

AGUDI
ASOCIACIÓN PERUANA DE MEDIOS DE IMPRESIÓN

BOLETÍN SEMANAL

NOVIEMBRE

SPONSOR PLATINUM

SPONSOR ORO

- Xerox designa a Ezequiel Bardas como nuevo Vicepresidente y Gerente General en Latinoamérica
- Kodak galardonado con el premio Pinnacle InterTech Award 2021 por sus avances en la impresión sostenible
- Súbase a un tren de alta velocidad
- Un regalo para la industria del marketing impreso
- La generación z prefiere la impresión
- Packaging inclusivo / Ganador Sorteo Licencia
- Nueva impresora textil de Ricoh que multiplica la productividad de las empresas
- SENATI: Semana Tecnológica “Graphic Arts Week 2021”



XEROX DESIGNA A EZEQUIEL BARDAS COMO NUEVO VICEPRESIDENTE Y GERENTE GENERAL EN LATINOAMÉRICA

Xerox anunció el nombramiento de Ezequiel Bardas como Vicepresidente y Gerente General de Xerox para Latinoamérica. Desde el 1 de noviembre es el encargado de encabezar la estrategia de negocio en toda la región y le reportan los Gerentes Generales de las filiales de Xerox en: Brasil, México, Xerox XMLA (Conformada por Argentina, Chile, Ecuador y Perú), y el grupo de Distribuidores que atienden el resto de América Latina (XDG), con el objetivo de continuar con el crecimiento, cuya finalidad es que la compañía se posicione como referente y líder indiscutible en los sectores de servicios, soluciones y tecnología.

“Ezequiel y su equipo impulsarán iniciativas enfocadas en la transformación digital de los negocios, el desarrollo de ingresos sostenibles y el crecimiento de las ganancias. Estas iniciativas incluyen implementar una estrategia de producción en la región, diversificar nuestra cartera con más soluciones de valor agregado y mejorar el enfoque en el canal, logrando el incremento de nuestra participación en el mercado”, dijo Mike Feldman, Vicepresidente ejecutivo y presidente, Operaciones en las Américas y Ofertas de servicios globales en Xerox.

Anterior a este cargo, Ezequiel ocupó la posición de Presidente y Director General de Xerox en México desde enero del 2018, hasta octubre del 2021, logrando un importante crecimiento en la filial, resaltando la implementación de la estrategia y cobertura del mercado corporativo y una línea de negocios adicional para el sector gráfico.

Antes de esta posición fue, Director General de Xerox Argentina, con sede en Buenos Aires, cargo que ocupó desde 2012, siendo responsable del liderazgo y la gestión organizativa de una filial con grandes retos en el ámbito económico.

Ezequiel es Licenciado en Mercadotecnia y Negocios (UADE) y posee también una Maestría en Administración de Negocios (IAE, Argentina). Seguirá dirigiendo las operaciones de México hasta que se nombre a su reemplazo.

KODAK GALARDONADO CON EL PREMIO PINNACLE INTERTECH AWARD 2021 POR SUS AVANCES EN LA IMPRESIÓN SOSTENIBLE

Kodak se enorgullece de recibir el premio Pinnacle InterTech Award por sus planchas KODAK SONORA XTRA libres de procesamiento, que mejoran la sostenibilidad y la rentabilidad incluso de las operaciones de impresión más exigentes.

Las planchas sin proceso KODAK SONORA XTRA combinan toda la sostenibilidad, la calidad y el rendimiento de la tecnología de planchas sin proceso probada en campo de Kodak, pero con velocidades de procesamiento de imágenes más rápidas, contraste de imagen drásticamente mejorado y un manejo más robusto. Esto brinda a los impresores una ventaja decisiva en materia de sostenibilidad junto con un rendimiento superior en una gama más amplia de tipos de prensa y aplicaciones de impresión.

“Los jueces encontraron convincente que los innegables beneficios de las planchas sin proceso ahora estén disponibles para los impresores convencionales sin comprometer la calidad o la duración”, dijo Jim Workman, vicepresidente de tecnología e investigación de PRINTING United Alliance. "Hay pocas excusas para que los impresores no consideren las planchas sin procesar ahora".

Las planchas sin proceso de Kodak no requieren productos químicos, agua o energía para desarrollarse. Además de estos beneficios de sostenibilidad en la preimpresión, las planchas sin proceso KODAK SONORA XTRA también generan importantes ahorros de costos para los propietarios de negocios en la sala de impresión, hasta $ 315,000 para una impresora de gran tamaño. Estos ahorros de costos son posibles gracias a un menor tiempo de inactividad de la prensa para rehacer las planchas, menos casos de una preparación fallida y reducciones generales de desperdicio.

