# Boletín ELECTRÓNICO

ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

## NOTAS DE INTERÉS 01-08


*# El costo oculto de lo digital*

*# INHOUSE ONLINE GRATUITO PARA ASOCIADOS (Incluye certificados digitales)*

*# ¿Por qué muchas personas aman el papel?*

*# Tomando medidas enérgicas contra el plástico de Pascua*

*# Los grandes planes para Latinoamérica de Two Sides*

*# Virtual.Drupa prepara su apretada agenda para la próxima semana*

*# Sunarp faculta anotación de oficio*



SPONSOR PLATINUM

SPONSOR ORO

SPONSOR PLATA


**LIMA-PERÚ 16.04.2021**


*prensa@agudigraficos.com / www.agudigraficos.com*


# El costo oculto de lo digital



El 27 de marzo, Pizza Hut pidió a sus clientes que hicieran algo inusual. Durante una hora, entre las 20.30 y las 21.30, se pidió a los clientes de los Emiratos Árabes Unidos y Omán que apagaran su wifi. A cambio, la compañía de pizzas participaría en un sorteo para ganar pizza gratis.

Es difícil entender por qué una marca internacional de pizzas pediría a sus clientes que se desconectaran, y por qué esos clientes estarían de acuerdo. Pero la iniciativa tiene más sentido si se tiene en cuenta que el 27 de marzo de 20.30 a 21.30 h fue la Hora del Planeta, una fecha anual en la que WWF pide a personas de todo el mundo que apaguen las luces para mostrar su apoyo a los problemas ambientales y su compromiso con la planeta.

"Dado que es un poco difícil comer pizza en la oscuridad", dijo a AdWeek Beverley D'Cruz, directora de marca de Pizza Hut en Oriente Medio y África, "este año queríamos animar a la gente a apoyar una gran causa en un diferente, pero igual de impactante ".

Si bien la iniciativa Pizza Hut se diseñó para crear conciencia sobre la Hora del Planeta entre sus clientes, que no pudieron apagar las luces del restaurante en el

AGUDi
ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

## TEMAS

Iluminacion para Artes Gráficas
Estandarizacion ISO
Excelencia en pdf

## INSTRUCTOR

Fabian Ruiz
(CEC, Colombia)

GRATUITO

# IN HOUSE ONLINE

**DURACIÓN 30 MINUTOS**
PROGRAME SU FECHA

que estaban cenando, también destaca claramente otro drenaje importante de los recursos y suministros de energía del planeta: las redes digitales y dispositivos.

**El problema digital**

Existe una idea errónea común en torno a los medios digitales de que, debido a que no hay medios físicos involucrados, de alguna manera son amigables con el medio ambiente. Eso no podría estar más lejos de la verdad. Desde el microprocesador más pequeño en un teléfono inteligente hasta las granjas de servidores gigantes que almacenan datos, existe un costo ambiental en cada etapa de la creación y distribución de la comunicación digital.

Si bien las comunicaciones digitales pueden resultar atractivas a nivel de sala de juntas por su bajo costo y a nivel de consumidor por conveniencia, cuando se trata de su impacto en el medio ambiente, existe un ciclo de vida de infraestructura digital completamente oculto que contribuye casi tres veces la cantidad de gases de efecto invernadero (GEI) a la atmósfera que la industria del papel.

Se estima que la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) es responsable de entre el 2,5% y el 3% de las emisiones globales de GEI.1 Sin embargo, la industria de la pulpa, el papel y la impresión representa solo el 1% de las emisiones de GEI.2 La industria de las TIC y su infraestructura también dependen en gran medida de los combustibles fósiles, con mucho la industria líder en términos de emisiones globales de GEI, y aunque parece inofensivo enviar un correo electrónico, los correos electrónicos del mundo generan cerca de 300 millones de toneladas de CO2, lo que equivale a las emisiones de $CO^2$ de más de 63 millones coches. [3]

Por supuesto, como el sector de más rápido crecimiento en el mundo, la tecnología digital está aumentando a un ritmo vertiginoso. Esto significa que su consumo de energía también está aumentando, en un 9% estimado cada año.4 Trabajando a través de los números, esto coloca la proporción de emisiones globales de GEI para la tecnología digital en un 8% para 2025, la proporción actual de emisiones de automóviles.[4,5]

**El héroe de bajas emisiones de carbono**

Se trata de cifras alarmantes que rara vez aparecen en los sitios web de las empresas o en las comunicaciones digitales. Pero es vital que las empresas y sus consumidores sean conscientes de los hechos ambientales cuando consideren sus opciones de medios, especialmente cuando se trata de la industria del papel.

