

Print & Pack

Por:  ASIMPRES



**NUEVO
DIRECTORIO:**
foco en tecnología,
economía e inclusión

TERCER ACUERDO DE PRODUCCIÓN LIMPIA

Sostenibilidad y economía circular: el nuevo compromiso de la industria gráfica

Con el objetivo de reforzar la sostenibilidad y enfrentar los desafíos medioambientales, la industria gráfica chilena da un paso decisivo con la firma del tercer Acuerdo de Producción Limpia (APL). Este acuerdo marca un hito en la transición hacia la economía circular, impulsando acciones concretas para reducir la huella de carbono y optimizar la gestión de residuos en todo el sector.



La Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático de CORFO y la Asociación Gremial de Industriales Gráficos de Chile (ASIMPRES) firmaron el Tercer Acuerdo de Producción Limpia (APL) de la industria gráfica, en colaboración con los Ministerios de Energía y Medio Ambiente. El APL "Sector Industria Gráfica y su Cadena de Valor" tiene como objetivo **acelerar la transición hacia la economía circular y reducir la emisión de gases de efecto invernadero**, ampliando las acciones sostenibles en toda la cadena de valor del sector.

Los dos primeros Acuerdos de Producción Limpia lograron avances significativos, permitiendo a la industria gráfica y del packaging reducir drásticamente la generación de compuestos orgánicos volátiles, mejorar la valorización de residuos y optimizar el uso de agua y energía. Sin embargo, **la industria aún enfrenta importantes desafíos, especialmente en la gestión de residuos eléctricos y electrónicos.**

Ximena Ruz, directora ejecutiva de la Agencia de Sustentabilidad y cambio climático de Corfo, destacó que “las empresas del sector de imprentas siguen enfrentando importantes desafíos para mitigar su impacto ambiental, pero reconocen el gran potencial de la economía circular como una herramienta clave para reducir su huella de carbono. A través de la reparación, reutilización y valorización de equipos, así como el uso eficiente de insumos como packaging, refrigerantes y energéticos, este sector continuará avanzando en su compromiso con la sustentabilidad. Con este nuevo APL, las imprentas no solo contribuirán a las metas de carbono neutralidad al 2050, sino que también fortalecerán su competitividad en el camino hacia un futuro más sostenible”.



Por su parte, **el presidente de ASIM-PRES, Juan Carlos González**, declaró:

“Es un honor para mí estar firmando hoy este 3er APL que no solo es testimonio de nuestro compromiso con la sustentabilidad, sino que es un paso significativo a un viaje que comenzó en 2012 y que sigue marcando una diferencia real en la industria y el entorno. Nuestra industria gráfica con sus dos acuerdos anteriores ha logrado resultados notables. Hemos reducido significativamente la generación de compuestos orgánicos volátiles, mejorado la valorización de los residuos y optimizado el uso del agua y energía. Estos logros son testimonio de la capacidad de la industria para adaptarse y evolucionar hacia prácticas más limpias y responsables”.



El tercer APL abordará estos retos con las empresas de la industria de impresión y sus proveedores de equipamiento. **Se centrará en la identificación y aplicación de soluciones circulares, como la reparación, reutilización y valorización de los equipos de impresión al término de su vida útil.** Además, impulsará la reducción del consumo de energía y la disminución de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) mediante la adopción de medidas de eficiencia energética.





En este sentido, el **seremi de Energía de la RM, Iván Morán**, dijo que "el Cambio Climático va a afectar a todas las industrias, por ello este tipo de acuerdos son un aporte y un gran avance. Todo lo que podamos hacer en eficiencia energética y generación renovable es fundamental. Estamos avanzando fuertemente: tenemos una matriz eléctrica cada día más limpia en nuestro país".



Para asegurar el logro de estos objetivos, se capacitará a los trabajadores en área clave como economía circular, manejo de residuos electrónicos, ley REP, eficiencia energética y otras temáticas que aborda el APL. Asimismo, se adoptarán buenas prácticas en la gestión y circularidad de residuos e insumos asociados a los equipos electrónicos y sus procesos.

El tercer APL no solo busca consolidar una cultura de sostenibilidad en la industria gráfica chilena, sino también posicionar al sector como un referente en producción sostenible y en la transición hacia una economía circular. Con estas acciones, la industria gráfica se prepara para liderar el camino hacia un futuro más sustentable.

ASAMBLEA GENERAL DE SOCIOS

ASIMPRES

Nº 251



En esta instancia, realizada en la sede San Carlos de Apoquindo de Duoc UC, la vicepresidenta de Asimpres, Daniela Romero, entregó la cuenta del año 2023 y el tesorero, Rodrigo González, dio los estados financieros. La jornada inició con una presentación de Fernando Dib, gerente general de Dibco, sobre los principales desafíos para el país y la industria.



El miércoles 24 de julio de 2024 tuvo lugar la Asamblea General de Socios Asimpres N°251, donde la directiva de Asimpres entregó el detalle de la gestión del periodo 2023.

El encargado de iniciar la jornada fue Fernando Dib, gerente general de Dibco, quien realizó una presentación en la cual expuso su punto de vista y análisis acerca de las proyecciones que enfrenta la industria en materia económica y de producción llamada "Visión de los principales desafíos para nuestro país y la industria".

Luego la vicepresidenta, Daniela Romero, fue la encargada de dar la cuenta pública haciendo un repaso de los hitos más importantes y representativos ocurridos durante el último año.

PRINCIPALES HITOS

Primero, se hizo mención honorífica a tres hombres ilustres de la gráfica quienes fallecieron durante este periodo, los past presidents Benito Vignolo Bertini, Roberto Tapia Mac Donald y el exdirector Felipe Báez Allende.

Luego Daniela Romero destacó la participación de empresas socias en la feria internacional Drupa, las cuales posteriormente, realizaron una presentación con las tendencias y puntos a destacar para nuestro país.

En materia de sustentabilidad, recordó el inicio del tercer Acuerdo de Producción Limpia, el cual que tiene como objetivo central que tanto impresores, como proveedores den cumplimiento a la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor en materia de disposición de artículos eléctricos y electrónicos.

Asimismo, recordó la firma del convenio Duoc UC durante la última cena anual de la industria. Esta colaboración ha permitido la creación de asignaturas de impresión digital y de packaging,

En materia de sustentabilidad, recordó el inicio del tercer Acuerdo de Producción Limpia, el cual que tiene como objetivo central que tanto impresores, como proveedores den cumplimiento a la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor en materia de disposición de artículos eléctricos y electrónicos.

la organización de la actividad Print Day –instancia de exhibición de la impresión en vivo que permite acercar a los estudiantes a las nuevas tecnologías de la información– que ya suma dos ediciones.

Entre las acciones más importantes, también detalló la alianza de Asimpres junto a la Asociación Chilena de Gastronomía, la Cámara Nacional de Comercio, la Cámara de Comercio de Santiago y la Federación de Empresas de Turismo de Chile para la tramitación de las modificaciones de la Ley de Productos de un solo uso.

También mencionó a diferentes actividades como la Cena Anual de Asimpres, en la cual se realizó la entrega del Premio Asimpres a empresas y profesionales de la industria; el lanzamiento del proyecto Futuro Gráfico de la mano con la Escuela Gráfica, que busca incentivar y fidelizar la participación de estudiantes en la industria; y la creación del espacio de colaboración para las mujeres de la industria gráfica, editorial y del packaging de Chile y Latinoamérica bajo el nombre Red de Mujeres que Imprimen.



“Visión de los principales desafíos para nuestro país y la industria”.

– Fernando Dib
Gerente general de Dibco



ESTADOS FINANCIEROS Y NUEVA DIRECTIVA

Posteriormente fue el turno de Rodrigo González, tesorero de la directiva, de realizar una entrega de los estados de situación de Asimpres. También se anunció, que se mantienen los valores actuales de las cuotas sociales para el próximo periodo.

Por último, los socios fueron invitados a elegir a los nuevos directores para el período 2024 – 2026, resultando electos Ignacio González, de Colorpack, quien asumió como tesorero; y Francisco Bardi, de TMD Label Pack, con el cargo de director. También fueron reelectos Daniela Romero, de Imprimarte, quien asumió como 2da vicepresidenta; y Fernando Valenzuela, de Donnebaum, con el cargo de director.

El directorio quedó compuesto también por el presidente, Juan Carlos González, de Pac Pac; el 1er vicepresidente, Francisco Raveau, de Iconosur; y los directores Nicolás Makuc, de A Impresores; José Miguel Correa, de Grupo Drop; y Sergio Gallo, de All4Labels. Se agradece la labor de José Patricio Castro, exvicepresidente, Rodrigo González, extesorero, y Ricardo Olave, exdirector.



Por último, los socios fueron invitados a elegir a los nuevos directores para el período 2024 – 2026, resultando electos Ignacio González, de Colorpack, quien asumió como tesorero; y Francisco Bardi, de TMD Label Pack, con el cargo de director. También fueron reelectos Daniela Romero, de Imprimarte, quien asumió como 2da vicepresidenta; y Fernando Valenzuela, de Donnebaum, con el cargo de director.

