Boletín ELECTRÓNICO

ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

NOTAS DE INTERÉS 01-07

 # El auge de los libros impresos

 # EPSON: Nueva SureColor S60600L

 # El futuro de la impresión hacia el 2030

 # Kodak recibe premio a la mejor gama de escáneres

 # Campaña global contra el greenwashing de Two Sides: 710 empresas eliminaron declaraciones engañosas contra el papel

 # Espacios de trabajo inteligentes, la PyME en nuevos escenarios

 # Encuesta del papel en España

SPONSOR PLATINUM

SPONSOR ORO

SPONSOR PLATA

LIMA-PERÚ 17.12.2020

El auge de los libros impresos

La importancia de los libros impresos para las personas en un año de bloqueos e incertidumbre se ha hecho evidente con la noticia de que las ventas se han disparado en 2020, sin signos de desaceleración. Según las últimas cifras de Nielsen, el año pasado se vendieron más de 200 millones de libros impresos en el Reino Unido, la mayor cantidad de libros en un período de 12 meses desde 2012.

Nielsen estima que el volumen de libros impresos vendidos aumentó un 5,2% en comparación con 2019, lo que equivale a 202 millones de libros vendidos, por un valor de 1.700 millones de libras. Dado que las librerías independientes y de la calle están pasando por un año difícil, con cierres obligatorios y dificultades financieras, estas cifras representan un resurgimiento notable para los libros impresos.

Un escape de la realidad
A primera vista, tal aumento en las ventas de libros impresos es asombroso, pero cuando se considera por lo que la gente está pasando actualmente, se vuelve menos sorprendente. Con muchos atrapados en casa con tiempo en sus manos, los libros son una fuente clave de entretenimiento, comodidad y escapismo, ofreciendo un momento y un lugar diferentes para que el lector se sumerja en ellos.

"Mucha gente ha recurrido a los libros en busca de sustento, información y alegría durante este año difícil", dijo Kate Skipper de Waterstone a The Guardian.

Si necesita echar un vistazo al estado de ánimo colectivo de la población y a qué recurren en busca de comodidad, solo tiene que mirar los títulos más vendidos de 2020. En tercer lugar está el libro de cocina Pinch of Nom - Everyday Light, con Richard El acogedor thriller criminal de Osman The Thursday Murder Club en segundo lugar. El primer lugar es para El niño, el topo, el zorro y el caballo, de Charlie Mackesy, una historia ilustrada de amistad y lecciones de vida descrita como "un libro de esperanza para tiempos inciertos".

Nueva SureColor® S60600L

Alta productividad en ecosolvente ahora disponible en el Perú

EPSON
CEED YOUR VISION

Esta poderosa y robusta máquina con un ancho de impresión de 64" e impresión de rollo a rollo, llegó para ofrecer una productividad excepcional en cartelería sencilla hasta decoración de alta gama en diferentes sustratos, reduciendo los costos de operación.

Gracias a su nuevo sistema de bolsas de tinta reemplazables, entrega 3 litros (2 bolsas de 1.5 litros) por cada color con un significativo bajo costo por mililitro y con las tintas **Epson UltraChrome® GS3**, los usuarios podrán generar una amplia gama de colores de altísima precisión.





Desarrollada para dar el mejor performance, cuenta con la tecnología Epson Precision Dot que permite la impresión libre de bandas a altas velocidades, generando mayor productividad y autonomía para impresión desasistida en una gran variedad de aplicaciones creativas como película transparente, vinilo, lienzo y papel fotográfico.

Con el respaldo de una marca líder en tecnología e innovación, esta máquina tiene la asistencia y soporte técnico de Epson con un año de garantía estándar con posibilidad de ampliación y la ventaja de poder hacer parte del plan de incentivos Epson Rewards.

ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

imagex

18 de Febrero

El Futuro de la Impresión Hacia el 2030

¿Dónde quisiera que esté su empresa?

Mega-tendencias que impactan la industria gráfica

Impacto del Covid-19

Nuevos mercados y tecnologías

¿Cómo ir más allá de la impresión?

Expositor

Nahum Tinman - Gerente General de Imagex

Regístrate Aquí

9:00 am

Vía Zoom

SPONSOR PLATINUM

SPONSOR ORO

SPONSOR PLATA

Kodak recibe premio a la mejor gama de escáneres

Keypoint Intelligence, evaluador independiente de hardware, software y servicios para la producción de imágenes a partir de documentos, galardonó a Kodak Alaris con el premio BLI 2021 a la gama de escáneres del año. Este reconocimiento destaca al proveedor con la mejor gama de productos en base a evaluaciones de laboratorio, según informa el sitio Infosign & Designshop.

Para determinar al ganador la organización tiene en cuenta escáneres actuales en la cartera del fabricante que se sometieron a pruebas en laboratorio. A fin de juzgar la calidad general de la gama, los analistas observan la calificación general de un escáner después de las pruebas y la valoración en categorías clave como: confiabilidad, productividad, manejo de papel, calidad de la imagen, facilidad de preparación, controladores/utilidades, desempeño en OCR y el valor.

