

R e v i s t a

IAE

Instituto Argentino del Envase

Año 31 N° 4

www.packaging.com.ar

diciembre 2016



Premios al esfuerzo
y a la creatividad del sector

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 - info.argentina@amcor.com

Mensaje Editorial

Estimados lectores:

Este es el último número de un año de transición; para algunos un año difícil para otros un buen año.

Para el IAE ha sido un año de nuevos desafíos, logros y reconocimientos. Estamos seguros que transitamos por el camino correcto, el camino del trabajo y del esfuerzo.

Este año han culminado sus estudios una nueva camada de Técnicos en Envases, y al cierre de esta edición estarán recibiendo sus diplomas los egresados que han cursado la especialización de posgrado en Envases y Embalajes.

Estamos cerrando el año con una exposición de Envases y Embalajes proyectada para el 2017 con casi el 70% de su capacidad vendida.

Lanzamos el nuevo curso de técnico en envases a distancia, para toda la región latinoamericana, cerrando acuerdos con Chile, Perú, Ecuador y México.

Hemos promocionado la industria Nacional, en varias exposiciones en el exterior, favoreciendo la concreción de negocios para nuestras empresas asociadas.

Esperamos el nuevo año con la firme convicción de estar haciendo lo mejor para la industria del Envase y Emblaje.

Les deseamos a todos nuestros asociados, expositores y suscriptores unas muy Felices Fiestas.

Comité Editorial

Instituto Argentino del Envase

Sumario

IAE INFORMA

- 4 ESCENARIO
- 6 ENTREGA DE PREMIOS ESTRELLA DEL SUR 2015 | 2016
- 10 ENVASES PREMIADOS / MENCIONES

CONGRESOS & EXPOSICIONES

- 14 PACK EXPO INTERNACIONAL 2016, CHICAGO, ILLINOIS 6 al 9 de noviembre
- 16 PRESENTACIÓN EN ARGENTINA DE INTERPACK 2017

EMPRESAS

- 18 NOVEDADES DE DOW EN LA FERIA ALEMANA K 2016
La compañía presentó sus más recientes innovaciones en plásticos
- 20 HYBRID CON PACKZ Y CLOUDFLOW SE AFIANZA EN LATINOAMÉRICA
- 24 MANULI INCORPORA UNA NUEVA CORTADORA
le permitirá tener un desarrollo productivo de un 50%
- 26 INVESTIGACIÓN REALIZADA POR SEALED AIR FOOD CARE

DE INTERÉS

- 28 "SE PUEDE LOGRAR MÁS CON UN BUEN ENVASE QUE CON UN ANUNCIO DE TELEVISIÓN"
Entrevista a Armin Angerer, uno de los diseñadores más reconocidos en Europa (Peter Schmidt Group)
- 32 SE INCREMENTARÁ LA CANTIDAD DE ROBOTS INDUSTRIALES EN TRES AÑOS
Los robots ya alcanzan los 1.8 millones en el mundo, en comparación con el millón que había en 2005, informa el reporte global de PwC.
- 36 ARTÍCULOS DE INTERÉS
- 37 SITIO DE INTERÉS
- 38 BELLEZA Y PACKAGING DE LA MANO EN LOS PENTAWARDS 2016
- 44 DUPONT PACKAGING ABRE INSCRIPCIONES PARA EL PREMIO DUPONT PARA INNOVACIÓN EN EMPAQUES

TECNOLOGÍA

- 46 EL MERCADO DE ETIQUETAS:
grandes oportunidades ligadas a la transformación digital
- 48 ABC DE LA LAMINACIÓN DE ENVASES FLEXIBLES

ENVASE & MEDIO AMBIENTE

52 **PACKAGING: EL INGREDIENTE FINAL DE LOS
PRODUCTOS ECOLÓGICOS Y NATURALES**

INTERNACIONALES

60 **AGENDA 2017**

62 **NESQUIK REDISEÑO**
Internacional

63 **JEAN PAUL GAULTIER / SGD-BROSSE-
CROWNL Nuevas essences**

63 **STAR (BORGES BRANDED FOODS) /
COLUMNNA**
Estados Unidos

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 Millford
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

Milka y Oreo se juntan para crear un producto innovador

El fabricante de Oreo, Mondelez International, ha lanzado una nueva barra de caramelo Milka Oreo Big Crunch.



Como un compromiso continuo para ofrecer productos deliciosos e innovadores a los fans, Mondelez ha combinado dos de las marcas más emblemáticas del mundo: las galletitas Oreo y Milka, caramelos de chocolate europeos.

Dado que ambas marcas son las número uno en ventas del mundo, tiene sentido emparejarlas para crear algo maravilloso. El Big Crunch Chocolate Candy Bar incluirá una capa de galletita oreo crujiente y entre ellos tendrá dos capas del clásico relleno de crema de vainilla. Se cubrirá con Milka Chocolate.

“Siempre estamos explorando formas de diversificar la cartera de productos de OREO para sorprender y deleitar a los aficionados, y estamos muy contentos de hacer eso con Milka OREO Chocolate Candy Bars”, dijo Samantha Greenwood, directora de Categoría Senior de Chocolate - Norteamérica. “Milka OREO Chocolate Candy Bars es una progresión natural para OREO, especialmente con la posición de liderazgo global de Mondelez International en chocolate y Milka como el caramelo de chocolate número 1.”

La combinación de estas dos marcas globales de potencia -ambas conocidas por su delicioso sabor- ha conducido a una línea de productos que es única y verdaderamente diferenciada en la categoría de dulces de chocolate de los Estados Unidos.





Tres nuevas variedades de edición limitada de Nespresso

A través de los siglos, Viena ha creado una costumbre alrededor de sus cafeterías como ninguna otra ciudad en el mundo: sus grandiosas mesas de mármol, las icónicas sillas Thonet y la tradición de servir café en una elegante bandeja de plata, inspiraron a los expertos para crear estos tres novedosos cafés Espresso.



“La filosofía de Nespresso nos impulsa a innovar constantemente con el objetivo de brindarles nuevas experiencias sensoriales a los amantes del café y sorprenderlos día a día. Estas nuevas Variations invitan a un viaje sensorial al corazón de la tradición c, llena de aromas y dulces para compartir”, indicó Romina Fontana, marketing manager de Nespresso Austral. Con esta edición limitada Nespresso impulsa a los amantes del café a disfrutar de una experiencia sensorial que invita a redescubrir la pastelería austríaca. A partir del 28 de noviembre, estas Variations podrán encontrarse por tiempo limitado en las Boutiques Nespresso de Recoleta (Montevideo 1704), Unicenter y Alto Palermo; en los Pop Up Stores de Nordelta, Alcorta Shopping, El Solar Shopping y Palmas del Pilar

TECHNOMELT®

AQUENCE®

LOCTITE®

Adhesivos para laminación de envases flexibles

Adhesivos para etiquetado

Adhesivos Hotmelt



Henkel Excellence is our Passion



Entrega de Premios Estrella del Sur 2015 | 2016



El pasado jueves 24 de noviembre se realizó la 16° Entrega de Premios Estrella del Sur, en el marco de la Fiesta Bianual de la Industria del Packaging. Organizado por el Instituto Argentino del Envase, el evento tuvo lugar en el Salón Grand Bourg del Hotel Sheraton Libertador y contó con una gran asistencia de empresarios y profesionales del medio.

Repartidos en las ocho categorías tradicionales (Alimentos, Bebidas, Cuidado Personal, Envases Secundarios, Exhibidores, Medicamentos, Productos para el Hogar y el Automóvil, y Tecnología), se entregaron doce menciones y veintiséis premios. El jurado valoró no sólo los envases innovadores e ingeniosos en cuanto al diseño sino también en lo relacionado a la conservación y protección de los productos, la utilización de materiales reciclables y la posibilidad del reciclado postconsumo, entre otros puntos.

La velada estuvo amenizada por el show de Opera Prima Rock, en un tributo a Queen que puso a toda la concurrencia a cantar.

Los premios se distribuyeron de la siguiente manera:

En la categoría Alimentos, las menciones se las llevaron el Estuche de Pizza en Cono, de Interpack, y el Stick Yogurísimo, de Danone. Los premios correspondieron a Spray Cocinero, de Molinos; Sistema Cryovac Mirabella, de Sealed Air; Sistema Tetra Recart Abre Fácil Canale, de Tetrapak, y Yogurísimo Ecolean, de Danone.

En la categoría Bebidas, el premio fue para Mixxtail 1 litro, presentado por Rigolleau/Quilmes; mientras que para la categoría Cuidado Personal, las menciones fueron para Pastillero de Pet con Tapa Flip Top, y Suplemento Nutrilab, ambos de Marplast. Los premios de la categoría quedaron en manos de Cartocor y su Estuche Piramidal para Afeitadora Philips, y Marplast por su Silueta por 150cc.



El momento emotivo de la noche fue la entrega de la placa de reconocimiento que el ingeniero José Oscar Ragozino le hizo al Sr. Jorge Acevedo en nombre del Instituto Argentino del Envase, por sus 25 años de dedicación y entrega.

En la categoría Electrónica, la mención fue para la Tapa para Kit Prepago Direct TV de Grupo Zucamor, y el premio para la Caja Contenedora/Exhibidora de Kit Prepago Direct TV de Cartocor.

En la categoría Envases Secundarios, las menciones fueron para Cartocor por el Citrusvil - Plató para Frutas y la caja Granja Tres Arroyos. Los premios, por otro lado, correspondieron a Happy Tree, Plató para Manzanas, Caja de Resma en Micro, Caja para Potes Armado Automático y Patagonia Austral, todos presentados por Cartocor.

El Poett Multiambientes de Clorox se quedó con la mención en la categoría Hogar/Automóvil, mientras que el premio fue para Argenpack Corrugados, por su Embalaje para Cristales Parabrisas Toyota.

El Laboratorio Craveri, por Gypsi, recibió el premio en la categoría Medicamentos.

En el rubro Exhibidor, las menciones fueron para Display Sopa Casera y Display W.A. Hellmann's 125 g, de Cartocor. Los premios se los llevaron: Display L'Oreal, Cartocor; Exhibidor Cofler, Cartocor/Arcor; Display Sabor al Horno, de Cartocor/Unilever; Caja de Vino Don David, de Grupo Zucamor y Grupo Peñaflor; Exhibidor Cubo Mascotas, de Cartocor; Caja Exhibidora de Huevo de Campo por 18 unidades, de Cartocor; y Display Exhibidor Rellenos Express de La Salteña y Cartocor.

La categoría Envases Promocionales entregó menciones a Carin, por el Pote Hello Kitty, y a Interpack por el envase

Rasti Cars. Los premios fueron para Promo Jarra Clight, de Interpack y Mondelez International; Pote Calabaza de Carin/Arcor; Cofre Jake y Los Piratas, de Interpack/Arcor, Kit Cacería Bon o Bon y Promo Vaso Tang, de Interpack/Mondelez International.

16

ENTREGA DE PREMIOS
ESTRELLA DEL SUR
2015 - 2016

cena | show | entrega de premios

Voto del Público | Estrella del Sur de Oro

Las distinciones más esperadas de la noche, entregadas también por el Ing. Ragozino, presidente del Instituto Argentino del Envase, fueron el Voto del Público: se lo llevó Marplast, por sus envases para Suplementos Nutrilab.



La velada fue también el momento propicio para la presentación, a cargo del Ing. Silvio Colombo, del curso de Postgrado que se dicta en el Instituto Argentino del Envase.



El Estrella del Sur de Oro, que en esta oportunidad fue para el Display L'Oreal, de Cartacor.

ENVASE | ALIMENTEK | FARMATEK

8 al 11 de agosto

Centro Costa Salguero

Buenos Aires | Argentina

www.envase.org

2017

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
(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

Main Sponsor



16

ENTREGA DE PREMIOS
ESTRELLA DEL SUR
2015 - 2016

canal show 1 entrega de premios



Premios

ALIMENTOS



Spray Cocinero
Molinos



Cryovac Mirabella Bandeja
Sealed Air



Abre Fácil Canale
Tetrapak

BEBIDAS

CUIDADO PERSONAL



Yogurísimo Ecolean
Danone



Mixxtail
Rigolleau/Quilmes



Silueta x 150cc
Marplast

ELECTRONICA

ENV. SECUNDARIOS



Estuche Afeitadora Philips
Cartocor



Caja Contenedora/Exhibidora
Prepag Direct TV Cartocor



Happy Tree - Plató para manzanas
Cartocor



Caja de Resma en Micro
Cartocor



Caja para potes armado automático
Cartocor



Caja Patagonia Austral
Cartocor

EXHIBIDOR



Display L'Oreal
Cartocor



Display Chocolate Cofler
Cartocor



Display Sabor al Horno
Cartocor



Caja de Vino Don David
Zucamor



Exhibidor Cubo Mascotas
Cartocor



Caja Exhibidora Huevos de Campo
Cartocor

HOGAR I AUTOMÓVIL MEDICAMENTOS



Display Rellenos La Salteña
Cartocor



Contenedor Cristales Parabrisas
Argenpack Corrugados



Gipsy
Craveri



Premios

PROMOCIONALES



Promo Jarra Clight
Interpack



Promo Cofre Jake y los piratas
Interpack



Kit Cacería Bon o Bon
Interpack



Promo Vaso Tang
Interpack



Contenedor Calabaza
Carin

MENCIONES

ALIMENTOS



Estuche Pizza en Cono
Interpack



Stick Yogurísimo
Danone

CUIDADO PERSONAL



Pastillero - Tapa dosificadora
Marplast

MENCIONES

ELECTRONICA

ENV. SECUNDARIOS



Suplemento Nutrilab
Marplast



Tapa de caja kit Prepaço Direct TV
Zucamor



Citrusvil - Plató para frutas
Cartocor

EXHIBIDOR



Granja 3 Arroyos
Cartocor



Display Sopa Casera Knorr
Cartocor



Display Hellmans
Cartocor

HOGAR I AUTOMÓVIL

PROMOCIONALES



Poett Multiambientes
Válvulas Precisión SA



Pote Hello Kitty
Carin



Rasti Cars
Interpack



Pack Expo internacional 2016

Chicago, Illinois
6 al 9 de noviembre

Con una muy buena concurrencia de público y expositores se desarrolló Pack Expo Internacional en Chicago, Illinois.

Con más de 50.000 asistentes se celebró PACK EXPO Chicago de manera conjunta con Pharma Expo, dos exposiciones que presentaron las más recientes soluciones en maquinaria y equipos para la fabricación de empaques, nuevos envases, automatización de procesos y tendencias en materiales, a los profesionales de la industria del embalaje y otros sectores conexos.