Nuevo directorio

Asimpres 2024 – 2026





Tras la primera reunión de directorio después de la Asamblea de Socios Asimpres se eligió a la nueva directiva, donde Juan Carlos González, gerente general de Pac Pac, fue reelecto como presidente. En esta entrevista comenta los desafíos de la industria en esta nueva etapa.

En agosto, y tras las votaciones realizadas durante la Asamblea de Socios de julio, se definieron los cargos de la nueva directiva de Asimpres para el periodo 2024 – 2026. Así, el directorio quedó conformado de la siguiente manera:

Juan Carlos González (Pac Pac) – Presidente
Francisco Raveau (Iconosur) – 1er Vicepresidente
Daniela Romero (Imprimarte) – 2da Vicepresidente
Ignacio González (Colorpack) – Tesorero
Francisco Bardi (TMD Label Pack) – Director
José Miguel Correa (Grupo Drop) – Director
Sergio Gallo (All4Labels) – Director
Nicolás Makuc (A Impresores) – Director
Fernando Valenzuela (Donnebaum) – Director

A propósito de este nuevo periodo del directorio de Asimpres, y de su reelección como presidente, Juan Carlos González comparte su visión acerca de esta nueva etapa.

“Este nuevo periodo reviste una complejidad importante por las condiciones económicas que está viviendo el país y el mundo. Tomando en cuenta que tenemos a China con un problema económico de larga data que no ha podido sacar adelante y, por otra parte, el hecho de que llegan productos muy baratos desde allá. Esto, a pesar de que, momentáneamente, los fletes están un poco altos”, analiza.

En Chile, las condiciones de financiamiento en la banca no están en su mejor momento, afirma el presidente. “La inversión, como se ha visto en los medios de comunicación y en todos los entes especializados, en términos de estadística, ha caído mucho en Chile en el último año, y en el último semestre también. Por lo tanto, no se espera que se revierta. Esta situación es a nivel general de las industrias. Entonces, será un periodo en el que debemos ser muy inteligentes, porque habrá poca inversión”, agrega.

“Este nuevo periodo reviste una complejidad importante por las condiciones económicas que está viviendo el país y el mundo”.

– Juan Carlos González
Gerente general de Pac Pac
y presidente de ASIMPRES

VISIÓN DE MEJORAS

La visión de Juan Carlos González acerca de algunas acciones que podrían contribuir a que los socios puedan ver mejoras está relacionada con plantearse la posibilidad de repensar los negocios y que existan fusiones. "Son periodos en los cuales la gente empieza a ver nuevas cosas donde embarcarse, y se empiezan a diversificar buscando nuevos caminos. Eso creo que va a pasar en el periodo".

"Son periodos en los cuales la gente empieza a ver nuevas cosas donde embarcarse, y se empiezan a diversificar buscando nuevos caminos. Eso creo que va a pasar en el periodo".

Asimismo, destaca cómo la digitalización va a continuar trascendiendo en la industria gráfica. Ejemplifica: "El packaging de papel es un packaging que vino para quedarse. Estados Unidos va a apoyar el pacto global para reducir el plástico que se produce cada año con un tratado liderado por la ONU. Esto, obviamente, va a repercutir en la forma que usamos el packaging, y es una gran oportunidad para seguir desarrollando nuevas opciones".

Por otra parte, subraya el crecimiento significativo de la producción de cerezas, el cual podría aumentar en un 35%. "Se trata de algo que va a repercutir en el packaging, en los productores de etiquetas, cajas, pallets y espineros. También en los productores de todo lo que se usa en esta industria, que ha crecido mucho en los últimos años".

Concluye: "Por un lado, tenemos una economía comprimida en el país y en el mundo y, por otro lado, tenemos una industria que en algunos sectores crece y un mundo que está cambiando hacia el papel. Entonces, tenemos que aprovechar esas oportunidades".





PROYECTOS DE ASIMPRES

Entre los proyectos destacados de la asociación, Juan Carlos reconoce a la Print Stgo 2024 como un proyecto súper importante para la industria de gráfica y del packaging por la alta visibilidad que ofrece. "Es una feria interesante, que siempre ha causado impacto por su innovación y que, también, ha tenido mucho movimiento".

También afirma que está buscando aumentar los beneficios para los socios. "Nos estamos planteando proyectos, quizás, un poco comunitarios. Están relacionados con la sustentabilidad y el trabajo de todos para generar una industria más limpia, conseguir certificaciones, y que una empresa más grande pueda ayudar a las más pequeñas. Ese tipo de acciones estamos mirando", agrega.

A esto se suma el rol de la Escuela Gráfica. "Su labor es muy relevante para nuestra industria y vamos a seguir acompañándola y promoviendo diversas actividades para el desarrollo profesional de los estudiantes", expresa el presidente.

En materia de sustentabilidad, subraya la importancia de la firma del 3er Acuerdo de Producción Limpia. "Se trata de un tema importante para los asociados y para Asimpres. Contamos con el apoyo del gobierno y tiene mucha visibilidad", destaca.

El presidente de Asimpres hace énfasis en el valor que las instituciones gubernamentales dan al APL al momento de que las empresas se presentan a las licitaciones. "Si estás con el sello APL te mejora el puntaje. Son cosas que recomendamos a los asociados mirar más de cerca. No es sencillo de llevar a cabo, pero es muy relevante".

También afirma que Asimpres está en la constante búsqueda de mejoras, de manera que, para los socios, y sobre todo para los nuevos, asociarse sea de gran valor y que sea un beneficio tangible. "Queremos que lo vean, lo sientan y lo aprecien. Estamos trabajando mucho y queremos lograrlo", expresa Juan Carlos González.

Finaliza haciendo un llamado. "Todos los socios que tengan ideas y cosas para proponer acérquense al directorio o a María Eugenia Mingo. Así podremos darle una vuelta y ver si logramos implementarla. Las asociaciones no solamente están de cara a la comunidad, sino que también deben estar de cara a sus asociados y estos deben sentirse beneficiados por el grupo".

LA VISIÓN DE LOS NUEVOS DIRECTORES DE ASIMPRES

El 24 de julio, durante la Asamblea General de Socios correspondiente al año 2024, resultaron electos cuatro nuevos directores. En esta nota, comparten su mirada acerca de los nuevos retos a los que se enfrenta la industria y cómo quieren abordarlos.



Cuatro nuevos empresarios socios fueron electos para dirigir el periodo 2024 – 2026 de Asimpres. La votación se llevó a cabo durante la Asamblea general de Socios 2024 realizada en la sede del Duoc UC de San Carlos de Apoquindo.

La nueva directiva se enfrenta a importantes desafíos tecnológicos, económicos y en materia de inclusión, tal y como lo expresan a continuación:

FRANCISCO BARDI, GERENTE GENERAL DE TMD LABEL PACK

"Es la primera vez que me invitan a participar por lo que estoy muy agradecido y honrado de haber sido electo. Estoy convencido de que la industria gráfica tiene importantes desafíos en varios ámbitos y, como empresarios, tenemos el deber de poder enfrentarlos con nuevas ideas e innovaciones que nos permitan, de alguna forma, hacernos cargo de los cambios de la demanda del mercado. Eso significa la reinversión tecnológica, en algunos casos, de modelos comerciales.

Tengo muchos años en la industria gráfica y me he desarrollado como profesional, así como alto ejecutivo, en compañías transnacionales. Esto me ayudó a tener una visión del negocio gráfico bastante profesional en su análisis, por lo tanto, mi experiencia hoy como empresario está fundamentalmente radicada en la visión de cómo enfrentar los desafíos. Mi expectativa de participación en este nuevo directorio es compartir mi visión y experiencia de manera de ser un aporte al gremio. En particular, en relación a los proyectos más pequeños que están surgiendo o que enfrentan dificultades importantes".

IGNACIO GONZÁLEZ URIBE, **GERENTE GENERAL DE COLORPACK**

"Mi intención es colaborar con la actividad gremial, en tiempos con gran incertidumbre y cambios en materias políticas, sociales y económicas que afectan a todos los asociados. Considero que poseo la experiencia, la trayectoria y el conocimiento en el área gráfica, que puede ser un aporte a Asimpres.

Estimo que el trabajo en una Asociación Gremial debe ser con un equipo cohesionado, armónico y con objetivos de corto y largo plazo definidos. De esta manera, se podrán obtener buenos resultados. Espero, participar activamente y ser un buen integrante del directorio".



FERNANDO VALENZUELA, **GERENTE COMERCIAL DE DONNEBAUM**

"Este es mi segundo período como director y estoy contento de haber sido reelecto porque tengo todas las intenciones de seguir trabajando y aportando al gremio y a los socios. Es muy importante contar con el apoyo de nuevos directores ya que son personas que vienen con visiones distintas. Estoy seguro de que podemos hacer un buen equipo y, entre todos, buscar opciones y soluciones para mejorar la situación de la industria.

Como cada periodo, en la directiva nos enfrentamos a desafíos como los cambios tecnológicos y en cuanto a la búsqueda de soluciones activas para que la industria siga creciendo y reinventándose. Tengo 14 años de experiencia en la industria y, cada año, se aprende más y se puede ver cómo va cambiando y evolucionando el negocio. Esa es la idea: evolucionar, ser un aporte y trabajar para que a todos nos vaya bien".