A diferencia de la industria de las TIC, la industria de la pulpa, el papel y la impresión es uno de los sectores industriales que menos contribuye a las emisiones globales de gases de efecto invernadero (GEI) con solo el 1% de las emisiones en todo el mundo.6 La industria siempre se esfuerza por ser lo más sostenible posible. , invirtió 5.100 millones de euros para lograr una bioeconomía baja en carbono en 2018, más del doble de la media de todos los demás sectores manufactureros.[7]

Yendo más allá, la industria del papel es el mayor usuario industrial y productor de energía renovable en la UE, con el 60% de su consumo total de combustible basado en biomasa.8 También consume muy poca agua: más del 90% del agua utilizada en la industria papelera europea se devuelve a la fuente, en buenas condiciones, después de ser reciclado varias veces en la fábrica de papel y cartón.9 Y, en una declaración contundente pero citada a menudo, entre 2005 y 2015, los bosques europeos crecieron en un área que tamaño de Suiza.[8]

Por eso, la próxima vez que le digan que el uso de papel tiene un impacto en el medio ambiente, mire detenidamente su teléfono inteligente. Puede que esté haciendo más daño de lo que cree.

***Fuentes***

*1 Belkhir & Elmeligi, Journal of Cleaner Production, 2018.*
*2ASN y Ecofys, 2015.*
*3 Agencia de Protección Ambiental de EE. UU., 2018.*
*4 El proyecto Shift. 2019.*
*5Andrae y Edler. 2015.*
*6ASN y Ecofys, 2015.*
*7Eurostat, 2019.*
*8FAO, 2015.*
*9CEPI, 2019.*

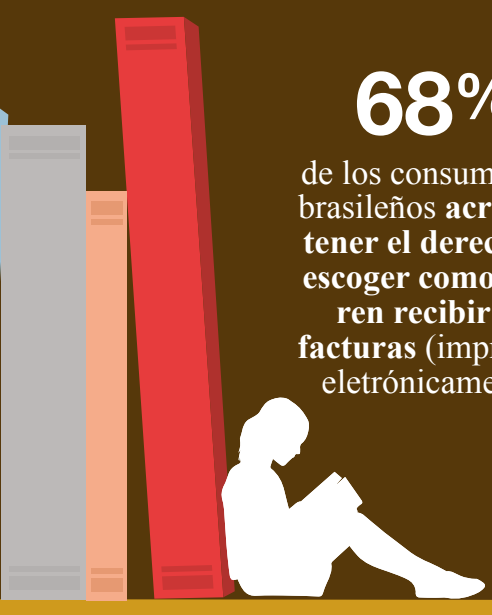
# ¿POR QUÉ MUCHAS PERSONAS AMAN EL PAPEL?

## ¡PORQUE ES AGRADABLE, RELAJANTE... Y PRACTICO!

Em 2017 e 2019, Two Sides Brasil contratou a empresa global de pesquisas de opinião, Toluna, para realizar **uma pesquisa sobre as atitudes e percepções do consumidor brasileiro em relação à comunicação impressa e ao papel.** Os resultados podem te surpreender! Para mais informações, acesse www.twosides.com.br.







**63%**

de los consumidores **consideran que es más agradable leer un libro o una revista impresa** que en dispositivos eletrónicos.