Internet de los objetos, envases inteligentes, las tendencias globales de envasado, son algunos de los muchos temas que se abordaron este año durante la PACK EXPO Internacional y Pharma EXPO.

La vitrina de Innovaciones en Empaque, evento patrocinado por The Dow Chemical Company (NYSE: DOW), fue nuevamente atracción este año en PACK EXPO Internacional.

Además los eventos contaron con un componente educativo gratuito, en el que se incluyeron espacios de reflexión sobre temas como innovación tecnología, sostenibilidad y seguridad alimentaria, entre otros.

En PACK EXPO 2016 Chicago, Illinois, los visitantes pudieron 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 m² y adquirir una nueva perspectiva sobre su línea de producción.

Distinción del PMMI al Instituto Argentino del Envase y participación de empresas argentinas

El Instituto Argentino del Envase fue distinguido como Valued Partner, dentro del programa de Alianzas estratégicas del PMMI. Participaron dentro del Stand organizado por la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional y el Instituto Argentino del Envase, las siguientes empresas: Primo y Cia. S.A., Teckdes S.R.L., Sealcode Argentina S.A., Seguridad y Empaque S.A., TECMI Industrial S.A., Blistemova S.A. También se contó con la visita del cónsul general argentino Atilio Berardi quien mantuvo una cordial reunión con los participantes argentinos.





Presentación en Argentina de Interpack 2017



Regalo a AHK Argentina por sus 100 años



► *AHK Argentina, como representante oficial de las ferias de Düsseldorf, organizó en el mes de noviembre la presentación de interpack 2017, es la feria internacional líder de procesos y packaging. Se realiza cada tres años en la ciudad de Düsseldorf, Alemania, y cuenta con más de 2.670 expositores de 60 países. En 2014 el número de empresarios que participó de interpack alcanzó los 174.798 visitantes de 163 países.*

La conferencia, que se realizó en la sala Bosch de la AHK Argentina, estuvo a cargo de Hans-Werner Reinhard, Gerente General de Messe Düsseldorf GmbH y Markus Rustler, miembro del Directorio del Sector Packaging de la Asociación Alemana de Fabricantes de Maquinaria y Equipos (VDMA) y Socio Gerente de Theegarten-Pactec GmbH & Co. KG



interpack 2017

PROCESSES AND PACKAGING

Organizador:

Messe Düsseldorf GmbH

Casilla de correo: 10 10 06

40001 Düsseldorf, Alemania. Messeplatz

40474 Düsseldorf, Alemania

<http://www.messe-duesseldorf.de>

<http://www.interpack.com>

<http://www.interpack.de>

<http://www.save-food.org>

<http://www.packaging-components.com>

El evento exclusivo para empresarios del sector Packaging tuvo lugar el día jueves 17 de noviembre de 2016. Luego de la presentación se ofreció a los participantes un cóctel donde tuvieron la posibilidad de hacer networking con otras empresas del sector.



Los señores Reinhard y Rustler, con representantes de Fundación Exportar, IAE y AHK Argentina.

interpack[®]
PROCESSES AND PACKAGING
LEADING TRADE FAIR

DÜSSELDORF, GERMANY
04 TO 10 MAY 2017

LA INSPIRACIÓN ES EL FACTOR MÁS PROVECHOSO

XELLA Y LAS EMPRESAS MÁS INNOVADORAS
DE BIENES INDUSTRIALES SE ENCUENTRAN EN
INTERPACK.

INTERPACK.COM/2548

TORSTEN SCHINKEL
RESPONSABLE DE GESTIÓN DE PRODUCTO
YTONG XELLA

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
eenrietti@ahkargentina.com.ar
www.ahkargentina.com.ar

Messe
Düsseldorf

Novedades de Dow en la feria alemana K 2016

La compañía presentó sus más recientes innovaciones en plásticos



► *The Dow Chemical Company (NYSE: Dow) participó de K 2016, la feria para la industria del plástico y caucho más importante del mundo que tiene lugar en Dusseldorf, Alemania. Expuso soluciones para unitización y su experiencia con adhesivos de alta tecnología de la mano de la empresa Adecol.*

Según estudios realizados por Dow, es posible economizar hasta 35% en el consumo de película por pallet a través de mejoras en el proceso y uso del material adecuado para cada tipo de carga. En este sentido, la compañía considera que el empaque terciario posee un papel fundamental en el proceso logístico. Es por ello que durante K 2016 presentó las últimas novedades en soluciones para unitización -agrupamiento de volúmenes para mejor manipulación, almacenamiento y transporte de cargas- un proceso que precisa ser eficiente para garantizar la seguridad en el transporte, la estabilidad de la carga y la integridad del producto hasta el punto de venta, evitando desperdicios y pérdidas a lo largo de la cadena.

Asimismo, Dow y Adecol, empresa fabricante de adhesivos industriales, presentaron los resultados del adhesivo de alta tecnología especialmente desarrollado para posibilitar la reducción del 30% en los costos de desarrollo ya que proporciona mayor velocidad de empaquetamiento y menor desperdicio. Ambas empresas se unieron para brindar al mercado de empaques de supercongelados, bebidas y cartuchos plastificados de Latinoamérica, la última innovación en adhesivos que demanden menor desgaste y reduzcan la frecuencia de mantenimiento: Performelt CQ-4135.

Los adhesivos hot melt poseen un potencial de crecimiento en el mercado global y Dow está siempre en contacto con los clientes para entender sus necesidades. De esta forma, se busca ofrecer a este mercado en crecimiento, una solución que atienda a las demandas por mayor seguridad alimentaria, mejor destaque en la góndola, reducción del costo y sustentabilidad al disminuir el consumo energético, de agua y de materias primas. El adhesivo



Performelt CQ-4135 es el resultado del conocimiento científico robusto de Dow y su tecnología exclusiva, aliados a la interpretación que Adecol realizó de las necesidades del mercado de América Latina, considerando el clima y las principales características de las industrias regionales..

Dow continúa invirtiendo no sólo en investigación y desarrollo de resinas de alto desempeño que posibilitan el empaquetamiento de más productos con la misma cantidad de película sino también en iniciativas que auxilien a los dueños de marca y convertidores a mejorar sus procesos.

Acerca de Dow

Dow (NYSE: Dow) combina el poder de la ciencia y la tecnología para innovar con pasión todo aquello que es esencial al progreso humano. La compañía impulsa innovaciones que extraen valor de las ciencias químicas, físicas y biológicas, ayudando a desarrollar soluciones para los más desafiantes problemas mundiales, como la necesidad de agua potable, la generación y conservación de energía limpia y el aumento de la productividad agrícola. La cartera líder e integrada de Dow en las áreas de químicos de especialidad, materiales avanzados, ciencias agrícolas y plásticos, ofrece una amplia variedad de soluciones y productos basados en tecnología para aproximadamente 180 países y en sectores de alto crecimiento tales como empaques, electrónicos, agua, revestimientos y agricultura. En 2015, Dow facturó más de 49.000 millones de dólares y empleó aproximadamente 49.500 funcionarios en todo el mundo. Los más de 6.000 productos de la compañía son fabricados en 179 plantas en 35 países alrededor del mundo. El 1º de junio de 2016, Dow se convirtió en 100 por ciento propietaria del negocio de siliconas de Dow Corning Corporation, una compañía global con ventas superiores a 4.500 millones en 2015, 25 plantas de manufactura en 9 países y aproximadamente 10.000 empleados en todo el mundo. Las menciones sobre "Dow" o a la "Compañía" hacen referencia a The Dow Chemical Company y sus subsidiarias consolidadas, a menos que se diga expresamente lo contrario. Para información adicional sobre Dow, por favor visite www.dowbrasil.com y www.dow.com.

Sobre Adecol

Mayor fabricante de adhesivos industriales con capital nacional del país, Adecol tiene innovación en su ADN. Uno de sus diferenciales es trabajar a medida, desarrollando formulaciones específicas para diferentes demandas, que generan una cartera amplia y flexible, capaz de atender a diversos nichos de mercado. Presente en los más variados segmentos, desde el automotriz al sector de empaques, la empresa produce 1,5 mil toneladas de adhesivos por mes en 10 líneas. Actuando como un laboratorio de desarrollo, adapta productos y materias primas importadas al escenario de América Latina. En 2015 facturó R\$ 130 millones, con aumento de 18,2% en relación a 2014, media de crecimiento que viene manteniendo desde 2010. También en 2015, la empresa invirtió R\$ 2 millones para duplicar la producción de la línea de adhesivos PUR, con foco en los sectores gráfico y mobiliario.



HYBRID con PACKZ y CLOUDFLOW se afianza en Latinoamérica

► El tiempo y la eficiencia son esenciales para cualquier profesional, especialmente los que trabajan en la industria gráfica. Desde hace tiempo estaban esperando una herramienta innovadora como las tecnologías de comunicación avanzadas de HYBRID, una empresa de vanguardia en software con oficinas en Bélgica, Alemania, Italia y EE.UU. En Latinoamérica también presta servicios de venta y mantenimiento con asistencia desde Argentina.

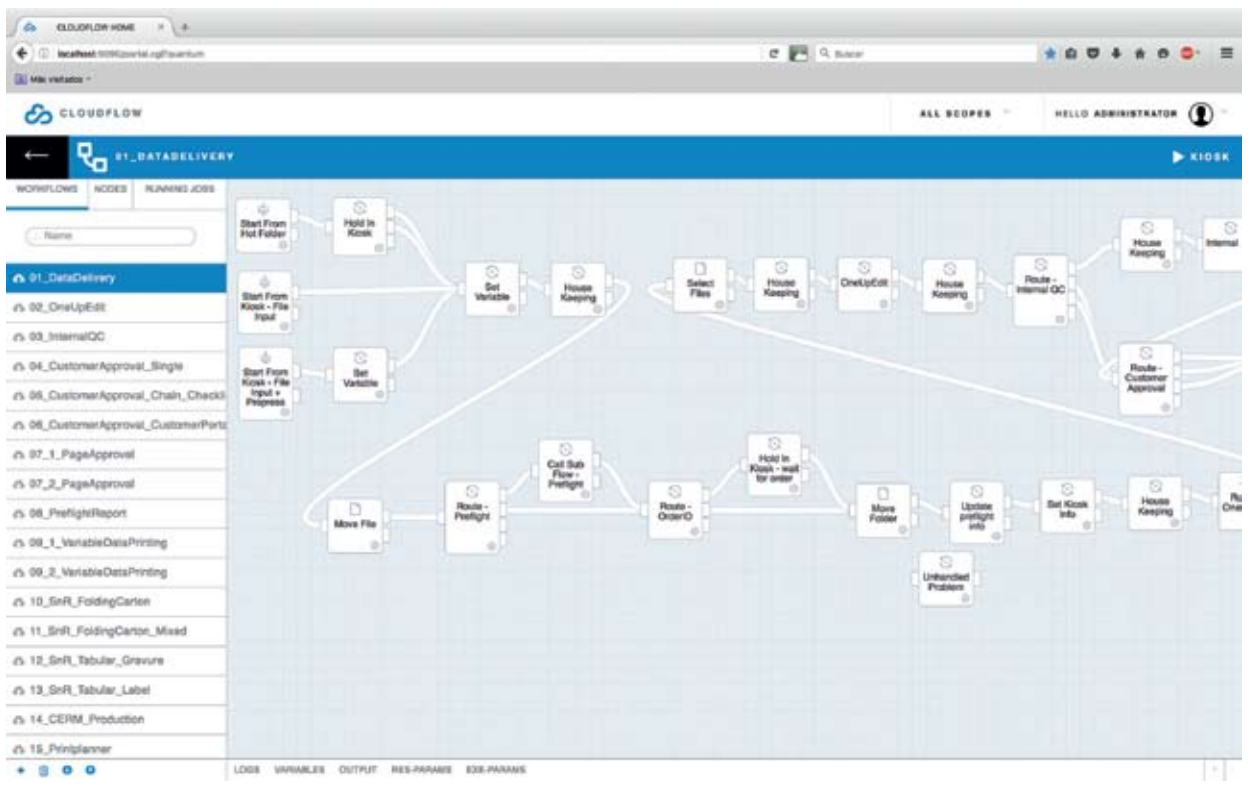
HYBRID
SOFTWARE

PACKZ

FLUXUS

Soluciones a medida, como formularios de pedido en línea, servicios de entrega de archivos de fácil uso, aplicaciones integradas web-to-print, cuadros de mando integrales, recopilación de datos, servicios de reportes KPI, entrada y seguimiento de órdenes, colaboración online, pruebas y aprobación remota y muchos más.

Los usuarios que ya han adquirido estos servicios están muy satisfechos con los resultados porque agilizan la comunicación, desde simples detalles de la orden de trabajo a especificaciones complejas de los propietarios de marcas y productos.



Guido Van der Schueren, presidente de HYBRID, ha declarado: "Nuestro principal activo es la voluntad y la capacidad de escuchar a nuestros clientes y actuar sobre esto". Los productos y soluciones de HYBRID Software ayudan al usuario a optimizar completamente sus procesos desde la entrada de los pedidos hasta su salida de imprenta.

Dos de sus productos más destacados son PACKZ y CLOUDFLOW. Éstos son algunos de sus beneficios: maximizan la capacidad y la utilización, aumentan la eficiencia, tienen mayor capacidad para adoptar procesos de negocios, protegen las inversiones de los sistemas existentes, así como los datos del cliente.

PACKZ, el editor profesional

PACKZ es la más avanzada solución para pre prensa en el rubro de editores de archivos PDF Nativo que abarca los mercados de empaque flexible, empaque plegadizo, corrugado y etiquetas. PACKZ es considerado el nuevo editor profesional para el sector de etiquetas y embalajes. Se basa en su totalidad en el formato de archivos PDF, el estándar actual para el intercambio de todos los diseños gráficos del sector de embalajes. PACKZ tiene un conjunto versátil de funciones de preimpresión y de control de calidad dedicados a preparar diseños listos para cualquier proceso de impresión. Permite comparación de archivos -original vs. editado-, trabajar con "objetos Vivos", realizar trapping inteligente, generar montaje e imposición tabular o CF2. Además posibilita la visualización 3D - Deformación, tiene un interface de usuario intuitiva y admite conectividad con bases de datos.

