explorar un universo crea-

tivo que jamás lo había experimentado", finaliza la artista que en Andes Fashion Week lanzó su marca Euge Lemos by Epson, por ahora sin proyección de venderse en tiendas: "Sueño poder crear una colección a nivel más popular, pero hoy día estoy muy enfocada en otros proyectos".

Además de Eugenia Lemos, la segunda edición de Andes Fashion Week Chile contó con la presencia de los diseñadores consagrados en Latinoamérica Benito Fernández (Argentina); Mercedes Campuzano (Colombia); Enzo y Eduardo KOII (Venezuela); Lupe Gajardo (Chile), Bad Sisters (Chile).



Futuro Gráfico: Davis Graphics y Canon dan puntapié inicial a ciclo de charlas para estudiantes

Entre abril y septiembre de este año, la Escuela de la Industria Gráfica, a raíz de la iniciativa Futuro Gráfico, organizará una serie de charlas impartidas por destacadas empresas del rubro y cuyo objetivo será incentivar la participación de los jóvenes en la industria.



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 durante junio del año pasado el proyecto **Futuro Gráfico**. Esto, con el objetivo de retener el talento de jóvenes gráficos y ofrecer oportunidades profesionales y de desarrollo en áreas de la industria Gráfica.

En el marco de esta iniciativa, la Escuela está organizando un ciclo de cerca de 20 charlas donde, entre abril y mayo, distintas empresas de la industria gráfica, como Davis Graphics, Canon, Antalis y Smartgraphics, capacitarán a estudiantes de tercero y cuarto medio en temas de tecnología, innovación y uso de máquinas.

El 9 de abril se llevó a cabo la primera de estas instancias, donde Jorge Cerda, experto en soporte técnico gráfico de Davis Graphics, realizó una introducción a la industria de la flexografía, enseñándoles a los jóvenes sobre las máquinas flexográficas, sus componentes, características, además de los Rodillos Anilox y la importancia que tienen en los procesos flexográficos.





“Nos interesa que los jóvenes conozcan del arte gráfica y que vean cómo es la industria. Queremos transmitirles que lo que están estudiando hoy los va a llevar a crear cosas que comunican, y que entiendan que su trabajo y los productos que van a crear serán muy valiosos”

El 23 de abril la empresa realizó, además, una segunda charla, también enfocada en flexografía. Esta vez, con foco en tintas base agua, tintas base solvente, UV y UV LED.

Por su parte, Canon realizó sus charlas el 18 y 25 del mismo mes. En estas instancias, Mauricio Villarroel, especialista certificado por Canon y otras entidades terceras que colaboran junto a la empresa en desarrollo y tecnología, introdujo a los jóvenes en el mundo de Display Graphics, una innovadora tecnología que recientemente Canon trajo a Chile.

DAVIS GRAPHICS: LA IMPORTANCIA ATRAER TALENTO

“Sabemos que desde nuestra condición de proveedor de soluciones para el mercado, tenemos que ver cómo podemos contribuir a la industria. Por esta razón hemos participado en otras instancias junto a la Escuela Gráfica y, cada vez que podemos, traemos gente nueva”, comenta Felipe Arias, gerente general de Davis Graphics.

En esta misma línea, actualmente Davis Graphics cuenta con una sala en la Escuela donde tienen máquinas a disposición de los alumnos y ha participado de seminarios y charlas realizadas en años anteriores.

Para Felipe, estos espacios son clave para atraer talento a la industria y, a la vez, comunicar a otras empresas la importancia de colaborar a la educación: “Nos interesa que los jóvenes conozcan del arte gráfica y que vean cómo es la industria. Queremos transmitirles que lo que están estudiando hoy los va a llevar a crear cosas que comunican, y que entiendan que su trabajo y los productos que van a crear serán muy valiosos”, indica.

Los estudiantes de tercero medio, mediante las dos charlas, pudieron conocer de primera mano y junto a un experto la tecnología que hoy se utiliza en el rubro flexográfico. El objetivo es prepararlos “para enfrentar de mejor forma el mundo laboral”, asegura el gerente general.

Jorge Cerda, quien impartió las clases, destaca además el compromiso de los jóvenes: “Los estudiantes se mostraron muy interesados, estuvieron muy activos en las preguntas, en participar, así que quedamos muy felices con el resultado de la charla”.

Felipe Arias valora la oportunidad de apoyar a algo tan relevante como la educación. “Le agradecemos a la Escuela por darnos la oportunidad de contribuir e invitamos a los demás a sumarse. Yo creo mientras más empresas y personas se motiven, y mientras más gente colabore, la industria va a ser mucho mejor”, concluye.

CANON: UN CÍRCULO VIRTUOSO PARA LA INDUSTRIA

Con foco de la innovadora tecnología Display graphics, Canon también realizó dos charlas en la Escuela durante abril. "Quisimos transmitirles a los estudiantes todo lo que tiene que ver con comunicación gráfica visual. Las tecnologías que tratamos están relacionadas principalmente con formato ancho de exteriores. Esto, gracias a que la tecnología tiene una característica muy especial que incluye una tinta UV Gel muy resistente", explica Hans Rehr, Director Printing Solutions Group LATAM South de Canon.

La empresa tecnológica ha trabajado en otras instancias junto a la Escuela a través de un acuerdo de colaboración firmado por ambas partes hace más de diez años y donde, mediante tres aristas, han buscado contribuir activamente en el desarrollo de los jóvenes.

El primero de estos pilares dice relación con el intercambio de conocimiento entre especialistas de Canon y el cuerpo docente de la Escuela: "Buscamos constantemente exponer a los docentes lo último en nuestras tecnologías para que ellos también vayan adaptando su malla curricular", sostiene Hans.



Por otro lado, la empresa pone a disposición de los alumnos las más recientes tecnologías relacionadas con el mundo de la impresión digital. "Somos un fabricante relevante en este campo y queremos que los alumnos cuenten, dentro de su malla estudio, con lo último en tecnología para que su ingreso del mundo laboral sea más armónico", agrega el Director Printing Solutions.

"Buscamos constantemente exponer a los docentes lo último en nuestras tecnologías para que ellos también vayan adaptando su malla curricular".





“Nos interesa continuar trabajando con la Escuela y les agradecemos la oportunidad que nos dan de poder participar en este ciclo de charlas”.

Además, al igual que Davis Graphics, Canon cuenta con una sala donde pone a disposición de los estudiantes, y también de sus clientes, distintas tecnologías como impresión en formatos anchos para exterior, para interior, además de prensas digitales blanco, negro y a color para abordar el mercado de impresión comercial, transaccional y libros por demanda, entre otros.

“En la medida que los distintos actores apoyemos el intercambio de conocimiento, toda la industria se va a beneficiar de mejores profesionales”.