DANIELA ROMERO, **SOCIA FUNDADORA DE IMPRIMARTE**

"Me gustaría que pudiéramos hacer crecer el grupo de mujeres de la industria gráfica que está formándose recientemente junto a otras asociaciones a nivel latinoamericano. Visibilizar el aporte que hacemos las mujeres en la industria en general junto con el hecho de que cada vez hay más mujeres en diferentes cargos, como operaciones y de producción.

También considero que debemos enfocarnos en mostrar que somos capaces de hacer más en conjunto y de crear una unión y, sobre todo, sacar provecho a la tecnología, puesto que cada vez más podemos combinar lo digital con la impresión a través de equipos móviles. Es decir, hacer que nuestra industria sea más híbrida.

A nivel de industria, sabemos que tenemos un importante desafío por delante: hay incertidumbre y una baja producción. Pero también sabemos que, como gremio, debemos buscar soluciones, adaptarnos e ir avanzando para seguir creciendo como industria.

GRAVAL

Fernando Álamos, su gerente general y fundador, viene de una amplia carrera en la industria gráfica de Chile. En 2019 decidió aprovechar las oportunidades de mercado y posicionar a Graval como proveedor de soluciones de impresión, terminaciones e insumos para cortos tirajes junto a su núcleo familiar.

“Nos enfocamos, inicialmente, en dar soluciones de impresión y terminaciones para el segmento de impresión digital, con tiradas cortas. Comenzamos a ofrecer soluciones para terminar productos, encuadernar, cortar y troquelar, todo de manera digital. Esto se convirtió en uno de nuestros pilares: equipos para la terminación de productos impresos digitalmente en hoja cortada”, dice Fernando Álamos al recordar los inicios de Graval hace cinco años.

Ahí se desarrolló una alianza con Ricoh para la venta de máquinas impresoras de producción y sus insumos, incluyendo tóner y los contratos de servicio técnico relacionados. Adicionalmente, se gestionaron proveedores de máquinas e insumos para dar terminaciones a los productos impresos, entre ellos materiales para termolaminar y enfajar. En el proceso crearon un sitio de e-commerce que les ha permitido ofrecer un proceso de venta y distribución de productos de manera amplia y eficaz.



EMPRESA FAMILIAR CON GRAN POTENCIAL DE DESARROLLO



El gerente general y fundador de la empresa cuenta que fue en pandemia cuando se reunió con clientes que le mostraron una nueva necesidad del mercado: impresión de etiquetas autoadhesivas en corto tiraje.

“Las imprentas tradicionales de etiquetas requerían mínimos muy grandes para la demanda que se desarrollaba junto a los emprendedores, quienes requerían etiquetas simples, sin la necesidad de procesos adicionales como el *hot stamping* o la *serigrafía*. Y ese nicho requería equipos de impresión y equipos de terminaciones que permitieran satisfacer, en términos de valor y productividad, esa demanda”.

Añade: “También ofrecemos servicio técnico y postventa, y hemos desarrollado la etapa de producción asistida como una parte muy importante de la capacitación. Cuando vendemos un equipo, lo instalamos y, además, capacitamos y acompañamos al cliente hasta que sepa manejarlo de manera correcta y logre sacarle el máximo provecho. Lo asesoramos sin límite de tiempo en este proceso. Es un plus que marca la diferencia”, comenta Fernando Álamos, destacando esto como uno de los atributos de la compañía.

ALIANZAS COMERCIALES

Con el paso del tiempo, Graval ha sumado marcas entre sus aliados comerciales, las cuales se complementan entre sí para ofrecer una solución completa a sus clientes. “Hemos llegado a 18 marcas y hemos crecido exponencialmente en el mundo de las etiquetas”, afirma el fundador.



Pasamos de ofrecer soluciones para tiradas cortas de etiquetas, tanto en impresión como en terminaciones, a tomar la marca Gallus, del grupo Heidelberg. Nos sorprendió cuando nos contactaron, buscamos puntos de encuentro y hoy somos sus representantes para la región: Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia”.

Gallus es una solución industrial que ofrece también equipos de impresión digital de gran nivel, los que requieren de algunas máquinas e insumos que los complementen, afirma Fernando Álamos. “Entonces, sumamos una marca china especialista en soluciones de troquelado láser, que se llama Golden Láser, y también hemos sumado algunos proveedores de insumos y accesorios. También trabajamos con una empresa portuguesa que se llama Lemoraú, es un proveedor de soluciones de *finishing* para impresos hechos en banda angosta, en rollo a rollo”, dice.

“Con todo esto contamos con un portafolio bien amplio, que tenemos disponible en nuestro sitio web. Cada producto tiene sus datos técnicos y video. Es bien informativo, para que nuestros clientes conozcan todo en detalle”, explica.

Asimismo, la compañía se asoció recientemente a Asimpres. Así, espera continuar el posicionamiento de mercado aprovechando los beneficios que le brinda la institución gremial.

INCORPORACIÓN DE LA FAMILIA: EN BÚSQUEDA DE LA SUCESIÓN

El gerente general y fundador de Graval relata la importancia de pensar en la sucesión de la empresa. "Hay muchas empresas en las que los hijos no tienen interés en continuar el trabajo de sus padres. Yo comencé a pensarlo por una alerta que levantó el equipo de Gallus acerca de la continuidad de nuestra empresa".

Y continúa: "Mi hijo Vicente hizo carrera y un MBA en Estados Unidos y, al volver, se incorporó por completo a trabajar conmigo. Hoy está a cargo de las compras en el exterior, los repuestos y las importaciones. Es una labor muy importante porque tenemos bastante flujo en la importación de repuestos y máquinas, así que debemos hacerlo en la forma más eficiente posible", comenta.

Por otra parte, Fernando Álamos hijo, quien dirige Eco-opera, empresa conocida en la industria por brindar asesoría en materia del medioambiente, también se incorporó al equipo de Graval. "Se interesó en conocer cómo es la empresa y estamos terminando el proceso para que pueda hacerse cargo del servicio técnico. ¿Por qué en esa área? Porque es estratégico, es el corazón de la empresa: conoces las máquinas, los técnicos y a los clientes. Es un trabajo bien pesado, porque nadie llama feliz a un servicio técnico".

En Graval trabajan con visión de futuro, por lo que Fernando Álamos está retomando el tema comercial y la relación con los proveedores, enfocado en tener como objetivo al cliente. "Estoy desarrollando el mercado de Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia, viajando para allá, participando en ferias y siendo más estratégico", finaliza.



LAS ETIQUETAS COMO PROPUESTA DE VALOR DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

Michel Sabelle, gerente comercial y socio de Artica, revisa los desafíos que existen en materia de tecnología, servicio, calidad y sustentabilidad a los cuales se enfrentan en Artica. Además, conversa sobre su exposición "Etiquetas con historia: un viaje por el arte del vino" que ofreció recientemente en un evento organizado por Fedrigoni Self-Adhesives.





“Los impresores de etiquetas debemos colaborar en el desarrollo de una propuesta de valor, que ayude al desarrollo de nuestros clientes. En este escenario, tenemos la tarea de colaborar en las áreas más relevantes: calidad, servicio, innovación tecnológica y sustentabilidad”, comienza analizando Michel Sabelle, gerente comercial y socio de Artica.

Para él, la calidad del producto es fundamental a la hora de la decisión de compra del consumidor, siendo el tema central a desarrollar y mejorar. “Hoy existe tecnología que ayuda a conseguir un producto homogéneo en términos de calidad y, gracias a esto, es posible asegurar una misma e idéntica calidad de cada etiqueta producida”.

Para lograr este objetivo, explica: “Es fundamental el uso de equipos de revisión automática de nuestro producto. Esta tecnología permite comparar digitalmente cada etiqueta impresa con una etiqueta patrón aprobada por el cliente. Esto lo posibilitan los equipos de revisión de última generación que gracias a una cámara de video y software de revisión de alta velocidad permiten efectuar este trabajo”.

Y destaca: “Los impresores tenemos el desafío de disponer de este tipo de equipos en cantidad suficiente para la revisión del 100% de nuestra producción, asegurando la calidad requerida por nuestros clientes en los mercados internacionales”.

Asimismo, Sabelle se refiere al servicio como propuesta de valor, asegurando que es necesario mencionar lo fundamental que resulta para los clientes contar a tiempo con todos sus pedidos de etiquetas para poder, a su vez, atender a sus clientes finales. "Esto se cruza con la tendencia creciente de los pedidos cada vez más pequeños y personalizados. Aquí tenemos la opción de ayudarnos con las tecnologías de impresión digital, que cada vez son más eficientes en la producción de este tipo de pedidos y a una calidad cada vez más perfecta".

Agrega que la innovación tecnológica va de la mano de lo ya antes mencionado y que la Revisión Automática Digital es indispensable para lograr una revisión del 100% de sus productos e impresión digital de los pedidos más pequeños.

"Nuestra sustentabilidad la podemos gestionar a través de las certificaciones de calidad, inocuidad, sustentabilidad, manejo de residuos, medición de huella de carbono, respeto de la legislación vigente y códigos de ética y conducta. Es imperativo que nuestra industria gráfica avance hacia estos estándares lo más rápido posible", puntualiza.



