ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

Síguenos:

@agudigraficos

Boletín ELECTRÓNICO

07 de febrero de 2019
N ° 600

NOTAS DE INTERÉS 01-04

//Por qué imprimir en la era digital

//COPA CENTENARIO

//Color, olor y texturas: Elementos clave para comunicar y orientar la compra

//La sexta edición del Premio KODAK SONORA Green Leaf reconoce a 13 impresores por su excelencia en impresión sustentable

//Xerox hace que la seguridad y la productividad sean prioridades absolutas

ACTUALIDAD 06-07

//BOLSA DE TRABAJO Practicante Preprensa
//LABORAL Publican reglamento para el goce de vacaciones parciales de los trabajadores

SPONSOR PLATINUM

SPONSOR ORO

SPONSOR PLATA

Por qué imprimir en la era digital



La transformación digital ha alterado la industria de la impresión y cómo el público crea y accede a la información. Pese a que durante un tiempo se creyó que el mundo digital eliminaría por completo el impreso, hasta ahora no ha sido así, y existen razones que hacen preferir a este último.

Compromiso con la lectura

Los estudios confirman que las personas que leen materiales impresos tienen un mayor interés y compromiso que usándolos desde internet. Quienes leen grandes bloques de texto se sienten más concentrados cuando no tienen elementos que los puedan distraer.

El público quiere opciones

Hay que proporcionar a los lectores suficientes opciones y canales de distribución para que seleccionen el que prefieran. Por ejemplo, en Estados Unidos la tienda J.C. Penney había anunciado el retiro de sus catálogos impresos y en 2015 debió volver a imprimirlos, por ser una importante herramienta de marketing.

La impresión puede trabajar mano a mano con lo digital

El material impreso hace un trabajo muy adecuado a la hora de actuar con el material online, ya sea de forma promocional o trabajando mano a mano, conectando con lo digital a través de códigos QR, realidad aumentada y otras innovaciones.

17 Y 24 DE FEBRERO
03 DE MARZO

COPA CENTENARIO

CAMPEONATO RELÁMPAGO DE FULBITO - VÓLEY

AGUDi
ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

¡ÚLTIMAS INSCRIPCIONES!

CAMPEONATO DE FULBITO

CATEGORÍAS LIBRE / DAMAS / MÁSTER

CAMPEÓN LIBRE
VIAJE A CHICLAYO "COPA NACIONAL" | TROFEO |
1 PÁGINA DE PUBLICIDAD | BALÓN OFICIAL

SUBCAMPEÓN LIBRE
TROFEO | BALÓN OFICIAL

CAMPEÓN DAMAS
TROFEO | 1/2 PÁGINA DE PUBLICIDAD | BALÓN OFICIAL

CAMPEÓN MÁSTER
TROFEO | BALÓN OFICIAL

CAMPEONATO VÓLEY

CATEGORÍA MIXTO (4 MUJERES/ 2 HOMBRES)

CAMPEÓN
TROFEO | 1 PÁGINA DE PUBLICIDAD |
BALÓN OFICIAL

EL BERNABEU
AV. ESPAÑA 342 (CERCADO DE LIMA)

INSCRIPCIÓN POR EQUIPO (INCLUYE IGV)

LIBRES S/400.00 | MÁSTER S/300.00 |
DAMAS S/350.00 | VÓLEY S/300.00
CTA. CTE BCP N°1910045440089

INFORMES E INSCRIPCIONES
719 6402 / 998 138 956 / mariomondragon@agudigraficos.com

AUSPICIADORES

La impresión destaca
Sorprende, pero la impresión destaca hoy día, ya que no es tan común como lo era antaño. Cada día un usuario recibe cientos de correos electrónicos, pero pocos -o ningún- impreso. En el mundo de la publicidad existen estudios que indican que los usuarios encuentras los avisos en internet y pop-us molestos e invasivos. En cambio, los avisos impresos no son molestos y pueden ser una forma de resaltar y destacar.