Respecto a las charlas y otras formas de colaboración que mantienen con la Escuela, Hans asegura que es “un círculo virtuoso. En la medida que los distintos actores apoyemos el intercambio de conocimiento, toda la industria se va a beneficiar de mejores profesionales el día de mañana”.

Asimismo, los alumnos se benefician directamente de este tipo de iniciativas al contar con información de primera mano, poder conversar y preguntarle a especialistas cuya labor, en el caso de Mauricio Villaroel, se centra en el desarrollo de mercado y tecnología.

A modo de cierre, Hans agrega que para ellos la colaboración es clave. “Nos interesa continuar trabajando con la Escuela y les agradecemos la oportunidad que nos dan de poder participar en este ciclo de charlas”. Agrega que “es un agrado estar junto a Davis Graphics y siempre estamos abiertos a este espíritu de colaboración, para seguir mejorando y apoyando a la Escuela en lo que necesite”, concluye.



ECO3

*lanza sus
nuevas
soluciones
MAGIS y
Anfortis
en Drupa
2024*



ECO3, empresa líder a nivel mundial en sistemas y soluciones de preimpresión para la industria, participó en Drupa 2024, la feria más importante de la industria gráfica. Esta tuvo lugar en Düsseldorf entre el 28 de mayo y el 7 de junio y su enfoque principal estuvo en la digitalización y la sostenibilidad.



El representante de la compañía fue Osvaldo Saravia, Country & BP Manager para la región del Pacífico de ECO3, quien cuenta los grandes lanzamientos que tuvieron en esta instancia. "Presentamos la nueva solución **MAGIS ECO ReFlow** para la industria flexográfica. Este consiste en toda una línea de producción configurada por CtPs de flexografía al agua, de distintos formatos. También lanzamos el flujo de trabajo "Todo En Uno" **Anfortis**, diseñado para la impresión de empaques y que facilita la labor de los convertidores de estos al combinar varias herramientas únicas de software en una potente solución de flujo de trabajo para producción", indica.

El ejecutivo afirma que, como compañía, se enorgullecen de esta línea de Flexo presentada al público en Drupa. "Se trata de un sistema acuoso completo para el segmento de envases flexibles que suma al CtP un laminador de película seca y una unidad de procesamiento de exposición "Todo en Uno", incluyendo la nueva unidad de recuperación de agua **MAGIS ECO ReFlow**,

que permite a los clientes reducir drásticamente la generación de residuos durante el proceso de fabricación de planchas”.

Asimismo, el ejecutivo informa que todas estas novedades y equipos, estarán disponibles para sus clientes en Chile a partir de este año, así como los consumibles implicados en el proceso como películas y planchas para la impresión flexográfica.



DRUPA: UN ESPACIO MUY VALIOSO PARA LA INDUSTRIA

“Esta es mi sexta participación en una Drupa y, para mí, continúa siendo siempre interesante y novedosa. A pesar de que hubo alrededor de un 35% menos de visitantes que la última edición presencial, la del año 2016, igualmente acudieron más de 1.600 expositores y vimos bastante innovación y tecnología”, señala Osvaldo Saravia.

Sobre la industria gráfica, él plantea que esta sigue estando muy vigente y que demuestra ser una industria muy resiliente, que se mejora y reinventa permanentemente. “En esta oportunidad vimos, por ejemplo, inteligencia artificial aplicada a la impresión, flujos de trabajo muy sofisticados pero amigables, robótica y muchas soluciones enfocadas en la sustentabilidad”, añade.

También considero que Drupa es un espacio muy valioso para fabricantes y proveedores de la industria, ya que les da la oportunidad de mostrar sus nuevos desarrollos y tecnologías a los visitantes. “Es sumamente necesario que existan estas instancias para que los clientes puedan tomar decisiones informándose directamente de los conocimientos de los expositores y fabricantes”, expresa el ejecutivo.

Osvaldo Saravia concluye: **“Esta Drupa 2024, confirmó que tenemos industria gráfica para muchos años y todavía con un tremendo potencial de desarrollo de nuevas tecnologías: IA, robótica y digitalización. Los proveedores tradicionales tendremos el gran desafío de competir con pioneros innovadores, que integran su desarrollo tecnológico y nuevas ideas y que consideran, además, la sustentabilidad como bandera”.**



ALL4LABELS REALIZA SEMINARIO

“Hablemos de etiquetas para la industria del Wine & Spirits”

El encuentro congregó a representantes del rubro local, viñas latinoamericanas y contó con una exposición del exministro de Hacienda y economista Ignacio Briones.



El pasado martes 04 de junio, All4Labels Global Packaging Group, realizó el seminario “Hablemos de etiquetas en el mundo del Wine & Spirits” en el Hotel Mandarin Oriental Santiago, al que asistieron más de 100 personas del gremio y representantes de viñas de Chile, Argentina y Panamá.

Fue una oportunidad para conversar sobre tendencias e innovaciones en esta área y contó con palabras de bienvenida a cargo de Juan Ignacio Molina, Managing Director Chile.

TENDENCIAS EN ETIQUETAS

Felipe Soto, asesor regional externo en programas de expansión, inició la exposición con un repaso sobre la historia de los vinos en Chile desde el punto de vista de los materiales, detallando los cambios en los frontales, adhesivos y liners. También mostró un par de historias de éxitos.

El encuentro se realizó a salón lleno y contó con la presencia de los líderes internacionales de la compañía como Romeo Kreinberg, Chairman of the Board All4Labels; Fernando Gabel, President All4Labels Global; Gabriel Ibáñez, General Manager All4Labels Argentina; y Sérgio Botteselli, director All4Labels Brasil.





Luego Fernando Gabel habló sobre la estrategia de la empresa para conectar la marca y los consumidores y, además de presentar a la compañía a nivel mundial, detalló las nuevas tendencias que se aproximan: interacción con consumidores; diseño para la economía circular; digitalización o internet de las cosas; comercio electrónico y negocios en línea; y antifalsificación.

Por su parte, Alessandra Costa, directora Desarrollo y Sustentabilidad Latam All4Labels, hizo una detallada presentación sobre las innovaciones que se están aplicando en las etiquetas, especialmente con su campaña Motherland, que provee soluciones específicas para cada especialidad del negocio.

En este sentido, Motherland respondería a las cuatro tendencias vistas en las etiquetas para vinos relacionadas con la textura y efectos premium; minimalismo o storytelling en los diseños; personalización e interacción con el consumidor; y sostenibilidad o apariencia natural.



PERSPECTIVAS ECONÓMICAS

La exposición final estuvo a cargo de Ignacio Briones, exministro de Hacienda y economista, quien se refirió a los puntos estratégicos del mercado de Wine & Spirits, hablando de geopolítica y perspectivas de la industria en Chile y el mundo.

