

R e v i s t a

IAE

Instituto Argentino del Envase 

Año 31 N° 3

[www.packaging.com.ar](http://www.packaging.com.ar)

septiembre 2016

# El valor del envase en la industria farmacéutica



*Si usted es capaz de soñarlo,  
juntos podemos alcanzarlo.*



- ✓ *Desarrollo y producción de envases plásticos de alta calidad*
- ✓ *Envases para llenado en caliente*
- ✓ *Preformas*

### *Categorías de Productos*



Algunos de los materiales que manejamos:  
**PET | PP | PETG | PETE | HDPE | LDPE**



**amcor**

*Creating a new world of packaging*

### **Amcor Rigid Plastics**

Amcor PET Packaging de Argentina S.A.

Ruta 8 Km. 60, Parque Industrial Pilar, Calle del Canal 1705 (esq. Calle 5) - (B1629MXA) Pilar, Buenos Aires, Argentina  
T (+54 230) 4 465000 F (+54 230) 4 465124 - [www.amcor.com](http://www.amcor.com) - [info.argentina@amcor.com](mailto:info.argentina@amcor.com)

# Mensaje Editorial

## Premio Estrella del Sur, un nuevo desafío

Este año se entregarán los Premios Estrella del Sur.

Los envases premiados estarán habilitados para concursar también en el World Star, organizado por la World Packaging Organization.

Nuestro concurso se realiza cada dos años y para esta edición tenemos el orgullo de haber recibido más de 80 presentaciones. Estos premios serán entregados en la cena de premiación que organiza el Instituto Argentino del Envase, el 24 de noviembre en el Hotel Sheraton Libertador.

Será una buena oportunidad para reencontrarse con viejos amigos y conocer a nuevos profesionales de la industria.

Los esperamos.

**Comité Editorial**

Instituto Argentino del Envase

# Sumario

## IAE INFORMA

---

- 4 ESCENARIO
- 6 CURSO DE PACKAGING A DISTANCIA 2016  
Nueva versión digital
- 8 SEMINARIO INTERNACIONAL, TEMUCO CHILE

## CONGRESOS & EXPOSICIONES

---

- 10 PACKEXPO INTERNACIONAL 2016  
Chicago, Illinois  
6 al 9 de noviembre de 2016
- 12 EMPACK / PACKAGING INNOVATION / LABEL AND PRINT  
23 al 24 de noviembre, IFEMA  
Madrid, España

## EMPRESAS

---

- 14 SEALED AIR FOOD CARE  
lanza solución de empaque resellable para América Latina
- 16 SMURFIT KAPPA  
gana dos prestigiosos  
Scanstar 2016 Packaging Awards
- 18 VIDEOJET TECHNOLOGIES  
INTERPHEX Exhibitor Award  
por mejor innovación tecnológica
- 19 RAYPAC CUMPLE 20 AÑOS

## DE INTERÉS

---

- 20 EL VALOR DEL ENVASE  
en la industria farmacéutica
- 22 EL ENVASADO INTELIGENTE  
llega al mundo del queso
- 26 PRECYCLING  
¿Tendencia que modificará la industria del packaging?
- 28 EL PACKAGING DEL FUTURO
- 32 LOS INGREDIENTES DEL ENVASE PREMIUM
- 34 ARTÍCULOS DE INTERÉS
- 35 SITIO DE INTERÉS: [www.ecoacero.com](http://www.ecoacero.com)
- 36 CONCURSO TROFEO ALUFOIL 2016  
Estableciendo el estándar de la originalidad
- 40 EL FACTOR DE LOS MILLENNIALS:  
¿Cómo una generación de consumidores  
transforma el panorama actual de los empaques?
- 44 INNOVACIÓN EN PACKAGING:  
CAMBIA EL MERCADO, CAMBIA EL ENVASE

## TECNOLOGÍA

---

- 46 LA IMPRESIÓN DIGITAL DE EMPAQUES  
frente a los métodos tradicionales
- 50 LA MICROENCAPSULACIÓN  
Tecnología con gran potencial para la industria

# ENVASE & MEDIO AMBIENTE

52 UN NUEVO ESCENARIO PARA  
LAS BOLSAS DE PAPEL

56 BOLSAS Y BOTELLAS  
BIODEGRADABLES PARA LÁCTEOS

58 PROYECTO BUSCA ELABORAR  
películas plásticas a partir de residuos de plátano

60 AGENDA 2016

## INTERNACIONALES

62 HEINEKEN INTRODUCE UNA NUEVA SIDRA  
LLAMADA APPLE BANDIT  
Holanda

63 NUEVO DISEÑO LUJOSO DEL WHISKY  
JOHNNIE WALKER BLUE LABEL  
Edición limitada  
STARBUCKS  
Rediseño gama de cafés fríos

PRESIDENTE Ing. José O. Ragozino  
DIRECTOR RESPONSABLE Sr. Jorge Acevedo  
COMITÉ EDITORIAL Ing. Adolfo Cazeneuve  
Sr. Roberto Klink  
Ing. Nestor Nisnik

COMERCIALIZACIÓN Sr. Guillermo Coughlan  
DIAGRAMACIÓN D.G. Gabriela Espector  
ASESORES

ALUMINIO Ing. Jorge García Arias  
CARTÓN CORRUGADO Ing. Néstor Nisnik  
Ing. Mario Valente

CELULOSA MOLDEADA Ing. Eduardo U. Zurbriggen  
EMPAQUE FRUTIHORTÍCOLA Dr. Raúl Scialabba  
ENVASES FLEXIBLES Dr. Damián Ecker  
ETIQUETAS AUTOADHESIVAS Sr. Francisco J. Akian  
Sr. Fernando Leiro

HOJALATA Dr. Oscar Faranda  
MADERA Sr. Eduardo Arrecegor  
MEDIO AMBIENTE DI. Ricardo Dunogent  
NORMAS ISO Ing. Adolfo Cazeneuve  
PAPELES ENGOMADOS Ing. José O. Ragozino  
PLÁSTICOS Ing. Jorge Fernández Battolla  
Sr. Fernando Corchón  
PROTECCIÓN DE CARGAS Ing. Erik Yardin Millord  
VIDRIO Ing. Néstor Vitali

### CORRESPONSALES EN EL EXTERIOR

ULADE, MÉXICO Ing. Eduardo Cruz Prado  
ICCA, USA Jim Keller  
FEFCO, BÉLGICA Mrs. Angélica Christ  
ACCCSA, COSTA RICA Ing. Javier Rivera Fournier  
LIMA, PERÚ Jaime Reategui  
JAPAN PACKAGING INSTITUTE  
TOKIO, JAPÓN Sr. Hauro Sasaki  
INTERNATIONAL PACKAGING  
INDIAN INSTITUTE OF PACKAGING Sr. Rajiv Dhar  
PMMI USA Ing. Jorge Izquierdo  
ITC/ONU Jacky Charbonneau

*El Instituto Argentino del Envase no asume ninguna responsabilidad por daños o perjuicios originados en el contenido de anuncios publicitarios incluidos en esta revista. Las opiniones expresadas en los artículos reflejan exclusivamente el punto de vista de los autores.*

# Escenario



*Ya hay unas 15 bodegas que tienen su exponente en este envase, según datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV). Entre otras, bodegas pequeñas de alta gama como CarinaE, Casarena y Viña Las Perdices. Ahora, se acaba de sumar una más grande, Bodegas La Rosa, del Grupo Peñaflor, con presentaciones para sus marcas Hereford y Finca La Escondida.*

## VINOS ARGENTINOS

### Bag in Box: la nueva forma de tomar vino que pisa fuerte

Se trata de un envase que permite consumir vino por copa sin que el resto se eche a perder. Dicen que reemplaza con ventajas a la botella y es, como mínimo, un 25% más barato y más ecológico que otros envases.

El vino es una de las bebidas predilectas de los argentinos. Al ser un país productor es posible acceder a mejor calidad y a los de un precio razonable. Ahora, un nuevo envase viene a resolver varios interrogantes.

Saliendo de los márgenes de la clásica botella de vidrio o el envase de tetra-brik, una tendencia que ya es furor en países como Francia, Dinamarca y Canadá, se instala cada vez con más fuerza: Bag in Box (bib), también conocido como wine in box o wine dispenser.

La traducción significa "bolsa en caja", y aunque literalmente es así, el proyecto engloba mucho más. Se trata de modernas cajitas que tienen incorporada una canilla a través de la cual es posible tomar vino de calidad con una mejor conservación y por un precio menor.

Este novedoso sistema consiste de una caja de cartón corrugado con una bolsa plástica dentro (donde se aloja el vino), que se contrae a medida que se consume el contenido, permitiendo de esta manera que el vino permanezca con el menor contacto posible con el oxígeno y se oxide así más lentamente.

La aparición de este envase responde al cambio en los patrones de consumo. Abrir una botella implica tomarla en pocos días, en cambio un Bag in Box permite mantener el vino en buenas condiciones hasta cuatro meses después de abrirlo. Las cajas tienen capacidad de 3 a 5 litros y además de preservar el vino suponen un importante ahorro para hogares y restaurantes.

La baja en los costos logísticos y el costo de los materiales se refleja en los precios: según el tipo de vino, el ahorro ronda el 15%, para los precios más bajos, y entre el 25% y el 30% para los de gama media y media alta.

## 7UP CON LATAS VINTAGE

Presenta seis modelos coleccionables que reviven sus momentos más emblemáticos

Bajo el claim "Refrescándote desde 1929", 7UP®, marca integrante del portafolio de PepsiCo Bebidas, le hace un guiño al pasado y celebra su trayectoria con una edición limitada de latas de estilo vintage con diseños únicos cargados de recuerdos. La popular marca de gaseosa, pionera en lanzar el sabor lima-limón, presenta 6 modelos coleccionables que reviven sus momentos más emblemáticos desde los años 30 a los 90 para que todos los consumidores puedan revivir las distintas épocas de la mano de 7UP®.



*Las seis versiones recorren los 87 años de vida de la marca y traen al presente toda la frescura que la caracteriza. Este lanzamiento mantiene la propuesta de 7UP® a lo largo de todos estos años: refrescar a los consumidores pero sobre todo, mantenerse siempre fieles a su esencia. Entre la gran variedad de sucesos que marcaron la historia se encuentra Fido Dido, el famoso y descontracturado personaje que fue furor en la década del 90.*

**TECHNOMELT®**

**AQUENCE®**

**LOCTITE®**

Adhesivos para laminación de envases flexibles

Adhesivos para etiquetado

Adhesivos Hotmelt



**Henkel** Excellence is our Passion



# Curso de Packaging a distancia 2016

## Nueva versión digital



INSTITUTO ARGENTINO DEL ENVASE

*A partir del mes de mayo de 2016, el Instituto Argentino del Envase ha lanzado, en convenio con DEN Distance Educational Network Argentina, el Curso de Packaging a Distancia en su nueva versión digital. Se ha enfocado en una actualización integral de su curso, permitiendo:*

- El acceso al conocimiento específico del universo del packaging por medio de una formación flexible, compatible con disponibilidades de horarios y diversos compromisos.
- Una formación teórica práctica a través de la lectura, presentaciones, videos y actividades que permiten al alumno alcanzar un conocimiento amplio, integral y actualizado de todos los materiales, procesos y reglamentaciones vinculados con la industria del packaging.
- Una constante actualización del contenido, por medio de especialistas de cada disciplina, quienes forman parte del cuerpo docente del IAE.

Está orientado a todos aquellos que, por su actividad profesional, laboral o de investigación estén vinculados con los envases y sus diferentes problemáticas: personal de compras, áreas técnicas y de producción, diseño, ventas, logística, entre otros.

Estructuralmente está dividido en los siguientes módulos:

MODULO I: Introducción al packaging. Herramientas de diseño

MODULO II: La gestión del packaging

MODULO III: Materiales y envases metálicos

MODULO IV: Materiales y envases celulósicos

MODULO V: Materiales y envases plásticos

MODULO VI: Diseño de envases de barrera

MODULO VII: Vidrio







MODULO VIII: Sistemas de impresión

MODULO IX: Maquinas envasadoras

MODULO X: Logística

MODULO XI: Normativa de aplicación

MODULO XII: Interacción envase-producto

El alumno puede acceder al contenido del curso a través de una plataforma interactiva. Los módulos están conformados por una presentación en PowerPoint, un video del docente a cargo, con una explicación de los conceptos más importantes, y textos como material de apoyo. Tienen, además, material de lectura y videos como soporte de consulta.

Disponen de un apoyo permanente para evacuar dudas e inquietudes, a través de contacto con un coordinador vía mail (en cualquier momento) o video conferencias en horarios determinados. Al finalizar cada tema, el alumno cuenta con un cuestionario de modalidad "múltiple choice" que deberá contestar correctamente, para poder acceder al siguiente.

Durante el curso (duración estimada seis meses), se entregan las pautas para la realización de un trabajo práctico que consiste en el desarrollo de un sistema de envase/embalaje para un producto determinado. El alumno cuenta con un tutor para consultas y correcciones en las pre-entregas, hasta la entrega final. Realizado correctamente los cuestionarios y aprobado el trabajo práctico, el alumno está habilitado para poder rendir el examen final.

El Instituto Argentino del Envase extiende un certificado no oficial de aprobación del curso.

Para mayor información: [www.packaging.com.ar](http://www.packaging.com.ar)

INSTITUTO ARGENTINO DEL ENVASE

[capacitacion@envase.org](mailto:capacitacion@envase.org)

+54 11 4957-0350 EXT. 104



*Docentes del curso:*

*Arriba: izquierda: Ing. Juan Marletto - Hojalata.*

*Derecha: D.I. Néstor Pierres - Diseño.*

*Abajo: izquierda Ing. Raúl Corvalán - Cartón Corrugado*

*Derecha: Jorge Gradjean - Vidrio*

# SEMINARIO INTERNACIONAL TEMUCO CHILE

30 de agosto de 2016

► *El Instituto Argentino del Envase fue invitado por el Instituto de Agroindustria, perteneciente a la Universidad de la Frontera, a participar del seminario "El valor del packaging en la industria agroalimentaria".*

El objetivo del seminario fue difundir y transferir experiencias y conocimiento en tendencias innovadoras de la industria del packaging a nivel mundial.

El mismo se realizó el 30 de agosto en el aula magna de la Universidad de la Frontera, en la ciudad de Temuco, auspiciado por el Gobierno Regional de La Araucanía y contó con la asistencia de más de 90 participantes, entre los que

se encontraban emprendedores agroindustriales de la zona, empresas vinculadas con el sector agroalimentario, y profesionales del sector público y privado ligados a este sector.

La apertura estuvo a cargo de la Lic Claudina Uribe Borja directora del departamento de innovación de la Universidad, donde se mencionó la importancia de la vinculación de sectores académicos e industriales. Este concepto se reafirmó en la exposición del Ing. Luis Torralbo Barria, director del Instituto de Agroindustria.

La participación del Instituto estuvo a cargo del Ing. Juan Marletto con su ponencia "Tendencias de la industria mundial de envases y embalajes".



*Mariana Soto gerente general del CENEM Chile; Ing. Jaime Molina Instituto de Agroindustria; Ing Juan Marletto del IAE; Ing. Luis Torralbo Director del Instituto de Agroindustria.*

# ENVASE | ALIMENTEK | FARMATEK

8 al 11 de agosto

Centro Costa Salguero

Buenos Aires | Argentina

[www.envase.org](http://www.envase.org)

# 2017

[www.envase.org](http://www.envase.org)

15° Exposición Internacional del Envase y Embalaje

10° Exposición Internacional de Maquinaria y Equipamiento para el Procesamiento de Alimentos y Bebidas

3° Exposición Internacional de Maquinaria y Equipamiento para la Industria Farmacéutica

“Más de 20 años generando un ámbito de encuentro propicio para la industria del Packaging”



envases y embalajes | materias primas | máquinas  
equipos y accesorios | logística y más servicios



Síguenos en



Reserve  
su stand!

