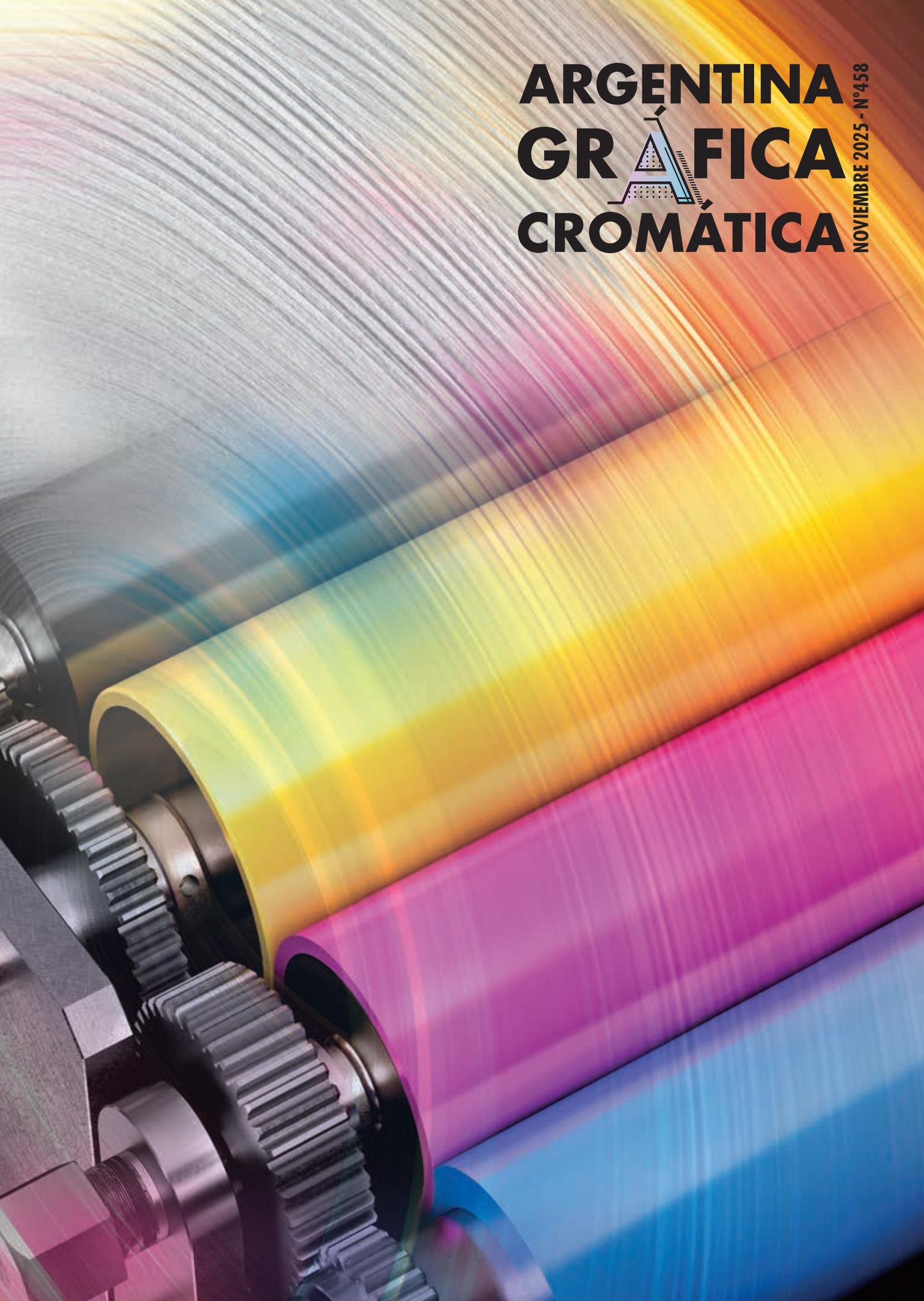


ARGENTINA GRÁFICA CROMÁTICA

NOVIEMBRE 2025 - N° 458



SOLUCIONES ECOLÓGICAS PARA PREPrensa FLEJO

MAGIS ECO 240 MAGIS ECO 300



Soluciones para preprensa flexográfica de banda angosta y media, diseñadas para satisfacer las más altas exigencias de calidad.

ECO3 ofrece un sistema completo de preprensa para flexografía, desde la edición del arte del diseñador y la mejora de la calidad de la imagen, hasta planchas flexográficas de base agua listas para imprimir con la más alta calidad.

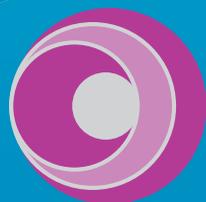
Nuestra amplia gama de soluciones y servicios nos convierte en el socio preferido para la preprensa interna y la fabricación de planchas para flexografía de banda angosta y media.

Con nuestra red global de ventas y servicios, garantizamos soporte local y tiempos de respuesta rápidos para nuestros clientes en todo el mundo.

**YOU
PRINT.
WE
CARE.**

Servicio y calidad Garantizada.

HEIDELBERG
Speedmaster



4colores.a.
industria gráfica

Santa Elena 948 - C.A.B.A.

Tel. 3221-4472 / 6091-3469

presupuestos@impresa4colores.com

www.4coloresindustriagrafica.com

Como en cada año compartimos



FAIGA *CENA ANUAL*

una noche de sueños y emociones



DE CAMARADERÍA 2025

Nuestros Anunciantes

4 COLORES

BAUTEC

CENTERBRIL

DB DISTRIBUIDORA

ECO3

FUNDACIÓN GUTENBERG

HAGRAF

ISD MORAS

MARTIN CAVA

PEDRO WEINSTOCK Y CIA SA

PEREZ TRADING

SIGMA COLOR

SUN CHEMICAL

ARGENTINA GRÁFICA CROMÁTICA SUMARIO

8 Editorial FAIGA

14 Tendencias globales 2030



20 Limpieza óptima de mantillas

24 Descartonado de pliegos offset

28 IA para la industria gráfica



32 ¿Qué se busca en una impresora offset?

38 Energía solar en la industria

44 Datos y conceptos del reciclaje de papel





50 Nueva cartulina con fibras recicladas

78 Ventajas de las planchas sin procesado

52 Integración de Suzano con Kimberly-Clark

82 Inversión financiera en tiempos de volatilidad

56 Las cuatro caras de la sustentabilidad



86 Consejos para expandir su planta

90 Valor DB: Diversidad y personalización

62 75 años del Grupo HZ

94 Perspectivas de la Conferencia de la OIT

68 Sustrato monomaterial para packaging



72 Formar hoy los profesionales del mañana

100 Apuesta al desarrollo de packaging sustentable

76 Recubrimientos de barrera funcionales

104 Alianza comercial Polo Films - Innova

Ramón Falcón 1657/59
C1406GNG Buenos Aires
Tel.: (54-11) 4631-5120
e-mail: contacto@faiga.com
http://www.faiga.com

AUTORIDADES DE FAIGA

Presidente

Juan Carlos Sacco

Vicepresidente 1º

Marcelo Recio

Vicepresidente 2º

Santiago Rossetti Messina

Secretario

Anselmo Morvillo

Tesorero

Alejo Rastellino

EDITOR-PROPIETARIO

FAIGA

Director

Julio Sanseverino

Anselmo Morvillo

Consejo Editorial

Rubén Corrales

Publicidad

Tel.: 4631-5120 y rotativas

Coordinación

Jorge E. Devito - Gerente

Redacción

Cristian Duplaga

Arte y Diseño

Jorge Barros

Rafael Clariana

Impresión Tapa e Interior

4 Colores

Laminado y Laqueado

Centerbril

Papel Tapa:

Papel Ilustración 65x95 250g/m²
BRILLO - Provisto por Perez Trading

Papel Interior:

Papel Ilustración 72x102 115g/m²
MATE - Provisto por Perez Trading

Reg. Propiedad Intelectual Nº 039657

ISSN - Nº 0004-105X

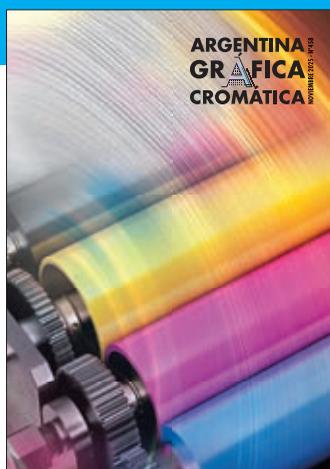
Publicación asociada al Instituto
Verificador de Circulaciones (IVC).

Argentina Gráfica Cromática fue
galardonada por la Asociación de la Prensa
Técnica Argentina (APTA) con el premio
Antonio Rizzuto en los años 1973, 1988,
1999, 2005, 2010, 2011, 2012, 2016.

Nuestra Tapa

*Tecnología, tinta y
sustrato son la base de
nuestro oficio.*

*Orgullosos de nuestras
raíces, abrazamos
nuestro futuro
con innovación y
determinación.*





EDITORIAL

EDITORIAL

Más que imprimir: una industria que sabe



En un país donde lo único estable es la inestabilidad, sobrevivir en la industria es como jugar en primera división: tenés que tener gambeta para esquivar los vaivenes económicos, temple para aguantar los golpes y visión para cambiar el juego cuando sea necesario. En eso, los industriales gráficos argentinos, lejos de quedarnos mirando, demostramos una capacidad de adaptación tremenda. Ahora, con los resultados de octubre sobre la mesa, comienza un nuevo partido.

Pero además, en los últimos años los cambios tecnológicos se aceleraron exponencialmente. Nuestra respuesta fue adoptar cada nueva tecnología. Incorporamos gestión digital, nos reconvertimos y aprendimos a convivir con lo virtual, pero sin perder nuestra esencia. Porque sabemos que, en el medio de tanto ruido digital, el valor de algo tangible como el papel, cobra más fuerza que nunca.