En su presentación "Economía chilena, internacional y los desafíos para el mercado del vino", revisó varias proyecciones mundiales sobre este mercado tanto a nivel global como a nivel país.

El cierre del encuentro estuvo a cargo del Chairman of the Board All4Labels, Romeo Kreinberg.



Socios de Asimpres realizan visita a la planta de cartulinas de CMPC Maule

Inició sus operaciones el año 1998 fabricando cartulina tipo FBB. En estos 25 años de operación continua fue creciendo y actualmente produce 430 mil toneladas.

Durante el mes de mayo los socios de Asimpres y clientes visitaron la Planta Maule de CMPC ubicada en Yervas Buenas, VII Región, para conocer el proceso de fabricación de esta empresa productora de cartulinas.

Participaron los socios Claudio Godoy, de Deandespac; Viviana Vignolo, de Etal; Francisco Raveau, de Iconosur; Cristopher Tarifeño, de A Impresores; y María Eugenia Mingo de Asimpres.

“Edipac es responsable de la comercialización de cartulinas de CMPC en Chile para los clientes del segmento de Distribución. Nuestra fortaleza subyace en nuestro servicio, la agilidad de despacho y también la velocidad de entrega, donde estamos lanzando en un par de semanas un Servicio de Corte en tiempo ‘express’, de manera de ser los más rápidos del mercado y así atender de la mejor forma a nuestros clientes”, comenta Lía Vera, Gerente de Negocio de Edipac-CMPC.





Añade: “Esta visita a la Planta Maule de Cartulinas CMPC nos permite continuar fortaleciendo los lazos comerciales y reforzando la importancia del trabajo colaborativo de cara a un mercado muy cambiante y competitivo. Tuvimos la oportunidad de conocer los avances técnicos que se han implementado a nivel productivo junto con las iniciativas de innovación de productos, tales como las cartulinas con barreras a la grasa. Asimismo, pudimos apreciar la altísima calidad de procesos de fabricación de la Planta Maule que conlleva a un producto superior en esta categoría a nivel mundial. Estamos realizando un programa continuo de visitas a las plantas y la idea es seguir sumando a otros clientes durante el resto del año”.



DETALLES TÉCNICOS

Pablo Bustamante, subgerente Técnico CMPC Biopackaging - Boxboard, comenta que CMPC cuenta con dos plantas de cartulinas. La más grande está ubicada en Maule y produce 430 mil toneladas. La otra planta está ubicada en Valdivia y produce 70 mil toneladas.

Las dos suman 715 colaboradores y tienen una rotación de personal contrastista entre mil y 1500 personas. Poseen 51 destinos de exportación y más del 90% de la producción la exportan a más de 500 clientes en el mundo. Los 15 clientes principales no representan más del 35% de la venta, por lo que esta está bien atomizada.

PLANTA DE CARTULINAS EN YERBAS BUENAS

La Planta Maule inició sus operaciones el año 1998 fabricando 150 mil toneladas de cartulina tipo FBB. En estos 25 años de operación continua fue creciendo y a ha pasado por tres reformas que han aumentado la producción a 270 mil, 360 mil y 430 mil toneladas respectivamente. Este complejo industrial está ubicado a 300 km del puerto de San Antonio y 300 km del puerto de Coronel.

En cuanto al proceso de fabricación de cartulina, Pablo explica que requieren de pulpa mecánica de pino radiata fabricada in situ en Planta Maule y celulosa, obtenida de madera de pino o eucalipto proveniente de las filiales de Celulosa Laja (en Laja), Celulosa Santa Fe (en Nacimiento) o Celulosa del Pacífico (en Angol).

Tanto la pulpa mecánica como la celulosa provienen de las más de 800 mil hectáreas de bosque que posee CMPC entre la 7ma y la 10ma región, de las cuales 600 mil son de bosques comerciales y 200 mil de bosque nativo destinados a la conservación.

Los principales atributos de la cartulina CMPC son: rigidez, blancura, imprimibilidad, sustentabilidad y compostabilidad, todos requisitos necesarios para el competitivo mercado de los envases.

Estos productos se venden en los 5 continentes por su alta calidad y performance. Además, la planta cuenta con certificaciones vigentes de la PEFC, FSC, FDA, ISEGA y compostabilidad industrial y doméstica.



Tipos de papeles

Cuentan con una amplia cartera de clientes globales y de primer nivel en los principales segmentos de mercado, como alimentos, licores y bebidas, artículos de consumo masivo y productos farmacéuticos.

Cartulinas CMPC cuenta con cuatro variedades principales de productos, y todos se componen de una cartulina con cuatro capas fibrosas. Estas tienen 100% de celulosa en las capas externas que aportan propiedades de acabado e imprimibilidad y, en las intermedias, se compone principalmente de pulpa mecánica, que es la que le da la resistencia y el calibre necesario.

CARTULINA GC1: Se utiliza, en la industria gráfica, para portadas de libros, tarjetas, carteles, calendarios, multimedia. También está en bienes de consumo como chocolates, productos farmacéuticos, cigarrillos y perfumes. Esta línea permite impresiones por ambos lados como en las cajas de tinta capilar.

CARTULINA GC2: Se utiliza principalmente en bienes de consumo y en la industria alimentaria: alimentación seca, alimentación refrigerada, chocolatería, pastelería, farmacéutica, licores y envoltorios. Este producto permite impresiones de alta calidad y no tiene estucado en el reverso.

CARTULINA RC O REVERSO CAFÉ: Se utiliza para bienes de consumo, la industria alimentaria y productos industriales: cereales, detergentes, multienvases, displays y microflautas.

CARTULINA NATURAL KRAFT: Es una cartulina que destaca por su aspecto ecológico. Favorece el uso de fibras sin blanquear y no incorpora estucado. Ofrece una nueva alternativa de empaque de productos innovadores y sostenibles.



En cuanto a la visita, dice Pablo Bustamante que un tema muy importante que pudieron mostrar a los visitantes es la inocuidad de las cartulinas.



Pudieron ver que hay poca manipulación en todo el proceso, una máquina papelera con alto nivel de automatización, sistemas robóticos de almacenaje y conversión de pilas y rollos y grúas autónomas que movilizan las pilas de cartulinas mediante un software de georeferencia”.



María Eugenia Mingo, gerente general de Asimpres quien participó de la visita, expresa:



Agradezco a CMPC Maule y a Edipac la oportunidad de realizar esta visita junto a socios de Asimpres. Todos coincidimos en que fue una valiosa instancia donde pudimos conocer los procesos y el funcionamiento de esta empresa en un rubro que se proyecta que seguirá ganando relevancia con los años”.



