Boletín ELECTRÓNICO

AGUDI
ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

FELIZ DÍA DEL GRÁFICO



Estamos atravesando tiempos difíciles, pero la industria gráfica no se detiene, porque somos una industria clave. Y no sería posible sin el grupo humano que la conforma y trabaja día día comprometido con la sociedad. Por eso queremos reconocer en este día la invalorable labor de:

Preprensistas, impresores, operadores de posprensa, diseñadores, ilustradores, personal de administración, finanzas, gestión humana, producción, planificación, cotización, ventas, sistema, logística, almacén, gerentes de línea y propietarios de empresas gráficas.

ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

NOTAS DE INTERÉS 02-10

 # La bolsa de papel anuncia un 35% de crecimiento en los últimos tres años

 # WEBINAR ¿Qué podemos esperar los empresarios del 2021?

 # Resiliencia tecnológica, la clave para generar nuevos negocios en 2021

 # El 85% de los consumidores demandan productos con packaging sostenibles

 # Saludo Roepa

 # El esperanto de la comunicación gráfica / CURSO PDF EXPERT

 # Razones para amar el papel

SPONSOR PLATINUM

SPONSOR ORO

SPONSOR PLATA

LIMA-PERÚ 14.01.2021

prensa@agudigraficos.com / www.agudigraficos.com

La bolsa de papel anuncia un 35% de crecimiento en los últimos tres años



El 98% de las bolsas utilizadas en las panaderías y pastelerías; el 87% en los comercios minoristas de moda, complementos, regalo, zapaterías y óptica; el 38% en las farmacias, y el 23% en la gran distribución en España, son bolsas de papel, según publica la Revista Infopack.

Los atributos medioambientales de la bolsa de papel reutilizable, biodegradable, reciclable y renovable se traducen en una creciente preferencia de comerciantes y consumidores y un uso creciente de las bolsas de este material en todo tipo de establecimientos comerciales, muchos de los cuales han ido adelantándose a la entrada en vigor de nuevas políticas públicas.

La bolsa de papel se afianza también en el sector de la gran distribución, donde supone ya el 23% del consumo total de bolsas comerciales. En este ejercicio marcado por el COVID -19 el sector de la distribución alimentaria ha seguido apostando por las bolsas de papel y cada vez son más las cadenas de supermercados que la ofrecen, tanto en su línea de cajas como para las entregas de las compras online. En la gran distribución, 2018 fue el año clave con la implantación del uso de la bolsa de papel en supermercados.

Labolsadepapel es una campaña de promoción del consumo sostenible, en la que se han unido fabricantes de papel para bolsas y fabricantes de bolsas de papel de España y Portugal.

22 enero

WEBINAR

¿Qué podemos esperar los empresarios del 2021?

TEMARIO

El año 2021 será también un año inusual:
- ¿Cuando encontraremos la nueva normalidad?
- ¿Cuáles son las principales preocupaciones de los empresarios?
- ¿Qué podemos esperar de las elecciones generales de abril 2021?
- ¿Cómo será el desenvolvimiento del tipo de cambio a través del año?
- Algunas ideas para el mejor desempeño empresarial en el 2021.

ING. LUIS BABA NAKAO
EXPOSITOR

Presidente de EFIDE y miembro del directorio de importantes empresas del sector automotriz, financiero e inversión. Ha sido Presidente de Directorio de la Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), del Fondo Nacional de Medio Ambiente (FONAM), miembro del directorio de la Corporación Andina de Fomento (CAF), del Banco Exterior de los Andes y España (EXTEBANDES).

AGUDi
ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

SPONSOR PLATINUM

SPONSOR ORO

SPONSOR PLATA

AUSPICIADOR

ROEPA

INFORMACIÓN GENERAL

Día: viernes 22 de enero de 2021.
Hora: 9.00 a.m.
Vía: Zoom

Resiliencia tecnológica, la clave para generar nuevos negocios en 2021

Xerox está plenamente convencido que el 2021 será un año con grandes cambios. La situación que se vivió en 2020 transformó la forma del trabajo y la colaboración, sin duda silenció cualquier reserva sobre la necesidad de una urgente necesidad de la transformación digital en las empresas para transitar a un trabajo de forma híbrida.