[ventas@envase.org](mailto:ventas@envase.org)  
(54-11) 4957-0350 ext. 103

Organiza



INSTITUTO ARGENTINO DEL ENVASE  
Av. Jujuy 425 (C1083AAE)  
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina  
[www.packaging.com.ar](http://www.packaging.com.ar)

Main Sponsor





# Pack Expo internacional 2016

Chicago, Illinois

6 al 9 de noviembre

## La vitrina de innovaciones en empaque durante PACK EXPO con los diseños premiados



*La vitrina de innovaciones en empaque, evento patrocinado por The Dow Chemical Company (NYSE: DOW), este año de nuevo en PACK EXPO Internacional (6 al 9 de noviembre 2016, McCormick Place, Chicago).*

De acuerdo con el organizador de PACK EXPO el PMMI, Asociación para el Envasado y Tecnologías de Procesamiento, esta vitrina mostrará las últimas innovaciones y diseños premiados en los envases.

“El packaging ha evolucionado a lo largo de los años en los buques y no sólo protegen los productos dentro,

sino que los mejoran”, dice Chuck Yuska, presidente y CEO de PMMI. “La vitrina de Packaging Innovations en PACK EXPO Internacional pone de relieve las innovaciones e inspira a los avances futuros en diseño y tecnología.”

Los empaques que aparecerán en esta vitrina están ganando premios en competencias en todo el mundo.

“Estamos orgullosos de habernos involucrado en la vitrina de Packaging Innovations desde su creación en EXPO PACK hace 13 años,” dice Karen S. Carter, vicepresidente comercial de negocio Specialty Plastics Packaging América del Norte y de Dow. “Los diseños de envases de vanguardia presentados en esta vitrina a lo largo de los años han hecho una contribución importante al progreso del sector, y estamos ansiosos de continuar ese legado durante este show.”

## La vitrina de Packaging Innovations contará este año con trabajos premiados de 15 organizaciones:

ABRE Brazilian Packaging Association

AIMCAL Association of International Metallizers, Coaters and Laminators

AMEE Asociación Mexicana de Envase y Embalaje

DOW The Dow Chemical Company

DuPont E.I. DuPont de Nemours and Company

FPA Flexible Packaging Association

FSEA Foil and Specialty Effects Association

HCPC Healthcare Compliance Packaging Council

IMDA In-Mold Decorating Association

IAE Instituto Argentino del Envase

IoPP Institute of Packaging Professionals

OpX Leadership Network

PPC Paperboard Packaging Council

SPC The Sustainable Packaging Coalition

WPO World Packaging Organisation

La vitrina de Packaging Innovations podrá apreciarse en el Upper North Building of McCormick Place en el Booth N-5765.

## En Pack Expo 2016 Chicago, Illinois, EE. UU, los visitantes podrán:

- Explorar las soluciones emocionantes ofrecidas por más de 2.300 expositores.

- Ver máquinas de procesamiento y envasado en acción, en un área de exhibición que ocupa más de 102 000 m<sup>2</sup>.

- Adquirir una nueva perspectiva sobre su línea de producción.

- Aprender sobre nuevas tecnologías y las mejores prácticas durante los seminarios gratuitos en el Innovation Stage (Escenario de Innovación).

En simultáneo con PACK EXPO International, Pharma EXPO ofrece a los fabricantes de productos farmacéuticos y dispositivos médicos tecnologías para ayudarlos a cumplir las rigurosas regulaciones del sector y ampliar sus negocios.

- Más de 250 expositores con soluciones para el envasado y las cadenas de aprovisionamiento.

- Soluciones para la seguridad, el rastreo y seguimiento, la dosificación y más.

- Programa de conferencias organizado por la reconocida International Society for Pharmaceutical Engineering (ISPE)

[www.packexpointernational.com](http://www.packexpointernational.com)





9 años creciendo



# Empack/Packaging Innovation 9 años creciendo

## EMPack 2016

### The future of packaging technology

EMPack Madrid sigue creciendo. Tras ocho años de novedades y networking para el sector, su noveno aniversario se presenta con nuevas áreas específicas. Al registrarse podrá:

- Conseguir acreditación profesional válida para los dos días.
- Conocer la oferta de más de 350 expositores.
- Disfrutar de dos salas de congreso especializado.

Celebrado junto con Packaging Innovations y Logística, podrá encontrar en un única visita inspiración no solo en envase y embalaje sino también en packaging de diseño y soluciones de almacenaje y logística para tu empresa.

Empack reúne en cada edición a los líderes y expertos del sector de la industria en un Congreso único.

- Dos salas de conferencias.
- Completo programa con las últimas novedades en materia de envase y embalaje.
- Importantes Keynote speakers.

Además, la información más práctica estará presente en un Área de Demostración que mostrará las sinergias entre el embalaje y la logística.

## Packaging Innovation

### The future of the of branded and inspirational packaging

Participa en la 3ª edición de Packaging Innovations Madrid en un espacio de diseño en el que destacar tus materiales, tu packaging, tu innovación.

Cada año reúne a diseñadores, fabricantes, agencias y marcas en un completo ciclo de seminarios. Formación e inspiración en estado puro! Marca las tendencias en packaging,

## LABEL & PRINT

### The future of packaging printing, labelling & converting

Las nuevas tecnologías y desarrollos digitales, de impresión y de etiquetado permanecen como una de las principales áreas de crecimiento dentro de la industria del embalaje.

LABEL & PRINT Madrid 2016 ofrece a la industria ese escaparate ideal en el que mostrar sus productos y servicios a sus potenciales clientes, de forma directa y en solo dos días de negocio intensivo.

Participar como expositor en Label & Print permite un contacto directo con actuales y potenciales clientes difíciles de contactar por otros medios y facilita el negocio y la posibilidad de conocer sus necesidades y objetivos de un modo más cercano. Además acerca tu marca a miles de visitantes profesionales interesados en mejorar su etiquetado e impresión.

Empack & Logistics organizará junto con la Fundación ICIL el SHOW ROOM, un espacio abierto de demostraciones en vivo en el que experimentar las sinergias existentes entre el envase y la logística.

# EL EVENTO PRINCIPAL PARA EL PROCESAMIENTO Y EL ENVASADO



**6 al 9 de noviembre de 2016**  
**Chicago, Illinois EUA**

## Lo hallará todo aquí.

En el rápidamente cambiante mercado actual, mantenerse a la vanguardia se reduce a encontrar las mejores soluciones.

En PACK EXPO International 2016, verá una mayor cantidad de maquinaria en acción que en ningún otro lugar este año. Descubra los avances más nuevos en materia de procesamiento y envasado de **más de 2.000 expositores**—que muestran sus innovaciones y destacan soluciones para mantenerlo a la delantera en el mercado.

**No se lo pierda—del 6 al 9 de noviembre de 2016**



Inscríbese hoy en  
[packexpointernational.com](http://packexpointernational.com)

Co-ubicado con: **PHARMA  
EXPO™**

Producido por:



# Sealed Air Food Care

## lanza solución de empaque resellable para América Latina



► *La solución alarga la vida útil del alimento y lo aísla de contaminaciones externas gracias a las características de resellabilidad del empaque lo que permite abrir y cerrar en repetidas ocasiones manteniendo las propiedades de sabor y frescura de los alimentos.*



*La solución Cryovac® Resellable puede ser utilizada con los mismos equipos que se utilizan para empaques convencionales, sin la necesidad de instalar accesorios o comprar equipos nuevos. Esto elimina inversión adicional en infraestructura. Asimismo, esta solución es ideal para equipos de empaque de termoformado y termosellado.*

Líder en soluciones para la industria de alimentos, Sealed Air Food Care tiene como uno de sus objetivos ofrecer innovadoras soluciones a base de tecnología única en el mercado. Ejemplo de esto es ofrecer soluciones que cumplan con la demanda del mercado que cada vez exige mayor inocuidad de los alimentos, seguridad, higiene y practicidad, es por ello que la empresa lanza el empaque Cryovac® Resellable. La tecnología, que consiste en una estructura laminada multicapas con barrera al oxígeno y un sello resellable, hace posible abrir y volver a cerrar el empaque original en repetidas ocasiones, lo que permite conservar las propiedades de los alimentos por más tiempo después de su apertura inicial. El empaque evita que el alimento entre en contacto con contaminantes externos ya que ofrece la facilidad de aislar y conservar el producto cada vez que se abre y se cierra, permitiendo repetir este proceso en varias ocasiones sin tener que cambiar el producto de su empaque original a otro recipiente. Esta solución va a estar disponible en el Caribe, México, Colombia y Guatemala, con previsiones de llegar a toda América Latina.

El uso de resinas de alta tecnología permite ofrecer la propiedad de resellabilidad, los beneficios de esta funcionalidad aumentan la vida útil de los alimentos versus los empaques convencionales, ya que con ello se evita dejar expuestos dichos alimentos a factores que los degraden con mayor rapidez, como luz y bacterias que se encuentran en el ambiente. Este tipo de empaque es sugerido para carnes procesadas y quesos.

Siguiendo uno de los mensajes clave de Sealed Air Food Care y las características de sus productos, Cryovac® Resellable también fue desarrollado con fines de sustentabilidad. Al extender la vida útil del producto, el consumidor final se ve beneficiado ya que cuenta con más tiempo para disfrutar de los alimentos, lo que impacta en reducción de desperdicio de los mismos: generando menos cantidad de basura y apelando a la conveniencia del consumidor se logra una ventaja competitiva contribuyendo con el medio ambiente.

*Para obtener más información, visite [www.sealedair.com](http://www.sealedair.com)*



interpack®

PROCESSES AND PACKAGING  
LEADING TRADE FAIR

# EVERY INNOVATION HAS ITS STARTING POINT

DÜSSELDORF, GERMANY  
04<sup>TO</sup> 10 MAY 2017

[INTERPACK.COM](http://INTERPACK.COM)

Cámara de Industria y Comercio Argentino - Alemana  
Av. Corrientes 327 \_ Piso 23  
C1043AAD \_ BUENOS AIRES  
Tel: (+54 11) 5219 4000  
Fax: (+54 11) 5219 4001  
enrietti@ahkargentina.com.ar  
[www.ahkargentina.com.ar](http://www.ahkargentina.com.ar)



Messe  
Düsseldorf



# Smurfit Kappa

## gana dos prestigiosos Scanstar 2016 Packaging Awards



**Smurfit Kappa** en Noruega y Dinamarca ha ganado dos premios Scanstar 2016 Premio Embalaje organizados por la Asociación Escandinava de empaquetado (SPA), un cuerpo que incorpora las organizaciones nacionales de embalaje de Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega y Suecia.

Smurfit Kappa Dinamarca fue galardonado con su Scanstar por el envasado de nuevo y la mejora del transporte de láminas de aluminio doblado, en nombre de la compañía de impermeabilización Icopal. En lugar de una caja cuadrada tradicional, la nueva caja ha sido diseñada con un ángulo alrededor del producto principal, sin embargo, sigue manteniendo el mismo nivel de protección. Este nuevo diseño utiliza 24% menos de área de cartón corrugado, lo que significa reducir los costos de material y proporciona

beneficios significativos a la cadena de suministro al permitir que el cliente pueda transportar 8 paquetes por palet en lugar de 4, logrando una mejora del 100% en la paletización.

Smurfit Kappa Noruega fue galardonado con el Scanstar en nombre de Scandinavian Business Systems, por el diseño ganador de una incrustación ondulada que forma parte de un paquete de transporte para sillas que sustituye poliestireno. La nueva incrustación es 100% reciclable y está hecha de un recurso renovable por lo que es una solución más sostenible. Todo el paquete se hace ahora de un solo material y puede ser rápida y fácilmente reciclado por el usuario final. Además, los beneficios medioambientales también han dado lugar a un ahorro de costos y espacio.

Pim Wareman, CEO de Corrugado Noreste de Europa, dijo: "Estamos encantados de haber recibido premios Scanstar en dos de nuestros mercados clave, promoviendo a la industria que somos la única empresa de fabricación que lo ha logrado".

Ole Moller Hansen, CEO de Nordic West, agregó: "Estos premios son el reconocimiento de nuestro compromiso con el desarrollo de soluciones creativas y sostenibles que satisfacen las necesidades de nuestros clientes".

La entrega de premios del Scanstar 2016 Packaging se llevará a cabo en Sandefjord el 3 de noviembre de 2016.



[www.smurfitkappa.com](http://www.smurfitkappa.com)



## ¿QUÉ TANTO CONTROL TIENE USTED DEL MERCADERO EN LAS ESTANTERÍAS?

Conozca la evolución  
del  
**Shopper Marketing**  
Mercadeo Dirigido al Comprador

**Con los Empaques Listos para la  
Venta de Smurfit Kappa**

La manera más directa e  
inmediata de influir en la conducta  
de los compradores.

Lea el White Paper en: [openthefuture.com.ar](http://openthefuture.com.ar)





# Videojet Technologies

## INTERPHEX Exhibitor Award por mejor innovación tecnológica

*Videojet Technologies, líder global en soluciones de codificado, marcaje e impresión de datos variables, ha recibido el galardón INTERPHEX Exhibitor Award por mejor innovación tecnológica que entrega Pharmaceutical Processing.*

Este reconocimiento está destinado al marca-dor láser de fibra de 50 W Videojet® 7510, un sistema diseñado para el marcaje de alto contraste en plásticos y metales de alta densidad, incluidos tapones de viales de aluminio y botellas farmacéuticas. Esta tecnología, que funciona a velocidades de hasta 440 m/min, ofrece una calidad de marcaje superior y presenta una unidad más pequeña, en comparación con los sistemas láser de estado sólido tradicionales.

En los últimos 40 años, Videojet ha mantenido el compromiso de ofrecer tecnologías avanzadas de las que el mercado farmacéutico ha acabado dependiendo para poder disfrutar del tiempo de funcionamiento, la fiabilidad y la facilidad de uso máximos. "Mantenemos un compromiso con el diseño de productos innovadores que ayuden a los fabricantes a abordar los retos y normativas en evolución de sus sectores", afirmó Tim Kearns, director de dispositivos médicos y farmacéuticos de Videojet. "En concreto, el láser 7510 ayuda a las empresas farmacéuticas y de dispositivos médicos a respetar los requisitos de trazabilidad. Además, la alta velocidad que ofrece y su espacio de marcaje excepcionalmente grande dan respuesta directamente a la

creciente necesidad de mayores velocidades de línea y rendimiento maximizado".

El programa INTERPHEX Exhibitor Award se puso en marcha en noviembre de 2014 y reconoce a los exhibidores de INTERPHEX que sobresalgan en seis categorías distintas: mejor del evento, mejor nuevo producto o servicio, elección de los editores, mejor innovación tecnológica, producto de mayor eficacia, e innovación en biotecnología.

### Acerca de Videojet

Videojet Technologies es un líder mundial en soluciones industriales de codificado y marcaje. Su equipo global dedicado exclusivamente al sector farmacéutico ayuda a las organizaciones y a los socios de la cadena de suministros con soluciones, certificaciones y un servicio rápido y confiable. Su cartera de productos, entre los que se incluyen la inyección de tinta térmica, el marcaje láser, la inyección de tinta continua y el etiquetado, ofrece códigos de trazabilidad y serialización de alta calidad, lo que ayuda a los sectores especializados en dispositivos médicos y farmacéuticos a proteger sus productos frente a las falsificaciones y a garantizar la seguridad de los clientes. Con un gran abanico de tecnologías que abarca prácticamente todas las aplicaciones, Videojet es experto en comprender los requisitos específicos de una amplia gama de aplicaciones sanitarias.

Sus décadas de conocimiento y experiencia en los estándares del sector y las normativas internacionales convierten a Videojet Technologies en el socio idóneo para comprender

las complejas necesidades de codificado. Las soluciones de Videojet codifican 10.000 millones de productos al día en todo el planeta, por lo que esta empresa desempeña un papel fundamental y comprometido en el mundo. Con más de 3500 empleados que operan en 135 países, Videojet dispone de la capacidad necesaria para prestar un servicio local mediante recursos globales.

*Si desea obtener más información sobre el sistema láser 7510, u otros dispositivos de Videojet útiles para los fabricantes de productos farmacéuticos, visite [www.videojet.mx](http://www.videojet.mx)*

©2016 Videojet Technologies México Reservados todos los derechos. Videojet es una marca comercial registrada de Videojet Technologies México.