Esto lo vemos claramente en un mundo en el que se habla cada vez más de sustentabilidad. En ese

mundo, nuestros productos de papel y cartón están abriendo paso al futuro. El papel es renovable, es reciclable y es biodegradable. Usar papel es cuidar el planeta. Además, cualquier otro sustrato que imprimimos es también reciclable. Y esos avances tecnológicos, que en algunos casos parecen desplazar a nuestra industria de determinados espacios, también crea nuevas oportunidades al desarrollar aplicaciones innovadoras para nuestros productos gráficos en reemplazo de materiales no sustentables.

Por todo esto, debemos ser categóricos al expresar que no somos una industria del pasado. Somos una industria que supo reinventarse una y otra vez, sin bajar los brazos. Seguiremos imprimiendo nuestro futuro, con la misma pasión con la que lo hicieron nuestros padres y abuelos, creyendo en nuestro oficio y en el valor del producto bien hecho.

Para cerrar, reitero mi frase personal: la industria gráfica será siempre industria de industrias

reinventarse

Juan Carlos Sacco
Presidente





FAIGA

*Agradecemos como todos los años
a quienes nos acompañan para
que nuestra gala sea posible.*





Weinstock



TINTAS GRAFICAS

Partner of
Flint Group
Sheetfed
Europe



TINTAS GRAFICAS

PEDRO WEINSTOCK Y CIA. S.A.

PANTONE®

Distribuidor Oficial

**Acompañando a
la industria gráfica
desde 1916**



Pedro Weinstock y Cia. S.A.

Av. Pedro Goyena 745/65 (C1424BSH) CABA

Tel +54 11 4431-2221 (líneas rotativas) | info@tintasweinstock.com.ar

Visítenos en: www.tintasweinstock.com.ar





Grupo
BAUTEC

**CONSTRUIMOS
EMPRESAS**

www.grupobaute.com.ar

 @grupobaute  /grupobaute  /grupo-baute-sa

consultas@baute.com.ar
consultas@cmpestructuras.com.ar

Tel. 011.4719.1000 /5800
Quito 2618 1° Piso Beccar, Bs. As.

The background features a stylized world map in shades of blue and teal, overlaid with a grid of white and orange lines. In the foreground, there are semi-transparent financial charts, including a candlestick chart and a bar chart, set against a warm orange and brown gradient. A small white horizontal line is visible at the top center of the page.

Tendencias de la Industria Gráfica

2030



Se estima que el tamaño del mercado de la impresión comercial alcanzará los us\$837.200 millones en 2025 y se proyecta que llegue a los us\$940.540 millones para 2030, avanzando a una tasa de crecimiento anual compuesto (TCAC) del 2,38%. Este desempeño indica que el mercado de la impresión comercial se está adaptando a la disrupción digital mientras capitaliza el crecimiento en envases y embalajes, servicios de datos variables y sustratos sustentables.

La demanda continua de envases impresos para el comercio electrónico, una transición firme hacia tintas de base vegetal y el uso más extendido de flujos de trabajo digitales bajo demanda están amortiguando las presiones sobre los ingresos que aún afectan al trabajo editorial tradicional. Las inversiones en inteligencia artificial para la automatización de los flujos de trabajo de impresión, junto con los conceptos de micro-fábricas ubicadas cerca de los centros de consumo, se espera que incrementen el rendimiento y mejoren la rentabilidad para muchos participantes en el mercado de la impresión comercial. Al mismo tiempo, las firmas más grandes están buscando alianzas con desarrolladores de software para integrar análisis de datos en tiempo real, mientras que los especialistas regionales están abriendo posiciones en nichos como aplicaciones directas sobre objeto y piezas promocionales de tiradas cortas.

TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS

▪ CRECIMIENTO EXPLOSIVO EN TIRADAS DE ENVASES BAJO DEMANDA

Las marcas de comercio electrónico prefieren cada vez más tiradas de envases más cortas y frecuentes para respaldar lanzamientos rápi-

dos de productos y promociones regionales. En este sentido, se observa una migración hacia líneas digitales de alto rendimiento capaces de procesar cientos de unidades de mantenimiento de stock con un tiempo de cambio mínimo. La tendencia avanza más rápidamente en Asia-Pacífico, donde los centros de distribución localizados requieren envases impresos cerca del consumidor, limitando los costos de inventario y reduciendo la obsolescencia.

▪ ADOPCIÓN CRECIENTE DE LA IMPRESIÓN DE DATOS VARIABLES PARA MARKETING PERSONALIZADO

Los anunciantes en América del Norte y Europa están demandando correo postal y envases individualizados vinculados a datos propios (*first-party data*). Dai Nippon Printing presentó en 2025 su herramienta de IA "Persona Insight", que combina estadísticas demográficas gubernamentales con flujos de trabajo de impresión que generan variantes de diseño únicas en una sola pasada de producción. Las imprentas que integran análisis de datos y prensas digitales están asegurando contratos premium, ricos en servicios, que compensan los trabajos de tiradas más cortas en los encargos comerciales tradicionales.

▪ DEMANDA SOSTENIDA DE IMPRESOS PROMOCIONALES DE MARCAS DE RETAIL Y BIENES DE CONSUMO MASIVO

Los materiales físicos para los puntos de venta siguen siendo esenciales para la visibilidad de la marca. En 2025, SPGs lanzó kits de exhibiciones plegables que reducen las



emisiones del transporte y son completamente reutilizables, ilustrando cómo la impresión promocional está evolucionando para cumplir con los objetivos de reducción de carbono. Los retailers continúan asignando presupuesto a medios táctiles que mejoran la experiencia de compra, reforzando ingresos estables en este nicho del mercado de la impresión comercial.

▪ TRANSICIÓN HACIA SUSTRATOS ECOLÓGICOS Y TINTAS DE BASE VEGETAL

Las regulaciones están endureciendo los límites de los compuestos orgánicos volátiles, impulsando a las imprentas a cambiar a formulaciones al agua y de origen vegetal. Two Sides North America informa que el papel recubierto con barreras de base biológica ahora cumple con los criterios de compostabilidad industrial, abriendo nue-

vas oportunidades para diseños de envases sustentables. Los *early adopters* disfrutaron de una mejor retención de clientes entre las marcas con compromisos ESG (Ambiental, Social y de Gobernanza).

ANÁLISIS DE FACTORES DE RESTRICCIÓN

▪ TRANSICIÓN CONTINUA DEL PRESUPUESTO PUBLICITARIO HACIA CANALES DE MEDIOS DIGITALES

Los dueños de marcas asignan presupuesto hacia el video online y las redes sociales, frenando el crecimiento de los pedidos de impresión para revistas y diarios. Las imprentas contrarrestan esta caída haciendo hincapié en los envases y el correo directo que integran códigos QR para una transición fluida del mundo offline al online.





▪ PRECIOS VOLÁTILES DEL PAPEL, LA TINTA Y LA ENERGÍA

Los recargos por energía y los picos en el costo de la pulpa desafían la rentabilidad, particularmente para los operadores de menor escala. El fallo del Departamento de Comercio de EE. UU. en 2024 sobre las varillas de latón brasileñas ilustra cómo las medidas comerciales pueden incrementar inesperadamente los costos de los componentes para los equipos de acabado y encuadernación.

ANÁLISIS POR SEGMENTO

▪ LA INNOVACIÓN DIGITAL DESAFÍA LA DOMINANCIA FLEXOGRÁFICA

Las plataformas flexográficas mantuvieron el 41,07% de los ingresos en 2024, respaldadas por su economía favorable para tiradas largas en envases flexibles. Se proyecta que el tamaño de mercado de la impresión comercial para soluciones de inyección de tinta digital se amplíe a una TCAC del 3,45% hasta 2030, a medida que las marcas demandan cambios de arte más rápidos y campañas individualizadas. Los convertidores regionales despliegan cada vez más líneas híbridas, combinando base blanca flexográfica con color variable por inyección de tinta para reducir los tiempos de preparación y el desperdicio. Se espera alcanzar la paridad de costos digital en tiradas de longitud media antes de 2028, erosionando la ventaja histórica del flexo en sectores con muchas unidades de mantenimiento de stock, como las etiquetas para bebidas.

Los avances en el registro guiado por IA y los cambios automáticos de trabajo están reduciendo la mano de obra necesaria y maximizando el tiempo de actividad. El cumplimiento ambiental es otro impulsor: los fluidos de inyección de tinta al agua emiten menos COV que las mezclas flexográficas con base de solvente, ayudando a las imprentas a satisfacer las normativas ambientales cada vez más estrictas.

▪ LA DOMINANCIA DEL ENVASE Y EMBALAJE REFLEJA LA EXPANSIÓN DE LOS BIENES DE CONSUMO

Los envases y embalajes representaron el 44,08% de la cuota de mercado de la impresión comercial en 2024 y aumentarán a un TCAC del 3,07% impulsados por los volúmenes de paquetes de e-commerce y la *premiumización* de las marcas. Las cajas plegables y las bolsas flexibles sirven a los sectores de cosméticos, nutracéuticos y comidas listas para consumir, sectores que dependen de un impacto visual vivo en la góndola. El trabajo editorial (diarios, revistas, libros de tapa blanda) experimenta una erosión continua de volumen, especialmente en América del Norte y Europa Occidental. Sin embargo, el manga y los títulos literarios de tiradas pequeñas impresos en papel reciclado están registrando un crecimiento de nicho entre los consumidores ambientalmente conscientes.

Los proveedores de la industria de la impresión comercial se diversifican ofreciendo “kits de campaña” que combinan cajas de embalaje de cartón corruga-



do, displays para el punto de venta y tarjetas insertas personalizadas. La electrónica impresa integrada en los envases permite el monitoreo de temperatura y la anticopia, características valoradas por las marcas farmacéuticas y de lujo en Asia-Pacífico. La resiliencia del envase le proporciona a las imprentas un flujo de ingresos ancla, compensando los patrones cíclicos de inversión publicitaria en otros segmentos.

