ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

Síguenos:

AGUDI

Boletín ELECTRÓNICO

28 de junio de 2018 N ° 582

NOTAS DE INTERÉS 01-04

//PROYECCIONES del mercado del etiquetado para 2018

//NUEVO SITIO WEB DE AGUDI

//PAPEL reutilizable podría ayudar a reducir el consumo de tinta y papel

//EPSON destaca sus soluciones para impresión digital de etiquetas

//LA NUEVA era del 'user experience', branded packaging

//PLATAFORMA de impresión 4D de materiales transformables por estímulos externos

ACTUALIDAD 05

//LABORAL Triple jornal por trabajar en feriado//TRIBUTARIO Nueva normativa para la autorización de impresión de comprobantes de pago

SPONSOR PLATINUM

SPONSOR ORO

SPONSOR PLATA

Proyecciones del mercado del etiquetado para 2018

DURANTE 2017 HUBO UN ROBUSTO CRECIMIENTO EN EL MERCADO DE ETIQUETAS A NIVEL MUNDIAL Y LA INDUSTRIA SE CONTINUÓ DIVERSIFICANDO.

Andy Thomas, director estratégico de Labels&Labeling, destaca para este año que en los mercados en desarrollo aún hay un gran potencial de crecimiento y oportunidades de innovación. "En África, Medio Oriente y Latinoamérica el perfil más joven de los consumidores abre nuevas oportunidades para campañas de marketing innovadoras e interactivas, con las etiquetas como centro", señala Thomas.

Mientras, en Europa y otros mercados desarrollados la innovación y el crecimiento están cambiando rápidamente los hábitos de los consumidores, lo que hace que las marcas se muevan rápidamente entre distintos formatos.

En todos los mercados globales surge la necesidad de que las etiquetas se vuelvan "inteligentes". Desde la gestión global de la cadena de suministros y sistemas track and trace, pasando por detecciones ambientales (como temperatura y presión), indicadores de frescura y elementos integrados de seguridad (desde RFID –identificación por radiofrecuencia- a tintas y barnices especializados).

Otra fuente de innovación son los requerimientos legales de añadir más y más información en los empaques. Esto favorece formatos que dejen espacio para identidad de marca mientras presenten la información requerida. En este sentido, la Asociación Nacional de Fabricantes de Etiquetas en Continuo de España aclara que producto, etiqueta y envase deben concebirse como una unidad que transmite el mismo mensaje, entregando información y además los valores de la marca.

Ganar la lealtad de los clientes, explica Thomas, también necesitará de la innovación. Desde personalización como herramienta de marketing, a conectar con plataformas de redes sociales mediante realidad aumentada y códigos que se puedan escanear.

VISITA NUESTRA RENOVADA PÁGINA WEB Y PARTICIPA EN NUESTRO FORO



WWW.AGUDIGRAFICOS.COM

Papel reutilizable podría ayudar a reducir el consumo de tinta y papel



No es la primera vez que se anuncia el desarrollo de un papel inteligente que, una vez usado, puede borrarse en el acto y ser utilizado de nuevo. Uno de los problemas con estas tecnologías es, precisamente, que los textos e imágenes que se plasman sobre estos soportes tienden a desvanecerse en poco tiempo. Otro, que, en general, solo permiten incluir motivos monocromos.
Pues bien, un grupo de investigadores de distintos centros tecnológicos chinos, coordinados por Qiang Zhao, un experto en electrónica orgánica de la Universidad de Correos y Telecomunicaciones de Nankín, ha diseñado un nuevo tipo de papel y una tinta especial que, cuando se utilizan conjuntamente, no solo hacen posible que se muestren varias veces imágenes y textos en color en una misma hoja, sino que estos perduren durante más de seis meses.

Más barato y ecológico

Según explican en un estudio en la revista Nature Communications, tras reutilizar una de estas láminas ocho veces -un empleo que consideran conservador- han estimado que el coste por impresión de su sistema supone aproximadamente una quinta parte del de inyección de tinta que en la actualidad usan muchas impresoras.
Este mismo equipo de expertos ha presentado otro tipo de papel reutilizable que usa agua como tinta. El sistema, aún en sus primeras fases de desarrollo, solo permite obtener impresiones en un color, pero reduce los costes de impresión a una décima parte de lo que es habitual.

En su ensayo, los autores explican que, durante siglos, el papel ha sido el medio más importante para conservar datos y extender la civilización. "Aunque en las últimas dos décadas distintos soportes electrónicos han irrumpido en nuestro día a día, sigue siendo fundamental en la comunicación y la difusión de la información. Sin embargo, su uso tiene un importante impacto medioambiental", añaden.

