

Print & Pack

Por:  ASIMPRES



ASIMPRES ABRE SU GESTIÓN

al futuro con
foco en construir comunidad y
fortalecer sus comunicaciones

ÍNDICE |



04

Ley REP en la Industria Gráfica:

las implicancias de esta ley y cómo las empresas deben dar cumplimiento



08

Docentes de Duoc UC se capacitan en Tecnologías de Impresión Aplicada



12

Paradoja de la normativa ambiental: Ley de Plásticos de un solo uso también prohíbe productos de papel y cartón en locales de comida



16

Campaña Global de Two Sides reporta un aumento de casos de greenwashing a medida que las organizaciones se enfocan en la sostenibilidad



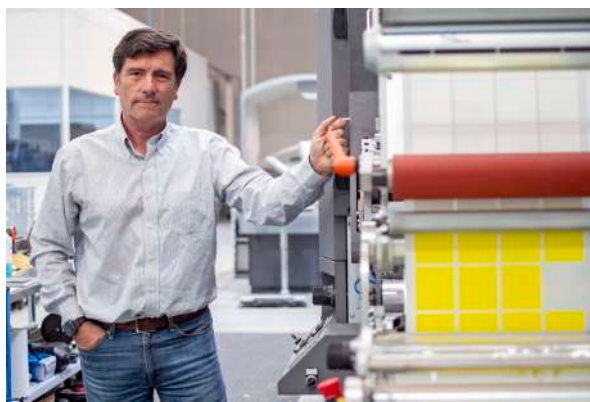
22

13ª edición del Mes del Diseño 2024: "Diseñando futuros a través del juego"



26

Desconectado: la resiliencia de los medios tradicionales



30 TEMA CENTRAL

Nueva gestión de Asimpres: foco en construir comunidad y fortalecer sus comunicaciones

Print & Pack es una publicación realizada por Asimpres, la Asociación Gremial de Industriales Gráficos, de circulación trimestral.

Esta revista, y sus respectivas plataformas, abarcan noticias de los socios de Asimpres, del mundo gráfico, la impresión, el packaging y el diseño en Chile y Latinoamérica.



34

**CIG Consultores,
nuevo socio Asimpres:**

"La mayoría de las imprentas
chilenas no aprovecha
completamente sus recursos"



38

IB Print nuevo socio Asimpres:

"Me gustaría ser la punta de lanza
de la asociación en el sur"



40

Ferrostaal Graphics: "Cerramos
el año con un análisis positivo y,
para el 2025, planeamos acelerar la
marcha en innovación y eficiencia"



42

PrintReleaf: una plataforma para
calcular y compensar el impacto
forestal y emisiones de carbono
de la industria gráfica



46

**Lía Vera gerente de
negocios de Edipac:** "Para
ser competitivos tenemos
que estar más cerca de
nuestros clientes"



50

**Antalis lanza nuevo
portafolio de productos en
Chile de origen europeo:**
láminas de control solar y
seguridad Solar Screen



54

**ECO3 amplía su
línea de negocios:** a
partir de este año ofrece,
además de su tradicional
línea Offset, soluciones de
impresión flexográfica

LEY REP EN LA INDUSTRIA GRÁFICA:

las implicancias de
esta ley y cómo las
empresas deben
dar cumplimiento

En un webinar para los socios de Asimpres, la organización sin fines de lucro ProREP informó acerca de los principales hitos de la Ley REP y las empresas que, de acuerdo con su negocio, deben cumplirla.





La Ley de la Responsabilidad Extendida del Productor ya está en vigencia y cada vez son más las compañías que deben empezar a dar cumplimiento. Con el propósito de explicar cuáles son las empresas de la industria gráfica que deben adherirse a ella, Asimpres organizó un webinar junto a ProREP para entregar más detalles.

Vanessa Fuentes, líder del área de vinculación de socios de ProREP, explicó que uno de los propósitos de la Ley REP es que Chile pueda ingresar a la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). Además, busca fomentar el reciclaje y la valorización de residuos a través de un enfoque de responsabilidad compartida.

“Este marco normativo, que ya opera en más de 40 países, impone estrictas metas de gestión de residuos para productores que introducen ciertos productos al mercado, como envases y embalajes. Esta normativa representa un desafío significativo para las empresas, ya que contempla sanciones de hasta 10.000 UTA (aproximadamente \$9,4 millones de dólares) para quienes no cumplan con los requisitos establecidos. Sin embargo, también ofrece una oportunidad para avanzar hacia estándares internacionales de gestión ambiental, como los de Italia e Irlanda”, explicó la líder de vinculación de socios.

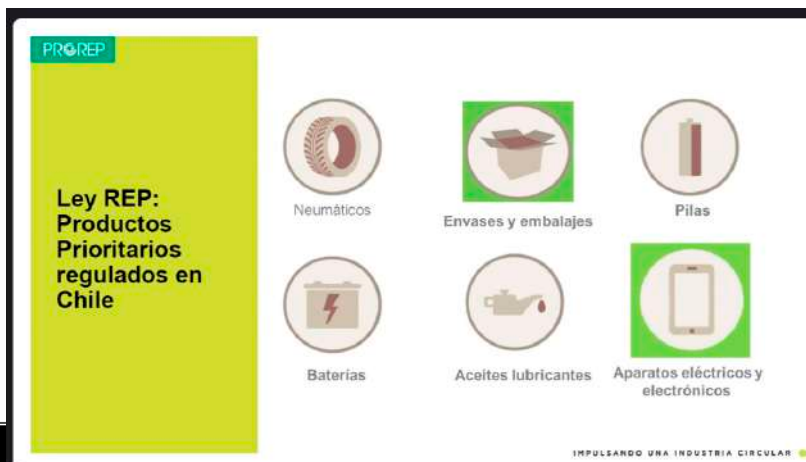
LEY REP Y SU IMPACTO EN LA INDUSTRIA GRÁFICA

La representante de Prorep detalló cómo las empresas pueden cumplir con esta normativa clave para el medio ambiente.

1

Identificar los productos regulados.

Envases plásticos, de papel, cartón, madera o metálicos que se introducen al mercado, ya sea a través de importación o fabricación nacional.



2

Cumplir con el principio de "pagar por lo que contaminan". Las empresas deben gestionar y financiar la valorización de los residuos generados por estos productos.

3

Declarar anualmente los envases y embalajes introducidos. Los productores están obligados a reportar al Ministerio del Medio Ambiente la cantidad de materiales utilizados durante el año calendario anterior.



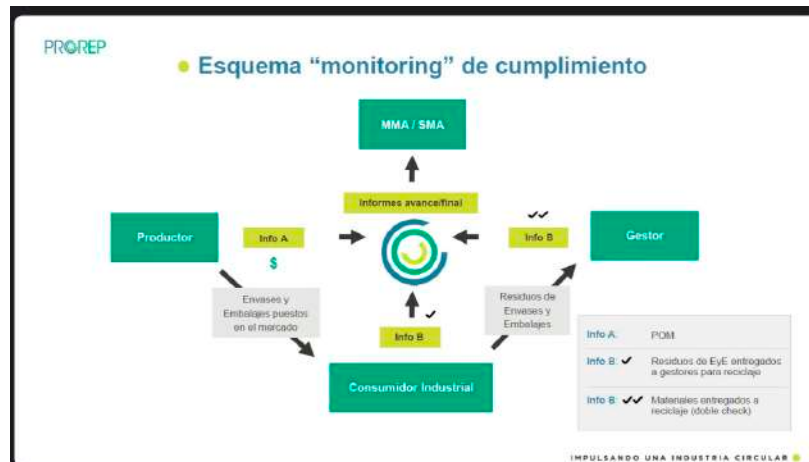
El ecosistema de cumplimiento de la Ley está conformado por:

- **Sistemas de gestión:** la función dentro de la Ley es monitorear y dar trazabilidad a los envases y embalajes y dar cumplimiento mediante un esquema, que es el monitoreo de los actores.

- **Empresas productoras:** son aquellas que introducen (importan) algún envase al país o lo comercializan. Tienen la obligación de reportar cada año la cantidad de envases y embalajes que pusieron en el mercado, siempre por año vencido.

- **El consumidor industrial:** la ley contempla que una empresa puede cumplir dos roles a la vez. Por un lado, puede ser productor por introducir envases y embalajes; pero, por otro lado, puede ser consumidor industrial si es que de manera interna genera residuos de envases y embalajes. Es decir, si en su patio trasero tiene cajas, films, pallets, bidones, tambores, etc., es un consumidor industrial.

- **Gestores y valorizadores:** tienen que comprobar las gestiones que realizan los consumidores industriales y esto lo demuestran al sistema de gestión. Además de controlar, deben entregar la información de cuánto residuo retiró, porque es la información requerida por el ministerio: cuánto contaminan las empresas como productoras, cuánto se gestiona en los patios traseros de los consumidores industriales y cuánto realmente se recicla y valoriza en las diferentes plantas que hay en el país.



Esta ley contempla varios productos prioritarios. Estos incluyen a todos aquellos que están regulados, como neumáticos, envases, embalajes, aceites lubricantes –que ya están en vigencia–, y otros que lo estarán próximamente, como pilas, aparatos eléctricos y electrónicos, baterías y textiles.

Si las empresas los introducen en el mercado de alguna forma, van a tener que cumplir con esta normativa y pagar por lo que contaminan, que es el principio más conocido de la Ley REP.

El webinar está disponible en este

LINK

Docentes de Duoc UC se capacitan en **Tecnologías de Impresión Aplicada**

La Escuela de Diseño de Duoc UC capacitó a 44 docentes en las tres regiones donde están las carreras de Diseño Gráfico e Ilustración. Para ello, contó con el apoyo de especialistas de Microgeo y Antalis, quienes se encargaron de transmitir las tendencias del mercado, el uso de materiales, manejo de equipamiento y mucha experiencia.

La Escuela Diseño del Duoc UC realizó una capacitación en Tecnología de Impresión Aplicada, con el apoyo de Microgeo y Antalis, en la que participaron 44 docentes de manera voluntaria de las seis sedes donde se encuentran las carreras de área gráfica. Este curso contó una parte autoinstruccional teórica asincrónica y una parte práctica aplicada, y el objetivo era que actualizaran sus conocimientos en maquinaria e insumos para impresión digital, como también se familiarizaran con el equipamiento existente en sus centros de simulación gráfica, para lo que tuvieron que producir una pieza gráfica compleja.



Karen Schwartzman, subdirectora del Área Gráfica de la Escuela Diseño del Duoc UC, cuenta cómo surgió esta idea:

“Habíamos realizado un curso optativo de Impresión Digital con Microgeo y uno de Packaging con Antalis. En esa ocasión desde Microgeo nos aportaron con mucha información sobre tecnología, la que quedó en nuestro Centro de Recursos de Aprendizaje, y nos dimos cuenta de que no bastaba con tener el curso, sino que nuestros profesores tenían que estar actualizados”.



Invitaron a ambas empresas a colaborar y, en el caso de Antalis, se les solicitó también apoyo con el producto gráfico que se iba a diseñar. “La idea era que los docentes tuvieran toda la información de tecnología y sustratos, pero que también tuvieran una experiencia práctica”, explica la subdirectora del Área Gráfica.

Así, desde Antalis recibieron el aporte de algunos insumos para producir un manual en formato cuadernillo, el cual fue producido por los mismos docentes.

El siguiente paso, considera Karen Schwartzman, es que los docentes implementen con sus estudiantes lo aprendido en la sala de clases. “Buscamos potenciar la estrategia de aprendizaje colaborativo basada en desafíos, que tiene como objetivo la autonomía de los alumnos y de los docentes. Entonces, ahora el profesor debería diseñar una actividad para que los alumnos vayan a los centros de simulación y puedan incorporar estos conocimientos también en sus prácticas”.