ANÁLISIS GEOGRÁFICO

Asia-Pacífico dominó los ingresos con un 45,64% en 2024 y se proyecta que registre un CAGR del 3,28% hasta 2030, a medida que se expanden la producción de bienes de consumo envasados, los volúmenes domésticos de comercio electrónico y los estímulos gubernamentales para proyectos de infraestructura, lo cual incrementa la demanda de impresión. Solo China añade anualmente cientos de líneas de conversión de corrugado, mientras que el sector de etiquetas de India se beneficia de la implementación del GST (Impuesto sobre Bienes y Servicios) que obliga a la identificación estandarizada con código de barras en todos los canales logísticos. Las marcas regionales especifican activamente envases inteligentes con código QR para fidelizar a los consumidores móviles (mobile-first).

América del Norte mantiene una porción considerable de la producción global, aunque el crecimiento es modesto. El tamaño del mercado de la impresión comercial en Estados Unidos es estable, a medida que la demanda migra hacia el correo directo basado en datos, los insertos farmacéuticos y el envasado de lujo. Las imprentas de Canadá se enfocan en la producción de libros

de tirada corta, impulsada por mandatos de editoriales educativas que favorecen el contenido impreso localmente.

Europa muestra un volumen plano en el trabajo comercial general, pero una aceleración en la inversión en sustratos reciclables (de la cuna a la cuna, C2C) y tintas de aceite vegetal. Alemania está pilotando sistemas de depósito y retorno para vasos de papel para café, incitando a los convertidores a probar cartones con barreras recubiertas certificadas para compostabilidad. Las regulaciones de la UE sobre los formatos de envases de plástico de un solo uso probablemente canalizarán volumen incremental hacia el cartón a mediano plazo.

Se proyecta que el mercado de la impresión de América Latina alcance los us\$ 44.100 millones para 2030, creciendo a una TCAC del 4,5% entre 2025 y 2031. Este crecimiento puede atribuirse a varios factores, como la creciente demanda de impresión digital y offset, la mayor adopción de soluciones de envases y etiquetas, y las iniciativas gubernamentales que promueven el uso de materiales de impresión ecológicos. Además, la creciente popularidad del comercio electrónico y la venta online en los países latinoamericanos también se espera que impulse la demanda de servicios de impresión, especialmente para envases y etiquetas.

Fuentes:

Mordor Intelligence
Smithers
6Wresearch
Two Sides

Speedmaster CX 104.

Bestseller a nivel mundial.

Diseñada para ofrecer calidad, eficiencia y fiabilidad, con más de 950 instalaciones en más de 60 países, es la impresora HEIDELBERG más vendida a nivel mundial de la generación actual. La Speedmaster CX 104 impresiona por sus configuraciones flexibles, su integración perfecta en el flujo de trabajo Prinect y su excelente rendimiento en el uso diario. Una auténtica HEIDELBERG, diseñada para imprentas que no se conforman con menos.

→ Para conocer más: info@hagrap.com



business partner of
HEIDELBERG

HAGRAF 



Limpieza impecable y Sostenible:



ECO3 presenta su nueva línea de químicos especializados para mantenimiento de mantillas y su alcohol isopropílico.



ECO3



En nuestra industria la calidad del producto final depende de múltiples factores. Sin embargo, un aspecto fundamental que a menudo pasa desapercibido es la limpieza y el mantenimiento adecuado de los equipos de impresión, donde el alcohol isopropílico y los líquidos de limpieza de mantillas desempeñan un papel crucial. Estos productos no solo garantizan la longevidad de los componentes de las prensas sino que también aseguran impresiones nítidas y consistentes, manteniendo los costos controlados.

La industria gráfica está en constante evolución, y con ella los productos de limpieza. Para la creciente demanda de procesos más sostenibles, ECO3 ha desarrollado productos que optimizan costos, manteniendo al mismo tiempo la calidad y eficiencia en los procesos de impresión offset.

A continuación, se explora su importancia, características y mejores prácticas en el contexto de la impresión offset.



• ALCOHOL ISOPROPÍLICO: EL ALIADO MULTIUSOS

En los sistemas de mojado de las prensas offset, el alcohol isopropílico se mezcla con agua y aditivos para crear una solución que estabiliza la emulsión tinta-agua, evitando problemas como el “tinting” (manchas no deseadas) o la acumulación excesiva de tinta.

Considerando su gran importancia, ECO3 relanzó su Antura IPA 100, un alcohol isopropílico de alta pureza (99,5% puro alcohol), específicamente apropiado para aplicaciones gráficas, que asegura una evaporación controlada, tensión superficial estable, y óptima compatibilidad con los sistemas de mojado offset. Estas propiedades permiten alcanzar una rápida puesta en color con menos consumo de la solución, manteniendo la estabilidad del equilibrio agua-tinta durante toda la tirada.

Estas características contrastan con alcoholes de uso común (frecuentemente adquiridos sin certificación o trazabilidad industrial) porque presentan

variaciones en su composición y pureza, lo que se traduce en mayor volatilidad, inestabilidad en la humectación y un incremento en el consumo.

Además, la presencia de impurezas o de alcoholes más agresivos puede favorecer la corrosión, dañar componentes sensibles del equipo y generar emisiones más nocivas para el operario.

Por ello, el empleo de Antura IPA 100 no solo mejora la eficiencia y la consistencia del proceso, sino que también protege la salud del personal y prolonga la vida útil del equipamiento, consolidándose como una elección técnica y responsable para la impresión offset moderna.

Dada su concentración, se recomienda usar una dosis entre el 3% y el 10%, con un consecuente ahorro de costos. Y, en cuanto a su almacenamiento, desde ECO3 aseguran 36 meses de almacenamiento con un correcto comportamiento del producto. Es muy importante almacenarlo en un espacio seco, bien ventilado, fuera de cualquier fuente de calor o de sol directo y evitando contenedores cerrados.





▪ LIMPIADOR DE MANTILLAS ANTURA WASH 60

Las mantillas, componentes esenciales en la impresión offset, transfieren la tinta de la plancha al sustrato. Mantenerlas en óptimas condiciones es vital para garantizar una reproducción fiel de las imágenes. Los líquidos de limpieza de mantillas están diseñados específicamente para este propósito, eliminando tinta, residuos de papel y otros contaminantes sin dañar la superficie de la mantilla.

Una mantilla limpia asegura una transferencia uniforme de tinta, evitando defectos como manchas, rayas o pérdida de detalle. La limpieza regular reduce el tiempo de inactividad y los costos asociados con el reemplazo frecuente de mantillas.

ECO3 Antura Wash 60 es un limpiador de uso diario en mantillas y rodillos, optimizado para limpiadores automáticos. La línea Antura Wash de ECO3 está diseñada específicamente para mantener limpias las mantillas en prensas offset de pliego y web, (en prensas sheet-fed y heatset). Estos productos de lavado destacan por sus propiedades de remoción de tinta superiores, asegurando un rendimiento diario óptimo sin comprometer la integridad de los materiales.

A diferencia de los solventes genéricos, los líquidos de limpieza de mantillas ECO3 tienen componentes formulados específicamente para no hinchar ni degradar el caucho, preservando su elasticidad y capacidad de transferencia.

Es apto para mezclar con agua, de fácil uso y económico, asegurando los mejores resultados y alineándose con las tendencias de sostenibilidad en la industria.

A su vez, es muy importante mencionar, es que ECO3 Antura Wash 60 puede ser usado correctamente en procesos de impresión para packaging de alimentos. ECO3 Antura Wash 60 cuenta con certificación ISEGA.

En un mundo donde la sostenibilidad y la precisión son cada vez más valoradas, elegir los productos adecuados y seguir buenas prácticas de limpieza es clave para destacar en la industria gráfica.

Antura Wash y Antura IPA de ECO3 son aliados indispensables para impresores que buscan calidad. Mientras Antura Wash asegura mantillas impecables y rodillos en óptimas condiciones, Antura IPA ofrece pureza y asegura resultados óptimos. Adoptar estos productos eleva la productividad.

Con el cumplimiento de las normas ISO 9001, 14001, 45001 y 50001, cada producto ofrece calidad y seguridad en las medidas exactas. Mientras que con certificaciones FOGRA e ISEGA, ECO3 reafirma el compromiso con la calidad.

Para los impresores, la recomendación es clara: invierta en productos de calidad, capacite al personal en su uso correcto y manténgase al tanto de las innovaciones para seguir ofreciendo resultados excepcionales en cada tirada.



Para más información y kits de prueba:



DESCARTONAR ESTUCHES DESDE PLIEGOS OFFSET

Por Martín Fraire



“Nunca puedo saber cuánto van a tardar en descartonar un trabajo. Muchas veces, aun siendo repetitivo, estimar con precisión el tiempo, y por consiguiente el costo del descartonado de un trabajo, siempre me fue esquivo. Y hoy al no poder parametrizarlo, me es imposible cargar un costo correcto al Metrics¹”.

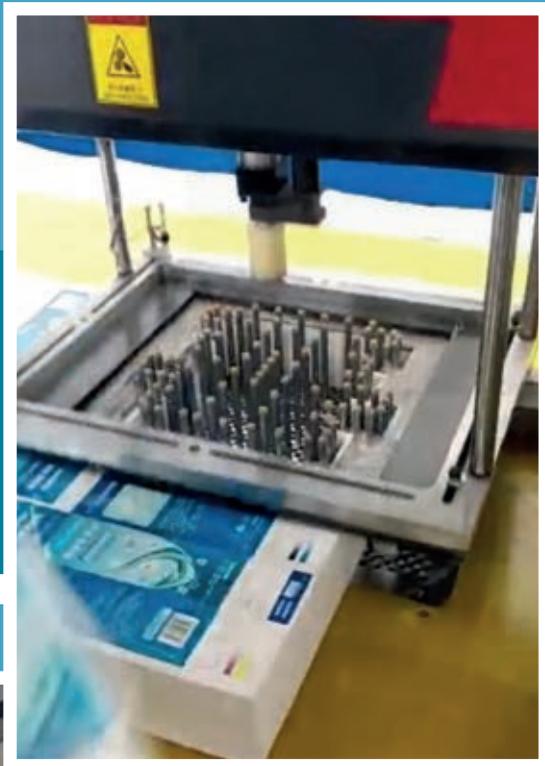


A sí se expresaba mi amigo Alejandro Triñanes al respecto de este proceso de costeo controvertido. Esta situación se repetía en muchos de los talleres de impresión de packaging de pliegos offset, donde el sector, históricamente de trabajo manual, siempre era una incógnita en tiempos de proceso, costos incurridos y hasta muchas veces de mermas por daños de producción.