Estandarización
Al contrario de una página web, que puede ser invadida por publicidad, pop ups, o el diseño puede cambiar según el aparato que se ocupe para visitarla, los impresos no tienen este problema. Como se imprime es como lo verán los lectores.

No hay riesgo
Lo impreso representa completa privacidad y control.

El impreso es tomado más en serio
Generalmente, el material impreso tiene más autoridad que el contenido digital. Para ojo del público cuando algo está impreso tiene más peso, ya que cualquiera puede publicar en línea.

Despierta los sentidos
El impreso apela al sentido del tacto y, en algunos casos, el olfato. Ashley Hubka, experta en estrategia y desarrollo corporativo, explica en What They Think que los productos físicos resuenan en la gente de una forma que lo digital no lo logra. Una vitrina decorada con impresos construye identidad de una forma que las redes sociales no lo logran. Una tarjeta de presentación genera una conexión tangible y personal.



Color, olor y texturas: Elementos clave para comunicar y orientar la compra



El diseño e imagen de un envase son los elementos que llaman la atención del consumidor. El color también es un elemento crucial que apoya la identificación de un producto.

De acuerdo con un estudio del departamento de Psicología Experimental de la Universidad de Oxford, los colores, olores y texturas de un packaging son factores clave al momento de tomar la decisión de compra y cuando se trata de identificar una marca.

Charles Spence, catedrático y jefe del Laboratorio de Investigación Intermodales de la institución, explicó que al igual que sucede con la forma del packaging, y cómo facilita el reconocimiento de una marca y producto, el color es un elemento crucial que apoya esta identificación, y que al mismo tiempo le da una imagen al producto.

Color
El estudio, que analizó cómo percibe el consumidor los envases disponibles en supermercados, detalla que este año, algunas de las tendencias de color usadas en envases, botellas, cajas y otro tipo de packaging se distinguieron por el uso de colores no tradicionales para mujeres; es decir, el rosa ya no es un color exclusivo del mercado femenino. Ahora tonos de verde, combinados con beige y neutros, así como escala de grises fueron algunos de los tonos utilizados para dicho mercado.

Lujo
Para versiones de lujo o premium, el negro se mantiene como el favorito y el más efectivo, ya que denota elegancia, sofisticación, destaca el producto y da la impresión de mayor calidad. Este combinado con tipografía en dorado o blanco lo hace lucir aún mejor.

Vintage
El packaging vintage también es una tendencia que se apoya de tonos suaves de colores como el azul, rosa, violeta, gris y verde.

La sexta edición del Premio KODAK SONORA Green Leaf reconoce a 13 impresores por su excelencia en impresión sustentable



SKodak anunció los ganadores del Premio KODAK SONORA Green Leaf 2018, que incluye 13 impresores de todo el mundo. El programa, ya en su sexto año, celebra a los socios de la industria que son líderes en la implementación de prácticas sustentables y en ofrecer a sus clientes opciones ecológicas para sus necesidades de impresión.

Los ganadores de la edición 2018 son: **Artes Gráficas Sagitario (Bolivia); Presse-Druck- und Verlags-GmbH (Alemania); Blackmore Group (Reino Unido); Colour King (Sudáfrica); PT. Gelora Aksara Pratama (Indonesia); Hebei Xindong Printing Co. (China); Leanin Tree (Estados Unidos); Mitchell Press (Canadá); The Profeather Printing Co., Ltd. (DongGuan) (China); SRB Printing (Corea del Sur); Stuff New Zealand (Nueva Zelanda); Toyokuni Printing Co. (Japón); Wijeya Newspapers (Sri Lanka).**
Además de utilizar las planchas libres de procesamiento KODAK SONORA, cada una de las compañías ganadoras demostró un compromiso continuo con prácticas sustentables. Los participantes premiados fueron evaluados según una serie de criterios, que incluyen prácticas de gestión para mejorar la eficiencia energética y del agua, la participación en iniciativas de sustentabilidad en la comunidad local y el uso de materiales y suministros respetuosos con el medio ambiente. Todas las presentaciones se revisan con puntuaciones determinadas por un panel de jueces de Kodak.

