

Registro

“Menos
papel, más
árboles”

“Vuélvase
ecológico,
deje de usar
papel”

“Lea en tablet,
no destruya la
naturaleza”

“Aloptar por
la factura
electrónica,
ayuda a salvar
árboles”

“Tu contribución
con el medio
ambiente es no
imprimir este
e-mail...”

“Hola papel,
adiós bosques”

“Imprimir
es un
asesinato!...”

“Elija la factura
digital, es más
sostenible”

FALSO

**El papel producido de forma responsable tiene unas
características medioambientales únicas.**

VERDADERO



Coimpresores
Bogotá



Manejo de Residuos
Ambientales

Nuestros servicios



Asesoría en el manejo ambiental
dentro de su empresa



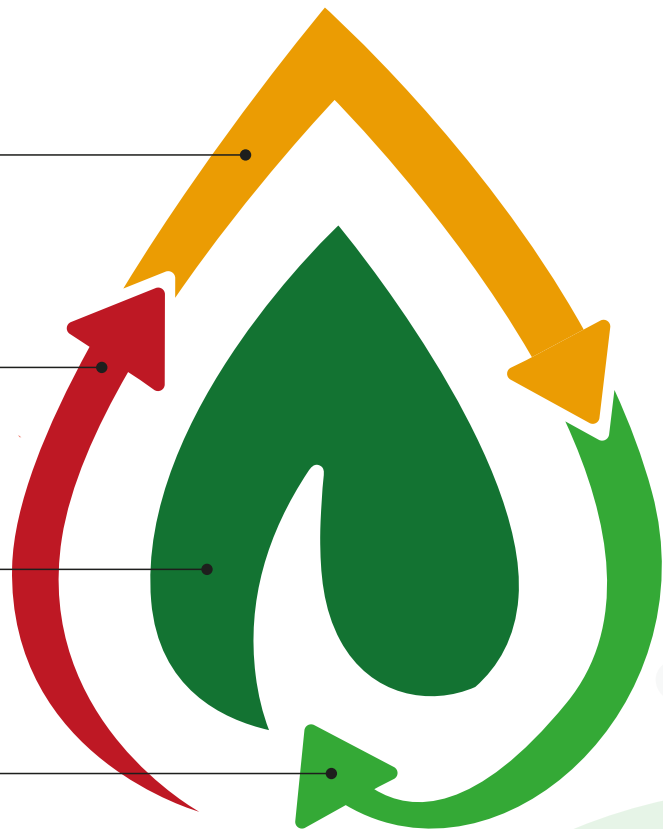
Gestión y transporte de residuos
peligrosos (certificable)



Capacitaciones ambientales




Compra y transporte de residuos
aprovechables (certificable)



Contáctenos

Santiago Alvarado Torres
Ingeniero ambiental

 (601)2088700 - ext 143-141

 dgagremial@cipb.net

Yuri Castellanos
Asesora comercial

 310 807 3289

 comercialsic@cipb.net





CONTENIDO

5

EDITORIAL

Ante la crisis: optimismo y sostenibilidad 5

6

COIMPRESORES HOY

Troqueles y la conciencia ambiental 6

La importancia del análisis de datos 6

7

FINANZAS Y NORMATIVIDAD

Offset, flexo, digital: un reporte de drupa revela las perspectivas de inversión 7

10

LA NUEVA GENERACIÓN DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

En tiempos de cambios la clave es la solidaridad 10

10

TENDENCIAS INNOVADORAS

Diseño generativo: alianza entre la IA y la sostenibilidad en las artes gráficas 4.0 10

Envolviendo la diversidad:packaging que inspira Inclusión. 16

Recomendaciones para aprobar color en impresión 18

29 países alertan sobre los peligros de la IA 20

21

ENTORNO SOLIDARIO

Tesón y arrojo de un empresario con historia 21

Cajas que alimentan esperanzas 24

Asociatividad en tiempos de crisis 26

27

IMPRESORES COMPROMETIDOS CON EL MEDIO AMBIENTE

Campaña global anti-greenwash 27

El papel no es basura 23

Nuestro futuro: transformar la huella ambiental en gestión sostenible de envases y empaques 26

**Revista de la
Cooperativa de Impresores de
Bogotá, Coimpresores Bogotá**

Sede administrativa:
Carrera 31 Nro. 22B-15
PBX: (601) 208 8700
www.cipb.net

Noviembre de 2023
Edición 67
ISSN 1794-9882

COMISIÓN EDITORIAL

Jorge García
Santos Camacho
Jesús Sánchez
Efraín Camargo
Francisco Martínez
Erlid Jiménez
Kelly Gómez
Julián Carreño Neira

COORDINACIÓN EDITORIAL

Julián Carreño Neira
Comité de Comunicaciones

COLABORAN EN ESTA EDICIÓN

Carlos Silgado Bernal
Pedro Cruz Rodríguez
Andrés Camargo
Héctor Reyes
Two Sides

DISEÑO

Lina Ruiz Jiménez
Comité de Comunicaciones

ILUSTRACIÓN

Beto Barreto

IMPRESIÓN

Kleur Impresores S.A.S.

El contenido de esta revista es responsabilidad de los autores y no refleja necesariamente el punto de vista de la Cooperativa de Impresores de Bogotá.



DERRIBANDO MITOS





Ante la crisis: optimismo y sostenibilidad

Estamos frente a la dura realidad de una situación económica global sin precedentes, que desemboca en la crisis actual de los mercados, la cual tiene que ver con la escasez de materias primas, el flujo deficiente de los inventarios de papel y su subsecuente ofensiva de precios, pérdidas por la volatilidad del dólar y la caída del empleo.

Lo anterior más factores que ya hemos ampliamente citado en ediciones anteriores como lo son el anquilosamiento de la economía nacional (gracias a la desconfianza de los empresarios con el gobierno actual), las secuelas de la pandemia y la geopolítica planetaria que sin duda influye en el decrecimiento de la economía.

Veamos con más detalle la realidad nacional. El Centro de Estudios Económicos de la ANIF ha señalado en uno de sus informes más recientes que la economía nacional viene atravesando un fuerte momento de desaceleración en distintas actividades económicas, con un decrecimiento del 8,6% y 10% respectivamente en industria y comercio, esto por citar un ejemplo.

Harina de otro costal, aunque harina en todo caso, es la tendencia global a la eliminación de empaques secundarios, que sin duda afectará a sectores empresariales cuyos esfuerzos se concentran en la fabricación de este tipo de productos. Aun así, debemos ser optimistas y dedicar nuestros esfuerzos para generar estrategias, si no para el crecimiento, sí para la sostenibilidad en el inmediato plazo.

En el ámbito cooperativo, resulta vital seguir siendo reguladores del mercado y generadores de precios justos, toda vez que situaciones como la que estamos viviendo actualmente, es incentivo para la fluctuación de precios. Es por ello que hemos decidido blindar a nuestra entidad, realizando un manejo austero de los gastos y previendo la incorporación de nuevos insumos. Pese a lo anterior, es urgente realizar un llamado a la solidaridad de nuestros Asociados para que respalden a nuestra Cooperativa con sus compras. Sólo así resulta posible salir adelante.



Por Santos Camacho,
presidente del **Consejo**
de Administración de
Coimpresores Bogotá

“
Debemos ser
optimistas y dedicar
nuestros esfuerzos
para generar
estrategias, si no para
el crecimiento, sí para
la sostenibilidad
en el inmediato plazo.
”



COIMPRESORES HOY

Troqueles y la conciencia ambiental



El proceso de troquelado es a todas luces uno de los más relevantes para el prolijo universo del diseño de productos. Desde su concepción hasta su destino final, los troqueles cuentan una historia que abarca la responsabilidad ambiental, la innovación en el reciclaje y una apreciación renovada por la eficiencia. Al explorar la razón detrás de la relevancia de gestionar adecuadamente los troqueles, estas aparentemente simples herramientas están modelando no solo nuestros productos impresos, sino también el ineludible futuro de una industria gráfica que busca la sostenibilidad.

Así vistas las cosas, la Cooperativa de Impresores de Bogotá llevó a cabo una campaña, durante agosto,

en torno a establecer un enfoque adecuado para la gestión de los residuos generados por desgaste en los procesos litográficos. Aunque los troqueles todavía no son dispuestos como residuos para el manejo ambientalmente responsable por parte de los empresarios del sector gráfico, se logró una primera prueba piloto que desembocó en la recolecta de 4059 kg (participaron 6 empresas de la industria gráfica).

Es preciso decir en este sentido, que dada la composición física que caracteriza a los troqueles, que los hace difícil de reutilizar, dicha disposición se hace vital para la descomposición como la mejor opción de lograr una correcta gestión de este tipo de residuos.

La importancia del análisis de datos

En la actualidad el mundo empresarial está experimentando una acelerada transformación digital y las áreas de finanzas no son la excepción. En definitiva, el análisis de los datos se ha convertido en una herramienta fundamental para la toma de decisiones en las empresas.

Es una disciplina que permite analizar grandes cantidades de información y extraer conocimientos valiosos para mejorar el rendimiento, la eficiencia y la rentabilidad de las empresas.

La creciente cantidad de datos generados en cada transacción y operación financiera representa un desafío y, al mismo tiempo, una oportunidad para las organizaciones. Es por eso que la Cooperativa de Impresores de Bogotá decidió implementar la inteligencia de Negocios (Business Intelligence (BI) con el software Power BI de Microsoft, una herramienta



tecnológica clave para revolucionar y optimizar las actividades financieras.

De esta manera, se nos permite analizar el comportamiento financiero de los datos y consultarlos fácilmente desde un dispositivo móvil, combinado con nuestro ERP SAP Business One, de manera que se pueda mejorar el potencial de los datos del ERP, transformándolos en informes y paneles visualmente atractivos que permiten interpretar los datos de forma eficaz.



FINANZAS Y NORMATIVIDAD

Offset, flexo, digital: un reporte de drupa revela las perspectivas de inversión



El mundo gráfico se pregunta en la actualidad qué futuro y qué papel juegan cada una de las tecnologías de impresión en un mercado sujeto a grandes cambios. Algunos de esos cambios son de naturaleza estructural, como la hegemonía de los medios y canales de comunicación digital, el protagonismo del sector de empaques y la adopción creciente de la tecnología de impresión digital. Otros cambios son coyunturales, pero de efectos contundentes: la pasada pandemia global y, actualmente, una desaceleración de la actividad económica acompañada de una alta inflación como no se veía en décadas, y que ha ocasionado una crisis en el costo de vida y el endurecimiento de las condiciones financieras.