"Cada vez más impresores están cambiando para procesar planchas libres debido al creciente interés en proteger el medio ambiente, la presión constante en la industria para reducir costos y el deseo de flujos de trabajo más eficientes y procesos de preimpresión más rápidos", dijo John O'Grady, Senior Vicepresidente de Impresión tradicional de Eastman Kodak Company.

SÚBASE A UN TREN DE ALTA VELOCIDAD



Es un tren exprés. Es la industria en rápido crecimiento de los empaques flexibles digitales, y no se va a detener. El motor se alimenta de los requerimientos profundamente personalizados de los consumidores y la explosiva industria del consumo de rápida rotación (CPG), que está evolucionando para seguir el ritmo. En un intento de perturbar el status quo, las pequeñas marcas se ponen a la altura de las grandes marcas, a medida que las grandes marcas buscan mostrarse como ser pequeñas y exclusivas. HP Indigo es la entrada que necesitan los convertidores que se dan cuenta de esta oportunidad y que están listos para avanzar de forma inteligente. Añadir una prensa digital HP Indigo a su imprenta le ofrecerá nuevas fuentes de ingreso para su planta de producción. Esta es su oportunidad para subirse a un tren de alta velocidad que le llevará directamente al éxito financiero. Las soluciones de empaques flexibles de HP Indigo complementan su modelo de negocio, tanto si usted es un gran convertidor que trabaja con grandes marcas o un pequeño convertidor que colabora con marcas locales. Satisfaga la creciente demanda de las marcas de tiradas mas cortas, comercialización rápida y experiencias más personalizadas, y amplíe su negocio y sus márgenes en toda su base de clientes. Aproveche el poder de la tecnología digital de HP Indigo para cumplir con las demandas de las marcas con compromisos ecológicos, ofrezca soluciones sustentables y haga frente a los problemas medioambientales.

Aproveche las infinitas oportunidades de un mercado en crecimiento
Genere grandes márgenes aceptando trabajos que habitualmente no son rentables con la producción convencional.

• Preste un mejor servicio a marcas pequeñas y medianas abordando todas las longitudes de tirada, sin pedidos mínimos y con entregas en tan solo unos días.
• Consiga nuevos negocios y aumente los márgenes ofreciendo empaques inteligentes con elementos de protección de marca, datos variables y diseños exclusivos con HP SmartStream Mosaic y HP SmartStream Collage.
• Produzca una gran variedad de aplicaciones de empaque flexible usando los mismos sustratos disponibles para tecnología de impresión convencional.

UN REGALO PARA LA INDUSTRIA DEL MARKETING IMPRESO

Uno de los aspectos curiosos, y a veces exasperantes, del marketing es la forma en que puede insertarse en casi todas las áreas de la vida diaria. Además de los miles de mensajes publicitarios diarios a través de canales tradicionales como televisión, digital, periódicos, revistas, correo directo y vallas publicitarias, existe un flujo constante de nuevas formas en las que una marca puede captar su atención.

Mire fijamente sus pies cuando suba una escalera en una estación de tren y se encuentre frente a un anuncio, camine por un centro de la ciudad concurrida y hay un 'pop-up' experiencial, mire su jabón favorito y hay una taza de café cuidadosamente colocada . Ahora, los especialistas en marketing se han dado cuenta de los sentimientos positivos asociados con la apertura de un paquete.

Por supuesto, los prospectos han existido por un tiempo, generalmente para cajas de vino o suscripciones a comidas, pero lo único que les ha impedido ganar terreno en los círculos de marketing es su incapacidad para ser evaluados. Los encartes están empaquetados, los paquetes se envían y se desconoce por completo si el consumidor toma alguna medida.

Sin embargo, una empresa en Estados Unidos ha desarrollado recientemente la tecnología para rastrear estos insertos, lo que facilita a los especialistas en marketing monitorear su impacto y obtener una imagen real del desempeño de este canal relativamente nuevo.

Entrega de valor de marketing
Lo que muestra el estudio WRAP es que, si bien existe ciertamente un entusiasmo entre el público por UnDigital, una plataforma de tecnología publicitaria, ha creado una plataforma de marketing de unboxing personalizada que, según afirman, aumenta las tasas de retención de clientes entre un 5% y un 15%, además de aumentar frecuencia de pedido y LTV del cliente (valor de por vida). La empresa ofrece encartes personalizados de impresión bajo demanda que se pueden rastrear y utilizar para medir los ingresos de la campaña, el recuento de impresiones y la acción realizada por cada cliente.