Según Lee Davis, director asociado de software/escáneres de Keypoint Intelligence, “los escáneres de Kodak Alaris son altamente confiables, pueden digitalizar prácticamente cualquier documento que se coloque en el alimentador y ofrecen algunas de las mejores capacidades de OCR y compresión entre todos los fabricantes que probamos. Eso, además de su destacada oferta de soluciones para la automatización del flujo de trabajo y de captura distribuida, es la razón por el cual Kodak Alaris se lleva otro premio a la gama del año de Keypoint Intelligence”.

“Recibir este premio por cinco de los últimos seis años es resultado directo de nuestro compromiso permanente con la inversión en la cartera de Kodak Alaris”, indicó Don Lofstrom, presidente y gerente general, división Alaris de Kodak Alaris. El directivo agregó: “Nuestros ingenieros y equipos de desarrollo de productos son los héroes que mantuvieron a la compañía un paso adelante en la curva de la tecnológica. Con décadas de experiencia en la ciencia de imágenes, la innovación está en nuestro ADN y es una fuerza que impulsa el éxito de nuestra empresa”.

Campaña global contra el greenwashing de Two Sides: 710 empresas eliminaron declaraciones engañosas contra el papel



Con una enorme presión para reducir sus costos, muchas empresas se centran cada vez más en inducir a sus clientes a elegir la comunicación digital en lugar del papel. Declaraciones como “vuélvase ecológico, deje de utilizar papel” y “elija la facturación electrónica y ayude a salvar un árbol”, son destacados desde Two Sides como intentos de enmascarar estas acciones, justificándolas bajo infundados llamados de cuidado ambiental.

“Estas afirmaciones son engañosas y constituyen lo que se conoce como ‘lavado verde’. Violan las reglas establecidas de marketing ambiental y son extremadamente dañinas para una industria que tiene un historial ambiental sólido y en constante mejora ”, explica Jonathan Tame, director gerente de Two Sides UK. “De hecho, la producción de celulosa, papel, cartón y cartón impulsa el cultivo de árboles y el crecimiento a largo plazo de los bosques a través de una gestión sostenible”.

En 2020, Two Sides se acercó a 320 organizaciones que hicieron declaraciones engañosas sobre el rol del papel. Hasta ahora, 134 de ellos han eliminado estos mensajes de sus comunicaciones y Two Sides continúa ocupándose del resto. Las organizaciones estaban en Europa, América del Norte y del Sur, Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda. Esto eleva el total a 710 empresas que han eliminado las declaraciones de lavado verde desde que comenzó la campaña en 2010.

“El lavado verde es un problema grave para nuestro sector y ha estado creciendo a un ritmo preocupante, impulsado por las presiones económicas actuales”, dice el director gerente de la organización. Debido al enorme alcance de algunas de estas organizaciones, sus afirmaciones tienen un efecto perjudicial en la percepción de los consumidores sobre el papel y amenazan a una industria que emplea a 1.096.000 personas en más de 115.700 empresas en la Unión Europea y el Reino Unido.

Desde Two Sides, señalan que la campaña anti greenwashing seguirá siendo una prioridad en su trabajo, por ello continuará alentando a las empresas a rechazar el uso de estas afirmaciones engañosas sobre la eliminación del papel.

“Estamos agradecidos por la cooperación de cientos de organizaciones que han cambiado o eliminado las afirmaciones del lavado verde de sus mensajes y también a las muchas partes interesadas de la industria y ciudadanos que han señalado casos de lavado verde a Two Sides”, concluye Tame.

Espacios de trabajo inteligentes, la PyME en nuevos escenarios

En 2020 se realizaron numerosos estudios sobre cómo cambiaron los nuevos espacios de trabajo en el ámbito empresarial debido a la situación mundial. Estas investigaciones sugirieron nuevas medidas que se adapten a las necesidades de sus colaboradores con el fin optimizar su productividad.

Para esta nueva realidad Xerox desarrolló una serie de servicios que permiten a las Pymes utilizar tecnologías y software capaces de integrar seguridad, la nube, digitalización y analíticas. Adaptar el modelo hacia la transformación digital permitirá incrementar la eficiencia y reducir los costos (muy importante en la actualidad).

De acuerdo con un informe de Gadeth Network de 2020, realizado con investigadores de la Universidad de Sidney, 81% de las empresas latinoamericanas condieran la digitalización como una oportunidad.

“La revolución digital era inevitable y el año pasado solo aceleró su ritmo. En Xerox creemos que toda PyME que desee tener más oportunidades necesita de servicios que impulsen la innovación, maximice el desempeño de sus colaboradores y opere a un costo competitivo”, explica Deena La Marque Piquion, vicepresidenta y gerente general de Xerox para América Latina y el Caribe.

“En 2020, quedó demostrado que la transformación digital no siempre es fácil, sin embargo, generar nuevos espacios de trabajo no tiene por qué ser abrumador o agotador. Los servicios que propongan un enfoque integral generaran espacios inteligentes y de máximo provecho para las PyMEs”, concluye Deena La Marque Piquion.