## Raypac cumple 20 años

*La compañía especializada en sujeción, protección y movimiento de cargas mira el futuro con esperanza y renovado compromiso, integrando nuevas y creativas soluciones a su línea de productos.*

Raypac es una empresa con presencia en el mercado argentino y latinoamericano especializada en la provisión de elementos para protección y sujeción de cargas, embalajes de transporte y sistemas de movimiento de cargas con y sin pallet.

Cuenta con un equipo de profesionales expertos en analizar los requerimientos de protección de los productos a trans-

portar y proponer la alternativa más eficiente y económica a sus clientes. El apoyo técnico de sus representadas internacionales agregan aún más valor a la propuesta de la compañía.

En su aniversario numero 20° el equipo de Raypac quiere compartir con clientes, proveedores y amigos este gran acontecimiento.





# El valor del envase en la industria farmacéutica

Los productos farmacéuticos ya sea con o sin receta (OTC) son un negocio serio. Los consumidores esperan que sean seguros y efectivos. *¿Por qué no reforzar la confianza del cliente a través del envasado?* Es decir, mostrarle lo que puede esperar dentro del mismo: alta sofisticación, innovación y tecnología.



En la sociedad actual los consumidores tienen más conciencia sobre la importancia de la seguridad de los productos además de desear verse bien y sentirse sanos. Estudios demuestran que, como los cosméticos, los productos nutracéuticos y farmacéuticos tienen más éxito en el mercado cuando cuentan con el envase adecuado.

Merck presenta sus últimas innovaciones en diseño de marca para que los fabricantes no arriesguen la seguridad de sus productos.

La mayoría de la gente paga más por los productos seguros, *¿por qué no ir más allá y crear envases que den mejores resultados en el punto de venta?* El 64% de los consumidores compran un nuevo producto por el envase.

*Otra nueva técnica revoluciona las tonalidades RGB.*

*El resultado: una gran paleta de colores que supera la impresión CMYK y abre la puerta a estilos únicos que diferencian los productos y dejan atrás la competencia.*

## Una receta para la perfección

La mayoría de los productos que se venden en las farmacias lucen funcionales pero simples. Colores conservadores y envases planos sin gran diseño detrás. Por ello, Merck ha desarrollado nuevos conceptos para envases Premium, con opciones de diseño integral en las que envase y producto encajan a la perfección.

Hay diversas formas de crear envases perfectos. Una de las favoritas de Merck y que hay causado furor entre las marcas es la tecnología patentada 3D Evolution. Como su nombre indica, los pigmentos se posicionan de manera tal, que dan un efecto tridimensional al diseño, claramente visible pero imperceptible al tacto. Este novedoso concepto puede incluso aplicarse a blísteres.

Otra nueva técnica revoluciona las tonalidades RGB. El resultado: una gran paleta de colores que supera la impresión CMYK y abre la puerta a estilos únicos que diferencian los productos y dejan atrás a la competencia.

Cada vez más marcas mejoran el diseño de sus envases para atraer más clientes y hacer más llamativos sus productos alta calidad por dentro y por fuera. Además



con el 41% de los clientes que afirman que volverían a comprar un producto tan sólo por el envase es imprescindible asegurar que sus productos luzcan magníficos desde cualquier ángulo.

### Forma y función

Los medicamentos con y sin receta deben cumplir con ciertos criterios de envases, el cual debe ser funcional, higiénico y, sobre todo, seguro. Un envase práctico fácil de usar tendrá éxito considerando que el 36% de los clientes admite haber cambiado de marca por problemas con el envase.

El diseño integral de una marca es exitoso si incluye tanto el envase como el producto. Las tabletas y cápsulas formuladas con Candurin son parte de este concepto integral ya que además de fortalecer la marca y promover campañas de marketing para mejorar la apariencia de los medicamentos, incluso ayudan a los pacientes a reducir la probabilidad de confundir dosis. Por supuesto, los pigmentos de efecto Candurin de Merck son seguros para su uso en alimentos y medicamentos, sus colores únicos hacen más difíciles de la falsificación.

*Fuente: interempresas*

La innovación en el envasado, la clave para impulsar el crecimiento en un mercado estático. El envasado inteligente genera nuevos hábitos alimentarios y de compra.

# El envasado inteligente llega al mundo del queso

*En lo que a crecimiento se refiere, el mercado europeo del queso se ha mantenido bastante estático durante los últimos 15 años. Sin embargo, se trata de un mercado con gran potencial que puede cambiar gracias al envasado inteligente.*

Las soluciones de envasado innovador pueden dar lugar a diferentes canales de venta, nuevos conceptos de alimentos y hábitos de consumo, representando así increíbles oportunidades para los operadores del sector de la alimentación y grandes distribuidores para añadir valor a los productos de queso. Además, ayudan a superar los desafíos que suponen el lento crecimiento del consumo de queso y los precios fijos. Euromonitor International aporta pruebas evidentes de que desde el año 2001 el consumo per cápita en Europa se mantuvo prácticamente fijo en 8,5 kg. De hecho, con los precios del queso en declive, lo único que está impidiendo que el mercado decaiga es la alta frecuencia de la compra de queso. Europa es un mercado maduro, con Francia, Alemania e Italia como los tres países donde más queso se consume, seguidos del Reino Unido y España. A nivel mundial, China, Rusia y Arabia Saudí representan algunos de los mercados que crecen más rápidamente y donde se espera que el consumo de queso se dispare en los próximos años. En general, el mercado tiene un fuerte potencial. Los analistas prevén un aumento en el consumo de hasta un 50% per cápita en el año 2020. Sin embargo, este objetivo solo se puede lograr si el mercado reacciona de forma dinámica e invierte tanto en nuevos conceptos de alimentos y una oferta más amplia como en canales de venta que cumplan las expectativas de los consumidores.





## Nuevas oportunidades

El queso siempre ha sido un producto conservador en las innovaciones de la industria alimentaria. En cambio, actualmente las modas sociales y las necesidades alimentarias de los consumidores, tales como la ética, un estilo de vida saludable, la indulgencia y la comida rápida, presentan nuevas oportunidades para la venta de queso que van más allá de la tradicional distribución minorista. Por ejemplo, el 25% del queso se compra como tentempié, como producto de foodservice, por internet y como alimento para comer de camino. Este segmento de mercado tiene el mayor potencial de desarrollo. Por ello, el envasado inteligente puede ser tan eficaz para aprovechar esta oportunidad de crecimiento. Con un conocimiento más amplio del mercado del queso, Sealed Air ha identificado varias necesidades alimentarias y varios canales de venta. Con esto se pretende desarrollar tanto un enfoque diseñado a medida como soluciones de envasado que inviertan en tendencias del mercado para generar nuevas oportunidades de venta. De este modo los productores de queso y los grandes distribuidores podrán disfrutar de beneficios económicos, sociales y sostenibles. Los conceptos más recientes del envasado orientado al cliente de productos de queso fueron un factor clave y se mostraron en el evento "Channel your cheese" de Sealed Air, que se celebró en abril en el Packforum en París.

El formato original en el que presentar el producto de queso puede sorprender realmente y atraer al consumidor. *¿Alguna vez se le había ocurrido envasar el queso como si fuera una tableta de chocolate o un vaso con cerveza?* Estas avanzadas soluciones de envasado generan nuevas ocasiones para consumir queso, que se puede ofrecer como tentempié o como comida apete-



## Todas las opciones, la mejor solución.

Preprensa • Fotopolímeros digitales • Pruebas color • Brand Management

HD Flexo • DigiFlow Pixel+



12 de octubre 127 B1870CUC Avellaneda,  
Buenos Aires, Argentina  
T +541142223549 • www.longo.com.ar

**HD FLEXO@LONGO**  
TUS ENVASES EN ALTA DEFINICIÓN  
+ digiFlow!

# El envasado inteligente llega al mundo del queso



cible. Para el consumidor, el queso se convierte en más que un producto que se consume en las comidas habituales, lo que lleva a adquirir más queso y de mayor variedad.

Al pensar en alimentos saludables y necesidades alimentarias, el queso no se suele considerar como una opción. Con el envasado inteligente esto cambia. Los tentempiés de queso se pueden dividir en porciones perfectamente, permitiendo así la venta tanto en supermercados como en máquinas dispensadoras, y ofrecerse como una opción más.

## Objetivo: sostenibilidad

Todas las soluciones de envasado innovadoras son sostenibles y tienen en cuenta las crecientes demandas del consumidor en cuanto a seguridad alimentaria y reducción del desperdicio.

Con el fin de apoyar a los operadores de foodservice y a los grandes distribuidores en estos objetivos sostenibles, los destacables materiales de envasado de Sealed Air ayudan a aumentar la vida útil del queso y a proteger los productos durante toda la cadena de suministro y transporte. De esta forma, el queso se puede vender mediante diferentes canales, como máquinas dispensadoras u online, incluyendo la entrega a domicilio. Así, los consumidores disfrutarán de un producto fresco y sabroso. Lo que es más, el envasado es una nueva frontera para comunicarse con los clientes, ya que es la manera más impactante de compartir información adicional, como puede ser contar la historia del producto o añadir sugerencias culinarias, por ejemplo mezclar queso con vino o usarlo en ciertas recetas en particular. Esto aumenta la atracción del cliente y hace del queso un producto de alta calidad. Las excelentes características visuales y el diseño del envasado desempeñan un papel importante en el marketing, construyendo una sólida imagen de marca y llegando a la audiencia definida. El mercado del queso tiene un enorme potencial de crecimiento, que se puede aprovechar mediante innovadoras soluciones de envasado que generan ventas, satisfacción del cliente y fidelidad. Las demandas alimentarias del consumidor están cambiando y el envasado permite que los operadores de foodservice y los grandes distribuidores respondan eficazmente a dichas demandas.

diante innovadoras soluciones de envasado que generan ventas, satisfacción del cliente y fidelidad. Las demandas alimentarias del consumidor están cambiando y el envasado permite que los operadores de foodservice y los grandes distribuidores respondan eficazmente a dichas demandas.

Fuente: [www.sealedair.com](http://www.sealedair.com)

Autor Aldo Galbusera director de marketing de Sealed Air Food Care EMEA



- papel engomado
- impresiones flexográficas
- cinta marcadora
- cinta para enfajar termosensible
- coteado
- corte en hojas y rollos
- rebobinado
- rótulos

60  
años

brindando  
seguridad a su  
packaging

**DERASA**  
S.A.

Gral. José Artigas 2843  
(1417) Bueos Aires | Argentina  
Tel.: (54-11) 4504-0920  
e-mail: [info@derasa.com.ar](mailto:info@derasa.com.ar)  
[www.derasa.com.ar](http://www.derasa.com.ar)



# Precycling

¿Tendencia que modificará la industria del packaging?

► *El precycling es un movimiento que evita el uso innecesario de envases entre los consumidores, por lo que diversos comercios están enfocándose en este nuevo segmento de mercado.*

Diversas tendencias han buscado modificar la forma en que compramos, tal como ocurrió con un fuerte movimiento que buscó reemplazar en supermercados el uso de bolsas de plástico por las de tela.

Ahora, una tendencia de consumo que puede calificarse como sustentable está sumando aliados entre consumidores y tiendas, que buscan evitar el uso innecesario de envases.

Se trata de precycling, una práctica que evita al comprar un producto, la adquisición innecesaria de envases o cajas que tienen que someterse a un proceso de reciclado.

La Fundación Ellen MacArthur publicó en 2013 que dentro de Estados Unidos solo el 55 por ciento de envases de plástico y botellas tipo PET eran recicladas, mientras que a nivel mundial, solamente el 14 por ciento de los envases plásticos son reciclados, pues el 40 por ciento de estos son llevados a vertederos.

Las tiendas que en el mundo han desarrollado un modelo de negocio con este enfoque, principalmente se encuentran en Alemania y Austria, países que encabezan la lista de naciones que más reciclan en el mundo, de acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).



Los siguientes negocios son algunas de los que están cambiando la tendencia del consumo de productos con base en el uso sustentable de los mismos.

### Lunzers Ma-Greiferei (Austria)

Esta tienda ofrece productos orgánicos con base en la estacionalidad y las regiones, que aseguran una relación directa con proveedores.

### Maria Granel (España)

Esta tienda de venta a granel de productos biológicos y tradicionales, tal como describe en su web, promueve una alimentación saludable.

### Zero Market (Estados Unidos)

Con presencia en diversas ciudades de Estados Unidos, este negocio asegura que en el país se generan 175 millones de toneladas de basura en tiraderos que contribuyen a la creación de más gases de efecto invernadero.

Los datos antes mostrados pueden ser un indicio de posibles cambios en la industria del packaging a nivel mundial, ya que la existencia de tiendas que venden productos sin envases está extendida por diversos países, mientras que en mercados como el de Gran Bretaña, datos de Bord Bia apuntan que, entre los compradores de tiendas establecidas, el 71 por ciento son millennials que prefieren comprar productos con un envase minimalista, gusto que es compartido por el 62 por ciento de consumidores pertenecientes a la generación x y 71 por ciento identificados como baby boomers.

Con base en este análisis se puede afirmar que comenzará un cambio dentro del sector de envases y empaques, debido a que los hábitos de los consumidores están modificándose, principalmente entre miembros de la generación millennial y baby boomers, por lo que será importante tomar el pulso de esta industria ante un nuevo escenario que podría impactar en las marcas que basan su imagen en el envase de sus productos.

*Fuente: Merca2.0*



El especialista en termoformado



Conozca el distribuidor de su zona

**0-800-555-0175**

[www.cotnyl.com](http://www.cotnyl.com) [info@cotnyl.com](mailto:info@cotnyl.com)

# El packaging del futuro



*El envase alimentario es garante de la seguridad alimentaria, además de una potentísima herramienta de marketing. Facilita el almacenamiento y distribución de los productos. También es un instrumento de comunicación con el consumidor y un elemento protector del alimento. Como afirma Mintel en su informe Global Packagin Trends, "las marcas pretenden atraer a los consumidores adaptándose a sus expectativas y ofreciéndoles una experiencia de consumo cada vez más personalizada".*

## Personalización del envase

Cada vez más, el envase habla al consumidor, lo atrae y lo convence para la compra del producto en el punto de venta. La personalización del envase es tendencia creciente y ya se pueden ver, incluso, avances como la vinculación del envase con el celular. Para profundizar en este aspecto lo invitamos a leer el artículo "La personalización de producto: Packaging y consumidor, claves para mejorar la competitividad".

## Envases rígidos o flexibles

Según el informe Mintel, hay una tendencia hacia los envases flexibles. Las marcas han visto en este tipo de envases una oportunidad para implementar características como la facilidad de uso y funcionalidad del envasado, tan importantes para la adaptación al consumo On-The-Go.

Este tipo de consumo incluye la demanda en aumento de comidas preparadas, alimentos congelados o precocinados. Todos ellos han de incluir un diseño de alta usabilidad, funcionalidad y comodidad. Dependiendo de cómo sea esta experiencia, el consumidor construirá la imagen de marca y esta afectará en gran medida a la recompra.

El artículo "Study reveals consumer emotional responses to protective packaging" resume un estudio que confirma como el packaging afecta a las emociones del consumidor y estas a la intención de compra.

## El envase como herramienta de comunicación transparente

Los beneficios del producto deben quedar patentes y ser evidentes. Ya no basta con decir que un producto es "100% natural", sino que el consumidor debe verlo reflejado en la información del envase (ingredientes, conservantes, beneficios funcionales, etc.). Esta información que debe ser expresada con total transparencia y en un lugar fácilmente localizable en el envase.

Este punto se acentúa aún más en lo tocante al consumidor de mayor edad, que admite una "sensación de impotencia" ante los problemas para leer las etiquetas de los envases.

# SAMPLING GROUP INNOVACION EN MONODOSIS

Sampling Group. Un universo de soluciones en desarrollo y producción de monodosis.

