

Revista de la Cooperativa de Impresores de Bogotá
Noviembre 2021 • Edición No. 63 • www.cipb.net • ISSN 1794 - 9882

Registro



**Resiliencia y potencialidades
de las cooperativas en la
reconstrucción poscovid**

**Nueva comunidad digital para la
reactivación de los sectores
creativo, cultural y gráfico**



Nueva tecnología con plancha convencional



Encuentre la combinación entre tecnología, productividad, costo y calidad con nuestras planchas.

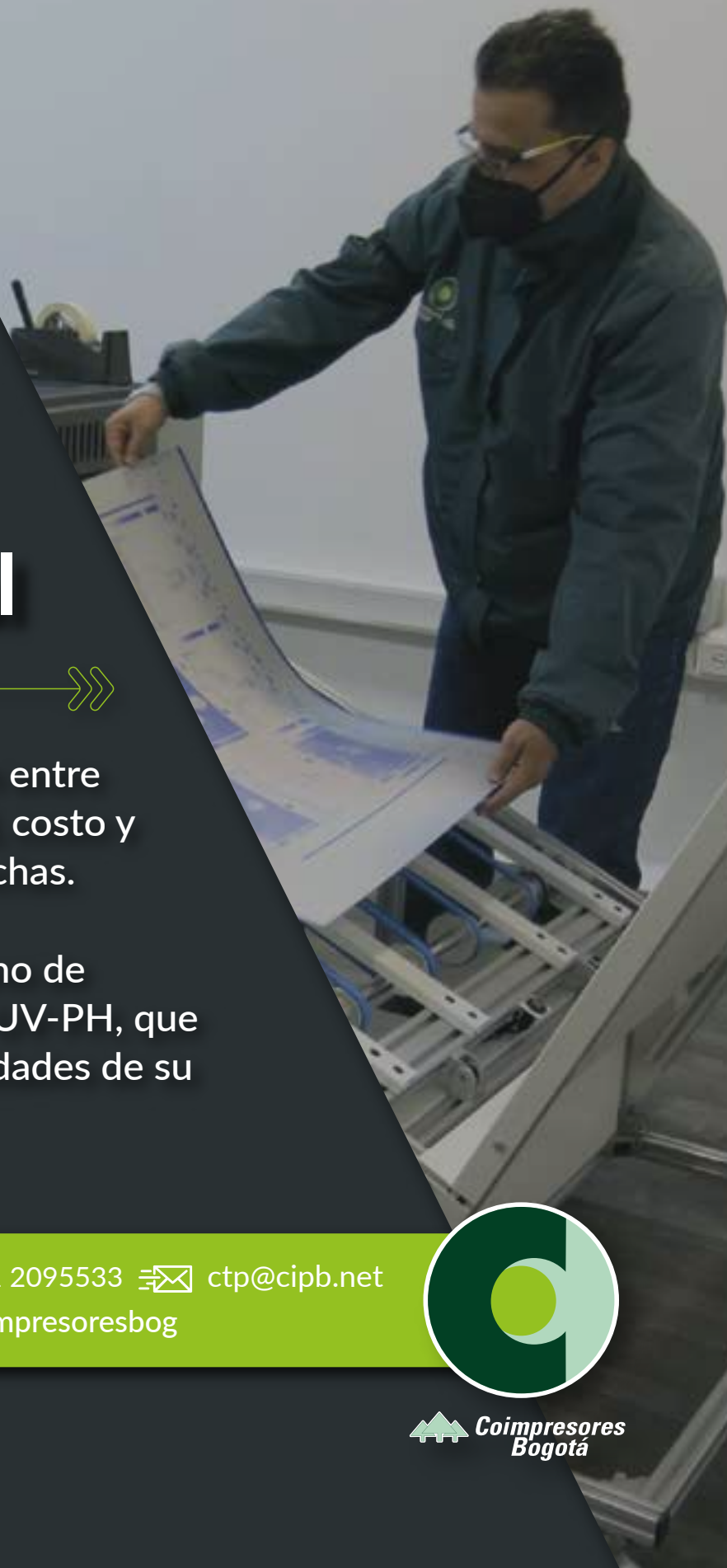
Elija la tecnología de alguno de nuestros dos CTP, TPU o UV-PH, que más se ajuste a las necesidades de su empresa.

📞 Líneas directas: 244 0265 y 321 2095533 ✉️ ctp@cipb.net

📘 CoimpresoresBog  coimpresoresbog



 **Coimpresores
Bogotá**





» Contenido

» Derrumbando mitos

Es nuestro papel.....
A pesar de todo.....

» Editorial

Título

» Entorno solidario

Resiliencia y potencialidades de las cooperativas
en la reconstrucción poscovid

Las cooperativas como ruta de formalización del
sector gráfico

Finanzas y normatividad

» ABC del nuevo código de colores

Inició la implementación del pago de nómina
electrónica.....

Precios internacionales del papel

» Tecnología

En Coimpresores Bogotá filmamos sus planchas a
su medida

Cinco tendencias de drupa 2021.....

» Medio ambiente

Ecodiseño y sus estrategias para lograr la
circularidad

Los ciclos del papel

Biomateriales en empaques para la industria
gráfica

Coimpresores Bogotá importa nuevas cartulinas

» Tendencias

Nueva comunidad digital para la reactivación de los
sectores creativo, cultural y gráfico.....

» Calidad de vida

Ocho tips para el cuidado de la salud mental en
época de pandemia

Revista de la Cooperativa de Impresores de Bogotá, Coimpresores Bogotá

Comisión editorial

James Rubio Soto
Mario I. Galvis
Marlén Navarrete Garzón
Julián Carreño Neira

Coordinación editorial

Julián Carreño Neira

Colaboran en esta edición

James Rubio Soto
Beto Barreto
Ascoop
Alfredo Pinto
Analdex
Carlos Silgado
Mariana Buraglia
Nelson Prieto Díaz

Corrección de estilo

Marcela Manrique Cornejo

Diseño

Jenyffer Pérez Montaña

Impresión

Arte Litográfico S.A.S.

Cooperativa de Impresores de Bogotá

Carrera 31 Nro. 22B - 15
PBX: 208 8700
Fax: 269 7047 Bogotá
www.cipb.net

Noviembre 2021
Edición 63
ISSN 1794-9882

El contenido de esta revista es responsabilidad de los
autores y no refleja necesariamente el punto de vista de
la Cooperativa de Impresores de Bogotá.



Es nuestro papel





TÍTULO

Por: James Rubio Soto, presidente del Consejo de Administración Coimpresores Bogotá

T_{exto}





A pesar de todo





Resiliencia y potencialidades de las cooperativas en la reconstrucción poscovid

Solidaridad, autonomía, dignidad, humanismo y demás valores del cooperativismo son claves para la recuperación económica de los países.

Por: María Eugenia Pérez Zea, Directora Ejecutiva de ASCOOP

Con ocasión de la crisis financiera mundial de 2008 y la manera como algunas empresas la superaron, la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) ha venido resaltando la resiliencia de las empresas cooperativas para adaptarse con eficacia a los entornos críticos. Además de superar exitosamente esos hechos inesperados, apoyadas en las características del modelo cooperativo, han asegurado su sostenibilidad y han servido de instrumento complementario para contrarrestar los impactos sociales y económicos que esas crisis dejan en las comunidades.

Ese valioso papel de las cooperativas y entidades afines de la economía solidaria también ha sido evidente en esta nefasta pandemia que aún persiste pero que, para superarla, ya es tiempo de buscar la reconstrucción y reparar las consecuencias de los ingentes males que ha dejado tanto en lo social como en lo económico (más pobreza, aumento de la morbilidad y la mortalidad, decrecimiento económico, mayor desempleo especialmente en mujeres y jóvenes e incremento de la desigualdad, situación que ya era crítica).

Aunado a sus capacidades de resiliencia, se ha demostrado que el modelo cooperativo ha sido un instrumento efectivo para recuperar el tejido social



y propiciar el renacer de grupos de personas que, superando el egoísmo, deciden unirse para construir conjuntamente la solución autónoma a las necesidades apremiantes resultantes de las crisis de toda índole que cíclicamente se presentan en el mundo. Y resaltamos la palabra 'autónoma' porque es de esa manera como se puede llegar a soluciones dignas y efectivas distintas de las generadas por el simple asistencialismo (ayudas puntuales, donaciones) que si bien es necesario no termina siendo efectivo a mediano y largo plazo.



En Colombia, en el transcurso de esta pandemia, las cooperativas y entidades de la economía solidaria han sido ejemplo virtuoso para contrarrestar los efectos de esa situación y han mostrado la eficacia de un modelo que, centrado en las personas, es sostenible y permite irradiar su acción a las comunidades en que operan. Efectivamente, en la vida de los asociados y sus relaciones con estas entidades se ha mantenido el propósito de su objetivo social y económico que no es otro que el de garantizar las mejores condiciones de vida para sus asociados, sus familias y la comunidad.