ETIQUETAS CON HISTORIA: UN VIAJE POR EL ARTE DEL VINO

Fedrigoni Self-Adhesives organizó el evento "Conexión Sustentable", en el cual se destacó la oferta de la empresa en materia de sustentabilidad e innovación. Michel Sabelle participó como uno de los expositores con su charla "Etiquetas con historia: un viaje por el arte del vino".

Esta contempló un recorrido histórico desde los años 10.500 años AC, con el descubrimiento de la cebada fermentada, y después el paso por civilizaciones más avanzadas que trajeron la producción del vino. El repaso abarcó el descubrimiento del papel, el inicio de la imprenta occidental y la unión de diversos elementos históricos que dieron nacimiento al vino, papel, imprenta, botella, tapón y los primeros impresos a color (los cromos). Luego detalló la fundación de las diez primeras viñas de Chile y su impacto en el desarrollo de este sector y, por supuesto, la evolución de las etiquetas.



El empresario destaca por qué es importante conocer la historia: **"El cambio de conducta del consumidor ha sido siempre una preocupación permanente de las viñas y esto se refleja en sus diseños, terminaciones y colores que atienden a dichas necesidades"**.

Continúa: "La industria vitivinícola está preocupada de cautivar y seducir a las nuevas generaciones, como lo son hoy los *millennials* y *centennials*, ya que ellos son los potenciales consumidores del futuro. El consumidor antiguo ya es fiel y leal al producto, en consecuencia, se requiere hacer un esfuerzo de mantención en el tiempo para que este permanezca. Entender la historia puede ayudar a tomar mejores decisiones en relación a lo que se deberá enfrentar en el futuro".

Conexión Sustentable:

el encuentro organizado por Fedrigoni Self-Adhesives para visibilizar la sustentabilidad e innovación en el mercado vitivinícola

La compañía especializada en la producción de papeles autoadhesivos premium organizó un encuentro dirigido al sector vitivinícola de Chile con exposiciones sobre la innovación en papeles sustentables, el portafolio de papeles disponible en el país, la tecnología para Wine & Spirits, la gama de productos 100% reciclables y más.



Fedrigoni Self-Adhesives convocó a clientes, proveedores, distribuidores, diseñadores y público relacionado con el mercado del vino para presentarles su portafolio de papeles sustentables y la oferta de vinos y licores del grupo en el evento Conexión Sustentable, que se llevó a cabo en la sala de eventos Hilaria de Santiago.

Augusto Arslanian, gerente general para LATAM de Fedrigoni Self-Adhesives, considera: "Eventos como este son sumamente importantes para conectar a personas de toda la cadena de producción vitivinícola que persiguen el mismo objetivo, la misma idea y las mismas tendencias de mercado. El atributo elegido hoy es la sostenibilidad y estamos aquí para revelar cómo cada vínculo de la cadena puede contribuir positivamente a un proceso de producción y distribución más sostenible".

Y agrega: "Chile es uno de los pioneros de toda la producción vitivinícola en América Latina y lidera el mercado de exportación junto con los países europeos, por lo que de aquí provienen las principales tendencias e influencias de conceptos, arte, sustentabilidad y buenas prácticas y queremos, como líderes de este mercado a nivel mundial, marcar la diferencia y conectar los distintos enlaces para delinear un nuevo modelo de negocio".

Fedrigoni Self-Adhesives tiende a equilibrar todos los aspectos: ambientales, social y de gobernanza, en la gestión de sus negocios, informa Augusto Arslanian. "De este modo, la sostenibilidad está muy presente en nuestro trabajo diario. Somos una empresa integrada verticalmente y hemos conseguido desarrollar materiales técnicamente capaces y con propiedades únicas.





La sostenibilidad forma parte de este mundo, y en nuestras fábricas de papel podemos estudiar y crear materiales cada vez más exclusivos con fibras alternativas y recicladas”.

Asimismo, asegura que la compañía sostiene la idea de preservar la naturaleza y el medio ambiente en toda la cadena de valor. “Promover temas como la logística inversa es un buen ejemplo de nuestro compromiso y preocupación por el futuro. Nos comprometemos a tener un impacto positivo cada día y estamos orgullosos de ser un referente mundial”, expresa.



POSICIONAMIENTO DE SU OFERTA EN CHILE

Durante su exposición en Conexión Sustentable, Daniel Figueiredo, director comercial para Latam de Fedrigoni Self-Adhesives, expuso sobre los desafíos de la compañía respecto a cómo hacer que toda la estructura compuesta por las empresas adquiridas a lo largo de los años funcione como una sola y sea un beneficio real para los clientes. E informó que, desde el año 2018 a la fecha, el grupo Fedrigoni Self-Adhesives adquirió 14 compañías.



“Promover temas como la logística inversa es un buen ejemplo de nuestro compromiso y preocupación por el futuro. Nos comprometemos a tener un impacto positivo cada día y estamos orgullosos de ser un referente mundial”.

– Augusto Arslanian

Gerente general para LATAM de Fedrigoni Self-Adhesives,



Destacó las tres fábricas que la compañía tiene en Latinoamérica: Brasil, Chile y México, y el 100% de distribución en la región. "Tenemos una cartera muy amplia de materiales vinícolas desarrollados en América Latina, con un fuerte enfoque en Brasil y Chile, lo que facilita la logística y la entrega a nuestros clientes. Sabemos que el mercado de materiales sostenibles, reciclados y de fibras alternativas aún está en pañales en la región, pero, aun así, contamos con más de diez artículos con cierto atractivo de sostenibilidad sin perder sus características de textura y capacidad técnica para soportar condiciones adversas, como el tratamiento ULTRA", sostiene Figueiredo.



"Además de materiales reciclados y fibras alternativas, es importante destacar nuestra certificación FSC, que garantiza a nuestros clientes que los papeles utilizados provienen de reforestación y asegura buenas prácticas de producción en toda la cadena. Queremos seguir creciendo en Chile en materiales alternativos para el sector vitivinícola y este evento fortalece la relación entre importantes actores con el mismo objetivo", asegura.

LA SUSTENTABILIDAD EN LA OFERTA DE FEDRIGONI SELF-ADHESIVES

Verónica Jardel, gerente desarrollo de negocios especializada en vinos y licores de Fedrigoni Self-Adhesives, informó durante su presentación: "El grupo adquirió la papelería Mohawk, con 90 años de trayectoria y especializada en papeles de lujo, con foco en diseño y sustentabilidad, y potencialmente podemos diversificar nuestro portafolio gracias a esta unión".

También habló de fibras recicladas y alternativas en el mundo de las etiquetas de vinos, en relación a fibras de diversas procedencias, y explicó: "Cada una de ellas aporta diferentes texturas al papel, permitiendo que se le puedan hacer mejores terminaciones y relieve para obtener el resultado esperado".

Por otra parte, Diego Ampuero, jefe de HSE y SGI de Fedrigoni Self-Adhesives Chile, expuso acerca de las prácticas de mejora en la planta de la compañía en Chile en materia de sustentabilidad. "Nos propusimos, como objetivo, reducir el impacto ambiental y lo hemos logrado. Hemos implementado una serie de acciones destinadas principalmente a reducir las emisiones, optimizar procesos productivos, adoptar tecnologías más



eficientes y, por supuesto, utilizar energías renovables. Como resultado, hoy la planta de Chile es más sustentable".

Paola Lira, gerente comercial de Fedrigoni Self-Adhesives Chile, detalló en su exposición todo lo relacionado con respaldos, así como los tipos de adhesivos utilizados, acrílicos a base de agua especialmente diseñados para vinos y con certificación FDA, y soportes de materiales PET. Analizó la situación respecto a las viñas de quedarse con el residuo final del producto y contó que, a solicitud de un cliente, surgió la importancia de hacer algo en pro de la sustentabilidad.



"El consumo en Chile de papel autoadhesivo es de 126 millones de m² al año, si eso lo pasamos a respaldo, que es lo que al final se bota, son aproximadamente siete toneladas de basura si usamos glassine, que hasta el día de hoy no se puede reciclar. Si usáramos material PET ya tendríamos una disminución del 28%, porque esos 7.000 kg se transforman en 5.000 kg aproximadamente de basura, solo por el hecho de cambiar a PET", informó.



En el encuentro Conexión Sustentable también hubo otras charlas presentadas por Nicolás Fernández, de la Asociación Nacional de la Industria del Reciclaje; Paula Soler y Gonzalo Carrasco, de Cristalerías de Chile; Dalton Guastapaglia, de Kurz Chile; Yessenia Moliqueo, de Yep Design; Nicole Scheidegger, de Ferrostaal Graphics; y Michel Sabelle, de Artica.

PLENA VIGENCIA DE LEY DE PLÁSTICOS DE UN SOLO USO:

Senado aprueba proyecto de postergación

Debía entrar en plena vigencia el 13 de agosto de 2024 y esta medida permite la revisión del artículo 3, de la ley 21368 el cual prohíbe el uso de productos de un solo uso, compostables y biodegradables, al interior de lugares de expendio de alimentos.





Artículos de la Ley de Plásticos de un solo uso, que debían entrar en vigencia en agosto del 2024, tendrán la oportunidad de ser revisados en vista de la aprobación del proyecto de postergación de la normativa.