El avance de un reporte** de los organizadores de la drupa (28 de mayo - 7 de junio, 2024) proporciona señales importantes para los empresarios gráficos apremiados por invertir sus recursos en las tecnologías más promisorias para los mercados a los que sirven.

Mayor dinamismo, precios más altos y más confianza

Resulta significativo que, a nivel mundial, un 32% más de impresores y proveedores de tecnología de la industria han descrito la situación económica de sus empresas en 2023 como "buena" en comparación con aquellos que la reportaron como "mala". Ahora bien, entre los impresores, casi todas las regiones y mercados mostraron un mayor dinamismo que en 2019, es decir, antes del COVID. La confianza en las condiciones económicas en Sur y Centroamérica (región en la que tienen gran peso Brasil y México), ha sido superior para un 24% más de encuestados en 2023 y, con miras al año 2024, para un 50% más (ver: Gráfico 1. Barómetro de confianza de los impresores en las condiciones económicas. Global y por regiones, 2023).

En la encuesta llama la atención que el incremento de la confianza no se limite al pujante sector de los empaques, con 30% más de respuestas positivas que negativas para 2023, y cerca de 50% más de respuestas positivas que negativas para 2024, sino que también ese incremento en la confianza se esté reflejando en los sectores de la impresión comercial y de publicaciones (ver: Gráfico 2. Barómetro de confianza en las condiciones económicas. Por sector de mercado, 2023).



Por Carlos Silgado Bernal,
consultor y periodista*

El reporte condensa las respuestas de más de 600 impresores y proveedores de la industria, participantes de un panel global de expertos formado por tomadores de decisiones de alto nivel, reunido la pasada primavera.



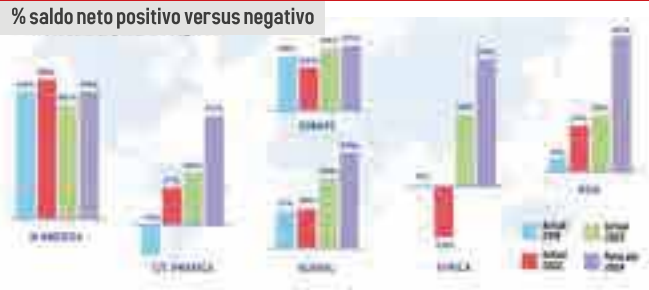
El reporte indica que la fuente de tal confianza en todos los mercados se desprende de las cifras de desempeño financiero. A nivel mundial, en 2023, un 50% más de impresores han logrado subir los precios comparado con quienes los bajaron, lo que mantiene el patrón del año anterior, y después de siete años previos de caída de precios. Esto acompañado de mejores ingresos por ventas y márgenes. Este último indicador, el de los márgenes, sigue indicando una fuerte presión sobre ellos: un 34% más de impresores ha visto reducidos sus márgenes en 2023, contra un 26% que los ha mejorado (ver: Gráfico 3. Indicadores clave de desempeño financiero de los impresores, 2023).

Offset, flexo, digital, buenas perspectivas de inversión

Como es conocido, la inversión en bienes de capital cayó durante el COVID; se recuperó un poco el año pasado y se aceleró este año con un 27% más de impresores invirtiendo en 2023 que aquellos que redujeron el gasto; esta es una cifra global mejor a la de cualquier año desde 2017. Se pronostica una tasa de inversión aún mayor para 2024, tanto por parte de impresores como de proveedores, lo que revela la aparición de un intenso ciclo de innovación tecnológica en la industria, innovación en la que priman la integración digital y la automatización de todos los procesos.

El reporte destaca que la resiliencia del volumen de impresión del sistema offset de hojas en todos los mercados es notable y se iguala con el crecimiento en flexografía, entre los impresores de empaques (ver: Gráfico 4. Cambios en el volumen de impresión. Por tecnología, 2023). Ahora bien, la innovación tecnológica en estos dos sistemas de impresión ha alcanzado cotas antes casi imposibles de imaginar. El offset de esta tercera década del siglo XXI es un offset que ha alcanzado un altísimo grado de autonomía y es potenciado por un flujo de datos que viene desde los sistemas de gestión de la empresa y de la planta; por algo, ahora es llamado Offset 4.0. El caso de la flexografía contemporánea es también notable, su calidad de impresión está fuera de toda duda, la pre prensa no cesa de perfeccionarse, han quedado atrás los lentos cambios de pedido y el consiguiente

Gráfico 1. Barómetro de confianza de los impresores en las condiciones económicas. Global y por regiones, 2023.



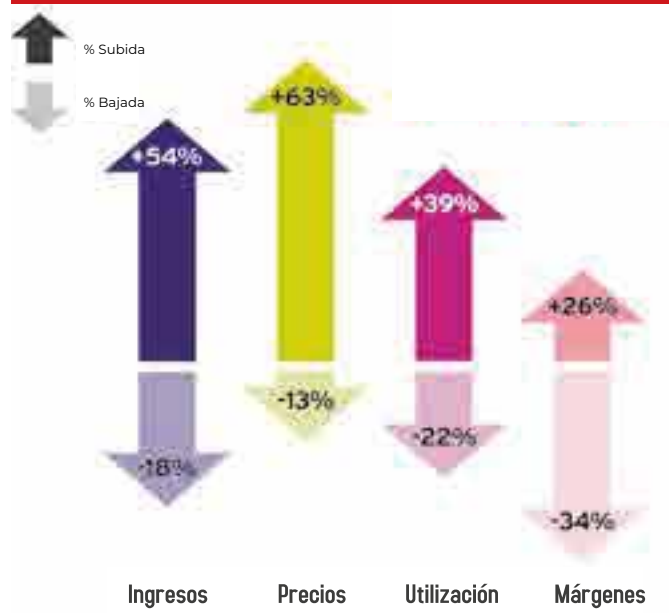
Fuente: 9th drupa Global Trends Report.

Gráfico 2. Barómetro de confianza en las condiciones económicas. Por sector de mercado, 2023.



Fuente: 9th drupa Global Trends Report.

Gráfico 3. Indicadores clave de desempeño financiero de los impresores, 2023.



Fuente: 9th drupa Global Trends Report.



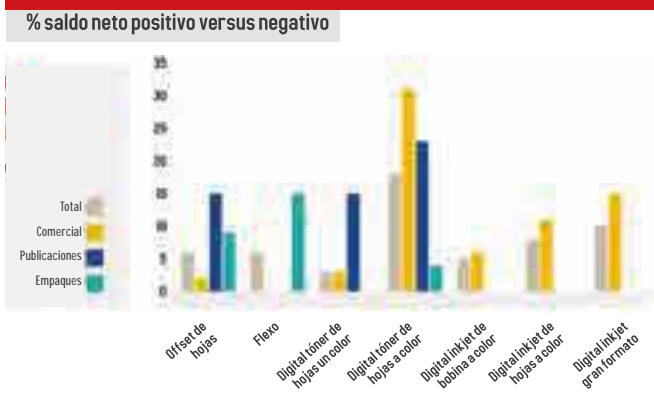
desperdicio gracias a sistemas modulares y centros de mando integrados, se emplean cada vez más sistemas de documentación de la calidad y de detección de defectos, y las opciones de configuración de los equipos, incluidas las operaciones de conversión, son casi infinitas.

El Gráfico 4 muestra, también, que el volumen de impresión de las prensas digitales de tóner, de hojas en color, sigue siendo el líder entre las tecnologías de impresión digital en el sector comercial. A nivel mundial, la tasa de adopción digital, es decir, la tasa medida por el número de impresores que reportan que más de un 25% de sus ingresos comerciales provienen de la impresión digital, ha crecido de 26% en 2014 a 29% en 2023. Aunque a primera vista se trata de un crecimiento modesto, la adopción de la impresión digital crece en participación y volúmenes en múltiples mercados especializados.

¿Cuáles son las dos primeras tecnologías de impresión que aparecen en los planes de inversión en 2023? El offset de pliegos predomina a nivel global seguido por la impresión digital de tóner en hojas a color. En el sector de empaques ocupan los dos primeros renglones la flexografía y el offset de hojas. En el sector de publicaciones el offset de hojas y la impresión digital en hojas a color, están igualados. En el sector comercial la impresión digital encabeza, como inkjet de gran formato y como tóner a color en prensas de hojas (ver: Gráfico 5. Las dos tecnologías de impresión que encabezan los planes de inversión. Por mercado, 2023).

El reporte aquí comentado termina indicando que, naturalmente, las previsiones de crecimiento de la industria deben equilibrarse con el reconocimiento de fuertes vientos económicos en contra, como el riesgo de recesión, la dañina inflación, que ahora pesa más que el impacto de la pandemia, y una amplia variedad de preocupaciones socioeconómicas regionales específicas. Para Sabine Geldermann, directora de drupa y directora

Gráfico 4. Cambios en el volumen de impresión. Por tecnología, 2023.



Fuente: 9th drupa Global Trends Report.

Gráfico 5. Las dos tecnologías de impresión que encabezan los planes de inversión. Por mercado, 2023.



Fuente: 9th drupa Global Trends Report.

global de tecnologías de impresión en Messe Düsseldorf: “Los impresores y proveedores saben que deben innovar para tener éxito a largo plazo y la drupa 2024 será la oportunidad ideal para explorar la mejor manera de lograr este objetivo”.

Acerca de drupa

Bajo el paraguas de las megatendencias de la sostenibilidad y la digitalización, el sector internacional de la impresión y el empaque se reunirá en drupa del 28 de mayo al 7 de junio, de 2024. La feria líder mundial en tecnologías de impresión es sinónimo de inspiración, innovación, transferencia de conocimiento de alto nivel e intensos contactos de negocios. Las entradas para drupa 2024 ya están disponibles en www.drupa.com.

* Carlos Silgado Bernal es consultor independiente y periodista especializado. Experto en sistemas de impresión convencional y digital, ha sido director editorial de publicaciones verticales para el Grupo Carvajal y ha publicado artículos en numerosos medios internacionales. Además, fue director técnico del Informe de vigilancia tecnológica Misión drupa 2021 de Coimpresores Bogotá.