Con base en los reportes de la Supersolidaria, al finalizar 2020 y en lo transcurrido de 2021, se ha mantenido el número de entidades de la economía solidaria en cerca de 3.500 entidades (de las cuales 1.900 son cooperativas), con una base asociativa de seis millones de personas que representan una cobertura extendida de casi el 45% de la población colombiana. Igualmente, a “octubre de 2020” (y en la fecha), se han mantenido 120.000 empleos directos e indirectos”. Las mencionadas entidades gestionaron activos del orden de \$40,2 billones, registraron un patrimonio de \$16,1 billones (apalancado en un capital de los asociados de \$9,3 billones) y generaron unos excedentes del orden de \$492.605 millones. Estos rubros presentaron una disminución mínima al compararse con 2019, excepto en los excedentes, cuya disminución fue del 35% debido a las medidas de apoyo que tomaron para apoyar a los

asociados, vía tasa de interés, condonación de intereses y plazos de gracia. No obstante, esa disminución no compromete la estabilidad de las entidades.

Vale mencionar el desempeño en ese periodo de cooperativas de pequeños y medianos empresarios que sirven de modelo para los planes de acción que se diseñen para la reconstrucción económica: se trata de Coopidrogas (con ventas de \$2,2 billones en 2020 y aumento del 16,5%) y Colanta (con ventas en 2020 del orden de \$2,5 billones y un aumento del 7,9% frente a 2019). Similar desempeño presentaron otras cooperativas de pequeños productores de leche y comercialización de café. En los servicios financieros (ahorros y crédito), 179 cooperativas, según informe de FOGACOOP**, al finalizar 2020 contaban con \$27,5 billones (un aumento del 7,7% frente a 2019); un patrimonio de \$7,7 billones (aumento anual del 3,3%); capital social de \$4,7 billones (aumento anual del 7,4%), producto de 3.325.162 asociados.

Además de los datos anteriores, las entidades de la economía solidaria, cuya razón de ser se ve reflejada en el balance social, también han venido desarrollando programas de apoyo a través de alivios en los créditos de asociados “por más de 1,5 billones de dólares (\$4,5 billones de pesos colombianos)” y concediendo auxilios a través de los fondos de solidaridad “para financiar beneficios, subsidios y ayudas” del orden de 100 millones de dólares***.

Así pues, es probado el modelo cooperativo y solidario en su resiliencia, sostenibilidad y como instrumento efectivo para apoyar a las comunidades en su progreso normal y ante hechos críticos como los vividos a raíz de la covid-19. Como diversos documentos de la ONU, de la OIT y otros organismos internacionales lo han afirmado, las cooperativas (y por extensión, otras entidades de la economía solidaria que funcionan de acuerdo con el mismo modelo de los principios



* *Cooperativas de las Américas, Las cooperativas de las Américas frente al Covid 19, Dossier, 1ª edición, octubre de 2020, página 4.*

** *FOGACOOP, Boletín Financiero y Jurídico, No. 70, 2021.*

*** *Op. cit. Cooperativas de las Américas.*



cooperativos) se convierten en un instrumento idóneo para las políticas y acciones sociales y económicas que de manera estructural deben adoptar los gobiernos y específicamente en Colombia. Por tanto, se deben ver como un apoyo de cooperación y no como competidor de formas empresariales capitalistas.

Hoy, más que nunca, se mantiene el propósito del objetivo social y económico de las cooperativas: garantizar las mejores condiciones de vida para sus asociados, sus familias y la comunidad.

Esta afirmación coincide con el tema del Día Internacional de las Cooperativas en 2021 (#CoopsDay), “Reconstruir mejor juntos”, y como se afirma en la sustentación de ese lema, “en ámbitos como la salud, la agricultura, la producción, el comercio minorista, las finanzas, la vivienda, el trabajo, la educación, los servicios sociales y muchos otros ámbitos en los que se desarrollan las cooperativas, los más de mil millones de miembros cooperativos en todo el mundo siguen

demostrando que nadie tiene por qué enfrentarse solo a una crisis como la pandemia actual”. La ACI concluye que “el #CoopsDay será la ocasión ideal para demostrar que los modelos de negocios centrados en las personas, basados en los valores cooperativos de autoayuda y solidaridad y en los valores éticos de responsabilidad social y sentimientos de comunidad, permiten reducir las desigualdades, crear prosperidad común y responder a los estragos inmediatos que está causando la covid-19”.

Las soluciones para “los estragos” de la covid-19 demandan, por tanto, una acción conjunta, sin egoísmos ni protagonismos, de las entidades de la economía solidaria, de las empresas con ánimo de lucro, de los organismos estatales en todos sus niveles y de los medios de comunicación, toda vez que, como lo afirma Giuseppe Guerini, miembro del Comité Económico y Social Europeo, “debemos ser capaces de construir una sociedad que invierta la relación entre la economía y el bienestar porque creemos que la resistencia y la estabilidad del sistema económico y productivo derivan de nuestra capacidad para reinventar los sistemas de atención, protección social, asistencia, educación y formación”.

⁷ Alianza Cooperativa Internacional (ACI), Mensaje para el Día de las Cooperativas, 2021.

⁸ Guerini, G. en <https://www.socialeconomynews.eu/es/firma-acreditada-2>



» Entorno solidario

Las cooperativas como ruta de formalización del sector gráfico

El paro nacional dejó al desnudo algunas de las manifestaciones de vulnerabilidad de la industria gráfica colombiana.

Por: Juan Alfredo Pinto Saavedra*

La industria de la comunicación gráfica en Colombia tiene un desarrollo tecnológico intermedio con manifestaciones puntuales de vanguardia y con rezagos marginales de empresas menos evolucionadas. Cuando analizamos la dinámica innovadora no podemos reducir la evaluación tan solo al equipamiento productivo. Se trata de un circuito que incluye, entre otros, las materias primas y los insumos, el sistema de abastecimiento, los mecanismos de transporte y almacenamiento, el diseño, la fase productiva, los modelos de negocio y comercial, el grado de formalización e informalidad, los procesos asociativos, y la pertenencia a ecosistemas innovadores y a esquemas de economía circular.

La concentración de proveedores de materiales en un pequeño grupo y su localización en una región del occidente del país requiere acciones concertadas. Dado que un 60% de la industria está en la capital y su zona de influencia, el puerto decisivo para el aprovisionamiento es Buenaventura, también para la salida de las exportaciones sectoriales; por esto el padecimiento de la industria gráfica al cerrarse Buenaventura fue enorme. Exportaciones inmovilizadas, molinos para la fabricación de papel y cartón localizados en Cali, afectados primero por el paro y luego por los bloqueos: el conjunto de la cadena entró en parálisis.

La pandemia no estaba en los planes y una protesta justa de los jóvenes y atentatoria e irresponsable por parte de otros núcleos, alcanzó niveles ante los cuales el Gobierno lució tardío en sus reacciones y con desaciertos tácticos en el manejo. Pretender una reforma tributaria de hondo calado contra la clase media y su expresión empresarial que es la mipyme, sin intervenir la elusión, la evasión y los privilegios otorgados en un contexto prepandémico a los grandes contribuyentes, fue un error político con costos sociales millonarios.

Y al sector de la industria de la comunicación gráfica, esta convergencia viral-política lo tomó en pleno ciclo de transición y transformación en el formato del negocio. El sector tradicional con un modelo de clientes



*Escritor y economista, expresidente de Acopi y exasesor de las cooperativas de impresores.



permanentes, construcción mecánica de diseños, prototipos y muestras, definición de calendarios y plazos, planeación y ejecución de la tarea productiva, entrega del producto terminado y recaudo ulterior de cartera, estaba abocado a su transformación o a su desaparición.

El cambio del modelo de negocio ha venido dándose por dos rutas. El camino tecnológico e innovador que permite reducir el circuito diseño, producción, acabado y entrega a una línea compacta y de muy corto término, gracias a generaciones nuevas de soporte lógico e integración de operaciones digitalizadas; y la ruta de transformación de las organizaciones hacia mayor inversión fija y menor número de trabajadores mucho más calificados que en el pasado. Hemos pasado de la empresa familiar patriarcal y patrimonial a una organización técnica nuclear, donde el ciclo productivo redujo sus términos siete y ocho veces, y la forma orgánica pasó de la sociedad limitada a la sociedad por acciones simplificadas, de allí al modelo unipersonal y, con mayor frecuencia de lo esperado, a negocios que tienen una parte de la estructura antigua combinada con talleres muy compactos tipo barrio Ricaurte, en asociaciones formal-informal que, siendo aparentemente regresivas, han terminado por conformar una ruta alterna de la reconversión productiva y organizacional.

Es claro que ese proceso no tiene marcha atrás. Entonces, ¿cómo resolver los problemas que se hicieron evidentes en la crisis sanitaria y de orden público? No podemos imaginar un cambio rápido en la localización de proveedores, aunque van a venir escenarios intermedios de almacenamiento y suministro. Empero, lo que surge es una gran oportunidad para la revitalización de las cooperativas de impresores. Las pymes gráficas que incorporaron la vocación a los inventarios tendientes a cero o a un bajo bodegaje dentro del *e-storage* no van a regresar a las viejas instalaciones de zonas industriales. Las cooperativas, en cambio, deben ser la red de acopio y distribución de los grandes proveedores, adoptando logística funcional avanzada del tipo de Copidrogas o

algo similar, y la red de transporte ha de ser mucho más ágil, utilizando aparatos móviles menos corpulentos en general y más adaptables a los centros aglutinadores de mipymes.