"En Kodak, creemos que la impresión sustentable proporciona la base fundamental para impulsar el éxito empresarial y cada uno de los ganadores del Premio SONORA Green Leaf de este año es nuevamente ejemplo de cómo ponerlo en práctica", dijo John O'Grady, Presidente de Kodak's Print Systems Division. "Los resultados específicos que produce cada uno de estos impresores al incorporar acciones más respetuosas con el medio ambiente en todo su negocio son bastante tangibles, desde costos operativos reducidos hasta aumentos medibles en las métricas de rendimiento clave que benefician a sus clientes".

Una de las formas más significativas en que Kodak contribuye a un mundo más sustentable es capacitando a los clientes para que cumplan sus objetivos, por lo que la ingeniería de productos de Kodak prioriza la sustentabilidad ambiental. Las planchas Libres de Procesamiento KODAK SONORA representan la pieza central de la oferta de productos sustentables del portafolio, con más de 4,000 clientes que utilizan la tecnología en todo el mundo. Este número sigue creciendo con la última versión, SONORA X, que permite que más del 80% de los impresores pasen a las planchas libres de procesamiento. Más allá de las planchas KODAK SONORA, los equipos CTP de Kodak reducen el consumo de energía hasta en un 95% en comparación con las plataformas alternativas. Las prensas KODAK PROSPER y la tecnología de inyección de tinta KODAK ULTRASTREAM tienen componentes de cabezal de impresión diseñados para renovación y reutilización, mientras que las prensas KODAK NEXPRESS y KODAK NEXFINITY incluyen características ambientalmente responsables, como tintas secas HD que prácticamente no generan emisiones ni requisitos de energía eléctrica significativamente inferiores a los de la alternativa.

AGUDI
ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN
1919 2019
100 AÑOS AGUDI

Libro
HISTORIA DE AGUDI
SU EMPRESA YA FORMA PARTE DE LA HISTORIA DE LA INDUSTRIA GRÁFICA DEL PERÚ









EL LIBRO 100 AÑOS DE HISTORIA GRÁFICA EN AGUDI, es un homenaje a los empresarios gráficos que fundaron esta institución y a los diferentes directivos que lideraron la Asociación durante diez décadas, siendo la emblemática AGUDI la más antigua de Latinoamérica.

Este libro nos permitirá viajar en el tiempo, revivir recuerdos y recordar cómo empezó hace 100 años de la mano de empresarios y directivos visionarios, la gran institución que hoy es reconocida como AGUDI. Además, como parte de los anexos y paralelo a la historia de la institución conoceremos la trayectoria de diversas empresas gráficas que también forman parte importante de nuestra historia.

MEMORIAS DE EMPRESAS GRÁFICAS EN EL PERÚ

La sección estará dedicada a empresas que son protagonistas actuales de la evolución y el desarrollo de la industria gráfica diaria. En este espacio se pondrán al alcance de todos los lectores los pormenores del proceso de crecimiento y desarrollo alcanzado por las empresas nacionales.

Asimis,mo, se buscará rescatar y posicionar en su real contexto a los gestores, fundadores y trabajadores de estas empresas, procurando que todo lo realizado hasta hoy permanezca en el tiempo y sirva de ejemplo a futuras generaciones de gráficos.

FICHA TÉCNICA

Título: 100 años de AGUDI | Edición: Primera | Páginas: 320 | Tipo de enmarcación: Tapa dura y con fotográfias a color | Interior: Papel couché de 115 gramos | Edita: AGUDI / GRUPO G-Trade S. A . C.





BENEFICIOS DEL PARTICIPANTE

- Publirreportaje de 4 páginas
- Sesión fotográfica
- 10 libros de cortesía
- Plaqueta de reconocimiento en la cena de los 100 años.
- Invitación especial a la cena de los 100 años.
- Presencia en el video del libro.