Permite edición y automatización de PDF, desde el diseño hasta la producción final. Se puede importar información de diseño estructural, visualizar en 3D. Funciona como repetidora, realiza control de calidad, gestión de color y calibración, salida y tramado. El editor es: 3 veces más rápido para efectuar solapados, 4 veces más rápido para guardar las modificaciones realizadas a un archivo PDF, 5 veces más rápido para abrir un archivo PDF, 10 veces más rápido para visualizar previamente, realizar zoom y mover contenidos, 20 veces más rápido en el ciclo de ida y vuelta de archivos PDF con otras aplicaciones.

Con su moderna arquitectura de 64 bits multinúcleo, fun-

ciona bajo OS-X y Windows, garantizando rendimiento óptimo y facilidad de uso.

CLOUDFLOW, puente en el proceso

Por su parte el CLOUDFLOW es la primera aplicación para optimizar los procesos de negocio dentro de un Workflow con una estructura openarchitecture basado en HTML, que funciona como puente entre los diferentes procesos internos de la empresa y también como enlace en tiempo real con los clientes a través de la web. La modularidad y escalabilidad son características fundamentales de CLOUDFLOW.

Puede agregar y combinar una gran variedad de módulos funcionales para aprobación remota, automatización en preimpresión, tramado RIP y más. Múltiples CLOUDFLOW WORK- SPACES pueden ser conectados para configuraciones de alto rendimiento y multilocalización. Los módulos pueden ser compartidos entre diferentes workspaces para optimizar su utilización.

Ventajas de HYBRID

Una de sus principales características de todo el universo HYBRID es la automatización: procesado de pedidos, procesado de archivos y datos, verificación y tareas de reimpresión, repetición y preparación de impresión agrupada, gestión de salida, trabajos repetitivos, entre otras.

Otra ventaja es la simplificación: experiencia de usuario, usabilidad, multi-plataforma, acceso instantáneo a todos los datos y archivos relevantes, única fuente de datos, "correcto a la primera", etc. La integración es su mayor atributo. Facilita la interfaz entre sistemas comerciales y técnicos, conexión web-to-print y E-businessprint, control total sobre todos los procesos productivos y administrativos. Elimina el error humano debido a la duplicación de entrada de datos, genera enlace de archivos y datos; también la unión de procesos de impresión digital y convencional, por nombrar algunos.

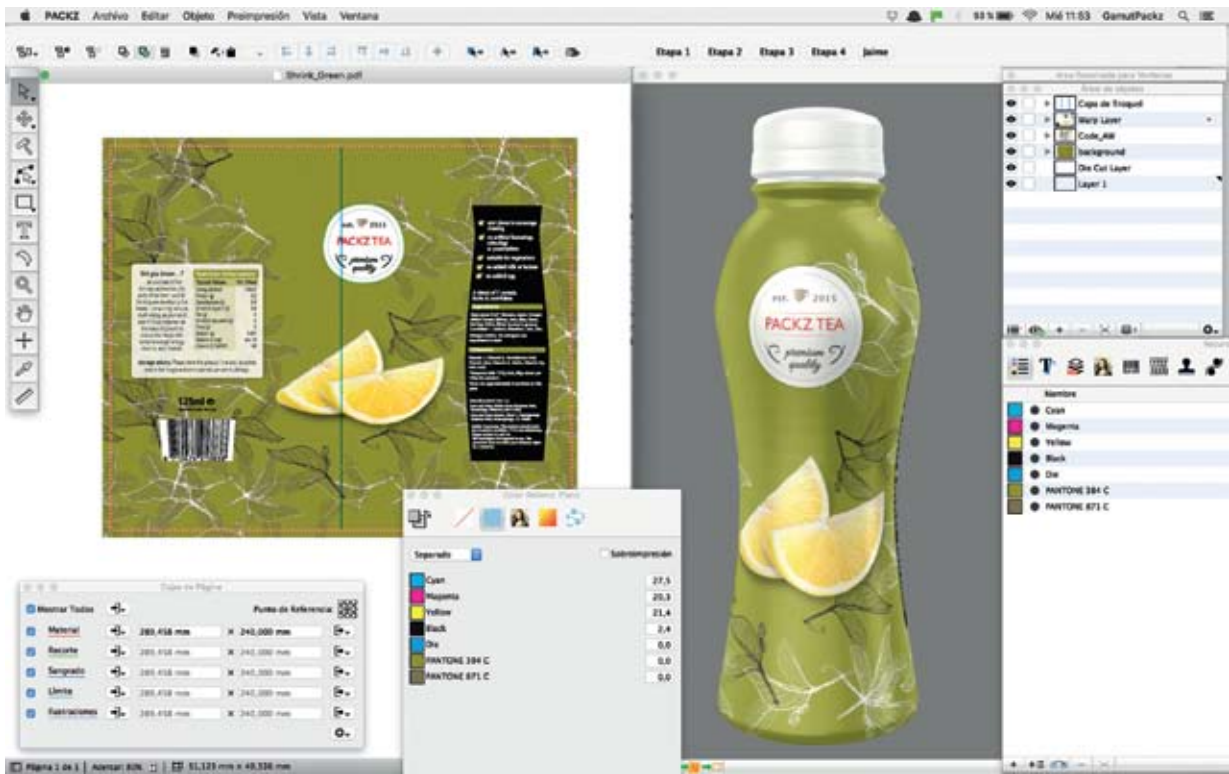
Los productos de HYBRID Software ayudan a optimizar completamente los procesos desde la entrada de los pedidos hasta la entrega final. Proporciona herramientas adaptadas para la planificación de la producción y la gestión inteligente de trabajos para mejorar la capacidad de los dispositivos y reducir el desperdicio de los insumos.

HYBRID con PACKZ Y CLOUDFLOW se afianza en Latinoamérica

HYBRID
SOFTWARE

PACKZ

FLUXUS



Estos innovadores y potentes softwares mejoran la eficiencia del operador, gestionan los activos del cliente, y automatizan las tareas repetitivas. HYBRID ofrece a sus usuarios los mejores servicios, incluyendo la colaboración y la aprobación en línea para una mayor fidelización de los clientes.

Las flexibles plataformas de integración se interconectan con los sistemas y fuentes de datos actuales para proteger las inversiones, y se adaptan fácilmente a los cambios futuros en los procesos de negocio.

A través de su distribuidor Fluxus IQ, HYBRID Software tiene presencia en Latinoamérica. Fluxus IQ es una organización que nace de una alianza estratégica que une lo

mejor de tres empresas consolidadas latinoamericanas: ComGráficas, Gamut Gestión de Procesos y Red Gráfica.

Ellas aportan productos, servicios y profesionales expertos en cada etapa de los procesos de la industria gráfica, poniendo el foco en la distribución de software especializado y el servicio para el continente.

Fluxus es un nuevo tipo de empresa, con estructuras flexibles y un alto nivel de servicios asociados. Su filosofía es crear soluciones reales para las necesidades concretas de cada cliente.

*Para más información:
enrique.amigo@fluxus-iq.com*

- 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
www.derasa.com.ar



Manuli incorpora una nueva cortadora

le permitirá tener un desarrollo productivo de un 50%

► *La empresa italiana, y principal productora de film stretch en nuestro país, sigue apostando al crecimiento.*



Manuli Packaging anunció la incorporación de una nueva máquina cortadora de cintas adhesivas en su planta productiva ubicada en la localidad bonaerense de Escobar, la cual ayudará a prever un crecimiento productivo de un 50% y un cambio en la venta de los productos comercializados.

La nueva máquina permite producir rollos en largos de hasta 1.500 metros y en anchos de 48 mm, para equipos automatizados de cierre y encintado de cajas; y, para el mercado de impresión, en 144 mm de ancho. Esta cortadora ressignifica el proceso de ampliación de maquinaria que se venía llevando a cabo desde abril del año pasado, luego de la inclusión de dos nuevas cortadoras que llevaron a producir cintas de 1.000 y 1.500 metros de largo. "En la compañía seguimos evaluando la inclusión de más maquinaria, para poder ofrecerle al mercado mayor variedad de medidas y productos relacionados con el rubro de sensibles a la presión", afirmó Maurizio Tagliatti, gerente general de Manuli.

La empresa especializada en film stretch también ha estado trabajando en el desarrollo de cintas autoadhesivas de colores, las cuales son utilizadas tanto en el mercado de impresión como para el uso estándar.

Manuli Packaging Argentina es una empresa del Grupo Manuli Stretch, que opera desde 1999 en el sector del film de polietileno lineal de baja densidad (LLDPE) para uso industrial. Desde Escobar, provincia de Buenos Aires, abastece el mercado local y externo, con una capacidad instalada de 30.000 TM anuales. Los principales campos de aplicación del film stretch para embalaje comprenden las industrias alimenticias, bebidas (agua mineral, etc.), farmacéuticas, las industrias papeleras, el sector de los ladrillos y de las cerámicas, las industrias mecánicas, la gran distribución y la agricultura. Desde el año 2000, todos los productos y procesos se encuentran certificados bajo la Norma ISO 9001:2008, y forman parte de la cultura de trabajo, la satisfacción del cliente y la mejora continua para entregar productos altamente competitivos.

La empresa especializada en film stretch también ha estado trabajando en el desarrollo de cintas autoadhesivas de colores, las cuales son utilizadas tanto en el mercado de impresión como para el uso estándar.



¿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





Investigación realizada por Sealed Air Food Care señala soluciones para ayudar a minimizar el índice de alimentos tirados a la basura



En América Latina, se estima que el alcance del desperdicio es del 4,4% de las ventas minoristas. Entre los profesionales de este sector, 99% consideran la reducción del desperdicio la preocupación operacional más grande, seguido por el control de hurtos con el 76%, contención de gastos de personal con el 73% y la administración de recursos de energía con el 71%. Para ellos, la disminución de las pérdidas podría aumentar las ganancias hasta en un 14% en Argentina, 29% en Brasil y 7% en México.

► *El desperdicio de alimentos es un problema global que afecta a toda la cadena productiva, desde el procesamiento, la distribución y la venta minorista, hasta la mesa del consumidor, generando impactos no solamente ambientales, sino también sociales y económicos*

Estos datos constituyen parte del estudio "Soluciones para reducir el desperdicio de alimentos en el comercio minorista en América Latina", conducido por Sealed Air Food Care, líder en soluciones de envasado e higiene para la industria alimentaria, en asociación con Nielsen, Dirección de Estudio Económicos de ANTAD (México), la Facultad de Economía y Administración de la Universidad de São Paulo (FEA USP) y asociaciones de supermercados. El estudio, realizado en Argentina, Brasil y México, ha escuchado a 194 profesionales del sector y más de 3.000 consumidores.

Cada año 1,3 mil millones de toneladas de alimentos son desechados en todo el mundo; América Latina y el Caribe son responsables del 6% del desperdicio global, de acuerdo con los datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. El sector minorista re-



Minoristas argentinos estiman que la reducción del desperdicio de alimentos puede aumentar las ganancias hasta en un 14%

presenta una parte significativa de las pérdidas y el descarte contabilizado solamente en las tiendas, y sería suficiente para alimentar a más de 30 millones de personas, o 64% de los individuos que sufren de hambre en la región.

En Argentina, las pérdidas más grandes en el mercado minorista están en el sector de carnes y pescados con el 13%.

En Brasil y en México, son lideradas por el sector de frutas, legumbres y verduras, con una media del 11%, seguida por las carnes y pescados, que representan aproximadamente el 7% del total. Entre los factores indicados como los principales responsables del desperdicio están los alimentos fuera de la fecha de caducidad y los productos estropeados, que en conjunto constituyen una media del 40% de las pérdidas en los tres países.

Los envases dañados también fueron señalados por tener alto impacto en el desperdicio, siendo responsables del 13% del descarte de alimentos en el mercado minorista en América Latina. La falta de resistencia a la manipulación de estos materiales perjudica la conservación de la frescura y la vida útil del alimento. En Argentina, el departamento de delicatessen es el más comprometido, con el 14%. En Brasil, es la sección de carne y frutos del mar, con el 28% y en México, la de rotisserie, con el 32%.

“Las tecnologías de envasado permiten a los minoristas minimizar estos problemas. Sealed Air Food Care, por medio de la marca Cryovac, ofrece soluciones de envasado que entregan beneficios de vida útil extendida, alta resistencia contra perforaciones y fugas, conservación de la frescura, entre otros. El alimento puede llegar al minorista ya envasado en porciones, con calidad de origen, listo para ser exhibido en el punto de venta, lo que reduce los costos operativos de reprocesamiento, manteniendo la integridad original y minimizando las pérdidas en las tiendas”, explica el vicepresidente de Sealed Air Food Care para América Latina, Tobías Grasso.

De acuerdo con el estudio, los consumidores latinoamericanos están más preocupados por los problemas ambientales,

como la contaminación del aire y la escasez de agua, en lugar del desperdicio de alimentos. Sin embargo, cuando tienen acceso a las causas del desperdicio y se enteran de que los envases adecuados pueden colaborar en la minimización del problema, la mayoría pasa a valorar la adopción de estas soluciones. Más del 90% de los consumidores reconocen el beneficio del envase para asegurar la frescura por más tiempo, la integridad del alimento y la protección contra los gérmenes. Los consumidores revelaron también que valoran las tiendas que venden productos que ayudan a reducir el desperdicio de alimentos. En Argentina ese índice alcanza el 81%, en México 84%, seguido por Brasil con el 86%.

“El envase es una solución real para combatir el alto índice del desperdicio de alimentos. Es importante concientizar acerca de los beneficios de estas tecnologías en lo que se refiere a la preservación de calidad, frescura y la reducción de las pérdidas a lo largo de la cadena. Este conocimiento va a aumentar la intención de compra y, en el final, habrá un aumento en los resultados”, detalla el ejecutivo.

Acerca de Sealed Air

Sealed Air Corporation crea un mundo que se siente, sabe y funciona mejor. En 2015, la empresa generó ingresos por aproximadamente 7 mil millones de dólares, ayudando a nuestros clientes a alcanzar sus objetivos de sustentabilidad teniendo en cuenta los mayores desafíos sociales y ambientales de la actualidad. Nuestro portafolio de marcas ampliamente reconocidas, incluyendo las ya probadas soluciones para alimentos marca Cryovac®, la marca Bubble Wrap® para amortiguación y soluciones de limpieza e higiene Diversey®, garantiza una cadena de suministro de alimentos más seguros y con menor desperdicio, protege los bienes valiosos enviados en todo el mundo y contribuye a la mejora de la salud a través de ambientes limpios. Sealed Air cuenta con aproximadamente 23.000 empleados que sirven a clientes en 169 países.