El producto final tendrá mayores componentes digitales y virtuales, lo que acelerará el tránsito del papel a lo digital y a la imagen en redes. Los canales son cada vez más escenificados en la virtualidad y el empresario se convierte en un gran agente dinamizador de la comunicación gráfica multimodal. Vamos por ese desafío, amigos empresarios y trabajadores: la economía solidaria de las industrias 4G será un ejemplo para otros sectores y una respuesta válida para enfrentar el cambio tecnológico y la sustentabilidad.

Las cooperativas de impresores deben ser la red de acopio y distribución de los grandes proveedores, con logística funcional avanzada, una red de transporte mucho más ágil y una base de asociados con más empresarios.

Para ello, las cooperativas deben abrir sus puertas a los asociados de nueva generación. Cada una de ellas tendría que duplicar el número de sus socios. Quien llegue ha de tener mínimos formales y contractuales. Lo que no sería ético es que los asociados actuales tengan porciones de su actividad en circuitos informales, pero se opongán a la ampliación de la base de socios. Y ello va a ser una ruta a la formalización sin presión, pero con filtros de calidad ética y organizacional. Atrás quedan los debates que pusieron como enemigos a los independientes y cuentapropistas, o a los autónomos. Las cooperativas pueden arrancar ya y ofrecer otras líneas, por ejemplo, vía acuerdos con la banca cooperativa, bajo modalidades de *leasing* que permitan a las empresas adaptarse al vértigo del cambio tecnológico como un fenómeno continuo.



ABC del nuevo código de colores

Separación, manejo y aprovechamiento de residuos: una misión de todos para cuidar el medio ambiente.

Por: Comité de Comunicaciones Coimpresores Bogotá

En el transcurso de este año, distintos sectores, incluidos empresarios, comerciantes y ciudadanos a lo largo del territorio nacional, han venido implementando el nuevo código de colores para separación y aprovechamiento de residuos: blanco (residuos inorgánicos aprovechables, como papel, cartón o plásticos), verde (residuos orgánicos aprovechables) y negro (residuos no aprovechables), a partir de la Resolución 2184 del 26 de diciembre de 2019 del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Sin embargo, a un semestre de implementación de esta Resolución, es necesario realizar refuerzos en los procesos de divulgación pedagógica que permitan cambios en la conciencia colectiva medioambiental del país.

Si bien algunos municipios y distritos vienen implementando el código de colores a través de sus planes de gestión integral de residuos sólidos (PGIRS) para el aprovechamiento de residuos del servicio público de aseo, todavía hay falencias en la separación de los residuos en la fuente, lo que invariablemente impedirá que los residuos tengan una recolección y un manejo adecuado acorde a cada color.

El reto no parece menor. A nivel nacional los prestadores de los servicios de recolección, aprovechamiento y tratamiento de residuos deben hacer una destinación más eficiente de los mismos para proteger el medio ambiente, alargar la vida útil de los rellenos sanitarios, reutilizar materiales, entre otros. Esto último, si se revisa a la luz del informe de disposición final de la Superservicios, en el que se indica que “a 2019 únicamente tres municipios del país llevaban sus residuos a plantas de tratamiento, lo cual representa el 0,1% de los residuos totales producidos en el país”, sugiere que hay camino importante por delante para trasegar.

Quiere decir lo anterior que los actores y empresas prestadoras de servicios de aseo deben ahora llevar los residuos separados en recipientes o bolsas negras para asegurar su disposición adecuada. También deben asegurarse que los residuos depositados en





bolsas blancas estén limpios y secos y que el material orgánico de los recipientes verdes llegue a las plantas de tratamiento para ser transformado en abonos o mejoradores de suelos. Este resulta ser un esfuerzo de coordinación importante entre entidades municipales y empresas prestadoras de servicio de aseo todavía hoy en boga.

Otro reto es el alusivo a los residuos peligrosos, los cuales no pueden ser entregados a la prestadora del servicio de aseo, en la lógica de la separación adecuada. Según la Resolución citada, este tipo de residuos deben ser depositados en los sitios destinados para tal fin y que generalmente están ubicados en las oficinas de la administración territorial, en la sede de la autoridad ambiental, en centros comerciales, en almacenes de cadena o grandes superficies.

Para que los residuos tengan una recolección y un manejo adecuado según los colores, es indispensable la conciencia de cada colombiano y su actuación coherente con el ideal de tener un planeta que las siguientes generaciones nos han prestado y debemos devolverles en las mejores condiciones posibles.

De cara a incrementar la cantidad de material recuperado y reincorporado a los ciclos productivos, es vital tomar en cuenta los procesos posteriores que se llevan a cabo, como selección y recolección de los residuos y transporte a sitios autorizados, lo que implica continuar haciendo esfuerzos por cuenta de las autoridades municipales para que las prestadoras de servicios de aseo puedan realizar todo el proceso de clasificación indicado.

¿Cuáles son los tres colores asignados para la separación de las basuras?

Blanco

Con este color se busca mejorar las condiciones de recuperación de materiales reutilizables tales como plástico, vidrio, metales, papel y cartón. Con ello, en adelante, deberemos disponer de tales materiales y ubicarlos en las condiciones más óptimas posibles.

Negro

Con este color se busca disponer de todos aquellos residuos que a diferencia del caso anterior no son disponibles en condiciones ópticas, pues se trata de los residuos como papel higiénico, servilletas, comida preparada, implementos de prevención de covid-19 (tapabocas y guantes).

Verde

Color asignado a todos los residuos conocidos como orgánicos aprovechables, tales como cascaras de huevo, frutas, verduras y restos de alimentos crudos.



Inició la implementación del pago de nómina electrónica

Otro paso adelante en la transformación digital de Colombia.

Por: Comité de Comunicaciones Coimpresores Bogotá

Desde el primero de julio a la fecha, las empresas con más de 100 y hasta 251 empleados han iniciado el proceso de soporte de pago de la nómina electrónica, según lo indicado en la Resolución 013, expedida el 11 de febrero de este año por la DIAN de cara a la transformación digital del país. En adelante estas empresas deberán soportar el pago de su nómina electrónica cada mes y dando cuenta de este proceso en los diez primeros días del mes siguiente.

En tanto se ha determinado una implementación progresiva, esto sucederá también a partir del próximo 30 de septiembre con empresas que tengan entre 11 y 100 empleados, desde el primero de octubre con organizaciones que tengan entre cuatro y diez empleados, el primero de noviembre con aquellas de dos y tres empleados, y el primero de diciembre con las de un solo empleado.

Sujetos obligados

Son todos aquellos contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios, que realizan pagos o abonos en cuenta que se derivan de una vinculación, por una relación laboral o legal y reglamentaria y por pagos a los pensionados a cargo del empleador, que requieran soportar los costos y deducciones en el impuesto sobre la renta y complementarios e impuestos descontables en el impuesto sobre las ventas (IVA), cuando aplique.

Periodicidad del documento de nómina electrónica

El documento soporte de pago de nómina electrónica deberá generarse de forma mensual, independientemente de que el sujeto obligado realice pagos en periodos diferentes o inferiores al anteriormente indicado.





Precios internacionales del papel

La pandemia ocasionó menos exportaciones y más volatilidad en los mercados.

Por: Asociación Nacional de Comercio Exterior, Analdex

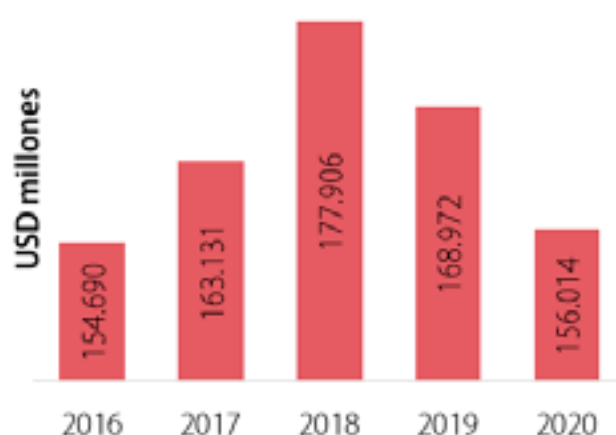
La industria del papel se ha consolidado como un sector estratégico para la economía global, pues genera encadenamientos productivos que impulsan el desarrollo económico tanto por los insumos necesarios para su producción como por los beneficios en diferentes sectores debido a los diferentes usos y aplicaciones en otras industrias, como la comunicación y el arte, entre varias más. En materia comercial, los productos de papel componen gran parte de la oferta exportable de muchos países.