INVERSIÓN

- $1,000 (No incluye IGV)
- Forma de pago (A tratar)

Sé parte de esta **HISTORIA**

EDICIÓN EXCLUSIVA POR ANIVERSARIO

Informes:
AGUDI-Mario Mondragón
719 6402 / 998 138 956
mariomondragon@agudigraficos.com
www.agudigraficos.com

Xerox hace que la seguridad y la productividad sean prioridades absolutas

El cumplimiento de las normas de seguridad y la productividad en el lugar de trabajo ahora son más fáciles con las impresoras multifunción (MFPs) AltaLink® de Xerox.

Nuevas mejoras de software para estos Asistentes de Trabajo, que cuentan con la tecnología ConnectKey®, permiten a las compañías monitorear configuraciones de seguridad críticas y restablecer automáticamente los cambios no autorizados, un paso proactivo para detener las violaciones de seguridad. Además, una nueva experiencia de usuario intuitiva brinda a los grupos de trabajo medianos y grandes más formas de personalizar las tareas diarias, lo que permite maximizar el tiempo y mejorar la productividad.

Seguridad proactiva con Xerox
Con la nueva Configuration Watchdog de AltaLink, los administradores de IT pueden asegurarse de que los dispositivos se mantengan dentro de sus políticas de seguridad definidas para salvaguardar la infraestructura y los datos empresariales críticos, sin supervisión externa.

Así es como funciona: los administradores pueden monitorear los requisitos de cumplimiento de normas de hasta ocho configuraciones de seguridad. Cuando se detectan cambios no autorizados, Configuration Watchdog los repara y hace volver al estado de cumplimiento de normas; los cambios no aprobados se notifican y se registran para una respuesta adicional.

Las últimas mejoras de AltaLink permiten a las empresas cumplir con los estándares NIST 800-171, que rigen la seguridad de los datos en sistemas y organizaciones de información no federales.

“Las amenazas de ciberseguridad se han vuelto más sofisticadas, y la respuesta de Xerox también lo es”, dijo la Dr. Alissa J. Abdullah, chief information security officer de Xerox. “Adoptamos un enfoque proactivo para la seguridad de dispositivos, datos y documentos, que coloca a las organizaciones en una postura ofensiva para actuar en la detección y respuesta de amenazas”.

Para una protección adicional, los dispositivos multifunción AltaLink incluyen soporte para el software de gestión de impresión ThinPrint con cifrado de extremo a extremo, así como eficiente compresión y transmisión de datos de impresión, con velocidades de salida más rápidas.

bolsa de trabajo



Nicole Rodriguez Mantari – Preprensa

n.rodriguezmantari@gmail.com
1062433@senati.pe
910 209 425

Cursando IV Ciclo de la carrera de Producción Gráca en Senati, busca realizar sus prácticas profesionales en una empresa gráfica en el área de Preprensa.

HABILIDADES
•Compañerismo
•Plataforma Office:
Word
Power Point
Excel

•Adobe:
Illustrator
Photoshop
Indesing

REFERENCIAS
• José La Cruz
Instructor de Preprensa
950 064 633
jlacruz@senati.pe

• Iván Blanco Romero
Instructor de Sistemas de impresión
Iblanco@senati.pe

• Débora Huamán Alvarado
Instructora de Sistemas de impresión
dhuaman@senati.pe

LABORAL

Publican reglamento para el goce de vacaciones parciales de los trabajadores

El martes 5 de febrero último se han publicado en el Peruano los Decretos Supremos 002-2019-TR y el 013-2019-PCM, con los cuales se reglamentan las disposiciones del Decreto Legislativo N° 1405 (12/09/2018), que estableció nuevas disposiciones para el disfrute del descanso vacacional remunerado de los trabajadores del sector privado y público, a fin de que se les permita compatibilizar la vida familiar y laboral.

Para el sector privado se estableció que el disfrute del descanso vacacional, a solicitud del trabajador, las vacaciones de 30 días podrán fraccionarse en 15 días calendario en periodos de 7 y 8 días calendario ininterrumpidos.