Para obtener más información, visite www.sealedair.com



"Se puede lograr más con un buen envase que con un anuncio de televisión"

Entrevista a Armin Angerer, uno de los diseñadores más reconocidos en Europa (Peter Schmidt Group)

Los propietarios de marcas deben pensar dos veces sobre la forma en que gastan su dinero. Para Armin Angerer, uno de los diseñadores más reconocidos en Europa (Peter Schmidt Group), se puede lograr más con un buen envase y/o embalaje que con un anuncio de televisión. En muchos casos, un cambio marginal en el presupuesto de marketing podría terminar con efectos dramáticos.

¿Ha cambiado el papel de los envases en las últimas décadas?

El papel del envase y embalaje no ha cambiado y los presupuestos de publicidad individuales no han aumentado. Sin embargo, la publicidad clásica y los diversos medios digitales ahora tienen que compartir el mismo, o incluso un gasto inferior. Como resultado de ello, la importancia de los envases ha aumentado: con un presupuesto de, digamos, 150.000 a 200.000 euros se puede lograr un relanzamiento de envasado completo, mientras que la misma cantidad de dinero se paga por conseguir un anuncio de televisión de 15 a 20 segundos con una sola emisión, que es básicamente nada. El packaging permite lograr un impacto mucho más sostenido en el tiempo con menor gasto.

Pero eso no es todo: el envase y embalaje es un importante desencadenante de compra, el 70% de las decisiones de compra se hacen frente a la estantería, no en la noche anterior en el sofá mientras se ve una película. Más tarde, con el envase ya en el hogar, en la heladera o en el baño, se usa varias veces. Esto transmite un mensaje de marca mucho más prolongado, así como la experiencia del producto. Envase y producto se convierten en una sola entidad. La eficiencia, la "magia" de los envases, es su cercanía al producto.



En realidad, el envase y el embalaje deben ser responsabilidades de la comercialización, pero la producción y la manipulación son delegadas a la compra. La comercialización se mide por el éxito alcanzado, la compra se mide por los costes ahorrados. El proceso correcto sería, por supuesto, no comprar lo más barato sino lo mejor, y no escatimar en la calidad.

¿Qué quiere decir cuando habla de la “magia de los envases”?

Sin envase y embalaje sería bastante difícil diferenciar entre productos. Y ésta es la verdadera magia detrás de embalaje: se convierte en una mercancía con una marca. En mi opinión el embalaje Marlboro es un ejemplo perfecto de la “Clase Platino”. El logotipo de Marlboro se imprime sólo en barniz transparente, apuesta por el simbolismo, absolutamente claro, directo e inconfundible, reducido a lo básico. El diseño es poco visible aunque alcanza la máxima eficacia. Ésa es la publicidad de primera clase. La magia también se puede lograr con exuberancia, que siempre depende del producto, pero las empresas como Nike, Marlboro, Apple reducen esto a muy pocos elementos y llevan toda la marca viva. Ésta es la magia de los envases.

Con un buen diseño, con la ayuda de la tecnología y de acabado, se puede transmitir mucho más el mensaje de marca a través del packaging de lo que ocurre actualmente. La dificultad radica en demostrar siempre una prueba de cómo se incrementarían las ventas, cómo la apreciación del producto se elevaría, invirtiendo más. Pero hay suficientes ejemplos que demuestran que la inversión, verdaderamente, vale la pena.

¿Qué es lo más importante para usted cuando trabaja con sus clientes?

La parte más importante en el trabajo de un diseñador es la capacidad de escuchar. El diseño no es un arte, ya que los diseñadores hacen lo que otros quieren, mientras que los artistas hacen lo que ellos quieren. Lo crucial para el éxito es que los clientes estén abiertos y expliquen sus problemas. Esto requiere un cierto nivel de humildad.

Uno tiene que hacer preguntas para llegar a los fundamentos del problema juntos. Un buen diseño en realidad proviene de la comprensión, y esto hace que la vida de un diseñador sea tan emocionante porque siempre se adentra en mundos completamente nuevos y nuevas tecnologías de producción.

¿Qué es lo que ha cambiado en envases y marcas desde que usted empezó?

El tiempo de producción es más corto y los medios de producción se han vuelto más rápidos. Sin embargo, esto también ha dado lugar a una cierta superficialidad criticada, la búsqueda de nuevas soluciones verdaderamente revolucionarias no se ha hecho más fácil.

Los avances técnicos han dado lugar a ciclos de proyectos más ajustados. Esto tiende a dejar muy poco tiempo para las fases del proyecto cruciales que no sólo se prestan a soluciones buenas, sino también a menudo a soluciones interesantes y sobresalientes. Como resultado, con frecuencia se realizan tres soluciones para estudios de mercado, y luego se deja en las manos de las máquinas de impresión.

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!



Para contrarrestar esto, las preguntas críticas no se establecen una vez que el proyecto está en marcha, sino justo al principio, cuando se definen los objetivos del proyecto: qué quiere el cliente, un relanzamiento más bien pequeño o una revolución. En este último caso, cada buena agencia será consciente de que el punto de referencia debe estar en lo alto.

También hay que tratar de trabajar juntos con todas las partes de la cadena de suministro tan pronto como sea posible, pero esto a menudo resulta difícil. La razón es que la cadena de suministro es el dominio de Compras y Clientes, y muchas veces da la impresión de que realmente no quieren que hablemos con los proveedores. Sin embargo, sería de gran beneficio para los proyectos que estuvieran todos los "players" juntos desde el comienzo; pero los clientes suelen dejar para el final la decisión de con quién van a trabajar.

Por otra parte, permite la gestión más flexible de las marcas: anteriormente el siguiente cambio se producía después de cinco años como mínimo, los cambios actuales pueden introducirse en pequeños pasos y frecuencias más cortas. Las ediciones son más fáciles de crear estos días y esto incluye el embalaje personalizado. Por lo tanto, la velocidad tiene sus ventajas.

¿Qué importancia tiene la sostenibilidad para usted? ¿Forma parte de la nueva clase Premium?

La sostenibilidad es, de hecho, la nueva clase Premium. Si echamos un vistazo a lo que la industria del packaging y los diseñadores ofrecemos a los propietarios de marcas, vemos que el volumen de los residuos es enorme y se recicla poco. La sostenibilidad, hoy, es una tendencia focal en el envasado y esto es una cosa positiva. La sostenibilidad es una de las principales ventajas del cartón, y envases de cartón, por lo que tiene las mejores perspectivas de futuro. Otros materiales sólo pueden ser reciclados en mucho mayor consumo de energía: el vidrio por ejemplo, vidrio, tiene una desventaja de peso, y la huella de CO2 empeora cuanto mayor sea la distancia entre las fábricas de cerveza y los clientes. La limpieza también requiere un mayor esfuerzo en términos de balance de energía y productos químicos. Lo más probable es que los materiales no sostenibles se vuelvan más caros, aquí es donde tienen la tarea los legisladores para asegurar que las materias primas renovables se graven de manera diferente. Mi esperanza es que los envases no sostenibles también se compren menos, porque, al final, los consumidores ejercen la mayor fuerza.

web
pick
ing

Logística en Internet
www.webpicking.com

Tel: +54-11-4702-2800 / E-mail: 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.

¿Cómo está cambiando el embalaje multicanal?

Creo que varios canales no cambiarán fundamentalmente el envasado. El ejemplo perfecto es el envase del iPhone u otros productos de Apple: se celebra el producto, donde una revelación sigue a otra presentación y otra revelación. Aquí es donde el proceso de desembalaje se convierte en un ritual. La caja de cartón es, por supuesto, más elaboradamente diseñada que la de Amazon.

Si yo fuera un fabricante de ropa exclusiva probablemente decidiría para dos tipos diferentes de envases, uno para el lineal y uno para la plataforma. Esto me daría dos oportunidades de convertir la experiencia en una venta de repetición en los puntos de venta y no se tendría que repetir la historia del producto nuevo desde el principio.

También hay ejemplos de cómo el embalaje para el envío transmite un mensaje de marca. Zalando utiliza cajas de embalaje de calidad más altas que los de Amazon para garantizar una percepción diferente de la marca. Tales inversiones en la marca, aparentemente, parecen dar resultados.

¿Cuál es el papel de los elementos electrónicos de comunicación -por ejemplo QR, NFC- hoy en día?

Siguen desempeñando un papel demasiado pequeño. Como la opción ya existe para el envasado personalizado de fabricación a través de la impresión digital, se podría iniciar la comunicación con el cliente, por ejemplo, a través de NFC. En lugar de suministrar a todos de la misma manera, se podría crear un contacto personal mediante el teléfono inteligente, por ejemplo, "una Coca-Cola con su nombre ha sido entregado a una tienda en su localidad", o enfoques similares, no existe ninguna barrera para la creatividad.

Creo que sería dinero bien invertido si el envase incorporara los canales digitales, en canales propios, no sólo los medios de comunicación social. El embalaje tendría entonces su propia superficie de proyección digital para comunicar su mensaje. Lo considero como un reto y también como una clara ventaja.

Fuente: Pro Carton



COTNYL S.A.
COMPROMISO CON LA CALIDAD

El especialista en termoformado



Conozca el distribuidor de su zona

0-800-555-0175

www.cotnyl.com info@cotnyl.com



Se incrementará la cantidad de robots industriales en tres años

Los robots ya alcanzan los 1.8 millones en el mundo, en comparación con el millón que había en 2005, informa el reporte global de PwC.

Los robots industriales están avanzando, ya que en 2005 había menos de un millón y hoy alcanzan los 1.8 millones, por lo que en tres años llegarán a 2.6 millones aproximadamente, informó PwC en el Global Economy Watch, su reporte global del mes en curso.

Actualmente, la tecnología juega un papel importante en el sector de manufactura. No obstante, mientras los robots mejoran y se sofistican, los economistas de PwC esperan que su impacto permee gradualmente en más industrias, incluyendo el sector de servicios, que es el que emplea a más personas en las economías industrializadas.

Los líderes de negocio ya están tomando nota de estos cambios y los están gestionando dentro de su estrategia corporativa. Nuestra Encuesta Global de CEO 2016 muestra que 77% de los líderes piensa que el progreso tecnológico es la megatendencia que probablemente transformará más la forma de interactuar de los negocios con sus grupos de interés, mientras que la urbanización queda en más del 30%, indicó la firma mundial en un comunicado.

La tecnología puede reducir costos e incrementar la efi-

SAMPLING
GROUP

TODO EVOLUCIONA

Evolucionamos el negocio. Evolucionamos la tecnología. Evolucionamos los materiales.
Descubrimos una nueva mirada en packaging y monodosis para que tu producto también evolucione.
Sampling Group. Industria y diseño Argentino.

LA IMAGEN DE TU PRODUCTO, ES TU PRODUCTO



ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



Sebastián Gaboto 4728
B1605BKDJ Munro, Bs. As. Argentina
+54 11 5263 9140 - info@sampling-group.com
sampling-group.com



SAMPLING GROUP
MONODOSIS ORIGINAL PACKAGING



Aumentará la cantidad de robots industriales en tres años

ciencia y la robótica puede auxiliar a las empresas a optimizar su capital social y sus reservas crecientes. Esto, a su vez, podría crear una mayor demanda de formas tradicionales de financiamiento, como almacenes o maquinaria. Los precios de bienes y servicios también podrían caer, o crecer más lento, si los negocios trasladan a los consumidores estas ganancias en la productividad a través de precios más bajos, lo que deberían hacer en tanto los mercados sean competitivos.

De esta forma, "se espera que la tecnología que complementa al trabajo tenga menores efectos adversos en los empleos que aquella que desplaza la actividad laboral. En muchos sectores de servicios al consumidor, por ejemplo, donde el cuidado y contacto humanos son de gran importancia, el alcance de los robots para reemplazar a los humanos es menor, al menos por el momento", opinó el economista Barret Kupelian, sobre el impacto que tendría en los empleos un aumento en el cambio tecnológico.

En lo que respecta a otras áreas, la automatización podría

representar más que un peligro para los empleos. Desde un 47% de los empleos actuales en riesgo en Estados Unidos en las próximas dos décadas, según Frey y Osborne (2013), hasta un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) que coloca ese porcentaje en sólo 9%. Las tecnologías digitales también crean nuevos puestos de trabajo, por lo que, de ninguna manera, el efecto es tan negativo.

Kupelian expresó que los avances tecnológicos son una fuerza disruptiva para los negocios y los trabajadores. Pero para aquellos negocios que se adapten lo más rápido posible a las nuevas tecnologías, y para los trabajadores que posean características que las máquinas no tengan actualmente, como creatividad y empatía, las mejoras en la tecnología podrían ofrecerles ganancias sustanciales.

En cuanto a si los hogares están experimentando los beneficios de la recuperación económica, el informe indica que también han visto al gasto doméstico por persona en el G7 como medida de recuperación desde la crisis económica global, la cual no ha ido a la par de la del Producto Interno Bruto (PIB) real en la mayoría de las 12 economías avanzadas que se consideraron, entre ellas la de Irlanda, Canadá, Alemania, España, Italia y Grecia.

Esta medición pinta un escenario menos optimista de la recuperación posrecesión para la persona promedio y presenta un desafío para los negocios centrados en bienes y servicios de consumo, ya que sus ingresos son más sensibles a los patrones de consumo en los hogares. "Esto enfatiza el punto de que algunos negocios deberían ver más allá de las tendencias del PIB al realizar sus proyecciones de ingresos", finalizó Barret Kupelian.



30 años

creando
diseñando
desarrollando
fabricando

para la industria



embolsado



pesaje

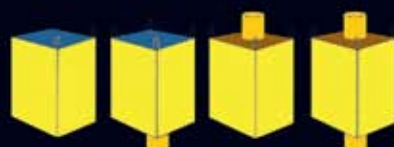


transporte

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

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.



Calidad, diseño y desarrollo: estuches de cartulina / Nicolás Segovia

(En *Cosmética*. Vol. 30, no. 1 [89], 2015)

El artículo describe el proceso de fabricación, desarrollo y control de calidad de los envases de cartulina, hoy usados en la protección y presentación para el consumo de una gran variedad de productos cosméticos, cuya secuencia se inicia en el árbol como fuente principal de obtención de materia prima, sigue con el proceso de descortezado, separación de fibras, depuración, lavado y blanqueo para la obtención de la pulpa o pasta celulósica, para terminar con la formación del papel en fardos o bobinas. La nota concluye con la caracterización de las cartulinas y la conformación del estuche a través del proceso de troquelado por medio de un troquel o sacabocado con la forma deseada.