Formatos innovadores. Desarrollos a medida. Soluciones estratégicas. Tecnología de vanguardia. Tu packaging y tus ventas pueden dar un paso mas allá.



**SAMPLING ARGENTINA SA**  
S. Gaboto 4728 (B1605BKD) Munro. Bs. As Argentina  
T/F (0054 11) 4735-8800 - [www.sampling-group.com](http://www.sampling-group.com)

  
**SAMPLING**

## El packaging del futuro



Según el informe Intel, hay una tendencia hacia los envases flexibles. Las marcas han visto en este tipo de envases una oportunidad para implementar características como la facilidad de uso y funcionalidad del envasado, tan importantes para la adaptación al consumo On-The-Go.

Así lo apuntan investigadores de la Universidad de Portsmouth. Según esta investigación, los más mayores también se sienten molestos y vulnerables ante el tamaño de los envases. Un envase de gran tamaño les dificulta el transporte y no les permite apilarlos correctamente. En general, prima el criterio de "conveniente", dependiendo del producto, los envases que se tipifican en esta categoría suelen englobar diversas características (apertura fácil, facilidad de preparación en horno convencional, microondas, recerrabilidad para consumo en el propio envase, producto más salsa en envase accesorio).

### El tamaño importa

El consumidor necesita envases capaces de cumplir todas las tareas que se presuponen en un amplio abanico de posi-

bilidades en cuanto a tamaño. Mientras que, según Mintel, las familias buscan envases de mayor capacidad para la leche, los ancianos, los hogares unifamiliares y aquellos que optan por el consumo on-the-go, buscan tamaños menores y mejor adaptados a sus realidades.

### Envases ecológicos y sostenibles

El respeto por el medio ambiente y el compromiso de las marcas hacia este tema es positivamente valorado. Por eso, para condiciones de igualdad en precio, la sostenibilidad de los envases se convierte en un factor de compra decisivo. Para profundizar en este aspecto recomendamos la lectura del artículo "La economía circular: sumate a la próxima revolución global".

### Envase adaptado al e-commerce

Estamos en un contexto donde el supermercado está en nuestras manos y en cualquier lugar. Internet cambia la concepción del envase al convertirlo en el núcleo por el que se desarrolla la experiencia de compra. Los envases, por tanto, deben adaptarse a la totalidad de la cadena logística tanto de entrega como de recogida del producto y de almacenaje.

### Envases activos

Según el informe EOI, las tendencias en la tecnología de envasado activo son cada vez más demandadas. Esta tecnología aprovecha las interacciones del envase con el producto. En él se incluyen aditivos activos que reaccionan en función de las características del producto y/o de la composición de los gases del espacio de cabeza, provocando en el envase diferentes efectos para su conservación y que se prolongan en el tiempo. Este tipo de tecnologías de envasado posibilitan mantener las cualidades nutricionales y organolépticas de los alimentos durante más tiempo, manteniendo su calidad y alargando la vida útil.

### Envases inteligentes

Es el propio envase el que habla de la calidad del producto. Estos envases son capaces de indicar si el producto ha sufrido alguna alteración y si ha sufrido alteraciones la cadena de frío o si está a la temperatura óptima de consumo.

Fuente: AINIA Centro Tecnológico

Autor Josep Martinez



Soluciones de empaque para  
diferentes presentaciones  
**SERVICIO INTEGRAL DE VISUAL PACKAGING**



Panamericana Colectora Este Km. 56, (B1625NNA) Loma Verde, Escobar, Prov. de Buenos Aires, Argentina.  
Tel.: (0348) 449 - 5005 | [www.bligraf.com.ar](http://www.bligraf.com.ar)

*los ingredientes del*

# Envase Premium

*El packaging Premium, antes relegado a nichos muy concretos, está copando, cada vez más, sectores como el de la alimentación, cosmética o las bebidas, y siempre con el mismo objetivo: la diferenciación.*

Diferenciación, porque muchas veces este tipo de envase llega a ser tan relevante que el contenido casi queda en un segundo plano y el protagonismo es para el continente.

Diferenciación, porque tampoco estamos hablando de cualquier producto. Este envase incrementa sustancialmente el valor pero su costo económico queda en un segundo plano, cuando el packaging se convierte en una poderosa arma de marketing.

Y es una poderosa arma de marketing porque hace destacar el producto del resto por sus imponentes diseños, que incluso utilizan firmas de grandes diseñadores para hacer colecciones exclusivas y limitadas dentro de estos envases Premium. Por tanto, el envase Premium es, por qué no decirlo, una forma de arte.

Hay usuarios que todavía recuerdan o guardan envases, tras haber consumido uno de estos productos. Pero si hablamos de tendencias, tenemos que dar un paso más en cuanto al material que actualmente se está ganando todos los enteros para ser utilizado. Ese material es la cerámica.

Aunque el vidrio es un material que siempre ha estado muy presente en el envase Premium, permite una amplia personalización y es altamente reciclable, las tendencias apuntan a este otro.

El envase Premium es denominado en muchas ocasiones vendedor silencioso.

Pero no solo apelan a él empresas cosméticas, también empresas alimentarias que necesitan destacar con este tipo de envase sus productos minoritarios.

Así, este tipo de envase está siendo de gran importancia en el sector. De hecho, los medios sectoriales apuntan a que el envase de lujo va a jugar un papel fundamental en el crecimiento del packaging en general con un aumento del 19% para el año 2019. Y la explicación es que una nueva generación de consumidores comienzan a acceder a envases de lujo.

La impresión digital y el 3D también abre una nueva posibilidad de aplicación en este tipo de embalajes para añadir la vertiente de la personalización. Pero sobre todo el futuro de estos envases, y de cualquier otro, pasa por la premisa de la sostenibilidad, ya que el sello Eco Friendly es un distintivo clave.

Pero, sin duda, el ingrediente esencial de este packaging es la innovación.

*Fuente: Interempresas*

# 30 años

creando  
diseñando  
desarrollando  
fabricando

para la industria



embolsado



pesaje

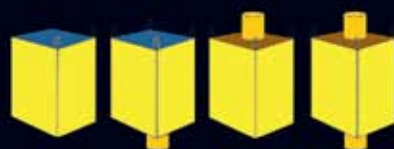


transporte

# BONAMICO



## La mejor llenadora de Big Bags de la Argentina ES ARGENTINA



Big Bag de 4 asas con y sin cuello  
de 400 a 1400 kg



### LÍNEA DE ENVASADO Y TRANSPORTE

#### Ensac

embolsadora de boca abierta



bolsas de boca abierta

#### EV 25/50

embolsadora para bolsas valvuladas



bolsas valvuladas de 25/50 kg

#### Cama de rodillos

módulo de transporte de rodillos



BONAMICO es una marca de  
**IGB TECNOLOGIA**

Dirección: Gobernador Ibarra 106  
(X6120CFD) Laboulaye, Córdoba

Tel./Fax: +54 (3385) 428053

[www.bonamico.com.ar](http://www.bonamico.com.ar)

# artículos & sitios

## packaging & embalajes

### BIBLIOTECA IAE ▶ artículos recomendados

Adjuntamos a continuación las citas bibliográficas de artículos de publicaciones especializadas, acerca del uso de nuevas tecnologías y materiales en la industria del envase. Las fuentes documentales impresas a las que hacen referencia pueden ser consultadas en la sede de nuestra biblioteca.



#### Vestidas para a folia / Margaret Hayasaki

(En *Embanews*, Año 25, edição 299, fev. 2015)

La revelación de Ibope Inteligência, según la cual casi la mitad de los entrevistados considera a la cerveza como la bebida que mejor representa al Carnaval, explica el interés de las compañías de cerveza por la fiesta más popular del Brasil, que han apostado a las latas temáticas como un importantísimo mecanismo de punto de contacto para atraer a los asistentes a esta fiesta, como es el caso de la cerveza Itapaiva, patrocinadora oficial del Carnaval de Salvador. También vinculada con esta fiesta, el aguardiente Pitú apuesta a los rótulos temáticos en las latas que homenajean el Carnaval en la región del Nordeste durante el cual la empresa verifica un 15% de incremento en las ventas.



#### Brillante jugada hacia empaque hecho de champiñones por Anne Marie Mohan

(En *El empaque + Conversión*, Vol. 1, no. 5, oct./nov. 2015)

La compañía Rich Brilliant Willing (RBW), una firma con sede en Nueva York que diseña y produce soluciones de iluminación con tecnologías LED para interiores arquitectónicos, emplea un nuevo envase fabricado con Restore®, un material de empaque completamente biodegradable que utiliza micelio, o la estructura del champiñón que se asemeja a la raíz, para aglutinar los residuos agrícolas en un molde fabricado a la medida por Sealed Air y formar un acolchado de protección. De esta forma, los diseñadores del empaque logran encontrar el equilibrio justo entre la entrega segura de los productos en su lugar de destino y la conservación de los recursos.



#### El boom de la etiqueta limpia

(En *Énfasis alimentación*, Año 22, no. 2, mar. 2016)

Informe especial que revela que los consumidores están cada vez más interesados en saber qué hay dentro de cada producto que consumen, tarea que no siempre es fácil de lograr. El exceso de información, su enunciación confusa o poco clara, suelen ser los mayores problemas a la hora de determinar el tipo y cantidad de ingredientes en un producto. En este contexto, el etiquetado limpio se está instalando como una tendencia definitiva que nos ayuda a comprender qué están buscando los consumidores, que hoy prefieren listas de ingredientes más cortas y reconocibles, en los que se privilegian los componentes familiares y naturales, mínimamente procesados y sin aditivos químicos.

Para consultas del resto de la información bibliográfica disponible, puede contactarse con Pedro Faedo: [biblioteca@envase.org](mailto:biblioteca@envase.org).

# de interés

www.ecoacero.com  
[www.ecoacero.com](http://www.ecoacero.com)

www.ecoacero.com es el portal de la Asociación Ecológica para el Reciclado de la Hojalata ECOACERO, una organización sin fines de lucro constituida en España en 1997, cuya finalidad se centra en la solución de los problemas medioambientales generados por los residuos de envases de acero. El sitio remite a estudios como los del CEAF (Charras de Envases de Acero Fragmentadas) acerca de la variación en los precios del acero o el Informe BIOS, un análisis que la organización europea Apeal le encargó a la consultora "BIO Intelligence Service" en 2004 acerca de los costos y los impactos medioambientales de los diferentes sistemas de recogida de residuos de envase que existen hoy en Europa. Además de la referencia a sitios vinculados con la sostenibilidad como Envase y Sociedad, Paisaje Limpio o el Centro de Información de la Conserva Enlatada, también contiene una nutrida documentación acerca del acero, la hojalata, el ciclo de vida de sus envases, así como la cuestión de la recuperación y el reciclado.



**DOY PACKS**  
*una línea sin límites*

**FORMAS PERSONALIZADAS**

Mayor flexibilidad de diseño

**CORTE LÁSER / ABREFÁCIL**

Mayor control de apertura

**OPCIONALES**

Zipper / Picos / Manijas



Bobinas de envases flexibles | Bolsas | Mangas Termocontraíbles | Doy packs | Pouches preformados

Av. H. Yrigoyen 14763/5 (B1852ELU) Burzaco, Bs. As., Argentina | Tel (5411) 5083-9200 | info@bolsapel.com | www.bolsapel.com



# Concurso Trofeo Alufoil 2016

## Estableciendo el estándar de la originalidad

*El concurso Alufoil Trophy subraya la versatilidad y ventajas prácticas del papel aluminio para crear nuevas soluciones altamente originales, más nuevas ideas que mejoran productos existentes*



### *Ganadores cocinando y revolviendo ideas frescas*

Un ultraconveniente paquete portátil para fondue, un sistema de contenedores aptos para horno para carnes precocidas y una bolsa para satisfacer los gustos y estilos de vida modernos. Un paquete único para «All In One Fondü», de Emmi, una fondue de queso listo para comer que ofrece salsa de queso en un recipiente metálico apto para microondas con un cierre abrefácil de papel aluminio. La tapa incluye la membrana Pro AluFix® Retort Pro de Amcor Flexibles, que forma parte del conveniente sistema de tapas Easy Peel® de Ardagh Group. Este concepto de envasado ofrece la preparación fácil, rápida y limpia de una fondue de queso en cualquier momento. Basta con tener acceso a un horno, o microondas, para calentar el recipiente y luego la mezcla de queso se puede mantener caliente mediante una base, que forma parte del paquete, y una vela de té... con soporte de papel aluminio, ¡por supuesto!



Constancia Flexibles ha diseñado y fabricado una bandeja de papel aluminio y sistema de tapas, OfenFleischkäs - ready for baking @ home, que contiene preparados de carne precocinada. Permiten hornear fácilmente una gama de productos a base de carne directamente en el recipiente, que se elimina de forma rápida e higiénica antes del consumo. La bandeja de aluminio tiene una doble función, por un lado protege el producto durante su vida útil, y por el otro sirve

como bandeja de horno para la preparación de alimentos. Ha sido desarrollado para los consumidores alemanes que les gusta comer Fleischkäs (carne cocida) recién horneada en casa.

La bolsa stand up de batido de proteínas Protein Shake Pouch es superligera y se puede volver a cerrar. Hecha para EZY Pro 10 y fabricada por Ampac Flexibles. Cumple todos los requisitos para los consumidores on-the-go y los deportistas que necesitan un impulso nutricional, pero no un paquete grande o pesado.

EZY Pro 10 contiene solo proteína en polvo en el interior, que se activa mediante el vertido de agua a través de una boquilla de 21 mm de ancho, cuya anchura hace que sea fácil de llenar y de beber. Comparada con envases rígidos no necesita una cámara de aire superior en el interior del paquete. Y al beber no entra aire en la bolsa debido a su forma de plegado.

### Comida de animales protegida

Sustainer, un sistema de recipientes de papel aluminio, desarrollado por Constantia Flexibles como paquetes de comida para animales libres de BPA, «BPA NIA». No solo preservan el producto, sino que también conservan todas las ventajas de los envases retornables, cumpliendo con los nuevos requisitos reglamentarios y sostenibles. Todo gracias a un nuevo proceso de lacado, a base de agua, para el recipiente y la tapa troquelada. El recipiente «BPA NIA» (Not Intentionally Added), además de prescindir del bisfenol A y otros bisfenoles, también elimina la necesidad de usar cromo para el tratamiento de la superficie. Posee todas las características de aislamiento requeridas, lacas a base de disolventes, resistencia al calor y capacidad de esterilización

El cierre y la cápsula causan sensación

Desarrollado para un cliente en Mongolia, pero con potencial en todo el mundo, el cierre de aluminio Sunrise de Guala Closures lleva el arte de abrir y cerrar una botella de licor a un nuevo nivel. El cierre combina una banda antimanipulación, desplegable y muy visible, dentro de la carcasa de aluminio, con accesorios de plástico no recargables para garantizar la seguridad, además de un mecanismo de vertido fácil. Y encima, tiene buen aspecto. El diseño creativo y técnico incorpora la banda eficazmente, lo que lo convierte en una parte esencial de su impacto visual en el estante del supermercado. Los cierres de aluminio se pueden personalizar con los procesos estándar de impresión, como laminado en caliente, serigrafía y offset, en las partes superior y lateral; la banda también puede estamparse en relieve con logotipos de marca.





## Concurso Trofeo Alufoil 2016

Lavít y Alupak han logrado con éxito llevar la tecnología de la cápsula a un nuevo mercado para bebidas frías, usando un recipiente hecho completamente de papel de aluminio, gracias al desarrollo conjunto de la Cápsula Lavít. La cápsula de porción única para el sistema de bebidas frías Lavít se ajusta a las tendencias actuales de estilo de vida y aporta muchas ventajas. Lavít dice que quería crear un sistema que permitiera a los consumidores mezclar sus bebidas perfectamente cada vez. Aunque la mayoría de cápsulas individuales se perforan para mezclar la bebida, estas cápsulas se rompen, se abren y el líquido se mezcla adentro, sin dejar residuos. Y, por supuesto, después de usar pueden ser enteramente recicladas.