Los otros 15 días podrán gozarse en forma fraccionada en periodos inferiores a 7 días calendario a razón de 1 día como mínimo. El orden de los periodos a ser fraccionados se establece por acuerdo escrito entre el empleador y el trabajador.

DISPOSICIONES REGLAMENTARIAS APROBADAS:

A.- PARA EL SECTOR PRIVADO.- El Decreto Supremo 002-2019-TR ha precisado lo siguiente:

Ámbito de aplicación:
Se aplica a los trabajadores sujetos al régimen laboral general de la actividad privada que prestan servicios en el sector privado. No alcanza a los regímenes laborales especiales de la micro y pequeña empresa que se rigen por sus propias normas.

Días de descanso vacacional:
El descanso vacacional es de 30 días calendario y comprende los días de descanso semanal (domingo o sustitutorio) feriados, días no laborables y otros supuestos de suspensión de labores que ocurran durante el periodo vacacional, salvo decisión unilateral del empleador, acuerdo de partes, convenio colectivo o costumbre más favorable.

Adelanto de vacaciones:
Puede acordarse el adelanto de vacaciones, en forma previa y por escrito el adelanto de días de descanso a cuenta de las vacaciones que se generen, incluso por un número de días mayor a la proporción del récord generado a la fecha del acuerdo.

Compensación del descanso adelantado:
Mientras subsista el vínculo laboral, los días de adelanto se compensan una vez cumplido el récord vacacional correspondiente. Si el cese se produce antes de cumplido el récord vacacional, debe consignarse en la liquidación de beneficios sociales la compensación de los días adelantados, con las vacaciones truncas. El trabajador no está obligado a pagar ni compensar los días de descanso adelantado que no puedan ser compensados con las vacaciones truncas.

Fraccionamiento del descanso vacacional:
Procede solo a solicitud escrita del trabajador. La oportunidad del descanso vacacional y su fraccionamiento se fijan de común acuerdo, a falta de acuerdo el empleador decide la oportunidad del goce, pero no el fraccionamiento.

Forma de fraccionar el descanso vacacional:
Primer bloque de al menos 15 días calendario se goza de forma ininterrumpida, o puede distribuirse en dos periodos de al menos 7 días y 8 días ininterrumpidos.

El resto del descanso vacacional puede gozarse en periodos mínimos de 1 día calendario.

Las partes pueden acordar el orden en el que se goza lo señalado en los acápites precedentes.

Acuerdo del fraccionamiento:
El acuerdo de fraccionamiento del descanso vacacional se celebra por escrito y debe ser previo al goce del mismo. El documento debe indicar en forma expresa la estructura del fraccionamiento así como las fechas de inicio y término.

Reducción del descanso vacacional:
La reducción del descanso vacacional, comúnmente llamada "venta de vacaciones" hasta por 15 días calendario, solo procede respecto del bloque de 15 días que puede gozarse en periodos mínimos de 1 día calendario.

Disposiciones reglamentarias:
Lo dispuesto en este reglamento, complementa lo dispuesto en el reglamento del Decreto Legislativo 713 aprobado por DS N° 012-92-TR.

B.- PARA EL SECTOR PÚBLICO.- El Decreto Supremo 013-2019-PCM dispone lo siguiente:

Record vacacional:
Establece los días que se consideran como "efectivamente laborados" para efectos del récord vacacional, que da derecho al descanso anual.

Descanso vacacional:
Regula la oportunidad del descanso vacacional, que debe fijarse de común acuerdo entre el trabajador y la entidad. A falta de acuerdo decide la entidad, respetando los criterios de razonabilidad y necesidad del servicio

Rol de vacaciones:
Dispone que el rol de vacaciones lo aprueba la oficina de RRHH de la entidad correspondiente, en noviembre de cada año

Descanso parcial:
Regula la forma de fraccionar el descanso vacacional en periodos no menores de 7 días calendario; estableciendo que el trabajador dispone de 7 días hábiles para fraccionarlos en periodos mínimos de media jornada.

Adelanto de vacaciones:
Dispone la forma de otorgar el adelanto de vacaciones y los casos en que no procede dicho adelanto.