** 9º Informe de tendencias globales de drupa (9th drupa Global Trends Report). El resumen ejecutivo estará disponible en español a mediados de noviembre de 2023 en: drupa.com.



En tiempos de cambios la clave es la **solidaridad**

Para tiempos de volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad, la clave es la solidaridad, unidad, adaptabilidad y agilidad.

En la actualidad nos enfrentamos a cambios muy rápidos y constantes. Cambios económicos, políticos, sociales, medioambientales y culturales, que hacen que a todo nivel las organizaciones se enfrenten a situaciones de volatilidad, complejas, en muchas ocasiones ambiguas, y con un alto grado de incertidumbre.

Particularmente Colombia tiene hoy una volatilidad de los mercados accionarios, retroceso en la mayoría de las industrias del país, el dólar subiendo y bajando a una velocidad antes no vista, con la posibilidad de cambios estructurales en las políticas de salud, pensión, laboral y tributaria, que el gobierno nacional pretende implementar a través de las reformas, con un alto riesgo de una crisis energética, (la cual, si no es atendida de manera diligente y rápida, los efectos pueden ser nocivos para la economía y el país). Por lo anterior, podemos describir esta situación como caótica, turbulenta, que hace que ese cambiante contexto empresarial se haya convertido en la nueva normalidad en los negocios.

Aunque la noción de un mundo volátil, con incertidumbre, complejo y ambiguo no es nueva, esta se remonta a un concepto introducido por la Escuela de Guerra del Ejército de los Estados Unidos en la década de los noventa, como el resultado del fin de la Guerra Fría (su sigla en inglés – VUCA), y la puesta en escena de un nuevo mundo multilateral más incierto y complejo. Sin embargo, no fue hasta después de los ataques terroristas de septiembre 11 de 2001 y de la crisis financiera mundial del 2008, que este concepto fue adoptado subsecuentemente por líderes estratégicos de negocios, en vista de todas las implicaciones que se generaron de esas crisis (Lawrence, 2013).



Por Andrés Felipe Camargo

Benavides, PhD Candidate
Hightech Business &
Entrepreneurship (HBE)
department, Entrepreneurship &
Technology Management (ETM),
University of Twente.



En la siguiente tabla podemos tener una visual más clara de qué es y a qué nos enfrentamos al referirnos a un mundo VUCA.

Tabla 1. Entendiendo el concepto de VUCA

	¿Qué es?	Ejemplo	Como direccionar una posible salida
Volatilidad	Cambios relativamente inestables e impredecibles.	Precios de las materias primas, frecuentemente volátiles. El precio del combustible.	Agilidad es la clave para reaccionar y redirigir esfuerzos de cara a crear el potencial para un futuro flexible.
(U) Incertidumbre	Falta de conocimiento e información que permita entender la causa y efecto de un evento con capacidad de generar un cambio significativo.	Las iniciativas antiterroristas están generalmente llenas de incertidumbre. Nosotros podemos entender las causas, pero no cómo y cuándo podrían llegar los ataques.	Información. Es crítico reducir la incertidumbre a información. Las organizaciones deben moverse de las fuentes existentes de información, considerando nuevas fuentes y nuevas aproximaciones a la misma.
Complejidad	Muchas partes interconectadas forman una red de procesos o información, que no necesariamente implican cambios.	Moverse de un mercado a otro frecuentemente es muy complejo para una organización.	Reestructuración de las operaciones internas de la compañía para responder a la complejidad externa de nuevo mercado.
Ambigüedad	Falta de conocimiento e información causa potencial riesgo de no entender y no poder hacer pronósticos de qué esperar.	La transición de la impresión al mundo digital ha sido ambigua. Las empresas aún están aprendiendo cómo los consumidores acceden al consumo, la experiencia y las funcionalidades de las nuevas tecnologías, o a los beneficios de la impresión digital.	Experimentación. Es necesario reducir la ambigüedad por medio de innovación y experimentación. A través de la experimentación, las firmas pueden determinar las estrategias que son beneficiosas y cuales no son beneficiosas en situaciones donde las reglas del negocio ya no aplican más.

Nota: tomado de (Bennett & Lemoine, 2014) y adaptado por el autor.

Investigaciones recientes han demostrado que en momentos de crisis, volatilidad e incertidumbre, las empresas cooperativas son más flexibles y se adaptan mucho mejor que las empresas privadas, dando más estabilidad y recuperación (Birchall, 2013; Camargo Benavides & Ehrenhard, 2021) y esto es por la naturaleza organizacional que se tiene. Lo anterior en vista de que asociados o miembros y la cooperativa como organización, trabajan de manera conjunta con objetivos claros de recuperación, apoyados en los principios de solidaridad y unidad, los cuales permiten estabilidad en tiempos de crisis.

Frente a situaciones cambiantes en el mercado, macroeconómicas y políticas, el trabajo mancomunado de las partes permite tener un mejor desempeño y recuperación en tiempos de crisis. Esto sin dejar de lado la necesidad de estar constantemente evaluando y reevaluando las condiciones económicas, políticas, sociales, medioambientales y culturales, que afectan el entorno, buscando reaccionar de manera rápida a los cambios vigentes y futuros, cambios que sin lugar a dudas puedan afectar la sostenibilidad del modelo de negocio, haciendo más retador enfrentar el diario desarrollo de los negocios para lograr sostenibilidad a largo plazo.

Citas

Bennett, N., & Lemoine, G. J. (2014). What a difference a word makes: Understanding threats to performance in a VUCA world. *Business Horizons*, 57(3), 311-317. doi:https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.01.001

Birchall, J. (2013). The potential of co-operatives during the current recession; theorizing comparative advantage. *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity*, 2, 1-22.

Camargo Benavides, A. F., & Ehrenhard, M. (2021). Rediscovering the Cooperative Enterprise: A Systematic Review of Current Topics and Avenues for Future Research. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. doi:10.1007/s11266-021-00328-8

Lawrence, K. (2013). Developing leaders in a VUCA environment. *UNC Executive Development*, 2013, 1-15.



TENDENCIAS INNOVADORAS

Diseño generativo: alianza entre la IA y la sostenibilidad en las artes gráficas 4.0

Preprensa 4.0 nos introdujo en la era de la automatización del pensamiento divergente y la eficiencia en la industria gráfica. Ahora, estamos a punto de explorar un territorio aún más impresionante: la fusión de la creatividad humana con la IA, articulados con el Diseño Generativo, DGen. Es una amalgama donde la ciencia y el arte se entrelazan. Aquí, el DGen se erige como el maestro de ceremonias de una danza inigualable que da vida a un futuro de diseños, los cuales no solo impresionan visualmente, sino que también abrazan la causa de la sostenibilidad con pasión y propósito.

En 2007 surgió uno de los primeros casos de DGen aplicado al branding y a la prensa, cuando el estudio Universal Everything de Sheffield, South Yorkshire, Inglaterra, exploró ideas para el diseño del Festival de Arte Digital Lovebytes de 2007. Generaron permutaciones ilimitadas de un organismo unicelular, creando 20,000 variaciones únicas de un personaje ameboide básico mediante un software generativo.¹

Esto nos lleva a un ámbito de composición, generación e impresión, en donde ideas tales como un logo que reacciona al ruido de los seguidores terminan siendo innovadoras y creativas, como base potencial de la IA. Es lo que ha venido implementando la Asociación de Fútbol de Qatar, inicialmente en la Liga, y luego en el mundial de fútbol, buscando de esta forma generar una mayor interacción entre seguidores y el mundo digital. Aquí el enfoque multimedia forja diversas piezas de impresión, optimizadas mediante el análisis de UX (usabilidad) y



Por Pedro A. Cruz Rodríguez.
Diseñador Gráfico e Industrial
con Maestría en Discapacidad e
Inclusión Social de la Universidad
Nacional de Colombia

¹<https://www.universaleverything.com/collaborations/lovebytes>



UI (experiencia de usuario) con IA. En otras palabras, se garantiza el impacto gráfico mientras se reducen drásticamente los tiempos y los costos de impresión en un 750%, todo bajo el eslogan creado por IA: *be a part of it* (sé parte de ello).²

Esta generación de diseños focalizados en la impresión se canaliza a través de la IA + DGen, minimizando los costos al reducir el desperdicio de recursos humanos y materiales (papel y tinta). El aprendizaje automático y el perfilado de usuarios por medio de la IA, junto con la generación de contenido visual espontáneo por parte de autómatas neuronales, impulsan este proceso. Además, se introduce la aplicación de teorizaciones matemáticas como el paso definitivo hacia la simulación de gráficos impresos artificiales mediante algoritmos voraces. Todo esto es posible gracias al arte evolutivo, que a partir de la simbiosis entre el arte y la vida artificial van marcando derroteros importantes para nuevos usos en las artes gráficas.³

Dicha interacción inmersiva da pie a la idea de que un gráfico pueda responder al ruido de los seguidores, redirigiendo el proceso de preimpresión y producción final hacia los aficionados, lo que permite que los seguidores se sientan más conectados con la Asociación de Fútbol y su equipo nacional, ya que su participación se refleja visualmente en el logo y en las piezas dinámicas e impresas.⁴

Lo anterior impulsa áreas estructuradas de la empresa de producción gráfica, tales como los embalajes sostenibles, utilizando algoritmos generativos para crear estructuras dinámicas y flujos de diseño más eficientes en términos de materiales y producción. Chuck Lewin, presidente de Performance Motion Devices (Westford, MA),⁵ señala que, en términos de IA, estamos más allá de los algoritmos tradicionales que vinculan causa y efecto, observación y acción, reacción y predicción, en pre, post y prensa. Estamos en un nivel más elevado de

procesamiento con patrones adaptativos, favoreciendo el control y la predicción del error mediante algoritmos voraces o *greedy*. Esto implica la fusión de matemáticas, tal y como se aprecia en los algoritmos Kruskal, Prim y Dijkstra, ramificando estos procesos en una triangulación voraz para la ubicación óptima de estas fallas.

Es aquí donde abordan en el buque que navega el océano de la tinta y el papel estas preguntas: ¿cómo engranan la IA + DGen en función de los envases, embalajes y tirajes? ¿Cómo se podrían apropiar desde el arte gráfico? Y la respuesta es simple, en tres etapas:

1. Introducir datos a sensores lógicos de espectro alto (sensórica industrial 4.0, tecnología que les permite procesar información para corregir sus carencias en cuanto a la influencia del entorno).