“La idea era que los docentes tuvieran toda la información de tecnología y sustratos, pero que también tuvieran una experiencia práctica”.

–Karen Schwartzman

Subdirectora del Área Gráfica de la Escuela Diseño del Duoc UC

MICROGEO Y ANTALIS, COLABORACIÓN PARA EL PRESENTE Y FUTURO

Héctor Rojas, director comercial de la división gráfica de Microgeo quien aportó en esta capacitación con información técnica, considera que uno de los aspectos más importantes de este tipo de actividades colaborativas es la vinculación. “El que haya instituciones educativas que estén promoviendo que sus alumnos salgan conectados con la industria o con el mercado es muy importante, porque ahorra mucho tiempo en la inducción de estos alumnos como nuevos trabajadores. De esta forma, se integran al mercado teniendo un conocimiento acorde con lo que se utiliza realmente en la industria”.

Por su parte, Claudia Solé, backseller de papeles de Antalis, destaca el valor que tiene esta capacitación liderada por el equipo de Karen Schwartzman. “No solo cuentan con docentes de primer nivel, sino que tienen la particularidad de que todo lo que hacen desde la teoría

siempre lo llevan a la práctica, y eso es muy positivo. Un claro ejemplo de ello es su Centro de Simulación Gráfica, que es un tremendo ejemplo a seguir, y gracias a esta metodología innovadora logran conectar con los estudiantes de manera óptima, potenciando su aprendizaje y experiencia educativa”.

En Antalis, afirman tener un compromiso con las instituciones educativas, asegurando cumplir su objetivo de estar siempre al servicio de institutos y universidades. “Participamos en diversas actividades académicas porque los alumnos de hoy son, probablemente, nuestros futuros clientes. Es la manera de darles a conocer lo que hacemos, de acercarlos a la industria y estar en contacto constante con los profesores y alumnos”, afirma Claudia.

“El que haya instituciones educativas que estén promoviendo que sus alumnos salgan conectados con la industria o con el mercado es muy importante, porque ahorra mucho tiempo en la inducción de estos alumnos como nuevos trabajadores. De esta forma, se integran al mercado teniendo un conocimiento acorde con lo que se utiliza realmente en la industria”

– Héctor Rojas,

Director comercial de la división gráfica de Microgeo

LA VISIÓN DE LOS DOCENTES

Juan Carlos Fuentes, profesor de diseño gráfico de Duoc UC y coordinador del Centro de Simulación Gráfica de la sede de San Carlos de Apoquindo, explica la importancia de habilitar y actualizar el conocimiento a los profesores de las diferentes sedes de diseño gráfico.

“Actualizar tiene que ver con conocer de primera mano las novedades en los sistemas de impresión y herramientas, materiales y terminaciones gráficas digitales. Y la habilitación tiene que ver con que los profesores se vinculen con el manejo de maquinarias y también los sustratos y elementos que se manejan en los centros de simulación gráfica de las diferentes sedes”, explica.



“Los profesores pueden proponer nuevos ejercicios y actividades más vinculadas con máquinas, sustratos, terminaciones y todo lo que significa el proceso de producción de impreso”.

–Juan Carlos Fuentes

Profesor de diseño gráfico de Duoc UC y coordinador del Centro de Simulación Gráfica de la sede de San Carlos de Apoquindo

Destaca que la institución siempre está preocupada porque los profesores cuenten con las mismas habilidades, conocimientos y perfil, independientemente de la sede en la cual se desempeñen. Y, por el otro lado, para los alumnos también es un beneficio contar con docentes capacitados con las tendencias del mercado. “Los profesores pueden proponer nuevos ejercicios y actividades más vinculadas con máquinas, sustratos, terminaciones y todo lo que significa el proceso de producción de impreso”, indica Juan Carlos Fuentes.





“Es muy importante que sepan cómo cotizar sus proyectos y, también, saber diseñar considerando aspectos técnicos de la pieza gráfica antes de mandar a imprimir”.

- Romina Lazcano



Por su parte, Romina Lazcano señala que “es muy importante que sepan cómo cotizar sus proyectos y, también, saber diseñar considerando aspectos técnicos de la pieza gráfica antes de mandar a imprimir”, afirma. “Por ejemplo, ¿cuánto margen hay que dejar en un libro o una libreta si el proyecto es con hot melt? ¿Cómo tengo que diseñar si se hará un montaje de un catálogo con corcheta en lomo? No se trata solamente de la parte productiva, sino que también de los aspectos técnicos antes mencionados, al diseñar, para que el proyecto salga acorde a las maquinarias que se van a ocupar. Eso también permite entregas más profesionales y que los alumnos se familiaricen con estos procesos productivos antes de enfrentarse al mundo laboral”.

Duoc UC espera, en 2025, cubrir a todos los docentes que imparten asignaturas relacionadas con sistemas de producción gráfica.

PARADOJA DE LA NORMATIVA AMBIENTAL:

Ley de Plásticos
de un solo uso
también prohíbe
productos de
papel y cartón en
locales de comida

Preocupación existe entre impresores y proveedores de packaging por lo que consideran una verdadera contradicción: que la Ley recientemente aplazada –por falta de reglamento– se aleja de su espíritu original, al limitar la entrega en el rubro gastronómico de envases hechos de materiales compostables y biodegradables.





Inquietud existe entre los locales de comida y comercios del rubro gastronómico que llevan años trabajando por dejar atrás los plásticos de un solo uso. Ello, debido a que están constatando que quedará prohibido también su reemplazo por materiales compostables y biodegradables. Así lo afirman los proveedores gráficos y de packaging, luego de conversar con sus clientes respecto de la actual Ley No 21.368, más conocida como Ley de Plásticos de un solo uso.

A juicio de la Asociación Gremial de Industriales Gráficos (Asimpres), gremio compuesto en 92% por pymes, la Ley -recientemente aplazada por falta de reglamento- puede generar una serie de consecuencias imprevistas, que podrían obstaculizar el desarrollo de una emergente industria del compostaje y gestión responsable de residuos en nuestro país.

“Nuestro sector adhiere decididamente a la necesidad de avanzar en la gestión sostenible de residuos e ir dejando atrás materiales dañinos con el medio ambiente. Sin embargo, la Ley tal y como está, es una mala señal, porque toda la industria de consumo masivo que está cambiando del plástico al papel no ven que el cumplimiento de esta Ley traiga ventajas reales en términos ambientales”.

–María Eugenia Mingo
Gerenta general de Asimpres.

Esta inquietud se basa en que, en particular el artículo 3 de la Ley, establece la prohibición total de cualquier material de un solo uso dentro de los locales de expendio de alimentos, sin distinguir entre materiales plásticos convencionales y aquellos biodegradables o compostables, como el cartón o productos hechos a partir de fibras naturales.

“Por el contrario, la gran contradicción de la Ley es que las alternativas que deja, además de reutilizables como vidrio, metal y loza, intensivos en uso de agua y detergentes, es más plástico. Este último material es el más compatible con la obligación de reutilizar platos, vasos y otros utensilios, particularmente ante la presencia masiva de menores de edad y adultos mayores. El carácter de irrompible del plástico rígido reusable, junto a su bajísimo costo, lo hace la opción por defecto para reemplazar a todos los materiales compostables y biodegradables que se usan hoy.

“Esa es la gran contradicción de la Ley de Plásticos que, si bien declara buscar la disminución del uso de plásticos, en la práctica prohíbe su reemplazo por materiales más amigables con el medio ambiente”.

Esa es la gran contradicción de la Ley de Plásticos que, si bien declara buscar la disminución del uso de plásticos, en la práctica prohíbe su reemplazo por materiales más amigables con el medio ambiente”, agregó la directiva de Asimpres.

En otras palabras -dicen- esta situación crea una gran paradoja regulatoria, porque: por un lado, se busca erradicar los desechables plásticos convencionales pero, por otro, se está limitando el uso de alternativas más eco amigables, que ya están contribuyendo al manejo sustentable de residuos y que podrían jugar un papel fundamental en la transición hacia modelos de producción y consumo más responsables.



Como resultado, señalan, industrias clave para impulsar con fuerza el compostaje y la biodegradación de residuos en Chile enfrentan barreras que podrían desincentivar su expansión y desarrollo.

“Con preocupación vemos que la Ley de Plásticos de un solo uso es una oportunidad desaprovechada para, en vez de prohibir, colocar los incentivos necesarios para fomentar sustitutos ambientalmente más amigables que realmente promuevan una gestión de residuos circular”, puntualiza María Eugenia Mingo.

En vista de ello, plantean la necesidad de mirar las normativas ambientales con una visión amplia e integrada, sin dejar fuera alternativas que pueden generar cambios significativos en distintas industrias y consumidores, promoviendo la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías y materiales que avancen y se desarrollen con dicho propósito.



Asimpres plantea su postura sobre la Ley de Plásticos de un solo uso en Radio La Clave

JUAN PABLO ANDREANI, SOCIO DEL COMITÉ DE PACKAGING Y GERENTE GENERAL DE SELECTA ENVASES, ESTUVO EN EL PROGRAMA EMPRENDER ES CLAVE.

Asimpres estuvo en Radio La Clave, en el programa Emprender Es Clave, compartiendo su visión sobre el uso del plástico y la normativa ambiental en la Ley de Plásticos de un solo uso. El representante de la asociación fue Juan Pablo Andreani, socio del Comité de Packaging y gerente general de Selecta Envases, quien explicó por qué se requiere algunos ajustes a este proyecto antes de su implementación en pro de la economía circular.

“El artículo 3 de la Ley dice ‘cualquier tipo de productos desechables’, y creemos que debería decir ‘los plásticos desechables’. Europa sí está manteniendo todos los envases con base en celulosa que sean biodegradables y compostables, porque entiende que eso es menos plástico a la basura. Esa es la petición de Asimpres, volver el espíritu de la Ley a su nombre: Ley de Plásticos de un solo uso”, expresó el socio de Asimpres.

Revisa la entrevista completa en este



Campaña Global de **TWO SIDES**

reporta un aumento de casos de greenwashing a medida que las organizaciones se enfocan en la sostenibilidad

Two Sides ha abordado a más de 2.800 organizaciones que difunden mensajes de greenwashing contra el uso de papel, lo que ha resultado en que más de 1.260 hayan eliminado o modificado declaraciones engañosas contra el papel.

Las presiones económicas continúan impulsando muchos casos de greenwashing, con numerosas organizaciones cambiando su comunicación basada en papel a plataformas digitales, con el fin de reducir costos. Esta transición a menudo está acompañada de afirmaciones ambientales engañosas e infundadas, como "Sé ecológico: cambia el papel por lo digital" o "Elige la factura electrónica y ayuda a salvar un árbol", lo cual es engañoso y constituye greenwashing.

Muchas veces, se están ignorando las preferencias de los consumidores en el cambio hacia la comunicación digital. Los datos de la encuesta "Trend Tracker 2023" de Two Sides revelan que el 58% de los consumidores encuestados en América Latina creen que los argumentos ambientales de las empresas para justificar la transición hacia lo digital son engañosos y que su objetivo principal es la reducción de costos. La encuesta también muestra

que el 86% de los consumidores latinoamericanos desean tener el derecho de elegir cómo reciben los documentos y no quieren ser obligados a adoptar la comunicación digital.

A medida que la sostenibilidad corporativa gana atención, otros sectores, como el de envases de papel y el de papeles sanitarios, también enfrentan casos de greenwashing, con productos alternativos que se promocionan de manera engañosa como más sostenibles.



“Estas alegaciones de greenwashing no solo violan los reglamentos de marketing ambiental, sino que también perjudican a una industria con un historial ambiental bien establecido y en constante mejora. Lejos de ‘salvar árboles’, un segmento de productos provenientes de árboles cultivados, como el papel, fomenta el crecimiento a largo plazo de los bosques a través de una gestión sostenible. Muchas de las organizaciones con las que hablamos se sorprenden al saber que solo se utilizan árboles cultivados, fibras alternativas como el bagazo de caña de azúcar y fibras recicladas como materia prima para el papel nuevo”.