Según la información publicada por el Diario Oficial, el Senado aprobó postergar la entrada en vigencia de la prohibición de entregar productos de un solo uso por 54 meses desde la publicación de la ley. Es decir, hasta febrero de 2026. Se espera que en este lapso de tiempo pueda ser revisado en profundidad el artículo 3, y excluir de la prohibición a los productos de un solo uso compostables y biodegradables que se utilicen en los lugares de expendio de comida.

María Eugenia Mingo, gerente general de Asimpres, informa que los gremios proponen las siguientes consideraciones a la normativa.

Tratándose de establecimientos de expendio de alimentos que puedan ser consumidos en el mismo local, exceptuar de la prohibición, la entrega de productos de un solo uso, que sean de materiales **valorizables o compostables**, originados a partir de materiales distintos del plástico, o plástico certificado.

Las empresas que pongan a disposición estos productos, deberán poner a disposición de las autoridades ambientales una memoria anual.

Además, deberán informar a los consumidores sobre la manera adecuada de valorizar y compostar, y contar con basureros para materiales compostables, valorizables y general.

“El artículo 3 representa un impacto para la industria gráfica debido a que es un desincentivo a los numerosos desarrollos de innovación tecnológica relacionados con el mejoramiento de los envases. Estos implican la utilización de menor cantidad de sustrato y ecodiseño en el packaging, para hacerlo más eficiente, junto con un incremento del uso de papel reciclado y la utilización de sustrato certificado. En estas medidas se han hecho importantes cambios en el último tiempo”, destaca la gerente general de Asimpres.

“Esperamos que se excluya la prohibición de artículos biodegradables y compostables. Ya se han hecho muchos esfuerzos en incorporar alternativas eco amigables y, desde Asimpres, estamos haciendo todos los esfuerzos posibles para que este llamado sea tomado en cuenta”.

— María Eugenia Mingo
Gerente general de Asimpres

ANTALIS Y DIPIISA EN PROYECTO FUTURO GRÁFICO:

todo sobre
el papel y la
experiencia
comercial

Claudia Solé, de Antalis, y Nayadet González, de Dipisa, realizaron exposiciones para los estudiantes de la Escuela de la Industria Gráfica para acercarlos al rubro.



En junio y julio de este año Antalis y Dipisa participaron en el proyecto Futuro Gráfico, de la Escuela de la Industria Gráfica, en el cual varias empresas del rubro están realizando un ciclo de charlas durante este año para motivar a los estudiantes de tercero y cuarto medio del centro educativo a conocer más a fondo esta industria.

Claudia Solé, Backseller de Papeles de Antalis, explicó que la compañía tiene más de 30 años participando en actividades de este tipo por diversas razones:

“Primero, porque se crea un vínculo entre la academia y la industria. Segundo, porque se realiza un trabajo colaborativo y complementario. Y, tercero, porque estos estudiantes van a estar trabajando en nuestra industria, ya sea en la misma área o como nuestros clientes”.

El contenido de la charla de la ejecutiva trató acerca de la fabricación del papel y sus usos. “Es una exposición bastante completa porque abarca desde cómo se hace una hoja de papel y los usos de cada tipo”, explica Claudia Solé. Luego se realiza un conversatorio sobre por qué es importante el uso del papel, se aclaran algunos mitos y se analiza el aspecto del medioambiente y la importancia de uso de papel certificado. “Es una charla que parte bastante técnica, pero después se torna más práctica”, agrega.



Este tipo de instancias permite que los estudiantes se empapen de una manera mucho más práctica y contextualizada de los procesos y materiales con los que van a trabajar. “El hecho de estar en contacto no solo les proporciona orientación y mentoría, sino que también les ofrece la posibilidad de establecer conexiones y redes de contacto que, a la larga, son muy valiosas para su futuro profesional”, añade la Backseller.

“Acompañarlos de la teoría a la práctica, para que tengan la experiencia directa cuando les toque desenvolverse en el campo del trabajo. Eso es lo que proporciona el aprendizaje práctico y lo que hacemos hace más de 30 años. En mi caso, esta es una de las grandes labores en las que puedo ayudar a los futuros egresados”, concluye Claudia Solé.

DE LA ESCUELA GRÁFICA A DIPISA: UN VIAJE DE APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO PROFESIONAL

Nayadet González, ejecutiva comercial de Dipisa, compartió su historia profesional. Esta inició, de hecho, en la Escuela de la Industria Gráfica y la llevó hasta su cargo actual en la compañía. “Espero inspirar a más jóvenes a perseguir sus sueños y a valorar el poder de la educación técnica”, comenta.

“La presencia de las compañías en este tipo de actividades es importantísima, así como su participación, en general, dentro de las actividades de la escuela. De ahí saldrán nuestros futuros profesionales y es fundamental estar presentes dentro de su formación”, afirma la ejecutiva.

Como parte de la charla ella les contó el caso de Dipisa, para que los conozcan como proveedores. "El día de mañana se pueden presentar oportunidades de prácticas, empleos y colaboración en distintos proyectos. Esta instancia, además, ayuda a acortar la brecha entre la educación y el mercado laboral, logrando que los estudiantes estén mejor preparados para su futuro", expresad.

La charla consistió en un repaso de su paso por la Escuela de la Industria Gráfica y cómo ha aplicado lo aprendido ahí en su trabajo diario. González cuenta: "Les expliqué cómo la vida y la experiencia me llevaron a evolucionar profesionalmente. Salí de IV Medio dedicándome a pre prensa y, hoy, soy ejecutiva comercial en Dipisa. Hice énfasis en la importancia de la perseverancia, la adaptabilidad y el valor de la educación técnica en la formación de una carrera exitosa sin estudios superiores formales".

Ella declara que fue una experiencia positiva, ya que los estudiantes mostraron interés en su historia y el rol que cumple Dipisa en la industria.

"Se involucraron durante la charla, haciendo preguntas y compartiéndome sus propias inquietudes. Me dio la sensación de que se sintieron inspirados al ver que es posible alcanzar el éxito profesional dedicándose a otros oficios fuera de una imprenta, pero ligados al rubro de igual forma, sin necesariamente seguir la educación tradicional".

EL APOORTE DE LAS EMPRESAS A FUTURO GRÁFICO

Gabriela Carrasco, gerente de Comunicación Visual de Dipisa, comenta el impulso que llevó a la compañía a participar en el proyecto Futuro Gráfico. "Queremos contribuir en distintas etapas para la escuela con temas sobre insumos, productos, sustratos, entre otros. Consideramos que estamos alineados con sus objetivos, ya que tienen una visión bastante transversal de la industria y es la misma forma en que nos estamos acercando desde la compañía".

Carrasco también está convocada a participar como parte del proyecto en los próximos meses, así como otras empresas. Su visión es que "los alumnos puedan sentir que Dipisa es una opción de futuro laboral, por lo que debemos motivarlos para que nuestra industria cuente con talento capacitado para las siguientes décadas".



Los beneficios del **packaging inteligente** para tomar buenas decisiones de negocios

Incorporar tecnologías al packaging tiene múltiples ventajas, tanto para el productor como para el cliente final, porque eleva la función de empaque y lo impulsa más allá de proteger al producto. Brinda información que mejora la experiencia del consumidor y aporta datos logísticos, entre otros.





“

El packaging inteligente es aquel al cual le puedo agregar características para que pueda ser conectado con información. Por ejemplo, podemos sumarle un código QR o incluir sensores dentro del mismo envase para medir la frescura del producto, su estado y la cantidad de tiempo que le queda. Entonces, a partir de esta información, podemos ir tomando decisiones para ir optimizando procesos”.

– Claudia Gutiérrez

Experta en experiencia de usuario y estrategia digital,

La Inteligencia Artificial está cambiando los procesos en todos los rubros de la sociedad y el packaging no es la excepción. Así es como, de cara a la operación y al consumidor final, surgen también nuevas oportunidades de mejora dentro de su cadena logística con los packaging inteligentes.

“El packaging inteligente es aquel al cual le puedo agregar características para que pueda ser conectado con información. Por ejemplo, podemos sumarle un código QR o incluir sensores dentro del mismo envase para medir la frescura del producto, su estado y la cantidad de tiempo que le queda. Entonces, a partir de esta información, podemos ir tomando decisiones para ir optimizando procesos”, explica Claudia Gutiérrez, experta en experiencia de usuario y estrategia digital, quien trabaja hace más de 25 años en el ámbito de la experiencia de usuario (UX).

Claudia, quien también es consultora en Inteligencia Artificial, profesora de postgrado en UX en la Universidad Católica y en la Universidad de Chile, y recientemente estuvo participando del Empack Innovation Summit 2024, afirma que el mercado en Chile es bastante rico para hacer **Packaging Intelligence**. “Estamos ante tecnologías que no son baratas en general, por lo que, de acuerdo con mis investigaciones, considero que aún estamos en un estado bastante principiante. Pero hay oportunidades”, expresa.

EL ROL DE LA TRAZABILIDAD

Ella explica que, para aplicar inteligencia en los empaques, lo primero que debe existir es una trazabilidad completa, desde la producción del producto hasta la llegada al supermercado o comercio. “Para medir la trazabilidad completa del proceso debe haber una integración entre los datos que van pasando por toda la cadena logística”, afirma.