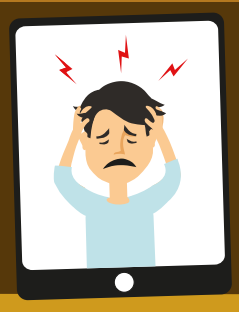
**68%**

de los consumidores brasileños **acreditan tener el derecho de escoger como quieren recibir sus facturas** (impresas o eletrónicamente).

+PAPEL
+ÁRBOLES

#PAPEL
NODEFORESTA





**Más del 60% de las personas prefieren** reciber sus cuentas de servicios públicos o resultados de examenes de laboratorio de forma impresa.





PAPEL ES
PRÁCTICO,
PREFERIDO
Y NECESARIO

**57%**

de los consumidores están de acuerdo que la **publicidad digital** es intrusiva y **facilita açciones** fraudulentas.





**43%**

**les resulta más fácil controlar sus gastos** y administrar sus finanzas **cuando se imprimen en papel.**

Two Sides es una organización mundial sin fines de lucro, creada en Europa en 2008 por miembros de las industrias de la silvicultura, la pulpa, el papel, el cartón y la comunicación impresa. Two Sides, la iniciativa más importante del sector, promueve la producción y el uso consciente de papel, impresión y envases de papel, además de aclarar conceptos erróneos comunes sobre los impactos ambientales del uso de estos recursos. El papel, el cartón y el cartón proceden de bosques que se cultivan y gestionan de forma sostenible. Además, son reciclables y biodegradables.

Hay grandes razones para ti #AmarPapel
#PapelNoDeforesta

Acesse twosides.org.br

TWO SIDES

# Tomando medidas enérgicas contra el plástico de Pascua



A estas alturas, es muy probable que su botín de huevos de Pascua se haya reducido a cifras únicas. Después de un largo fin de semana festivo de ejercicio / TV (eliminar de acuerdo con la honestidad) y chocolate, ahora te queda una serie de paquetes elaborados para reciclar.

Afortunadamente, es probable que el empaque de sus huevos de Pascua sea casi 100% reciclable, ya que muchos supermercados y minoristas han dedicado mucho tiempo a reducir la cantidad de plástico de un solo uso que tiene que pasar para llegar al huevo adentro. Donde una vez tuvo que luchar con al menos tres niveles de empaque para asegurarse de que su huevo permanezca intacto, ahora los fabricantes han desarrollado formas mejores y más sostenibles de proteger sus productos ovoides.

**Noticias que citan huevos**

En 2018, hasta un tercio del peso de los huevos de Pascua estaba compuesto por envases. Pero este año, esa proporción se ha reducido drásticamente. En febrero, Waitrose anunció que reduciría a la mitad la cantidad de plástico de un solo uso en sus huevos de Pascua y dulces de marca propia, con la mayoría de sus envases hechos de materiales reciclados.

Mientras tanto, Asda afirmó que ha reducido en un 98% el plástico utilizado en su gama de huevos de Pascua Extra Especiales, lo que equivale a 16 toneladas. También ha cambiado la forma de los huevos para que se adapten mejor al nuevo embalaje de cartón. Yendo más allá, Aldi se ha comprometido a eliminar todos los envases de plástico de su gama de huevos de Pascua cambiando a bandejas de

# Virtual.Drupa prepara su apretada agenda para la próxima semana




Los fabricantes y proveedores de la industria que se vieron obligados a dejar de lado sus planes para asistir a eventos físicos debido a la pandemia, incluidos EFI, Fujifilm, Heidelberg, Kodak y HP, han vuelto a respaldar Virtual.Drupa, que dura cuatro días del 20 al 23 de abril.

Los proveedores digitales que participan incluyen Landa Digital Printing, Xeikon, Riso, Mimaki y Konica Minolta; mientras que los fabricantes Komori, Manroland Goss Web Systems, Koenig & Bauer, Bobst, BlueCrest y Muller Martini también participan.

El organizador Messe Düsseldorf dijo que estaba encantado de haber agregado tantos participantes de alto perfil.