2. Analizar la data (tecnología que les permite incorporar mecanismos de compensación de temperatura, croma en su regulación, uso y desuso, peso y densidad desde la fuente hasta el residuo, con el objetivo de corregir los posibles errores derivados de su alta sensibilidad a las oscilaciones térmicas, choque paramétrico, densidades de papel por higroscopicidad, tintas homologadas o con normalización y errores humanos).

3. Modificar su propia operación futura y predictiva según los resultados obtenidos autónomamente.

En consecuencia, las líneas IA + DGen en producción gráfica monitorean su comportamiento de manera adaptativa para incorporar los cambios y las adaptaciones necesarias. Desde la identificación de las fuentes generadoras de impacto, como residuos

² <https://landorandfitch.com/en>

³ <https://docta.ucm.es/entities/publication/24e45b52-1e10-4c44-8c95-067dda153ae2>

⁴ <https://brandemia.org/el-logo-de-la-asociacion-de-futbol-de-qatar-reacciona-al-ruido-de-los-fans>

⁵ https://www.visualvisitor.com/companies/3955556/performance_motion_devices



típicos generados, los restos de películas y soluciones de procesamiento (reveladores y fijadores), residuos de tintas conteniendo componentes peligrosos bajo normalización o de base genérica, solventes con tinta y trapos contaminados en la limpieza, hasta las tipologías regladas de aceites lubricantes para maquinaria y, lo más importante, en relación a las emisiones atmosféricas. Los residuos pueden clasificarse de manera algorítmica según la etapa del proceso en que se generen. CONAMA RM realizó el informe guía EPA/310-R-95-014 August 1995a,⁶ Profile of the Printing and Publishing Industry, el cual contiene listados exhaustivos sobre los residuos asociados a cada uno de los procesos en particular y permea la articulación generativa.

Por tanto, aquí la estructura corporativa toma voz y emplea ordenaciones racionales en las que podemos seleccionar el objeto de la cadena de impresión completo o una fracción del mismo, con el fin de llenar la orden de producción con el mayor valor posible de ganancia reduciendo vectores, ya que los objetos son fraccionables y podremos resolverlo con un algoritmo voraz. Como ejemplo de ello encontramos a Xerox Corporation, que ha sido un líder en la integración de prácticas sostenibles en su cadena de suministro y procesos de producción gráfica. Las prensas de autocontrol, como IA iGen 5®, se comprueban así mismas constantemente con numerosos

sensores. Los datos permiten a los algoritmos realizar ajustes en tiempo real durante el proceso, como la alineación del papel y la calidad de la imagen. El resultado deviene en la impresión sin intervención humana, lo que ha llevado a reducciones del 250% del consumo de papel y energía.

Otros referentes son HP Inc., que se ha centrado en la sostenibilidad, diseñando Instant Ink® para automatizar este proceso, de manera que se adapte a las necesidades y usos de cada equipo. La IA permite conocer el uso y la frecuencia en la que la impresora es utilizada y con base a estos datos los consumibles que necesita. No se trata sólo de enviar la cantidad de consumibles con base a lo que se consumió el mes anterior, sino de un aprendizaje automático. Han utilizado algoritmos de IA para evaluar y seleccionar materiales más sostenibles y reciclables, lo que ha dado como resultado una reducción del impacto ambiental de sus productos. EFI Fiery Servers ha incorporado tecnología de IA en sus servidores Fiery® JobFlow™ automatizando las fases de preparación de los trabajos en procesos de preimpresión para optimizar la producción gráfica, partiendo del ajuste de resolución de imagen hasta en un 600%. Esto incluye la capacidad de gestionar de manera eficiente la impresión y la producción, lo que puede conducir a una reducción del consumo de recursos y el tiempo de producción.

Foto: <https://www.heidelberg.com/>



⁶ <https://nepis.epa.gov/>



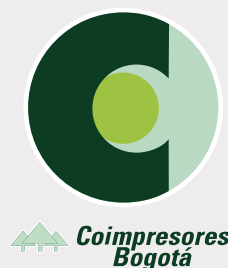
Es el caso de Heidelberg, como fabricante de maquinaria de impresión, que ha trabajado en el desarrollo de soluciones de impresión sostenible que utilizan IA para optimizar la producción y minimizar el desperdicio de papel y tinta. Las primeras funciones se introdujeron con la optimización de procesos del sistema Preset 2.0 (XL 106/XL 106-P)® y los sistemas de asistencia inteligentes Intellistart 3®, Wash Assistant®, Powder Assistant® y Color Assistant®. Las intervenciones humanas se reducen al mínimo y la competitividad de las imprentas aumenta. Esko ha desarrollado soluciones de software que utilizan IA para optimizar el diseño de envases y etiquetas y tiene como objetivo conectar e integrar toda la cadena de valor a través de la digitalización de sus procesos. La gama de algoritmos inteligentes de Tilia-Labs-Logotilia-phoenix-drag-drop® para el montaje de trabajos, estimación y planificación, complementa la amplia línea de software de Esko; las dos compañías trabajarán juntas para desarrollar soluciones integradas de última generación.

Para terminar, los factores que han provocado la irrupción de esta sociedad de tecnología emergente y su aplicación en las soluciones de gran volumen son dados por el poder del manejo de grandes hipervolumenes de datos. Su gran potencia de procesamiento a múltiples escalas sin errores y almacenamiento masivo en flujos

de tiempo corto es un mundo hiperconectado con la danza de algoritmos, software y datos de fuente abierta; es decir, la democratización del uso de la IA con el propósito comercial de las artes gráficas. La IA + DGen puede optimizar la disposición de los elementos representacionales y estructurales para reducir el desperdicio de insumos y cadenas de residuos, lo que contribuye a la sostenibilidad.

El escenario mágico donde la mente creativa del ser humano se entrelaza con la IA, emerge DGen como el director de una epopeya gráfica. Desde logotipos que danzan al ritmo del palpitar de seguidores apasionados hasta embalajes sostenibles concebidos por algoritmos ávidos de innovación. Esta alianza ha transformado el mundo de la producción gráfica, reduciendo costos y atenuando el derroche de recursos. Líderes de la industria como Xerox, Heidelberg y Esko, han abrazado con entusiasmo esta revolución, reconfigurando nuestra percepción de la creación impresa. En este viaje, la inteligencia artificial y la sostenibilidad se funden en un vals inmortal, democratizando la creatividad y llevándonos hacia una sinfonía de diseño sostenible que resuena en el alma misma de las artes gráficas.

Venta **de** Planchas



UV-PH (CTcP) y T-PU HUAGHUANG en formatos según sus requerimientos
(Desde 450 cms x 370 cms hasta 1030 cms x 790cms)


Thermal*

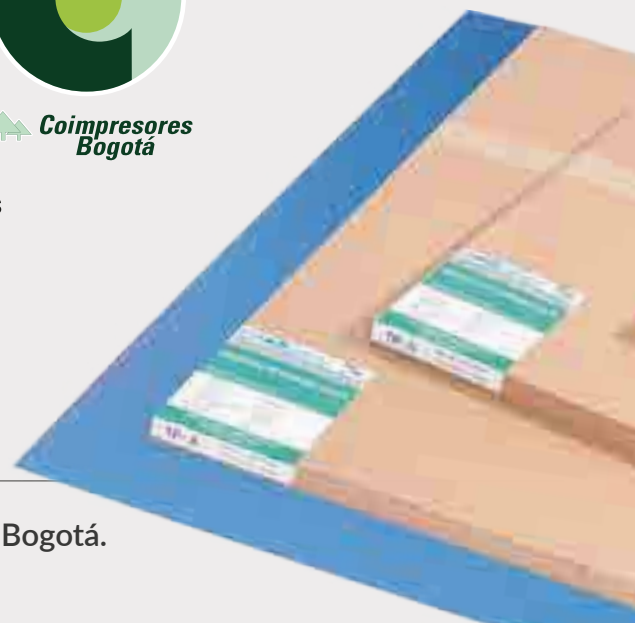
Convencional

TP-U Thermal para tirajes largos y de alto calidad
CTcP Convencional para tirajes cortos y de alta calidad.

Para mayor información:

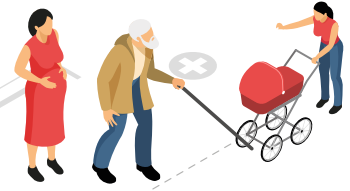
 (601) 208 8700 ext. 154, 165

 Cra. 31 No. 22B-15, Bogotá.



Envolviendo la diversidad: packaging que inspira inclusión

¿Alguna vez te has preguntado cómo una persona ciega interpreta el etiquetado de los productos en el supermercado? ¿O cómo alguien con dificultades motrices abre y cierra una caja? El envase no se limita a proteger el producto; también sirve como un medio de acceso y comunicación con el consumidor. Por esta razón, la importancia de un packaging inclusivo no puede subestimarse.



¿Cómo reconocer un packaging inclusivo?



En relación a las ventas, debe ser útil y vendible y accesible en uso a personas con discapacidad, con respaldo estatal.



En los Estados Unidos, la Ley para Estadounidenses con Discapacidades (ADA, por sus siglas en inglés) establece requisitos de accesibilidad para lugares públicos y comercios, lo que incluye la accesibilidad de productos y servicios.

Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.



Ley de Inmigración de 19-10-2016, promulgó la Ley de Inmigración de China para imponer elementos de entrada (impresos y empaques) específicamente a las personas con discapacidad mental.

01

02

03

04

The Immigration Act of 1910, C, 1910. Disponible en: <http://www.pier21.ca/research/immigrationhistory/immigration-act-1910> la Procuraduría Suprema del Pueblo junto a el Tribunal Supremo del Pueblo, Ministerio de Asuntos Civiles, Ministerio de Seguridad Pública, Ministerio de Justicia, Federación China de Personas con Discapacidad, promueven políticas de accesibilidad en textos impresos y empaques.

La Ley de Estadounidenses con Discapacidades de 1990 (Americans with Disabilities Act, ADA, siglas en inglés) protege los derechos civiles de las personas con discapacidades entre ellos la comunicación por impresos. las personas con discapacidad tengan igualdad de oportunidades en términos de empleo y uso de empaques y productos impresos.