### *Aprovechar al máximo los blíster*

Constantia Flexibles ha ideado una tapa de aluminio para los productos farmacéuticos que requieren un aislamiento menor. CONSTANTIA Blister Eco está hecha de papel de seda laminado con una fina capa de aluminio, lo que logra un material un 23% más ligero que una lámina de tapa estándar. La proporción de aluminio en el producto es de 40%, en comparación con el 90%, aproximadamente del papel aluminio estándar. La materia prima es papel renovable con menos recubrimiento de laca, por lo que es altamente sostenible, dice Constantia. Además, tiene excelentes propiedades de aislamiento frente a la lámina blíster de fondo termoformado. Las propiedades aislantes del vapor de agua aumentan así en comparación con las tapas con o sin termoformado hechas tradicionalmente a base de PVC. Amcor Flexibles ha presentado un nuevo producto blíster de forma fría, Formpack® Ultra, que se puede alargar más que las soluciones de forma fría estándar. El resultado son cavidades más profundas con ángulos más afilados que antes, lo que permite diseñar tarjetas de blíster hasta un 50% más pequeñas, o añadir más cavidades en la misma área de tarjeta de blíster. Dependiendo de las dimensiones exactas de la ampolla y el tamaño de la estación de formación en la línea de envasado, el fabricante puede aumentar el número de ampollas en cada ciclo de formación. Si la ampolla es menor, el número de ampollas en cada carrete de envasado aumentará, ayudando a reducir los cambios de carrete, residuos asociados con la configuración y los cambios.

### *Un nuevo tapón para latas de licores*

LuxPrem+ es un nuevo tapón de papel aluminio creado por Amcor Flexibles dirigido al mercado de bebidas espirituosas de calidad. Hecho de un material especial desarrollado por Amcor, sus características de diseño harán a LuxPrem+ rivalizar con los tapones de estaño tradicionales que usan la mayoría de marcas de bebidas alcohólicas europeas, según sostiene la compañía. El nuevo tapón contiene dos capas de aluminio e incorpora una banda desplegable optimizada para facilitar la apertura. El material puede acabarse de varias maneras para crear una fuerte identidad de marca. También ofrece un excelente rendimiento para el engastado en línea.





## Recarga de café totalmente refrescante

Refilly, una bolsa redonda de tres dimensiones que consta de cuatro elementos, todos ellos producidos de laminados a base de aluminio, y creada para los especialistas de café italiano Illycafé por Huhtamaki Flexible Packaging, resultó ser el punto culminante del concurso Alufoil Trophy de este año. Anotando puntos en todas las categorías en que participó, fue el ganador más enérgico del premio Excelencia General.

El paquete de relleno flexible, hecho a medida y creado en estrecha colaboración con Optima, cabe fácilmente en una clásica lata de Illy de 250g. Es fácil de abrir, mantiene intacto el aroma y reduce el peso de residuos de envases vacíos en un 80%, dice Huhtamaki.

Pesa menos de 20 g y puede estrujarse después de usar, lo que significa un volumen de residuos mínimo. Sin embargo, el premio no solo reconoce su indudable rendimiento, sino también el aspecto, la sensación e incluso el nombre, Refilly, que, según acordaron los jueces por unanimidad, es altamente comercializable y muy apropiado para un paquete tan atractivo y eficaz.

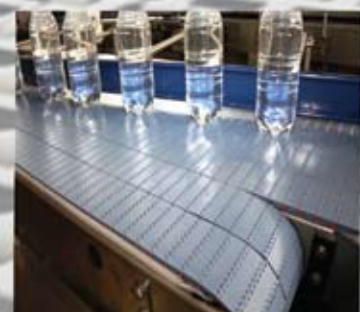
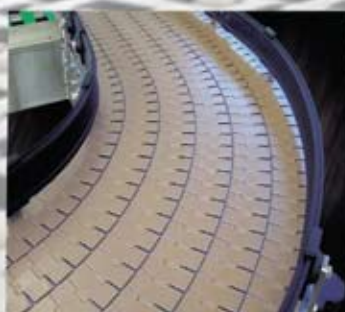
Fuente: Alufoil



**SYSTEM  
PLAST**

**Movex**  
Industrial Innovations

**GRANDES MARCAS MUEVEN SU INDUSTRIA**



**ELITE**

**SIMONA**

**RENOLD**

**RENOLD SD**

**clover**  
E.I.



**LOS ASES KETTEN S.A.**

Tel. (011) 4671-0885/0595 Fax (011) 4671-3141  
Av. Gaona 4046 - (C1407FIO) C.A.B.A.  
E-mail: losasesketten@fibertel.com.ar  
Web site: www.losasesketten.com.ar

# El factor de los millennials:

*¿Cómo una generación de consumidores transforma el panorama actual de los empaques?*

► *La generación más grande y más influyente en la historia exige innovación, lo cual está cambiando la manera en que las marcas consideran sus empaques.*

Los millennials han sobrepasado a la Generación X para convertirse en la generación más grande en América Latina. De acuerdo con LatinLink, un grupo de consultoría de medios, el 30 por ciento de la población en América Latina está formada por personas de 13 a 28 años. A esto se debe que la generación de los millennials tenga una gran influencia en las decisiones que toman los fabricantes de bienes de consumo. No solo son una fuerza de impulso detrás de una mezcla de productos cambiante, sus decisiones de compra también inducen a los fabricantes a diferenciar sus marcas con empaques creativos y singulares. Por supuesto que esto plantea grandes retos a los propietarios de las marcas en sus esfuerzos por mantenerse a lo alto de una curva determinada por una generación en sintonía con la gratificación instantánea.

Los millennials sienten una conexión personal con sus marcas preferidas. De acuerdo con una investigación global de MSL Group, el 68 por ciento de los millennials desean que las marcas sean más activas con respecto a los problemas mundiales, y el 74 por ciento se sentirían orgullosos de estar relacionados con una marca que perciben que hace lo correcto.

Los millennials buscan continuamente los mejores y más novedosos productos que toquen sus fibras sensibles, ya sea la pasión por un pasatiempo, un compromiso hacia el bienestar o una promesa de sostenibilidad. En resumen, los millennials tienen más posibilidades de comprar un producto si los hace sentir especiales, ya sea mediante esta conexión personal o por la idea de la exclusividad.

De acuerdo con el informe de Mintel: "El lanzamiento por tiempo limitado de empaques personalizados tiene la capacidad de crear conexiones particulares con los consumidores que podrían estar contemplando hacer una compra". Al limitar la disponibilidad de un producto se crea una experiencia de compra especial, con la que las marcas satisfacen



con eficacia el deseo pronunciado de los millennials de tener los mejores productos, los más novedosos y exclusivos. Como se señala en el informe Mintel: "A casi una cuarta parte (24 por ciento) de los consumidores les gusta un empaque que tenga un diseño atractivo [dedicado a una] edición limitada, de temporada o de emisión especial".

Estos ideales moldean las maneras en que los fabricantes determinan qué productos irán al mercado y de qué manera, como se demuestra en "La mezcla de los millennials: Marcas de tiendas de primer nivel para los consumidores de hoy", del informe de Supermarket News de octubre de 2015. "Los millennials, con su combinación de hábitos de compra sin precedentes, han causado que ciertos supermercados amplíen sus líneas de marca propia para incluir productos más exclusivos, únicos en su género, dirigidos a los consumidores veinteañeros y treintaeros", señala el informe.

### No se quede en lo básico: Personalice

De acuerdo con Supermarket News: "Los productos especializados, como los que afirman que no tienen modificaciones genéticas, que son totalmente naturales, orgánicos o sin gluten, son particularmente populares entre los millennials. Pero no siempre son suficientes los ingredientes de calidad para atraer a estos compradores. En lo que respecta a esta generación, lo que está por fuera también cuenta".

Aunque las demandas de los consumidores evolucionan continuamente, los millennials gravitan hacia el envase personalizado. La idea del empaque personalizado incluye características que amplían el compromiso del consumidor con el producto y la marca. Mintel señala que la personalización se está convirtiendo en una expectativa en el empaque, y no en una extravagancia, declarando que la tendencia "ha surgido porque los consumidores desean tener algún tipo de opinión en lo que compran prácticamente en todas las industrias y en todas partes del mundo".

Por ejemplo, cuando Brasil fue anfitrión de la Copa Mundial de la FIFA en 2014, la pasión por el fútbol incitó la innovación en los alimentos empacados. La marca brasileña de chocolate Garoto, de Nestlé, uno de los patrocinadores oficiales del evento, sacó al mercado un chocolate especial con la forma de la copa del mundo. La marca creó un nuevo empaque dorado que mostraba a la mascota oficial de la

Copa Mundial. El producto solo estuvo a la venta en Brasil de marzo a julio de 2014.

El informe señala también que "el empaque personalizable ha sido una herramienta especial para ayudar a que las marcas destaquen en el mercado creciente de las bebidas alcohólicas".

### Costo accesible para todo el equipo

Se espera que el gasto en alimentos empacados aumente un 13 por ciento a nivel mundial hasta el año 2019, de acuerdo con el informe de Euromonitor "Los millennials: El impacto de su comportamiento en los mercados de consumo mundiales". Esta tendencia la encabezan los millennials al cambiar hacia alimentos con más valor agregado y posicionamiento de marca. Aunque la conciencia del precio es una parte integral del proceso de toma de decisiones, los millennials están dispuestos a pagar más por alimentos empacados cuando ofrecen beneficios tanto de salud como de nutrición, lo cual es un cambio con respecto a los hábitos de compra de los baby boomers.

Aunque de manera colectiva los millennials gastan unos \$600 mil millones al año, según Oliver Russell Marketing, los factores económicos tienen una función importante en la determinación de los productos que están dispuestos a comprar. El aumento en la demanda entre los millennials por productos orgánicos, sin gluten y sin organismos genéticamente modificados también dirige a estos compradores hacia marcas de mayor nivel. Mintel informa que muchos millennials siguen viviendo con sus padres, pero buscan productos confiables de alta calidad dirigidos a sus metas de nivel socioeconómico.

### El posicionamiento de la marca se valora antes que nada

Para los productos empacados para el consumo, el simple hecho de tener una marca líder no parece ser suficiente para captar el interés y la lealtad de los millennials. De hecho, han demostrado ser muy receptivos al posicionamiento de marcas privadas de alto nivel, al experimentar los minoristas con nuevas líneas de productos de precios accesibles pero de alta calidad, que se empacan como marcas propias o exclusivas.

## El factor de los millennials:

*¿Cómo una generación de consumidores transforma el panorama actual de los empaques?*

La diversificación de las líneas de productos genera oportunidades para los comercios con marcas propias en América Latina. En un estudio de Nielsen, al 78 por ciento de los entrevistados de América Latina les gusta cuando los productos de marca propia del comercio incluyen artículos valiosos a menor precio, equivalentes de marcas reconocidas y productos de primera calidad.

### Posicionamiento de la marca en la #EraDigital

En el informe de Euromonitor sobre el comportamiento del consumidor, al 62 por ciento de los millennials dijeron que tienen más posibilidades de convertirse en clientes leales si la marca despierta su interés a través de las redes sociales. El dominio de los medios sociales es esencial al tratar de captar a un público millennial. Para los propietarios de las marcas, las herramientas de los medios sociales generan vías para conectarse con los consumidores y despertar su

interés, aunque el interés sea como respuesta a una retroalimentación negativa sobre los productos y los servicios. Mientras tanto, los consumidores pueden descubrir canales de medios sociales como vías prácticas para comunicarse con las marcas y acerca de ellas.

El empaque que incluye códigos de respuesta rápida (QR) justo en la etiqueta brinda a los consumidores un acceso inmediato a una comunidad que también participa y compra los mismos productos que ellos. La era digital también ha permitido que las marcas se conecten directamente con los consumidores que participan en campañas de medios sociales por medio de hashtags y códigos QR. Estas características se colocan directamente en los empaques, con el fin de despertar el interés del consumidor y ofrecer también una vía para que los consumidores den su opinión directamente a las marcas. De acuerdo con Mintel, los millennials han tomado los medios sociales y los han convertido en un ámbito en el que las empresas pueden interactuar directamente con sus consumidores. Las empresas que participan en estos tipos de actividades de medios sociales tienen más posibilidad de atraer al consumidor millennial.

### Cómo mantenerse un paso adelante en las preferencias de los millennials

Las demandas del consumidor, siempre en evolución, hacen cada vez más difícil que las marcas avancen al ritmo de las últimas tendencias en los empaques. Los millennials, una generación que exige más de las marcas que compra, están estableciendo un precedente cuando se trata de los productos y los empaques más innovadores. Al entender su influencia, y aplicar las soluciones de empaque correctas, las empresas pueden seguir mejor el ritmo del cambio.

*Fuente: envapack*

**Deje una marca permanente con una impresión láser de calidad**

Iriotec® los aditivos perfectos para marcación láser en plásticos.

- Compatibilidad con cualquier tipo de resina
- Aprobación para uso en empaques de alimentos y bebidas
- Alto contraste y velocidad de marcación

gabriel.escalante@merckgroup.com  
Tel.: 011-155260-5745

Merck SA  
Performance Materials  
Pigments & Functional Materials  
www.merck-performance-materials.com

**MERCK**

# Relájese



## Y DEJE QUE NOSOTROS TRABAJEMOS POR USTED



info@3pl.com.ar • Teléfono: (011)4301-6993 / 1685 • www.3pl.com.ar

Av. Don Pedro de Mendoza 2163 [C1169AAF] CABA

# Innovación en Packaging: Cambia el mercado, cambia el envase

*Ante la revolución tecnológica y social que se está desarrollando a escala global, el mundo del packaging, habitualmente conservador a la hora de adoptar cambios, ha decidido acelerar el paso. El momento actual puede compararse con lo que significó para la industria del envase la primera mitad del siglo XX, un periodo, al igual que ahora, revolucionario en ideas y materiales sin el cual no se podría entender la sociedad de consumo actual. La próxima década resultará clave para sentar las bases del packaging del futuro.*



Las necesidades medioambientales, desarrolladas por los nuevos modelos económicos propiciados por los gobiernos de todo el mundo, se configuran como el primer factor capaz de transformar tanto los materiales empleados hasta ahora como sus características técnicas (incluyendo aquí cuestiones como los periodos de descomposición o los gramajes del envase). Asimismo, surge un nuevo modelo de consumidor en el que, además de la preocupación por la ecología, incorpora otras inquietudes como la comodidad, la presentación del producto, la seguridad alimentaria, la demanda de información o la mejora de la experiencia de compra.

A todas estas cuestiones responde la industria con pequeños pasos. La dictadura de la imagen parece

haber llegado también a esta industria, de forma que las mejoras en la impresión, buscando una estética cada vez más fotográfica, se ha convertido en el objetivo más inmediato de la mayoría de las compañías. Asimismo, los envases se estilizan, se prescinde de elementos superfluos y hasta se le añaden olores capaces de evocar sensaciones de todo tipo

Por primera vez, la industria del envase no se sitúa ante estos cambios como un mero observador sino que adopta un papel protagonista, siendo la primera en invertir en I+D y diseño para mantenerse al día. En cuestiones como los cambios en los materiales, una de las grandes revoluciones prometidas, que afectará especialmente a la industria del plástico, los transformadores, han dado un paso al frente buscando su hueco junto con las empresas químicas para que los desarrollos se adopten perfectamente a sus necesidades. A medio plazo se aventura otro cambio de calado a través de los envases activos e inteligentes, soluciones que todavía son complicadas de ver en los lineales, pero que con el impulso necesario podrían traer consigo un cambio aún más sustancial en los hábitos de consumo de todo el mundo.

*Fuente: alimarket*



IMPRESION FLEXOGRAFICA

## La tranquilidad de una elección.

Realizar una inversión en Impresoras Flexograficas Uteco significa elegir confiabilidad, tecnología, calidad e innovación y una visión hacia el futuro.

La amplia gama de Impresoras Flexograficas Uteco dan al impresor una excelente opción entre los diferentes modelos: Topaz, Onyx, Crystal, Diamond HP y la **nueva impresora flexografica compacta ONYX XS** con las mismas características de fabricación y niveles de calidad, pero con diversas performance y configuraciones de acuerdo a las necesidades del cliente.