Envase, empaque y embalaje : ¿cuándo usar cada término? / por José Antonio Rodríguez Tarango

(En *Argentina Gráfica Cromática*. Año 79, no. 436, mar. 2016)

El artículo expone los diferentes criterios utilizados para definir el alcance de los tres términos, a los cuales podría tomárselos como sinónimos, ya que cada uno es utilizado según las peculiaridades del país de habla castellana en el que se lo emplee. Sin embargo, según el Instituto Mexicano de Profesionales en Envase y Embalaje cada palabra está definiendo un significado que, aunque similar, tiene diferencias precisas con las otras, distinción que también observan la norma mexicana NOM-EE-148-1982 y el glosario de términos de envase y embalaje de Naciones Unidas editado en 1997 y redactado en inglés, francés, árabe y español.



Roadmap to longer shelf life / by Nikita Geldenhuys

(En *Food Review*. Vol. 43, no. 7, July 2016)

El artículo describe las últimas innovaciones en tecnologías de empaque bajo atmósfera modificada a las que tienen acceso los productores sudafricanos de alimentos, desde los sustratos de alto rendimiento hasta las combinaciones de gases fabricados a la medida del cliente, a través de un rango de soluciones desarrolladas por la empresa Cryovac® con sellos y envolturas para envases reducidos en oxígeno, así como las tecnologías de secuestro de oxígeno incorporadas en el sustrato.

Se describen también las soluciones ofrecidas por la empresa danesa Dansensor que auxilia a los procesadores sudafricanos de alimentos con equipos que miden continuamente el contenido de gas del envase antes de su sellado.

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

de interés

www.flexpack.org

www.flexpack.org es el portal de la Flexible Packaging Association, organización estadounidense de fabricantes de envases flexibles y proveedores de material o equipamiento para la industria. Desde su fundación en 1951, la asociación ha presenciado el enorme crecimiento del sector, con miembros que incluyen a pequeños, medianos y grandes convertidores y proveedores, que representan el 70% del valor agregado de la industria de los envases flexibles. El sitio cuenta con varias secciones como calendario de eventos, guía de compradores, información sobre convertidores para la industria de instrumental médico (CMPC), biblioteca virtual de acceso restringido, artículos de la Flexible Packaging Magazine y una sección de oportunidades laborales para profesionales y técnicos del sector. Otras columnas dedican espacio a cuestiones vinculadas con la membresía, programas de la asociación, información del mercado de envases flexibles, ventajas del sector y sus vínculos con los envases sostenibles.



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

Belleza y packaging de la mano en los Pentawards 2016

El jurado internacional de Pentawards, el concurso mundial más importante dedicado exclusivamente al diseño de packaging y presidido por Gérard Caron, anunció sus ganadores de 2016.



En la ceremonia de entrega de los Pentawards, la competición más prestigiosa del mundo dedicada exclusivamente al diseño de packaging, en la que participaron más de 250 diseñadores y responsables de marca procedentes de 24 países, quedó demostrado una vez más que el futuro ya está aquí y tiene forma de botella, estuche o lata. Las más bellas, transgresoras e innovadoras creaciones se dieron cita en una ceremonia celebrada en el hotel Hyatt on the Bund, Shanghai, el pasado mes de septiembre.

En esta edición, que coincidía con el 10 aniversario de los premios Pentawards, el prestigioso Diamond Pentaward 2016, que reconoce al "Best of the Show", fue adjudicado a la agencia londinense Jones Knowles Ritchie, por el diseño de las nuevas cajas de pizza para entrega a domicilio de la conocida pizza Domino.

"Best of the Show"

Con el tiempo, la caja de pizza de Domino se había convertido en una caja con datos genéricos, que ya había perdido impacto entre sus consumidores, mientras que la marca había quedado relegada a una pequeña firma. El rediseño de sus cajas de entrega en el Reino Unido le permitiría convertirse de nuevo en un producto definitivo, lo que significa asumir un enfoque audaz y sencillo para reemplazar el desorden en las cajas y centrarse, en su lugar, sólo en el distintivo logotipo de dos colores de la marca.

Dado que el 96% de todas las pizzas de Domino se venden en pares, la oferta de pizza combo de la marca se utilizó como base para el nuevo diseño, con una caja de color rojo y otra azul. El resultado? Una invitación abierta para compartir y divertir, como diciendo "no pida una pizza, pida Domino".

Sake Imayotsukasa

Lo mejor de la categoría Bebidas

Agencia/Estudio: Bullet

País: Japón

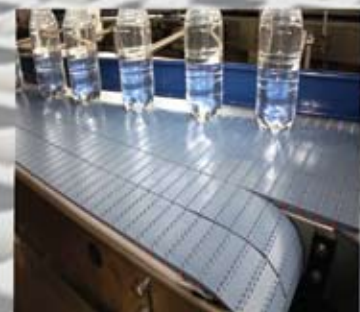
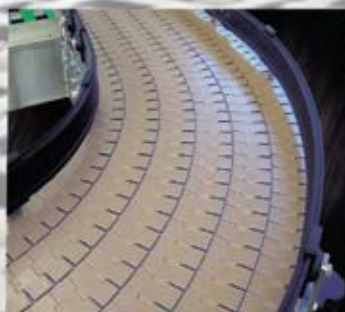
El platino en Bebidas fue para la excelente botella de Sake Imayotsukasa creado por la agencia japonesa Bullet. El proyecto se basa en el color rojo de la carpa, un pez ornamental famoso y símbolo de Japón, que ha sido criado durante décadas en la misma prefectura de Niigata donde se fabrica este sake nishikigoi. Considerada una joya viviente, la carpa tiene bellos patrones de color rojo sobre un cuerpo blanco, esquema que ha sido adoptado en el diseño de la botella, donde el rojo se imprime directamente sobre la botella blanca. La caja exterior cuenta con una ventana en la forma de un pez. La combinación de blanco, rojo y oro ofrece una impresión de lujo que lo convierte en un excelente regalo, además de destacar respecto a otras marcas de sake en los mercados japonés e internacional.



**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

Belleza y packaging en los Pentawards 2016



Man Cave Meats

Lo mejor de la categoría Alimentos

Agencia/Estudio: CBX

País: Estados Unidos

CBX EE.UU. se alzó con este premio por los packs para las diferentes líneas de carnes de la marca Man Cave Meats. Los fundadores de Man Cave Meats, el arte en las carnes, Nick y Josh Beste, eran estudiantes universitarios cuando lanzaron su negocio, exitoso por las combinaciones de sabores innovadores con un enfoque obsesivo en la calidad.

Pasar de una parada en los mercados de alimentos de granja de Minneapolis a vender en tiendas y supermercados requirió la creación de un diseño de envases para Man Cave Meats.

Calcetines BIC

Lo mejor de la categoría Body

Agencia/Estudio: Mousegraphics

País: Grecia

La serie de packs para las medias BIC, concebidos por la agencia Mousegraphics (Grecia), mereció esta distinción. BIC es una empresa con una fuerte marca, conocida en todo el mundo. La idea de un packaging fresco trae una serie de productos BIC unidos entre sí por el uso de un concepto inte-

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





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

Belleza y packaging en los Pentawards 2016



ligente pero simple y sus variaciones: si son medias de vestir, unos zapatos deben completar el proceso, entonces las medias a la venta en la estantería también pueden "verse vestidos" en zapatos de una manera lúdica que llama la atención inmediatamente.

Argos "Simple Value"

Lo mejor de la categoría Otros Mercados

Agencia/Estudio: The Partners

País: Reino Unido

La agencia británica The Partners creó una amplia gama de diseños de packaging para los múltiples accesorios del hogar de Argos "Simple Value". Argos es un minorista digital líder en el Reino Unido, con 33.000 productos, 53.000 líneas, 130 millones de clientes y 840 tiendas en el Reino Unido.

Consistente en 140 artículos básicos en el hogar, la gama Argos "Simple Value" ofrece una buena calidad a precios económicos. Fue esta combinación de simplicidad con valor lo que condujo a su nombre, y el envase también es un reflejo de ello, por el hecho de que estos productos hablan por sí mismos.





Chivas Regal, The Icon

Lo mejor de la categoría Luxury

Agencia/Estudio: Coley Porter Bell

País: Reino Unido

Coley Porter Bell obtuvo el platino en la categoría Lujo por la excelente botella "The Icon" y su caja, de Chivas Regal (Grupo Pernod Ricard). Chivas Regal está considerado como el primer whisky de lujo del mundo.

Fue el primer Scotch en ser exportado al resto del mundo en 1909 y se convirtió en el whisky icónico de su tiempo, aplaudido por la élite mundial.

Coley Porter Bell se encargó de desarrollar el posicionamiento, identidad visual y packaging para un nuevo producto de ultra-prestigio que serviría para mejorar las credenciales de lujo de Chivas Regal.

El diseño rinde homenaje al ilustre pasado de la marca -la botella de cristal verde-, pero también los toques de rojo en todo el envase, la referencia a la nave insignia y la caja de presentación, que rinden homenaje a la botella verde icónica de 1909.

Más información:

www.pentawards.org

La ceremonia de entrega de los Pentawards 2017 se celebrará en Barcelona, en fecha todavía por determinar.

Las inscripciones para los 11° Pentawards estarán abiertas del 20 de febrero hasta el 7 de abril de 2017.

Trade Service
sociedad anónima

SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO DE MERCADERÍAS

www.tradeservice.com.ar

- Etiquetado Termocontraible • Etiquetado autoadhesivo
- Pack Termocontraible • Gift Pack - On Pack - Bandeado
- Acondicionamiento de Producto • Promociones

Planta Industrial: Chile 1336 - B1868CDB Valentín Alsina
Bs. As. - Argentina
Tel: 011-4209-3007 / Fax: 011-4218-0751
info@tradeservice.com.ar



DuPont invita a los innovadores de empaques para que inscriban sus casos de éxito y compitan en el Premio DuPont para Innovación en Empaques 2017. Las inscripciones serán aceptadas hasta el 10 de febrero de 2017. Para conocer los detalles y descargar el formulario de inscripciones, visite packagingawards.dupont.mx.

DuPont Packaging abre inscripciones para el Premio DuPont para Innovación en Empaques

Este reconocido programa distingue las empresas que respondan a los deseos mundiales por mejorar en la experiencia del usuario tanto en el producto como en la sostenibilidad. "Siendo la competición mundial más tradicional de la industria, con jurado independiente, el Premio DuPont para Innovación en Empaques contribuye para que innovaciones notables alcancen validación y reconocimiento", comenta Dale Outhous, vicepresidente Copolímeros de Etileno, DuPont Materiales. "Nuestro panel global de jueces agrega su expertise en empaques y perspectivas diversas para ayudarnos a honrar verdaderamente las innovaciones de empaques que cambian la dinámica de la industria mundial".

La participación no tiene costo y no se requiere el uso de productos de DuPont en la estructura del empaque. Los jueces evaluarán la excelencia en las áreas de avance tecnológico, empaque responsable y experiencia mejorada del usuario. Los ganadores se unirán al selecto grupo de líderes de la industria y serán revelados en mayo de 2017.

Al reunir los mayores innovadores en empaques a lo largo de tres décadas, los premios fomentarán una colaboración verdaderamente mundial y la generosidad de espíritu, ayudando a catalizar la innovación en toda la cadena de valor, desde la reducción en la fuente hasta la eficiencia de la producción y la educación del consumidor. Citando el valor de proceso de submisión para innovadores de empaques, Marianne Rosner Klimchuk, jurado en 2016, presidente asociada del Instituto de Tecnología de Moda, explicó: "Ésta es una oportunidad para contestar preguntas importantes, el momento de observar criterios, mirar hacia sí mismo y tener la oportunidad de compartir las innovaciones."

DuPont Materiales de Desempeño (DPM, por sus siglas en inglés) es líder en innovación en termoplásticos, elastómeros, polímeros de origen renovable, piezas y formas de alto desempeño, así como resinas que actúan como adhesivos, sellantes y modificadores. DPM ofrece el soporte de una red global de especialistas en desarrollo conectando aplicaciones regionales que trabajan con clientes en toda la cadena de valor para desarrollar soluciones innovadoras para la industria automotora, empaques, construcción, bienes de consumo, electricidad/electrónica y otras. Desde 1802, DuPont ha aportado a los mercados globales ciencia e ingeniería de clase mundial mediante la innovación de sus productos, materiales y servicios.

www.dupont.com

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

El mercado de etiquetas:

grandes oportunidades ligadas a la transformación digital

Por Antonio Ramírez, director de Marketing de Konica Minolta Business Solutions Spain

► **Konica Minolta destaca algunas de las novedades que llegarán a las etiquetas con la transformación digital de los negocios. En los próximos años no será raro disponer en ellas de mayor seguridad y cantidad de información, así como una mejora de la experiencia de usuario que cada vez más demandan los consumidores.**

El mercado de las etiquetas crece

En la transformación digital de los negocios y de los hábitos de compra y venta, mucho tiene que decir la etiqueta. Un mercado que movió más de 35.700 millones de dólares en 2015 y que baraja una estimación de crecimiento anual del 6% hasta el año 2019. Se imprimen más de 960 mil millones de etiquetas cada año en todo el mundo y las previsiones cuentan con llegar a los 1,5 billones anuales en sólo tres años.

La etiqueta es la mejor puerta de entrada a la realidad aumentada. Permite enseñar más información al consumidor. Unos datos que no están directamente impresos, que pueden actualizarse en tiempo real y que ayudan a fidelizar, interactuar o decidir la compra. La etiqueta ya puede acompañarse de videos, música, chat, videoconferencias, mensajes, descuentos y todo lo que la imaginación permita.

La etiqueta también ha cambiado el hábito de compra de los consumidores. Con la aplicación móvil adecuada puede hacerse showroaming por tiendas físicas, escanear etiquetas y, con un solo click, comprar el producto al precio más bajo posible en cualquier parte del mundo y recibirlo en casa en menos de 24 horas.