Los eurodiputados aprobaron el 13 de marzo de 2020 la ley europea de accesibilidad, así como mejorar las condiciones de vida de los ancianos y de las personas con discapacidad. Con gran peso en acceso a servicios de comunicación, libros análogos y digitales, comercio y paqueterías.

En Australia, las políticas sobre discapacidad y accesibilidad son por la Ley de Discriminación por Discapacidad de 1992 y la Ley Nacional de Discapacidad 2015 (NDIS, por sus siglas en inglés). Estas leyes son fundamentales para garantizar la igualdad de oportunidades y la inclusión apuntando a la igualdad en el acceso de impresos, empaque y publicidad

INCLUSION





Consejos para lograr que tu packaging sea accesible

- 1- En relación al uso, este debe ser flexible y adaptable a las habilidades y capacidades de cada persona.
- 2- En referencia al diseño, debe ser simple e intuitivo. Debe facilitar el entendimiento.
- 3- La información que contenga debe ser sencilla y fácilmente perceptible por el usuario.
- 4- La utilización debe ser eficiente y cómoda para cualquier tipo de usuario.



Fácil apertura y cierre



Etiquetado en braille



Envases ergonómicos

Fácil de usar

Envases sensoriales

El diseño y desarrollo de packaging

Fácil lectura y asociación



Tendencias y soluciones en packaging inclusivo

Etiquetas inteligentes

Decimos adiós a las tipografías pequeñas que se vuelven ilegibles cuando tienes problemas de visión y adiós a la necesidad de omitir información importante debido a la falta de espacio.



Realidad Aumentada (AR) y Tecnología de Inteligencia Artificial (IA)

Incorporar una capa de color u otro tipo de señalética facilita la lectura de los contenidos de especial importancia para las personas con discapacidad visual (como los alérgenos). Puedes superponer a un envase una nueva capa interactiva, o incluso utilizar una función activada por inteligencia artificial.



Inquietudes sobre la adopción del Braille debido a diversas razones:

No es viable aplicarlo a todos los tipos de superficies. Aumenta significativamente los costos de producción. El braille a duras penas permite incluir el nombre de la marca y la descripción legal mínima requerida del producto. Una parte significativa de las personas con discapacidad visual ha desarrollado la ceguera en una etapa posterior de la vida y no domina el braille. Existen tecnologías digitales más fáciles de implementar y más económicas que pueden ser alternativas más accesibles.



Personalización y adaptabilidad

Integrar a todos los actores implicados en el proyecto.

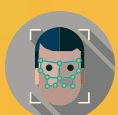
Integrar el uso que hará el consumidor con discapacidad.

Tener en cuenta toda la cadena de suministro para la población y las tiendas para evitar la transferencia de impacto.

Optimizar el peso y el volumen del producto para aumentar su valor de uso.

Optimizar la utilización de recursos como el braille y de flujos durante la fase de producción.

Tener en cuenta el final de la vida útil del producto.



Pedro Augusto Cruz Rodríguez es Diseñador Gráfico e Industrial con Maestría en Discapacidad e Inclusión Social de la Universidad Nacional de Colombia. Hizo parte de la UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Guatemala. Fue coordinador en investigación del Consejo Iberoamericano de Diseño, Ciudad y Construcción Accesible, CIDCCA. Miembro activo de la Red de IA y Ciencia de Datos, EI08-RIAC y la Red Iberoamericana de IAI para Big Biodata (RIABIO), docente universitario de IA, UX, Design Thinking en ingeniería y diseño de universidades como la Universidad Minuto de Dios, investigador de la UNAM de México, de la UBA de Argentina, Sao Pablo de Brasil y Universidad Nacional de Colombia.





Recomendaciones para aprobar color en impresión

Por: **Héctor Reyes**, consultor experto en medición de color para la industria gráfica

En el proceso de aprobación de color es muy común cometer ciertos errores, que pueden incidir en que, tanto la aprobación del color como las pruebas y la entrega del trabajo, varíen según ciertas condiciones. Estos son algunas recomendaciones para que la aprobación del color llegue a feliz término.

- 01** Utilice la iluminación adecuada en las áreas de aprobación de color. Recuerde que el estándar es de 5000° kelvin. Es muy común que la iluminación cambie de un área a otra en la misma empresa y más aún en las áreas de revisión del cliente.
- 02** Verifique que el personal que aprueba el color tenga un buen nivel de percepción visual de color. Cerca del 25% de las personas ven en forma incorrecta el color.
- 03** Identifique claramente el material de la muestra y del impreso. Deben ser similares en gramaje, lisura, brillo y blancura. Si hay diferencia, se corre el riesgo de tener también un color diferente.
- 04** Utilice sólo un estándar de color. Si es referencia *pantone* o si es una muestra. Utilizar varias muestras de color como referencia y tratar de promediar el color por apariencia es confuso para hacer una buena aprobación de color.
- 05** Utilice cartas *pantone* recientes. Con cartas muy viejas se desvirtúa el color.
- 06** Verifique que las muestras no estén sucias, que tengan buen manejo, que estén protegidas para evitar desvirtuar el color de referencia.
- 07** Aísle con el color circundante cuando la impresión, por ejemplo, es de fondos y se aprueba un logo. Utilice una trampa de luz. Es una cartulina negra o blanca con huecos para bailar el color; al cambiar el entorno también cambia el color por la diferencia de contraste.
- 08** Orden y aseo es importante en la mesa de aprobación del color para evitar contaminación visual.
- 09** Apruebe el color con los ojos descansados. Mucho tiempo observando el mismo color genera cansancio; cierre los ojos un par de minutos, descanse y evalúe nuevamente el color.



"El uso adecuado del color en impresión es un arte que requiere conocimiento y creatividad, y puede marcar la diferencia en la efectividad de un diseño."

- 10** Medir el color es una buena práctica, con densitometría principalmente para CMYK y colorimetría.
- 11** Si mide el color verifique que los equipos estén calibrados.
- 12** Genere estándares imprimibles. Si la diferencia entre mínimo normal y máximo es muy cercana es difícil cumplir, por las variables del proceso de impresión. También, si es muy grande la diferencia se expone a una devolución del trabajo.
- 13** Revise la resistencia a la luz de las tintas. Por ejemplo, al aplicar barniz UV puede variar el color.
- 14** Genere estándares de impresión y con recubrimientos. Al aplicar los barnices y plastificados la apariencia del color puede cambiar.
- 15** Genere trazabilidad, verifique fechas, lotes de sustratos, de tintas, y documento.
- 16** Genere procedimientos de aprobación por escrito.
- 17** El control de proceso es importante para generar confianza, frente al cliente, en relación con nuestro producto impreso.
- 18** Usar escalas de control de color es muy recomendable en el proceso y control en impresión.
- 19** Mantener la puesta a punto del equipo impresor, franjas de entintado y mojado, solución de fuente, presiones y mantillas uniformes es muy recomendable. En flexografía: dureza de cintas y fotopolímeros, viscosidad de tintas y los anilox muy limpios.
- 20** Estandarice y documente las condiciones

Todas estas recomendaciones no garantizan al 100% que la aprobación del color pase las pruebas, pero sí reduce las variables contraproducentes e impacta en la buena calidad del producto impreso, en la reducción de tiempo de aprobación, en la reducción de desperdicios, en la aparición de reprocesos. Todo lo anterior muy importante para el cumplimiento de los tiempos de entrega y para la satisfacción del cliente.



29 países alertan sobre los peligros de la IA



Por Comunicaciones Coimpresores Bogotá

Reunidos entre el 1 y 2 de noviembre en la Cumbre sobre Inteligencia Artificial en Bletchley Park, Reino Unido, 29 países del mundo, entre lo que se encuentran Estados Unidos, China, India, entre otros, firmaron un documento sobre los peligros que encarna la Inteligencia Artificial.

La declaración destaca riesgos en ámbitos como la ciberseguridad y la biotecnología. “Existe la posibilidad de que se produzcan daños graves, incluso catastróficos, ya sean deliberados o no, derivados de las capacidades más importantes de estos modelos de IA. Dado el rápido e incierto ritmo de cambio de la IA, y en el contexto de la aceleración de la inversión en tecnología, afirmamos que es especialmente urgente profundizar nuestra comprensión de estos riesgos potenciales y de las acciones para abordarlos”.

Otro aspecto que señala la declaración conjunta, es la importancia de enfrentar tales riesgos con la cooperación internacional. “Resolvemos trabajar juntos de manera inclusiva para garantizar una IA centrada en las personas, confiable y responsable, que sea segura y apoye el bien de todas y todos, a través de los foros internacionales existentes y otras iniciativas relevantes, para promover la cooperación para abordar la amplia gama de riesgos que plantean AI”.

Además de lo anterior, la Declaración llama la atención sobre riesgos asociados a la desinformación.

“...observamos el potencial de riesgos imprevistos derivados de la capacidad de manipular contenido o generar contenido engañoso”.

De llevarse a cabo el “enfoque regulatorio” que proponen los países firmantes y de “gobernanza”, con “clasificaciones y categorizaciones de riesgo basadas en circunstancias nacionales y los marcos legales aplicables”, se pueden aprovechar mejor las “enormes oportunidades globales” que tiene la IA en materia de vivienda, empleo, transporte, educación, salud, accesibilidad y justicia

A la primera Cumbre sobre seguridad global e Inteligencia Artificial, que tendrá cita de nuevo en la República de Corea en seis meses y en Francia dentro de un año, participaron también las principales empresas tecnológicas globales como OpenAI, Google DeepMind, Anthropic, Meta y Microsoft.

Los países representados son: Alemania, Australia, Brasil, Canadá, Chile, China, Emiratos Árabes Unidos, España, Estados Unidos de América, Filipinas, Francia, India, Indonesia, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Kenia, Nigeria, Países Bajos, Reino de Arabia Saudita, Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte, República de Corea, Ruanda, Singapur, Suiza, Turquía, Ucrania, Unión Europea.