### ONYX XS



Y la innovación continua...



UTECO CONVERTING SPA • 1 37030 COLOGNOLA AI COLLI (VR) • TEL.: +39 045 6150855 • UTECOVR@UTECO.COM • WWW.UTECO.COM

Representaciones en Argentina por DUCANPACK SRL • Salta 593 Lanús Este • Buenos Aires • Argentina  
Tel: +5411-4225-5172 • cel: +54911- 4416-4966 • www.ducanpack.com • email: ducanpack@ducanpack.com



# La impresión digital de empaques frente a los métodos tradicionales

*Para los convertidores de empaques, la impresión digital es un complemento lógico a la impresión análoga, que puede permitirles desarrollar nuevas aplicaciones.*

Aunque la impresión digital ha logrado establecer su valor en áreas tradicionales de la industria gráfica, la adopción ha sido un poco más lenta en el sector de empaques, con excepción del mercado de impresión de etiquetas que comenzó a adoptar tecnologías de impresión digital en una etapa relativamente temprana.

Esto se debe a varios factores: no existía disponibilidad de sistemas digitales importantes; los requerimientos de la industria de empaques son completamente distintos de los de la industria de impresión tradicional; y los actores de la industria ligeramente conservadora de empaques se han tomado un poco más de tiempo para adoptar un futuro digital que sus contrapartes de la impresión comercial. Pero la marea empieza a cambiar.

Un creciente número de productores y clientes están reconociendo las ventajas de la impresión digital de empaques e implementando la tecnología. Sin lugar a dudas, uno de los "momentos de ruptura" fue el de la ya legendaria campaña de Coca-Cola Share-a-Coke. A los pocos meses de este enfoque innovador de Coca-Cola de ponerle nombres de los consumidores en las latas de la bebida, Ferrero siguió el ejemplo con etiquetas variables de su producto Nutella.

## El mercado está creciendo

Según las últimas previsiones, se espera que el volumen del mercado mundial de impresión ascienda en 2020 a 420 mil millones de euros frente a un nivel actual de alrededor de 407 mil millones, luego de un significativo descenso en los años comprendidos entre 2008 y 2010 cuando pasó de 438 mil millones a 407 mil millones de euros. En el mercado global, la impresión de empaques es la única área que crecerá de manera significativa, con un aumento del 3,3% anual, para alcanzar una participación en el mercado global de 141 mil millones de euros en el año 2020. Esto incluye cajas plegadizas, etiquetas y empaques flexibles. En cuanto a los procesos de impresión específicos, se prevé que la impresión flexográfica tenga un crecimiento de 2,6%, y la impresión digital del 8%. Hoy en día, solo el 7% de los empaques se imprime digitalmente, pero se prevé que la cuota aumente significativamente. Para los convertidores de empaques, la impresión digital puede ser un complemento lógico a la impresión análoga y que les permite al mismo tiempo desarrollar nuevas aplicaciones.

"La dimensión del impacto que tendrán las tecnologías de impresión digital en la producción depende de la rapidez con la que se desarrollen las prensas digitales para la pro-



ducción industrial de empaques. Un factor adicional y de gran peso es el costo de adquisición, mantenimiento y reparación, así como el costo de las tintas de impresión. Además, hasta ahora no ha sido posible conseguir todos los colores Pantone con la impresión digital. La impresión sobre papeles recubiertos y el secado que requiere también siguen siendo grandes retos. Una vez que se superen estos desafíos, la impresión digital de empaques tendrá un impacto importante en la producción, que podría incluso revolucionarla", señala Hubert Marte, del Foro Austríaco sobre Cartones Corrugados (Forum Wellpappe Österreich, en alemán).

También vale la pena mencionar que el informe 'El futuro de la impresión de empaques a 2019', realizado en 2014 por Vlad Savinov, de Smithers Pira, anticipa un crecimiento anual de 17% para la impresión digital. Esto la convierte en la tecnología de más rápido crecimiento dentro de la impresión de empaques, con pronósticos de que alcanzará un volumen de 19 mil millones de dólares en 2019.

### Tendencias en empaques

La capacidad de elegir ha aumentado considerablemente para los consumidores, y las marcas están ansiosas por diferenciarse de sus competidores para adquirir una mejor participación en los mercados. Los empaques están jugando un papel cada vez más importante en la captación de consumidores "en el estante", que es donde se toma la decisión final de compra. Los empaques deben influir cada vez más en los consumidores y comprometer todos sus sentidos. Hubert Marte comenta: "La creciente

tendencia hacia unidades de empaques más pequeñas, las normas de seguridad cada vez más estrictas y el auge de las ventas en línea seguirán impulsando el crecimiento del mercado de empaques en los próximos años. Por esta razón, cada vez será más importante que los empaques sean más ecológicos, reciclables, impresos en alta calidad e inteligentes y con características como códigos de respuesta rápida (QR, en inglés) y más personalización, entre otras muchas propiedades".

"El mercado de empaques sigue estando marcado por la integración y la consolidación. El exceso de capacidad y la consiguiente guerra de precios están a la orden del día. El crecimiento en todo el sector depende realmente de la conducta de los consumidores. Sus decisiones de compra a menudo se ven impulsadas por complejas representaciones gráficas y de color en el punto de venta. Esto requiere de un alto nivel de inversión en los procesos de valor añadido por parte de los convertidores, con el fin de crear empaques que se destaquen", asegura Eduard Fischer, director General de Schwarzach.

### La visión europea

El mercado europeo de empaques continúa expandiéndose debido al crecimiento de la población, y los convertidores están utilizando todas las tecnologías de impresión disponibles. "Las tendencias clave del mercado que identificamos son cada vez más productos en los estantes y la micro-segmentación para hacer frente a una variedad de factores demográficos de los consumidores", afirma Francois Martin, responsable del mercadeo mundial de la divi-

**web  
picking**

Logística en Internet  
[www.webpicking.com](http://www.webpicking.com)

Tel: +54-11-4702-2800 / E-mail: [info@webpicking.com](mailto:info@webpicking.com)

La publicación en Internet  
que le permite vincularse  
con la base de datos más  
extensa de usuarios de  
logística, transporte y  
comercio exterior de  
Latinoamérica.



Búsquedas / Reportajes / Artículos Firmados / Hojas Técnicas / Casos de Estudio / Asesoramientos / Zona de Descarga  
Noticias / Comercio Exterior / Libros / Diccionario / Newsgroups / Foros / Postales / Desarrollo de sitios y newsletters.

sión de Soluciones para Empresas Gráficas de HP. "Como consecuencia, durante muchos años HP ha disfrutado de un crecimiento de dos dígitos en el número de páginas impresas digitalmente."

El mercado de empaques -incluyendo las soluciones de impresión digital conexas- se puede dividir esencialmente en cuatro sectores: etiquetas, empaques flexibles, cajas plegadizas y cartones corrugados. Cada una de estas áreas tiene dinámicas y características propias. El mercado de etiquetas fue el primero en reconocer los beneficios de la impresión digital. Los otros mercados ahora están haciendo lo mismo, pero no a la misma velocidad o por la misma ruta. El mercado de las etiquetas tiene una ventaja de 10 a 12 años frente al de corrugados en términos de aplicación de la impresión digital.

### Ventajas de la impresión digital para los empaques

La fragmentación actual de los medios significa que los consumidores se ven bombardeados continuamente con información y mensajes que virtualmente se ignoran rutinariamente. El empaque es sin duda uno de los últimos canales de comunicación que sigue atrayendo la atención de los consumidores. Pero para lograr esto, los productos deben sobresalir en los estantes de las tiendas; y los propietarios

de marcas están respondiendo con ciclos de productos cada vez más rápidos y empaques más relevantes, lo que también contribuye a crear tamaños de lotes más pequeños, tiempos de ciclos de producción más cortos y una mayor demanda de tecnologías de impresión digital.

Algo que también impulsa un mayor interés por la impresión digital son los desarrollos demográficos, incluyendo un número creciente de hogares unipersonales que muestran comportamientos de compra distintos de los de las familias más grandes, tanto en cantidades compradas como en el presupuesto de compras. Además, los hogares de la generación de más de 50 años tienen requisitos únicos para los empaques. Asimismo, los consumidores son más sensibles a aspectos de costos y ambientales, así como de comodidad. Para los productores de empaques, esto significa el manejo de un número creciente de pedidos más pequeños. Los tiempos de respuesta son cada vez más cortos y, como resultado, la planificación de la producción es un factor cada vez más complejo. "En comparación con los métodos análogos, la impresión digital ayuda a las empresas a cumplir estos nuevos retos y a optimizar su producción", dice Francois Martin, representante de Soluciones para Empresas Gráficas de HP.

*Fuente: el empaque  
Autor: Michael Seidl*



# ALTA RESOLUCIÓN GRÁFICA, VENTAJA COMPETITIVA

El proceso de etiquetado In Mould Labelling (IML) le brinda la mejor calidad de imagen para su Packaging simplificando y mejorando sus procesos productivos.



  
**FLEXIMPRESS**  
GRUPO IMPRESOR

EXCELENCIA EN PACKAGING

Mansilla 1265 - C.P. (B1625HOC)  
Belén de Escobar - Bs. As. - Argentina  
Tel./ Fax: (0348) 442-8200 / 8111/ 8222  
[www.fleximpress.com.ar](http://www.fleximpress.com.ar)



# LA MICROENCAPSULACIÓN

## Tecnología con gran potencial para la industria

*Las aplicaciones de la microencapsulación se han dado a conocer en la jornada de innovación. Productos innovadores con propiedades avanzadas: Microencapsulación organizada por AINIA en Barcelona.*

*Con la aplicación de esta tecnología se consigue, por ejemplo, enmascarar o alargar la duración de aromas y fragancias en alimentos, fármacos, productos cosméticos o de limpieza, materiales de construcción que regulan la temperatura y pinturas con aditivos antihumedad o repelentes de insectos.*

Esta innovadora técnica permite aislar un principio activo, vitamina, mineral, enzima o aceite esencial del medio que lo rodea, evitando su degradación o reacción con otras sustancias, controlando su velocidad de liberación o modificando sus propiedades.

Así, es posible incorporarlo al producto final mediante un proceso de recubrimiento de sustancias activas del que se obtienen microcápsulas, que permiten proteger dichas sustancias de factores ambientales externos, como temperaturas extremas o la luz, impidiendo su deterioro y permitiendo la liberación prolongada en el tiempo de nutrientes, aromas, principios activos, saborizantes, antimicrobianos, etc.

Este proceso, que ofrece multitud de oportunidades a sectores industriales tan diversos como el farmacéutico, la

alimentación, la biotecnología, el envase, la agricultura o el sector de aditivos, ingredientes y complementos alimenticios, resulta decisivo cuando se trabaja con sustancias de alto valor o cuando es necesario introducir dosis exactas de un ingrediente, aditivo o principio activo.

Entre las posibilidades más utilizadas que brinda este procedimiento tecnológico, se destaca: la obtención de nuevos alimentos enriquecidos o funcionales como vitaminas o antioxidantes, o una nueva generación de aditivos naturales a partir del aprovechamiento de subproductos agroalimentarios. Además, hace viable conseguir nuevos biofertilizantes, pesticidas naturales, elicitadores y agentes de biocontrol agrícola. También ayuda a mejorar las propiedades de materiales y envases y a diseñar nuevos productos cosméticos y fármacos más naturales.

Con la aplicación de esta tecnología se consigue, por ejemplo, enmascarar o alargar la duración de aromas y fragancias en alimentos, fármacos, productos cosméticos o de limpieza, materiales de construcción que regulan la temperatura y pinturas con aditivos antihumedad o repelentes de insectos.

## La nanotecnología

La eficacia de la nanotecnología ha sido ampliamente reconocida en diferentes sectores. Entre las aplicaciones aún incipientes se encuentra la obtención de nanocéuticos encapsulados, para mejorar la efectividad y la eficacia en la dosificación y/o administración de nutracéuticos y compuestos bioactivos en alimentos funcionales, potenciar la salud o favorecer la generación de nuevos productos.

En cuanto a aplicaciones alimentarias, las más prometedoras se dirigen al desarrollo de nuevos ingredientes funcionales buscando aumentar la absorción y biodisponibilidad de nutrientes y suplementos saludables, mejorar el gusto, color, sabor, estabilidad y/o la consistencia de alimentos e incluso desarrollar nuevos envases activos, inteligentes y funcionales con propiedades mecánicas y antimicrobianas mejoradas.

AINIA lleva más de diez años trabajando con tecnologías de microencapsulación y sus aplicaciones, desde nivel de prototipo piloto hasta escalado industrial. Además, AINIA cuenta con la experiencia para la generación de nanoencapsulados a partir de diferentes tecnologías.

*Fuente: newspackaging*





# Un nuevo escenario para las bolsas de papel

*En los últimos tiempos ha evolucionado la responsabilidad social de los grandes grupos de distribución y del comercio en general que junto a la nueva concienciación ambiental de los consumidores está propiciando el desarrollo de una economía y un consumo más sostenible.*

*En este nuevo escenario las bolsas de papel están ganando su lugar en el mercado.*

Su ámbito natural de implantación son los sectores comerciales de la moda, el calzado, el hogar, los complementos, la cosmética, las joyerías y relojerías, el regalo, los deportes, los juguetes, la electrónica, las confiterías y las panaderías.

En todos ellos se ha incrementado la participación y uso. Hay tres factores clave para haber llegado a la penetración actual de mercado. En primer lugar, la sostenibilidad global de las bolsas de papel. Son renovables al provenir de un medio natural de cultivo; son biodegradables, evitan los daños al medioambiente terrestre y marítimo; son reciclables, tienen hasta siete ciclos de vida y son reutilizables, como recientemente lo ha demostrado un estudio de ITENE.

En segundo lugar, la funcionalidad de las bolsas de papel. No hay una bolsa de papel tipo, hay una bolsa de papel para cada tipo de comercio, sección, producto o uso. Al fin y al cabo,

una bolsa de papel es un embalaje que tiene que soportar un volumen, un peso y un transporte determinados. Para lograr esta versatilidad y adaptabilidad a las amplias necesidades del comercio, ha sido fundamental el desarrollo de una nueva competitividad transversal y orientada a la innovación de la cadena de valor formada por los fabricantes de papel, de bolsas, de asas, de maquinaria, de tintas y de colas.

En tercer lugar, el aporte a la imagen de marca de las enseñas comerciales. Las bolsas de papel con sus diferentes formas, texturas, acabados y tipos de impresión, permiten reflejar fielmente la imagen de marca que un comercio pretende transmitir a sus clientes. Generalmente, el tipo de bolsa define al comercio que la usa, para bien y para mal.

Las bolsas de papel también van ganando cuotas en la gran distribución, si no en las cajas, como ya ocurre en otros países de nuestro entorno, sí dentro del mismo espacio comercial, en secciones como la panadería, la cosmética, el lujo, los espacios gourmet o el catering, etcétera. En la venta online, donde la entrega de los productos es un factor clave, las bolsas de papel están presentes desde el primer día.

Este nuevo sector de la economía que nace con ideas innovadoras y que crea nuevas normas de juego, ha valorado las funciones y la imagen de las bolsas de papel como un

# GUIA del envase 2017



[www.guiadelenvase.com.ar](http://www.guiadelenvase.com.ar)

**Publique en GUIA IMPRESA + GUÍA ONLINE 2017**



Distribución asegurada  
a los decisores de compras de las  
empresas productivas y de servicios

Información completa, clasificada por secciones  
y rubros, de todas las empresas del sector



**ENVASES Y EMBALAJES**



**MÁQUINAS, EQUIPOS Y ACCESORIOS**



**MATERIAS PRIMAS E INSUMOS**



**SERVICIOS**

**La Guía del envase on line renovó su imagen**

[www.guiadelenvase.com.ar](http://www.guiadelenvase.com.ar)  
17ª Guía del envase 2017

Una herramienta  
moderna y eficaz de  
contactar nuevos  
clientes



Promoción  
extendida

**25%**  
descuento

Para anunciar llámenos al 15-56385013  
o envíenos su consulta a [info@guiadelenvase.com.ar](mailto:info@guiadelenvase.com.ar)



INSTITUTO ARGENTINO DEL ENVASE



## Un nuevo escenario para las bolsas de papel

elemento fundamental en el momento de la entrega y satisfacción de sus clientes.