-Fabio Mortara

Presidente de Two Sides América Latina

A nivel global, Two Sides ha abordado a más de 2.800 organizaciones que hacían afirmaciones engañosas sobre el papel. Solo en América Latina, fueron 222 empresas, que van desde pequeñas organizaciones hasta gigantes, como una de las mayores plataformas de reservas de alojamiento en línea. Gracias a la acción anti-greenwashing, y considerando solo esta última, más de 30 millones de consumidores han dejado de ser impactados mensualmente con un mensaje negativo y erróneo contra el papel.

“Es vital que estos mensajes engañosos sean cuestionados para garantizar que la excelente trayectoria ambiental de la industria de celulosa y papel sea reconocida y para proteger los medios de vida de millones de personas que trabajan en los sectores de cultivo de árboles, fabricación de papel, envases e impresión, del impacto de un marketing oportunista y engañoso de greenwashing”, dice Fabio Mortara.

El impacto financiero del greenwashing también es motivo de preocupación global si estos mensajes continúan sin ser cuestionados.

La campaña anti-greenwashing es una prioridad para Two Sides, que continúa instando a las empresas a no usar afirmaciones ambientales infundadas y engañosas sobre la eliminación del papel en sus comunicaciones.

“Agradecemos la cooperación de las centenas de organizaciones que han modificado o eliminado sus mensajes de greenwashing y a los profesionales y consumidores que nos han informado sobre nuevos casos”, concluye Mortara.

Por favor, informa cualquier caso de greenwashing contra el uso de papel, cartulina y cartón en gw@twosides.org.br.



Los productos de papel contribuyen a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero

La explicación estaría en que, en la fabricación de papel, cartón y cartón, la energía se genera principalmente a partir de biomasa.

Los productos de papel son una buena opción cuando se piensa en reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Esto se debe a que la mayor parte de la energía utilizada para fabricarlos proviene de biomasa renovable y neutra en carbono.

La biomasa es toda la materia orgánica de origen vegetal o animal que puede ser utilizada como fuente de energía renovable. Está compuesta por residuos orgánicos, como plantas, árboles, restos de alimentos, estiércol animal y otros materiales biodegradables.

El ciclo de vida del papel, al igual que el de cualquier otro producto ampliamente fabricado y utilizado, implica la emisión de CO₂, el principal gas de efecto invernadero. Sin embargo, en la fabricación de papel, cartón y cartón, la energía se genera principalmente a partir de biomasa. Según el Ministerio de Minas y Energía, las industrias brasileñas de celulosa y papel utilizan el 89% de energía renovable, siendo la biomasa forestal su principal combustible.



El carbono contenido en la biomasa (carbono biogénico), tiene su origen en la absorción de CO_2 de la atmósfera por parte de las plantas, durante su crecimiento, a través del proceso de fotosíntesis, o mediante la ingestión por parte de los seres vivos de otros organismos que ya lo han incorporado en sus estructuras. Cuando esta biomasa se quema como combustible en una fábrica de celulosa (materia prima del papel), este carbono vuelve a la atmósfera. Sin embargo, como se plantan regularmente nuevos árboles para reemplazar los que se cosechan, la absorción de CO_2 continúa compensando lo emitido. De esta manera, se cierra un ciclo en el que no hay aumento de carbono en la atmósfera.

Por otro lado, el carbono de los combustibles fósiles (no biogénico o "carbono inorgánico") se originó hace decenas de millones de años y permanece almacenado en el subsuelo hasta que se extrae el petróleo o el carbón para ser utilizados en la generación de energía. Cuando se queman estos combustibles, el carbono que estaba almacenado en estas sustancias se agrega a la atmósfera. El resultado es un aumento neto de los gases de efecto invernadero que son responsables del calentamiento global.

Durante milenios, los seres humanos solo usaban biomasa, especialmente madera, como fuente primaria de energía y los bosques se regeneraban naturalmente en un ciclo que mantenía el CO₂ en la atmósfera aproximadamente en niveles constantes. Sin embargo, a partir de la revolución industrial, el uso de combustibles fósiles se convirtió en la principal fuente de energía y los niveles de CO₂ en la atmósfera comenzaron a aumentar drásticamente.

El trabajo de las agencias y organismos nacionales e internacionales directamente responsables del estudio, regulación y monitoreo de los gases de efecto invernadero se basa en la constatación fundamental de que el problema es el carbono de los combustibles fósiles, no el carbono biogénico. Entre estas organizaciones se encuentran el Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC), la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos (EPA) y el Departamento de Energía de Estados Unidos, por nombrar algunas.

Las cifras proporcionadas por estas agencias muestran que las industrias basadas en biomasa, como las de celulosa y papel, que utilizan y emiten principalmente carbono biogénico, están lejos de ser importantes emisores de gases de efecto invernadero. La EPA y Recursos Naturales de Canadá informan que las industrias de celulosa y papel en sus respectivos países son responsables de solo el 0,5% y el 1,2% del total anual de emisiones de CO₂.

El IPCC afirma que las emisiones de CO₂ a partir de la biomasa se equilibran con la absorción de carbono por parte de los nuevos árboles que se cultivan regularmente. En América Latina, destacamos a Brasil, donde los principales fabricantes de celulosa y papel demuestran, en sus balances de carbono, que capturan más carbono del que emiten. Recordemos que Brasil es el segundo mayor productor mundial de celulosa y el mayor exportador.

Es cierto que, durante el ciclo de vida del papel, se libera algo de carbono, así como otros gases de efecto invernadero, además del CO₂. Por ejemplo, el papel que se descompone en vertederos emite metano. Sin embargo, cuantos más productos de papel se reciclan, menos metano se emite y el papel es uno de los materiales más reciclados en el mundo. En Brasil, la tasa de reutilización del papel que puede ser reciclado es del 67%. En cuanto a los envases de papel, cartón y papelón, la tasa de reciclaje ya alcanza el 78%. Por lo tanto, la mayor parte del papel sigue almacenando carbono fuera de la atmósfera durante toda su vida útil.





Para obtener más información, visita su **sitio web** y descarga las **fichas técnicas** e **infografías** disponibles.

EQUIPO TWO SIDES / ARTÍCULO ESCRITO POR KATHI ROWZIE, TWO SIDES NA



13ª edición del Mes del Diseño 2024:

“DISEÑANDO FUTUROS A TRAVÉS DEL JUEGO”

Tuvo la ceremonia oficial de inauguración en el Museo Interactivo Mirador (MIM) y fue organizado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, a través de su Área de Diseño y Servicios Creativos.





La ceremonia oficial de inicio se realizó posteriormente en el emblemático Paseo de la Ciencia del MIM y reunió a más de un centenar de asistentes, entre ellos líderes del ecosistema cultural, académico y del diseño en Chile.

La 13ª edición del Mes del Diseño comenzó con la ceremonia de entrega de los premios Chile Diseño, un evento que reunió a destacados profesionales y creativos del país para reconocer la excelencia en el diseño chileno.

Esta ceremonia inaugural marcó el inicio de una celebración llena de 150 actividades en todo Chile –incluyendo ferias, conferencias, charlas, talleres y colaboraciones comunitarias, que exploraron temáticas como la salud, el espacio ciudadano, el medio ambiente, y el futuro digital– que, entre el 29 de octubre y el 5 de diciembre, invitaron a explorar el impacto del diseño en la sociedad.

Bajo el lema “Diseñando futuros a través del juego”, se buscó consolidar este evento como un espacio interdisciplinario y colaborativo, utilizando el juego no solo como un acto u objeto lúdico, sino como un medio para potenciar la creatividad, fomentar la colaboración y desafiar paradigmas que permitan construir futuros más inclusivos y sostenibles.

La ceremonia oficial de inicio se realizó posteriormente en el emblemático Paseo de la Ciencia del MIM y reunió a más de un centenar de asistentes, entre ellos líderes del ecosistema cultural, académico y del diseño en Chile.

ESPACIO DE REFLEXIÓN

El Mes del Diseño es un evento anual organizado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, dedicado a promover y visibilizar el papel del diseño en el desarrollo social, cultural y económico de Chile.

Organizado por el Área de Diseño y Servicios Creativos desde 2011, reúne a creativos, académicos, emprendedores y ciudadanos para reflexionar sobre el impacto transformador del diseño en la vida diaria.





Durante estos 13 años, ha contado con la participación de destacados invitados internacionales como Alessandro Mendini, Jordi Labanda, Tom Dixon, Elliot Tupac y Freddy Mamani, entre otros. Además, ha publicado y distribuido siete guías de diseño patrimonial, enfocadas en áreas como los palacios de la Alameda, Barrio Franklin, La Chimba, los cités de Santiago y Chillán Patrimonial.

El Mes del Diseño es un evento anual organizado por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, dedicado a promover y visibilizar el papel del diseño en el desarrollo social, cultural y económico de Chile.





En colaboración con instituciones del ecosistema creativo como Chile Diseño, Moda Chile, la Asociación de Interioristas de Chile (AdDI), la Asociación Gremial Chilena de Editoriales de Juegos de Mesa LudiChile, VG Chile y Chile Creativo, esta versión 2024 del Mes del Diseño buscó visibilizar su impacto en todas sus formas.

El barrio Franklin fue uno de los escenarios principales, albergando rutas patrimoniales, intervenciones urbanas y la premiación del concurso Baldosas Córdova & Prado Azul. Además, la Factoría Santa Rosa fue sede de una exhibición de arte y diseño que contará con la participación de artistas nacionales e internacionales, como Camila Pino Gay y Esteparia Gráfica, quienes emplean el diseño como medio para explorar el imaginario cultural chileno.

Este año, el MDD invitó también a relevantes colectivos como, la Asociación Gremial Chilena de Editoriales de Juegos de Mesa LudiChile, el Observatorio del Juego, Game Dev Planet y VG Chile, para diseñar instancias participativas y dinámicas colaborativas, con las que los asistentes puedan experimentar el poder del juego para resolver situaciones cotidianas.



Una de las noticias destacadas de este Mes del Diseño fue el lanzamiento del Sello País para juegos de mesa que son creados por diversos autores, ilustradores y editoriales chilenas. Se

trata de una iniciativa impulsada por LudiChile y respaldada por Sercotec, que es también apoyada por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, y por ProChile.

Otro de los aspectos relevantes en la programación fueron las actividades enfocadas en la industria del juego, desde la prueba de nuevos desarrollos hasta charlas con especialistas internacionales que destacan por su contribución a la salud y educación a través de experiencias lúdicas. Y en esa línea destacó una nueva edición del festival simultáneo de juegos de mesa Periscopio, que se realizará en Concepción, Santiago, Arica, Valdivia y Quellón.

Des- conectado:

la resiliencia de los
medios tradicionales

El equipo de Two Sides analizó las encuestas en torno a la nostalgia de algunos usuarios en regresar a los tiempos análogos del papel.



Una encuesta reciente (Encuesta Harris, 2023) muestra que la mayoría de los estadounidenses desearía regresar a los tiempos anteriores a Internet. ¿Estamos solo presenciando un anhelo nostálgico de tiempos más simples o hay algo más profundo y complejo en juego?

La encuesta reveló que el deseo de regresar a una era desconectada es sorprendentemente fuerte entre la generación más joven y no muy diferente de aquellos que son lo suficientemente mayores como para recordar cuando no tenían smartphones ni acceso fácil a Internet.

Aunque el 77% de los estadounidenses entre 35 y 54 años afirmó preferir un retorno a sus raíces analógicas —el valor más alto entre todos los grupos—, un sorprendente 63% de los jóvenes entre 18 y 34 años también compartió este sentimiento. Pero el deseo de desconectarse no es simplemente una cuestión de nostalgia.