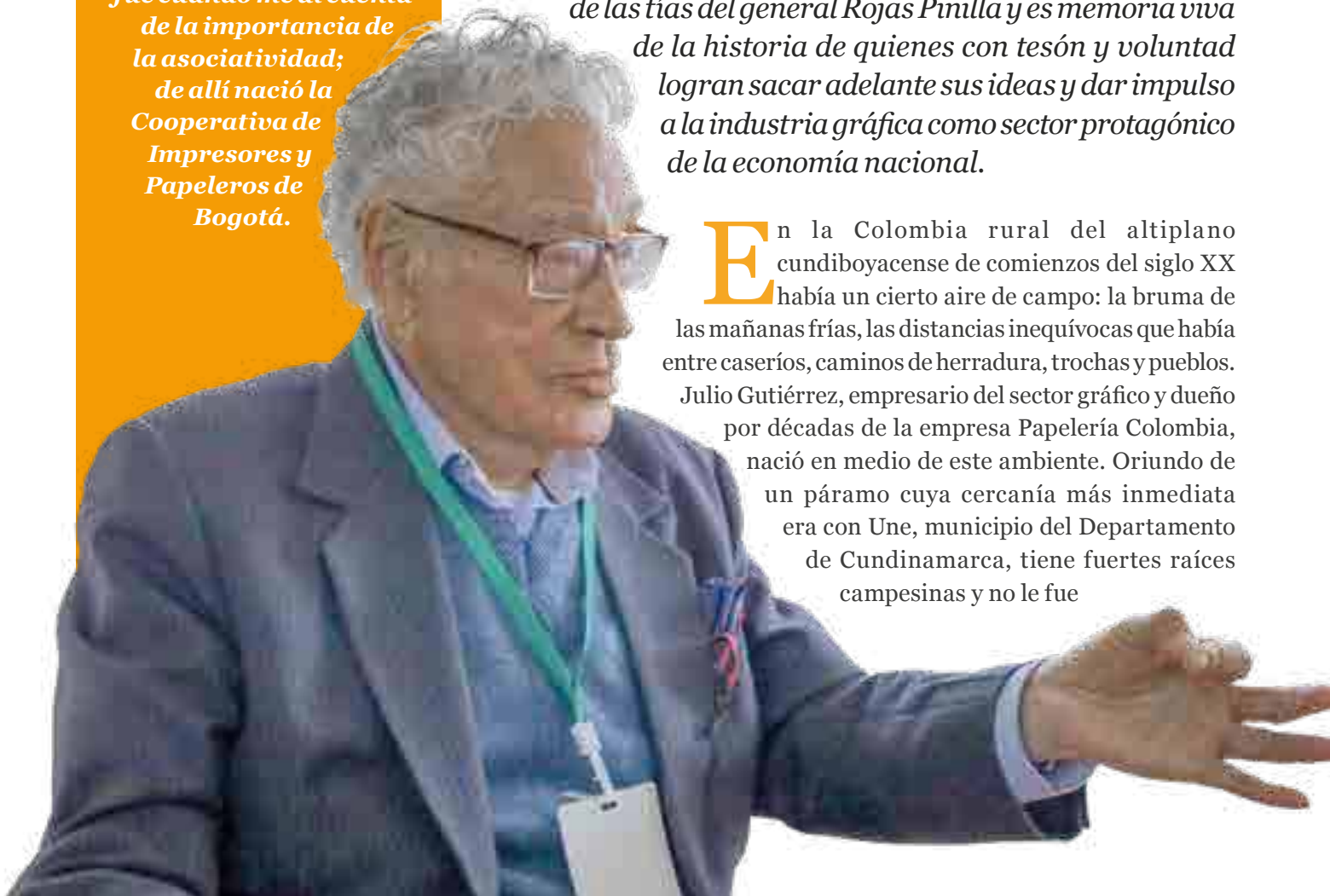
“
Hace 48 años nos reunimos en un desayuno que realizamos, en un restaurante santandereano del centro de Bogotá, un grupo de papeleros e impresores. Hablamos de montar una Cooperativa; yo no tenía idea sobre eso y fue cuando me di cuenta de la importancia de la asociatividad; de allí nació la Cooperativa de Impresores y Papeleros de Bogotá.”

Tesón y arrojo de un empresario con historia

Por Julián Carreño, Coord. Comunicaciones Coimpresores Bogotá

Julio Gutiérrez es socio fundador de la Cooperativa de Impresores de Bogotá, dueño de la empresa Papelería Colombia. Uno de los 10 hijos (una mujer y nueve hombres) de una familia campesina del altiplano cundiboyacense, fue además concejal, diputado de la Asamblea Departamental de Cundinamarca y Representante a la Cámara. Conoció a una de las tías del general Rojas Pinilla y es memoria viva de la historia de quienes con tesón y voluntad logran sacar adelante sus ideas y dar impulso a la industria gráfica como sector protagónico de la economía nacional.

En la Colombia rural del altiplano cundiboyacense de comienzos del siglo XX había un cierto aire de campo: la bruma de las mañanas frías, las distancias inequívocas que había entre caseríos, caminos de herradura, trochas y pueblos. Julio Gutiérrez, empresario del sector gráfico y dueño por décadas de la empresa Papelería Colombia, nació en medio de este ambiente. Oriundo de un páramo cuya cercanía más inmediata era con Une, municipio del Departamento de Cundinamarca, tiene fuertes raíces campesinas y no le fue





sencillo incursionar en el mundo de los negocios. Se le siente orgulloso de su procedencia y maneja un tono amable y humilde.

Su historia está llena de pinceladas de un cuadro naturalista en el que aparece una casa de campo, con vacas y sembradíos de papa sabanera; proviene de una familia campesina humilde, alimentada con mazamorra y arepas de maíz. Fue de aquellos niños de la época que nacían con partera, ante la inexistencia de atención médica hospitalaria (la casa de campo donde nació y creció en su primera infancia quedaba a nueve horas aproximadamente del municipio de Une). Los remedios eran de yerbas.

Hasta los seis años y medio, en la década de los 30, conoció al que sería en adelante su pueblo. Su papá, que según narra era un hombre pobre y trabajador, decidió llevarlo a la escuela. En Une se mantuvo por otros cuatro años más y los recuerdos que le llegan hoy, a sus 94 años de edad, giran en torno a los castigos que recibía de su papá, a usanza de la época. “Nos daba puro garrote”, la comida nunca les faltó y “el juguete tampoco”.

Como llamado por otros destinos, un día, cuando se encontraba de vacaciones en la casa de sus papás -a sus 11 años de edad-, estaba fumigando un cultivo de papa, por mandato de su papá, cerca de la casa, que quedaba en una falda anexa. Julio se cayó y fue a dar botes. Cuando

pudo volver en sí, se dio cuenta de que la fumigadora de bomba con munubrio marca Colima, se había roto. Preocupado le pidió a uno de sus hermanos menores, quien lo acompañaba en ese momento, que le avisara a su papá. Al rato, su papá se dirigió hacia donde él se encontraba, dispuesto a pegarle. En ese instante, Julio cogió loma arriba y no se dejó agarrar. Su papá no lo persiguió más. Supo cuando regresó horas más tarde, que una vez ensilló a una “bestia”, se había ido al pueblo con la fumigadora a bordo para arreglarla. En ese momento, le dijo a su mamá que se iba definitivamente para Bogotá. A las tres de la mañana, a los 11 años de edad y con sólo siete pesos que le había dejado su madre, partió.

La Bogotá de la década de los 40 no fue territorio sencillo para él. Trabajó en la plaza de mercado de Bogotá, que quedaba en el centro de la ciudad. Allí, una tía del que sería el general Rojas Pinilla, le dio una oportunidad de trabajar en su tienda de venta de verduras; le pagaba cinco pesos al mes. De allí en adelante consiguió negocios propios (se hizo amigo de David Naranjo, uno de los papeleros que competía con Carvajal y con quien se asoció y conoció el sector gráfico), creó su empresa llamada todavía hoy Papelería Colombia (ubicada inicialmente en la décima y después en la calle 15 No. 9-24), fue concejal de su pueblo Une, diputado ante la Asamblea Departamental de Cundinamarca por cuatro periodos consecutivos y hasta representante a la Cámara (1998-2002).





Recuerda con cierta nostalgia cómo hace 48 años se reunieron para desayunar, él con un grupo de empresarios, en un restaurante santandereano ubicado en la calle 12, entre cra 6ª y 7ª, para darle nacimiento a la Cooperativa de Impresores y Papeleros de Bogotá; cada uno aportó 25 mil pesos de la época. Según señala, la Cooperativa inició en una casa tomada en arriendo, abajo del Ricaurte. Aquellos empresarios comenzaron a comprar papel. A la Cooperativa le empezó a ir bien. Cuenta que todo cogió forma cuando los empresarios allí presentes revisaron la situación del mercado -Carvajal prácticamente manejaba las importaciones de papel en una época de escasez del mismo- y se encaminaron hacia fortalecer la propuesta cooperativa de los empresarios del sector gráfico de la ciudad de Bogotá.

Julio es un hombre al que se le observa feliz. Tiene cuatro hijos y actualmente vive con su esposa. Su tono de voz es sereno y tiene una sabiduría innata de socio

fundador para observar y analizar la crisis actual de la economía mundial, crisis que ha afectado al sector gráfico.

“Esta no es la primera vez que sucede una crisis para el sector y lo que está sucediendo hace parte de una situación económica que se enfrenta a nivel mundial. No es tema de quién tiene la culpa, sino de continuar unidos para enfrentar esta adversidad. Es lo que está pasando, las variables muchas veces son impredecibles”.

Su historia representa la de muchos, que con persistencia y arrojo han salido adelante, pese a las adversidades vividas, y es legado y huella de inspiración para las futuras generaciones de empresarios del sector gráfico.



Con su aporte podremos contribuir para que los almuerzos que se comparten, a través de la **Fundación Eudes**, con los habitantes de la calle del centro de Bogotá puedan ser empacados y distribuidos.

Participe con su donación en esta iniciativa, por medio de la Cooperativa:

Cartulina **Natural**
Kraft Kit 12 **Calibre 16**

Resistente
a la grasa.




“Gracias a usted muchas personas necesitadas podrán construir sonrisas.”



Apoya:



Comuníquese con su asesora comercial o al
 **3103464893**
para sus aportes y mayor información.