¿Hacia dónde vamos? El futuro es seguir aportando valor y adaptabilidad a los retos del comercio multicanal, con una moderna industria transformadora, generadora de empleo e impulsora de nuevas soluciones para satisfacer las múltiples necesidades de todos los sectores de la distribución y de los fabricantes de productos. Los fabricantes de bolsas de papel forman parte de la cadena de valor del macro sector papelerero, un sector clave de la nueva bioeconomía descarbonizada, basada en un uso eficiente de recursos renovables y reciclables, para la fabricación de productos

naturales de gran valor añadido. La industria de la fibra de madera constituye, junto con la agricultura, en términos de tonelaje y valor añadido, la mayor parte de la bioeconomía actual. En un futuro muy próximo todavía se prestará mayor atención a la sostenibilidad de las materias primas utilizadas en la fabricación, al consumo sostenible y al reciclaje para impulsar la eficiencia en el uso de los recursos y reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>. Los bioproductos como las bolsas de papel tendrán un reconocimiento mayoritario y cumplirán con las demandas y expectativas de los nuevos consumidores.

Fuente: infopack



### Nuevo y exclusivo Hotel TERMAL



Habitaciones muy amplias con Agua Termal exclusiva. Desayuno. Seguridad 24hs. Servicio de mucama diario. Equipamiento completo: Aire Acondicionado Frío/Calor. LCD 32" con video cable full, Teléfono, Wi-fi, Frigobar.

Av. Monseñor Rösch 4699 (y Vuelta del Obligado) Tel (0345) 425-6038  
**Villa Zorraquín - Concordia - Entre Ríos**



**Con AGUA TERMAL en piscinas y habitaciones**



Seguinos en:  
facebook [www.facebook.com/h2otermal](http://www.facebook.com/h2otermal)



[www.h2otermal.com.ar](http://www.h2otermal.com.ar)  
reservas@h2otermal.com.ar



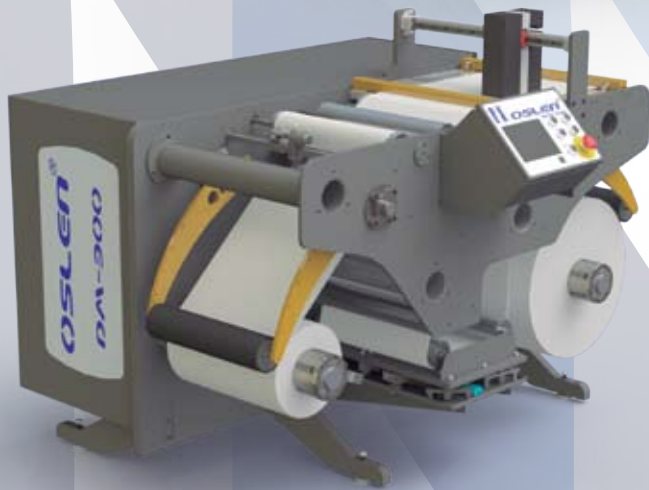
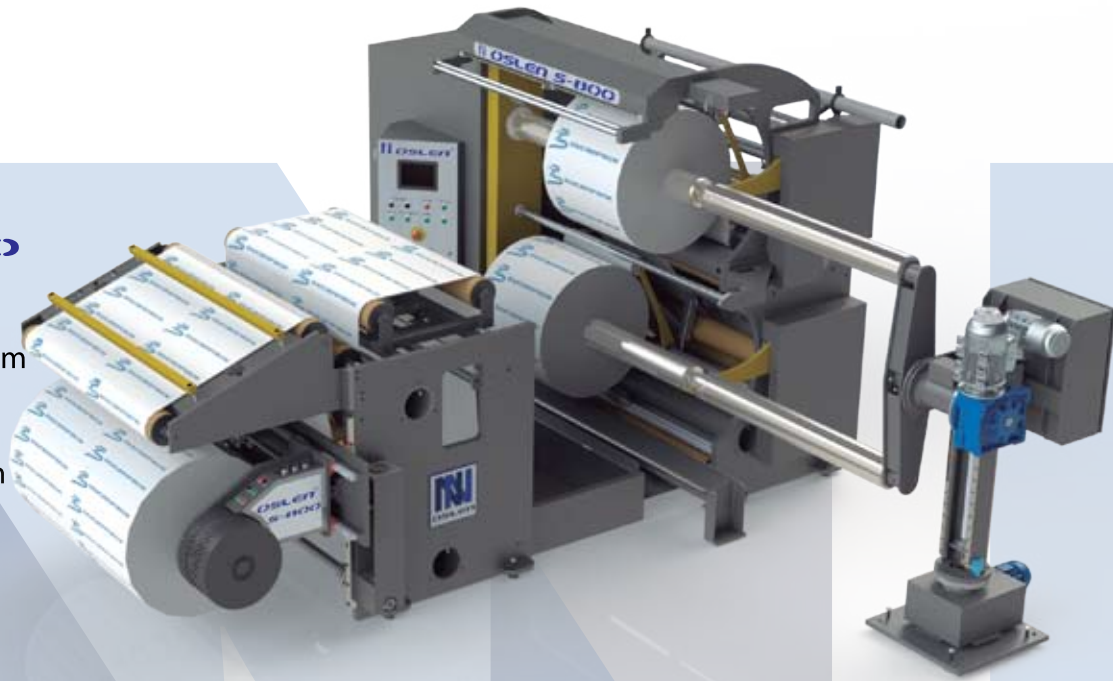


Fabricante de maquinas para la industria del packaging flexible, papel y cartón

### OSLEN S - 800

#### Cortadora Rebobinadora

Diámetro entrada: 1.200 mm  
Diámetro salida: 900 mm  
Ancho max.: 2.000 mm  
Velocidad max.: 600 m/min



### OSLEN DAM - 500

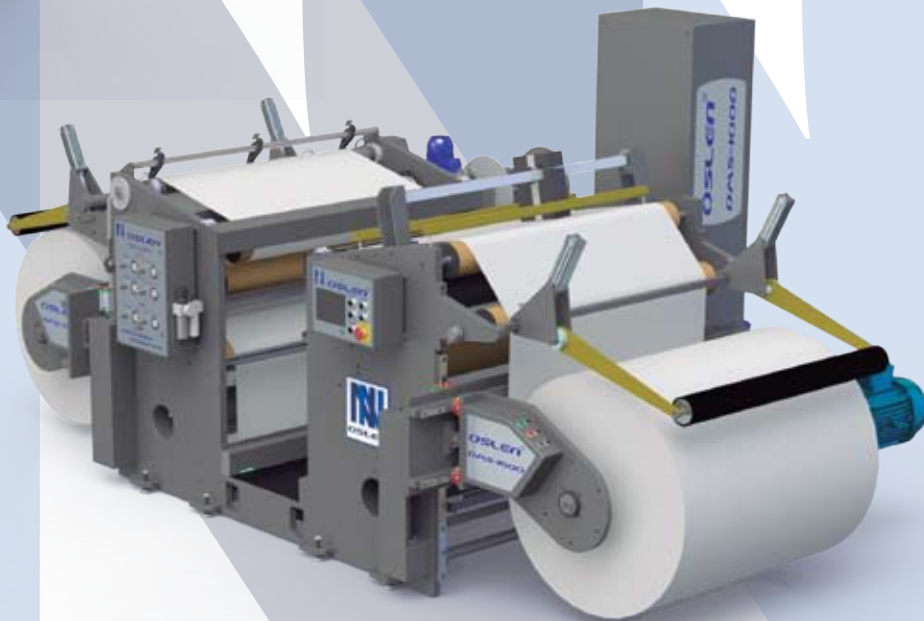
#### Inspeccionadora de bobinas

Diámetro entrada: 800 mm  
Diámetro salida: 800 mm  
Ancho max.: 600 mm  
Velocidad max.: 300 m/min

### OSLEN DAMS - 1000

#### Inspeccionadora de bobinas

Diámetro entrada: 1.000 mm  
Diámetro salida: 1.000 mm  
Ancho max.: 2.000 mm  
Velocidad max.: 500 m/min



El 13 de agosto  
Centro Costa Salguero  
www.enfase.org



2017



Representante en Argentina

Salta 593 (1824) Lanús Este, Buenos Aires, Argentina -  
Tel (+5411) 4225 - 5172 (Lineas rotativas) -  
email: ducanpack@ducانpack.com - Web: www.ducانpack.com

# BOLSAS Y BOTELLAS BIODEGRADABLES PARA LÁCTEOS

AIMPLAS ha completado las investigaciones que hicieron posible el desarrollo de nuevos biopolímeros a partir de los cuales se podrán fabricar nuevas botellas, bolsas y tapones biodegradables resistentes a la esterilización y la pasteurización, de forma que puedan contener productos lácteos como leche fresca, batidos y yogures con probióticos.

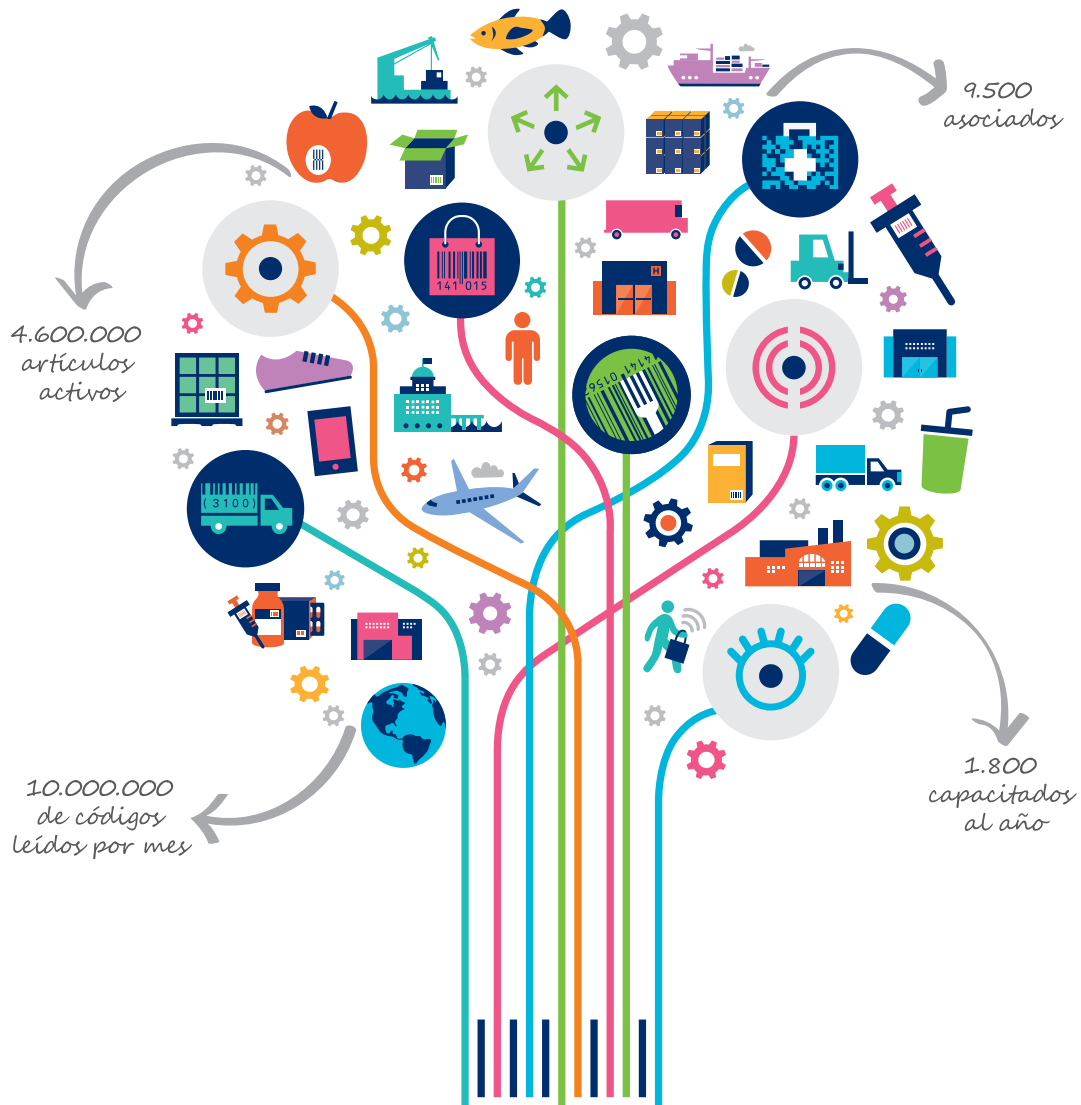


Se trata del proyecto BIOBOTTLE, desarrollado dentro del Séptimo Programa Marco de la Unión Europea y que ha sido coordinado por AIMPLAS. Con un presupuesto de un millón de euros, han participado en él siete empresas y centros tecnológicos de cinco países distintos: la alemana VLB, la belga OWS, la italiana CNR, las portuguesas VIZELPAS y ESPAÇOPLAS, y las españolas ALMUPLAS (Almussafes) y ALJUAN (Ibi).

El objetivo del proyecto era lograr que los nuevos envases biodegradables, fabricados con los biopolímeros desarrollados en el proyecto, cumplieran con los requerimientos mecánicos y térmicos requeridos para estas aplicaciones y que superaran los análisis microbiológicos sin afectar a las propiedades organolépticas del producto. El resultado ha sido botellas y tapones monocapa y bolsas multicapa capaces de resistir temperaturas de hasta 95 grados centígrados.

Mediante un proceso de extrusión reactiva, se ha logrado modificar los materiales comerciales existentes de forma que cumplan todas estas expectativas y sean procesables mediante los métodos convencionales para obtener los distintos formatos de envase.

A partir de los nuevos biopolímeros desarrollados, que también han superado las pruebas de compostaje realizadas, se obtendrán los envases para lácteos descritos anteriormente. Estos envases, aun con los precios actuales de los materiales biodegradables, incrementan en menos de un 10% el coste final del producto envasado y situado en el lineal.

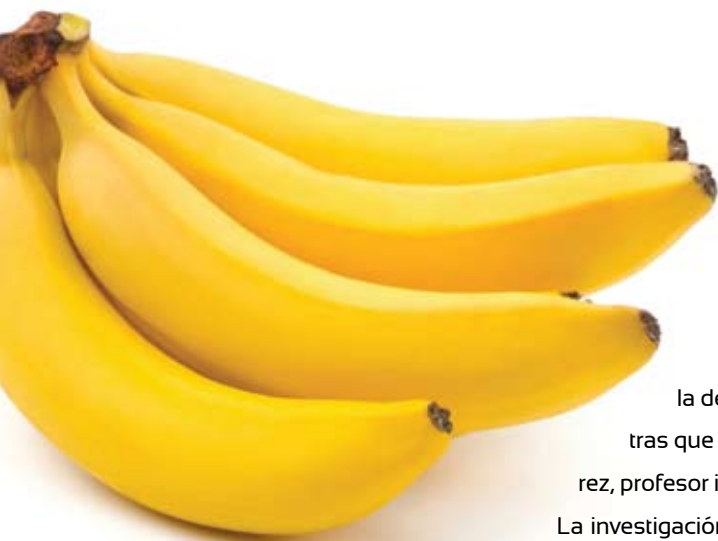


## Transformando la manera en que trabajamos y vivimos

Somos una Organización global, neutral y sin fines de lucro con sede en más de 110 países que provee un sistema de estándares para identificar productos y servicios, capturar datos de los movimientos en las cadenas de valor y compartir información con los socios comerciales. Potenciamos los negocios para lograr más eficiencia, seguridad y sustentabilidad, y para mejorar la calidad de vida del consumidor final.

# Proyecto busca elaborar películas plásticas a partir de residuos de plátano

► Para aprovechar los residuos del plátano de cosechas que no se consumen o no alcanzan la maduración, investigadores de la Universidad del Papaloapan (Unpa) en Oaxaca, elaborarán películas biodegradables con propiedades antimicrobianas y antioxidantes que servirán para empaque de alimentos.