Soluciones innov
Solución para un et

ÁS DE LAS
TIQUETAS
los mejores

AVERY DENNISON

SE DESTACÓ EN SITEVINITECH
2024 CON SUS INNOVADORAS
SOLUCIONES Y PROYECTOS

“Estamos muy contentos con nuestra participación en Sitevinitech, como ya lo hemos hecho en otras ediciones”, dijo Natalia Carro, BDM de Wine & Spirits Avery Dennison.

Avery Dennison, líder mundial en ciencias de materiales, participó con gran éxito en Sitevinitech 2024, uno de los eventos más importantes del sector vitivinícola de la región. Ubicados en el stand 08 del Pabellón AC3, presentaron sus últimas innovaciones en soluciones de etiquetado, atrayendo al público a las nuevas tendencias y tecnologías del sector.

Sitevinitech, reconocido por reunir a toda la industria vitivinícola en un mismo lugar, ofreció un espacio ideal para el intercambio de conocimientos y la exploración de las últimas tendencias en tecnología y agro. El evento incluyó rondas de negocios internacionales, ponencias, conferencias, demostraciones de empresas regionales y premiaciones, proporcionando una plataforma completa para la industria.

Durante el evento, Avery Dennison impactó con la presentación de la iniciativa Make a Mark 2023, en colaboración con Estal y KURZ. Este proyecto ha sido un referente en el mundo del diseño de envases, convocando a mentes creativas globales. Puntualmente, en 2023 Make a Mark expandió los horizontes de la creatividad latina al participar en Luxe Pack Mónaco. Esta impronta destacó notablemente, ya que las agencias locales demostraron una capacidad innata para fusionar creatividad con vanguardia, creando diseños que cautivaron a la audiencia global. Con un enfoque en la innovación constante, estas propuestas no solo deslumbraron por su estética y calidad, sino también por su habilidad para comunicar historias y valores a través del diseño. Entre los participantes latinoamericanos se destacaron agencias como HUMAN México, Oveja&Remi, de Argentina, y Ximena Ureta Studio, de Chile.

Además, Avery Dennison presentó su innovador proyecto “Celebra” en Sitevinitech. Celebra busca visibilizar el diseño en diferentes países de América Latina, enfocándose inicialmente en las bebidas más representativas de siete países participantes: **México (tequila), Brasil (cachaza), Chile (vino), Perú (pisco), Colombia (aguardiente) y Guatemala (ron).** Cada país aportó un diseño único, representando la esencia de su bebida a través de texturas, colores y formas. El proyecto tiene como objetivo regionalizar las etiquetas de empaques y espera abarcar más productos alimenticios en el futuro.



“Estamos muy contentos con nuestra participación en Sitevinitech, como ya lo hemos hecho en otras ediciones. Este es un gran espacio para presentar nuestras novedades, lanzamientos y soluciones, y nos permite encontrarnos cara a cara con distintas empresas del sector, promoviendo el intercambio de ideas que impulsa nuevos negocios, la tecnología, la sustentabilidad y el desarrollo continuo de la industria vitivinícola. La respuesta que hemos recibido ha sido increíblemente positiva, y estamos emocionados de seguir colaborando con nuestros socios y clientes”.

Natalia Carro

BDM de Wine & Spirits Avery Dennison.

En el evento, Avery Dennison también presentó soluciones de empaque conectado, incluyendo tecnologías como RFID y NFC, mostrando ejemplos reales de aplicación y casos de éxito. Estas innovaciones permiten una mayor interacción entre el consumidor y el producto, ofreciendo una experiencia más enriquecedora y segura.

El stand de Avery Dennison recibió la visita de importantes marcas del sector vitivinícola, así como de agencias de diseño destacadas como Boldrini y Ficcardi, Oveja Remi, Estudio Sinner y Estudio Argo. Avery Dennison continúa demostrando su compromiso con la innovación y el liderazgo en la industria de etiquetado, brindando soluciones que cuentan historias y conectan con los consumidores de manera significativa.

ESCUELA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA LANZA INICIATIVA PARA SANMIGUELINOS MAYORES DE 60 AÑOS

La instancia llamada “Barrio y Memoria, Talleres de artes gráficas para personas mayores” tendrá tres ciclos durante el año y forma parte de un proyecto Fondart. “Esperamos que la realización de estos cursos genere un impacto positivo en la Escuela y su comunidad”, afirma la responsable.

El 17 de marzo la Escuela de la Industria Gráfica dio inicio a “Barrio y Memoria, Talleres de artes gráficas para personas mayores”, iniciativa dirigida a personas mayores de 60 años de la comuna de San Miguel.

Esta primera instancia se realizará los días miércoles de abril, mayo y junio, finalizando el 26 de ese mes. Es el primero de tres ciclos que se realizarán este año.

La primera clase fue introductoria y tuvo lugar en el jardín de la Escuela. Ahí alumnos y profesores conversaron sobre el barrio y la memoria. En la segunda sesión partieron las clases prácticas en las salas de talleres.

“La idea del taller surgió en el año 2022, cuando trabajábamos en el área de oficios gráficos de Museo Taller. Somos un equipo de cuatro artistas, diseñadores y profesores: Carmen Goic, Alejandro Silva, José Luis Gutiérrez y yo”.

Joana Villegas

Responsable de esta iniciativa ante el Fondart y el Ministerio.



Ella es licenciada en Cine y Televisión, con estudios de postgrado en Medios Digitales, Fotografía y Gestión Cultural. Además, ha ejercido como docente, haciendo clases de realización audiovisual y fotografía en distintas universidades. El desarrollo de los talleres está motivado en ser una instancia creativa para las personas mayores, que contribuya a potenciar sus habilidades y les permita entablar una relación activa con el entorno y sus pares, facilitando actividades y ejercicios que estimulan la memoria, sus vivencias pasadas y presentes.

Joana explica:

“Estábamos buscando un proyecto que integrara a la comunidad que habitaba en el barrio y detectamos la necesidad de ofrecer talleres para personas mayores. Creemos que es el primero en su tipo, que tuvo su primera versión en barrio Yungay en 2023, ya que generalmente los talleres de artes gráficas están pensados para otros grupos etarios”.

La responsable de la iniciativa destaca que se intentará sacar a las personas mayores del ámbito pasivo y “situarlos en un espacio creativo que les permita mejorar su autoestima, dinamizar y hacer horizontal su interacción con el entorno, sentirse sujetos sociales significativos e importantes para su comunidad”.