Legislación y falsificaciones

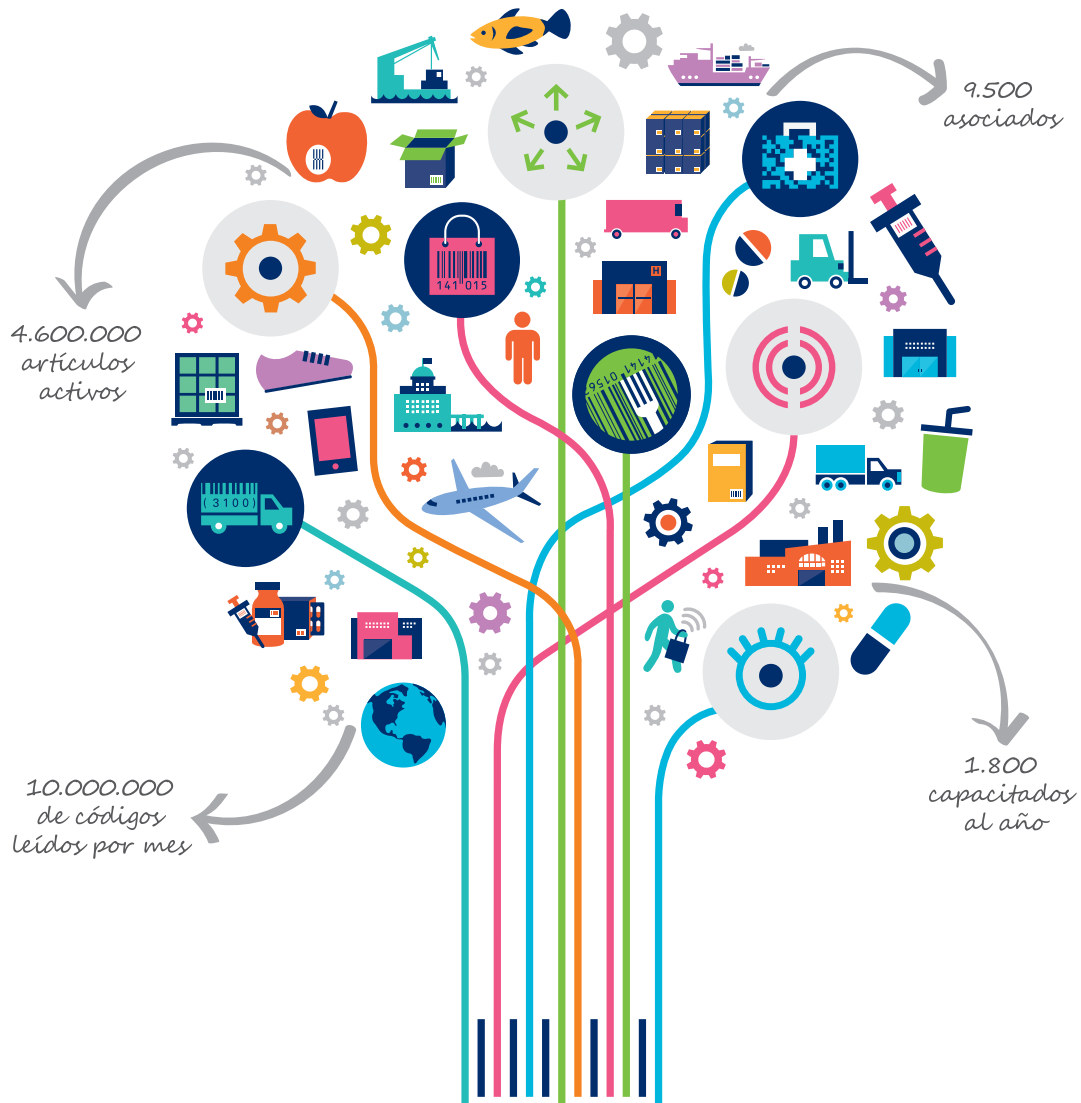
La legislación y trazabilidad del producto son cada vez más importantes tanto para los consumidores como para los gobiernos y los propios fabricantes. Una etiqueta no se puede cambiar una vez impresa pero, si se une la tecnología digital de un código QR, un chip, un escaneo inteligente o un sensor, la etiqueta puede ofrecer en un dispositivo móvil la información más actualizada posible sobre la legalidad, trazabilidad, conservación del ciclo de custodia o incluso la geolocalización del producto desde que salió de la fábrica. Por otro lado, las falsificaciones están a la orden del día y, desde el punto de vista del fabricante, protegerse de ellas es importante. La etiqueta puede tener todo tipo de códigos, formas, halografías o chips de seguridad, que sólo puedan detectarse con la app del fabricante.

Los grandes datos en las etiquetas

Desde el punto de vista del marketing, una etiqueta con sensores o chips permite potenciar el branding del fabricante y la experiencia de usuario del comprador. Por ejemplo, es posible enviar mensajes automáticos a las redes sociales bajo las directrices de la aplicación móvil adecuada. Por otro lado, la tecnología aliada con el big data en las etiquetas permitirá al fabricante conocer al instante muchos datos, como qué producto se compró, las unidades, el precio, la tienda, la localización y mucho más. Un paso más hacia la fabricación bajo demanda y el Business Intelligence.

Fuente: *interempresas*





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.



ABC de la laminación de envases flexibles

Los sistemas de laminación pueden ser clasificados de acuerdo con los materiales y el adhesivo que va a ser utilizado. Dentro de los sistemas más utilizados, y en los que nos enfocaremos en este post, figuran la laminación base solvente y la laminación sin solventes. Estas dos clasificaciones rigen las configuraciones de las máquinas laminadoras utilizadas en cada uno de dichos procesos.

Tipos de laminación y máquinas laminadoras

Una laminadora tradicionalmente está compuesta por las siguientes partes:

Desembobinador primario y secundario de los materiales que van a ser laminados, en el caso de una laminadora dúplex (procesa bilaminados en un paso). Si se trata de una laminadora tríplex (procesa trilaminados en un paso), es decir, serían tres desembobinadores.

Unidad de aplicación de adhesivos

Horno de secado en el caso de laminación con solventes

Rodillos de transferencia

Unidad laminadora

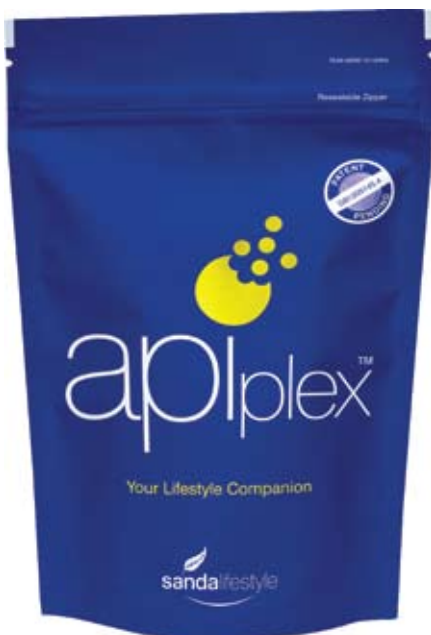
Embobinador

Alineadores de banda

Todas las máquinas laminadoras, al igual que todos los equipos de conversión en la industria de la fabricación de envases flexibles, deben poseer sistemas para el control de tensión, ya sean balancines, celdas de carga, etc. Otras partes importantes son los reguladores de presión, los calentadores y el enfriamiento para los rodillos que lo requieran, pero éste será un tema de más análisis de un próximo post.

Laminación base solvente

En el proceso de laminación base solvente, el adhesivo es aplicado a través de un rodillo grabado y un rodillo presor de caucho, a la cara tratada del sustrato primario. Este conjunto de rodillos se denomina unidad de aplicación.



Una vez que el sustrato primario sale de la unidad de aplicación, entra a un horno de secado, donde se evapora el solvente utilizado. Después de pasar por el horno, el sustrato primario llega al rodillo laminador, donde se une con el sustrato secundario. Este rodillo cuenta con un rodillo precalentado y un presor donde se unen ambos sustratos (NIP de laminación).

Un NIP de laminación es un conjunto de rodillos paralelos que hace presión el uno sobre el otro. Luego los sustratos ya unidos son embobinados nuevamente. Cada una de las partes de la máquina son responsables de controlar las variables críticas del proceso, que repercuten directamente en la calidad del laminado.



Recubrimiento por rodillos de rotograbado y secado

Este sistema consiste en un rodillo con base de cobre y recubrimiento de cromo, el cual ha sido grabado con celdas en forma de pequeñas pirámides truncadas huecas invertidas, unidas por canales en toda su superficie.

Cuando el cilindro rota en una bandeja con adhesivo, éste se deposita en las celdas llenándolas totalmente. El exceso de adhesivo es retirado por completo del rodillo por medio de fricción, a través del elemento mecánico llamado Dr. Blade o cuchilla de barrido.

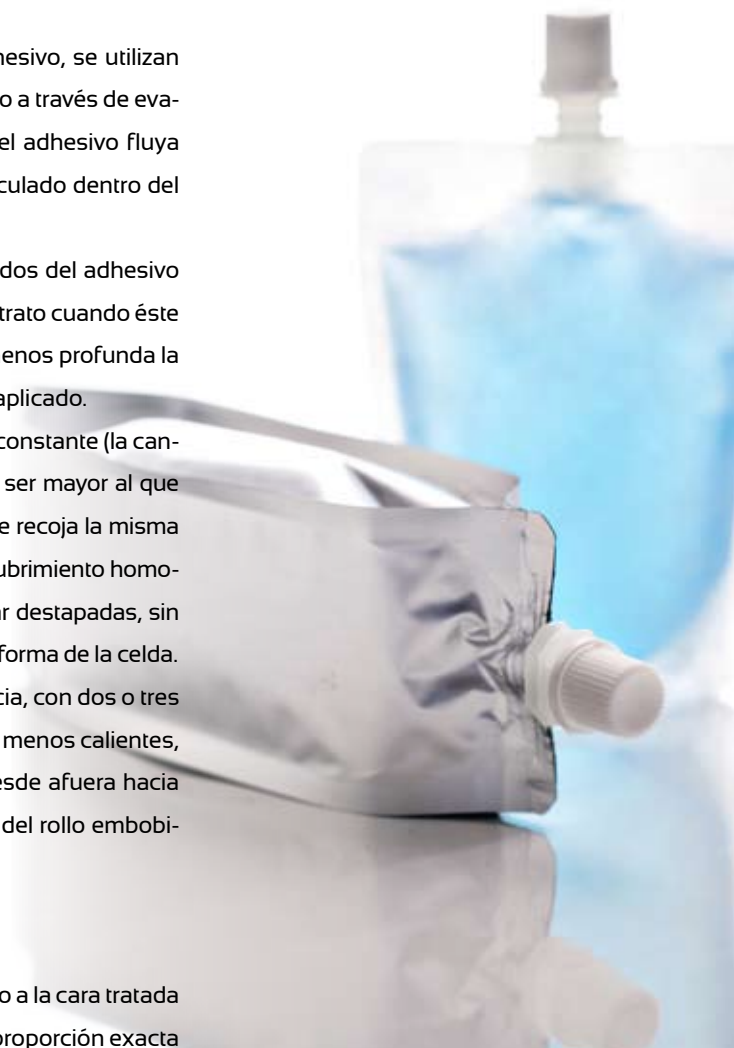
Para disminuir la viscosidad y el porcentaje de sólidos del adhesivo, se utilizan solventes bastante volátiles, los cuales son retirados del sustrato a través de evaporación en un horno con aire caliente. Lo anterior hace que el adhesivo fluya de una forma adecuada para ser recogido por el rodillo, y recirculado dentro del sistema.

El tamaño y profundidad de la celda y el porcentaje (%) de sólidos del adhesivo determinan la cantidad de adhesivo que se depositará en el sustrato cuando éste entre en contacto con el rodillo en la unidad aplicadora. Entre menos profunda la celda y menor la viscosidad, menor es la cantidad de adhesivo aplicado.

La cantidad de adhesivo en la bandeja debe mantener un nivel constante (la cantidad de adhesivo enviado por la bomba desde el tanque debe ser mayor al que sale hacia el tanque), de tal forma que el rodillo grabado siempre recoja la misma cantidad de adhesivo en cada revolución, para garantizar un recubrimiento homogéneo a lo ancho del sustrato. Las celdas del rodillo deben estar destapadas, sin residuos de adhesivo polimerizado y sin golpes para no dañar la forma de la celda. El secado se realiza en un horno de aire caliente y con turbulencia, con dos o tres zonas, dependiendo de la máquina. Las primeras zonas son las menos calientes, y la última la más caliente, para así permitir un secado total desde afuera hacia adentro de la capa del adhesivo, y evitar bloqueos posteriores del rollo embobinado.

Laminación sin solventes (solventless)

En el proceso de laminación sin solvente, el adhesivo es aplicado a la cara tratada del sustrato primario, después de haber sido mezclado en una proporción exacta





ABC de la laminación de envases flexibles

en el dosificador. Esta aplicación se hace a través de un conjunto de rodillos de transferencia lisos precalentados. Estos rodillos transfieren el adhesivo a un rodillo de caucho, que a su vez lo transfiere a un rodillo aplicador liso.

Una vez que el sustrato primario sale de la unidad de aplicación llega al rodillo laminador, donde se une con el sustrato secundario. Esta unidad de laminación cuenta con un rodillo precalentado y un presor que une ambos sustratos. Al finalizar de este proceso los sustratos unidos son embobinados nuevamente.

La adherencia inicial (green tack) de las laminaciones sin solventes es baja comparada con la adherencia inicial de los adhesivos base solvente.

Unidad de aplicación y calentamiento de rodillos

El sistema de rodillos de transferencia consta de un conjunto de rodillos que transfieren cierta cantidad de adhesivo al rodillo aplicador, dependiendo de la distancia que exista entre ellos y de la velocidad a la que gira uno de los rodillos de transferencia. Cuanto mayor sea la distancia entre los rodillos y la velocidad, mayor será la cantidad de adhesivo aplicado al sustrato.

Los rodillos de transferencia y el aplicador tienen un sistema de precalentamiento, normalmente de circulación de agua, que funciona igual que un intercambiador de calor.

Los rodillos son precalentados para disminuir la viscosidad del adhesivo, que no es diluido en ningún tipo de solvente, y así aumentar el tiempo de vida útil (pot life) en los rodillos de transferencia donde está depositado el adhesivo.

En el rodillo aplicador el precalentamiento es utilizado para mejorar la humectación del adhesivo en el sustrato.

El adhesivo aplicado es dosificado a los rodillos de transferencia en una relación exacta de peso y volumen a través de equipos dosificadores que constan de medidores volumétricos o de peso. Esto tiene el propósito de lograr una reacción de polimerización completa entre la resina y el catalizador, y disminuir la posibilidad de que existan excesos de alguno de los dos componentes del adhesivo.

Una vez que el adhesivo sale de los rodillos de transferencia, pasa a un rodillo de caucho, el cual ha sido ajustado a las dimensiones del sustrato (10 mm menos ancho), para transferir al rodillo aplicador el ancho de adhesivo requerido.