Un ejemplo concreto de aplicación de tecnología al empaque es la Identificación por Radio Frecuencia (RFID), o tecnología RFID, que permite identificar objetos mediante ondas de radio de manera única pudiendo captar cientos de objetos a la vez. Esta se implementa en algunas tiendas del retail.

La consultora destaca que, a través de ondas electromagnéticas, se logra tener trazabilidad desde el control del desarrollo del producto hasta que llega a la casa de una persona que lo compró. “Cuando tienes una misma tecnología durante todo el proceso, tienes el control completo y es mucho más fácil hacer una medición inteligente y tomar decisiones de negocio”, explica.

APLICACIÓN EN LA INDUSTRIA GRÁFICA

Claudia considera que la industria gráfica podría empezar a incursionar en estas nuevas tecnologías para ver cómo, a partir de un simple código o sensor, se puede obtener información clave de cada producto. "Lo relevante no es el código en sí mismo, sino que lo que conlleva. A partir de él tú puedes sacar datos del producto, llamados metadatos", indica.

Estos pueden ser, por ejemplo: el tiempo que ese producto ha estado en una góndola, el número de la partida al que pertenece y el tiempo que ha transcurrido desde que salió de la fábrica hasta que llegó el empaque. Dentro de estos datos se incluye, también, información dinámica.

Algo fundamental es que los metadatos tienen que estar conversando con todo el flujo del proceso completo para lograr la inteligencia del packaging. "Si yo no tengo trazabilidad completa de todo lo que está pasando, me puedo perder una parte inteligente del proceso de ese envase. Y como este último tiene un flujo completo de logística, si no está trazado con los datos no tiene una función útil", concluye la experta.



EPSON Y MICROGEO

**consolidan alianza ante importantes desafíos
en la industria del etiquetado y el packaging**



La compañía japonesa apunta a las etiquetas, con opciones flexibles y sustentables para la comunicación visual, en productos de todo tipo y tamaño de emprendimientos.

Con miras a enfrentar importantes desafíos en la industria del etiquetado y el packaging, Epson y microgeo consolidaron su alianza estratégica. Ambas empresas cuentan con una amplia trayectoria en el segmento gráfico y este acuerdo viene a fortalecer su trabajo en el mercado de etiquetas.

microgeo es una empresa que tiene 42 años de trayectoria en comunicación gráfica y visual. Partió vendiendo máquinas de geomensura, autoCAD y plotter, como también con ofertas de software en gestión documental. Hace un par de años ingresaron al segmento de las etiquetas industriales, ofreciendo soluciones en sustratos y consumibles, así como asesorías en diseño y software.

"Hoy, gracias a esta alianza con Epson, estamos construyendo un puente entre las áreas que tenemos dentro de microgeo. Sumar la impresión de la línea Surepress de la compañía japonesa nos permitirá tener un crecimiento natural dentro del mundo de las etiquetas industriales", explica Héctor Rojas, director de tecnologías gráficas de la compañía.

Por su parte, Vladimir Carvajal, Regional Business Manager de Labels en Epson, señala que "la industria de la etiqueta continúa en crecimiento, con un 5% anual, especialmente en las etiquetas digitales".

El ejecutivo agrega que junto a microgeo no solo buscan abastecer la diversificación de productos, sino que también, apuestan por la innovación al cambiar la tecnología análoga a digital:



De esta manera, las empresas pueden encargar, en poco tiempo y con mayor personalización, tirajes de etiquetas más reducidos, sin necesidad de producir grandes volúmenes, lo que facilita cambiar el etiquetado para lanzar promociones en distintas campañas o temporadas".

- Vladimir Carvajal
Regional Business Manager de Labels en Epson

En un mercado que en Chile mueve alrededor de los 350 millones de dólares, la impresión de etiquetas se está volviendo una alternativa para las imprentas gráficas tradicionales que, poco a poco, han debido ir dejando de lado la impresión de revistas, periódicos, folletos. "A diferencia de ese tipo de impresiones, el etiquetado es sostenible en el tiempo", explican desde microgeo y resaltan que "la etiqueta es sustancial para el packaging y la identidad del producto, a lo que se le suma hoy la ventaja de hacerlo con tecnología de impresión digital".

"Esto se traduce en que antiguamente, por ejemplo, para desarrollar una etiqueta redonda, cuadrada o de cualquier tipo se debía mandar a hacer una matriz, que resultaba costosa y tomaba tiempo. Además, se debían imprimir grandes partidas de etiquetas. Hoy, en la era digital, se abrieron posibilidades de flexibilidad y personalización para una gama variada de productos que requieren diversos formatos de etiquetado, incluidos los de pequeños emprendimientos como las cervecerías artesanales. Es justamente ese público al que apunta esta alianza", ahonda Rojas.

Finalmente, ambos ejecutivos reiteran la importancia de esta alianza, que permite a microgeo acceder a un gran portafolio de clientes, con foco en la innovación y sustentabilidad, mientras que para Epson representa la oportunidad de seguir creciendo en la impresión de etiquetas industriales, con su línea SurePress, como lo ha hecho en los últimos años.

EXPO Print STG 24

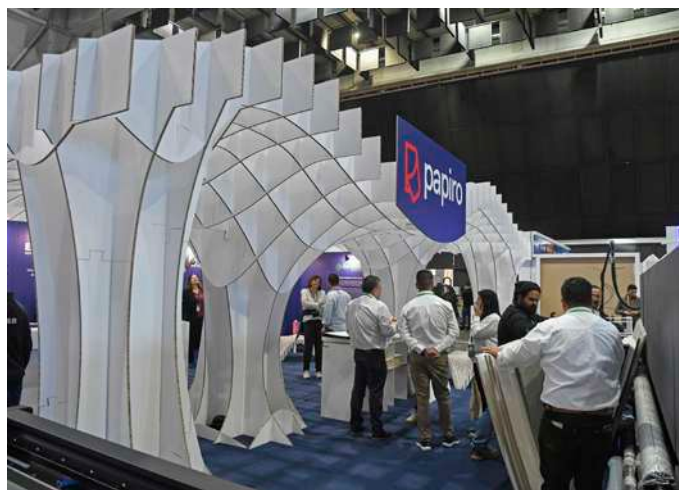
Exitosa edición de Print Stgo 2024, **Impresión que conecta**

El 4, 5 y 6 de septiembre se realizó la 7° edición de Print Stgo, la expo de impresión y packaging más importante del país. Esta contó con más de 40 expositores, 6.000 visitantes y 16 charlas transmitidas en vivo desde Espacio Riesco.



42 STANDS DE EXPOSITORES

Más de 6.000 personas asistieron a Print Stgo 2024, Impresión que conecta. La principal expo de impresión y packaging en Chile se realizó durante tres jornadas –el 4, 5 y 6 de septiembre– en Espacio Riesco, y contó con 42 stands de expositores y 16 charlas divididas en tres temáticas: packaging, etiquetas, automatización e Inteligencia Artificial; comunicación visual y gran formato; y sustentabilidad en la industria gráfica.



16 CHARLAS DIVIDIDAS EN TRES TEMÁTICAS: PACKAGING, ETIQUETAS, AUTOMATIZACIÓN E INTELIGENCIA ARTIFICIAL; COMUNICACIÓN VISUAL Y GRAN FORMATO; Y SUSTENTABILIDAD EN LA INDUSTRIA GRÁFICA.

Estas charlas, que fueron transmitidas en vivo y están disponibles en el canal de [YouTube de Print & Pack](#), contaron también en algunos casos con invitados internacionales.



MARCAS PRESENTES

Las marcas que estuvieron presentes en esta oportunidad, todas de reconocimiento nacional e internacional, desplegaron su mejor oferta para clientes, proveedores y público general.

Estas fueron:



PRINT STGO 2024 EN CIFRAS:

6.000



asistentes presenciales durante los 3 días del evento

16

CHARLAS de expertos nacionales e internacionales sobre diversos temas de la industria gráfica



visitas únicas desde todo Chile y Latinoamérica a la plataforma web

www.printstgo.cl

42

recorridos virtuales por todos los **stands** con **entrevistas y demostraciones** de la oferta de cada una de las marcas.



461

publicaciones en redes sociales con más de 311.000 impresiones



Print Stgo 2024: ¡Revive las 16 charlas de esta edición!

Especialistas locales e internacionales expusieron durante los tres días de la feria sobre packaging, etiquetas, automatización, IA, comunicación visual y sustentabilidad en la industria gráfica. Sus presentaciones fueron realizadas desde Espacio Riesco y también transmitidas en vivo por el canal de YouTube de Print & Pack.



MESA REDONDA CÓMO PRODUCIR UN PACKAGING DE LUJO

Este conversatorio, liderado por Juan Pablo Figueroa, director de la revista Contraseña Magazine, contó la experiencia detrás del packaging premium del gin Blue Gin 128 BpM. Participaron cuatro especialistas del rubro que estuvieron detrás de este trabajo: Ximena Ureta, de Ximena Ureta Design; Eliezer Jara, de CCL Chile; Rodrigo León, de Colorpack; e Ignacio Pérez, de Flexo y Digital Guerra y Guerra.

PEFC Chile LAS 3R DEL PACKAGING RESPONSABLE

Marcela Gómez, directora de Comunicaciones y Marketing de PEFC Chile, mostró su campaña packaging responsable. Esta está basada en las 3R—Reciclable, Renovable y de Origen Responsable— propias de la certificación que promueve la producción y el consumo responsable de materiales provenientes del bosque. La campaña está dirigida a productores y consumidores.



