Boletín ELECTRÓNICO

ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

NOTAS DE INTERÉS 01-08

 # Escape digital: por qué las revistas están experimentando un renacimiento sorpresa

 # EPSON renueva y fortalece su familia de plotters para aplicaciones CAD en Perú

 # Love Paper y el periódico británico The Guardian

 # Soluciones automatizadas simplifican los flujos de trabajo

 # virtual.drupa: Generación lead en Networking Plaza

#Los envases de papel son atractivos, impactantes y eficaces

 # Webinar: Packaging resultados y perspectivas 2021

#Empresas ya están presentando declaración de impuestos, ¿cómo solicitar fraccionamiento de la deuda?

SPONSOR PLATINUM

SPONSOR ORO

SPONSOR PLATA

LIMA-PERÚ 18.03.2021

prensa@agudigraficos.com / www.agudigraficos.com

Escape digital: por qué las revistas están experimentando un renacimiento sorpresa

Una de las sorpresas de este año extraordinariamente difícil ha sido la relativa fuerza y vitalidad de las piezas impresas de todo tipo, especialmente las revistas impresas. Así que buscamos a Samir Husni, un conocido entusiasta de las revistas, para saber más. En realidad, eso es quedarse corto. Es profesor y conferenciante Hederman en la Escuela de Periodismo y Nuevos Medios de la Universidad de Mississippi. Allí es fundador y director del Centro de Innovación de Revistas. Y es más conocido por su apodo (¡marca registrada!): "Sr. Magazine ™ ”- que con el que nació.

El Dr. Husni es un obsesivo con las revistas. Entonces, ¿quién mejor para preguntar sobre lo último y lo mejor del mundo de la impresión en 2021 y más allá? ¡Hicimos precisamente eso!

Según el profesor Husni, "una buena revista es como un buen amigo al que invitas". A diferencia de gran parte de lo que se nos presenta digitalmente, la impresión “no llega sin invitación. Lo compras en el quiosco. Tú eres el que lo está recogiendo. Te estás suscribiendo. A diferencia de los medios digitales, a diferencia de un bombardeo de anuncios ".

Los medios digitales tienen sus propias ventajas, por supuesto. Pero somos muy conscientes de algunos de sus peligros e inconvenientes, desde la difusión de desinformación a la velocidad de la luz hasta la posibilidad de comprometer la privacidad. ¿Cuándo fue la última vez que rompiste una página de tu teléfono?

Según Mr. Magazine, tenga cuidado con el peligro de la repetición.

Lo bueno de que un lindo video de un perro "se vuelva viral" es que hay una gran posibilidad de que lo veas, te rías y un "¡Awww!" Lo malo de que un lindo video de un

Epson renueva y fortalece su familia de plotters para aplicaciones CAD en Perú

EPSON®
EXCEED YOUR VISION

Pensando en convertirse en el aliado ideal del diseño y la ingeniería, Epson presenta su impresora de escritorio de 24 pulgadas **SureColor® T3170X** que llega a Perú a robustecer la oferta de Epson para esta industria.

Diseñada con la tecnología del cabezal de impresión **PrecisionCore® MicroTFP®** con precisión de control de goteo, genera una claridad incomparable en avisos, planos, dibujos lineales y más, para una calidad de imagen inigualable.

Ofrece los mejores costos de impresión del mercado en su segmento, gracias a el innovador sistema de tanque de tinta que no usa cartuchos.

Las botellas de tinta con **sistema EcoFit™** evitan derrames y errores de carga gracias a su sistema de llenado por color y tienen una capacidad de 140 ml por botella permitiendo una mayor cantidad de impresiones a menor costo y a velocidades de hasta 34 segundos en tamaño A1/D[1]





Esta innovadora solución es fácil de usar porque cuenta con una intuitiva pantalla LCD de 4.3” a color que facilita la configuración y acceso a las funciones; y su opción de conexión inalámbrica permite imprimir desde cualquier lugar de la oficina desde dispositivos móviles a través de **Wi-Fi Direct®**[2]

1- Las velocidades de impresión se basan únicamente en la velocidad del motor de impresión. El tiempo de rendimiento total para cualquier impresión depende de varios factores, incluida la configuración de la estación de trabajo, el tamaño del archivo, la resolución de impresión, la cobertura de tinta y la conexión en red. Las velocidades de impresión reales variarán. 2- Wi-Fi CERTIFIED™; el nivel de rendimiento está sujeto al rango del enrutador utilizado. El Wi-Fi Direct® puede requerir software de impresora.