En esta situación el segmento de distribución de diversos bienes se encuentra ante un difícil panorama que puede ser utilizado a su favor para desarrollar nuevas fuentes de ingresos. Por eso, es necesario que se tomen el tiempo para comprender las necesidades individuales de sus clientes y lo que está sucediendo en la región.

Por ejemplo, de las 600 empresas de TI que se sondearon en la encuesta el Futuro del trabajo realizada por Xerox, el 72% comenta que desde una perspectiva tecnológica no estaban completamente preparadas para la tan repentina transición al trabajo remoto. La pandemia fue un claro ejemplo de la necesidad de invertir y expandir esfuerzos para adoptar la digitalización como uno de los pilares en las empresas.

No obstante, de acuerdo con los datos de Xerox, el 81% de los encuestados tiene más confianza en los trabajadores remotos que antes de la pandemia. Lo que muestra la importancia de comprender que cada cliente tiene un único enfoque. Surgen diferentes preguntas como: ¿Están en un período de bloqueo? ¿Están sus colaboradores regresando a la oficina?

Xerox introdujo una serie de iniciativas centradas en su canal de distribución para incentivar y complementar la digitalización y continuación del negocio, debido a lo difícil que resulta crecer y aprender de los diferentes cambios.

- Seminarios web y capacitaciones en línea sobre el cuidado personal, sanitización de productos, tendencias emergentes y tecnología.



- Presentación de productos y soluciones enaltecen la digitalización y el trabajo híbrido con el fin de satisfacer plenamente la demanda.
- La formación de los canales con técnicas de ventas virtuales, para generar nuevos potenciales clientes.

Las tendencias más relevantes del 2021

A lo largo del 2021 se observarán diferentes temas relevantes que valdrán la pena que los distribuidores tengan presente.

“Uno de los puntos más importantes a considerar es la capacidad un proveedor a otorgar todos los servicios y productos, sin necesidad que el cliente recurra a un tercero”, explica Mariana Ferola Directora de Marketing de América Latina y el Caribe de Xerox. “Ser un

proveedor de tecnología integral, que respalda las necesidades únicas y cambiantes de los clientes en el ámbito de documentos móviles y la nube accesible tanto en casa como la oficina. Ser capaz de fortalecer la resiliencia tecnológica y ofrecer un ecosistema tecnológico flexible y escalable es crucial para ganar nuevos negocios y la lealtad de sus clientes.”

El desarrollo y la inversión de tecnologías y aplicaciones para el lugar de trabajo que no requieran de contacto físico, se colocan como una

de las tendencias claves para este 2021. Sirva de ejemplo que, en la encuesta el Futuro del trabajo elaborada por Xerox, el 56% de los empleadores aumentará los presupuestos de tecnología y el 34% invertirá fuertemente en aplicaciones de lugar de trabajo sin contacto y que automaticen los procesos. Xerox ofrece aplicaciones como Workplace Mobile App, que permite imprimir, escanear y copiar sin necesidad de tocar la multifuncional, lo cual puede ser un punto diferenciador para que los distribuidores ofrezcan a sus clientes

La seguridad de las Pymes es otro factor clave. Los datos muestran que las empresas están priorizando las inversiones en software basado en la nube (65%), soporte de TI remoto (63%) y software de colaboración (52%). Estos tres puntos requieren de una firme implementación de mecanismos de seguridad, especialmente para las PYMES que son más vulnerables a las brechas de seguridad por su limitado presupuesto en tecnología y menor experiencia en temas de seguridad.

Nuevos retos para 2021

La implementación de un entorno de trabajo híbrido será uno de los puntos más importantes para este 2021. Si bien la tecnología permitió que decenas de millones de colaboradores pudieran continuar trabajando desde casa, la experiencia que tuvo Xerox mostró que la conexión entre colegas se está perdiendo, además de la capacidad de salir del trabajo cuando están en casa, sin olvidar que el contacto cara a cara es insustituible.

“Los distribuidores deben proponer a sus clientes formas originales de llamar la atención de sus consumidores. Un claro ejemplo es utilización adornos de llamativos y diferenciales en sus proyectos como colores metálicos, fluorescentes, blanco y transparente,” Indica Mariana Ferola, “la impresión está más viva que nunca, ahora es necesario imprimir más allá de su típica función, continuamente los negocios anunciaron a sus clientes nuevas medidas de seguridad, los hospitales se apoyaron de la impresión para crear brazaletes personalizados de cada paciente.”