“Estamos muy contentos de dar la bienvenida a expositores más destacados e importantes actores globales como HP Inc. y Landa Digital Printing de Israel. Ambas empresas enriquecen virtual.drupa con su impresionante gama de innovaciones en el campo de las tecnologías de impresión digital y sus amplias aplicaciones ”, dijo Sabine Geldermann, directora de proyectos de tecnologías de impresión.

El evento incluye un área de conferencias con un programa de oradores principales, un espacio de exhibición y una plaza para establecer contactos.

Se exploran temas específicos a lo largo de los cuatro días, incluida la inteligencia artificial, la economía circular, los consumidores conectados y la economía de plataformas.

Los oradores principales son Michael Gale de Inc. Digital, quien hablará sobre IA, el diseñador gráfico y de impresión James Sommerville sobre “el modelo de negocio creativo del mañana”, y la Dra. Gabrielle Walker, cuyo tema son las implicaciones de la meg-atendencia climática para la industria de la impresión.

El patrocinador de platino de Virtual.Drupa es el especialista en foils y adornos Kurz, que expone con el tema 'La naturaleza de la atracción', y tiene seminarios en línea planificados sobre su última tecnología de laminado digital, estampado en caliente y laminado en frío con relevancia para los diseñadores, propietarios de marcas. e impresoras.

Fujifilm participará con una nueva versión de su Real Production Show establecido, "la última edición" que incluye un evento en vivo de media hora el primer día de Virtual.Drupa, cuando los presentadores también darán la vuelta a algunos desarrollos nuevos en el fabricante.

A esto le seguirá la oportunidad de una sesión interactiva de preguntas y respuestas con los anfitriones Taro Aoki, jefe de soluciones de prensa digital para EMEA y gerente de producto para sistemas de impresión y prensa digital Mark Stephenson.

Varios fabricantes del Reino Unido también están participando, incluido GEW, que exhibirá su sistema LeoLED UV en una sesión el 21 de abril, Global Graphics Software, Meteor Inkjet y los especialistas en dispositivos de prueba y recubrimiento RK Print-Coat Instruments.

Algo menos de 390 expositores se habían inscrito en el momento de redactar este informe, siendo los tres principales países expositores Alemania (127), China (49) y Estados Unidos (27).

Para obtener más información y registrarse, visite virtual.drupa.com.

pulpa. Esto elimina más de 24 millones de piezas de plástico no reciclable de su embalaje, lo que equivale a 900 toneladas.

**Pasos para circular**
También es alentador observar que Cadbury, una de las marcas de chocolate más populares del mundo, también ha reducido la cantidad de plástico en sus envases de huevos. El propietario de la marca Mondelēz International retiró más de 6,4 millones de ventanas de plástico de sus huevos esta Pascua, sacando 5,4 toneladas de plástico del medio ambiente. La empresa también se ha comprometido a utilizar cartón 100% de origen sostenible.

“Aumentar la reciclabilidad de nuestros productos y reducir la cantidad de envases que utilizamos en general son pasos importantes para contribuir a la creación de una economía circular”, dijo Louise Stigant, directora general de Mondelēz International en el Reino Unido. “Solo en los últimos seis meses, hemos retirado más de 192 toneladas de envases en el Reino Unido e Irlanda”.

¿Qué ventajas ofrecen las marcas?
Hay una serie de ventajas en la producción de envases con una cantidad reducida de plástico. En primer lugar, está la cuestión del peso. Eliminar el plástico reduce significativamente el peso de los envases, lo que repercute positivamente en los costes de transporte y las emisiones de carbono.

Luego está el problema obvio de la sostenibilidad y los beneficios comerciales de tener valores ambientales claros que se traducen en acciones de marca. En el reciente Estudio europeo de envases Two Sides, el 46% de los encuestados dijeron que ahora compran más a los minoristas que están eliminando el plástico de sus envases.

“Los consumidores claman por marcas que se tomen en serio la sostenibilidad y productos que sean fáciles de reciclar”, dijo Natalie Hitchins, Which? Responsable de Productos y Servicios para el Hogar. "Pero para que se produzca una diferencia real en el medio ambiente, los fabricantes deben maximizar el uso de material reciclable y reciclado".