Para mayor información contáctate con Álvaro Florez (Channel Manager VAR)
al correo: **alvaro.florez@epson.com.pe** o al teléfono: 960882990

gato se vuelva viral es que existe una gran posibilidad de que lo veas mil veces, tal como aparece en tu cuenta de Twitter, historias de Instagram, muro de Facebook, texto de grupo y listas de correo electrónico.

No es así con las revistas, que están cuidadosamente seleccionadas para llevar a los lectores a un viaje, contando historias novedosas, en palabras e imágenes, en cada página. Ni siquiera verá el mismo anuncio dos veces.

“No hay otra plataforma en la que el anuncio y el contenido formen parte de la misma experiencia. Si miras los anuncios que obtienes en Facebook, o los anuncios que obtienes en Instagram ... u otras plataformas digitales, el anuncio no tiene nada que ver con el contenido o la experiencia ".

Lo digital es un torrente interminable. La impresión es una narrativa estructurada, dice Husni. "Hay un lugar para comenzar. Hay un lugar para terminar. Y todo lo que hay en el medio tú lo controlas. Prosperamos en el arte de comenzar y terminar.

Esas diferentes experiencias digitales e impresas deben mejorarse y reforzarse mutuamente.

"Estoy buscando información complementaria", como dice el Sr. Magazine. Una "comida de tres platos". "Si lo digital es el aperitivo, la revista es el plato principal ... El Instagram o el Tweet o la publicación de Facebook y el video de TikTok [son] más como el desierto". Y, por supuesto, "no puedes vivir simplemente de postre".

Husni nos dice que las suscripciones han aumentado entre un 25 y un 30% durante la pandemia. Eso está ayudando a catalizar y asegurar otras innovaciones recientes en el mundo de la impresión, como publicaciones cada vez más especializadas, incluso a medida. Hay un alejamiento del mercado masivo, las revistas de interés general (piense en TIME y LIFE) hacia títulos más especializados y curados. Incluso hay empresas que imprimirán un solo número de una revista vieja y fuera de circulación, digamos, de la década de 1950, y se la enviarán a su puerta.

Los títulos de impresión digital bajo demanda también ahorran dinero a las publicaciones al permitirles adaptar sus tiradas de impresión al tamaño de su audiencia. "No necesitamos 18 millones de copias de la misma revista hoy en día". En cambio, dice, "puedes tener 18 millones de revistas diferentes".

Y la revista en sí, el objeto físico, es cada vez más un producto de alta gama.

“La calidad de la impresora y la calidad de la presentación ... las revistas se están volviendo más como un artículo de lujo para coleccionistas”, dice Husni. Con precios por ejemplar que se acercan a los $ 10 en algunos casos, se están moviendo de lo desechable a lo duradero. “No puedes darme algo desechable por $ 10. Tienes que darme algo que me voy a quedar ".

Somos conscientes de estas partes de la ventaja que tienen los medios físicos sobre los digitales en lo que respecta a la retención de información. Pero esta tendencia enfoca a Husni en otra ventaja: la conexión que proviene de la propiedad. “Incluso los millennials prefieren la tinta en papel a un libro electrónico si el precio es el mismo”, dice. Les da "ese sentido de propiedad del producto".

“Una vez que obtienes la revista, es un registro permanente. Nadie puede piratearlo. Nadie puede cambiar la página. Nadie puede cambiar la imagen. Es un registro permanente que puedes tener en tus manos ".

Las revistas también son más sostenibles que los dispositivos digitales reales.

“La industria del papel planta más árboles de los que corta”, explica Husni. ¡Puedo reciclar una revista!

Simplemente no hables con Mr. Magazine sobre "contenido".

“Somos mucho más que proveedores de contenido. Si estuviéramos en el negocio del contenido, francamente, habríamos muerto hace mucho tiempo ". Las revistas "son creadores de experiencias" en su opinión. “Nos relacionamos con nuestro público. Creamos una conversación ".