Por último, la impresión y la inversión en la transformación digital seguirán siendo fundamental a medida que los empleados avancen hacia una reapertura de manera segura.

El 85% de los consumidores demandan productos con packaging sostenibles

Un estudio realizado por DS Smith en Europa muestra que, aunque la pandemia ha dado lugar a nuevos hábitos de consumo, los consumidores continúan apostando por los envases sostenibles.

La pandemia no frena la preocupación de los europeos por el medio ambiente: un nuevo estudio realizado por DS Smith en Europa muestra que, aunque la pandemia de COVID-19 ha dado lugar a nuevos hábitos de consumo, los consumidores continúan apostando por los envases sostenibles.

De hecho, casi un tercio reconoce que ha dejado de comprar determinadas marcas porque su packaging no era sostenible, según informa la Revista Infopack.

Este nuevo estudio, realizado por DS Smith e Ipsos MORI (líder internacional en investigación de mercado) expone que, a pesar de la crisis sanitaria mundial, los consumidores continúan teniendo presente al medio ambiente: el 85% afirma que quiere comprar productos que utilicen el menor packaging posible y casi un tercio (29%) declara que ha dejado de comprar determinadas marcas porque su packaging no es sostenible.

La higiene es otro de los temas que preocupa a los consumidores, más de la mitad de los encuestados (57%) afirma que se lava las manos minuciosamente después de tocar artículos recibidos vía online, y el 30% se deshace del packaging con más rapidez (enfatizando la necesidad de disponer de información visible y clara para desecharlos).

ROEPA

Multinacional alemana líder mundial en compra y venta de maquinaria para la industria gráfica
más que un proveedor.

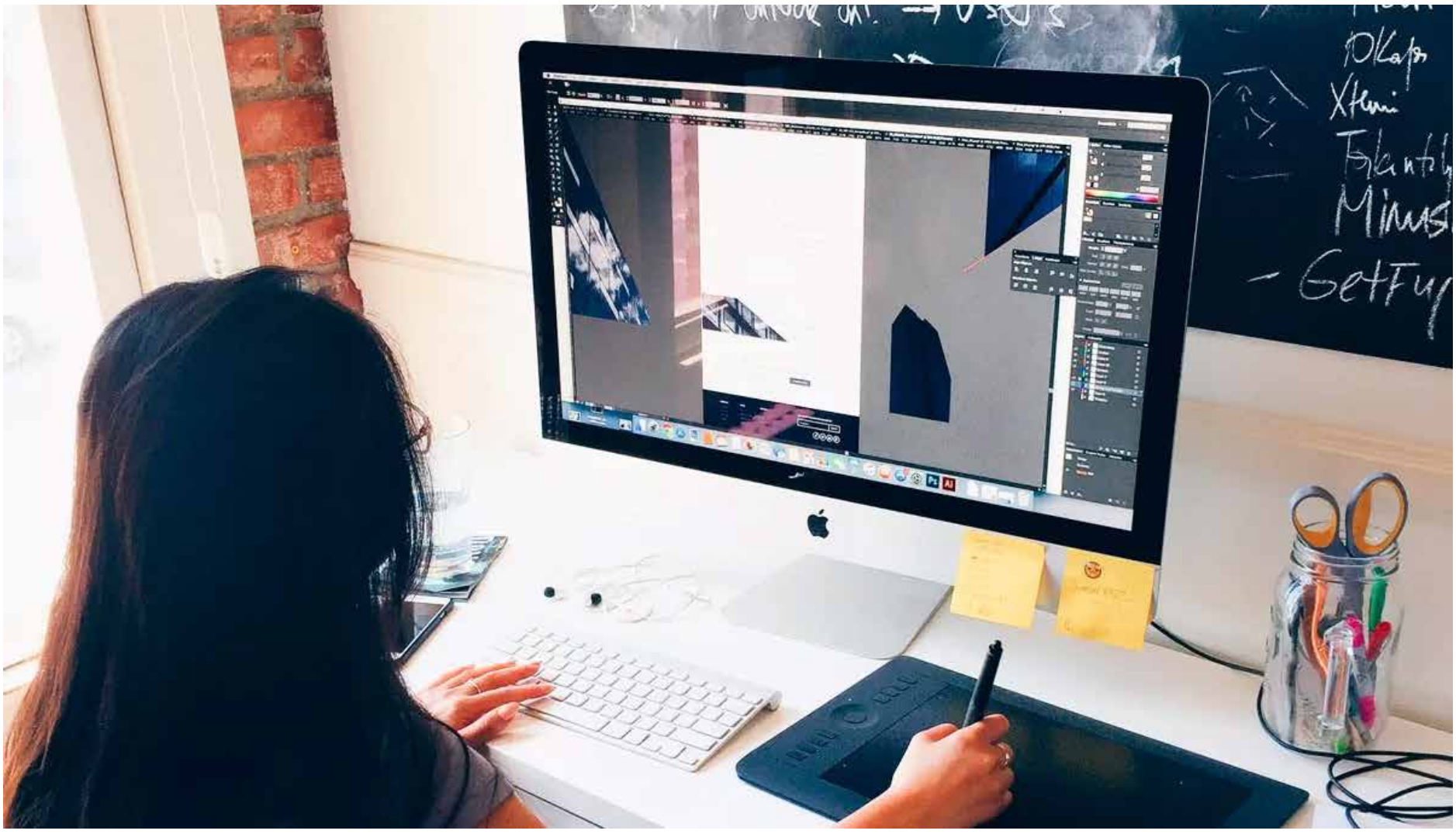
HEIDELBERG
RYOBI
KOMORI
Kando: Beyond Expectations
MAN ROLAND