Epson destaca sus soluciones para impresión digital de etiquetas

Epson cuenta con una familia de impresoras de etiquetas creadas para imprimir etiquetas a color que brindan soluciones de calidad a emprendedores y empresas que busquen desarrollar internamente sus etiquetas a color, sin depender de terceros. Se trata de las impresoras Epson ColorWorks®, las cuales permiten crear etiquetas a todo color, empleando diseños propios, y con opción de modificar las cantidades que se requiere bajo demanda.
Estos dispositivos están pensados para satisfacer las necesidades de cualquier sector, ya sean farmacias, alimentos, comercios, identificaciones para eventos, o etiquetas para productos químicos, entre otros. Las ventajas de este tipo de impresión bajo demanda es la flexibilidad que ofrece de controlar cantidades y sesiones de impresión, ya que todo el proceso de producción es sencillo y personalizado.
De esta manera, se alcanza más eficiencia, se asegura un aumento de velocidad en los procesos y promete mayor productividad, a causa de su estrategia de eliminación de los costos imprevistos y de los residuos de las etiquetas.

"En Epson ofrecemos lo mejor de impresoras de etiqueta con nuestro cabezal PrecisionCore. Nuestra tecnología ha probado la resistencia de la tinta en agua, en exposición a una temperatura de menos de 30° C, especial para productos que necesiten llevarse a un frigorífico", dijo Alvaro Florez, Gerente de canal VAR en la Feria Internacional Pack Perú Expo 2018, escenario que expone la tecnología de punta e innovación en la industria del packing.



La nueva era del 'user experience', branded packaging

¿Qué es exactamente el branding packaging experience? Según el estudio de diseño Garrofé, es todo lo que la marca comunica a partir del momento en que el cliente recibe el paquete en casa. Desde la sensación de emoción al recibirlo, dada siempre por la condición de e-commerce, hasta descubrir que contiene su pedido. Esos son los segundos que una marca tiene para ser memorable. A continuación se recogen unos consejos del estudio de diseño:

Cómo mejorar la experiencia de compra:

1. La primera impresión es importante
Crear un diseño impactante en tu caja, combinar colores y generar mensajes para sorprender al cliente. Hay mil maneras, como formas estructurales únicas o cambiar de materiales.

2. ¡Cuidar los detalles!
Relacionar el aspecto del packaging con la gráfica y añadir detalles en el interior. El uso de cordones, telas, papeles de seda, etiquetas y pegatinas darán un valor añadido al producto y reforzarán la imagen de marca.

3. Saludar y mandar un mensaje...
Crear una conversación con el consumidor. Añadir mensajes amables e intentar darle un punto de valor, como por ejemplo, creando postales o cajas personalizadas. ¡La caja es un lienzo en blanco!
Y ser agradecido.... Ser agradecido con el cliente por confiar en la marca refuerza los significados de atención a los detalles y potencia la fidelización. Se pueden aprovechar estos mensajes y cruzar campañas de marketing añadiendo cupones descuento para la siguiente compra o un regalo.

4. Crear algo único y especial
Intentar ser original con las formas y los materiales. Mezclar conceptos y sorprender con la forma en la que se envían los productos.

5. No todo vale, ¡hay que ser honesto!
Evitar añadir elementos que hagan bulto o a los que no vayan a sacarle partido. Todo en el pack ha de tener sentido. Tampoco deben crearse expectativas muy altas si el producto no puede cumplirlas. El packaging debe ser funcional a la par que atractivo.

6. Animar a losclientes a compartirlo
No hay nada más efectivo que el boca-oreja digital, por lo que es muy interesante animar a los clientes a compartir la imagen del pack en redes sociales.
Resumiendo, hay que sacar partido a los envíos y utilizarlos como una nueva forma de comunicación con el cliente, establecer un vínculo y crear un sentimiento de pertenecer a la comunidad de marca. ¿Preparados para empezar a buscar el efecto WOW?

Plataforma de impresión 4D de materiales transformables por estímulos externos

La impresión 3D consiste en la adición de material de manera digital para crear objetos complejos tridimensionales. Está técnica resulta de gran utilidad para el prototipado rápido de objetos complejos, lo que permite por ejemplo acelerar el proceso de diseño de nuevos productos.
Por otro lado, con la impresión 3D es posible fabricar objetos personalizados a medida, lo que va a contribuir al desarrollo de la medicina y a la revolución de la industria 4.0. En muchas ocasiones, este tipo de impresión hace uso de materiales termoplásticos que, una vez impresos, resultan en objetos tridimensionales inanimados.
El concepto de impresión 4D es ir un paso más allá, porque añade el tiempo como dimensión y consiste en la impresión 3D de materiales que responden a estímulos externos, de manera que el objeto impreso va a cambiar en el tiempo al ser expuesto a un estímulo adecuado, por ejemplo temperatura.

Es el avance que ha conseguido un equipo de investigadores del ICMA (Instituto de Ciencia de Materiales de Aragón, mixto entre el Consejo Superior de Investigaciones Científicas CSIC y la Universidad de Zaragoza) dirigido por el científico titular del CSIC, vicedirector del instituto aragonés y reciente premio 2017 de la Real Academia de Ciencias de Zaragoza (sección de Físicas) Carlos Sánchez Somolinos, que ha desarrollado, con la colaboración de la técnico María López Valdeolivas, una plataforma de impresión de polímeros de cristal líquido que responden a un estímulo externo, temperatura en este caso, aunque con otros materiales pueden ser estímulos distintos como luz, pH, humedad, campos magnéticos o eléctricos.