Love Paper y el periódico británico The Guardian



El diario británico The Guardian lanzó recientemente nuevos envases de papel para proteger su publicación el sábado. Durante el mes de febrero optaron por dar a conocer la campaña Love Paper, que parece muy adecuada para el lanzamiento de su primera envoltura de papel.

Love Paper es una campaña centrada en el consumidor que promueve los atributos sostenibles y atractivos de la impresión, el papel y los envases de papel. Visite el sitio web brasileño aquí.

La industria de la impresión y el papel está rodeada de malentendidos medioambientales, muchos de los cuales son completamente infundados.

El papel es uno de los materiales más reciclados del mundo, con una tasa de reciclaje del 68% en Brasil [1] y del 72% en Europa, por ejemplo. [dos]

Por lo tanto, el trabajo que está desarrollando la campaña Love Paper para disipar estos mitos entre los consumidores es de suma importancia para quienes trabajan en la industria de la impresión, el papel y el embalaje de papel. Poder llegar a millones de personas con datos es extremadamente importante, y el apoyo de editores como The Guardian es invaluable para TSUK.

[1] ANAP,2019.
[2] Cepi, 2019.

virtual.drupa: Generación *lead* en Networking Plaza

A partir de hoy, los expositores y visitantes de virtual.drupa pueden conectarse en Networking Plaza. Gracias a una herramienta inteligente de búsqueda de contactos, pueden encontrar empresas y contactos que sean relevantes para su negocio y, por lo tanto, impulsar la creación de redes y generar nuevos y valiosos clientes potenciales incluso antes de que comience la feria. Aquí es donde los participantes también pueden concertar citas en salas de reuniones virtuales durante la feria, del 20 al 23 de abril de 2021, con el fin de estar óptimamente preparados para el inicio de virtual.drupa.

Encuentra contactos relevantes
Para participar en el emparejamiento, los visitantes deben crear un perfil personal adicional en Networking Plaza durante el registro. El personal expositor debe ser invitado por el contacto principal de la empresa. Cuanto más precisa y detallada sea la información personal sobre actividades e intereses en el perfil de emparejamiento, mejores participantes podrán beneficiarse de las opciones de networking y más probabilidades habrá de que encuentren los contactos que están buscando.

Sobre esta base, la herramienta realiza sugerencias iniciales sobre empresas y usuarios que cumplen los criterios de búsqueda establecidos. El participante tiene entonces la opción de invitarlos a una reunión, marcándolos como interesantes o irrelevantes. El algoritmo inteligente aprende de estas acciones y sugiere contactos cada vez más adecuados.

Cualquiera que ya haya descubierto productos y servicios interesantes en el espacio de exposición o en una de las numerosas sesiones web en vivo de los expositores también puede ponerse en contacto directamente con los expositores para concertar reuniones bilaterales. Las empresas y las personas de contacto se pueden encontrar rápida y fácilmente en el emparejamiento a través de una función de campo de búsqueda, y también existe la opción de comunicación dirigida a través de la sala de exposición en línea de los expositores en el Espacio de exhibición.

Soluciones automatizadas simplifican los flujos de trabajo



Las compañías se enfrentan a retos que requieren de un empoderamiento tecnológico, herramientas que aceleren su paso a la digitalización y la automatización con el fin de continuar produciendo. Según datos de la firma analista Keypoint-Intelligence, en 2018 se observó que el 59 % de los trabajadores podrían ahorrarse un mínimo de seis horas de trabajo por semana a través de la automatización de tareas.

Xerox explica que las empresas de dedicadas al sector de las Artes Gráficas están adoptando la automatización como uno de sus pilares. En un estudio realizado la empresa de comunicación NTT Data, el 64% las empresas en América Latina están probando algún producto que le permite automatizar su flujo de trabajo.

“El 30% de las empresas que crecieron en los últimos 5 años atribuyen su éxito a las inversiones de software realizaron para aumentar la automatización,” comenta Ezequiel Bardas Presidente y Director General de Xerox Mexicana, “Se ha demostrado que la automatización es una de las formas que mejor se adaptan a tiempos en que los proyectos se vuelven más complejos y específicos. Nos encontramos en una era en la que el cliente es más exigente con los tiempos de entrega y los presupuestos son más limitados.”