El uso de estaciones de descartonado en la troqueladora automática, en varias situaciones era prohibitivo para la industria, no solo por ser un cuerpo costoso en la adquisición, sino también en la operación. Se debe hacer un herramental para cada trabajo específico y, por lo tanto, el tiraje del trabajo debe ameritarlo. Esto hace que incluso los talleres más modernos y equipados, cuando el tiraje no es grande, resulte one-

roso y no rentable configurar la estación de blanking o descartonado total.

Esta necesidad de automatizar el proceso, pero de una forma económica accesible para los trabajos de corto y medio tiraje, motivó la aparición de equipos de descartonado automático en la última década. Un concepto de equipamiento generalizado que



tomó protagonismo fue aquél donde un conjunto de pines de metal con extremo roscado se colocaban de acuerdo al formato de empaque a retirar del pliego troquelado.

Estos equipos presentaban el problema de que los pines se doblaban en la varilla roscada del extremo que los sujetaba al extremo del pistón dejando el equipo inutilizado para reparación por mantenimiento en forma constante.

Otra limitación de versiones anteriores se relaciona con el marco que desliza los pliegos sobre la platina, que trabajaba moviendo la pila de cartulina sobre una platina, la mayoría de las veces compuesta por varias planchas de metal acopladas. Esta sección de acople entre dos placas, no presentaba un ajuste perfecto, malogrando la perfecta alineación de los pliegos en la pila, generando que muchos empaques se rompieran o trabaran en el trabajo de producción. Si bien existen modelos con platina completa, la misma no presenta bolillas ni colchón de aire para su desplazamiento ágil y sin desalinear la pila.



Ejemplos de problemas de descartonado con equipos anteriores.



Nueva generación de equipo descartonador.

La última generación de estos equipos cuenta con marco elevado para evitar el roce con la platina y sus uniones, así como el pistón único de empuje inferior, donde puede colocarse un molde para estuches de perfil complejo. También posee un brazo robotizado que retira en forma automática la pila de estuches y los deposita hacia atrás sobre una cinta que transporta la pila de estuches perfectamente des-



cartonados hacia el apilador automático. Este apilador inserta separadores para permitir el paletizado total de carga en forma totalmente automática.

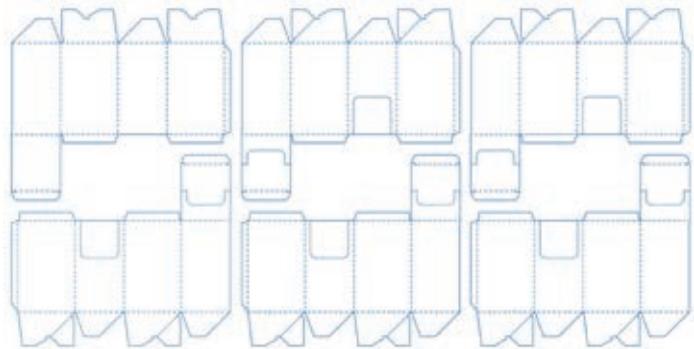
Un tema adicional, y no menor en Argentina, tiene relación con la acumulación y concentración de accidentes de trabajo en el sector de descartonado, el desgaste lógico del personal con antigüedad y la alta rotación del personal joven. En ambos casos se logra mejorar mucho la estadística con estos equipos, ya que el personal con más antigüedad no exige tanto su físico, reduciendo la frecuencia de las lesiones.

Es importante destacar que este equipo presenta una versatilidad importante en cuanto a volúmenes de operación, ya que actualmente lo están utilizando en forma regular talleres boutique, que realizan estuches de alta calidad, con tratamientos de post impresión del mayor detalle, particularmente para tiradas cortas como Overprint o Ramos Pack; así como también talleres de alta producción, como Farmográfica y Establecimientos Graficos Impresores, donde el costo del blanking, tanto de su armado o simplemente la practicidad, impone su utilización. También se ha popularizado en países limítrofes, con usuarios en Uruguay como Mosca o Imprenta Lugrama; así como en Paraguay con Artes Gráficas Zamphiropolos.

Como puede concluirse, su versatilidad de uso y su practicidad son inobjetables para estandarizar un proceso de producción esquivo a su normalización.

Consideración del uso del equipo de descartonado automático:

- Evita el problema de calidad mediante extracción manual.
- El producto no se dobla y es fácil de ordenar una vez descartonado.
- Equipara en producción (parcialmente) a la máquina de impresión de alta calidad con máquina de troquelado automático de alta velocidad.
- Adecuado para caja de cigarrillos, caja de vino, cajas medicinales, caja de cosméticos, también para tarjetas y etiquetas, etc.



CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS:

- ▶ Sistema Hidráulico para los pistones de empuje inferior y superior.
- ▶ Cilindro neumático superior para acompañar el movimiento del pistón inferior.
- ▶ Pistón de empuje inferior único con moldes genéricos intercambiables a medida.
- ▶ Pistón de empuje superior configurable.
- ▶ Servomotores operados por servo controladores.
- ▶ Mesa de descartonado elevada.
- ▶ Mesa de descartonado con cepillos de barrido.
- ▶ Display con menú de operación del equipo intuitivo y práctico.
- ▶ Hasta 99 programaciones de trabajo.
- ▶ Uso de cabezales duales.
- ▶ Uso de Brazos Robotizados en cada Cabezal.

Sobre el autor

Martín Fraire es Licenciado en Comercialización por la UADE y CEO de Leftech Group, empresa argentina con 22 años de trayectoria brindando soluciones de insumos y tecnología de calidad para todo el mercado flexográfico argentino y de Sudamérica.

1: Metrics es un sistema ERP diseñado específicamente para el rubro de la industria gráfica

IA e ingeniería para la industria gráfica: de la promesa al impacto medible



Por Lautaro Otero

La industria gráfica argentina combina ingenio, oficio y una larga historia de adopción tecnológica. Hoy, con la inteligencia artificial (IA) y la automatización al alcance de las PyMEs, existe una oportunidad concreta para mejorar la calidad, la productividad y los tiempos sin perder el toque humano. Desde UTN FRBA e IMPROVEET proponemos un enfoque de ingeniería aplicada y democratizada. Esto significa hacer accesibles herramientas que antes requerían grandes presupuestos, para que cualquier taller —grande o

chico— pueda medir, decidir y mejorar con datos propios.

TECNOLOGÍA E IA NO SON UN FIN: SON UN MEDIO

Nuestro objetivo no es “tener IA” por moda, sino resolver problemas de negocio. La tecnología tiene sentido cuando baja errores, libera horas, acelera entregas y mejora márgenes. Por eso fijamos metas visibles: menos retrabajos, mejor aprovechamiento de papel y tinta, respuestas más rápidas al cliente y planificación con menos sobresaltos.

¿QUÉ PUEDE HACER LA IA POR UNA GRÁFICA?

- Atención al cliente 24/7: consultas y seguimiento de pedidos sin esperar a horarios.
- Cotizaciones y compras con datos: comparar proveedores por precio, plazos y calidad, y decidir con evidencia.
- Control de calidad asistido: detección temprana de desajustes y menos scrap.
- Imposición y uso de materiales optimizados: mejor aprovechamiento de pliegos y secuencias.



- **Mantenimiento predictivo:** anticipar fallas y planificar paradas.
- **Analítica comercial:** entender demanda, mix y recurrencia.

▪ RUTA PRÁCTICA DE APLICACIÓN:

- **Mirar el taller:** recorrer la planta y definir “dolores” concretos.
- **Ordenar lo existente:** planillas, registros e identificadores unívocos; ya que sin esos datos, la IA “adivina”.
- **Caso chico con meta:** elegir un proceso y un objetivo medible (por ejemplo: bajar 15% el tiempo de respuesta).
- **Probar en la vida real:** integrar con ERP/CRM/planillas y entrenar al equipo; nada de sistemas paralelos.
- **Medir y escalar:** si cierra, expandir; si no, ajustar y volver a intentar. **La clave es iterar rápido y con costo controlado.**

▪ DEMOCRATIZAR LA INGENIERÍA

Durante años, muchas decisiones quedaron en manos de pocos. Ahora, la IA bien aplicada abre el juego: muestra métricas simples en tableros compartidos, sugiere alternativas y deja trazabilidad de por qué se eligió A y no B. Así, más personas participan con criterio —desde jefes de planta hasta administración y ventas— y la mejora continua no depende de “la única persona que sabe”. Democratizar la ingeniería es bajar a tierra métodos y herramientas para que cada área impulse mejoras sin pedir permiso ni depender de consultores externos.

▪ ¿CÓMO MEDIMOS EL ÉXITO?

- **Calidad:** menos devoluciones y variabilidad.

- **Productividad:** menos tareas repetitivas, más foco en valor agregado.
- **Tiempo punta a punta:** cotizar, producir y entregar más rápido.
- **Finanzas:** payback corto y ROI razonable para nuestro contexto.
- **Cliente:** respuestas confiables y consistencia en cada entrega.

▪ CONCLUSIÓN

El sector gráfico mezcla arte, precisión y servicio. La IA y la tecnología, usadas con criterio, potencian esa identidad: menos variabilidad, más previsibilidad y decisiones con datos. Democratizar la ingeniería es hacer accesible lo complejo para que más equipos mejoren todos los meses. Desde UTN FRBA e IMPROVEET estamos listos para acompañar ese primer piloto y el camino de escalado. La consigna es simple: tecnología como medio, resultados como fin.



Sobre el autor:

Lautaro Otero es CEO de Improveet y Docente en UTN FRBA. Improveet y UTN FRBA impulsan proyectos de transformación tecnológica para PyMEs industriales, integrando IA, automatización y analítica con foco en impacto operativo y financiero. Este servicio forma parte de la nueva asesoría en IA de FAIGA.