14 de Enero Día del Gráfico



Alberto del Campo 360 Of. 302 - San Isidro
902 716 259

El esperanto de la comunicación gráfica



Pregunta para los no-Milenials:…….Se acuerdan de este escenario?
Tratábamos de compartir archivos a través de plataformas y dispositivos y no había compatibilidad, los MAC´s y los PC´s no se entendían, las imágenes no podían enviarse a través de la mejor conexión de internet , incluso documentos creados en diferentes versiones de programas -muy reconocidos- que se rehusaban en abrirlos. La anarquía en este tema de compartir archivos era total.

La Salvación:
John Warnock, Doctor en Ciencia de Computación, quien no pudo convencer a Xerox* del desarrollo de un lenguaje para el control de las impresoras, funda en con otros dos colegas la compañía Adobe y desarrolla el lenguaje Postscript (en principio para las impresoras láser de Apple), posteriormente en 1991 lanza el proyecto Camelot con el objetivo de "capturar efectivamente documentos de cualquier aplicación, enviar versiones electrónicas de ellos a cualquier lugar para visualizarlos e imprimirlos en cualquier máquina", que visión más precisa de lo que vino a ser el Formato Portátil de Documentos: pdf, que se ha convertido en el estándar mundial de facto para la transmisión de documentos, como solución a nuestros problemas de compatibilidad.

El uso del pdf se dispara desde entonces y sigue en un proceso de crecimiento continuo, debido a la continua innovación detrás del mismo, fruto de otra genial idea suya, como fue la de entregar en el 2008 su desarrollo al mundo en general como estándar de la Organización Internacional de la Estandarización (ISO). Hoy, todas las herramientas en línea convierten cualquier formato a pdf, y su uso en los últimos mesesha crecido aún mas a raíz del incremento en el trabajo remoto que trajo consigo la pandemia del COVID-19.

**Como dato curioso..Xerox nació de una idea creativa que no fue tomada en serio por Kodak, IBM, RCA y otros grandes de la época, más de medio siglo antes. Hoy Adobe está avaluada en 240 billones de dólares, nada mal para el estudiante que perdió matemáticas en el*

noveno grado

Que es pdf y su aplicación en artes gráficas?
Un archivo pdf es una combinación de: Gráficos Vectoriales (para ilustraciones y diseños conteniendo formas y líneas, Gráficos en Mapa de Bits y textos (imágenes fotográficas rasterizadas) y objetos multimedia. Las primeras versiones de este protocolo no fueron tan prácticas para pre-prensa dado que contenía funciones irrelevantes para ese ambiente *, sin embargo el lanzamiento del PDF/X (version 1.3 del 2001) con reglas específicas para impresión, bajo el nombre de PDF/X lo convierte en forma inmediata en el estándar ISO15930 para artes gráficas.