TRABAJO HÍBRIDO

La investigación también reveló que el 57% de las personas menores de 35 años estuvieron de acuerdo con la afirmación de que la tecnología "es más propensa a dividir a las personas que a unir las", lo cual indica que la generación de las redes sociales puede estar cansándose, y siendo más cautelosa, del mundo de rivalidades entre multimillonarios de la tecnología, inteligencias artificiales y deepfakes. Pero, además de las publicaciones que buscan llamar la atención, hay movimientos más sutiles en juego.

Una investigación de Keypoint Intelligence muestra que la oficina sin papel es menos atractiva para la fuerza laboral de lo que los gestores suelen pensar. Una encuesta realizada a cerca de 500 trabajadores de oficina en los Estados Unidos, de entre 18 y 69 años, reveló que el 62% prefiere trabajar en papel siempre o a veces, siendo los trabajadores menores de 35 años más propensos a preferir el papel que sus colegas mayores (Encuesta sobre el futuro del trabajo en los Estados Unidos de Keypoint Intelligence, 2022).

Este hallazgo contradice la suposición de que las generaciones más jóvenes ven la impresión como algo anticuado e irrelevante, cuando en muchos casos es justo lo contrario.

Este hallazgo contradice la suposición de que las generaciones más jóvenes ven la impresión como algo anticuado e irrelevante, cuando en muchos casos es justo lo contrario.

Aunque la mayoría adopta un enfoque híbrido de trabajo, utilizando cada tecnología cuando es más apropiado, la verdad es que el papel y la pluma son frecuentemente considerados como las herramientas más efectivas para ciertas tareas.



EL PODER DEL PAPEL

Esta sorprendente preferencia por el papel es respaldada por la experiencia de Taymoor Atighetchi, fundador y CEO de la empresa de papelería Papier, que ha sido una historia de éxito desde su lanzamiento en 2015. "La nostalgia por sí sola no construirá un negocio", dice. "La mayoría de nuestros clientes tienen entre 25 y 35 años, así que realmente no tienen ninguna referencia. La Internet ya existía cuando nacieron. Creo que es algo más profundo que la nostalgia, algo innato y humano en recibir productos físicos".

Notablemente, Papier es, ante todo, una marca de comercio electrónico. Utilizando el poder de la publicación digital, ofrece papelería personalizada para impresión bajo demanda, que incluye desde blocs de notas y papeles para escribir hasta invitaciones de boda, tarjetas, calendarios y planificadores.

"Existen estudios que muestran que cuando las personas conectan la mente con el papel y la pluma, más ideas surgen", dice Atighetchi. "Hay una magia que sucede allí, en comparación con cuando estás escribiendo en WhatsApp. Algo sucede que hace que ese mensaje sea más significativo".

Desde comunicaciones corporativas hasta cartas personales, desde libros de colorear para adultos hasta un interés creciente en el origami, parece que la mayoría de nosotros preferimos, de vez en cuando, actividades manuales y táctiles para mejorar la productividad y la creatividad.

Y para aquellos de nosotros que a veces encontramos estresantes las demandas del estilo de vida digital, el papel puede proporcionar precisamente el momento zen que necesitamos.



Desde comunicaciones corporativas hasta cartas personales, desde libros de colorear para adultos hasta un interés creciente en el origami, parece que la mayoría de nosotros preferimos, de vez en cuando, actividades manuales y táctiles para mejorar la productividad y la creatividad.

TEMA CENTRAL

Nueva gestión de Asimpres:

FOCO EN CONSTRUIR
COMUNIDAD Y FORTALECER
SUS COMUNICACIONES





El directorio está planificando las nuevas estrategias del área y, una de sus primeras acciones, fue adaptar la misión de Asimpres a la actualidad. Asimismo, se plantearon un nuevo enfoque orientado a la visibilidad, transparencia, responsabilidad social, avances tecnológicos, actualizaciones legislativas, y reforzar el sentido de pertenencia de los socios.

Francisco Bardi, nuevo presidente del comité de comunicaciones de Asimpres: "Buscamos reforzar el sentido de pertenencia de los socios"

Este equipo está planificando las nuevas estrategias del área y, una de sus primeras acciones, fue adaptar la misión de Asimpres a la actualidad. Asimismo, se plantearon un nuevo enfoque orientado a la visibilidad, transparencia, responsabilidad social, avances tecnológicos, actualizaciones legislativas, y reforzar el sentido de pertenencia de los socios.

El nuevo directorio de Asimpres, elegido tras la última Asamblea de Socios a mediados de este año, se ha propuesto dar un mayor énfasis a las comunicaciones. Para ello, se replanteó la misión de la asociación, respondiendo a las preguntas que muchas veces se hacen los empresarios para conocer más acerca de Asimpres como, por ejemplo: "¿Cuál es el valor que me entrega? ¿Qué me ofrece? ¿Por qué debo estar?".

Francisco Bardi, director de Asimpres, nuevo presidente del comité de comunicaciones y gerente general de TMD Label Pack, explica:

“

Cuando nos respondemos estas preguntas a través de la misión podemos lograr un plan estratégico comercial y de comunicaciones alineados, porque no basta que el directorio lo defina, sino que debemos trasladarlo a los socios y llevar un mensaje de manera consistente y permanente. De esta manera ellos entienden dónde y por qué están acá, qué les vamos a entregar, cómo pueden transmitir las problemáticas que le van surgiendo en el mercado y cómo la asociación los puede cobijar de manera correcta y entregarles herramientas”.





Bardi, quien tiene amplia experiencia en el área comercial y de marketing en la industria gráfica, cuenta que surgió la necesidad de tener esta nueva definición adaptada a la actualidad. "Se trata de una asociación con más de 90 años, donde los requerimientos y los enfoques deben ir evolucionando. Debemos educar a nuestros socios de manera de que todos estemos en la misma línea".

El director señala que hay temas como la responsabilidad social que a los empresarios les toca muy de cerca. "La Escuela de Artes Gráficas es una maravilla que depende de Asimpres, con la cual nos hemos involucrado en estos pocos meses. De hecho, hoy los directorios físicamente se hacen en la escuela para crear un verdadero vínculo y poder transmitir a todos los asociados la real importancia que tiene una organización como esta, que también posee muchos años".

EL ROL FUNDAMENTAL DE LAS COMUNICACIONES

Uno de los pilares estratégicos del nuevo directorio de Asimpres está relacionado con las comunicaciones. Este es el que permitirá transmitir las respuestas de los planteamientos mencionados a acciones que logren captar el interés de los socios y, al mismo tiempo, hacer crecer la comunidad.

El gerente general de TMD Label Pack considera que todas las plataformas de comunicación de la asociación deben estar al servicio del nuevo plan. "Con las nuevas definiciones y directrices buscamos que las comunicaciones de Asimpres entusiasmen al asociado y creen interés para los potenciales socios, reforzando el sentido de pertenencia y otorgando visibilidad, transparencia, responsabilidad social, actualizaciones de leyes público-privadas que involucren al gremio y avances tecnológicos en distintos sectores, entre otras materias, que es donde deseamos estar presentes y activos".



Por ello, indica que desde el directorio se debe brindar apoyo a los socios sobre cómo llevar a cabo las nuevas leyes ambientales que entran en vigencia, seducir a empresarios para que se asocien, estar conectados con las organizaciones gremiales –no solo locales sino también regionales–, y acercar cada vez más a los socios de manera concreta al gran proyecto de la Escuela de Artes Gráficas, que depende de Asimpres.

“Contamos con la Agencia de Comunicaciones Innata, con la que trabajamos coordinadamente para utilizar las diferentes plataformas y medios de manera eficaz, atractiva y dinámica, para reforzar en todo momento lo que es Asimpres, quiénes son sus socios, quiénes se incorporan, qué eventos hacemos, qué apoyo se brinda para proteger nuestros intereses, qué presupuesto manejamos. En fin, dar una continuidad en el tiempo a lo que como gremio hacemos”, explica.

Asimismo, Bardi destaca la importancia que tiene cada integrante e instancia de Asimpres: “Cada socio nuevo o antiguo es clave, al igual que cada director, por lo que debemos visibilizarlos. Cada actividad técnica es importante y debemos transmitirla, cada decisión económica es delicada y debemos transparentarla, y cada cambio tecnológico es de común interés y debemos ser la plataforma de esa información”.

Esta nueva etapa considera, además, reforzar las acciones de la Escuela de Artes Gráficas, uniendo su misión con las comunicaciones permanentes y conectando, aún más, con el directorio de ella. “Debemos, como empresarios, apoyar activamente esta iniciativa, entendiendo que somos los principales interesados para encontrar talentos jóvenes y tomando un rol más activo en cada una de las invitaciones que esta institución nos ofrece”, concluye el presidente del comité de comunicaciones.



MISIÓN DE ASIMPRES:

Asociación gremial que reúne y visibiliza a impresores, convertidores y proveedores de la industria gráfica y del packaging, para representar sus intereses ante organismos públicos y privados, brindar asesoría, educar, capacitar y promover la impresión sustentable.



El gran proyecto de la Escuela de Artes Gráficas depende de Asimpres

CIG CONSULTORES, NUEVO SOCIO ASIMPRES:

**"LA MAYORÍA DE LAS
IMPRENTAS CHILENAS NO
APROVECHA COMPLETAMENTE
SUS RECURSOS"**



Se especializan en hacer consultoría integrada, análisis de estructura, desarrollo de un plan de acción, mejora continua y, según sea el caso, propuesta del desarrollo de una nueva área del negocio. Con más de 35 años de experiencia, sobre todo en la industria gráfica alemana, su CEO, Florian Ganzer entrega su visión del sector en Chile.

CIG Consultores se dedica a asesorar los procesos de las imprentas para contribuir en sus mejoras, sea de packaging, etiquetas, comercial u otras áreas.

“Mi especialidad es hacer una consultoría integral enfocada en identificar y resolver los desafíos y oportunidades de mejora que puedan surgir en una imprenta. Primero, a través de un análisis de la estructura: cuáles son los procesos y productos actuales, con qué tipo de máquinas o tecnología trabaja, cuáles son los costos y gastos. En base a eso, se debe desarrollar un plan de acción y mejora continua: revisar tiempo muertos, por ejemplo. Con herramientas de Lean-Management ajustada adaptadas a las necesidades de la industria gráfica, mejorar el tiempo de set-up, bajar la merma, y mejorar los procesos en general”, explica Florian Ganzer, CEO de CIG Consultores.

El ejecutivo agrega que esta primera etapa depende de análisis pero que, además, este proceso podría incluir el desarrollo de una nueva área de negocios, como la implementación de comercio electrónico (Web to Print), nuevos productos, y la estrategia de ventas y optimización de procesos.

“Si los procesos son eficientes, llega la siguiente parte de mi consultoría y tiene que ver con la transformación digital y la digitalización de todos los procesos del negocio de una empresa. Hay empresas que pueden trabajar bien con lo que tienen, pero siempre hay que analizarlas y evaluar si necesitan mejorarse, porque algunas tienen muchos softwares, pero no le sacan todo el potencial. Esto forma parte de mi asesoría: primero limpiar la casa y después mejorar paso a paso”, especifica.

Florian Ganzer cuenta con más de 35 años de experiencia en la industria gráfica, especialmente en Alemania. Destaca su trabajo como gerente de operaciones a cargo de atención a clientes, manejo de la producción como jefe de taller de imprentas en empresas comerciales y de packaging, y en Graphic Consult es una consultoría alemana especializada en la industria gráfica, con más de 50 años de experiencia. Ofrece servicios integrales en estrategia, digitalización, optimización de procesos y reestructuración, ayudando a las empresas a alcanzar un éxito sostenible.