La plataforma de impresión 4D desarrollada en el ICMA ha permitido implementar diversas funciones y deformaciones complejas, difíciles de lograr con las tecnologías de procesado actualmente disponibles para estos materiales.

El carácter aditivo de esta tecnología de impresión 4D permite pensar en la preparación de elementos estructurados microscópicamente y a la vez fabricados a gran escala que pueden realizar una gran cantidad de trabajo con mucha precisión, funcionando por tanto como auténticos músculos artificiales, reduciéndose así la brecha actual entre estos materiales y las aplicaciones reales.

LABORAL

Triple jornal por trabajar en feriado

Los trabajadores que laboren este feriado 29 de junio percibirán triple remuneración diaria siempre que no gocen de un día de descanso sustitutorio.

Esto en aplicación del Decreto Legislativo N° 713, relativo a los descansos remunerados de los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, indicó la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

En efecto, el artículo 8 del Decreto Legislativo N° 713 establece que los trabajadores tienen derecho a percibir por el día feriado no laborable la remuneración ordinaria que corresponde a un día de trabajo, manifestó Víctor Zavala, gerente del Centro Legal de la CCL.

Además, según el artículo 9 del decreto legislativo, si el trabajador labora en día feriado, sin descanso sustitutorio en otro día, tiene derecho al pago de la remuneración diaria más una sobretasa del 100%, refirió Zavala.

Apuntes

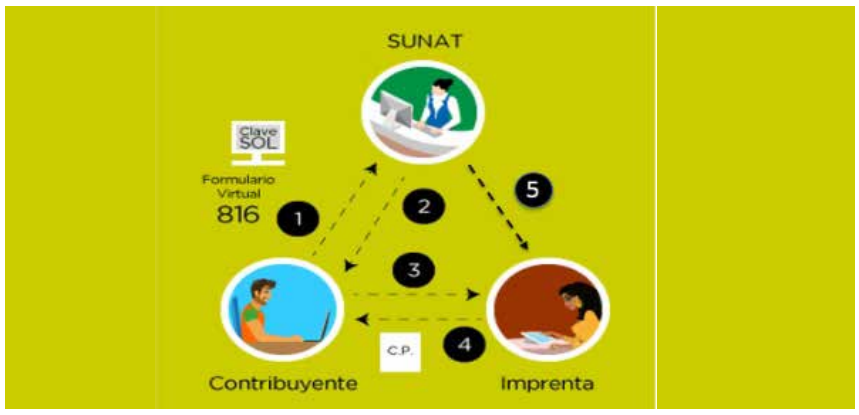
Si el trabajador labora el viernes 29, sin descanso sustitutorio, percibirá una remuneración diaria por el feriado.

Además, recibirá otra por la labor realizada y otra por haber laborado en día feriado.



TRIBUTARIO

Nueva normativa para la autorización de impresión de comprobantes de pago



A partir del 2 julio de 2018 entra en vigencia el nuevo sistema de autorización de comprobantes de pago físicos.

Nuevo Modelo de Autorización

- Desaparece el canal exclusivo de las imprentas que autorizan e imprimen comprobantes de Pago
- Se incrementa los requisitos para solicitar autorización de comprobantes de pago físicos
- Se aprueba el formulario virtual 816 a través de SUNAT operaciones en Línea, garantizando el no repudio de la solicitud.
- El sistema validará requisitos a ser cumplidos por el contribuyente.

Nuevas regulaciones para los comprobantes de pago

Requisito adicional para autorización de comprobantes de pago

"Haber informado a la Sunat de por lo menos, el 90% de lo autorizado con ocasión de la solicitud formulada con anterioridad y respecto del mismo comprobante"

No se considera en el cómputo del referido porcentaje a los comprobantes de pago cuya baja se hizo efectiva antes de la presentación de la solicitud, y tratándose de la primera solicitud no se aplica este requisito.

Objetivo:

Controlar el número de comprobantes impresos que un contribuyente deberá de tener en stock, y que en la práctica representara un 10% de ese stock para solicitar una nueva autorización.

Límites para conceder la autorización de comprobantes de pago

Se autoriza, como máximo, el 10% del promedio mensual de lo emitido en el SEE (SEE-SOL, SEE-SFS, SEE-Del Contribuyente, SEE-OSE, se consideran solo los aceptados para efectos del cómputo) respecto del mismo tipo de comprobante de pago en los seis meses anteriores a aquel en el cual se presenta la solicitud o 100 formatos por cada tipo de comprobante de pago y por cada establecimiento, lo que en total resulte mayor anteriores a la solicitud.