En el contexto global, los productos de papel, cartón y sus manufacturas alcanzaron exportaciones en 2020 de 155.333 millones de dólares a través de alrededor de 59.000 empresas exportadoras que hacen parte de este sector. Entre los principales países exportadores se encuentran China con una participación de 13,4%, seguida por Alemania con 12,1% y Estados Unidos con 8,9%.

Por su parte, los principales mercados de destino de los productos del papel son Estados Unidos, Alemania y Francia. Entre los principales productos comercializados en este sector se encuentran cajas, bolsas y demás empaques de papel, así como papel y cartón sin estucar.

El sector papelerero no fue ajeno al impacto de la pandemia en la actividad económica. Al analizar el valor de las importaciones de papel a nivel global, se evidencia una caída del 7,7% en el año 2020, debido a las medidas implementadas por los países para controlar la propagación del virus.

Valor anual de las importaciones internacionales



Fuente: Analdex con datos de ITC.

En el segmento de papel y cartón sin estucar ni recubrir, se evidencia una relativa estabilidad de los precios internacionales entre sus principales mercados, sin embargo, a partir de 2020 se observa una alta volatilidad de precios causada por los cierres y aperturas de las economías de manera desigual entre los principales mercados importadores y exportadores, lo que ha generado una disrupción en la demanda y la oferta, como está sucediendo en la mayoría de sectores económicos. Para lo corrido de 2021, el precio promedio de este producto en los mercados internacionales alcanzó la cifra de 1.100 dólares por tonelada.



Precios unitarios de papel y cartón sin estucar



Fuente: Analdex con datos de ITC.

Al analizar la industria del papel en Colombia, es relevante anotar que es un sector estratégico para la economía, pues aportó cerca de 6,1 billones de pesos al PIB en 2020. Así mismo, ha sido un sector jalonador de las exportaciones del país durante los últimos años, descontado el atípico 2020. En lo corrido del año 2021 (enero-mayo) los productos de este sector alcanzaron exportaciones por 100,5 millones de dólares (valor FOB), lo cual representa un crecimiento de 10,5% respecto al mismo periodo del año anterior.

Valor anual de las exportaciones colombianas de papel y cartón



Fuente: Analdex con datos Legiscomex.



En Coimpresores Bogotá filmamos planchas a su medida

Tenemos las dos tecnologías (TPU y UV-PH) para que nuestros asociados y clientes puedan elegir la que más se ajuste a sus necesidades.

En la apuesta por mejorar el servicio a nuestros Asociados y clientes, Coimpresores Bogotá cuenta con servicio de filmación de planchas termal y convencional para impresión *offset*, lo que resulta siendo en la práctica una combinación entre productividad, costo y calidad. Nuestro CTCP, además de tener un mínimo consumo en química (90% agua y 10% química), permite una mayor velocidad en la filmación de planchas y la reducción de los tiempos de producción, de suerte que se logra en el proceso un menor costo y la reducción del consumo de energía. Y es que esta máquina permite tener una mayor velocidad en filmación de planchas y la reducción de los tiempos de producción a una velocidad de 50 por hora en tamaño de 520*400.

Así, Asociados y clientes cuentan hoy con dos máquinas TPU y UV-PH que ofrecen ambas ventajas operativas de acuerdo a sus requerimientos y necesidades, y en adelante tendrán la posibilidad de elegir entre estas dos tecnologías la que más se ajuste a las condiciones propias de cada empresa.

Cualquier inquietud será atendida por el Departamento Comercial de Coimpresores Bogotá o por la Unidad de Negocios del CTP.

Mayor información:

Edgar Luna

Línea directa CTP de Coimpresores Bogotá

Tel: 2440265

ctp@cipb.net



Cinco tendencias de drupa 2021

Para impresores medianos y pequeños.

Por: Carlos Silgado Bernal*

Destacar las tendencias principales entre las innovaciones presentadas en una feria con el carácter global que posee la drupa es siempre un reto. Con todo —gracias al proceso de construcción del informe de vigilancia tecnológica para Coimpresores Bogotá—, me atrevo a presentar cinco tendencias que el impresor mediano y pequeño, en especial, debe reconocer y que le servirán para ampliar el horizonte de las tecnologías disponibles con la mira puesta en especializarse y diversificar su gama de servicios.



Foto: Messe Düsseldorf/ctillmann.

La impresión autónoma: gestión inteligente de la producción offset

Con la tecnología *offset* se produce 23% del valor total de la producción impresa en el mundo actualmente. Además, encuestas realizadas por los organizadores de la drupa** indicaron que por su importancia en el rubro de inversión en máquinas de impresión ocupa el primer lugar en equipos para la producción de empaques, seguida por las prensas flexográficas, y el segundo lugar, después de las prensas digitales, para la impresión comercial. Su valor como técnica de impresión sigue siendo crucial.

Como tecnología, la impresión *offset* de hoy día tiene poco de convencional y la incesante digitalización de los procesos ha dado su fruto más reciente en la drupa 2021 con un avance sorprendente: la impresión autónoma, ¿en qué consiste?

Esencialmente es una técnica de gestión avanzada que toma control de la planeación de la producción, determina el empleo óptimo de los recursos y procede a ejecutar los procesos de impresión de forma automatizada. El operario de impresión encuentra en el panel de mando de la prensa una programación inteligente de la producción a su cargo y la máquina

*Consultor y periodista independiente. Experto en sistemas de impresión convencional y digital, ha sido director editorial de publicaciones verticales para el Grupo Carvajal y publicado artículos en numerosos medios internacionales. Además, es el director técnico del Informe de vigilancia tecnológica Misión drupa 2021 de Coimpresores Bogotá.

** Smith, S. y Mikhael G. The Future of Global Printing to 2020. Smithers Pira, Surrey. 7th drupa Global Trends Report, 2020.



procede a ejecutarla ordenadamente, eliminando la mayoría de sus intervenciones manuales y coordinando las que resultan necesarias. La meta última de la impresión autónoma consiste en incrementar la eficiencia global de la planta.

Moraleja: cada impresor *offset* debe avanzar en la automatización de sus procesos, empezando por la pre prensa y el empleo de los datos de preajuste que sus prensas puedan utilizar.

Es cierto, la drupa virtual del año 2021 tuvo un perfil disminuido respecto de sus habituales versiones presenciales, pero el alcance de sus innovaciones tendrá impactos notables en cada área de proceso y aplicación de mercado. Deja atrás paradigmas desuetos y abre nuevas perspectivas. condiciones posibles.

La impresión convencional y la digital se complementan y hacen crecer los negocios

Un nuevo modelo de crecimiento ha surgido en la última década y continuará afianzándose: la complementación (y no la oposición) entre los sistemas convencionales, análogos, de impresión y los digitales. En un mercado en el que las tiradas cortas y medias crecen en número frente a las tiradas largas, y en el que los sistemas digitales alcanzan una alta productividad gracias a sus cortísimos tiempos de alistamiento y la consiguiente reducción de la maculatura, tiene sentido combinar los dos sistemas. Destinar las prensas convencionales a las tiradas medias y largas, en donde la escala reduce el precio unitario, y destinar las prensas digitales a las tiradas bajas y medias con rápidos tiempos de entrega. Se mejora por esta vía la utilización de los equipos, se reducen los costos de producción y se optimiza la oportunidad en el servicio al cliente.

Un nuevo paradigma para los terminados

Otro cambio radical se ha producido en el campo de los terminados. Antes de drupa, 50% de las compañías gráficas participantes en la encuesta ya mencionada informó tener proyectos de inversión en terminados, lo que convirtió a esta categoría de equipos en la de mayor interés para la industria.

En un mercado gráfico global en el que el número de órdenes en tiradas muy bajas, bajas y medias tiende a crecer por encima de los dos dígitos a costa de las tiradas largas, los equipos de terminados en línea o fuera de línea juegan un papel determinante en los tiempos de respuesta, en la capacidad global de producción de la planta y en la calidad del servicio.

El viejo paradigma que aconsejaba ahorrar en los acabados a costa de la productividad y, en algunos casos, de la calidad del producto, está obsoleto. Debe ser remplazado por un paradigma nuevo en el que los acabados dejan de ser un lastre para la productividad y la gestión de la planta, y se convierten en elemento central de la flexibilidad necesaria para cumplir con los tiempos de respuesta demandados por el mercado.





La impresión funcional: más allá del papel, con nuevas materias primas, para nuevos clientes y en nuevos mercados

La impresión funcional abarca varias categorías de mercado diferenciadas, cuyos productos y aplicaciones son diversos: a) la impresión *inkjet* de textiles para las industrias de la moda, la decoración interior de ambientes y hogares, y la comunicación gráfica de gran formato; b) la manufactura aditiva por impresión 3D que vive un crecimiento exponencial en aplicaciones comerciales e industriales; c) la electrónica impresa, un campo altamente especializado, que produce para mercados industriales y nichos de alto valor como el de la electrónica de consumo; y d) la impresión directa al objeto, sobre productos terminados y envases.

Todas estas categorías gozan de atractivos potenciales de crecimiento. Sin embargo, las oportunidades para la diversificación que ofrece la impresión funcional requieren de un conocimiento especializado de sus aplicaciones, sus mercados verticales, tecnologías y estructuras de costo.