SU VISIÓN DEL MERCADO CHILENO VS. EL ALEMÁN

“Un proceso de consultoría me permitía hacer que una empresa mejorara un 5% a 10% en Alemania porque el nivel de automatización es mayor por término medio que en comparación. Entonces la posibilidad de mejorar el proceso era menos. En Chile, en cambio, se puede mejorar hasta un 30% o más solo mejorando los procesos internos sin tener que realizar grandes inversiones. No es simple, pero el aumento es mayor por la aplicación de tecnología”, explica el CEO, quien llegó a Chile hace ocho años por motivos personales.

“En Alemania está más implementado el uso de softwares, es parte de la educación del personal. Allá todas las imprentas utilizan mejor sus herramientas, máquinas, etc. En Chile, por el contrario, hay mucho más espacio para mejorar y esto está encaminado. Hay varias empresas que se están perfeccionando en ese aspecto cada día”, analiza.

Florian Ganzer destaca que es muy común pensar que en Chile se está a diez años de alcanzar los niveles tecnológicos de implementación de las imprentas de Alemania, pero afirma que esto no es cierto. “El tiempo de los procesos ha mejorado los últimos cinco años, por lo que estimo que en cinco a seis años más serán iguales”.

El CEO de CIG Consultores basa sus afirmaciones en el hecho que cada vez más se trabaja con integración. Antes cada una hacía su desarrollo y no se trabajaba en colaboración, pero eso ha cambiado radicalmente. Esta tendencia fue claramente reconocible en la DRUPA de este año. “Ahora se hacen fusiones o se dan apertura a distintos proveedores de softwares y estas integraciones permiten mejorar la oferta al mercado”, explica.



“Mi objetivo es ayudar a las imprentas a hacer más integración en todas las áreas, con clientes y competidores. Una empresa puede imprimir las etiquetas y otra las cajas, y pueden plantearse cómo trabajar unidos para tener clientes felices”, considera.

EL MERCADO CHILENO Y LA CONSULTORÍA

El ejecutivo indica que la mayoría de las imprentas no tiene la costumbre trabajar con un asesor, aunque es algo que está cambiando. Además, los empresarios no siempre se toman con buenos ojos que llegue alguien externo a hacerle recomendaciones. “Tienen 40 años haciendo lo mismo y vienen a explicarles que algo se puede hacer mejor. No lo creen”, dice.

Respecto de la manera de trabajar, también es diferente entre ambos países. “En Alemania accedes a una página web y puedes descargar los balances de los últimos tres años para hacer un benchmark. De esta manera yo puedo identificar exactamente el problema. En Chile, por el otro lado, cuesta más acceder a ese tipo de información”, explica el consultor.

Para finalizar, Ganzer reafirma su disposición a ayudar y a reunirse para conversar sobre los dolores de cada empresa: **“Me gusta ayudar a mejorar los procesos y la vida de las empresas y dar un nuevo impulso”.**



Antalis Chile celebra 50 años con sus clientes en Chile

A MEDIADOS DE DICIEMBRE, ANTALIS CHILE CELEBRÓ SUS 50 AÑOS DE TRAYECTORIA

Durante la jornada compartieron algunas palabras de Alvaro Ide, Managing Director Latinoamérica; y Freddy Keutel, Country Business Manager, quienes reforzaron su compromiso con la excelencia y la fidelización de los clientes.

Los asistentes estuvieron compartiendo experiencias, recuerdos y su visión de futuro.



Make a Mark 2024: Chile y Argentina brillan en la celebración de la creatividad y la innovación en diseño de empaques y etiquetas

LA ÚLTIMA EDICIÓN DE MAKE A MARK 2024, ORGANIZADA POR AVERY DENNISON, KURZ Y ESTAL SE LLEVÓ A CABO CON GRAN ÉXITO EN SANTIAGO DE CHILE Y MENDOZA, ARGENTINA, REUNIENDO A MÁS DE 250 PARTICIPANTES EN TOTAL, ENTRE DISEÑADORES, BODEGAS, IMPRENTAS Y OTROS LÍDERES DE LA INDUSTRIA.



El evento, que es una celebración global de la creatividad y la innovación en el diseño de empaques y etiquetas, destacó proyectos excepcionales que están transformando la industria del vino y los espirituosos.

El evento en Argentina, que tuvo lugar en la histórica Bodega Los Toneles en Mendoza, reunió a 120 asistentes, mientras que la versión chilena, celebrada en el DoubleTree by Hilton en Santiago, atrajo a 130 participantes. Ambos eventos ofrecieron una plataforma única para que los asistentes pudieran explorar los proyectos más innovadores de la región, interactuar con diseñadores de renombre y aprender sobre las técnicas y materiales más avanzados utilizados en la industria.

Entre los proyectos más destacados se encontraban los de la agencia argentina Oveja&Remi y el estudio chileno Ximena Ureta Studio, que cautivaron a los asistentes con propuestas de diseño que no solo deslumbraron por su estética, sino que también incorporaron tecnologías avanzadas y una narrativa profunda.

IB Print

**nuevo socio
Asimpres:**
*“Me
gustaría ser
la punta de
lanza de la
asociación
en el sur”*



Ubicada en Temuco, IX Región, IB Print se especializa en la venta de maquinarias con foco en el servicio al cliente. Su gerente general, Iván Bueno, destaca que sus clientes valoran la atención personalizada e indica que le gustaría impulsar la presencia de Asimpres en el sur del país.



IB Print está registrada desde el año 1994, pero no fue hasta el año 2005 que Iván Bueno Mejías se metió de lleno a comercializar equipos de la mano de Xerox. De profesión ingeniero, le resultó fácil comenzar con la parte técnica, pero después una oportunidad laboral lo llevó al área comercial.

“Cuando Xerox pasó de la modalidad de venta directa a canales empecé a trabajar con uno de sus distribuidores. La base técnica ya la tenía, así que me fue mucho más fácil aprender y me enfoqué en las ventas. Y por esas cosas de la vida, estando en un canal de Xerox, se me presentó una oportunidad en la competencia. Me cambié y conocí la parte de artes gráficas. Es un mercado muy especial, muy simpático”, detalla el gerente general de IB Print.

Desde ese momento, Bueno no se ha detenido. Su ímpetu lo llevó a buscar clientes a nivel nacional: “Soy de Temuco, pero también tengo clientes en Antofagasta, La Serena, Viña del Mar, Santiago, Los Ángeles, Curicó, Concepción, Valdivia, Puerto Montt y Castro. Recorro mucho y cuando, puntualmente, voy a Calama o a Antofagasta, me voy por tierra. ¿Por qué? Porque paso visitando mis clientes”.



ATENCIÓN PERSONALIZADA: SU MAYOR FUERTE

IB Print es valorada por sus clientes especialmente por su servicio personalizado. Bueno señala que no es algo que él promueva con su palabra, sino que son los mismos clientes quienes lo afirman. "Hay clientes de Santiago que se sorprenden de que los visite, porque ni los mismos vendedores de su ciudad lo hacen", comenta.

"Tenemos muchos canales digitales para comunicarnos, como Whatsapp principalmente, pero cuando estamos hablando de una prensa digital o de arte gráfica, con los valores que se maneja por cada equipo, en vez de hablarlo por teléfono prefiero ir hasta donde esté el cliente y que nos sentemos a negociar".

—Iván Bueno
Gerente general

Bueno gerencia IB Print junto a sus dos hijas, y Epson y Xerox son sus principales aliados. También subraya su experiencia en la industria de energía y su desempeño docente en las universidades Arturo Prat, Autónoma y Católica. "He diversificado bastante el rubro. Lo que más me gusta es esto: la industria gráfica. Me motiva, es innovadora y me mantiene activo".

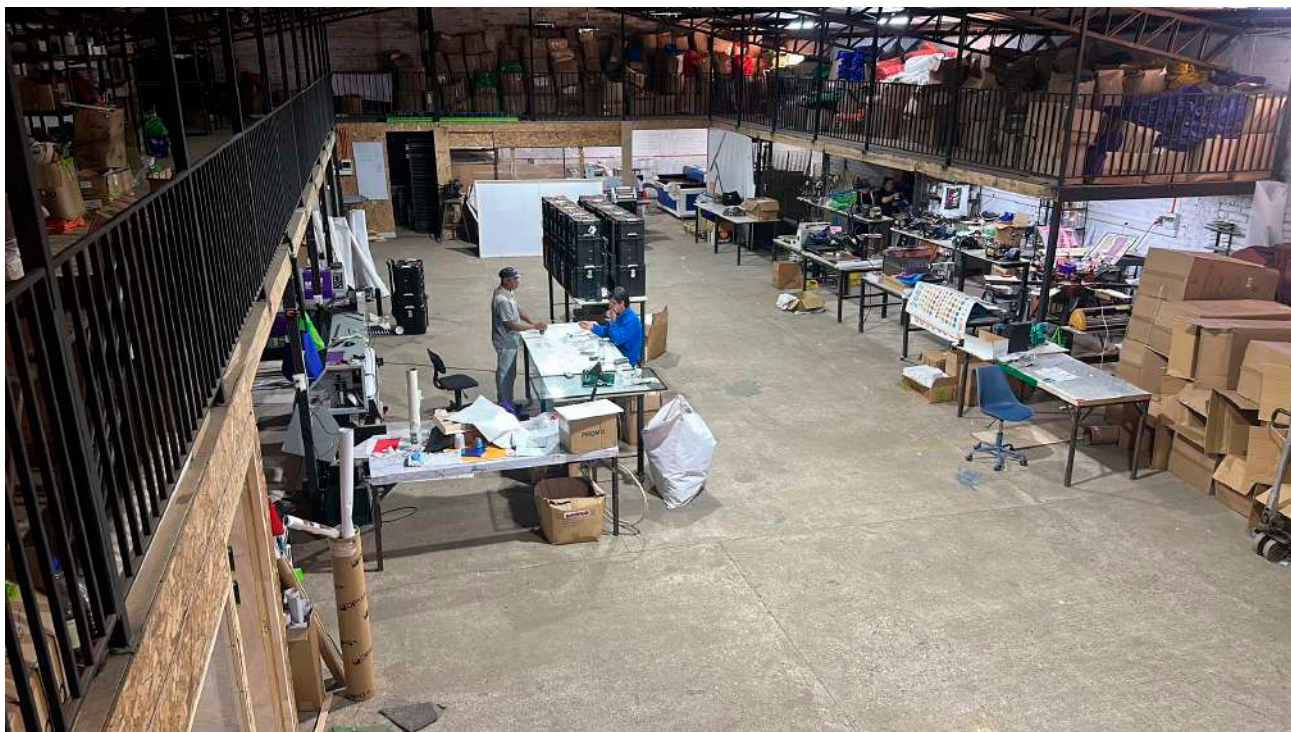
ASIMPRES EN EL SUR

"Me gustaría ser una punta de lanza y apoyar lo que más pueda a Asimpres para realizar más acciones en el sur: que más empresas de acá se asocien y que los mismos socios nos animemos a impulsar su participación", expresa.

Asimismo, Bueno cuenta que ha participado en varias ediciones de la feria Print Stgo. "Armo grupos y vamos para allá. Incluso me gustaría armar una Print Sur o Print Temuco, revisando varios factores como el espacio físico y la tecnología. Podemos mover marcas como Xerox, Epson, Ricoh, Mimaki, etc., que hagan presentaciones acá, por ejemplo", propone.

"Pienso que, no solo a nivel de industria sino a nivel de regiones, si no nos unimos o apoyamos, va a costar salir adelante. A los impresores les digo que no se trata de estar peleando o compitiendo. Por el contrario, debemos enseñar al cliente. ¿Y quienes pueden hacer esto? Los impresores", analiza.

Para finalizar, comparte que su expectativa respecto a Asimpres es que pueda facilitar las instancias para el aprendizaje a través de charlas y capacitaciones. "En IB Print estamos dispuestos a ayudar haciendo alguna feria que aproveche instalaciones de centros de educación. Invito a todos los socios a involucrarse y que vengan a las regiones, les ofrezco el sur para hacer muchas cosas por la industria", finaliza.