MARTIN CAVA

CALIDAD EN EQUIPAMIENTO E INSUMOS GRAFICOS



ANIVERSARIO

SOMOS PARTE DE LA HISTORIA
DE LA INDUSTRIA GRÁFICA
AYUDANDO A IMPRIMIR EL FUTURO.



SEGUINOS EN
@MARTINCAVAOK
MARTIN-CAVA



OFFSET

COMUNICACIÓN VISUAL

PAPELES

EQUIPOS



Demanda de tecnología offset:





soluciones integradas



HAGRAF 

La Speedmaster CX 104 es la impresora de pliegos más vendida de Heidelberg. En este artículo se analizan las tendencias en la demanda de equipamientos offset que este modelo satisface.



Desde su presentación en China Print 2021, se han realizado más de 950 instalaciones y se entregaron más de 6.100 unidades de impresión, barnizado y secado en todo el mundo de la Speedmaster CX 104.

Esta cifra la convirtió en una solución de referencia para talleres de impresión comercial, de packaging y de etiquetas, al combinar flexibilidad, rendimiento y facilidad de uso.

Para definir estas cualidades atribuidas, resulta útil esquematizar las especificaciones y funciones que posee el modelo:

■ CARACTERÍSTICAS DE LA CX 104

- **Alto rendimiento:** hasta 16.500 hojas/hora; configuraciones de hasta 20 unidades (impresión, barniz y secado).
- **Flexibilidad de sustratos:** desde papeles ligeros a cartón; apta para packaging y trabajos comerciales variados.
- **Automatización y modularidad:** módulos FoilStar (laminación en frío) y CutStar de 4° generación para ampliar funciones.
- **Diseño orientado al usuario:** ergonomía y operación guiada por el sistema operativo Heidelberg



UX; configuración libre para adaptarse a necesidades.

- **Impresión autónoma:** Push-to-Stop con asistencia IA para optimización.
- **Ecosistema de software y control de calidad:** Prinect Inpress Control y Prinect Production para color y flujo de trabajo; menor desperdicio.
- **Fiabilidad y disponibilidad:** puesta en marcha rápida, alta disponibilidad y bajo mantenimiento.
- **Soporte global:** servicio 24/7 y videoconferencia de Heidelberg para continuidad de producción.
- **Impacto en productividad de clientes:** crecimiento de deman-

da, reducción de tiempos de entrega y mejora de calidad en packaging.

- **Configurador web:** my-cx104.heidelberg.com facilita la personalización previa a compra o implementación.

De acuerdo a relevamientos post-venta realizados por Heidelberg, las características más destacadas de esta Speedmaster son, por un lado, su modo Push-to-Stop para impresión autónoma, con soporte de sistemas de asistencia basados en Inteligencia Artificial. Por otra parte, la capacidad de trabajar con una amplia gama de sustratos, des-



de papeles ligeros hasta cartón, la hace apta para packaging y trabajos comerciales de alto valor.

Además, otro aspecto valorado de la CX 104 es su capacidad de configuración libre: desde sistemas con cuatricolor sin barniz hasta configuraciones complejas con hasta 20 unidades de impresión, barniz y secado, y opcionalmente enriquecida con módulos de laminación en frío FoilStar y cortadora CutStar de cuarta generación. La máquina más larga de la serie llega a 17 unidades de impresión, secado y barnizado, demostrando escalabilidad para proyectos de envases de alta calidad y productos de impresión especiales. La experiencia de Heidelberg y la tecnología XL integrada permiten incorporar innovaciones que refuerzan su desempeño.



• TESTIMONIOS DE PRIMERA MANO

Benec Packaging, en Canadá, adquirió una CX 104-7+L junto a una CX 102, evidenciando rentabilidad y flexibilidad para tiradas variables. La rápida puesta a punto y la alta productividad consolidan la CX 104 como máquina versátil, con menores requerimientos de mantenimiento y alta disponibilidad. La empresa usa además soluciones MK para postimpresión y entrega final, reforzando un flujo de trabajo optimizado.

En Filipinas, VJ7 Printing & Packaging Inc fue de las primeras en instalar una CX 104, integrándola en una estrategia de modernización tecnológica que unifica pre prensa, impresión y postimpresión dentro de un ecosistema Heidelberg. El propietario destaca eficiencia y automatización, con servicio 24/7 y apoyo de Prinect Back-end para supervisión de la calidad, lo que ha permitido mejorar consistencia de color y reducir residuos.

Okahashi Co, Ltd (Japón) representa otro ejemplo de adopción avanzada, priorizando gestión de color y automatización ante escasez de personal cualificado. La CX 104 se integra con herramientas Prinect Inpress Control para supervisar la calidad y estandarizar procesos entre distintas prensas Speedmaster, logrando mayor estabilidad de color, menor merma y menor inversión en inspección final. Heidelberg ha apoyado en la estandarización de procesos, elevando consistencia y reduciendo costos operativos.

Allied Media, empresa estadounidense, triplicó su productividad tras instalar una CX 104 de cuatro colores. En poco tiempo, el volumen



de pedidos creció y la empresa pudo cumplir mejor sus compromisos de entrega, destacando velocidad de respuesta y calidad constante como factores críticos. Este caso refuerza la CX 104 como motor de crecimiento para negocios de impresión que buscan rendimiento y fiabilidad.

En Argentina imprentas destacadas se decidieron también por impresoras CX 104 por el equilibrio entre rendimiento, calidad y costo de inversión, reforzando la personalización y eficiencia desde etapas tempranas de la producción.

En conjunto, la CX 104 representa la visión de Heidelberg para la impresión de envases y comunicaciones impresas, una prensa versátil, con alta productividad, facilidad de automatización y una red de soporte integral. Su presencia en mercados clave y adopciones diversas subrayan la demanda por parte de los industriales gráficos de integrar soluciones para impresión de envases con herramientas de gestión de color, automatización y postimpresión, manteniendo un enfoque en calidad, consistencia y eficiencia operativa.





El Futuro es solar:

Cómo la Industria Argentina se Transforma con Energía Limpia

Por Manuel Pérez Larraburu

En el competitivo mercado actual, la sustentabilidad ha dejado de ser un eslogan para convertirse en un pasaporte comercial.

BGH
Eco Smart



Clientes, inversores y mercados internacionales ya no solo preguntan por el precio, sino por la huella de carbono del producto. En este escenario, la energía solar fotovoltaica se ha consolidado como la herramienta más rápida y eficiente para que la industria argentina no solo cumpla con las metas ecológicas, sino que gane en competitividad.

▪ EL ACTIVO ESTRATÉGICO: SUSTENTABILIDAD QUE ABRE MERCADOS

Para sectores industriales, desde imprentas hasta agroindustrias, la adopción de energía solar es una decisión de negocio fundamental. La principal ventaja va más allá del ahorro en la factura eléctrica, ya que se trata de la reducción tangible de la huella de carbono.

Esto se traduce directamente en:

- **Acceso a mercados exigentes:** Cumplir con los estándares ambientales requeridos para la exportación o para ser proveedor de grandes cadenas de retail.
- **Certificaciones de sostenibilidad:** Obtener sellos y certificaciones que fortalecen la imagen de marca y la confianza del consumidor.
- **Cumplimiento de metas climáticas:** A nivel nacional, una mayor oferta de renovables podría reducir 27 toneladas métricas de dióxido de carbono equivalente para 2030, más del 25% del objetivo total del sector energético, posicionando a las empresas que lideren el cambio.

▪ UNA INVERSIÓN INTELIGENTE Y ACCESIBLE

La idea de que la energía renovable es cara es un paradigma obsoleto. Gracias a una madurez tecnológica sin precedentes, el costo de la energía solar fotovoltaica se desplomó un 79% en la última década. Hoy, no solo compite, sino que supera en rentabilidad a la generación con combustibles fósiles como el gasoil, especialmente si consideramos los costos ambientales y de volatilidad de precios que estos implican.

Argentina, además, cuenta con un recurso solar de clase mundial, con una irradiación media superior a los 3,5 kWh/m² en gran parte del territorio. Actualmente, vemos cómo las plantas industriales aprovechan este recurso utilizando sus amplios techos para instalar sistemas de gran potencia, como proyectos de hasta 2,2 MW, federalizando la generación energética y optimizando activos existentes.

En este sentido, desde el sector de Eficiencia Energética y Energías Renovables de BGH Eco Smart vemos que el mercado industrial ya entendió el primer paso: instalar paneles solares para ahorrar costos y reducir emisiones. El siguiente nivel, el verdadero salto competitivo, está en la gestión inteligente de esa energía. Ya no se trata solo de generar, sino de optimizar el consumo, almacenar para garantizar la continuidad y usar la tecnología para tomar decisiones eficientes. Ahí es donde la sustentabilidad se convierte en una ventaja operativa real.

▪ DE LA GENERACIÓN A LA GESTIÓN: EL ROL DE LA TECNOLOGÍA

La verdadera sustentabilidad industrial en el siglo XXI se logra combinando la generación limpia con una gestión inteligente. Aquí es donde la tecnología marca la diferencia.

La integración de sistemas de monitoreo en tiempo real y soluciones de Smart Building, como las que implementamos en BGH Eco Smart, permite a las industrias optimizar sus consumos y alinear la operación de equipos de alta demanda con las horas de mayor producción solar.

Además, los sistemas de almacenamiento con baterías (BESS), que ya son una realidad en el sector, añaden una capa crucial de resiliencia. No solo almacenan energía para uso posterior, sino que protegen los procesos productivos sensibles contra microcortes e inestabilidades de la red, garantizando la continuidad operativa y la calidad del suministro.

En definitiva, la adopción de energía solar en la industria ha dejado de ser una opción. Es una decisión estratégica que impulsa la eficiencia, fortalece la marca y asegura la relevancia del negocio en un mundo que exige, cada vez más, un compromiso real con la sustentabilidad.