HP con Ferrostaal Graphics INTELLIGENT AUTOMATION, UN IMPULSO PARA LA INDUSTRIA

Daniel Feig, gerente general de Ferrostaal Graphics, expuso sobre cómo la automatización inteligente, los datos y la inteligencia artificial están revolucionando el futuro del sector en un viaje a través de los avances que están moldeando la industria.

Etirama y Gakö Press EVOLUCIÓN DE LA FLEXOGRAFÍA BANDA ANGOSTA EN SUDAMÉRICA

Gabriela Scucuglia, gerente de ventas internacionales de la empresa brasileña Etirama, abordó cómo la impresión flexográfica evolucionó durante los últimos 15 años y cómo esa tecnología sigue creciendo y modernizándose hasta hoy, incrementando su portafolio de productos para distintos mercados. Esta charla fue realizada gracias a la colaboración del expositor Gakö Press.



Papiro y Nordwerk Design RE-BOARD, MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN EN FERIAS COMERCIALES, EVENTOS Y SETS DE PELÍCULAS

Maximilian Hansen, diseñador jefe en Nordwerk Design, mostró junto a Papiro el material Re-board® y lo que este puede hacer, y explicó los beneficios de su uso en la construcción y diseño estructural, y las ventajas que tiene sobre los materiales convencionales.



HP con Intel WORKSTATIONS CON IA PARA MÁXIMA PRODUCTIVIDAD

Álvaro Rodríguez de HP Workstations, Chile, Argentina, Uruguay y Paraguay expuso sobre cómo las Workstations HP brindan la máxima experiencia de productividad con sus aplicaciones profesionales, potenciando la creatividad.

Colpix CLAVES PARA DESBLOQUEAR NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

David Mödinger, gerente general de Colpix Chile, dio charla sobre cómo posicionarse a la vanguardia de la industria gráfica, explorando las estrategias clave para los impresores y presentando los lanzamientos más innovadores que revolucionan el sector, equipados con tecnología de punta y soluciones creativas para destacar frente a la competencia.



Abingraf y Metamark EL VINILO TODO LO EMBELLECE

Dan Sefton, International Business Manager en Metamark; Olga Angulo-Júdez, International Sales Support en Metamark; y Rafael Muñoz, referente mundial en rotulación de vehículos (Wrapping) e instalación de vinilos adhesivos; dieron charla presentada por Abingraf sobre el lanzamiento de vinilos para rotulación automotriz y arquitectónica de Metamark MIA.

Epson MÁS ALLÁ DE LA IMPRESIÓN: EL IMPACTO DE #PRINTEDBYEPSON EN LA INDUSTRIA DIGITAL

Loreto Torres S., CMV Textil y Signage para Chile y Bolivia en Epson, lideró un conversatorio junto a tres destacados profesionales y artistas que han colaborado estrechamente con Epson, experimentando y potenciando su trabajo con su tecnología. Participaron Eugenia Lemos, influencer en sublimación, Benjamín Briones, artista visual, y Carolina Bezanilla, socio en Papel Pintado.



PrintOQ y Holdprint ¿POR QUÉ NO DEBERÍAS VENDER POR METRO CUADRADO?

Rafael Ahmann, CEO de Holdprint Sistemas, dio una clase práctica presentada por PrintOQ donde mostró los mayores problemas generados en la rentabilidad de las empresas al vender por metro cuadrado, sin utilizar un método técnico y científico en la fijación de precios de sus trabajos.

Microgeo TENDENCIAS ACTUALES Y EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN VISUAL

Héctor Rojas, director Comercial Gráfica en Microgeo, ofreció una visión profunda de las tendencias más relevantes en el mundo de la comunicación visual y cómo influirán en el futuro de la industria. Exploró temas como el diseño gráfico, la tecnología de impresión, las plataformas digitales emergentes y las innovaciones que están redefiniendo la manera en que las marcas y los creativos comunican sus mensajes



Fot



JVD Studio NO TE DIFERENCIAS, DISTÍNGUETE: EL SECRETO PARA CONVERTIR TU PACKAGING EN UN ÍCONO

María Jesús Vial, socia fundadora de JVD Estudio, y Francisco Nova, diseñador gráfico y director creativo de JVD Estudio, mostraron las estrategias para crear una identidad de marca que no solo atraiga, sino que deje una huella duradera. JVD Estudio, a través de su innovadora plataforma "Who is This", lidera la vanguardia del diseño, reuniendo a los mejores expertos para explorar las últimas tendencias, materiales y tecnologías.

Grupo Datco Xerox

AUTOMATIZACIÓN EN PRE-PRENSA DIGITAL

Gregorio Lira Correa, Sales Manager Grupo Datco Xerox, con más de 20 años de trayectoria en la industria gráfica liderando el segmento de negocios de Xerox Graphics Communication y con un amplio portafolio de equipos y soluciones, expuso sobre cómo ganar eficiencia ahorrando tiempo y mermas en la impresión digital a través de la automatización de sus flujos de trabajo.



Marketgreen

QUE TU MARKETING GRAFICO NO SEA BASURA

Patricio Rivas, gerente general de Marketgreen, expuso sobre gestión de residuos gráficos publicitarios y economía circular. La invitación fue a identificar una problemática de la industria gráfica publicitaria, ofreciendo soluciones para lograr que la producción sea sostenible y sustentable, aportando valor a los clientes.



Ferrostaal Graphics con PrintReleaf

SUSTENTABILIDAD EN ACCIÓN: COMPENSA, REFORESTA... GANA

César Cabrera Merino, gerente comercial Wide Format y Manager Bolivia Ferrostaal Graphics, contó todos los detalles y beneficios de PrintReleaf. Este programa ayuda a las empresas a alcanzar sus objetivos de sostenibilidad, reforestando automáticamente el equivalente a su consumo de papel y materiales de fibra y compensando las emisiones de carbono asociadas.



Yute Natural

PACKAGING SOSTENIBLE: MATERIALIDAD, DISEÑO E INNOVACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL PACKAGING

Ignacio Domingo, jefe de negocios intermediarios de Yute Natural, habló acerca del impacto que genera la industria a nivel medioambiental y las responsabilidades como actores de esta. Fue una instancia para adentrarse en la importancia del diseño para el packaging en un entorno empresarial donde la diferenciación es cada vez más necesaria.

Así se vivió la experiencia en cada stand

42 expositores participaron con sus mejores productos, demostraciones y exhibiciones en el salón ferial de Print Stgo 2024. Revisa aquí sus entrevistas.

ABINGRAF



BENDITO LÁSER



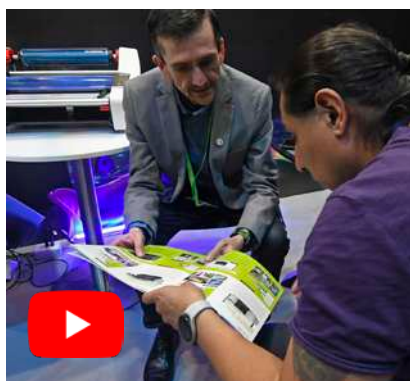
CANON



CAFRAN



COLPIX



CONTRASEÑA MAGAZINE



CONTROLDELCOLOR



DARSA



DIAZOL



DIBCO



DIMACOFI



DIPISA



DPG+



ECUT CHILE



EJEO



EPSON



ESCUELA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA



GAKÖ PRESS



GRAVAL



GRUPO DATCO XEROX



HP CON FERROSTAAL GRAPHICS



HP CON INTEL



INCUTOOLS



INTERGRÁFICA



KORTEX



MERCADO PAGO



MIBRANDING



MICROGEO



NUEVA ALIADA



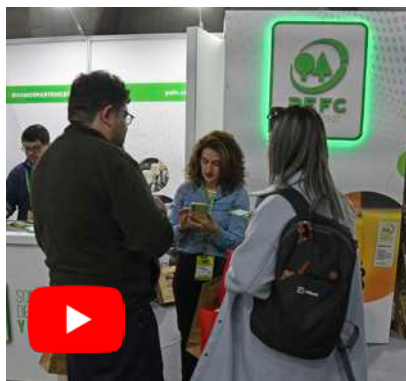
NUTEC/ AXION DIGITAL/ ISMAGRAF



PAPIRO



PEFC CHILE



PRINTOQ



PROCER



SANTIAGO HERMANOS



SIEGWERK



WALTER LUND



WIPRIME



YUTE NATURAL



TEC CUT



SHOWROOM ASIMPRES



WHO IS THIS?



Dipisa inaugura nuevo centro de distribución Aeroparque

DIPISA ANUNCIÓ A FINES DE AGOSTO LA APERTURA DE UN NUEVO Y MODERNO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN AEROPARQUE UBICADO EN AV. AMÉRICO VESPUCCIO 2100, PUDAHUEL.

Con una superficie de 26,600 m², 7 cortadoras y 4 rebobinadoras de papel, este centro representa un hito importante por mejorar continuamente los servicios y la experiencia de sus clientes.

Ubicado estratégicamente, "Dipisa Aeroparque" permitirá agilizar sus operaciones logísticas y aumentar capacidad de almacenamiento y producción.