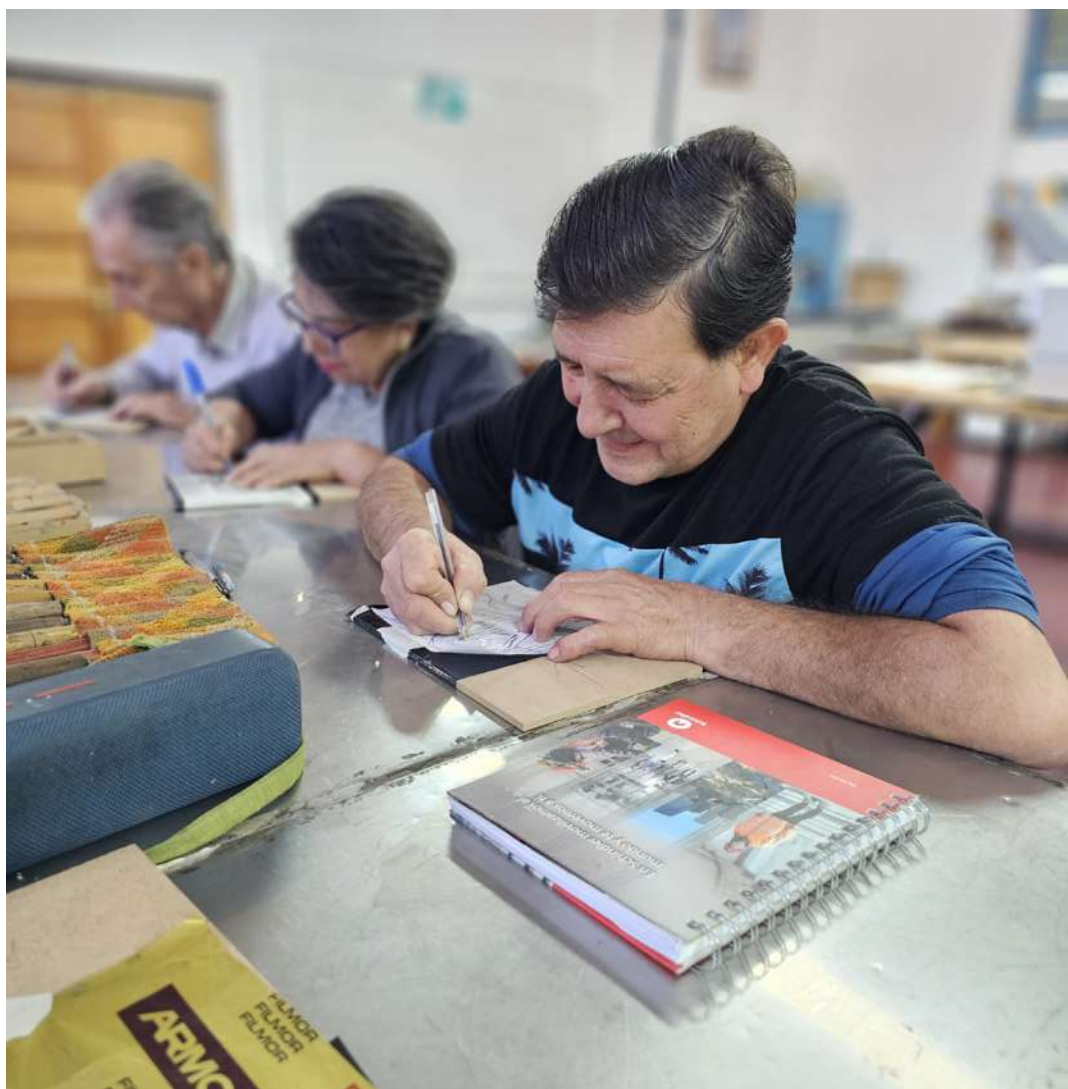
Al finalizar los talleres, se les entregará a los participantes un certificado de participación simbólico. “Se busca que los talleres sean una puerta de entrada a las artes gráficas y a las disciplinas específicas que enseñamos, para que los participantes sigan desarrollándose si lo desean”.



Impresión tipográfica, fotografía y xilografía

Las tres materias que se tratarán en cada ciclo son impresión tipográfica, fotografía y xilografía. "Coinciden en el contexto de donde surgió la idea, el rescate de oficios antiguos. También un factor importante es que las tres son disciplinas que permiten la producción en serie, que es esencial para el proyecto, ya que en las últimas clases cada alumno trabaja en la edición de un libro de artista con todas las obras producidas, en una encuadernación japonesa", dice Joana.

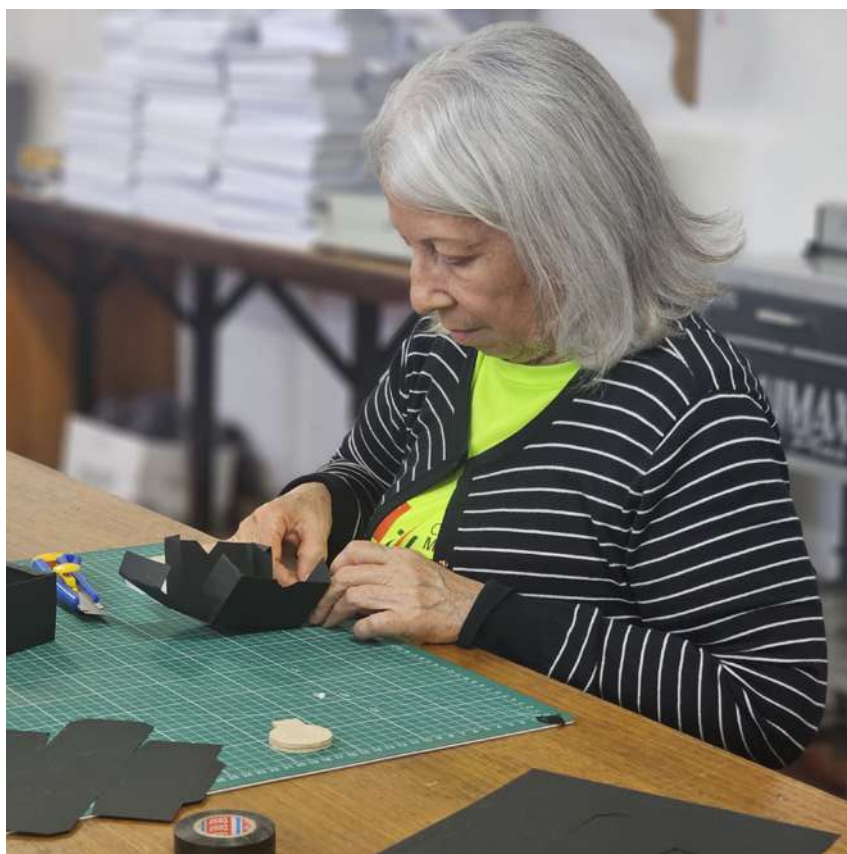
En impresión tipográfica se revisan tipos móviles para escribir un texto, relato breve, verso, frases o palabras. Luego se utiliza una prensa tipográfica, donde se entinta y se imprime. En fotografía se trabaja construyendo una pequeña cámara estenopeica, capturando imágenes y trabajando en el laboratorio. Se experimenta y se entiende la captura de imágenes fotográficas desde su origen. En xilografía se trabaja una imagen, que se talla con gubias sobre madera. Así se obtiene una matriz que luego se entinta y se imprime en papel. Los tres talleres finalizan en las sesiones de encuadernación de las obras realizadas.