Seguinos en:

-  @bgh.ecosmart
-  bghecosmartlatam
-  bghecosmart
-  ecosmart.bgh.com.ar



Sobre el autor:

Manuel Pérez Larraburu es Ingeniero Industrial por la Universidad de Buenos Aires y actualmente ejerce como Gerente del negocio de Eficiencia Energética y Energías Renovables de BGH Eco Smart, que representan la nueva asesoría de FAIGA en Energías Renovables

Lo que antes era imposible, hoy es digital.

La revolución digital sigue
expandiéndose en Argentina.

*Flora Single Pass, la tecnología inkjet
industrial que transforma la impresión
en editorial, etiquetas y packaging.*

Cada vez más empresas confían en la
tecnología Flora Single Pass, impulsando la
transición hacia la producción 100 % digital.

Ya son 4 equipos instalados y 3 próximos a
ponerse en marcha en diferentes puntos del
país, integrando velocidad, precisión y
eficiencia sin precedentes.

Desde ISD S.A., representantes exclusivos de
Flora en Argentina, acompañamos a la
industria gráfica con soluciones llave en
mano, incluyendo:

- Instalación profesional
- Capacitación
- Soporte técnico local

Con presencia destacada en todo el país,
desarrollamos proyectos para diferentes
industrias:

- Editorial
- Etiquetas
- Packaging

Flora e ISD S.A.

Liderando la nueva era de la
impresión industrial digital.

Contactanos y solicitá una demo

  
/idsaargentina

Carlos E. Pellegrini 6082, CABA
+54 9 11 6672 2420
ventas@idsa.com.ar
www.isdsa.com.ar



Tecnología inkjet single pass:
alta velocidad, precisión y sustentabilidad



PRIMASET



IMPREFIX
Coatings al agua

IMPRESTICK
Adhesivos

Barnices UV



DISTRIBUIDORA ARGENTINA S.A.



PHOENIX Xtra BLANKETS



OFFSET

FLEXO

EQUIPOS

DIGITAL

SUSTRATOS

TERMINACION



FUJIFILM
Value from Innovation





RECICLADO DE PAPEL

DATOS Y CONCEPTOS

Por Cámara Argentina del Papel y Afines

Reciclar papel es el proceso de recuperar papel ya utilizado, para transformarlo en nuevos productos de papel.

El sector de la celulosa y el papel formula su visión de la sustentabilidad como la contribución decidida del papel y las empresas que lo fabrican a la mejora de la calidad de vida y al desarrollo sustentable, mediante la gestión forestal sostenible, procesos productivos limpios y el reciclado continuo de sus productos.

El ciclo del papel es integrado y sostenible. Los árboles producen madera fijando dióxido de carbono y este queda almacenado en el papel. Con la recuperación y el reciclaje de los productos papeleros una vez usados, se prolonga la vida útil de las fibras de celulosa obtenidas de la madera, optimizando el aprovechamiento de este recurso natural.

Por otra parte, la biomasa y los residuos del proceso de fabricación pueden ser valorizados material o energéticamente. De este modo se cierra y equilibra el ciclo sostenible del papel, que parte de una fuente renovable y natural de materia prima, el bosque

Partiendo del concepto del ciclo del papel, el compromiso del sector con la sostenibilidad se basa en cuatro ejes de actuación prioritaria: gestión forestal sostenible, proceso productivo eficiente y responsable, liderazgo en recuperación y reciclaje, y generación de riqueza y contribución a la calidad de vida.

Existen dos categorías de papel que pueden utilizarse como materia prima para fabricar papel reciclado:





- **Los desechos pre-consumo:** son trozos y recortes provenientes de la fabricación del papel, así como productos de papel que han sido rechazados, por ejemplo, por defectos de calidad y no podrán comercializarse.
- **Los desechos post-consumo:** son productos de papel que ya han circulado por el mercado, han sido utilizados, y el consumidor descarta como basura, por ejemplo revistas, material de oficina impreso o fotocopiado, etc.

Los desechos post-consumo son los más apreciados y adecuados al verdadero concepto de reciclaje, donde una de las premisas fundamentales es la reutilización de los recursos, para reducir tanto el impacto ambiental como el consumo de energía en la industria.

Casi cualquier tipo de papel se puede reciclar, aunque algunos resultan más difíciles de tratar que otros, como los cubiertos con plástico o aluminio. Estos desechos no se reciclan por el elevado costo de los procesos involucrados.

El papel se recicla reduciéndolo nuevamente a pasta de papel y combinándolo con pasta de fibra virgen, según las características del producto final que desea obtenerse. Esto se debe a que el proceso de reciclaje provoca la ruptura de las fibras y en cada ciclo de reciclado, disminuye la calidad de la fibra obtenida y, por ende, la calidad del papel que se obtendrá de su uso como materia prima. **Se calcula que la fibra soporta hasta cinco procesos de reciclado**, por lo cual siempre será necesario incorporar algo de fibra virgen en cada ciclo para obtener nuevos productos aptos para su uso como sustituto de papeles de fibra virgen.

El tema del reciclaje industrial de papel despierta controversias y si bien sabemos lo beneficioso que puede resultar por diversas razones, debemos tener conciencia de que ningún cálculo de ahorro energético o de disminución de árboles talados es absoluto.

• **PRINCIPALES CRITERIOS RELACIONADOS CON EL RECICLAJE DE PAPEL**

Tala de Árboles - la producción de papel representa solo el 35% de los árboles talados en el mundo. Los fabricantes de pasta de papel llevan a cabo programas de reforestación para asegurar el continuo abastecimiento de materia prima. Hay que tomar conciencia de que, si no disminuye la demanda de papel, siempre será necesario mantener grandes bosques. Por otra parte, no debería confundirse el reciclado del papel con el salvataje de Bosques Tropicales. Mucha gente tiene el falso concepto de que fabricar papel es lo que está causando la desaparición de los bosques tropicales, pero raramente este tipo de madera se utiliza para tal fin. **La deforestación se produce principalmente por la presión demográfica, que demanda más tierras para agricultura, ganadería y construcción.**

Ahorro energético - se sabe que reciclar contribuye a ahorrar energía. Si bien no hay valores absolutos al respecto, y la realidad del reciclaje de papel varía entre diferentes países y sociedades que lo han implementado seriamente, se calcula que al reciclar industrialmente el papel, se ahorra entre un 40 y un 65% de la energía que se utilizaría en la producción de papel de fibra virgen. Hay que detenerse a eva-



luar si reciclar es la mejor opción, ya que muchas plantas de reciclaje en el mundo aun funcionan consumiendo electricidad de red y, dado que suelen estar ubicadas en áreas urbanas, esto es equivalente a incrementar el uso de electricidad generada con la quema de combustibles fósiles.

Condiciones laborales - es ampliamente difundido que el reciclaje crea puestos de trabajo, pero también se debate sobre las características de estas posiciones. Generalmente se trata de trabajos con salarios muy bajos y condiciones laborales deplorables. Esto último ocurre en aquellas sociedades donde se ha abordado el reciclaje como política de estado. En los países emergentes, la situación es aún peor, ya que se trata de un segmento de la economía informal y marginal.

Reducción de residuos sólidos - las grandes urbes en todo el mundo se enfrentan cotidianamente con el problema de la basura que generan. Según estadísticas de EEUU cerca de un 35% de los residuos sólidos urbanos medidos por peso, son papel o productos de papel. De acuerdo a estos datos, reciclar una tonelada de papel de diario, ahorra tres metros cúbicos de desechos. El reciclaje de papel sería un gran aporte a la solución del problema de los residuos sólidos que genera la sociedad de consumo.

Contaminación de agua y aire - reciclar papel disminuye la demanda de papel virgen y por tanto reduce la cantidad total de contaminación asociada con la manufactura del papel. Según la EPA (Agencia de Protección Medioambiental de los EEUU), reciclar reduce la contaminación del agua un 35% y un 74% menos de contaminación del aire.





• CONTEXTO ARGENTINO:

(Fuentes: Ministerio de Economía de la Nación – AFCP)

A lo largo de las últimas décadas se observa una tendencia global en la composición de las pulpas utilizadas para la producción de distintos tipos de papeles y cartulinas, con una participación creciente del papel recuperado, que del 36% del total de fibras utilizadas en 1992 ha pasado a representar el 55% en los últimos años.

En Argentina, esta tendencia se refleja de proporción similar ya que, en los últimos años, **la utilización de fibra reciclada como materia prima superó a la de pulpa celulósica** (55% vs 45%). Se observa que los fabricantes de papel a partir de papel recuperado, que en muchos casos incorporan en sus empastes alguna proporción

de pulpa virgen comprada (nacional o importada), representan la mayoría de las empresas papeleras. Estas plantas se localizan próximas a los centros de consumo. Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba y Mendoza son las principales regiones de aglomeración de las empresas, y también zonas donde hubo promoción industrial.

En cuanto a las fibras recicladas, aquellas provenientes del pre-consumo representan el 10% de la producción de papel, mientras que las obtenidas post-consumo representan el 47% de dicha producción.

En este sentido, según la AFCP, la posibilidad de aumentar la producción en base a papel reciclado es difícil ya que no habría disponibilidad sobrante de papel reciclado, sin un cambio de hábitos de los consumidores que permita una mayor separación de los desechos.

The SunChemical logo features the brand name in a bold, red, serif font. To the right of the text is a colorful, abstract graphic composed of small squares in red, green, blue, and yellow, arranged in a grid-like pattern.

SunChemical[®]

a member of the DIC group

The DIC logo consists of the letters 'DIC' in a stylized, green, sans-serif font, enclosed within a green rectangular border.

DIC
Color & Comfort

The background of the advertisement is a vibrant, stylized illustration. At the top, a rainbow with horizontal bands of red, orange, yellow, green, and blue arches across the sky. Below the rainbow, a winding river flows through a landscape. The river's path is defined by wavy, colorful bands of blue, purple, pink, and orange. On the right bank of the river, there are several green, conical trees. In the foreground, a brown paper coffee cup with a white lid is shown. The cup has a wavy, abstract pattern in shades of brown and tan. Steam is rising from the cup, suggesting it contains a hot beverage. The overall scene is set against a dark blue background.