La sostenibilidad ambiental del papel: una bandera para triunfar

Como he afirmado en oportunidades anteriores, la sostenibilidad ambiental del papel tiene un futuro muy brillante por delante, pero requiere investigación en nuevas aplicaciones. Cada sector, el editorial, el comercial y el de los empaques, debería convertirla en su bandera y en foco de inversión en un momento cuando la sustitución del plástico por el papel abre oportunidades cada día.



Ecodiseño y sus estrategias para lograr la circularidad

El modelo de extraer-producir-desperdiciar está llegando a su fin y en el inicio de una mejor manera de relación humanidad-planeta se impone el ecodiseño.

Por: Mariana Buraglia Osorio, D.I. MSc. Ecodiseño

La economía circular, de la que ya se habla desde hace un tiempo, tiene como propósito primario mantener el valor en todo momento de los recursos que están a disposición. Esto significa olvidar el concepto de basura o residuo, y buscar las rutas que permitan que siempre haya alguien para quien algo es útil y valioso. Esto nos obliga no solo a reducir la cantidad de desperdicio y a aprovechar lo que tenemos de manera cada vez más eficiente, sino también a proteger dichos recursos durante todo su ciclo de vida, el cual, considerado desde la circularidad, va más lejos que el ciclo de vida del producto mismo. Así mismo se plantea el reto de ser diversos en cuanto a productos, materiales, procesos y escenarios de uso y hábitos de consumo que contribuyan a la circularidad. Implica valorar modelos económicos diferentes, servitización y valoración de los recursos.

De otro lado, los compromisos que ha hecho el país a nivel de Estrategia Nacional de Economía Circular y normativas como la Resolución 1407 de 2018 para empaques y envases, suponen retos relacionados con la responsabilidad extendida del productor, en la que debemos tener consideraciones más específicas en materia ambiental y de relaciones con la cadena de valor ampliada en cuanto a la industria, los consumidores y recuperadores del sistema.



El ecodiseño, por su parte, consiste en integrar aspectos ambientales al diseño de productos —y servicios— en igualdad de condiciones frente a aspectos como la viabilidad económica y productiva, donde se hace especial énfasis en comprender el ciclo de vida del producto para mejorar su eficiencia (en cuanto a uso de materiales, energía y agua) y comprender las posibles externalidades que resulten de su desarrollo. En otras palabras, tener plena conciencia del origen y destino de los recursos que se utilizan en cada fase del ciclo de vida, con el fin de usarlos de manera eficiente y reducir los impactos ambientales. Esto invita a tomar decisiones de diseño que afectarán a todos los actores, incluso, por ejemplo, consumidores finales, logística y gestores de residuos.



Así las cosas, la economía *circular* no es solo ecodiseño, pero *todo ecodiseño puede ser circular*. Ambos consisten en visiones holísticas en escalas diferentes que buscan generar la mayor cantidad de relaciones posibles para hacer circular los recursos de manera eficiente y con mínimo desperdicio. Las estrategias de ecodiseño contribuyen a lograr los principios de economía circular, considerando diferentes aspectos del análisis de ciclo de vida y que una buena estrategia de ecodiseño tiene en cuenta todas sus fases, desde que se idea el producto (repensar-rediseñar) hasta su disposición final para reiniciar un nuevo ciclo (reciclar).

Solo eliminando residuos y contaminación desde el diseño y manteniendo en uso productos y materiales evitaremos tener que seguir regenerando sistemas naturales, labor indispensable que requiere décadas de esfuerzo pero no podrá devolverle al planeta todo lo que hasta hoy hemos echado a perder.

Según la Ellen Macarthur Foundation*, el primer principio de economía circular es *eliminar residuos y contaminación desde el diseño*. Esto significa reducir las posibilidades de liberar sustancias tóxicas en el ambiente, teniendo presente que todo en exceso puede serlo. Para cumplir con este principio, el ecodiseño propone estrategias relacionadas con *repensar* la elección de materiales de bajo impacto, con menos acabados y de fuentes renovables, así como *reducir* cantidad de material, procesos, distancia, energía, emisiones, agua, etcétera, utilizados tanto en fases de producción como de logística y uso. Esto implica el rediseño del proceso y el producto para disminuir el desperdicio, por ejemplo, en rebabas y retazos. Lo anterior supone un gran reto para las industrias en cuanto a su control de calidad y una oportunidad de sacar mejor provecho de su infraestructura.

La estrategia de *eliminar* se aplica tanto a partes como a acabados, impresiones y empaques innecesarios, o a mejorar su eficiencia, donde la innovación es fundamental, considerando alternativas que cumplan con los desempeños de protección y comunicación requeridos, pero que, por ejemplo, pueden integrar el empaque como exhibidor, teniendo en cuenta consideraciones logísticas gracias a reducir peso y volumen para transporte, y repensar si es posible la desmaterialización misma del producto, por ejemplo, a través de digitalización o servitización. Como se puede evidenciar, no se trata solo de reciclaje, y supone grandes retos y oportunidades en la concepción misma del producto.

Para el segundo principio, *mantener productos y materiales en uso*, se proponen estrategias como *alargar la vida útil del producto*, manteniéndolo en un ciclo extendido entre la distribución y el consumo, y se aumentan estrategias como envases retornables y con segunda vida útil (*reuso, reparación, remanufactura*), lo que implica el desarrollo de productos con mayor desempeño y complejidad.



* Ellen Macarthur Foundation, 2017, <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/es/economia-circular/concepto>.

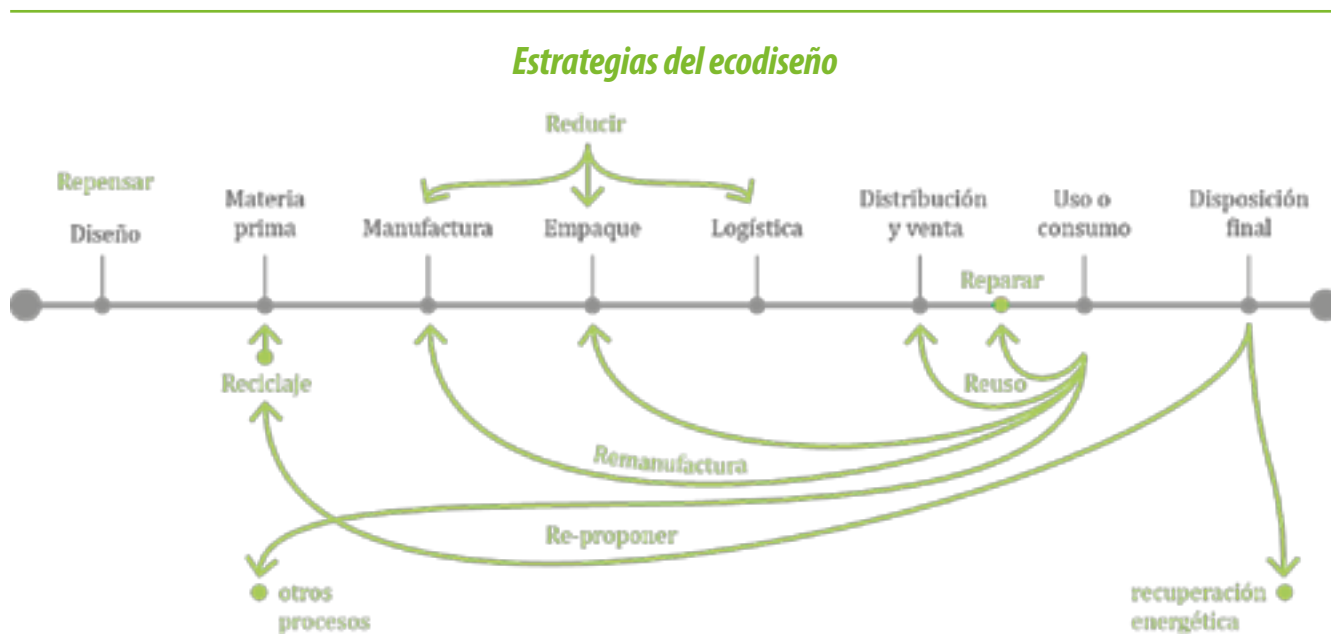


De otro lado, se propone *alargar la vida útil de los materiales*, lo que conlleva protegerlos para facilitar su *reparación y reuso*, o aprovechamiento por *reciclaje*: entre más limpio está el material, es más fácil su recuperación. Esto, por ejemplo, exige reducir los acabados, las tintas y colores, así como encontrar maneras innovadoras y alternativas de comunicar eficazmente el producto más allá del color y la imagen. Así se transforman las fases de uso y disposición final, e incluso se pueden reducir procesos, pero implica innovación en cuanto a lenguajes y maneras de comunicar. Ambas estrategias traen consigo mayor complejidad en cuanto a logística de retorno y recolección para aprovechamiento, de modo que generan una oportunidad de ampliar la cadena de valor y los aliados que permiten su valorización, y hacen parte del ciclo completo entre distribución, uso, distribución y disposición final.