FERROSTAAL GRAPHICS:

**“CERRAMOS EL AÑO CON UN ANÁLISIS POSITIVO
Y, PARA EL 2025, PLANEAMOS ACELERAR LA
MARCHA EN INNOVACIÓN Y EFICIENCIA”**

Entre los logros de este año, la compañía destaca la incorporación de nuevas marcas como la europea Mida Lemugroup, el fabricante indio Autoprint, nuevas tecnologías de Mimaki y el proyecto medioambiental PrintReleaf. Para 2025, la empresa anuncia la participación en eventos internacionales destacados como el Masterclass de HP Indigo y la LabelExpo Europe, así como nuevas representaciones de marcas.

La empresa alemana Ferrostaal Graphics, referente en nuestra industria gráfica, concluye el año 2024 con un recuento positivo. “Un resultado superior a las expectativas fijadas en el presupuesto 2024. Esto es el reflejo del trabajo en equipo realizado por las distintas áreas de la empresa que, pese ser un año difícil y a la sensación ambiente un poco negativa, ha sabido optimizar sus recursos aplicando la energía y el dinamismo necesarios para lograr superar las metas propuestas hace 12 meses”, analiza Daniel Feig, su gerente general.

Al tiempo de realizar un repaso sobre los hitos que marcaron el año que termina, destaca la incorporación de nuevas marcas a su portafolio de soluciones tecnológicas. Entre estas destaca la europea Mida Lemugroup, que aporta innovación y calidad para la terminación de etiquetas; el fabricante indio Autoprint,

con líneas de terminación y barnizado de grandes dimensiones para la industria del empaque corrugado; un salto hacia la eficiencia y la productividad con una nueva solución LED en procesamiento de polímeros Miraclon; la introducción de nuevas tecnologías Mimaki, para el área textil; y el inicio del proyecto de compensaciones medioambientales PrintReleaf, el cual complementará los esfuerzos de la industria para mitigar su impacto ambiental.

“Este es un aspecto que nuestra empresa ha mantenido desde su origen, la constante búsqueda y evaluación de marcas y productos que aporten en la innovación y expansión de nuestra oferta tecnológica”, agrega Daniel.

DESPLIEGUE INTERNACIONAL

Asimismo, Ferrostaal Graphics tuvo un gran despliegue en varias ferias internacionales durante este año, lo cual le permitió reforzar el vínculo con sus clientes y la industria. El ejecutivo hace referencia a la intensa actividad de 2024 en materia de ferias y exposiciones, cuyo punto máximo se ve en la última versión de Drupa. "Aquí reforzamos con importantes eventos pre-Drupa en Chile y un gran equipo comercial presente en Alemania, además de tener una destacada participación en Print Santiago, la principal muestra de la industria gráfica en Chile, junto a HP Indigo".

UN MERCADO EN MOVIMIENTO

En la entrevista, el timonel de Ferrostaal Graphics revisa los números de este ciclo e indica: "Este año experimentamos un crecimiento en la venta de insumos, en todos los segmentos, junto a un pipeline de proyectos de equipos nuevos y refurbished en crecimiento, donde destacan las múltiples inversiones en equipos Mimaki JFX600. Esto, en suma, da una señal muy positiva de que nuestra industria se mantiene dinámica y con ánimo de crecer".

A las buenas noticias que informan desde la compañía, se suma el plan estratégico 2025 que contempla acelerar la marcha en cuanto a eficiencia e innovación.

"Determinamos, luego de un análisis profundo de la contingencia en Bolivia, que la administración de las operaciones en el país altiplánico se realizará desde Chile, manejado por el mismo equipo comercial y logístico que durante años ha desarrollado estas labores desde Santiago, al tiempo de mantener en terreno boliviano el soporte técnico necesario para dar continuidad a nuestros clientes", señala Daniel Feig.



Más allá de las fronteras latinoamericanas, la compañía se plantea una agenda 2025 bastante desafiante con viajes programados para asistir a reuniones globales, como el Masterclass de HP Indigo—donde como el canal oficial de HP Indigo tendrán anuncios y lanzamientos potentes e importantes para sus clientes de Chile y Bolivia—, o la cita bianual de la industria de etiquetas y empaques LabelExpo Europe, que se desarrollará en Barcelona. Feig agrega que "siguiendo en ámbito internacional, tenemos como punto de interés los mercados de Europa y China para la prospección de nuevos proveedores en tecnología e insumos, donde tenemos varios viajes programados para el siguiente año".

Reforzando esto último, anuncian nuevas representaciones que debutarán en 2025 y que vienen a complementar su oferta de líderes globales en tecnología gráfica, como HP Indigo, Mimaki, Colex, Brotech, Miraclon, Kodak, entre otras. "Presentaremos una nueva marca especializada en tecnología de impresión LED-UV híbrida de formato ultra ancho; sumamos la reconocida marca oriental iECHO, con una mesa

de corte de grandes prestaciones; y también sumamos a Lundberg, que cuenta con un completo portafolio de soluciones a la medida para extracción y procesamiento de desechos de la industria gráfica y convertidora de etiquetas y empaques", señala.

Finalmente, para mejorar la experiencia del cliente en postventa y así aumentar su grado de satisfacción, en Ferrostaal Graphics han iniciado un proceso de implementación de metodologías de eficiencia y foco en el cliente, cuyos resultados y recomendaciones se pondrán en práctica durante el primer trimestre de 2025.

"Con todo lo anterior, tenemos argumentos para estar satisfechos del año que termina, al tiempo de sentirnos optimistas y expectantes de un 2025 con más oportunidades para quienes planifican sus objetivos y trabajan para concretarlos", concluye Daniel Feig.

nsar
star
ITAR

D COMO SERVICIO

mentales para la industria
de etiquetas y embalajes.
de la industria en compensación
Si tu empresa imprime en papel
de fibra, **PrintReleaf** te permite
biental a través de proyectos
ón y compensación de carbono.

PrintReleaf es una plataforma digital que permite a las empresas calcular y compensar el impacto ambiental de su consumo de papel. La plataforma ofrece una interfaz intuitiva y fácil de usar, permitiendo a los usuarios registrar su consumo de papel y recibir recomendaciones de proyectos de compensación de carbono.

CÓMO FUNCIONA
Se calcula tu consumo de papel y se genera un informe detallado que muestra la cantidad de papel consumido y el impacto ambiental asociado. Este informe se utiliza para calcular la cantidad de carbono que necesitas compensar.

COMPENSACIÓN
Automáticamente PrintReleaf selecciona proyectos de compensación de carbono certificados y/o compensa el carbono asociado con el consumo de materiales a base de fibra.

**¡ASEMOS A LA ACCIÓN,
COMPENSA TU HUELLA.**

Conoce los beneficios de compensar tu consumo de papel y
contribuir al medio ambiente, con el fin de sustentar y hacer crecer nuestro sistema forestal
global. ¡Conversemos! Escanea el código QR o ingresa a:
www.ferrostaal-graphics.com/sustentabilidad

PRINTRELEAF:

UNA PLATAFORMA PARA CALCULAR
Y COMPENSAR EL IMPACTO FORESTAL
Y EMISIONES DE CARBONO
DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

Ferro



Esta representación de Ferrostaal Graphics surge como parte de su constante búsqueda para ofrecer herramientas y procesos sustentables a las empresas de impresión de etiquetas y embalajes.



Bajo el lema: Compensar > Reforestar > Sustentar, Ferrostaal Graphics anuncia el inicio de la representación en Chile y Bolivia de PrintReleaf. Esta plataforma global ayuda a impresores y productores de etiquetas y embalajes a compensar el uso de materiales a base de celulosa, como papel y cartón, mediante planes de reforestación automatizada y certificados por SGS, organismo independiente reconocido internacionalmente.

PrintReleaf calcula el impacto forestal y las emisiones de carbono relacionadas con el consumo de papel de cada empresa, ofreciendo compensaciones ambientales certificadas en forma de reforestación y compensaciones de carbono para lograr un impacto neto neutro, o neto positivo, en el medioambiente. De esta forma, con PrintReleaf los clientes sustentan y hacen crecer el sistema forestal mundial, para compensar sus consumos de biomasa.

Daniel Feig, gerente general de Ferrostaal Graphics, afirma que entre sus objetivos está "contribuir en el desarrollo sustentable de la industria gráfica y que esta impacte cada vez menos en el medioambiente. Por esto generamos esta alianza con PrintReleaf, una compañía norteamericana líder en el mercado de las compensaciones medioambientales y especialista en el segmento gráfico, con ellos hoy ofrecemos la sustentabilidad como servicio".

Agrega que tanto impresores como proveedores son parte de una industria que depende y fomenta el uso del papel, cartón y otros materiales a base de celulosa, generando un impacto medioambiental acumulable.

"En Ferrostaal Graphics y en la industria gráfica hacemos un gran esfuerzo por disminuir ese impacto. Por esto ponemos a disposición esta herramienta de compensaciones ambientales certificadas. Así, buscamos sumar siempre en los avances en materia de sustentabilidad".

Tecnología + Funciones



Panel de sustentabilidad



Selección de proyectos



Certificados de impacto



Informes de RSE



Perfiles públicos



Kits de medios

FUNCIONAMIENTO DE PRINTRELEAF

Medición: recopila los datos de consumo de papel y materiales de fibra a través de transferencias de datos mensuales, ya sean automatizadas o en forma manual, de las empresas.

Cálculo: los datos se analizan para calcular cuántos árboles se utilizaron y cuánto gas de efecto invernadero se emitió por el papel y los materiales consumidos.

Compensación: Se plantan árboles automáticamente en proyectos de reforestación certificados, asociados a la producción de materiales a base de fibra.

Impacto Global de PrintReleaf

327.000

toneladas de papel
reforestado

7,86

millones de árboles plantados
(altura aprox. 1,7 metros)

7.350

árboles plantados
al día

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE PLANTAR MÁS ÁRBOLES?

Los árboles proporcionan hábitats importantes para la vida silvestre, reducen la erosión, protegen las vías fluviales, protegen los recursos naturales y absorben el carbono de la atmósfera. Mantener y hacer crecer nuestros bosques alrededor del mundo son pasos importantes para mitigar el cambio climático global, y hoy las empresas pueden ser parte de esta solución.

En los proyectos de reforestación PrintReleaf los árboles nuevos se plantan en bosques certificados que están designados para la conservación y la restauración y se auditan para comprobar su capacidad de supervivencia. Esto da como resultado un impacto ambiental neto positivo a partir de su consumo de papel.

De manera similar, las emisiones de carbono asociadas con la producción de papel se pueden compensar con las Certified Carbon Offsets (Compensaciones de Carbono Certificadas) de la organización Verra, lo que garantiza el mayor nivel de respaldo y certificación.



LAS EMPRESAS PUEDEN VISIBILIZAR SU IMPACTO POSITIVO MEDIOAMBIENTAL

Con el propósito de acompañar a las empresas en sus esfuerzos por cumplir sus objetivos de sostenibilidad, PrintReleaf dispone de herramientas para comunicar sus logros al público:

- **Códigos QR exclusivos de PrintReleaf:** se vincula al perfil de la empresa y certificado de por vida, que resume cuántos árboles se han plantado y dónde, así como cualquier compensación ambiental adicional, como las emisiones de carbono.
- **Certificados de impacto ambiental:** los clientes reciben un certificado por cada compensación emitida, así como certificados de por vida y anuales que se actualizan continuamente.
- **Informes de RSE (Responsabilidad Social Empresarial):** informar sobre el compromiso y progreso en materia de sostenibilidad ambiental es importante para que las partes interesadas comprendan sus inversiones.
- **Perfiles públicos:** para compartir fácilmente el progreso de la empresa en materia de sostenibilidad y su impacto ambiental positivo con el perfil público de PrintReleaf y el directorio de socios de PrintReleaf.
- **Kits de redes sociales:** una guía sobre cómo interactuar con los clientes y redes para mostrar el impacto positivo que la empresa está realizando.