Encuesta del papel en España



El 85% de los consumidores quiere que el uso de productos papeleros se incremente sustituyendo a otros materiales (65%) o al menos se mantenga (20%)

Los productos papeleros obtienen una alta valoración del 7,8 sobre 10, siendo sus características más valoradas la reciclabilidad (8,5) y la biodegradabilidad (8,1). Se trata de una encuesta de ámbito nacional, con mil entrevistas a población general mayor de dieciocho años, realizadas telefónicamente y asistidas por ordenador.

Los productos papeleros, muy bien valorados por los ciudadanos

Los encuestados valoran los productos papeleros con un 7,8 sobre 10. Sus características más valoradas son la reciclabilidad (con un 8,5 sobre 10), la biodegradabilidad (8,1), el hecho de que se adaptan bien a las funciones para las que se utilizan (8) y la seguridad de su uso (7,9).

El 82,7% de los encuestados no imagina una vida sin papel. Y el 79,3% manifiesta su lealtad al papel y satisfacción con los productos papeleros.

Preferencia por los productos con certificación forestal

Una tendencia que irrumpe con fuerza es la certificación forestal, ya que el 82% de los encuestados manifiesta su preferencia por productos con certificación forestal.

Son mayoría los encuestados que consideran que el cultivo de madera en plantaciones mantiene o incluso mejora los recursos forestales (57%), ya que se plantan los mismos (28,9%) o más (28,1%) árboles de los que se cortan y son mayoría para todas las franjas de edad y tanto entre los hombres como entre las mujeres.

Reciclaje en el contenedor azul, un hábito muy arraigado

Una amplia mayoría de los encuestados (88%) afirma reciclar su papel en el contenedor azul siempre (66,6%) o casi siempre (21,4%). Y el reciclaje es el tema sobre el que mayor demanda de información hay por parte de los ciudadanos (para el 64% de los encuestados es el tema papelero sobre el que querrían tener más información).

El papel y el cartón, favoritos por su comportamiento medioambiental para sustituir a otros materiales

El 85% quiere que el uso de productos papeleros se incremente sustituyendo a otros materiales (65%), o se mantenga (20%). Papel higiénico, papel de escritura, cajas de embalaje, papel de cocina, libros, toallitas, servilletas y pañuelos, envases de alimentación y bolsas se sitúan por encima del 80% de aceptación, en cuanto a seguir utilizando en el futuro el papel y el cartón para estos productos.

Envases de papel cartón, los preferidos por el consumidor

Los encuestados consideran los envases de papel y cartón más ecológicos (97,4%), más agradables (85%), de más calidad (67,7%) y más cómodos (58,4%) que otros tipos de envases.

A favor de la convivencia del libro en papel y el electrónico

En comparación con el libro en formato digital, consideran el libro en formato papel más agradable (82,3%), de más calidad (72,9%) y más cómodo (66,4%). El 79,6% de los encuestados se pronuncia a favor de la convivencia del libro en papel con el libro electrónico.

Bolsa de papel

La bolsa de papel es la opción preferida en el supermercado (54,8%) frente a las bolsas de otros materiales para los encuestados de todas las edades. Y lo es para el 58,1 % de los hombres y para el 51,8% de las mujeres.



Los envases y embalajes de papel y cartón, los preferidos para las compras online

El papel y el cartón son el envase y embalaje preferido con una enorme diferencia en las compras por internet (es el preferido para el 76,6% de los compradores online y se mantiene entre el 76% y el 78% para todos los grupos de edad).

Los consumidores apoyan la I+D+i papelera y apuestan por el futuro de los productos papeleros

La encuesta revela una importante tendencia general de crecimiento de la aceptación y satisfacción con respecto a los nuevos y emergentes usos del papel y el cartón.

El 73,4% de los encuestados comprarían seguro (53,7%) o probablemente (19,7%) los refrescos en envases de cartón, si se envasaran en este material como ya se hace con la leche o los zumos.

El 79,9% comprarían seguro (61,9%) o probablemente (18%) los productos de limpieza del hogar en envases de cartón si se envasaran en este material.

También un alto porcentaje de consumidores (el 76,7% de los encuestados) afirma estar dispuesto a utilizar nuevos productos papeleros como pajitas; cápsulas monodosis de café; bandejas alimentarias, para restauración, catering y comida para llevar; bolsas de supermercado, etc. que hasta hace poco se fabricaban preferentemente con otros materiales.

Igualmente los encuestados manifiestan su apoyo a la investigación y desarrollo de nuevos productos de celulosa, papel y cartón y 87% afirma estar dispuesto a utilizar futuros productos papeleros como embalajes inteligentes, baterías de papel, cosméticos y medicinas a base de celulosa, etc.

Productos papeleros, productos esenciales de uso cotidiano

La consideración de los productos de papel y cartón como productos esenciales es ampliamente aceptada por los encuestados, especialmente para los papeles higiénicos y sanitarios (8,99 sobre 10), los envases y embalajes para alimentos, bebidas y medicinas (7,64), y los papeles gráficos para libros, periódicos y revistas (6,60).