En Artes Gráficas se destaca que el 23 % de los proveedores de servicios de impresión reciben más de la mitad de los archivos con errores, además se generan desperdicios entre el 3% y el 11% del volumen de impresión, de acuerdo con cifras de Keypoint-Intelligence en 2019. Con la ayuda de herramientas y de expertos como Xerox es posible concebir procesamiento automatizado e inteligente, con el cual se reducen es posible aplacar estas cifras.

“Los impresores pueden agilizar su cadena de producción con herramientas fáciles de configurar y usar como FreeFlow Core. Ésta se adapta a las necesidades del sector que muchas veces requieren movilidad y flexibilidad con configuraciones basadas en la nube.” agregó Bardas.

Con estas herramientas los impresores podrán embellecer sus creaciones con efectos especiales de forma sencilla sin alterar los archivos de origen, modificar PDFs sin volver a la fuente original y automatizar el tamaño de la hoja, entre otras útiles funciones. “Con este tipo de soluciones automatizadas los impresores se sentirán respaldados por los más de 15 años que Xerox ha estado presenten en el negocio de la automatización de la preimpresión,” concluye Ezequiel Bardas.



25
MARZO

PACKAGING RESULTADOS Y PERSPECTIVAS 2021

WEBINAR

AGUDI
ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

TWO SIDES

Temario

Mercado de cartón y envases de "regalo"
Proyecciones
Mercados

Nuevas fronteras de un mercado potencial con biomateriales
Nuevos productos
Oportunidades

Expositor

Fabio Mortara

- Country Manager de Two Sides Brasil y Two Sides America Latina, una iniciativa global que promueve el papel, la comunicación impresa y el empaque de papel.
- Graduado y Master (Ma) de la Escuela de Administración de Empresas de São Paulo, de la Fundação Getúlio Vargas
- Maestría en Ciencias (Ms) en Economía Agrícola, por la Universidad de Cornell, Ithaca, NY, EE. UU.
- Fundador de la empresa de impresión digital Paper Express
- Actual Director de la Federación de Industrias de São Paulo – FIESP y de Abigraf

SPONSOR PLATINUM

SPONSOR ORO

SPONSOR PLATA

JUEVES 25 DE MARZO | 9:00 A.M | VIA ZOOM

Los envases de papel son atractivos, impactantes y eficaces

El papel y el cartón son materiales de embalaje versátiles y eficaces, ya sea en almacenamiento o transporte, en tiendas o en el hogar. Esto ha sido probado por varios estudios. El envase de marca robusto y conocido da una gran primera impresión al comprador potencial, lo que genera expectativas con respecto al producto. Estas expectativas, a su vez, influyen en cómo el cliente percibe el producto en sí. Las expectativas más altas, si el producto no las contradice realmente, dan como resultado una mejor experiencia del cliente (1).

Para ayudar en la eficiencia de las operaciones logísticas, el papel, el cartón y el cartón pueden proporcionar la mejor solución. Son robustos y protegen, permitiendo un fácil apilado y optimizando el uso del espacio. Por ejemplo, un camión cargado con cajas de cartón de bebidas transporta alrededor del 95% del producto y solo el 5% de los envases (2).

Además de ser seguro e higiénico, el embalaje de papel ofrece numerosas opciones de diseño. Puede diseñarse en casi cualquier formato e imprimirse directamente con información esencial e imágenes de alta calidad. Puede recibir una gama de acabados especiales, ya sea para darle un toque de lujo o una función táctil (por ejemplo, con grabado en braille).

El embalaje de papel también es eficiente. Además de brindar protección durante el transporte, promueve el producto en los estantes de las tiendas, donde se toman muchas decisiones finales de compra. Los envases bien diseñados son percibidos por hasta un 76% más de consumidores que otros (3).

Los minoristas pueden aumentar sus ventas de frutas y verduras hasta un asombroso 14% si presentan sus productos en envases de papel corrugado en lugar de cajas de plástico retornables (4).