Algunos beneficios de este nuevo centro:

- ✓ **Mayor rapidez en entregas:** Optimización de los tiempos de envío para que el recibimiento de los productos sea más rápido que nunca.
- ✓ **Mejor disponibilidad de productos:** Con un espacio tan amplio, garantizan el mejor y más completo stock.
- ✓ **Compromiso con la calidad:** Instalaciones modernas diseñadas para mantener los más altos estándares de calidad y seguridad.

Grupo Aplik es premiado en los Strategic Supplier Partners Awards 2024

GRUPO APLIK FUE RECONOCIDO EN SÃO PAULO, BRASIL, COMO MEJOR PROVEEDOR EN EL ÁREA INNOVACIÓN A NIVEL REGIONAL EN LOS STRATEGIC SUPPLIER PARTNERS AWARDS 2024, ORGANIZADOS POR LA MULTINACIONAL HH GLOBAL.



La compañía, que es socia de Asimpres a través de Aplik Impresiones, se convirtió así en la única chilena premiada por HH Global, empresa internacional con presencia en más de 50 países que congrega a proveedores para servicios de impresión e instalación de material publicitario a nivel nacional.

"Este reconocimiento es para todos nuestros colaboradores a nivel nacional quienes, día a día, dejan el nombre de Grupo Aplik en lo más alto del trade a nivel nacional y latinoamericano", expresaron desde la compañía.

Y agregaron: "El premio que obtuvimos va enfocado a la innovación y entrega de soluciones en el punto de venta, manteniendo los costos sin que esto sea una pérdida para el cliente".

Escuela de la Industria Gráfica fue reconocida como una de las mejores escuelas técnico profesionales de Chile

LA ESCUELA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA FUE RECONOCIDA RECIENTEMENTE POR LA AGENCIA DE CALIDAD DE LA EDUCACIÓN COMO UNA DE LAS DOS MEJORES ESCUELAS TÉCNICO PROFESIONALES DE CHILE.

"Este logro nos enorgullece y refleja el compromiso de cada integrante de nuestra comunidad", expresó la directora Vicky Godia Torres.

"Nos insta a seguir trabajando cada día, para entregar una educación de calidad y formar jóvenes integrales que serán el futuro de nuestro país", añadió.

Asimpres mantiene una colaboración constante con la Escuela, por lo que estamos muy felices por la distinción a este espacio de formación de los futuros profesionales de nuestro rubro.



Avery Dennison celebra 30 años en Chile

LA COMPAÑÍA LÍDER GLOBAL EN CIENCIAS DE MATERIALES CELEBRA SU 30° ANIVERSARIO EN CHILE Y LANZA UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN RESALTANDO SUS VALORES, OBJETIVOS Y PILARES DE ACCIÓN.



Avery Dennison, líder mundial en ciencia de materiales, celebró en septiembre 30 años de operaciones en Chile. La empresa, que además alcanzará 90 años de historia global en 2025, tiene su sede en EE.UU. y es reconocida por haber creado la primera etiqueta autoadhesiva.

Eduardo Espinoza, Business Unit Manager Chile, hace hincapié en que la estrategia de la compañía en este aniversario es resaltar sus valores, trayectoria y objetivos. Entre las acciones, Avery Dennison Chile lanzó una importante campaña con diferentes historias y testimonios de empleados, socios y clientes.

La historia de Avery Dennison en Chile comenzó en 1994 con la inauguración de sus oficinas e inicio de operaciones para la distribución de soluciones autoadhesivas. En los años siguientes, guiada por su fuerte ADN de innovación, las adquisiciones y la ampliación de cartera marcaron el recorrido de la multinacional, que actualmente es un referente en el mercado de materiales autoadhesivos.

¡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!



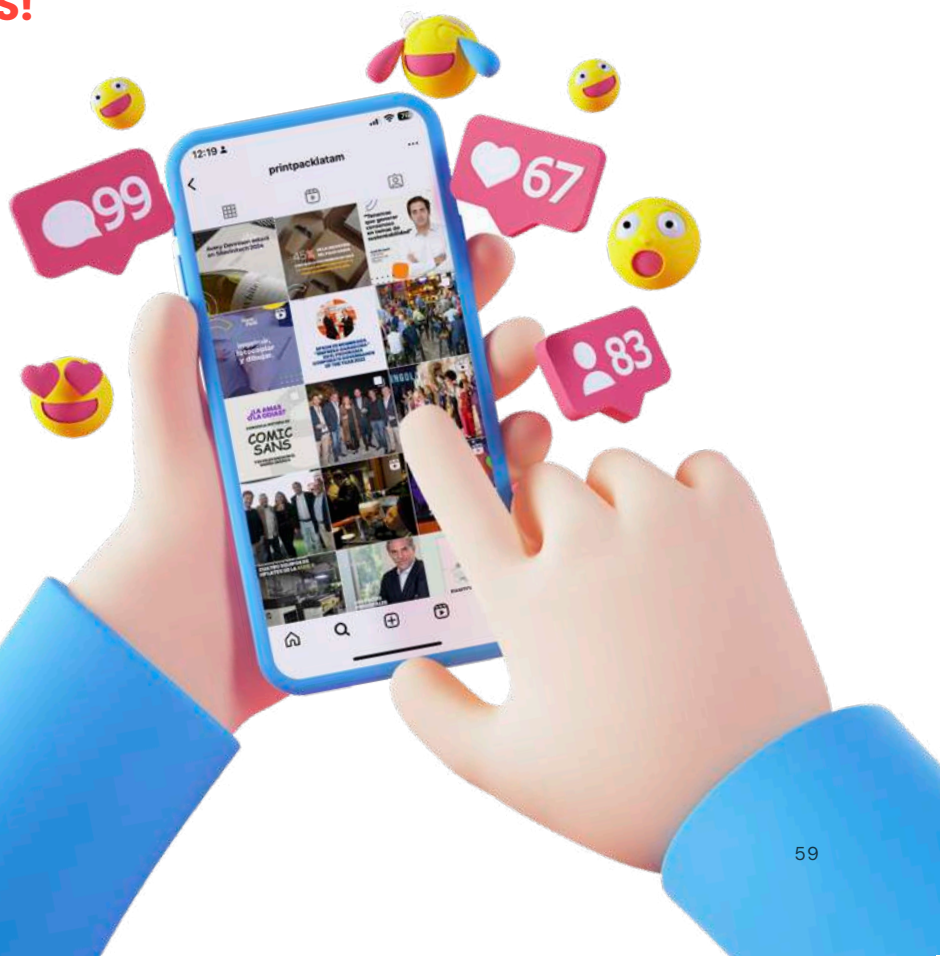


En nuestro canal Print & Pack Latam podrás encontrar los videos de nuestras cenas y eventos pasados, además de las últimas tendencias en cuanto a impresión, diseño y packaging, noticias de nuestros socios e interesantes contenidos de actualidad.



¡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

¡Haz que tus proyectos brillen con PIX!
 Descubre la nueva línea de tintas offset y barnices de alta calidad para impresiones perfectas #PIX. Encuéntralas en el sitio web www.dipisa.cl y conoce más de sus insumos gráficos.



EDIPAC

Descubre una innovadora solución de CMPC que está transformando la manera en que se almacena y transporta líquidos. El Bag in Box no solo garantiza la conservación de los productos, sino que también se alinea con los principios de sostenibilidad.



ECO3

Desperdicie menos papel durante la puesta a punto o cambie a un stock más barato con sus innovadoras tecnologías de tramado. Comprometidos con la innovación continua en productos y servicios, se enfocan en tres áreas ECO: Ecología, Economía y Conveniencia Adicional.



TMD LABEL PACK

Su nueva máquina de impresión digital es una revolución en flexibilidad de diseño y eficiencia. Ahora pueden producir etiquetas de diversas formas y acabados sin necesidad de herramientas adicionales y en el mismo rollo.



PROCOLOR

¡Packaging personalizado que destaca! Procolor ofrece soluciones únicas de packaging que reflejan la identidad de tu marca con terminaciones premium.



PAC PAC

Sus bolsas de papel no solo son eco-friendly, sino también personalizables para cada marca. Con Pac Pac reduces tu huella ecológica y mejoras la experiencia de tus clientes



ONE LABEL

Conoce las bondades de las etiquetas de envoltura termoencogible. Se fabrican con films resistentes e impermeables, lo que ayuda a garantizar que el etiquetado no se dañe durante el envío y la manipulación.



MICROGEO

Con las tintas Brother Chile Innobella Textile Ink puedes llevar tu negocio al siguiente nivel. Colores vibrantes que duran, resistencia al desgaste y los lavados, y fácil de usar y cambiar. Ingresa a la tienda virtual renovada de microgeo para información.



UNA REVISTA DE:



REVISTA PRINT & PACK es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos A.G. ASIMPRES | comunicaciones@asimpres.cl | www.asimpres.cl
 Comité editorial: Juan Carlos González, María Eugenia Mingo, Juan Pablo Morgan, Jonatan Morán, Freddy Keutel, Edgardo Dünner, Hans Rerhr
 PRODUCCIÓN EDITORIAL NÚMERO 178



Coordinación editorial: Natalia Ramos | Edición: Ignacia Castillo | Periodista: 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.