Finalmente, para el principio *regenerar sistemas naturales*, hay que ir más lejos de hacer las cosas compostables. Regenerar significa que la manera como funcionan los procesos emula la naturaleza y el funcionamiento de los ecosistemas, en el sentido de que no hay residuos y siempre hay diversidad. Así, se abre la posibilidad de que, tanto el aprovechamiento

posindustrial y posconsumo tenga mayor cantidad de aplicaciones (*reciclar, repropone, recuperar*), como que el origen de los recursos sea diverso, de fuentes *renovables, renovadas y alternativas*, y den cuenta de su pasado sin marginalidad de encontrar materiales "perfectos", lo que nos obliga a entender la belleza en la diversidad. Así mismo se plantean diversidad de oportunidades de aprovechamiento, a través del *upcycling*, donde se cambian la forma y el uso del producto sin intervenir su material, el reciclaje que recupera materias primas y el aprovechamiento energético si todo lo demás falló. Supone, además, un aumento importante en las interacciones.

El ecodiseño y la economía circular son visiones holísticas que pretenden evitar y entender las externalidades negativas, parten de la abundancia y del aprovechamiento y reconocimiento del valor de los recursos que ya están en circulación. Las estrategias de ecodiseño llevan a la circularidad desde proyectar productos conectados con la realidad productiva, ambiental, económica y cultural, de manera que siempre pueda haber aprovechamiento. En la industria gráfica implica saber comunicar para todos los actores los esfuerzos y las estrategias que se aplican.



Fuente: creación propia.

LOS CICLOS DEL PAPEL



SEMILLA

Es vital seleccionar las mejores semillas para tener un buen producto. Gracias a una adecuada selección, se obtienen los mejores resultados.

BROTE O NACIMIENTO

Una vez seleccionada, la semilla se deposita en una bolsa o recipiente previamente adecuado para que germine.



SIEMBRA O TRANSPLANTE A LA TIERRA

Ya destinado el terreno y cuando la planta se encuentra en condiciones óptimas, es transplantada y sembrada en el suelo.

BOSQUES EN DIFERENTES EDADES

Las plantaciones en sus distintas etapas de crecimiento continúan bajo cuidado y vigilancia en caso de los posibles cambios y anomalías que se puedan presentar.



FLORA Y FAUNA

Los cultivos de árboles forman bosques y, en general, ecosistemas favorables al medio ambiente, la biodiversidad de flora y fauna nativas.



COSECHA Y CORTE DE ÁRBOLES

Los árboles adultos son cortados técnicamente para ser llevados al molino e iniciar de esta manera el proceso de producción del papel.

PRODUCCIÓN O MOLIENDA

Ya en el molino, se procede a cortar en pequeños trozos la madera y se lleva a un recipiente gigante donde se tritura. Allí se separan las fibras de la celulosa y son transformadas en pulpa.



ELABORACIÓN DE PAPEL

Con la pulpa disponible, se procede a darle forma al papel, tal y como lo conocemos. El papel nace de acuerdo a la forma y acabado que se necesite, y según el tipo que se requiera: bond, esmaltado u otro.

TRANSFORMACIÓN DE ROLLO A HOJA

Los rollos "yumbos" son llevados al proceso de corte, donde se convierten en rollos más pequeños o son transformados en los tamaños solicitados por el cliente.



IMPRESIÓN

El impresor convierte el papel en el trabajo o producto final solicitado por su cliente.

RECICLAJE

El papel, una vez transformado en producto final y después de su vida útil, es reciclado, llevado al molino para reprocesarlo y convertirlo nuevamente en materia prima de cara a la fabricación de papel o cartulina.





Coimpresores Bogotá importa nueva cartulina

Una excelente alternativa en la línea multicapas GC1 reverso blanco para sus clientes. La Gerencia y el Departamento Comercial de Coimpresores Bogotá le asesorarán con plena disposición de entregar muestras.

Ante la alta demanda de cartulinas y el crecimiento del sector de empaques en Colombia y el mundo, nuestra Cooperativa importa nuevas cartulinas, entre ellas la Poplar Super FBB (Folding Box Board) GC1 que comenzó a distribuirse a partir de septiembre de este año.

A continuación los aspectos más importantes sobre el molino y el producto.

Acerca de Chenming Group

Es líder en la industria de fabricación de papel de China y está clasificada como una de las 500 empresas más importantes de ese país. Desde su fundación en 1958, se ha convertido en uno de los principales actores en la industria de fabricación de pulpa y papel, con una capacidad anual de producción que supera los diez millones de toneladas.

Chenming posee la mayor escala mundial de ingeniería de integración de pulpa forestal - papel con la tecnología y los equipos más avanzados, decenas de líneas de producción de pulpa y papel de vanguardia mundial, así como una mezcla de productos con ocho series de grado medio y alto.

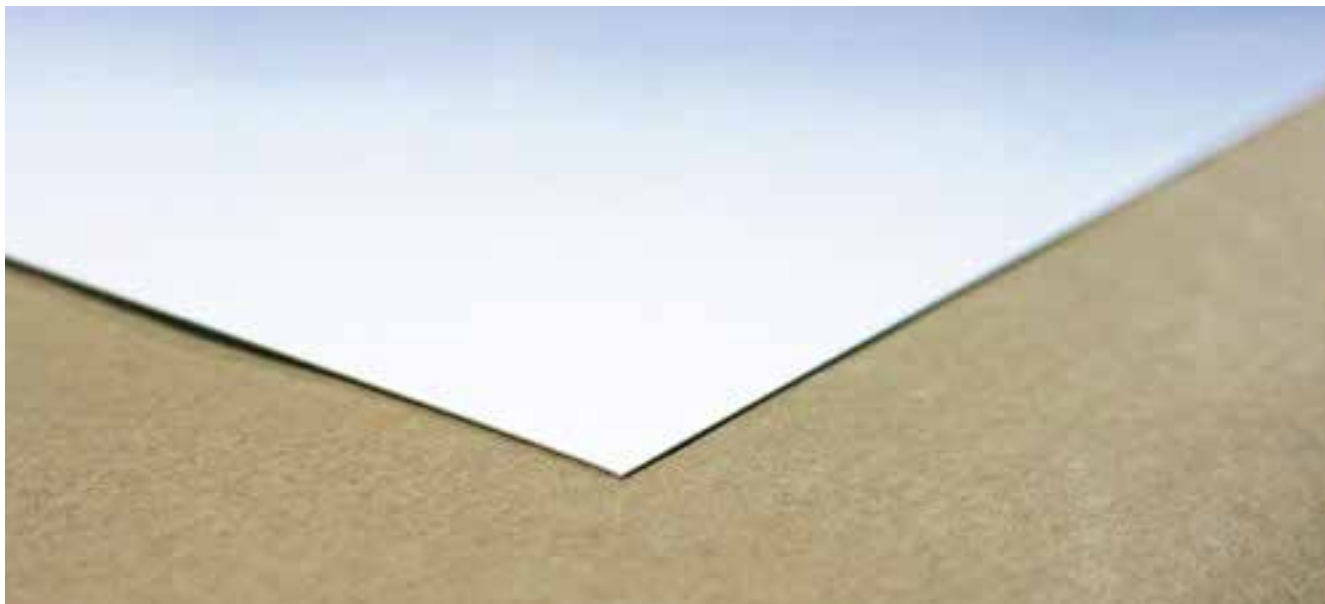
Además de lo anterior, esta empresa cuenta con instituciones de investigación científica como el

Centro de Tecnología de Nivel Nacional, la Estación de Investigación Científica Postdoctoral, el Centro Nacional de Pruebas Certificado de CNAS Pulp and Center, entre otras. Chenming tiene las certificaciones estándar ISO9001, ISO14001 y FSC-COC en la industria.



Sobre el nuevo producto

La Poplar Super FBB (Folding Box Board) GC1 es una cartulina multicapa reverso blanco, con tres capas de esmalte en su cara de impresión, una capa de esmalte al reverso, dos capas intermedias de pulpa química blanqueada y una capa de pulpa mecánica. Está disponible desde 205 gramos (calibre 12) hasta 355 gramos (calibre 24).



Las características de esta cartulina son:

- Uniformidad de espesor, excelente rigidez y volumen, buena relación peso/calibre, cualidades todas que le dan un buen comportamiento en el troquelado.
- Alta blancura, tono estable, recubrimiento fino, buena calidad de impresión.
- Brillo estable.
- Superficie de papel suave y fina.

Entre otras aplicaciones, este material puede emplearse en:

- Empaques para los sectores de alimentos, farmacéuticos, cosméticos
- Estuches de lujo
- Etiquetas y avisos colgantes
- Bolsas de compras, detergentes, juguetes, herramientas, productos para el hogar
- Folletos publicitarios y postales

Además, la Poplar Super FBB destaca por sus certificaciones:

- FDA: contacto con alimentos (Estados Unidos)
- ISEGA: contacto con alimentos (Europa)
- FSC: cadena de custodia forestal (mundial)

Encuentre la ficha técnica y certificaciones de esta cartulina aquí:





Biomateriales en empaques para la industria gráfica

Una oportunidad interesante como estrategia de sostenibilidad y responsabilidad.