“Los prospectos de los paquetes alguna vez fueron estáticos y preimpresos, y hasta ahora, no brindaban la experiencia de marca personalizada que esperan los consumidores de hoy”, dice Ryan Millman, fundador y CEO de UnDigital. "Nuestra



tecnología lleva algo bastante antiguo a la era digital y permite a las marcas aprovechar los millones de paquetes que se envían a diario".

El momento del buen humor

Cuando considera los sentimientos positivos asociados con la recepción y la apertura de un paquete, es una sorpresa que los especialistas en marketing hayan tardado tanto en utilizarlos como una forma de interactuar con los consumidores. A pesar de que el consumidor sabe exactamente lo que está recibiendo, la sensación de anticipación cuando llega el paquete combinado con la emoción de abrir el paquete lo pone en el estado de ánimo adecuado para ser vendido, especialmente si la marca sabe exactamente lo que le gusta.

Luego está la tasa de apertura del 100%, la imposibilidad de eliminar o ignorar el mensaje (a diferencia de, digamos, los correos electrónicos) y el gran volumen de paquetes que recibe el consumidor promedio. El comercio electrónico ahora representa más de una cuarta parte de todas las ventas minoristas en el Reino Unido, y se espera que alcance un tercio en 2024. Con mucho, el producto más popular comprado en línea es la moda, con el 55% de la población del Reino Unido obteniendo regularmente su ropa nueva. entregado. Tomadas con accesorios para el hogar (28%), dispositivos electrónicos (24%) y cosméticos y productos de belleza (22%), son muchas oportunidades para llegar al consumidor con mensajes dirigidos.

La oportunidad para el marketing impreso

Lo que esto significa para la industria de la impresión es la aparición de un nuevo canal rastreable abierto para que las empresas se sumerjan en él. A medida que se desarrolla la tecnología de orientación, seguimiento y gestión de datos y el canal se vuelve más popular entre las marcas, la industria de la impresión debería estar preparada para aprovechar sus propias soluciones de encartes personalizados.

Como uno de los primeros en adoptar la plataforma de inserción UnDigital, Unilever descubrió que el uso del sistema aumentó la retención de clientes en un 9%. Vasiliki Petrou, vicepresidente ejecutivo de Unilever Prestige, dijo: "Usar una caja como pantalla digital es una oportunidad para contar historias que muchas marcas pierden".

LA GENERACIÓN Z PREFIERE LA IMPRESIÓN

La Generación Z –aquella nacida entre 1995 y 2000– pasa más tiempo leyendo materiales impresos que sus predecesores. Es la afirmación que realiza la columnista Chaymae Samir en este artículo publicado por la agencia de noticias Reuters, y que la Revista Impresiones reseña para hacer un repaso sobre esta generación y su actitud hacia la imprenta.

A estas alturas, la Generación Z no necesita presentación. Crecieron con las redes sociales y la tecnología y nunca han conocido el mundo sin ellas. También se convirtieron en la generación más grande de consumidores del 2020 y parecen inmunes a cualquier intento de publicidad hacia ellos. Entonces, ¿cómo se traduce eso en el mundo editorial?

Si bien vivimos en un mundo donde lo digital tiene prioridad, todavía existe una fuerte sensación de que la impresión es valiosa, especialmente para la Generación Z. Los últimos años se han creado nuevos títulos producidos con muy poco dinero por editores jóvenes, que parecen encender la pasión por la impresión en sus audiencias. Las marcas de consumo también están prestando atención y compitiendo para aprovechar las oportunidades de marketing asociadas con la tinta.

La credibilidad está asociada con la impresión

”La buena noticia para las revistas impresas es que su credibilidad tiene un efecto de halo en los sitios web de las revistas, lo que les da una ventaja competitiva sobre sus competidores exclusivamente digitales. La gente puede estar comprando menos revistas, pero aún las asocia con calidad y confiabilidad‘‘, señala el blog Dead Tree Edition.

En un mundo en el que casi cualquier persona puede ser un “editor” y publicar noticias falsas, el público comienza a cuestionar la validez de sus fuentes y la Generación Z parece confiar en las publicaciones impresas sobre otros medios para brindar información creíble. Eso es lo que MNI Targeted Media Inc. descubrió cuando encargó un estudio para conocer mejor a esta generación, encuestando a estudiantes de las principales universidades sobre su consumo de medios. Alrededor del 83% recurre a



los periódicos en busca de información y contenido confiables y el 34% recurre a las revistas.

Los consumidores jóvenes son muy conscientes de que la publicación de revistas no sigue las mismas reglas que las redes sociales y los blogs, donde la velocidad triunfa sobre la verificación de datos, la edición y el refinamiento. Procesos que son necesarios antes de imprimir algo.