ENTORNO SOLIDARIO

Cajas que alimentan esperanzas

Por Julián Carreño, Coord. Comunicaciones Coimpresores Bogotá

Con el papel no solo damos forma a libros o empaques para alimentos y la industria farmacéutica; con el papel podemos transformar, así sea con actos pequeños, vidas. Es el caso de la acción social que emprende la Fundación Eudes, en la que voluntarios de todas las edades comparten almuerzos con habitantes de la calle del centro de Bogotá. Estos almuerzos son empacados en cajas de cartón aportadas voluntariamente por algunos empresarios del sector gráfico asociados a la Cooperativa de Impresores de Bogotá

El Barrio Santafé tiene huellas de sucesos de la noche anterior. Tiene un olor a rastros de alcohol, al trajín del movimiento de los cuerpos que buscan a toda costa salir de las angustias que la vida impone; sorprende la apariencia de trasnocho de las fachadas y su sinergia con humanos que apenas han acariciado el apacible mundo de los sueños: habitantes de la calle, trabajadoras sexuales, expendedores de droga, migrantes, etcétera, la mayoría de ellos desterrados a las periferias de las calles. En la mañana de los sábados Santafé es un barrio que sigue viviendo los rezagos de la noche anterior.

Hay ventas ambulantes, mucho movimiento. Las gentes que se paran en las esquinas revisan que no haya anomalías en el curso de los hechos cotidianos allí superpuestos y normalizados. Desde fuera se ven todavía las luces de neón en las entradas de las edificaciones, que contrastan con el aire a fachada derruida.

Justo en las entrañas de este que puede ser perfectamente uno de los sectores más desoladores de la ciudad, cerca de la Calle 22 con Cra 17, se erige como flor en medio del asfalto una





.....

casa blanca, con ciertos dejos aristocráticos del pasado remoto, que pertenece a la Fundación Eudes, Fundación de la congregación de los padres eudistas, cuya historia tiene arraigos fuertes en Francia y que con el paso de los años y los siglos logró un asentamiento fuerte en Colombia.

Desde este espacio se realizan obras sociales que incluyen atención a la comunidad del barrio Santafé (considerado desde hace años como zona de tolerancia). Los sábados en particular se realiza una jornada de alistamiento y distribución de almuerzos, parte de la acción social que realiza la Fundación Eudes en esta zona de la ciudad de Bogotá. Cuando se llega al lugar, se puede percibir un ambiente de honesta vocación. Voluntarios que sin importar edad, procedencia étnica o extracción social preparan alimentos y los empaican, aproximadamente son 700 almuerzos.

La Campaña es liderada por el padre Bernardo Vergara, miembro de la Congregación de Jesús y María de los padres eudistas de Minuto de Dios, quien relata que esta iniciativa surgió en épocas de pandemia como forma de corresponder a la situación de los habitantes de la calle. A la iniciativa no le han faltado manos. Las cajas son realizadas y brindadas por la empresa del sector gráfico Linotipia Martínez y algunas otras que se han unido a la propuesta, acuden estudiantes, pensionados, jóvenes, adultos y cuenta con el apoyo de la comunidad en general.

Una vez empacados los almuerzos, se realiza un recorrido coordinado que inicia en el barrio Santafé y cruza por un sector conocido como La Favorita, se alcanza a reconocer en dicho recorrido un edificio que fue otorgado a indígenas emberas. Llegando al barrio San Bernardo, se observan proyectos de construcción de edificios, que contrastan con la situación social

que vive el sector. Es apenas natural la suspicacia que genera este contraste y al preguntar por ello nos cuentan que la Campaña tiene algunas resistencias por parte de habitantes del sector, quienes señalan que darles alimentos a los habitantes de la calle es garantizar su permanencia.

No es para menos. El que fuera junto a Las Cruces uno de los barrios más suntuosos de Bogotá a principios del siglo XX, en donde habitaban las familias más acomodadas de la ciudad, hoy engloba una realidad apabullante: el microtráfico, calles repletas de consumidores y jibaros. Fue la secuela de las sucesivas alcaldías que se focalizaron en la política de “recuperación de los espacios públicos”. Justamente durante la alcaldía 2016-2019 le fue otorgada, por medio de licitación pública, a la constructora Las Galias el permiso de llevar a cabo una ciudadela de apartamentos para estratos bajos.

Entrando como quien sale de un mundo paralelo e ingresa a otro completamente diferente, se llega, aunque no a las calles como tal para evitar aglomeraciones con la repartición de los almuerzos, a la principal del barrio. Allí, quienes venimos a compartir los almuerzos, les solicitamos y lo hacemos por cuadradas, a los habitantes de calle que hagan fila y acto seguido les compartimos un almuerzo por persona.

Entonces, por un instante, que tal vez sea una eternidad para quienes tienen los minutos de la vida contados, por fuerza de un destino aciago, ellos, los más desfavorecidos, los sin techo, quienes presos en alguna adicción insoluble se encuentran, quienes sin esperanza ven el presente y el futuro, se topan con un guiño de alivio, un pequeño acto de amor, un consuelo momentáneo de solidaridad humana. Quizás las calles sigan el rumbo perdido que proponen sus vericuetos y sombras, quizás sean tragadas por ese hoyo negro llamado jungla de cemento, entretanto lo de siempre: ante el cataclismo destella un halito de esperanza.



Asociatividad en tiempos de crisis

Por Comunicaciones Coimpresores Bogotá

La economía cooperativa tiene un alcance sectorial, regional y global que impacta la vida de personas, la construcción de comunidades, la igualdad de género y el crecimiento económico, social y cultural. Es en definitiva una forma de contrarrestar momentos adversos para las economías sectoriales, y por antonomasia, una manera de contribuir con valores y principios a escala humana.

Aproximadamente existen hoy en el mundo 3 millones de empresas cooperativas (12% de la población mundial), que confirman el rol protagónico de las cooperativas para la prosperidad colectiva. Familias y comunidades enteras se benefician actualmente del modelo cooperativo, lo que en definitiva lo sitúa como una oportunidad integrativa que se caracteriza por la sostenibilidad y el potencial innovador.

También es importante prestar énfasis en que las cooperativas son vitales para la generación de riqueza. Como señala The World Cooperative Monitor (2000), las 300 cooperativas y mutuales más grandes del mundo suman un volumen de negocio de 2,14 billones de dólares, lo que a todas luces evidencia que las cooperativas son actores fundamentales para el crecimiento tanto de las economías regionales y locales como de la economía global.

La ACI, al resaltar la importancia de las cooperativas, señala al respecto: “el modelo de negocio cooperativo se basa en valores y principios éticos. A través de la autoayuda y del empoderamiento, reinvertiendo en sus comunidades y preocupándose por el bienestar de las personas y del mundo en el que vivimos, las cooperativas adoptan una visión a largo plazo sobre el crecimiento económico sostenible, el desarrollo social y la responsabilidad medioambiental”.



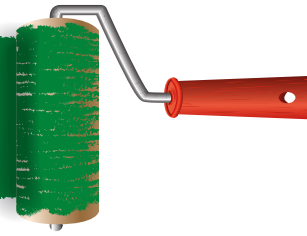
Así mismo, las cooperativas cumplen también un papel importante en el manejo de las crisis y permiten regular desbalances monopólicos, así como gestionar obstáculos para el crecimiento mancomunado de las economías de distintos sectores, y a través de una organización solidaria buscan contrarrestar los efectos desfavorables de momentos recesivos o críticos de la economía. En nuestro país y el mundo en general estos efectos son palpables en factores tales como la inflación, producto de la guerra entre Rusia y Ucrania (que incide en los precios de los insumos), las fluctuaciones del dólar, las secuelas de la pandemia, entre otros.

La Cooperativa de Impresores de Bogotá, en sus 48 años de existencia, sigue destacando la fuerza integradora de la asociatividad y la unidad en tiempos de crisis. Si bien es cierto que no conviene ignorar la situación mundial actual, también es cierto que seguir aportando para la sostenibilidad y el crecimiento del sector gráfico es la opción número uno, sostenibilidad y crecimiento que repuntará, si se siguen los caminos de la unidad y la solidaridad, pese a las adversidades actuales o futuras.



IMPRESORES COMPROMETIDOS CON EL MEDIO AMBIENTE

Campaña global anti-greenwash



¡Más de 1.075 empresas eliminaron declaraciones engañosas contra el papel

Por: Two Sides

Desde que comenzó la campaña en 2010, a nivel mundial, Two Sides ha desafiado con éxito a más de 1.075 organizaciones que sometieron a sus clientes a mensajes repetidos de greenwashing que son perjudiciales para la industria del papel y la comunicación impresa.

Con enormes presiones sobre la economía, bancos, proveedores de telecomunicaciones, empresas de servicios públicos e incluso organizaciones gubernamentales están cada vez más centrados en migrar a sus clientes a servicios digitales para reducir costos. A menudo, sus comunicaciones intentan disfrazar estos esfuerzos para reducir costos, justificando el cambio con argumentos de marketing ambiental infundados como “elija la factura digital, es más sostenible” y “al optar por la factura electrónica, ayuda a salvar árboles”. Los resultados recientes de la encuesta *Trend tracker 2023* de Two Sides, realizada con consumidores de 16 países, revelan que más del 50% de los consumidores encuestados en Brasil y en países hispanos creen que los argumentos ambientales de las empresas para migrar las comunicaciones impresas a lo digital son engañosos y tienen que ver con la reducción de costos.

“Estas falsas afirmaciones no solo violan las reglas de marketing ambiental establecidas, sino que son extremadamente perjudiciales para una industria que tiene un sólido historial ambiental y está en constante mejora”, dice Fabio Mortara, presidente de Two Sides Brasil y América Latina. “Lejos de ‘salvar árboles’, un mercado saludable de productos forestales, como el papel, fomenta el crecimiento a largo plazo de plantaciones de árboles a través de la gestión sostenible. Muchas de las organizaciones a las que notificamos se sorprenden al descubrir que, en América Latina se cultivan árboles para producir pulpa y papel”.

A nivel global, Two Sides ha notificado a más de 2.100 organizaciones que han sido sorprendidas haciendo afirmaciones engañosas sobre el papel. Hasta ahora, más de 1.075 casos en toda Europa, América del Norte y del Sur, Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda han eliminado los mensajes de greenwashing de sus comunicaciones y Two Sides continúa movilizándose y notificando a las organizaciones que aún no lo han hecho.

ELIGE UNA OPCIÓN VERDADERA

En lugar de declaraciones negativas, ¿qué tal estas alternativas?

La impresión y el papel son renovables, sostenibles y potentes.

Si imprimes, por favor, recicla.

El papel y los impresos producidos de forma responsable son renovables, reciclables y potentes.

El papel producido de forma responsable tiene unas características medioambientales únicas.