Por Nelson Prieto Díaz*

Actualmente es fundamental implementar investigación + desarrollo + innovación (I+D+i) en materiales para empaques, envases y embalajes; es clave lograr una estrategia de empaques sostenibles en todos los sectores, pues los estudios de mercado demuestran que la generación Z y los *millennials* buscan productos de materiales o empaques amigables con el medio ambiente, ya que están preocupados por los efectos devastadores del cambio climático.

La necesidad de incluir materiales amigables es importante en el sector gráfico, pero para hacerlo, primero hay que conocer exactamente las definiciones y los términos relacionados:

- Iniciamos con los biomateriales, que son materiales biológicos, compatibles con las funciones biológicas de animales y cumplen con funciones mecánicas (embalaje) o de barrera para la seguridad alimentaria.
- Los bioplásticos son todas las familias de materiales de bases biológicas (biobasados), biodegradables o ambos. El término biobasado significa que una proporción significativa de carbono proviene de materia prima renovable.
- Los biopolímeros son polímeros naturales provenientes de recursos renovables y se agrupan en varias familias, siendo las principales: los



polisacáridos (almidón, celulosa, quitosano y pululano), proteínas (colágeno, gelatina, caseína) y polifenoles (lignina).

Adicionalmente, dado que en la industria es normal que haya confusiones, resulta fundamental conocer las diferencias entre material biodegradable, compostable, reciclable y reciclado:

- Los materiales biodegradables se descomponen en elementos químicos naturales por la acción de agentes biológicos, como el sol, el agua, las bacterias, las plantas y los animales.
- Los compostables son aquellos materiales que pueden transformarse en *compost* o abono orgánico, proceso en el que influye la acción

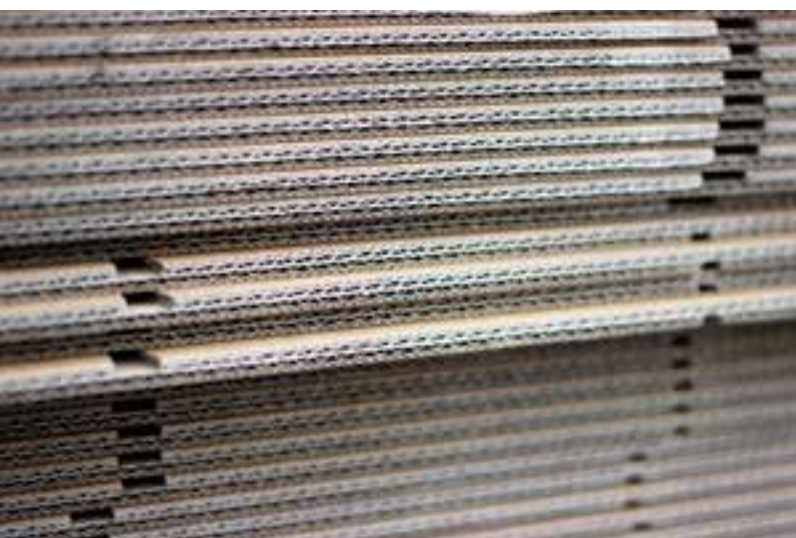
* Diseñador gráfico, especialista en Gerencia de Diseño y candidato a magíster en Gerencia de la Innovación.



humana. Un material compostable por definición es biodegradable, pero un material biodegradable no es necesariamente compostable.

- El material reciclable es aquel que permite ser reutilizado para la elaboración de otro, ya que tiene ese potencial. Un objeto que se produjo con la materia prima de uno que ya se usó es un producto reciclado.

Estos nuevos materiales deben ser sostenibles y escalables, que se cuente con una gran cantidad de materia prima sin afectar el medio ambiente; tienen que ser rentables y de disponibilidad global; y lo más importante, que protejan y alarguen la vida útil del producto al máximo sin perder sus propiedades físicas o químicas, con alta facilidad y efectividad para el envío. Así entonces, resulta necesario identificar materiales alternativos que ofrezcan costos iguales o menores, sin perder calidad y, mucho menos, las propiedades del producto.



¿Qué hacer en las empresas gráficas?

La industria requiere optimizar los recursos y producir menos desperdicios al interior de cada planta de producción, se deben implementar cambios operativos para lograr igual o mejor calidad de nuestros productos con materias primas renovables. También las empresas gráficas han de adaptarse al cambio cultural con

impactos medibles en lo que respecta al medio ambiente, medir y ejecutar estrategias para disminuir su huella de carbono, impactar favorablemente el desarrollo sostenible por el daño que se ha generado década a década, y asignar suficientes recursos para abordar la sostenibilidad de manera efectiva e inmediata, al interior y exterior de la industria, promoviendo el reconocimiento y la importancia de su implementación.

Dado que el sector gráfico enfrenta desafíos en el desarrollo de nuevos empaques, es necesario aprovechar todos los residuos para su producción, implementando la economía circular, la cual es un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes, todas las veces que sea posible y para crear valor agregado. De esta forma, el ciclo de vida de los productos se extiende. En la práctica, implica reducir los residuos al mínimo.

Así mismo, las empresas gráficas deben usar biopolímeros con materiales biobasados y materiales compostables, envases con barreras y seguros fabricados a partir de material reciclado. Hacer ecodiseño, aplicando sostenibilidad a través del diseño y a lo largo de la vida útil del producto, e implementar procesos de fabricación adecuados con materiales sostenibles para todos los sectores que requieren empaques, especialmente alimentación, higiene, cosmética, medicina, farmacia, limpieza e industria química; y para los sectores que usan embalaje, ofrecer envases y empaques con las mencionadas características y prácticas.

Una opción disponible en los envases sostenibles es la reducción de un porcentaje o la totalidad de materiales derivados del petróleo (plásticos), sin afectar o generar daños en el producto que contienen, ni arruinar la percepción de la marca en los usuarios por disminuir la calidad del envase. Por ejemplo, la botella de agua Brisa que con 22% menos de PET fue denominada como un empaque ecológico y su eslogan publicitario era "Dale la vuelta", pero en realidad, por sus paredes tan delgadas, es más susceptible a permeabilidad de la bebida.



Otra consideración para tener en cuenta son los factores sostenibles del material: el papel normalmente requiere mucha más agua y energía en su producción, mientras que fabricar el plástico resulta mucho más fácil y económico, pero el proceso de reciclar es bastante más complejo.

La tarea es transformar al sector gráfico con certificaciones ambientales a fin de crear valor agregado para sus clientes y para los consumidores.

Los envases sostenibles deben cumplir con las condiciones de higiene. Es necesario que los materiales reciclados sean limpios, convenientes, seguros y estériles, y revisar su origen pues la procedencia debe cumplir con la norma ISO 11-607:2020 que aborda el tema de envasado para productos sanitarios esterilizados.

Tendencias

El pronóstico global para el año 2025, según la tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC), es que el mercado de empaques de papel y cartón aumentará en un 4,2%, mientras que el mercado de envases de plástico únicamente se ampliará en 3,7% y el mercado de envases de vidrio podría crecer un 4,4%. La tendencia es minimizar los plásticos, especialmente aquellos de un solo uso ya que representan el 85% de la basura marina a nivel mundial. Además se prevé que la cantidad de desechos plásticos que desemboca en el mar cada año casi se triplicará para 2040, cuando ascenderá a 29 millones de toneladas según la revista *National Geographic*. Por esta razón, la industria de los derivados de la celulosa trabaja en el desarrollo de una amplia gama de productos que pueden posicionarse en el mercado como una alternativa sustentable frente a los plásticos; la celulosa definitivamente es la alternativa de los nuevos empaques con biomateriales.

Paper Bottle Company (pacobo.com) es una empresa exitosa a nivel mundial que está fabricando botellas de papel con una fina barrera de PET 100% reciclable. Este es un producto novedoso disponible en el mercado, pero

la compañía ha desarrollado el prototipo de una botella de papel en la que esa fina película es de base biológica; o sea, la nueva botella es totalmente base ecológica. Actualmente hay marcas de cerveza, productos de aseo y de bebidas que se comercializan con este desarrollo en algunos países en Europa.

Otra tendencia mundial es la fabricación de productos con ingredientes naturales. Las empresas de productos de limpieza y cuidado capilar están migrando a la creación de champú en barra, que contribuye principalmente a la reducción de plástico (envase) ya que su empaque puede ser una caja en cartulina con sus respectivas barreras. Estos nuevos champuses ofrecen grandes beneficios a los consumidores, como menos restricciones de seguridad en los aeropuertos, alta concentración para una mayor duración, y la certeza de que son 100% naturales y los fabricantes no usan animales para pruebas de producto.

En estas tendencias podríamos incluir los cepillos de dientes en bambú, las barras desodorantes ecológicas en cartón prensado (que pueden incluir semillas vivas en su tapa), bolsas de tubo en papel que mantienen su forma (para productos cosméticos), y materiales nuevos como Sulapac® o NatureFlex™ que son completamente biodegradables, libres de microplásticos, hechos de madera y ligantes naturales, resistentes al agua y al aceite, y no los penetra el oxígeno.