La búsqueda por la desconexión

Debido a que la Generación Z creció con la tecnología, parece que valoran los medios impresos como una forma de desconectarse del ruido digital con el que viven. De hecho, y según el estudio de MNI, el 61% de la Generación Z cree que sus compañeros se beneficiarían de desconectarse más.

"El espacio digital es un paisaje agitado, ruidoso y desordenado con bloggers, influencers, periodistas, editores, escritores, especialistas en marketing, todos gritando al vacío, sus voces emergen, o no, según el SEO o los algoritmos". Por el contrario, agrega, "la intimidad no tiene rival" cuando los lectores sostienen la letra impresa en sus manos, se crea "una conexión visceral y poderosa". "En este mundo cada vez más digitalizado, no se puede subestimar la cantidad de personas que solo quieren sentir algo real", opina Terri White, editora en jefe de la revista cinematográfica Empire de Bauer Media Group.

De acuerdo al artículo, todo esto fortalece la posición de lo impreso, especialmente para avisadores que buscan llegar a la generación más joven en busca de su atención e interés.

TWO SIDES LATINOAMÉRICA LANZA EL SITIO WEB LOVE PAPER EN EL DÍA INTERNACIONAL DE LA IMPRESIÓN (# IPD21)

El Día Internacional de la Impresión se celebra anualmente durante 24 horas. Hay varias acciones y compartidos sobre el tema a través de las redes sociales. Para conmemorar la fecha, Two Sides Latinoamérica lanzó el sitio web oficial de la Campaña Love Paper. ¡Accede y aprende más!

Visita: https://al.lovepaper.org/

PACKAGING INCLUSIVO



15 % de la población mundial vive con algún tipo de discapacidad y las marcas están adaptando sus envases para ampliar su alcance a más consumidores. Kellogg está trabajando con un código en sus envases que permitirá leer la información del producto en voz alta. Herbal Essences marcó sus envases con relieves. Unilever desarrolló un desodorante ergonómico con tapa de gancho y texto braille en su etiqueta.

Boxed Water usa tipografías grandes para facilitar el reconocimiento. Y la pomada analgésica Voltaren creó tubos que se abren en un solo gesto, pensada en quienes sufren de dolor de mano o muñeca.

GANADOR SORTEO WEBINAR "PROGRAMA DE RECUPERACIÓN DE MERCADO PARA IMPRENTAS"

Felicitamos a la empresa **Termil Editores Impresores S.R.L.** por haber salido ganador de una licencia Web To Print de Amazing Print.

¡Felicitaciones!

Además, invitamos a nuestros asociados a participar en los próximos sorteos para una licencia gratuita otorgada por

AVAGO GROUP

NUEVA IMPRESORA TEXTIL DE RICOH QUE MULTIPLICA LA PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS



Con velocidades de impresión increíblemente rápidas, operación sencilla, mantenimiento simplificado y soluciones de software avanzadas, la RICOH Ri 2000 permite el aumento de la producción y el ahorro en costos.

La nueva impresora también presenta un diseño innovador, funcionamiento intuitivo y la tradicional facilidad de uso de las impresoras directo a prenda (DTG) de la marca, lo cual responde a las necesidades de más productividad de los impresores textiles.

Este sistema de nueva generación facilita la producción de objetos promocionales y personalizados en volúmenes más grandes o con plazos más ajustados. Imprime con una resolución de 1200 x 1200 ppp sobre una amplia gama de tejidos. También es compatible con la producción de mascarillas textiles y chalecos de seguridad. Gracias a la flexibilidad del mecanismo de platina magnética y al ajuste automático de la altura de la mesa, cambiar de un tipo a otro de prenda es fácil y rápido.

«La RICOH Ri 2000 lleva la impresión directa a la prenda al siguiente nivel. Armada de acuerdo con los estándares de ingeniería y diseño de clase mundial, ofrece un alto rendimiento sin concesiones, características innovadoras y un valor inigualable", explica Ángel Bustamante, VicePresidente de Commercial & Industrial Printing de Ricoh Latin America.

El modelo Ri 2000 se posiciona como la nueva referencia en términos de productividad y eficiencia en su categoría. Esto se logra mediante la integración de hardware y software avanzado.

SENATI: SEMANA TECNOLÓGICA "GRAPHIC ARTS WEEK 2021"

La Escuela Profesional de Artes Gráficas del SENATI (virtual), realizará la Semana Tecnológica "Graphic Arts Week 2021" del 15 al 20 de noviembre, en el horario de 17:00 a 19:00 de lunes a viernes y el sábado de 10:00 a 15:00.

Para inscribirse ingrese al siguiente link: https://bit.ly/3bKInR7



También puede ser parte del evento a través del canal de youtube del Senati: https://bit.ly/3ENQYOi