Deja que tu sostenibilidad fluya.

Transforme sus envases de papel con un enfoque fresco y respetuoso con el medio ambiente.

¿Por qué cada vez son más los impresores que eligen envases monomaterial? Las tres razones principales: es bio-renovable, es reciclable y es compostable. Por lo tanto, si está listo para crear empaques que sean totalmente personalizables y altamente sostenibles, estamos listos para asociarnos con usted.

Descubra cómo nuestras tintas bio-renovables pueden ayudarle a alcanzar sus objetivos de sostenibilidad en sunchemical.com/paper-transform.



NUEVA PROPUESTA DE CARTULINA CIRCULAR

Por Gabriel Silva

En un contexto global en el que se demandan más soluciones circulares, Ibema presenta una nueva cartulina con fibras recicladas que no compromete la calidad y rigidez.

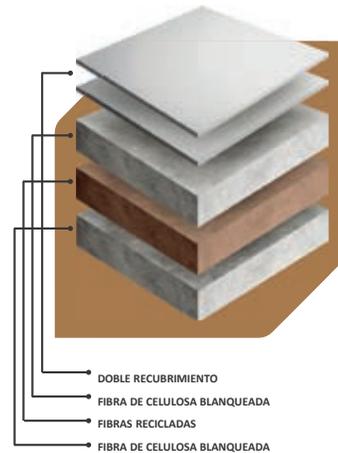


La Ibema Ritagli White 35% es una cartulina tríplex (GT1) con doble recubrimiento de coating en el top size, sobre una capa de celulosa blanqueada. En su capa media, contiene un 35% de fibras recicladas provenientes del post-consumo y, por último, su cara interna está constituida por un un reverso blanco de celulosa blanqueada.

Esta cartulina fue desarrollada con el objetivo de ofrecer un equilibrio entre sustentabilidad, rendimiento y calidad visual, logrando su mayor diferencial en su reverso blanco, con un nivel de blancura mínima del 88% (cubierta). Estas características combinan una muy buena calidad de impresión y rigidez, ideales para cubrir las necesidades del mercado. A su vez, permite utilizar cartulinas más livianas, manteniendo muy buenos niveles de rigidez, y ofreciendo gramajes que van desde los 225 hasta los 350g/m².

La Ritagli White 35% fue diseñada para aplicaciones que requieren una excelente calidad de impresión, una buena formación de superficie y estabilidad dimensional, cumpliendo con los estándares y requerimientos técnicos para los segmentos de cosmética, cuidado personal, fragancias, industria farmacéutica y alimenticia.

Además, refuerza y consolida el fuerte compromiso de Ibema con la economía circular, respondiendo a la creciente demanda del mercado en busca de soluciones que contengan un mayor uso de fibras recicladas, logrando así un menor impacto ambiental.



FORMULACIÓN: Tarjeta triplex con cubierta de doble revestimiento, núcleo de pasta mecánica, 35% de residuos postconsumo y soporte de celulosa blanca blanqueada.
CLASSIFICACIÓN: TRIPLEX | WLCGT1 | COATED WLC, WHITEREVERSE.
GRAMAJE: 250, 275, 300, 325 Y 350(g/m²).

Ibema, fundada en 1955, celebra 70 años de compromiso y liderazgo en el mercado de cartulinas. A lo largo de estas siete décadas, la compañía ha consolidado un amplio portfolio de soluciones sostenibles y de alta calidad, reafirmando su posición como uno de los principales fabricantes del sector.

Con una presencia ininterrumpida en Argentina durante más de 35 años, Ibema se ha convertido en sinónimo de confianza, calidad y cercanía, acompañando a sus clientes y socios estratégicos, en el desarrollo de la industria gráfica, con una mirada sostenible y un profundo respeto por las personas y el entorno.



Sobre el autor

Gabriel Silva es Responsable de Negocio para Ibema Argentina y se especializa en desarrollo de nuevos negocios.





 **suzano**
STENFAR



UN NUEVO CAPÍTULO PARA SUZANO



Suzano anunció una integración con Kimberly-Clark para el mercado de tissue, así como también una expansión de su portfolio de papeles para packaging.

La agenda global del papel y el packaging suma un capítulo clave, ya que Suzano, el mayor productor mundial de celulosa, acordó con Kimberly-Clark crear una compañía internacional de tissue que agrupa los activos fuera de EEUU.

Valuada en us\$3,4 mil millones, la nueva sociedad tendrá a Suzano con el 51% de participación accionaria y a Kimberly-Clark con el 49%. El desembolso de Suzano será de us\$1.734 millones al cierre, sujeto a aprobaciones regulatorias.

El perímetro incluye 22 plantas en 14 países y unas 9.000 personas, con cierre estimado hacia mediados de 2026. La operación integra a un proveedor de fibra de escala con marcas icónicas como Kleenex, Scott y Cottonelle bajo licencias regionales.

Más allá del movimiento corporativo, el foco estratégico está en la innovación para reemplazar plásticos por soluciones de fibra renova-

ble. En su portfolio de Papeles y Embalajes, Suzano concentra décadas de I+D con cinco grandes líneas y más de 20 marcas, impulsando productos para libros, vasos, sorbetes y, sobre todo, empaques. El vector es claro, apuntando a la sustentabilidad con desempeño industrial.

El producto destacado para packaging flexible es Greenpack®, un papel desarrollado a partir de materia prima renovable, libre de plástico, biodegradable y compostable. Este producto ofrece barreras a la grasa y al vapor de agua. Desde Limeira (São Paulo), Suzano inició la producción para abastecer envoltorios de higiene, cosmética y alimentos —desde flowpacks y pouches hasta sachets— acelerando la sustitución de plásticos de un solo uso.

Greenpack® se ofrece en formulaciones que cubren necesidades distintas, desde calidades base aptas para laminar o extruir, hasta versiones revestidas para alta calidad de impresión; y variantes con barrera





 **suzano**
STENFAR





termosellable en el reverso para estructuras monomaterial de papel. El resultado son empaques reciclables o compostables que encajan en líneas existentes de flexo, rotogravado o digital, con gramajes adecuados para conversión.

En el rubro de cartón corrugado, la propuesta se apoya en Lin[®], un papel blanco para containerboard, cuyo rango de 90–170 g/m² permite usarlo como liner o fluting con buena imprimibilidad y cadena de custodia FSC/PEFC. Para aplicaciones de exhibición y retail que exigen más impacto gráfico, la oferta se complementa con soluciones “white-top” estucadas (coated), es decir liners con superficie de alta lisura y brillo, que son estándar de la industria cuando se busca impresión premium en cajas y displays. Así, los convertidores pueden combinar la base Lin[®] con opciones estucadas según la exigencia de resistencia y acabado.

El abanico de papeles especiales se extiende a Greenbag[®] (bolsas resistentes con excelente imprimibilidad) y a sustratos para vasos/food service (como Bluecup/Bluecup Bio), todos concebidos para evitar plásticos y maximizar la reciclabilidad. Estas familias, junto con cartulinas para estuches, refuerzan la

transición hacia envases de origen renovable con trazabilidad y estándares de calidad globales.

“Desde Suzano Argentina, estamos acelerando la adopción de estas soluciones para higiene, cosmética y alimentos; para logística, retail y e-commerce”, afirma Susana Franco, Gerente Comercial de Suzano Stenfar. En este sentido, Susana explica: “El objetivo es ayudar a marcas y convertidores locales a migrar su portafolio sin resignar performance, apalancando la escala industrial y el pipeline de innovación que llega desde Brasil. Hay mucho para ofrecer, desde barreras a medida y soporte técnico de conversión, hasta alternativas que reducen el uso de plásticos vírgenes, elevan la reciclabilidad y mejoran la experiencia de marca.”

En síntesis, el acuerdo con Kimberly-Clark amplía el alcance global de Suzano en consumo masivo, mientras su portfolio innovador –Greenpack[®], Lin[®] (y opciones coated), Greenbag[®] y afines– consolida un menú listo para la transición. Para la industria gráfica, los convertidores y las marcas en Argentina, el mensaje consiste en que el papel ya compite y gana en diseño, eficiencia y sustentabilidad cuando se lo piensa como plataforma tecnológica y no solo como sustrato.





Las cuatro caras de la Sustentabilidad

Por Two Sides





Un nuevo informe internacional muestra que hay que usar distintos mensajes para cada perfil cuando se habla de sustentabilidad.

Cuando se trata de la actitud de la gente frente a la sustentabilidad, las marcas y las empresas suelen creer que las personas o son sustentables o no lo son. Sin embargo, un nuevo informe descubrió que existen cuatro tipos de mentalidad respecto a la sustentabilidad, que dividen a la gente en grupos bien distintos, cada uno de los cuales necesita mensajes y comunicación diferentes para prenderles la chispa ambiental.

Respaldado por empresas internacionales como Pepsico, IKEA, P&G y WWF, la consultora global GlobeScan publicó recientemente su informe “El Camino hacia 2025”, que recogió las opiniones y preferencias de más de 30.000 consumidores en 31 mercados.

El informe ofrece varios hallazgos, incluyendo el impacto negativo del

“greenhushing” (o “silenciamiento verde”), que es cuando las empresas dan marcha atrás con sus compromisos de sustentabilidad o simplemente no los comunican.

Un dato interesante de la encuesta revela cómo las familias jóvenes están impulsando la agenda de vida sustentable. La gente con hijos en casa es un blanco clave para la sustentabilidad y representa un grupo demográfico crítico en el que las marcas pueden enfocar su marketing y comunicación. Para las audiencias más jóvenes que se preocupan por la sustentabilidad pero les cuesta materializar su poder de acción, las marcas pueden empoderar a la Generación Z enfocándose en aspectos innovadores de la vida sustentable y usando las redes sociales para engancharlos directamente, mientras abordan obstáculos como el costo y la falta de conocimiento.