Fuente: El empaque + Conversión

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.



IMPACTO
VISUAL

ALTA RESOLUCIÓN
gráfica

COLORES
+ BRILLANTES

LIDER
en
IN etiquetas
MOULD


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.flexipress.com.ar

Packaging: el ingrediente final de los productos ecológicos y naturales

Por Jorge Izquierdo, vicepresidente de desarrollo de mercados de PMMI

A medida que un número cada vez mayor de consumidores preocupados por la salud eliminan los productos químicos de su alimentación, entran en juego los envases.

La presencia de alimentos ecológicos crece a un ritmo rápido en un momento en el que los consumidores buscan productos libres de pesticidas y mínimamente procesados con "etiquetas limpias" libres de aditivos e ingredientes artificiales. A medida que estos consumidores preocupados por su salud prestan más atención a las sustancias que entran en sus organismos y al medio ambiente, también esperan que los envases de los alimentos ecológicos sean totalmente ecológicos para garantizar que no estén consumiendo ningún ingrediente "por error". Preocupados por la posibilidad de que se produzca una transferencia de productos químicos entre el envase y el contenido de los alimentos, e impulsados por una abundancia de fuentes de información (algunas fiables, otras no), algunos consumidores abogan incluso por controles más estrictos sobre determinadas sustancias que pueden encontrarse en los materiales para envases.

Reponiendo los estantes con artículos ecológicos

La venta de alimentos ecológicos está creciendo a una velocidad dos veces mayor que la de los artículos de alimentación convencionales y podría mantener un crecimiento de dos dígitos en los próximos años. La Transparency Market Research establece la presencia en el mercado de alimentos ecológicos a nivel mundial en 105.000 millones de dólares para 2015, un claro aumento con respecto a los 57.000 millones de dólares de 2010. En los Estados Unidos, las ventas de alimentos envasados ecológicos creció un 5% en 2014, alcanzando una cifra de 12.800 millones de

dólares con previsiones de un crecimiento anual del 3% hasta 2019, según un informe de Euromonitor International de 2015. El estudio atribuyó este aumento, al menos en parte, al hecho de que un número mayor de consumidores ve estos artículos como compras de artículos básicos, en especial en el caso de los alimentos para bebés y niños pequeños.

A medida que los artículos ecológicos pasan a formar parte del consumo convencional, los vendedores de comestibles y de otros productos están aumentando su cartera de productos ecológicos. El gigante de los supermercados Kroger informó un crecimiento de dos dígitos en las ventas y de unidades con su línea Simple Truth de alimentos naturales y ecológicos, cuyas ventas ascendieron a los 1.200 millones de dólares en 2014. Target lanzó su marca propia Simply Balanced y prevé contar con más de 250 productos libres de los aditivos que se encuentran habitualmente en los alimentos, el 40% de los cuales serán ecológicos.

Y Walmart está decidida a dar un cambio radical a la categoría de alimentos ecológicos en su totalidad con la introducción de la marca Wild Oats, de la cual es propietaria junto con Yucaipa, con precios al menos un 25% inferiores a los de marcas ecológicas nacionales y parecidos a los precios de artículos de alimentación tradicionales. Euromonitor prevé un impacto potencialmente masivo en el segmento de los alimentos ecológicos a medida que los artículos ecológicos asequibles atraen a los compradores de ingresos medios de Walmart hacia la opción ecológica.

Grandes fabricantes, entre los cuales se incluyen General Mills y Danone, se han introducido en el mercado a través de adquisiciones, mientras que otras empresas y marcas han lanzado extensiones de líneas ecológicas en categorías como la alimentación para bebés y snacks, según indica el informe de Euromonitor.

GUIA del envase 2017



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
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



INSTITUTO ARGENTINO DEL ENVASE

Packaging: el ingrediente final de los productos ecológicos y naturales

Regulación inmediata de los asuntos que preocupan a los consumidores

La creciente preocupación de los consumidores en torno a la presencia de productos químicos en los alimentos está contribuyendo a impulsar el aumento de productos ecológicos y naturales. Al mismo tiempo, los consumidores se pronuncian cada vez más acerca de estos asuntos, lo que lleva a los organismos reguladores y a los responsables del sector a imponer límites en las sustancias que pudieran ser peligrosas.

A medida que las normas internacionales imponen límites y prohibiciones en sustancias como el bisfenol A (BPA), los fabricantes de alimentos naturales y ecológicos han actuado para eliminar las sustancias químicas sospechosas. Si bien ha prohibido la presencia de BPA en los envases y recipientes para bebés y niños pequeños, la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA, por sus siglas en inglés)

de los Estados Unidos ha subrayado que los niveles de exposición a BPA en los materiales en contacto con alimentos (FCM, por sus siglas en inglés) son seguros, y ha publicado informes que sugieren que la exposición de bebés y el feto al producto químico por lo general se produce a un nivel más bajo del que se creía.

No obstante, Estados Unidos no ha sido el primer país en regular la presencia de BPA y otras sustancias químicas en los envases para alimentos. Canadá, China y los Emiratos Árabes Unidos son algunos de los países que prohíben el uso de BPA en los biberones.

A medida que la Unión Europea introduce progresivamente su legislación de 2006 relativa al registro, evaluación, autorización y restricción de sustancias y preparados químicos (REACH), algunos países siguen presionando para la existencia de controles aún más exigentes sobre los disruptores endocrinos.



Nuevo y exclusivo Hotel THERMAL



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 THERMAL en piscinas y habitaciones

Seguinos en:
 **facebook** www.facebook.com/h2otermal

 www.h2otermal.com.ar
 reservas@h2otermal.com.ar

**ESPECIALMENTE DISEÑADA PARA LA INDUSTRIA DEL
CARTON (hasta 600 gr/m2)**



OSLEN S- 1200

Rodeladora (Cortadora Rebobinadora)

Diámetro entrada: 1.500 mm

Diámetro salida: 1.200 mm

Ancho max.: 2.800 mm

Velocidad max.: 800 m/min. (Dependiendo del gramage y del ancho del material)



Packaging: el ingrediente final de los productos ecológicos y naturales

Los fabricantes se vuelven proactivos

Aunque las normas internacionales comienzan a implantarse, el cambio no ha sido instantáneo. Por ejemplo, el BPA sigue estando muy presente en las latas. Una encuesta del Environmental Working Group determinó el año pasado que el 44% de las marcas de alimentos enlatados utilizan revestimientos con BPA en algunos o todos sus productos, el 31% sólo utiliza BPA y el 12% nunca lo utiliza.

No obstante, muchos fabricantes se están adelantando a estas normas realizando ajustes proactivos a sus productos y envases. En un momento en que la demanda de productos ecológicos se encuentra en su momento más álgido, fabricantes de los Estados Unidos se preparan para competir por la fidelidad de los consumidores priorizando sustancias no perjudiciales para el planeta y el organismo. Johnson & Johnson se ha comprometido a eliminar las sustancias químicas como el triclosán y los ftalatos de los productos para bebés y adultos, y Procter & Gamble está eliminando progresivamente el uso de triclosán y dietil ftalato de los productos de limpieza y de cuidado personal, según han comunicado ambas empresas.

Campbell Soup Co. y General Mills indicaron que están eliminando de manera progresiva el uso de BPA en todos los productos enlatados, y GM ha retirado ya dicha sustancia química de la línea Muir Glen de tomates ecológicos enlatados. ConAgra ha anunciado este año que todas las instalaciones en los Estados Unidos y Canadá han comenzado a utilizar latas sin revestimientos con BPA, y H.J. Heinz cuenta ahora con productos libres de BPA, entre los que se incluyen alimentos para bebés y envases para jugos. Walmart y Whole Foods han dejado de vender biberones fabricados con BPA y Trader Joe's ha anunciado que están trabajando para dejar de utilizar por completo la sustancia química.

Cumpliendo las promesas de pureza de la marca

Las marcas de alimentos ecológicos reconocen que los compromisos hacia la salud general incluyen proporcionar un envase que no socave sus promesas de proporcionar artículos ecológicos, naturales y sin productos químicos. Para garantizar que los alimentos de etiqueta limpia y otros artículos lo siguen siendo, muchas de estas empresas están

seleccionando materiales y envases que reducen al mínimo el riesgo de lixiviación química.

Por ejemplo, TrueBee Honey envasa sus productos en frascos de vidrio, lo cual no sólo les confiere un aspecto de gama alta, sino que además los consumidores lo ven como una opción más segura que los envases, asociados habitualmente con los revestimientos químicos. El hecho de que los envases también sean reutilizables atrae a la audiencia objetivo de la marca de individuos eco-conscientes.

Pacific Foods está llevando su compromiso con la sostenibilidad un paso más allá. La empresa con sede en Oregón, dedicada a alimentos libres de aditivos y naturales de origen local y con envases sostenibles, está trabajando para alcanzar el objetivo de residuos cero para el vertedero, mediante la reducción de los residuos de envases contaminados con alimentos de las operaciones. Mediante el uso de material para envases y dispositivos de relleno asépticos de Tetra Pak, Inc., Pacific Foods cuenta con una máquina fabricada especialmente que limpia el material del envase de desecho y lo aplasta para prepararlo para la venta a empresas de reciclaje. Otras empresas están siendo aún más creativas introduciendo en el mercado soluciones de envasado naturales e innovadoras. La tecnología WikiFoods de Quantum Designs envuelve alimentos y bebidas en envases comestibles fabricados con ingredientes naturales. Stonyfield Farm ha desarrollado perlas de yogur helado en envase protector WikiPearl hecho con piel de la fruta y está trabajando con minoristas para ver la manera de venderlas sin envase alguno.

Las empresas pueden remitirse a las normas para obtener directrices sobre las mejores prácticas en cuanto al envasado de alimentos ecológicos ofrecidas por IFOAM (Organics International). Las empresas deberán usar materiales biodegradables para los envases, envases reutilizables y envases reciclables a fin de reducir al mínimo el impacto medioambiental total.

IFOAM indica que el cloruro de polivinilo (PVC) y el aluminio son materiales que deben evitarse, y prohíbe los materiales para envases y los contenedores de almacenamiento que contienen un conservante, fungicida o fumigante sintético. El uso de nanomateriales está prohibido en la producción,



interpack

2017

04 - 10 MAYO

DUSSELDORF - ALEMANIA



Feria Internacional de Máquinas, Materiales y Medios de Embalaje Máquinas para Confitería

Salimos en vuelo a Dusseldorf - Traslado - Alojamiento (7 noches) - Asistencia al Viajero (cortesía)

Precio total por persona en U\$S (Pagadero en pesos al cambio de fecha de emisión)

HOTEL	UBICACIÓN	CATEG.	SINGLE	DOBLE
Tryp by Wyndham Koln City Centre	Colonia a 36 Km	★★★★★	2.515	1.710
Savoy Koln	Colonia a 36 Km	★★★★★	2.375	1.920
Wyndham Duisburger Hof	Duisburg a 28 Km	★★★★★ Sup	3.230	2.095
Helvetia Suites Apartment	Centro de la ciudad	-----	3.365	2.210
Novum an der Koe	Centro de la ciudad	★★★★	3.540	2.315
Novum Madison Hauptbahnhof	Centro de la ciudad	★★★★ Sup	3.715	2.350
Maritim Dusseldorf	Cercano al predio ferial	★★★★★	4.030	2.490
Lindner Dusseldorf Congress	a 5' subte Seestern	★★★★★ Sup	4.485	2.805
Melia Dusseldorf	Centro de la ciudad	★★★★★ Sup	4.975	2.980
Carat <i>(con desayuno)</i>	Centro de la ciudad	★★★★★ Sup	5.185	3.120
Steigenberger Parkhotel	Centro de la ciudad	Lujo	5.920	3.470

Los precios son válidos para la salida del 02.05.17 - **Tarifa aérea hasta agotar las reservas disponibles**

Los precios Incluyen:

- * Pasaje Aéreo (Buenos Aires / Dusseldorf / Buenos Aires)
- * Traslado Aeropuerto / Hotel (solo hoteles en Dusseldorf, salida del 02.05)
- * Alojamiento, 7 noches (base single/doble con impuesto local incluido)
- * Asistencia al viajero (solo aplicable al periodo de este programa) cortesía

NO incluye impuestos:

Imp. Aéreos: Tasas de aerop. e impuestos, cargos combustible ("Q")
 Total aprox.: U\$S 745.-
 Serv. Terrestres: IVA, Gastos administrativos

Reserva y Forma de Pago:

En carácter de reserva pago a cuenta \$ 8.000 por persona
Pago total de servicios terrestres al: 15.03.17

CONSULTE ALTERNATIVA DE PAGO EN CUOTAS



NUESTRO PROGRAMA BASICO ES MODIFICABLE DE ACUERDO A LA SU NECESIDAD

Importante: Cualquier variación en la ruta (destino o fecha de viaje) deberá considerarse como tarifa individual, solicitando la recotización correspondiente.

Consideraciones:

- Ante eventuales fluctuaciones Euro / USA Dólar así como posibles variaciones en las tarifas aéreas (según ley 18.829, 19.918 y decretos reglamentarios), los precios publicados quedan sujetos a cambios sin previo aviso.
- Los importes recibidos en concepto de contratación de servicios en el exterior, serán considerados como pago a cuenta, hasta la facturación y cancelación final de los mismos, fecha en la que se establecerá el tipo de cambio definitivo.

Cancelaciones:

La cancelación deberá ser informada por escrito o e-mail

Al 13.01.17 se retendrá un 50% de la reserva abonada
 Del 16.01.17 al 14.03.17 se retendrán \$ 8.000.- por persona. A partir del 16.03.17 no habrá reembolso alguno.



Cerrito 822 Piso 8 "A" Buenos Aires (1010) - Argentina
 Tel.:(5411) **4813-2929** Rot.
 E-Mail: **ferias@turplata.tur.ar**

Todos nuestros programas de viaje en: **www.turplata.com.ar**

Packaging: el ingrediente final de los productos ecológicos y naturales

procesamiento y envasado de alimentos ecológicos.

Haciendo que la innovación sea accesible

Las marcas que están optando por soluciones no perjudiciales para el planeta pueden recurrir a materiales para envases convencionales y sustancias más novedosas que prometen un impacto mínimo en la salud y en el medio ambiente. Por ejemplo, los bioplásticos limitan o eliminan los ingredientes basados en el petróleo, con lo que contribuyen a emisiones de carbono y al reciclado. Los plásticos PET hechos parcialmente con plantas ya se utilizan en envases de refrescos. Wild Oats es una de las marcas que están utilizando bioplásticos elaborados con ácido poliláctico derivados de fuentes de almidón, como el maíz, que se biodegradan de manera inocua. Incluso las oleorresinas naturales pueden utilizarse en revestimientos de latas como una alternativa a las resinas que contienen BPA; no obstante, debe establecerse su efectividad como sustituto del BPA, que se utiliza para proteger frente al botulismo y evitar que el producto se estropee.