En coordinación con la red académica Aprovechamiento Sostenible de Recursos Naturales y Generación de Productos de Alto Valor Agregado, el proyecto busca desarrollar polímeros a partir del almidón presente en el plátano macho para obtener un material biodegradable. "La idea con estas películas es que ciertos organismos las degraden y posteriormente sirvan como abono. En las pruebas que hemos realizado obtuvimos como resultado la degradación de la película de plátano macho en tres meses, mientras que un polímero sintético tarda de cien a mil años", explica Erick Juárez, profesor investigador de la Unpa.

La investigación, que actualmente sigue en curso, busca que las películas resultantes posean tres características principales: resistencia mecánica adecuada para ajustarse al peso y elasticidad, biodegradabilidad y cualidades antioxidantes que le permitan conservar las propiedades nutrimentales del producto empaquetado.

De acuerdo con el investigador, el procedimiento para la obtención de estas películas es un proceso químico en donde el almidón se rompe o libera las cadenas generando dispersión, luego se controla la restructuración y así se obtiene el polímero. Se puede utilizar un método semi-industrial para construir las películas para luego proseguir con la caracterización de la actividad biológica. Erick Juárez detalló que se continuarán explorando las propiedades en las distintas variedades de plátano, pues cada una de ellas posee características diferentes en el almidón; así mismo se estudiarán otros tubérculos como la papa, malanga y yuca, con los cuales también es posible generar películas para conservar alimentos.

*Fuente: el empaque*

# WR

**Ricardo Wagner S.A.**

Creatividad en  
**Packaging**



- Envases Blister
- Estuches Exhibidores

- Acondicionamiento Secundario
- Servicio integral de Empaque



- Envases Termoformados
- Impresiones Offset sobre Plástico



# Agenda

## 2016

### SEPTIEMBRE SEPTIEMBRE



#### ■ LABELEXPO AMERICAS

13 al 15 de septiembre

Donald E. Stephens Convention Center

Rosemont, Estados Unidos

Labelexpo Americas

[www.labelexpo-americas.com](http://www.labelexpo-americas.com)



#### ■ UPAKOVKA KIEV

13 al 15 de septiembre

Kiev International Exhibition Center

Kiev, Ucrania

[www.Upakovka.ua](http://www.Upakovka.ua)



#### ■ GRAPH EXPO 2016

25 al 28 de septiembre

Centro de Convenciones

Orange County, Orlando

Estados Unidos

GASC

Graphic Arts Show Company, Inc



#### ■ FACHPACK 2016 NUREMBERG

27 al 29 de septiembre

Exhibition Centre

NurnbergMesse

Nuremberg, Alemania

[www.fachpack.de/de/](http://www.fachpack.de/de/)

### OCTUBRE OCTUBRE



#### ■ FOOD TECHNOLOGY SUMMIT 2016

19 de octubre

Palais Rouge

Buenos Aires, Argentina

<http://ftsummit.com.ar>



#### ■ TOKYO PACK

4 al 7 de octubre

Tokyo International Exhibition Center

(Tokio Big Sight)

Tokio, Japón

# 2016



#### ■ K 2016

19 al 26 de octubre  
Feria de Düsseldorf  
Düsseldorf, Alemania  
[www.k-online.com](http://www.k-online.com)



#### ■ PHARMA EXPO

6 al 9 de noviembre  
McCormick Place  
Chicago, Estados Unidos  
[www.packexpointernational.com](http://www.packexpointernational.com)



#### ■ EMPACK 2016

Salón del Envase, Embalaje,  
Packaging  
23 al 24 de noviembre  
IFEMA  
Madrid, España  
[www.easyfairs.com](http://www.easyfairs.com)

NOVIEMBRE  
NOVIEMBRE



#### ■ PACK EXPO CHICAGO

6 al 9 de noviembre  
McCormick Place  
Chicago, Estados Unidos  
[www.packexpointernational.com](http://www.packexpointernational.com)



#### ■ EMBALLAGE 2016 PARIS

Feria de embalaje  
14 al 17 de noviembre  
Paris Nord Villepinte  
París, Francia  
[www.emballageweb.com](http://www.emballageweb.com)



#### ■ PACKAGING INNOVATIONS

Salón del Envase, Embalaje,  
Packaging  
23 al 24 de noviembre  
IFEMA  
Madrid, España  
[www.easyfairs.com](http://www.easyfairs.com)

## Heineken introduce una nueva sidra llamada Apple Bandit Holanda



Heineken ha lanzado este mes una nueva sidra llamada Apple Bandit, cuyo mercado meta son hombres y mujeres. Recordemos que Heineken tiene una bebida de sidra llamada Jillz pero sólo se centra en el público femenino.

Como Heineken lo describe, Apple Bandit se trata de una sidra refrescante con un buen equilibrio entre lo dulce y lo amargo, además se bebe con mucho hielo. El producto esta disponible en dos variantes, crujiente de manzana y pera jugosa, en botellas de 30 cl. Además contiene el 4,5 de alcohol.

Apple Bandit se comercializará en Holanda y se podrá encontrar en los supermercados, a un precio de 4,99 euros, también piensan distribuirlo en hosteles en botellas de 30 cl. Las marcas de sidra de Heineken son muchas, entre ellas podemos mencionar Bulmers, Blind Pig, Old Malt y Stassen, que se venden en diferentes restaurantes.

Heineken tiene una gama de sidras para el consumidor holandés que no bebe cerveza. Como ellos mismos indican en el comunicado de prensa: "La sidra es una cate-

goría de rápido crecimiento en todo el mundo que ofrece a los consumidores variaciones interesantes entre el vino y la cerveza".

### Apple Bandit análisis del logo y empaque

La nueva identidad es muy artesanal, con: tipografía sans serif y con una textura dentro de ella, además para el isotipo agrega un pequeño zorro en la parte superior, en una posición de alerta.

Podemos ver, tanto en las etiquetas como en el empaque de seis botellas, que se ha utilizado el color blanco con algunos detalles en verde y rojo que coinciden con los dos sabores que presenta la sidra. Además de algunas ilustraciones en el fondo que representan árboles y naturaleza. En cuanto al empaque es muy limpio, se destaca el logo y algunas fotografías de manzanas y peras.



## Nuevo diseño lujoso del whisky Johnnie Walker Blue Label Edición limitada

Johnnie Walker sorprende a sus consumidores con un nuevo producto de edición limitada: el Johnnie Walker Blue Label. En una lujosa presentación, dentro de una caja de regalo se puede apreciar la hermosa botella azul.

Johnnie Walker Blue Label trabajó con MW Luxury Packaging, para crear este empaque premium de edición limitada de gama alta. Dentro de la caja no solo viene la botella característica con sus respectivos logos y emblemas, sino que hay espacios para colocar dos vasos.

"Diseñada mediante un tablero rígido de 5 mm, la caja se compone de dos secciones con bisagras; la izquierda sostiene los vasos, y la derecha la botella de whisky. Para garantizar la seguridad de los contenidos, se formaron los in-



teriores utilizando el material EVA y están envueltos en tela de raso acanalada. El recubrimiento exterior de la caja es de alto brillo, papel hecho a la medida con micro-troquelado, teñida para que coincida perfectamente que el azul clásico de JW."

### Detalles en el Johnnie Walker Blue Label

"Dentro de los detalles sutiles, se puede apreciar la forma de un gran monograma, impreso en barniz y un laminado en oro con los distintivos de la marca. Imanes potentes mantienen las dos secciones juntas, con los accesorios de la cinta para facilitar la apertura. Este impresionante empaque está encerrado en una caja de transporte estriado, laminado en papel de alta calidad y acabado con las manijas de la cinta del grosgrain."



## Starbucks Rediseño gama de cafés fríos



Starbucks estrena temporada con un nuevo rediseño de los envases de su gama de cafés fríos "listos para beber", de venta en tiendas y supermercados, utilizando nuevos diseños artísticos para atraer a los consumidores y para acercarse más al estilo de la marca.

Conocidos anteriormente como Starbucks Discoveries, la gama de cafés fríos se relanzará además bajo la marca Starbucks para promover el novedoso packaging. A lo largo de este año se renombrarán algunas de sus referencias para reflejar el espectro de sabores de la cadena de cafés, incluyendo la transición del Seattle Latte al Caffè Latte. Los diseños incorporan colores y texturas naturales, y atributos sensoriales vinculados con cada sabor, reflejando la experiencia y origen del café de Starbucks. Por ejemplo, el nuevo envase de Caramel Macchiato representa un patrón de rayas entrecruzadas de caramelo, que refleja cómo se incorpora el caramelo en este café de Starbucks.



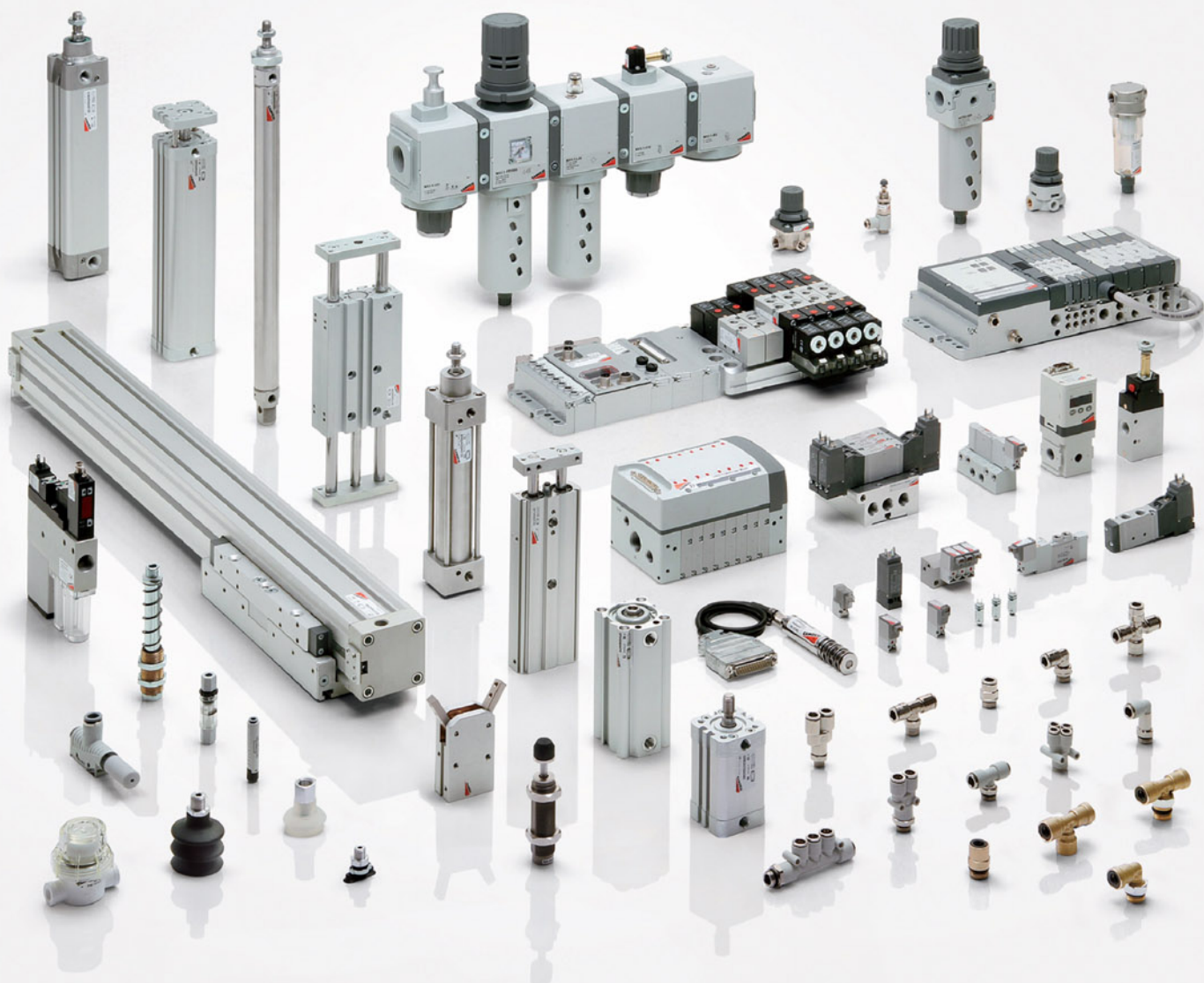
[www.packaging.com.ar/revistaiae](http://www.packaging.com.ar/revistaiae)

## Índice de Anunciantes

Amcor PET Packaging de Argentina SA.....R/T	Guía del Envase .....pág. 53
Bligraf.....pág. 31	Henkel SA .....pág. 5
Bolsapel SA .....pág. 35	H2O Termal .....pág. 54
Bonamico .....pág. 33	Interpack 2017 .....pág. 15
Camozzi Neumática SA .....RCT	Los Ases Ketten SA .....pág. 39
Cotnyl SA .....pág. 27	Merck .....pág. 42
De-Ra SA .....pág. 25	Pack Expo 2016 .....pág. 113
Ducanpack SRL.....pág.45/55	Ricardo Wagner SA .....pág. 59
Envase/Alimentek/Farmatek 2017.....pág. 9	Sampling Group SA.....pág. 29
E-magen SA.....CT	Smurfit Kappa de Argentina SA .....pág. 17
Fleximpress SRL.....pág. 49	3PL Soluciones Logísticas Integrales.....pág. 43
Fotograbados Longo SA .....pág. 23	Webpicking .....pág. 47
GSI .....pág. 57	

Revista IAE es propiedad del Instituto Argentino del Envase  
Av. Jujuy 425 (C1083AAE) Buenos Aires, Argentina.  
Tel.: (54-11) 4957-0350 y líneas rotativas. Fax: (54-11) 4956-1368.  
Registro de Propiedad Intelectual N° 5271400  
[www.packaging.com.ar](http://www.packaging.com.ar) e-mail: [instituto@envase.org](mailto:instituto@envase.org)  
Esta revista ha sido impresa en los talleres de Gráfica Latina  
Av. de los Constituyentes 3423 Buenos Aires, Argentina.  
Tel.: (54-11) 4522-7888 e-mail: [info@graficalatina.com.ar](mailto:info@graficalatina.com.ar)  
Arte y diagramación: Gabriela Espector/Veintiuno Ce Creativos  
Tel.: (54-11) 4783-6056 e-mail: [gabiespector@yahoo.com.ar](mailto:gabiespector@yahoo.com.ar)

... el aire que evoluciona al mundo



NUESTROS PRODUCTOS

[www.camozzi.com](http://www.camozzi.com)

Movimiento

- Actuadores.

Control

- Electroválvulas y Válvulas.
- Válvulas Mecánicas.
- Válvulas Manuales.
- Válvulas Automáticas.

Tratamiento

- F.R.L.

Conexiones

- Raccorderia + Tuberia.

Automatización

- Manipulación con vacío.
- Electrónica.
- Soluciones específicas.



**Camozzi Neumática S.A. - CASA CENTRAL**

Pedro Chutro 3048 (C1437IYJ) Ciudad de Bs. As. - Arg.

Tel.: (54 11) 4911 • 0816 / Fax: (54 11) 4912 • 4191

[info@camozzi.com.ar](mailto:info@camozzi.com.ar)





**Fotopolímeros Digitales Kodak Flexcel NX / Pre-Prensa**  
**INNOVACION Y CALIDAD SUPERIOR EN SU PACKAGING**

  
**e-magen**



**ENVASE**



**alimentek**

**2017**

8 al 11 de agosto  
Centro Costa Salguero  
Buenos Aires | Argentina

Te esperamos en el **STAND N° 321**  
[www.flexoemagen.com.ar](http://www.flexoemagen.com.ar)  
[desarrollo@flexoemagen.com.ar](mailto:desarrollo@flexoemagen.com.ar)  
Terrero 2102 (C1416BMV) CABA (Argentina)  
Tel.: (54 11) 4588-3740 (Líneas Rotativas)