“El resultado de los talleres ha sido muy satisfactorio, genera un espacio de conexión humana, de intercambio activo, de contención en algunos casos, de motivación y compromiso por parte de los alumnos participantes”, expresa Joana.

Es importante destacar que, tanto la primera versión del proyecto como la de este año en San Miguel, han sido financiadas por el Fondo Nacional de Desarrollo Cultural y la Artes, Fondart Regional 2024, afirma. "Este apoyo es esencial, ya que permite que los talleres incluyan todos los materiales y sean totalmente gratuitos".

Al mismo tiempo, Joana valora la colaboración y la acogida generosa de la Escuela de la Industria Gráfica, donde se desarrollan los talleres: "Esperamos que la realización de estos cursos genere un impacto positivo en la Escuela y su comunidad, estamos muy agradecidos. También es importante destacar el aporte de la Casa de la Cultura de San Miguel, que está comprometida a participar en la difusión del proyecto".



TWO SIDES

cuestionó a más de
2.650 organizaciones que
recurren al greenwashing

Hasta ahora, más de 1.180 organizaciones han eliminado declaraciones engañosas anti-papel.

Two Sides, iniciativa global sin fines de lucro que promueve los atributos únicos sostenibles y atractivos de la impresión, el papel y los envases de papel, destaca que las presiones económicas continúan siendo el motor de gran parte del greenwashing practicado por organizaciones que dependían del papel para comunicarse con sus clientes y ahora los presionan para migrar a plataformas digitales en un intento de reducir costos.

Este cambio a menudo se justifica con mensajes engañosos de marketing ambiental sin fundamento, como "Go Green – Go Paperless" o "Elige la facturación electrónica y ayuda a salvar un árbol", pero eso es simplemente greenwashing.

Las preferencias de los consumidores son ignoradas en la transición al digital. Los datos de la encuesta "Trend Tracker" de 2023 revelaron que alrededor del 58% de los consumidores latinoamericanos consideran engañosas las afirmaciones ambientales de las empresas para cambiar a comunicaciones digitales y tienen que ver con la reducción de costos. Además, la encuesta dejó claro que el 35% desea elegir la forma en que recibirán sus extractos y cuentas en lugar de ser forzados a ello.





Con el creciente enfoque en la sostenibilidad corporativa, otros sectores, como el de envases de papel y tissue, ahora experimentan el greenwashing dirigido a productos que afirman ser más sostenibles por muchas razones, incluidas fuentes nuevas y alternativas de composición de sus fibras.

El director administrativo de Two Sides Europe, Jonathan Tame, dice: "Estas afirmaciones de greenwashing no solo violan las regulaciones de marketing ambiental, sino que son extremadamente perjudiciales para una industria conocida por su sólido, consistente y progresivo historial ambiental".

Lejos de "salvar árboles", un mercado saludable para productos forestales, como el papel, fomenta el crecimiento a largo plazo de los bosques a través de la gestión forestal sostenible. Solo en América Latina, más de 1 millón de árboles se plantan todos los días.

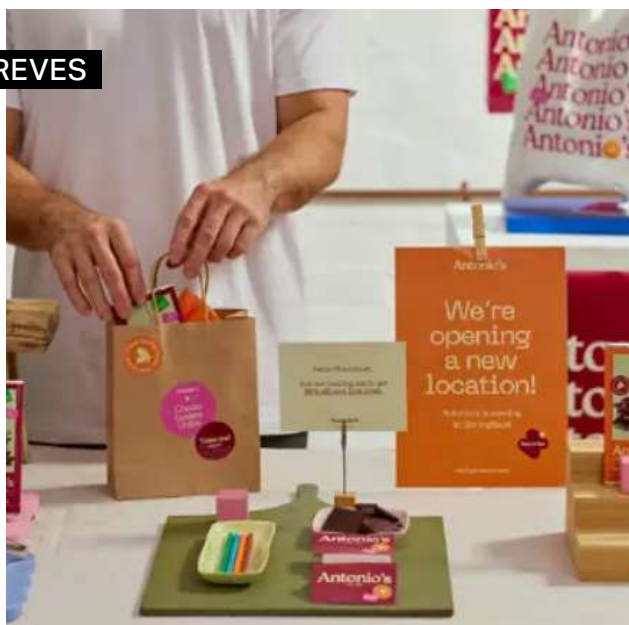
A nivel mundial, Two Sides ha cuestionado a más de 2.650 organizaciones haciendo afirmaciones engañosas sobre el papel. Hasta ahora, más de 1.180 organizaciones han eliminado declaraciones engañosas anti-papel. En América Latina, hasta la fecha, 198 empresas han eliminado reclamos infundados sobre papel, incluidos grandes centros comerciales, bancos, compañías de gas y energía, por nombrar algunos.

"Continúa siendo vital que estos mensajes engañosos sean impugnados para garantizar que el gran historial ambiental de la industria sea reconocido y que los medios de vida de miles de empleados de la industria no se vean perjudicados por la difusión de marketing engañoso y oportunista de greenwashing", dijo Tame.

Two Sides estima que, debido al amplio alcance de algunas de estas organizaciones, las afirmaciones infundadas tienen un efecto perjudicial duradero en la percepción de los consumidores sobre el papel y amenazan a un sector que emplea a más de 3 millones de personas en América Latina. El impacto financiero del greenwashing también es motivo de preocupación global si estos mensajes continúan sin ser impugnados.

La campaña anti-greenwashing continúa siendo una prioridad para Two Sides y continúa aclarando a las empresas sobre los riesgos de usar afirmaciones ambientales infundadas y engañosas sobre la eliminación del papel de sus comunicaciones.

"Agradecemos la cooperación de las cientos de organizaciones que cambiaron o eliminaron las afirmaciones de greenwashing de sus mensajes, también estamos agradecidos por las muchas partes interesadas de la industria y las personas del público en general que nos envían denuncias de greenwashing", concluyó Tame.



HP y Canva se asocian para democratizar el diseño y la impresión

LA COLABORACIÓN OFRECE CAPACIDADES MEJORADAS, SERVICIOS BAJO DEMANDA Y EXPERIENCIAS IMPECABLES, DESDE EL DISEÑO HASTA LA IMPRESIÓN, PARA MILLONES DE PERSONAS.