Para conocer cómo funciona la plataforma,

VISITA



A portrait of Lía Vera, a woman with long dark hair, smiling. She is wearing a white blazer over a dark patterned dress, a yellow belt with a large silver buckle, and a watch. She is standing outdoors with trees in the background.

Lía Vera

GERENTE DE NEGOCIOS
DE EDIPAC: "PARA SER
COMPETITIVOS TENEMOS
QUE ESTAR MÁS CERCA DE
NUESTROS CLIENTES"

La compañía está reforzando su posición en el mercado con proyectos importantes. Entre ellos está el suministro de papel para las elecciones municipales, mantener su liderazgo en la categoría de cartulinas, fortalecer su marca Equalit, aumentar la automatización en procesos y mucho más.

Las elecciones municipales que se llevaron a cabo el 26 y 27 de octubre en Chile contaron con el suministro de papel bond por parte de Edipac. Es un papel que tuvo que pasar por un proceso de corte de alta calidad, eficiencia y con una característica indispensable que destaca a la compañía: la puntualidad en la entrega. “No nos podíamos atrasar. Si eso pasaba, retrasaba las elecciones, imposible”, explica Lía Vera, Gerente de Negocio de la compañía.

“En los últimos dos años hemos fortalecido nuestra posición en el mercado. Ahora mismo estamos en un contexto súper competitivo y, gracias a nuestros proveedores, hemos logrado negocios bien interesantes en los cuales no participábamos antes, como el suministro de papel para las elecciones”, explica.

La ejecutiva hace un recuento de los aspectos en los cuales Edipac se ha fortalecido en los últimos años como, por ejemplo, en el liderazgo que han mantenido en la categoría de cartulinas, “Comercializamos productos bastante customizados y también hemos mantenido un buen nivel de inventario en las medidas que son más estándares, con una tasa de entrega muy buena. Destaca la altísima calidad del producto que nos entrega CMPC Boxboard con un nivel de defecto casi nulo. Eso igualmente es parte de nuestra propuesta de valor porque es una fortaleza que tenemos como parte del grupo CMPC”.



Destaca que, como compañía, han podido lidiar con los desafíos que enfrentan en la actualidad todas las cadenas de suministro. Esto, debido a la interrupción en la logística de importaciones que ha afectado al mundo naviero en el último tiempo.

“Tenemos la flexibilidad para abastecer rápido los cortes que necesitan nuestros clientes, en agosto lanzamos la iniciativa “Corte-en-48hrs”, con un muy buen nivel de inventario y cumplimiento de servicio de 94%. Hemos sorteado diversos desafíos, al igual que todas las cadenas, por el bloqueo del canal de Suez o el alza de fletes de China. Lo hemos hecho integrándonos de la mejor forma a nuestros proveedores, anticipándonos y elevando nuestros niveles de inventario para protegernos de estas desviaciones”, señala.

PAPEL EQUALIT Y LAS BOLSAS DE PAPEL CON MANILLA: CONSOLIDADOS EN EL MERCADO

Otra de las categorías relevantes en que participa Edipac es el Papel Fotocopia donde la marca de CMPC, Equalit, sigue siendo líder del mercado destacándose por su calidad excepcional e impecable desempeño en la impresora. “Hicimos focus group con los consumidores y vimos que se trata de una marca muy potente desde sus inicios. Hemos sabido mantener la calidad excepcional por la cual es conocida y que hace que los consumidores la prefieran”.



Equalit ha logrado presencia a nivel nacional a través de la amplia capacidad de cobertura de Edipac, con sus oficinas comerciales y sucursales ubicadas desde Arica a Punta Arenas. Asimismo Equalit es muy relevante en el portal de ventas del Mercado Público, donde el equipo comercial de Edipac trabaja mano a mano con los distribuidores para lograr una propuesta diferenciadora.

En cuanto a su otro producto destacado, las bolsas de papel con manilla, la Gerente de Negocios de Edipac asegura: "El mercado se va a mantener muy competitivo. Sin embargo, hemos seguido invirtiendo en esta línea. Es un producto que nació y estuvo muy fuerte en pandemia y posee una oportunidad de crecimiento en las exportaciones a Norteamérica y Asia. Estamos logrando competir, de igual a igual, con los fabricantes de clase mundial".

Igualmente, Lía Vera destaca la reputación que tiene en el mercado nacional e internacional el papel de CMPC Cordillera, con el cual fabrican las bolsas con manilla, junto con la alta tecnología de equipos de impresión con los que trabajan. Todo esto crea un elemento diferenciador. "Por el lado del papel, somos los únicos hoy en el mercado que podemos declarar "circularidad" de nuestras bolsas. Asimismo, hicimos una edición limitada muy bonita para un cliente en Estados Unidos y fue un tremendo logro desde el punto de vista de impresión. Esto marcó un hito para Edipac, entre el antes y el después de lo que estábamos haciendo en máquina", informa.

OTROS PROYECTOS DE EDIPAC

En otros desafíos, la compañía está en búsqueda de implementar más automatización en sus procesos, ya que aún tienen algunas faenas manuales. "Estamos en vías de desarrollar nuestros procesos con automatización. Estamos con eficiencias operacionales que están cerca del 60%, lo que es muy bueno para un negocio de conversión", destaca Lía Vera.

En cuanto a certificaciones, Edipac ya tiene las de FSC y PEFC. Pero ahora, como las bolsas con manilla están en contacto, de manera primaria o secundaria, con alimentos, están trabajando las "certificaciones de inocuidad, HACCP y todo lo relacionado con las certificaciones éticas. Esto también nos ha llevado a tener aspiraciones más ambiciosas desde el punto de vista de sostenibilidad", informa la gerente de negocios.

Además, en Edipac se registran Cero Residuos a vertederos desde el año 2023 y, este año, fueron reconocidos por la empresa Ecológica con el primer "Sello Cero Basura", por la manera en cómo manejan los residuos. "Esto nos llena de orgullo porque estos resultados se basan netamente en la disciplina interna, donde las personas de operaciones y de bodega separan los residuos, el plástico, el cartón, la madera, y cuidan que no se mezclen entre sí", destaca la ejecutiva.

Lía Vera subraya el valor que dan en Edipac a entregar un excelente servicio a sus clientes, con miras a la competitividad. "Hoy nuestros clientes están con muchas vicisitudes y, desde nuestra área comercial, tenemos el propósito de estar cerca y tratar de cubrir todas sus necesidades. Esto no es solamente desde el punto de vista de la comercialización, sino que también acompañándolos en sus problemáticas de financiamiento, realizando evaluaciones de manera conjunta y co-creando con ellos nuevos negocios e innovaciones hacia el mercado de manera de aportar juntos en la construcción de valor".

"Hemos lanzado nuestra propuesta de valor +CERCA, que representa los atributos y esencia de lo que somos y lo que queremos ser para nuestros clientes, a través de la cual queremos poner al cliente al centro de todas las decisiones de nuestra empresa, y así avanzar en diferenciarnos en un relacionamiento de carácter estratégico con ellos", concluye.



Finaliza el programa para personas mayores “Talleres de Artes Gráficas, Barrio y Memoria”

A INICIOS DE DICIEMBRE SE LLEVÓ A CABO LA CEREMONIA DE CERTIFICACIÓN Y LA MUESTRA FINAL DEL PROYECTO “TALLERES DE ARTES GRÁFICAS, BARRIO Y MEMORIA”, UN EVENTO QUE REUNIÓ A PROFESORES Y PARTICIPANTES MAYORES DE 60 AÑOS DE LA COMUNA DE SAN MIGUEL.

Financiado por Fondart, apoyado por Imprenta Minerva y desarrollado en las instalaciones de la Escuela de la Industria Gráfica, el proyecto se centró en tres ciclos durante este año, con el objetivo de enseñar a las personas de la tercera edad a plasmar las experiencias y vivencias de su barrio a través de las técnicas aprendidas.

Los asistentes aprendieron diversas técnicas de xilografía, impresión tipográfica y fotografía estenopeica, bajo la guía de los profesores Alejandro Silva, Carmen Goic, Joana Villegas y José Luis Gutiérrez.

“La enseñanza en la escuela ha sido maravillosa; los alumnos se sintieron muy acogidos y demostraron una gran constancia. Disfrutaron del proceso y exploraron nuevas realidades. Este año, tuvimos participantes de hasta 79 años”, destacó Joana Villegas, profesora de fotografía estenopeica, a la Escuela de la Industria Gráfica.

3er APL del sector de la industria gráfica y su cadena de valor: socios participan de primer taller informativo

SOCIOS DE ASIMPRES PARTICIPARON EL MARTES 17 DE DICIEMBRE EN EL PRIMER TALLER INFORMATIVO QUE DIO INICIO A LAS ACTIVIDADES PARA IMPLEMENTAR EL 3ER APL DEL SECTOR DE LA INDUSTRIA GRÁFICA Y SU CADENA DE VALOR.

Este tercer Acuerdo de Producción Limpia fue aprobado el 28 de noviembre por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático y, hasta la fecha, 35 socios de Asimpres de empresas de diferentes tamaños han adherido a esta iniciativa, que considera tanto a empresas de la industria gráfica como a proveedores de equipos electrónicos. El primer taller tuvo lugar en las dependencias de la Corporación Educacional de las Artes Gráficas y Afines, y fue la

instancia para indicar las iniciativas a desarrollar, pasos a seguir, programa de talleres, entre otros, para las cinco metas establecidas.

Estas son: establecer un sistema de coordinación; formación de capacidades y sensibilización para las empresas y sus trabajadores; gestión de los equipos de impresión; acciones de eficiencia energética para reducir la generación de gases de efecto invernadero; y



buenas prácticas de circularidad para residuos de insumo de equipamiento.

“El acuerdo tiene un foco fundamental en el adecuado manejo y gestión de equipos electrónicos, que van a ser regulados prontamente con la Ley REP, y también en temáticas de eficiencia energética en los equipos. Tenemos dos años para trabajar en la implementación, adelantándonos a lo que la normativa a establecer a futuro, por lo que es un tremendo desafío”, afirma Sara Contreras, directora ejecutiva de CyV Medioambiente, consultora que apoya en la implementación del 3er APL.

Antalis lanza nuevo portafolio de productos en Chile de origen europeo: **LÁMINAS DE CONTROL SOLAR Y SEGURIDAD SOLAR SCREEN**

En un encuentro con representantes de diversas industrias –como retail, financiero, automotriz y cadenas de comida rápida– se realizó el lanzamiento.

En un encuentro con representantes de diversas industrias –como retail, financiero, automotriz y cadenas de comida rápida– se realizó el lanzamiento.

“Nuestro socio estratégico es Solar Screen, proveedor europeo, que trabaja desde varios años con el Grupo Antalis en Europa. Nos provee láminas de seguridad y control solar, antirreflejo, anti-fuego (cuenta con certificación M1), anti-vandalismo y anti-grafitis”, comenta Maribel Sánchez, Gerente de negocios Comunicación Visual Latam, acerca del nuevo portafolio de productos del área Comunicación Visual de Antalis.

“El compromiso de Antalis hacia sus clientes es estar brindándoles nuevas oportunidades de negocios y este portafolio viene con esa finalidad”, agrega Sánchez.

Rodrigo Pérez, Backseller de Comunicación Visual de Antalis, es el encargado de este portafolio. Él indica que la compañía busca desarrollar estos productos en empresas de diversos rubros, en sus proyectos.





“Ya las tenemos en Chile con stock. Hicimos el lanzamiento, realizamos demostraciones y los clientes pudieron ver en forma directa cómo este producto tiene diversas ventajas. Por ejemplo, puede ser utilizado en las salas de cajeros automáticos donde, en caso de golpes, protejan a las personas en el interior de los pedazos de vidrio”, destaca Pérez.