Es altamente reciclable y se produce a partir de un recurso renovable.



En Brasil y en varios países hispanos, hasta el momento, 163 empresas han eliminado afirmaciones infundadas sobre el papel y la comunicación impresa, incluyendo grandes administradoras prediales, bancos y compañías de abastecimiento.

“Sigue siendo vital desafiar el greenwash para garantizar que el sólido historial ambiental de la industria de pulpa y papel sea reconocido y que no se perjudique la subsistencia de miles de empleados de la cadena de suministro, así como los volúmenes de impresión, papel y envío, por la difusión de marketing engañoso y oportunista”, advierte Mortara.

Debido al alcance masivo de algunas de estas organizaciones, sus afirmaciones infundadas tienen un efecto perjudicial en la percepción de los consumidores sobre el papel y amenazan a un sector que solo en 2021 empleó directamente a 553.000 personas y generó más de 1,59 millones de empleos indirectos solo en Brasil. El impacto financiero del greenwashing en la industria de papel, impresión y envío tiene dimensiones globales y podría empeorar si continúa ocurriendo. Una encuesta

realizada por Censuwide, a pedido de Two Sides en 2021, encontró que solo en Europa, el greenwashing podría causar una pérdida de 337 millones de euros al año para el sector.

La campaña anti-greenwash sigue siendo una prioridad para Two Sides, y continuaremos instando a las empresas a eliminar y reemplazar afirmaciones ambientales infundadas y engañosas sobre el papel por una comunicación más precisa basada en fuentes verificables.


“Estamos agradecidos por la cooperación de cientos de organizaciones que han cambiado o eliminado las afirmaciones de greenwashing de sus mensajes, así como de las muchas partes interesadas de la industria y de todos aquellos que envían casos para que podamos actuar”, concluye Fabio.

Two Sides continuará desafiando activamente a las organizaciones que difunden información engañosa sobre la producción y el consumo de papel, y puede ayudarnos enviando casos a: al@twosides.info

Suministro de papeles, cartulinas, planchas CtP e insumos para el sector de la industria gráfica.



Contáctanos 

 (601) 208 8700
ext. 154, 165

 Cra. 31 No. 22B-15,
Bogotá - Colombia



El papel no es basura

*¡El papel es uno de los productos
más reciclados del mundo!*



Por Two Sides

El proceso de reciclaje del papel comienza contigo. Una vez que se ha utilizado el papel, debe descartarse como desecho para reciclarlo. Uno de los principales atributos ambientales del papel es que puede ser fácilmente reciclado y utilizado para la fabricación de nuevos productos. De hecho, el papel es uno de los materiales más reciclados en todo el mundo. El papel reciclado es una materia prima importante para la industria papelera. En Argentina, el 55% de la materia prima utilizada para la fabricación de papel nuevo proviene de papel reciclado. El otro 45% son fibras vírgenes de celulosa obtenidas de árboles cultivados exclusivamente para ese fin o de residuos como el bagazo de caña de azúcar; el 16% de la celulosa producida proviene de este residuo.

La reutilización de residuos de otros procesos agroindustriales también puede considerarse como una forma de reciclaje, en un ciclo virtuoso que agrega valor a lo que antes era inútil. Los árboles para la extracción de celulosa se cultivan según los métodos más rigurosos con el objetivo de lograr la mayor productividad y garantizar

la protección del medio ambiente. Esto se demuestra por el hecho de que todos los cultivos de árboles por parte de las industrias argentinas de celulosa y papel están certificados por FSC o PEFC. Estas son organizaciones internacionales e independientes que verifican la cadena de producción a partir de árboles y verifican su manejo adecuado respecto a los impactos sociales y ambientales.

Por lo general, la fibra recuperada se utiliza para producir nuevo papel de igual o inferior calidad. En muchos casos, la fibra se reutiliza en el mismo tipo de producto del cual se recuperó. El ciudadano es uno de los principales eslabones en el sistema de gestión de residuos y, por ende, en el reciclaje de materiales. Su responsabilidad va desde el consumo hasta la eliminación de los residuos resultantes. Para mantener la calidad, es importante que el papel se recolecte por separado de otros materiales. Durante el proceso de reciclaje, es necesario eliminar los contaminantes y, a veces, también los residuos de tintas. La materia prima resultante se puede utilizar para producir papel 100% reciclado o mezclarse con fibra virgen, dependiendo de



las características de calidad requeridas. Tanto la fibra reciclada como la fibra virgen ofrecen beneficios.

Pero es importante tener en cuenta que no es posible producir papel, cartón o corrugado únicamente a partir de materiales reciclados. Una fibra puede ser reciclada varias veces, pero no indefinidamente. El reciclaje de papel necesita incorporar una cierta cantidad de fibras nuevas porque la celulosa se deteriora cada vez que se recicla. Además, diferentes tipos de papel requieren fibra virgen en su composición para lograr las propiedades técnicas adecuadas.

Por último, a veces no hay suficiente papel reciclable de buena calidad para satisfacer la demanda.

Aproximadamente el 22% del papel utilizado no se puede recolectar o reciclar. En resumen, el papel, el cartón y el corrugado se producen con materia prima sostenible y renovable, ya sea mediante árboles cultivados, el aprovechamiento del bagazo de caña de azúcar o el papel reciclado. De esta manera, el sector de celulosa y papel está muy comprometido con el concepto de economía circular. La fibra reciclada no existiría si la fibra virgen no se cosechara, ya que la demanda de la sociedad por productos de papel para impresión y empaques no se podría satisfacer sin ambas. Para la producción de celulosa virgen es necesario plantar árboles continuamente, lo que ayuda a reducir el efecto invernadero.

El papel no es basura. ¡Recíclalo!

Unidad de negocios

CTP



Coimpresores
Bogotá



Servicio de

Filmación

de

Planchas

**Thermal
Convencional**



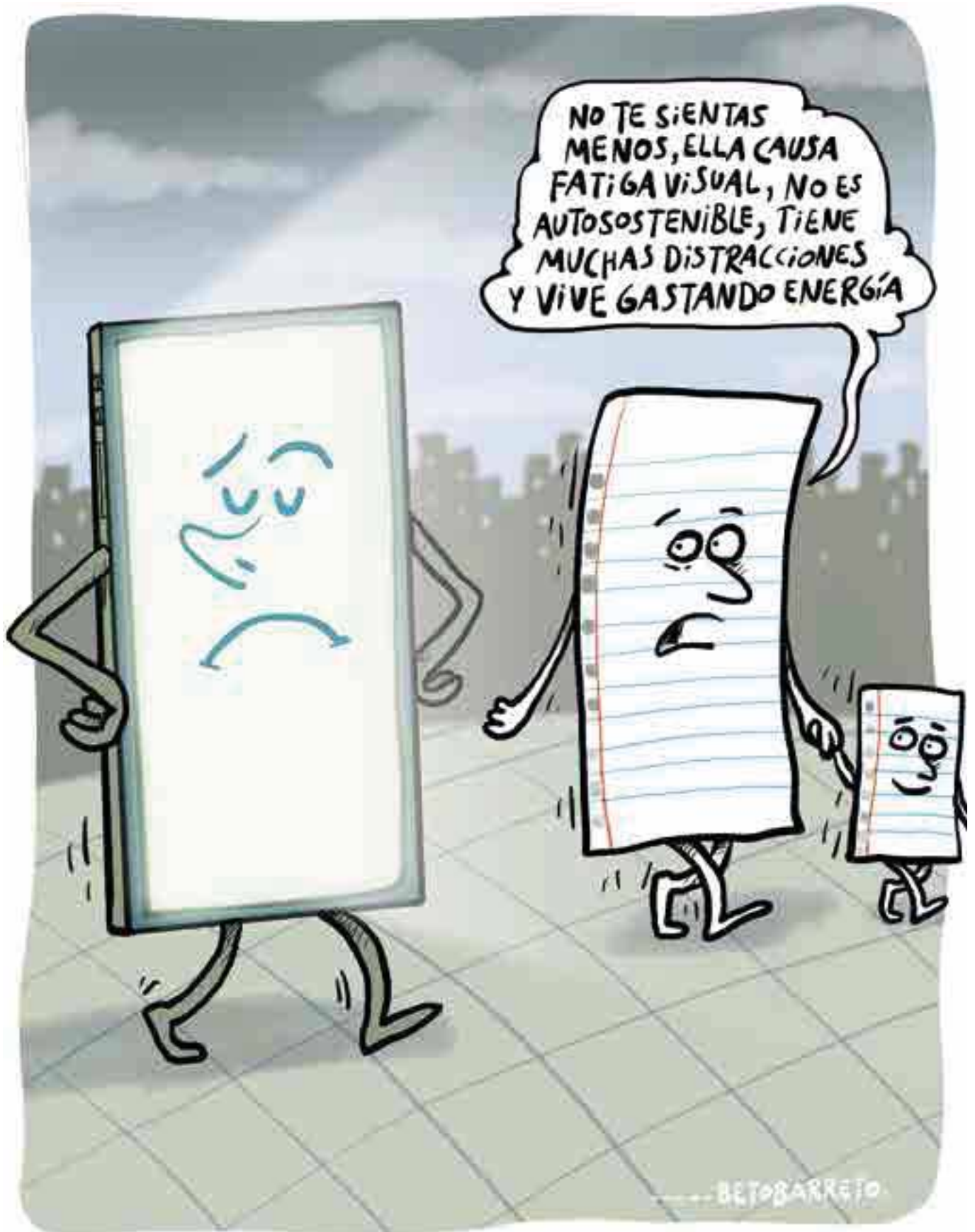
(601) 2440265



ctp@cipb.net



PANTALLAS Y SUS COSITAS



DOTACIONES

Coimpresores Bogotá



Somos una alternativa para que su personal dé **una mejor impresión.**

- » Conjuntos en antifluido
- » Camisetas tipo polo, cuello redondo y camisa Oxford
- » Pantalón en jean, en dril y licrado
- » Chaquetas con y sin reflectivo, chalecos


» Seguridad industrial:


- » Guantes, protectores auditivos, gafas de seguridad
- » Tapabocas, respiradores y/o mascarillas
- » Botas de seguridad industrial
- » Zapatos para dama




Sorayda Alonso R.

 dotaciones@cipb.net

 (601) 208 8700

 323 221 0067

 Cra. 31 No. 22B-15, Bogotá - Colombia