El valor publicitario de los envases de papel continúa generando reconocimiento de marca y lealtad en el hogar, donde su apariencia y sensación atractivas perduran. Se trata de dos “puntos de contacto” importantes: el contacto visual puro, en el que el consumidor ve el envase, y los contactos táctiles, en el que el consumidor sostiene el envase para obtener información sobre el producto o para utilizarlo. Los contactos táctiles son especialmente importantes, ya que son intensos y duraderos (5).

Las cajas de cartón proporcionan contactos visuales puros y, sobre todo para los productos que se utilizan habitualmente en casa, un número considerable de contactos táctiles. Punto de contacto en el verdadero sentido de la palabra (5).

1. DOOLEY, Roger. “How Your Packaging Improves Customer Experience”, forbes.com, 2014.
2. “ACE – The Alliance for Beverage Cartons and the Environment”, abril de 2017.
3. Smurfit Kappa, Marketing na gôndola: exatamente como você está no controle? 2014.
4. Eye Square, Estudo sobre o impacto de marketing de bandejas de papel cartão ondulado no ponto de venda. Junho de 2015.
5. Pro Carton, Touchpoint Study. 2015.



Empresas ya están presentando declaración de impuestos, ¿cómo solicitar fraccionamiento de la deuda?

A 10 días de iniciar el cronograma de vencimientos para presentar la Declaración Anual del Impuesto a la Renta 2020, unas 100,000 empresas ya cumplieron con esta obligación, según informa la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (Sunat).

En total más de 700,000 empresas, tanto del Régimen General y Régimen Mype Tributario, deben presentar esta declaración anual.

No están obligados a presentarla aquellos contribuyentes del Nuevo RUS y del Régimen Especial de Renta a menos que se haya acogido al Régimen MYPE Tributario o al Régimen General durante algún mes del 2020.

¿Cómo se hace la declaración?
La declaración anual se presenta vía Internet mediante el Formulario Virtual N° 710, el cual tiene la información del saldo a favor, los pagos a cuenta y las retenciones del impuesto.

Para esto primero ingresa a renta.sunat.gob.pe y haz click en el botón superior: declare y personas. Luego completa los datos de RUC, usuario y contraseña y selecciona el ejercicio 2020.

Eliges el tipo de renta al que perteneces y completa los datos que solicitan. Revisa la información de cada casilla y finalmente das click en aceptar si estas conforme.

¿Cómo hacer fraccionamiento?
Si al momento de efectuar la declaración anual te indican que tienes un impuesto por pagar puedes acogerte al fraccionamiento y/o aplazamiento de la deuda tributaria por hasta 72 meses.

Sino, también pueden hacerlo a partir del sexto día hábil siguiente de la presentación de la declaración anual.

Ten en cuenta que esta alternativa es validad para las empresas que en el año 2020 tuvieron ingresos que no superaron los 645,000 soles (150 UIT). Si tu negocio tuvo ingresos anuales mayores pueden acogerse al fraccionamiento a partir del primer día hábil de mayo, a través de Sunat Virtual.

¿Cuál es el cronograma?
El cronograma de vencimientos se inicia el 25 de marzo y finaliza el 12 de abril de acuerdo con el número de RUC:

Si tu RUC termina en 0 la última fecha para declarar es el 25 de marzo de 2021
Si tu RUC termina en 1 la última fecha para declarar es el 26 de marzo de 2021
Si tu RUC termina en 2 la última fecha para declarar es el 29 de marzo de 2021
Si tu RUC termina en 3 la última fecha para declarar es el 30 de marzo de 2021
Si tu RUC termina en 4 la última fecha para declarar es el 31 de marzo de 2021
Si tu RUC termina en 5 la última fecha para declarar es el 5 de abril de 2021
Si tu RUC termina en 6 la última fecha para declarar es el 6 de abril de 2021
Si tu RUC termina en 7 la última fecha para declarar es el 7 de abril de 2021
Si tu RUC termina en 8 la última fecha para declarar es el 8 de abril de 2021
Si tu RUC termina en 9 la última fecha para declarar es el 9 de abril de 2021
Los buenos contribuyentes y aquellos que no están obligados a inscribirse en el RUC pueden declarar hasta el próximo 12 de abril de 2021.