Asimismo, Pérez explica que cuentan con efecto espejo. “Al colocar la lámina dentro de una habitación se puede ver todo lo que pasa afuera, pero desde afuera se refleja la persona y se ve como en un espejo. Este enfoque también ayuda a la seguridad en oficinas, entidades bancarias y espacios de cajas registradoras que reciben pagos”.



Estas láminas también son ideales para garitas de seguridad, dado que “todas tienen protección hacia los rayos UV y también disminuyen la temperatura, para que los guardias puedan estar en su interior y de paso, tener más privacidad”.

Estos nuevos productos de Antalis también pueden ser implementados en los paraderos de la locomoción colectiva donde hay cristales. “Las láminas vienen con un efecto anti-grafiti, entonces, si la rayan con plumón o pintura en spray es de fácil remoción”, advierte el Backseller de Comunicación Visual de Antalis.

Solar Screen, además del tratamiento anti scratch (anti-rayas) y la certificación M1, también posee certificado de garantía, algo que la diferencia de sus similares. “La mayoría de las láminas que están en el mercado chileno son coreanas o americanas, y no tienen estos certificados. Estas láminas son ignífugas, lo que significa que si se incendia un espacio la lámina no va a propagar más el fuego. Además, todas vienen con certificación y los clientes pueden contar con estas para sus proyectos”.

“

Todas tienen protección hacia los rayos UV y también disminuyen la temperatura, para que los guardias puedan estar en su interior y de paso, tener más privacidad”.

STOCK EN PLAZA Y PROMOCIONES DE LANZAMIENTO

Antalis cuenta con stock y promociones para dar a conocer este portafolio entre clientes. “Por el mes de diciembre, enero y febrero, estamos ofreciendo una promoción por lanzamiento del 7% de descuento a partir de un rollo. Tenemos nuestro catálogo del portafolio con todas las certificaciones correspondientes y “certificados de garantía”, anuncia Pérez.

“En caso de que surja un proyecto urgente y de volumen, traemos el producto en un plazo máximo de 45 días por vía aérea. Esto nos entrega una ventaja respecto a otras importaciones desde China, que consideran entre 60 a 75 días de entrega”, declara.

Agrega que esto cumple con uno de los propósitos de la compañía para este año: traer productos nuevos y este tipo de líneas de negocios. “Era un proyecto que se venía conversando desde hace tiempo, y ahora ya tenemos stock en Chile y distintos tipos de láminas. El producto está acá, hay una buena aceptación y estamos trabajando en la inserción al mercado”, expresa.

DESAFÍOS 2025

El ejecutivo de Antalis anticipa que se viene un 2025 con hartos desafíos en esta nueva línea, considerando que trajeron stock para probar su salida al mercado y ya han tenido muy buena recepción.

“Contamos con stock para dar forma a los proyectos de nuestros clientes”, afirma.

Para finalizar, hace un llamado a que las empresas se atrevan a probar las láminas Solar Screen:

“Les puedo compartir una muestra para hacer un prototipo, eso nos ha servido mucho para que la gente compruebe la calidad y usabilidad del producto. Estoy seguro de que, en 2025, vamos a tener mucho éxito”.



ECO3 AMPLÍA SU LÍNEA DE NEGOCIOS:

A PARTIR DE ESTE AÑO OFRECE, ADEMÁS DE SU
TRADICIONAL LÍNEA OFFSET, SOLUCIONES DE
IMPRESIÓN FLEXOGRÁFICA

La compañía incursionó en el mundo de la flexografía con el lanzamiento del
portafolio MAGIS. Con ello, ratifica su visión de innovación en la industria de los
empaques y etiquetas, en constante cambio y crecimiento.



ECO3, anteriormente conocida como Agfa Offset Solutions, es una empresa con más de 150 años en el área de preimpresión. En el último año, la compañía desarrolló un portafolio completo de productos que van desde consumibles, software, equipos de filmación y procesado, apoyados en una experimentada organización de soporte técnico y de aplicación, llamado MAGIS.



“Con la incursión en la flexografía, en ECO3 ratificamos nuestra posición de innovar entendiendo que los mercados cambiantes de la industria así lo permiten, especialmente en el mundo de etiquetas y empaques, que muestra un claro crecimiento. La fuerte presencia de la marca con siete filiales en Latinoamérica facilita nuestro proceso de diversificación del portafolio, poniendo los recursos, el conocimiento, las personas y la experiencia a disposición del mercado para continuar con nuestra labor de traer soluciones eficientes a la industria gráfica”.

– Osvaldo Saravia

Country & BP Manager para la Región del Pacífico de ECO3.

El ejecutivo indica que el segmento de empaques en Chile está en constante crecimiento, asociado principalmente a los productos de consumo masivo de alta rotación. “La diversificación genera una oportunidad para que desarrolladores de empaques y etiquetas puedan crear más y mejores soluciones que brinden a los productores una óptima exposición de su marca, además de ofrecerle a sus clientes y consumidores la información requerida del contenido de su producto. Esto, sin dejar de lado el concepto ambiental que en algunos países empieza a ser regulado tanto en los materiales utilizados como en la disposición de los mismos”, explica.

Debido a estos factores, Osvaldo Saravia considera que los proveedores deben desarrollar insumos enfocados en la optimización, procesos y la compatibilidad con las nuevas regulaciones ambientales, además de garantizar cada vez más una mejor calidad de reproducción y optimización de los procesos.

SOLUCIONES FLEXOGRÁFICAS DISPONIBLES PARA CHILE

La compañía realizó el lanzamiento oficial de su portafolio MAGIS para el sector de preimpresión flexográfica a nivel mundial en el evento de LabelExpo en Bruselas. “Dentro de la primera fase de lanzamiento, en este momento tenemos a disposición de todos los países en Latinoamérica una solución completa que incluye equipamiento, software y planchas base agua, cuyas principales diferencias son la mayor calidad de reproducción, con generación de puntos planos de excelente definición, y un procesado rápido y amigable con el medio ambiente”, informa el Country & BP Manager para la Región del Pacífico de ECO3.

Agrega que la propuesta integral de MAGIS, incluye soluciones de flujo de trabajo, herramientas de edición y soluciones *state-of-the-art* de tramado y de patrones de superficie.

“Tendremos novedades en el área de packaging, dado que estamos todavía en la primera etapa de introducción, pero con un plan definido de ampliación del portafolio que será anunciado próximamente”, destaca el ejecutivo.

Respecto a la disponibilidad, señala que los equipos y consumibles pueden ser adquiridos a nivel mundial. “Ya se llevó a cabo la primera instalación de equipamiento en Brasil y, actualmente, está en producción. Contaremos con un segundo sistema en Brasil y también se instalarán dos en Argentina, uno en Colombia y otro en Perú”, adelanta.

Su premisa es ser aliados de valor dentro del proceso de abastecimiento de productos de preimpresión, y su presencia directa en los países les permite prestar los servicios técnicos y de aplicación de forma eficiente.

“Podemos brindar un excelente soporte al mercado durante la relación comercial, que va desde la fase de venta hasta el mantenimiento preventivo y correctivo de equipos y el acompañamiento y asesoría que requieran nuestros clientes”, destaca Osvaldo Saravia, e invita a contactarlos a través de las redes sociales de ECO3 o a dejar sus datos en eco3.com para asesorías.

¡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



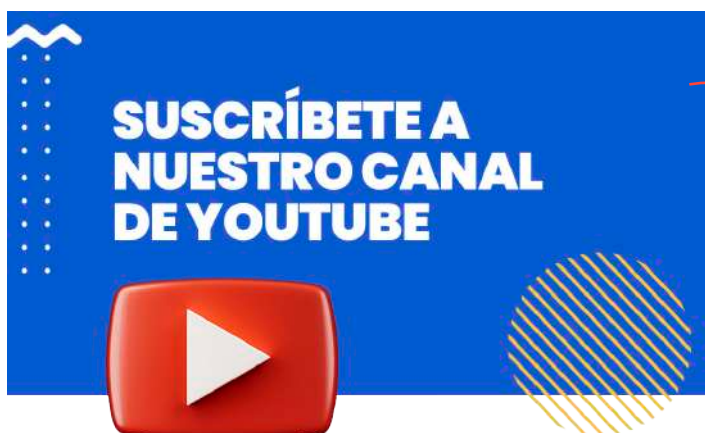
Llega a potenciales profesionales y técnicos para los cargos que necesitas



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.



¡Atentos al lanzamiento del Marketplace!

El Marketplace es una plataforma innovadora de Asimpres que busca incorporar, de forma digital, los productos y servicios de los socios y empresas gráficas del país; de manera que clientes, emprendedores y el público general puedan acceder a conocer su oferta.

Su objetivo es ser una vitrina para que las audiencias que consumen productos impresos puedan llegar fácilmente a los sitios web de cada una de las organizaciones.

Este proyecto se encuentra en proceso de marcha blanca interna y está programado para ser lanzado durante el segundo semestre del año 2025.





NUEVO PRODUCTO

Telas de Lavado

PIX

DIPISA

Entendiendo la importancia de mantener las prensas offset en perfecto estado, Dipisa lanzó las nuevas telas de lavado marca PIX, diseñadas para ofrecer una limpieza eficiente y mantener la calidad en cada impresión.



ECO3



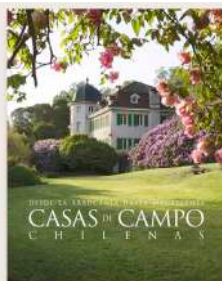
El Expert Loader elimina el trabajo pesado del flujo de trabajo de CtP, permitiendo aumentar la eficiencia, optimizar las operaciones y dejar que la automatización haga el trabajo.



IGOSPEL PRINT



Ofrecen opciones de letreros con diferentes formas, incluyendo volumétricas e iluminadas. También tienen productos de papelería, pendones, carteles y etiquetas, entre otros.



OGRAMA IMPRESORES



Ograma Impresores participó en la impresión del cuarto volumen de la Colección Casas de Campo Chilenas. Este da a conocer las espectaculares casonas y estancias ubicadas entre La Araucanía y Magallanes, y la historia de sus familias.

IMPRENTA ATELIER



En Imprenta Atelier se imprimen libros para colorear, para todas las edades y se puede cotizar libros desde 50 unidades en web. También ofrecen calendarios y afiches de todo tipo.



TMD LABEL PACK



Lleva la personalización de tus etiquetas al próximo nivel con la nueva tecnología de impresión y terminación digital de TMD Label Pack. Con esta nueva máquina, ofrecen diseños con aplicaciones de folia que cambian para cada ocasión.



Por segundo año consecutivo, CMPC ha sido reconocido

EDIPAC



¡CMPC es nombrada la empresa más sostenible del mundo en la industria forestal y papelería por segundo año consecutivo! Este reconocimiento es otorgado por el Dow Jones Sustainability Indices.

SCM ETIQUETAS



La marcha chilena Pritty eligió a SCM Etiquetas para potenciar la identidad de sus productos, destacando el servicio, la entrega, la calidad y la disponibilidad de la empresa. Conoce sus etiquetas autoadhesivas en www.scm.cl



UNA REVISTA DE:

ASIMPRES



ASOCIACIÓN GREMIAL DE INDUSTRIALES GRÁFICOS DE CHILE

REVISTA PRINT & PACK es una publicación de la Asociación de Industriales Gráficos A.G. ASIMPRES | comunicaciones@asimpres.cl | www.asimpres.cl | **Directorio Asimpres:** Juan Carlos González, Francisco Raveau, Daniela Romero, Ignacio González, Francisco Bardi, Tomás Makuc, José Miguel Correa, Fernando Valenzuela, Sergio Gallo. | **Comité editorial:** Francisco Bardi y María Eugenia Mingo.

PRODUCCIÓN EDITORIAL NÚMERO 179



innata media

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.