# Los grandes planes para Latinoamérica de Two Sides




La organización global que promueve la sostenibilidad del papel y del cartón presentó los proyectos que tiene establecidos para la región latinoamericana durante este año.

A su campaña “Mitos y Realidades” sobre el papel, Two Sides suma proyectos como la creación de cuentas en redes sociales en español, la traducción del sitio web de la campaña “Love Paper”, el desarrollo y difusión de un newsletter informativo mensual, la publicación de la revista “The Page” con contenidos locales y en español, entre otras iniciativas.

MEDIDA PROCEDE PARA LA EXTINCIÓN DE MANDATOS O PODERES POR FALLECIMIENTO

# Sunarp faculta anotación de oficio

Debido al incremento de inscripciones de sucesiones intestadas, testamentos y otros actos sucesorios, por los fallecimientos a causa de la pandemia del covid-19, la Sunarp estableció lineamientos para que de oficio se proceda a la extinción de mandatos o poderes, en caso de muerte del apoderado, mandante o poderdante.
De esta manera, se busca evitar el uso indebido de esta representación en un momento tan lamentable y sensible para las familias peruanas.

Así, mediante la Resolución N° 062-2021-Sunarp/SA, se aprobaron los lineamientos correspondientes en los que detallan las acciones a seguir por los registradores en todo el país, cuando califiquen títulos de sucesiones intestadas o de ampliación de testamento, actos o contratos otorgados mediante mandato o representación, o en los casos en que el fallecimiento sea comunicado por el interesado.

“El registrador que califica el título de sucesión intestada o de ampliación de testamento verifica si existen inscritos mandatos o poderes otorgados por el causante o testador, o a favor de estos, en el Registro de Mandatos y Poderes. De ser así, califica también la extinción del mandato o poder por fallecimiento”, precisa.

El registrador también verificará el fallecimiento del apoderado, mandatario, poderdante o mandante, en el marco de la calificación de actos o contratos otorgados mediante mandato o representación, accediendo a la información de los registros de sucesiones y testamentos. Ello para determinar de manera indubitable la identidad del interviniente. También podrá consultar la base de datos del Reniec, a fin de descartar posibles homonimias.

La información brindada por quienes comuniquen la extinción de mandatos o poderes, a consecuencia de la muerte de alguno de los intervinientes, también podrá ser corroborada utilizando la base de datos del Reniec o el registro de testamentos y de sucesiones intestadas. En este último caso, bastará con que el interesado presente la solicitud de inscripción, indicando el nombre y el número del DNI del interviniente fallecido, así como el número de partida y la oficina registral donde obra inscrito el apoderamiento en el Registro de Mandatos y Poderes.

De no comprobarse la identidad del fallecido mediante la información obrante en el Registro y el Reniec, en los casos en que la evaluación se hace en mérito a la comunicación presentada por el interesado, el registrador solicitará al interesado la documentación adicional.

El poder es un documento que faculta a una persona, natural o jurídica, a actuar en su nombre o representación. El poder implica que el otorgante autoriza voluntariamente a otra persona, sea familiar o no, a que haga trámites, contratos, actuaciones procesales, entre otros, en representación de quien otorgó inicialmente el poder. En tanto, un mandato es un contrato por el cual una persona, denominada mandatario, se obliga a hacer –a cambio de una retribución– uno o más actos jurídicos por cuenta y en interés de un tercero, denominado mandante.

**Crean comisiones**

La administración registral aprobó además la creación de comisiones de trabajo con el objetivo de elaborar los proyectos normativos de modificación del reglamento de inscripciones del registro de predios y del reglamento del registro de sociedades.

De acuerdo con la R. S. Nº 063-2021-Sunarp/SA, el objetivo es asegurar la mejor calidad, tanto en la prestación de los servicios como en sus

normas y reglamentos, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los ciudadanos y generar valor público para la sociedad. Por tanto, estas comisiones tendrán un plazo de 30 días para presentar sus propuestas al respecto.