El Grupo de Trabajo Ghent
Con este antecedente se crean grupos de trabajo que lo desarrollan a un nivel aún mas universal entre ellos el GWG (Ghent Working Group, 2002) que tiene como misión el "desarrollo y mantenimiento de las especificaciones de proceso para conseguir las mejores prácticas en los flujos de trabajo en la comunidad artes gráficas".

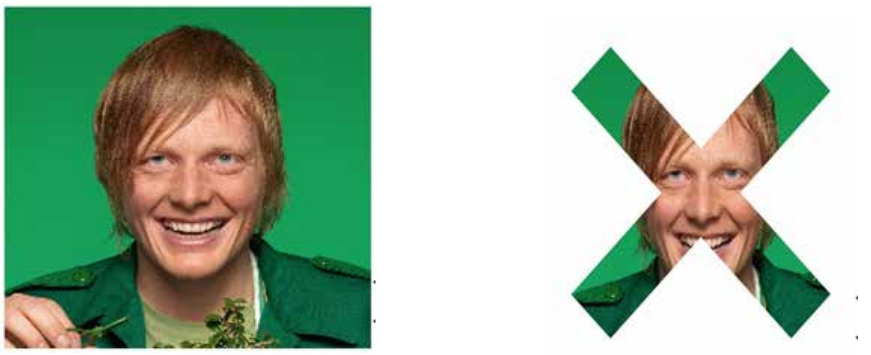
El GWG construye sobre los estándares ISO y desarrolla una serie de especificaciones de una forma muy estructurada y además completamente filantrópica para la comunidad gráfica, al punto de contar con herramientas de evaluación como la "Ghent Suite", que nos permite conocer si el flujo de trabajo con que cuenta el impresor imprimirá en forma adecuada las diferentes opciones que tienen los pdf, de acuerdo con el proceso de difusión del documento (ya no solamente en forma impresa sino también en otros medios).

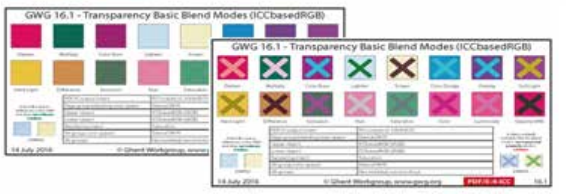
La última versión de la Ghent Suite es la 5 que puede ser bajada en forma gratis (https://www.gwg.org/workflow-tools-downloads/test-suites/ghent-output-suite/), contiene una serie de imágenes conocidas como parches numerados (patches en Inglés, 51 en total) que pueden ser impresos en forma separada o agrupada, evaluando propiedades de los documentos en tres sectores:

- CMYK:27 Parches que evalúan el color solamente de Dispositivos en CMYK.
- SPOT: 8 Parches que usan un dispositivo en CMYK y colores especiales.
- CMS: 16 Parches que usan colores basados en perfiles ICC con el fin de evaluar la Gestión de Color en el flujo de trabajo.

*La presentación formal a la sociedad gráfica se lleva a cabo en el seno del seminario Seybold de 1998 en New York, bajo el nombre de "pdf for Prepress" , donde se les auguraba que iba a cambiar el espectro gráfico, como lo había hecho Postscript en los ´80

La evaluación del flujo con respecto a las propiedades es completamente sencilla y visual, si la imagen ha sido procesada adecuadamente saldrá un visto bueno, si es incorrecta será marcada con una x (ver imagen)





La contribución de GWG a las artes gráficas es inmensa, además de ayudarnos en la estandarización de los las etapas en la reproducción gráfica, nos ha hecho entender la magnitud de la importancia de contar con un flujo de trabajo claro, que pueda ser comunicado a todos los involucrados en el proceso y nos ha aportado herramientas para asegurar que el pdf que será enviado a la prensa saldrá tal como se desea.

Esta claridad nos permite asegurar que los documentos gráficos pdf bien hechos, pueden poner a los impresores latinoamericanos a competir a nivel mundial; nos refuerza la percepción que la calidad de la impresión no reside exclusivamente en la prensa, depende mucho más de la pre-prensa, donde debemos aprender mucho más. Recordemos que contamos con las mismas máquinas que cualquier otro impresor de cualquier otra localidad mundial y que para salir a esa arena internacional, podremos hacerlo con estandarización y procedimientos.

ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

SPONSOR PLATINUM

SPONSOR ORO

SPONSOR PLATA

Es hora que le pongamos la lupa a nuestros flujos de trabajo, que los cuestionemos, los limpiemos, aprendamos cómo optimizarlos y los formalicemos tanto internamente como con nuestros clientes para que ellos también sepan cómo deberán entregarnos nuestros materiales, en un gana-gana para todos los impresores de nuestra región.

Sobre el autor:
Fabián Ruiz (fabian.ruiz@ceclat.com) es el fundador del Centro de Educación del Color Latinoamérica (CEC Latam), que agrupa expertos gráficos internacionales para la enseñanza sobre las mejores prácticas para imprimir con excelencia. El CEC Latam lleva a cabo programas de enseñanza sobre la Generación con Excelencia de pdf para impresión, asi como entrenamiento en Gestión de Color y Certificación ISO 12647

PDFEXPERT

Certificado por **Ghent Workgroup**

Del **15** al **19** de febrero

PDF/x – ISO 15930 – Flujo digital
Preflight – Configuraciones
Comprobaciones – Certificaciones

Consultas e inscripciones:

Fabian Ruiz - manuelfabianruiz@yahoo.com (Colombia / Ecuador)

(*) Consultar por bonificaciones para grupos

ORGANIZA

CERTIFICA

RAZONES PARA AMAR EL PAPEL

Durante dos mil años, la comunicación impresa y el papel han sido el medio preferido de comunicación de la humanidad.

En un mundo multimedia, siguen siendo muy efectivos y atractivos, y si se usan de manera responsable, son sostenibles. Two Sides fomenta una mejor comprensión de los problemas ambientales en la industria de la comunicación impresa y del papel, a través de su amplia gama de usos.

En este boletín destacamos hechos que aclaran información engañosa o inexacta.

ES FÁCIL AMAR EL PAPEL

Porque es eficiente para el aprendizaje y para la retención de contenidos, además de ser agradable, relajante y práctico.[1]



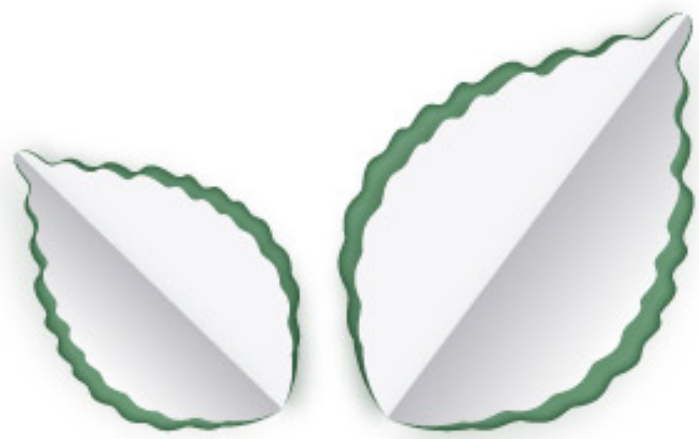


ELIGE PAPEL

Envases y embalajes de papel y de cartón protegen los productos, reducen los residuos y son reciclables.[2]

+ PAPEL + ÁRBOLES

Los árboles cultivados para hacer papel eliminan el CO_2 de la atmósfera y reducen los cambios climáticos. ¡El papel usado no es basura! ¡Recicle![3]



Fuentes: 1 - Two Sides y Toluna I 2 - ANAP I 3 - IBÁ, 2019.

La campaña LOVE PAPER es una creación original de Two Sides.
Visite **lovepaper.org.br** y obtenga más información.
Two Sides es una organización global sin fines de lucro, creada en 2008 por miembros de las industrias de celulosa, papel, envases, embalajes y comunicación impresa. Two Sides, la iniciativa más importante en el sector, promueve la producción y el uso responsable de la impresión, del papel, cartón, papel-cartón y aclara sobre las falsas ideas propagadas sobre los impactos ambientales que el uso de estos recursos ocasionan. El papel, el cartón y el papel acartonado, provienen de bosques cultivados y manejados sostenibilemente. Además, son reciclables y biodegradables.

LOVE PAPER
www.lovepaper.org.br

TWO SIDES
www.al.twosides.info