HP Inc. (NYSE: HPQ) anunció recientemente una asociación global estratégica de varios años con Canva, la única plataforma de comunicación visual todo-en-uno del mundo, para que millones de usuarios de Canva puedan diseñar en línea, crear contenido visual e imprimir localmente sin problemas.

La colaboración entre HP y Canva tiene como objetivo beneficiar a los proveedores de servicios de impresión (PSI) de HP y a la comunidad de Canva en todo el mundo, de tal manera que cualquier persona que cree contenido visual en la plataforma de Canva pueda diseñar e imprimir perfectamente dentro de un sistema totalmente integrado. Este acuerdo plurianual permitirá a los usuarios diseñar cualquier cosa e imprimir en cualquier lugar sin comprometer la calidad y la autenticidad.

“Esta asociación brindará un enorme valor estratégico e impulsará el crecimiento de los clientes en ambas organizaciones”, destacó Cliff Obrecht, cofundador y director de operaciones de Canva.

Fundada en 2013, Canva tiene más de 185 millones de suscriptores mensuales, incluido el 95% de las empresas Fortune 500. El lanzamiento de Canva Print en 2017 ha permitido a los usuarios diseñar e imprimir una amplia gama de productos—desde tarjetas de presentación, folletos, volantes, calcomanías, material de marketing con opciones de personalización e incluso indumentaria, entre otros—y así experimentar un crecimiento exponencial con millones de pedidos al año.



Destacados diseñadores chilenos experimentan con la sublimación de telas

A TRAVÉS DE UN TALLER PRÁCTICO, APRENDIERON SOBRE DISEÑO DIGITAL Y SUBLIMACIÓN, EXPERIMENTANDO LAS POSIBILIDADES DE PERSONALIZACIÓN Y EFICIENCIA EN LOS PROCESOS DE PERSONALIZACIÓN DE TELAS.

La tecnología es una herramienta que se expande a diferentes áreas profesionales y la moda no es la excepción. Una muestra de ello es el diseño digital y la posibilidad de llevar esas únicas creaciones a telas y otros soportes mediante la sublimación.

Esto es parte de lo que la diseñadora y emprendedora Daniela Pérez desarrolló en un taller junto a Epson, donde asistieron diseñadores profesionales asociados a Moda Chile.

“Debido a mi experiencia en el rubro del diseño textil bajo mi marca personal Daniela Pérez Nagel, Epson me convocó a realizar un Workshop de Diseño Textil Digital, enfocado en la sublimación. Durante el workshop, los participantes aprendieron diferentes métodos de repetición de estampados y luego sublimaron en tela, en vivo, sus propios diseños. Esta fue una instancia para acercar a los diseñadores a la producción local y nacional de diseño textil digital a través de la sublimación”, detalla Daniela.

La técnica de sublimación consiste en que una imagen digital es impresa en papel a través de una impresora especial para este proceso y luego, mediante el calor de una plancha, es transferida a la tela. “Este proceso se hizo con la impresora SureColor F570 de Epson, en colaboración con MundoTransfer, con lo que obtuvimos colores vibrantes y alta definición en el diseño”, menciona la emprendedora.



Charla online sobre innovación en beneficios y nómina para colaboradores de la industria

EJECUTIVOS DE QUANSA Y DAVIS GRAPHICS SOSTUVIERON UN ENCUENTRO PARA MOSTRARLE A LOS SOCIOS DE ASIMPRES SOBRE LA APLICACIÓN, EL FUNCIONAMIENTO Y LA IMPLEMENTACIÓN DE LA HERRAMIENTA "QUANSA" PARA ACOMPAÑAR FINANCIERAMENTE A LOS COLABORADORES DE LAS EMPRESAS.



Con el propósito de difundir a los socios de Asimpres las ventajas de implementación de la plataforma digital de recursos humanos "Quansa", el gerente general de Davis Graphics, Felipe Arias, realizó el 12 de junio de un webinar junto a esta empresa.

El fin era conversar acerca de cómo ha sido emplear esta herramienta de gestión de beneficios y nómina para los colaboradores. "Con esta aplicación, los trabajadores tienen cierta capacidad de ahorro que antes no tenían, evita que se endeuden con préstamos de corto plazo y, en general, les dan herramientas para ordenarse financieramente", reveló.

Afirmó que la experiencia de uso ha sido bastante sencilla, puesto que se integra a otras herramientas de recursos humanos que ya tienen: "Los comentarios que hemos recibido del área de Capital Humano han sido muy positivos, ahora tenemos más del 80% de la compañía utilizándola". Y añadió: "Siempre es un desafío lograr que los colaboradores permanezcan durante mucho tiempo en las empresas y que estén felices, porque pasan gran parte de su vida acá. Por lo tanto, buscamos entregarle beneficios como este".

Por su parte el CEO y Fundador de Quansa, Gonzalo Blanco, destacó: "Quansa es una plataforma para que las personas se organicen con temas de plata, de deudas, ahorros, inversiones, gastos, y poder disponer de un anticipo de sueldo digital inmediato. Permite que los empleados puedan hacer consultas financieras uno a uno, de manera virtual y confidencial".

El webinar está disponible en este



Organizan webinar sobre la búsqueda de la sostenibilidad y el diseño circular en embalajes de papel



ESTE TUVO LUGAR EL PASADO 27 DE JUNIO Y CONTÓ CON LA PARTICIPACIÓN DE CUATRO ESPECIALISTAS EN EMBALAJES. EL TEMA CENTRAL ESTUVO ORIENTADO A ENTREGAR IDEAS DE CÓMO AMPLIAR EL USO DE MATERIALES COMO PAPEL, CARTÓN Y CARTULINA PARA ELABORAR ENVASES MÁS SUSTENTABLES.

Two Sides, Empapel e Ibá - Indústria Brasileira de Árvores realizaron el pasado 27 de junio el webinar "La búsqueda de la sostenibilidad y el diseño circular", como parte de la cuarta edición del seminario "Embalajes de papel, la elección natural".

Esta instancia estuvo enfocada en la fabricación de envases sustentables y fue dictada por especialistas de la industria, contando también con dos demostraciones de casos de innovación de Forest Paper e Ibema y de Papyrus y WestRock.

Los temas expuestos fueron: "Cómo Ikea utiliza los embalajes para lograr sus objetivos comerciales", dictado por Maja Kjellberg, líder de desarrollo de embalajes de IKEA; "Diseño circular de embalajes:

camino y oportunidades para el papel", con Marcos Lório, subdirector del Centro Científico para el Desarrollo de la Economía Circular (CCD Circula); y "Jornada de Natura Cosméticos hacia los embalajes de papel", por Anderson Liba, gerente de Desarrollo de Empaques de Natura.