Dado que los consumidores prefieren los envases obtenidos a partir de materiales naturales y elaborados con la cantidad más pequeña posible de sustancias químicas, los productos de papel y los envases creados con fibra de plantas pueden proporcionar opciones favorables. Por ejemplo, Tetra Pak utiliza cartones hechos con materiales renovables en su proceso de llenado aséptico que evita tener que utilizar conservantes y la refrigeración durante el almacenamiento.

Para los alimentos con un alto contenido ácido que pueden afectar a los revestimientos de las latas, los alimentos ecológicos han empezado a utilizar frascos de vidrio. No obstante, el PET (tereftalato de polietileno) y los polietilenos de alta y baja densidad se consideran, en general, plásticos de bajo riesgo. Los fabricantes de vino están evaluando incluso el uso de bolsas de PET como una alternativa potencialmente aceptable al vidrio.

Los nanomateriales están en la avanzada del desarrollo de la tecnología de envasado. Compuestos por partículas con dimensiones minúsculas de nanoescala, los nanomateria-

les prometen ventajas entre las que se incluyen reducción de material, resistencia mejorada con menos peso, barrera mejorada, control de temperatura y acción antimicrobiana activa. Los nanocompuestos se utilizan en la actualidad para reducir al mínimo la fuga de CO₂ en las botellas de bebidas carbonatadas y en depósitos de almacenamiento de alimentos donde las nanopartículas de plata integradas eliminan las bacterias.

Si bien las posibles aplicaciones podrían solucionar un sinnúmero de desafíos en el envasado de alimentos, se conoce poco acerca de su seguridad, y preocupa que las partículas de pequeño tamaño puedan penetrar con mayor facilidad y a mayor profundidad en el organismo y permanecer durante más tiempo en el medio ambiente. La FDA recomienda que las empresas consulten a la agencia antes de proceder a la comercialización de sus productos con nanomateriales, lo cual podría requerir una revisión de seguridad individualizada.

En un momento en el que los fabricantes afirman que sus productos están libres de BPA, grupos de consumidores dicen que los materiales sintéticos que se plantean como posibles alternativas no se han estudiado en profundidad. Se ha propuesto el cloruro de polivinilo (PVC) como posible sustituto del BPA, pero voces críticas señalan que el PVC es un plástico que desprende ftalato vinculado con diversos efectos adversos para la salud. Algunos fabricantes están sustituyendo el BPA por su pariente químico bisfenol S (BPS): han demostrado estudios, como un artículo reciente de la Universidad de Texas, que actúa a dosis bajas como disruptor endocrino de manera similar al BPA.

Jorge Izquierdo es vicepresidente de desarrollo de mercados de PMMI, la Asociación para Tecnologías de Procesamiento y Embalaje de EE.UU. y entidad organizadora de PACK EXPO International 2016.

Más información:
www.packexpointernational.com

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

2017

ENERO ENERO



■ UPAKOVKA 2017

24 al 27 de enero
Expocentr Krasnaya Presnya
Organizador: Messe Düsseldorf
GmbH
Moscú (Rusia)



■ PRINTPACK INDIA 2017

4 al 8 de febrero
Pragati Maidan
Nueva Delhi (India)



■ GRAPHISPAG

Impresión y gráfica Packaging
Edición Tecnología multimedia
21 al 24 de marzo
Fira Barcelona, Gran Via
Av. Joan Carles I, 64,
Barcelona (España)

FEBRERO FEBRERO



■ PHARMAPACK EUROPE 2017

1 al 2 de febrero
Paris Porte de Versailles 1,
Place de la Porte de Versailles,
Paris (Francia)

MARZO MARZO



■ PACK EXPO EAST 2017

27 de febrero al 1 de marzo
Pennsylvania Convention Center II01
Arch Street Philadelphia, PA 19107,
Filadelfia (Estados Unidos)

ABRIL ABRIL



■ PACKAGING INNOVATIONS 2017

4 al 5 de abril
Varsovia (Polonia)

2017



■ **SINOCORRUGATED 2017**

11 al 14 de abril

Guangdong Modern International
Exhibition Center
GDMIEC Furniture Road Houjie
Dongguan, Guangdong,
Dongguan (China)

MAYO
MAYO



■ **INTERPACK 2017**

4 al 10 de mayo

Messe Düsseldorf Stockumer
Kirchstr. 61 D-40474 Düsseldorf,
Düsseldorf (Alemania)



■ **LUXE PACK - NEW YORK 2017**

10 al 11 de mayo

Piers 92/94 711 12th Ave.
Nueva York (Estados Unidos)

JUNIO
JUNIO



■ **EXPO PACK 2017**

13 al 15 de junio

Centro Banamex
Av. Conscripto 311
Guadalajara (México)



■ **PROPAK ASIA 2017**

14 al 17 de junio

BITEC Bangkok International
Trade & Exhibition Centre Thailand,
Bangkok (Tailandia)



■ **FISPAL TECNOLOGIA 2017**

27 al 30 de junio

Sao Paulo Expo
Sao Paulo (Brasil)

Nesquik Internacional



Nesquik es el chocolate en polvo instantáneo marca Nestlé que ha reemplazado su identidad.

Nesquik es una marca de productos fabricados por Nestlé. En 1948, Nestlé lanzó una mezcla para la leche con sabor a chocolate llamada Nestlé Quik. Esta fue lanzada en Europa durante los años 50 como Nesquik.

Desde 1999, la marca ha sido conocida como Nesquik en todo el mundo. Recientemente, la conocida agencia FutureBrand ha rediseñado la marca Nesquik y el cambio incluye nuevo logotipo y empaque, bajo la premisa de no destruir la imagen global de su tipografía en el logo y su aspecto más animado.

Un logo que mantiene la herencia de su versión anterior, pero ahora presenta una tipografía más redonda, con un espacio blanco mayor en el fondo, y un degradado en azul en las letras, además la palabra Nestlé es ahora de color azul y no rojo.

No sólo se trata de un cambio en el logo y empaque. El famoso conejo de Nesquik ha sido rediseñado por los profesionales de FutureBrand y McCann en una versión quizás más realista, más detallada: ahora posee pelo, y muestra detalles de brillos por todo su cuerpo. Un dato curioso es que para intentar atraer a un público de niños de entre 6-11 años, en algunos empaques la marca utilizó al ornitorrinco Perry de la serie Phineas y Ferb para vender sus productos.

El empaque también es un poco más limpio, con mayor espacio para colocar elementos de nutrición como vitaminas, y el conejo se ve con mayor claridad: en su anterior versión las orejas se colocaban debajo del logo.

Análisis del logo

Manteniendo la herencia del logo anterior, podemos ver que la colocación de los elementos es prácticamente la misma, pero la fuente tipográfica es distinta, ahora es manuscrita, y podemos ver como se fusionan la "ES" y la palabra "Quik", además aumenta el fondo de color blanco, y toda la fuente se acopla con un degradado de color azul. El resultado es un logo mucho más legible y reconocible que posee el legado de su versión anterior.

Jean Paul Gaultier / Sgd-Brosse-Crownl

Nuevas essences



Las nuevas Essences de Parfum de Jean Paul Gaultier se visten con frascos diseñados por BloomRoom Studio, con vidrio fabricado por SGD y Brosse, en un packaging producido por Crown.

Classique Essence de Parfum, amaderada floral oriental, tiene un pecho menos voluptuoso y una cadera más pronunciada; Le Mâle Essence de Parfum, muestra una esencia cuero amaderada oriental, con mayor amplitud de espalda y una silueta más fina pero firme.

Los bustos se han modificado para reforzar la percepción premium: las curvas se han afilado y el vidrio es más grueso. El dorado de las latas se suaviza hasta adquirir un tono casi carnal.

Star (Borges Branded Foods) / Columna

Estados Unidos

La marca de aceite de oliva Star de Borges Branded Foods ha presentado en EE.UU. una colección de tres latas de edición limitada, con el fin de conmemorar su origen e historia.

La idea de la colección fue crear tres diseños diferenciales inspirados en la iconografía, imagen y tipografías de principios del siglo XX, cuando los fundadores de la empresa, los hermanos Guirlani, iniciaron la importación y distribución en San Francisco del aceite de oliva de Lucca (origen: Italia).

Columna, en colaboración con el equipo de BBF, ha recuperado y reinterpretado los elementos visuales identificativos, asociados a la marca, creando una identidad de época, expresada en términos contemporáneos, con una identidad visual propia, que refleja la calidad del aceite extra virgen de Star.

Para conseguirlo, se llevó a cabo un estudio iconográfico y un análisis de los diseños originales, ricos en imágenes Art Decó, incluyendo indianas e ilustraciones de los años 30.





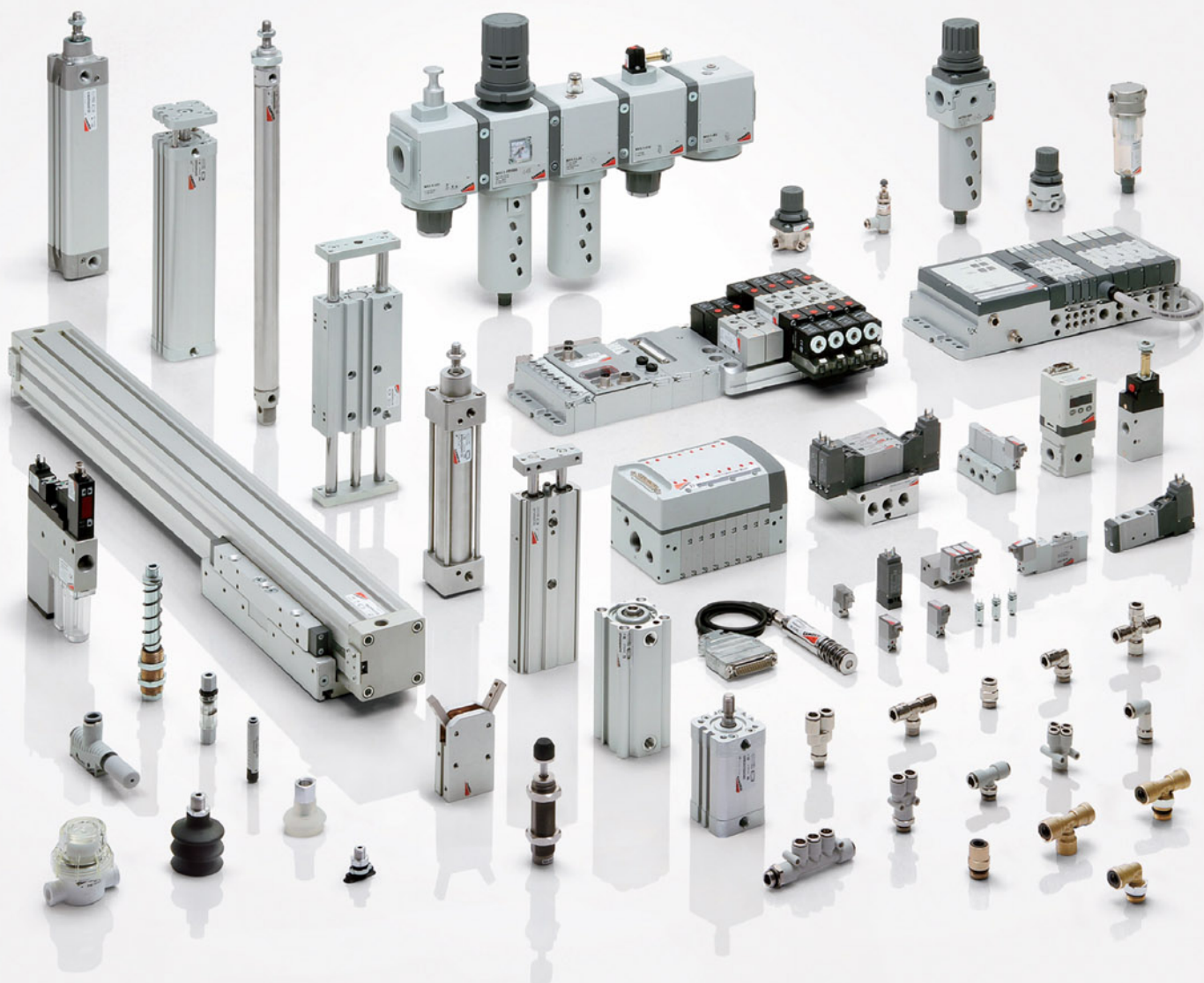
www.packaging.com.ar/revistaiae

Índice de Anunciantes

Amcor PET Packaging de Argentina S.A.....R/T	Guía del Envasepág. 53
Bligraf.....pág. 45	Henkel S.A.pág. 5
Bolsapel S.A.pág. 37	H2O Termalpág. 54
Bonamicopág. 35	Interpack 2017pág. 17
Camozzi Neumática S.A.RCT	Los Ases Ketten S.A.pág. 39
Cotnyl S.A.pág. 31	Merck S.A.....pág. 40
De-Ra S.A.pág. 23	Ricardo Wagner S.A.pág. 59
Ducanpack S.R.L.....pág. 41/55	Sampling Group S.A.pág. 33
Envase/Alimentek/Farmatek 2017.....pág. 9	Smurfit Kappa de Argentina S.A.pág. 25
E-magen S.A.....CT	Turplatapág. 57
Fleximpress S.R.L.....pág. 51	Trade Service.....pág. 43
Fotograbados Longo S.A.pág. 29	Webpickingpág. 30
GSIpág. 47	

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 e-mail: instituto@envase.org
Esta revista ha sido impresa en los talleres de Galt S.A.
Ayolas 494, Buenos Aires, Argentina.
Tel.: (54-11) 4303-3723 www.galtprinting.com
Arte y diagramación: Gabriela Espector/Veintiuno Ce Creativos
Tel.: (54-11) 4783-6056 e-mail: gabiespector@yahoo.com.ar

... el aire que evoluciona al mundo



NUESTROS PRODUCTOS

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





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

desarrollo@flexoemagen.com.ar

Terrero 2102 (C1416BMV) CABA (Argentina)

Tel.: (54 11) 4588-3740 (Líneas Rotativas)