Finalmente, se están fabricando productos con residuos plásticos, como calzado deportivo y ropa de reconocidas marcas mundiales, y se ha incrementado el uso de papel y cartón en prestaciones tales como las anillas para el envasado de los *sixpack* de latas en aluminio, producidas con residuos de trigo y cebada con el objetivo de proporcionar alimento y evitar daños a la vida marina. Igualmente, ha aumentado el desarrollo y diseño de productos con cartón ondulado, por ejemplo, para agrupar las latas, botellas, canastillas para frutas y verduras, y se han generado embalajes sostenibles con películas completamente biodegradables, certificadas y de fuentes controladas, totalmente compostables y desechables como residuo orgánico. También se han desarrollado tintas orgánicas o con base de agua, las cuales eliminan metales pesados en cualquier tecnología de impresión.



Nueva comunidad digital para la reactivación de los sectores creativo, cultural y gráfico

Una herramienta para cruzar información, aprender y hacer negocios.

La Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) lanzó el programa Bogotá Región Distrito Digital, con el que busca apoyar la reactivación en los sectores creativo, cultural y gráfico, posicionando una comunidad digital en la que empresas de todos los tamaños podrán acceder a nuevas formas de hacer negocios, contactos de valor de su cadena productiva, *masterclasses* y capacitaciones

Bogotá Región Distrito Digital es el séptimo de los siete programas bandera que la CCB anunció este año, enfocados en la recuperación económica,

especialmente de las micro y pequeñas empresas de Bogotá y la Región. Estos programas hacen parte de los esfuerzos realizados por las 17 iniciativas clúster que lidera la entidad, junto con actores públicos, privados y académicos, quienes trabajan desde hace nueve años para mejorar la competitividad de Bogotá y Cundinamarca.

Nicolás Uribe Rueda, presidente de la CCB, afirmó que “esta iniciativa es clave para la generación de negocios para las empresas y emprendimientos de todos los





tamaños de industrias como la música, el cine, la televisión, la publicidad, los videojuegos o el diseño, entre otros. Nuestro programa cobra mayor relevancia teniendo en cuenta que estos concentran el 5,8% del tejido empresarial de Bogotá y la Región, donde el 99% son mipymes, que son las que más requieren apoyo”.

Ruedas de negocios, eventos estratégicos, networking, innovación abierta, tendencias del mercado, conferencistas internacionales y nacionales, capacitación a la medida, directorio de proveedores y ruedas de empleabilidad, son parte de los temas y actividades a disposición de los empresarios en Bogotá Región Distrito Digital.

El programa Bogotá Región Distrito Digital busca integrar toda la oferta del ecosistema creativo y potenciar la forma de interactuar a través de espacios virtuales, donde los empresarios puedan colaborar para lograr el crecimiento y la reactivación conjunta a través de ruedas de negocios, eventos estratégicos, *networking*, innovación abierta, tendencias del mercado, conferencistas internacionales y nacionales, capacitación a la medida, directorio de proveedores y ruedas de empleabilidad, entre más acciones que pretenden llevar el relacionamiento a otro nivel.

La ambición de la CCB es tener a todos los clústeres dentro de esta comunidad y así disponer de un espacio digital en el que todos los sectores de la economía podrán cruzar información, aprender juntos y, lo más importante, hacer negocios.

Adicionalmente, en esta plataforma se podrá encontrar toda la oferta institucional de apoyo al sector tanto de la CCB como de sus aliados externos, de manera que se fortalezcan el diálogo y el relacionamiento permanente entre empresarios, gobierno, academia y gremios.

Las cifras del sector

A 2021, el sector de industrias creativas, culturales de contenido y gráficas asciende a 20.249 empresas, las cuales generaron un nivel de ventas de \$18 billones de pesos.

Según el último informe del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en 2020 la participación de estas actividades en el total nacional fue de 2,2%, el nivel más bajo de los últimos siete años. El sector ha sido uno de los más afectados durante la pandemia y, en total, su valor agregado, a precios constantes, llegó a \$19,2 billones el año pasado, una cifra que representó una caída de 20,7% frente a lo que se reportó en 2019.



SÍGANOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES

f COIMPRESORESBOG @ COIMPRESORESBOG
in COIMPRESORES-BOGOTA



WWW.CIPB.NET



Ocho tips para el cuidado de la salud mental en época de pandemia

Como nunca antes en nuestras vidas, actualmente debemos salvaguardar nuestro bienestar emocional, psicológico y social.

Por: Comité de Comunicaciones Coimpresores Bogotá

La pandemia, sin duda, ha tenido implicaciones no solo en los ámbitos de la salubridad pública, sino también en los contextos sociales y culturales. Si lo revisamos a la luz de los aspectos psicosociales, entendiendo que las patologías no son experiencias manifiestas únicamente a nivel individual y particular, el covid-19 ha afectado la salud mental de las personas y su desempeño en los campos educativos, empresariales, familiares, entre otros.

Pese a los planes de vacunación y las restricciones para evitar su propagación, lo cierto es que todavía estamos lejos de retornar a la llamada “normalidad” o tal vez debamos aceptar que su retorno parece imposible, de suerte que podamos comprender que los cambios que trajo la pandemia en las diversas dimensiones de la vida social humana (entornos laborales, celebraciones de cumpleaños, actividades deportivas) son irreversibles.

Es por ello que resulta vital, además de las medidas de bioseguridad, ser conscientes de la salud mental de familiares, amigos, compañeros de trabajo, de todas las edades, y por supuesto, de nosotros mismos. Así, les compartimos aquí algunos tips de fácil implementación:

Haga ejercicio: realizar alguna actividad física libera hormonas y en general sustancias químicas que permiten neutralizar la ansiedad, el estrés y la depresión.

Además, produce mayor bienestar físico y fomenta la autodisciplina, así como brinda una sensación de libertad y felicidad inherentes al desarrollo humano.

Tenga momentos de silencio: aunque la meditación no es lo mismo que tomarse un rato de silencio es ampliamente recomendable. Dedique unos minutos del día a meditar, respirar o sencillamente al silencio. Esto le permitirá no divagar en pensamientos catastróficos y será una forma efectiva de centrarse en el aquí y en el ahora.





Duerma bien: parece existir un consenso en torno a que una persona adulta debe dormir como mínimo siete horas. Dedique tiempos de calidad al sueño reparador y apague los dispositivos electrónicos que generen sobreestimulación y pérdida de sueño. Recuerde implementar hábitos saludables tales como tener una alimentación suave en las noches.

Exteriorice lo que siente: más allá de los impactos actuales de la pandemia, lo cierto es que no habitamos una cultura que promueva la expresión sana de las emociones. Por ello que es recomendable que exprese, en lugares seguros, ante personas de confianza o algún profesional en psicología, sus frustraciones, angustias o situaciones que le generen estrés.

Dedique tiempo al desarrollo personal: es común ver cómo se utilizan los tiempos y ratos libres para “distraer la mente”, como se suele decir coloquialmente. A cambio de ello, dedique tiempo a leer un buen libro, asistir a una conferencia, ver un documental o desarrollar otra actividad que le permita tener diferentes perspectivas de la vida y el mundo.

“La salud es la unidad que da valor a todos los ceros de la vida”, Bernard Le Bouvier de Fontenelle (1657-1757, escritor francés).

No se aíse, construya relaciones interpersonales sanas: somos seres sociales y culturales. Parece obvio, aunque en la práctica del mundo actual de déficit de interacciones humanas reductibles a la pantalla de un portátil o celular, debe enfatizarse. Esta frase parece no ser verdad de Perogrullo. Necesitamos socializar con los demás seres humanos y la ausencia de socialización genera desequilibrios psicoemocionales, incluso dificultades en los procesos de socialización de niños y niñas. Es importante construir relaciones sanas que estimulen espacios para compartir en familia, la comunicación de las emociones y las necesidades, así como escenarios afectivos que generen apoyo comunitario y mejor calidad de vida.



Organice sus tiempos y rutinas: organice algo afuera para que se organice algo adentro. Y no es exageración: la serenidad y el equilibrio están ligados a la organización de actividades y tiempos. Establezca prioridades. Escriba y diferencie los asuntos que son urgentes de los importantes. Determine horarios adecuados para la alimentación, las actividades de esparcimiento y de familia. Todo lo anterior es vital para aminorar la depresión y la ansiedad.

Sea empático/a: indiscutiblemente ayudar a los demás es una de las mejores maneras de contribuir con la salud mental propia y colectiva. Desarrollar la comprensión y actuar en beneficio colectivo, a partir del hecho de ponerse en los zapatos de los demás, no solo incrementa el nivel de solidaridad colectiva sino que tiene amplios beneficios psicosociales.



Confeccionamos las
prendas de vestir de sus
colaboradores

Estampamos y bordamos
el logo de su empresa

- Seguridad Industrial
- Bioseguridad

Líneas de atención
323 221 0067
dotaciones@cipb.net

DOTACIONES
Coimpresores Bogotá