La conducción estuvo a cargo de Paulina Chamorro, periodista premiada con más de dos décadas de cobertura en temas ambientales. También es conductora del podcast Vozes do Planeta, colaboradora de National Geographic Brasil, GO Outside y O Eco, y miembro de la Liga das Mulheres pelo Oceano desde su fundación.

¡Únete a la Bolsa Laboral de Asimpres!

- Podrás encontrar y compartir
- ofertas laborales asociadas a la
- industria gráfica, packaging y
- comunicación visual.



El match perfecto entre tu empresa y tus próximos colaboradores

Te invitamos a ser parte de la Bolsa de Trabajo de Asimpres en Facebook, que hoy cuenta con más de mil integrantes.

BENEFICIOS:



Publica directamente tus ofertas de empleo



Llega a potenciales profesionales y técnicos para los cargos que necesitas



Visibilizamos tu oferta para que llegue a la mayor cantidad de personas posibles

¡Únete y comienza a publicar tus ofertas!



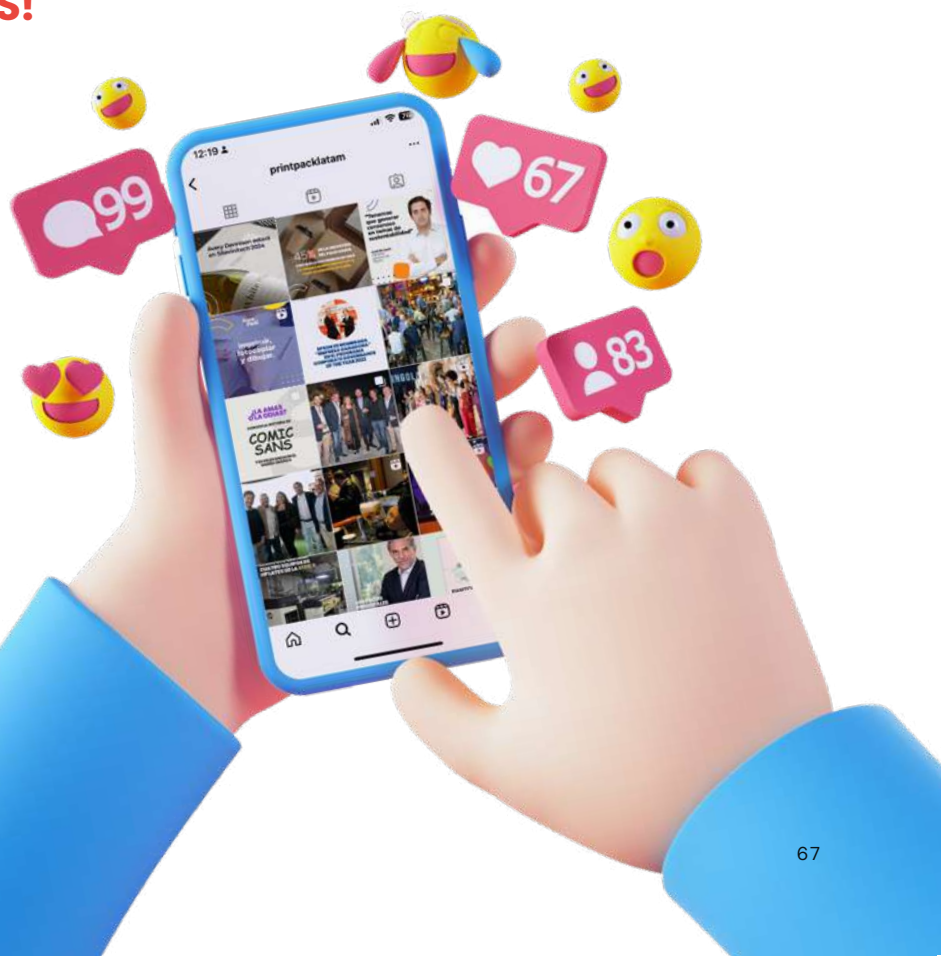


En nuestro canal Print & Pack Latam podrás encontrar los videos de nuestras cenas y eventos pasados, además de las últimas tendencias en cuanto a impresión, diseño y packaging, noticias de nuestros socios e interesantes contenidos de actualidad.



¡ETIQUÉTANOS EN TUS REDES SOCIALES PARA QUE ESTEMOS CONECTADOS!

Te invitamos a etiquetarnos en tus publicaciones en redes sociales para que podamos difundir tus contenidos en nuestras plataformas. Asimismo, te llamamos a seguirnos en nuestras cuatro redes sociales de Print & Pack Latam donde tenemos una comunidad de más de once mil usuarios.





DIPISA

Caracterizados por la búsqueda constante de los mejores sustratos para ofrecer a sus clientes, anuncian la llegada de la Cartulina Suzano TP White Plus a su portafolio de papeles para packaging.



Organizado por

Fundación Plagio y CMPC,

este concurso ofrece a cada persona la oportunidad de enviar hasta 5 cuentos.

BUHO

¡Artículos para diferentes rubros y una amplia variedad de categorías! Toma nota de todos los datos de campo, ángulos, distancias, alturas y más con la Libreta de Taquimetría: excelente calidad y 50 hojas.



COTIZACIONES: www.buho.cl



EDIPAC



CMPC invita a participar de la 13ª versión de "Biobío en 100 Palabras", concurso que apoya junto a Fundación Plagio para potenciar la creatividad, historia y cultura de la comunidad de la Región del Biobío.



ECO3



Si se busca reducir el consumo de tinta en la impresión offset, además de la solución clásica basada en GCR, existen innovaciones como el SPIR@L tramado y el software de optimización de impresión SolidTune de ECO3.

A IMPRESORES



Los catálogos impresos siguen siendo una herramienta poderosa para captar la atención y transmitir la esencia de la marca. Transforma los diseños digitales en productos tangibles con catálogos de alta calidad.



ANTALIS



¡Nuevo papel Arena Rough (simil Olin Rough)! Disponible en los colores white – Ivory, es ideal para editorial, libros, memorias anuales, revistas, invitaciones, papelería, folletos, carpetas, etc.



DEANDESPAC



Su línea TheBox ofrece envases de cartón personalizables para que la entrega refleje la identidad de cada marca. Los productos llegan a los clientes con un toque especial con envases únicos, de la mejor calidad y 100% personalizados.



ACTEGA



Siente la suavidad de la manga labels, hecha con el efecto de tacto suave de doble cura y alta opacidad junto a su socio forlabels con las muestras impresas gratis

UNA REVISTA DE:



ASOCIACION GREMIAL DE INDUSTRIALES GRAFICOS DE CHILE

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 176



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

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.