Pero una conclusión clave del informe es la clasificación de los encuestados en Inactivos Ansiosos, Indiferentes, Entusiastas o Minimalistas.

INACTIVOS ANSIOSOS

Con un 28% de los encuestados en esta categoría, este es el grupo más grande de consumidores en sustentabilidad. Estas personas son conscientes del medio ambiente, sienten mucha culpa y ansiedad por su impacto en el planeta, pero creen que las acciones individuales tienen un efecto limitado. Este grupo tiene el porcentaje más alto de encuestados de la Generación Z.

La mejor manera de conectar con los Inactivos Ansiosos es dándoles información clara y fácil sobre los pasos que pueden seguir para que sientan que progresar es posible, ayudándolos a salir del círculo de ansiedad e inacción.

INDIFERENTES

Los Indiferentes representan el 27% de los encuestados y son el segmento menos consciente desde el punto de vista ambiental. Con un compromiso más bajo que todos los demás segmentos, este grupo está

casi totalmente desconectado de los problemas y preocupaciones de la sustentabilidad.

Para llegar a los Indiferentes, hay que hacer una comunicación general que muestre los beneficios personales de ser consciente, como ahorrar dinero, sin poner mucho el acento en el aspecto de la sustentabilidad.

ENTUSIASTAS

Este grupo es el segmento más consciente y empoderado, y está muy comprometido con los comportamientos y las compras sustentables. Con una participación del 23%, los Entusiastas tienden a estar sobrerrepresentados en los mercados emergentes, especialmente en África.

Es más probable que a los Entusiastas les interesen los nuevos productos y servicios sustentables, y las marcas pueden llegar a ellos ofreciendo experiencias mejoradas y exclusivas.

MINIMALISTAS

Según el informe, los Minimalistas representan el 22% del mundo e intentan reducir su huella climática consumiendo menos y ahorrando



gastos. Los mueve la practicidad y los cambios chicos, pero con impacto. Ligeramente sobrerrepresentados en Europa y América del Norte, los Minimalistas suelen expresar su ambientalismo de una manera asociada al movimiento del decrecimiento.

Para conectar con los Minimalistas, las marcas deberían enfocarse en productos, servicios y comportamientos rentables que les permitan reducir su impacto ambiental sin que se les vaya de mambo el presupuesto.

CONCLUSIÓN

En general, el informe de Globescan subraya la necesidad de salir del mensaje único y tradicional sobre sustentabilidad. Al reconocer estos grupos de consumidores distintos, el informe dice que las marcas necesitan adaptar su enfoque para que coincida con estas mentalidades específicas.

Pero si bien el informe apunta a las marcas, también tiene insights clave para las empresas de impresión y papel, que se beneficiarían mucho entendiendo los distintos tipos de consumidores y su viaje personal hacia la sustentabilidad. ¿En qué grupo recaen sus clientes?





PEREZ TRADING COMPANY

Fundada en 1947, Perez Trading Company es hoy uno de los comercializadores internacionales más experimentados y reconocidos de papeles de impresión, empaque, equipos y tecnología de vanguardia para América Latina, el Caribe y los Estados Unidos. Con sede en Miami, Florida y de propiedad privada, nuestras décadas de experiencia nos brindan una perspectiva global única sobre los mercados que servimos.

Al definir oportunidades de mercado y ofrecer resultados positivos, nos hemos ganado la confianza y el respeto de nuestros valiosos socios comerciales, tanto clientes como proveedores. Constantemente los apoyamos navegando a través de las cambiantes condiciones del mercado de una industria en continua transformación. Nuestra receptividad y experiencia nos han establecido como una de las compañías comerciales más sofisticadas y confiables de nuestra región y nuestros horizontes futuros son ilimitados.

Tenemos los recursos y las soluciones que pueden beneficiar a nuestros clientes, ya sea que estén comenzando un nuevo negocio o expandiendo uno existente. La nueva integración de Diego Rodríguez como Commercial Director en la región, con 26 años de experiencia en la industria, nos genera una expansión de amplio espectro en todos los sectores gráficos e industriales.





75 años de liderazgo y transformación

Por Grupo HZ



Grupo HZ

Un envase es mucho más que una simple envoltura: es un producto diseñado para proteger lo que contiene, conectar a las marcas con las personas y hacer que nuestra experiencia de consumo sea práctica, fácil y placentera.

Detrás de cada envase hay una historia de innovación, trabajo y visión. En Argentina, una parte fundamental de esa historia la escribió Grupo HZ, protagonista y motor de cambios que definieron la evolución del packaging en la región.

Este año, Grupo HZ celebra 75 años de una historia que comenzó en Lomas del Mirador (Buenos Aires), de un sueño de un emprendedor, Herman Zupan, que supo mirar más allá de su tiempo. Inspirado por desarrollos europeos, apostó por incorporar tecnologías y procesos inéditos en el país, sentando las bases de un grupo empresario que, desde



sus orígenes, lleva en su ADN la innovación y el estar siempre un paso adelante.

A través de los años, Grupo HZ supo ser partícipe de los principales hitos que marcaron la Industria Gráfica, como la incorporación de la primera impresora offset a cuatro colores, lo que marcó un antes y después en la impresión de envases de cartulina en alta calidad.

Las nuevas tecnologías trajeron con ellas el desarrollo de nuevos productos que marcaron la memoria emotiva de los consumidores, como fue el reemplazo de las tradicionales latas de galletitas por cajas de micro

corrugado impresas, que además de proteger el producto, transformaron la experiencia de consumo. Elegir una marca en el almacén mirando las imágenes del frente del envase se transformó en un nuevo ritual de compra. Con ese cambio, Grupo HZ logró que el envase deje de ser un simple contenedor para convertirse también en un medio de comunicación.

Esta evolución de Grupo HZ fue posible gracias a una estrategia de negocios sustentada en tres pilares fundamentales: integración vertical, diversificación y regionalización. La integración vertical, impulsada por las exigencias de clientes de estar a la vanguardia, y la búsqueda cons-



tante de innovación, llevó al Grupo a incorporar a Papelera del Sur, asegurando el suministro de materias primas con altos porcentajes de componente reciclado.

De esta manera, Papelera del Sur no solo cumple un rol clave en la cadena de valor del Grupo, sino que también es la principal fuente de empleo calificado en Tornquist (Buenos Aires) y la única fabricante nacional de cartulinas recicladas, impulsando un modelo de economía circular que integra sostenibilidad, desarrollo local e innovación industrial.

La diversificación, por su parte, le permitió a Grupo HZ ofrecer solu-

ciones integrales y acompañar reconversiones de packaging, como el paso de los jabones en polvo en cajas de corrugado a envases flexibles. Gracias a la producción de ambos tipos de envases en Interpack y Celomat, el Grupo no solo fue protagonista de esta transición, sino que también le permitió impulsar el desarrollo de estructuras laminadas aptas para envasadoras verticales de alta velocidad, aprendizaje decisivo para adaptarse a los cambios que transformaron la industria.

Esa experiencia marcó el camino para una nueva etapa de inversión tecnológica, que potenció el desarrollo de materias primas para envases



flexibles mediante la incorporación de extrusoras propias de polietileno. Esto permitió crear estructuras más complejas, como doy packs y trilaminados, en sintonía con el auge de productos prácticos y listos para consumir. Así, con una visión de mejora continua, el Grupo logró optimizar procesos, reducir descartes y consolidar su liderazgo en envases flexibles de alto rendimiento.

Finalmente, la regionalización llevó al Grupo a expandirse a Brasil en 2001 adquiriendo Innovapack y Selecta en Chile en 2005, acompañando a clientes multinacionales y generando sinergias en mercados como los de frutas, bebidas, mariscos y comidas preparadas. Además,

su participación en agrupaciones internacionales de packaging como IPG e IFPN le brinda acceso a tendencias globales en sustentabilidad y tecnología, fortaleciendo su posicionamiento como referente regional.

• GRUPO HZ HOY

El liderazgo también implica asumir nuevos desafíos. Actualmente, las marcas buscan envases que protejan el producto y respondan a consumidores conscientes, combinando funcionalidad y sostenibilidad. Grupo HZ acompaña esta transición mediante la innovación tecnológica y el desarrollo de envases en cartulina con barreras



Hoy, bajo la conducción de la tercera generación en su dirección, Grupo HZ se consolida como un referente en la Industria, continuando con el legado que inspiró sus primeros pasos de innovar y generar valor de manera sostenible para clientes, colaboradores y comunidades.

En palabras de la Dirección: “El capital humano es nuestro mayor valor. Contamos con expertos que vivieron la evolución de la Industria Gráfica y con nuevas generaciones que impulsan innovación y digitalización. Esa identidad y sentido de pertenencia nos permite atravesar contextos complejos y seguir adelante”.

La combinación de conocimiento, compromiso e infraestructura distingue a Grupo HZ y le ha permitido liderar durante 75 años la Industria del Packaging en la región, creando envases que no solo contienen al producto sino que también reflejan más de siete décadas de historia.

biodegradables y envases flexibles con estructuras sostenibles, convirtiendo cada cambio en una oportunidad de agregar valor.

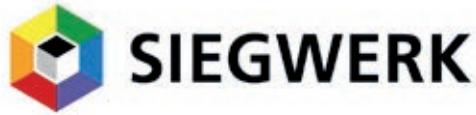
El liderazgo de Grupo HZ también se sustenta en las certificaciones y procesos que garantizan calidad e inocuidad. En 1994, Interpack se convirtió en la primera empresa gráfica argentina en certificar ISO 9001, siendo la número 30 del país. Hoy, el Grupo suma FSC®, PEFC y FSSC 22000, aplicadas a todas sus compañías de packaging. Estos logros, junto con la digitalización y profesionalización de equipos, permitieron pasar de empresa familiar a multinacional, sin perder cercanía con colaboradores y clientes.





NUEVO DESARROLLO PARA PACKAGING RECICLABLE

Por Pablo Suriano y Diego García



Siegwerk, en colaboración con Borouge y TPN Food Packaging lanza una solución de packaging monomaterial totalmente reciclable.

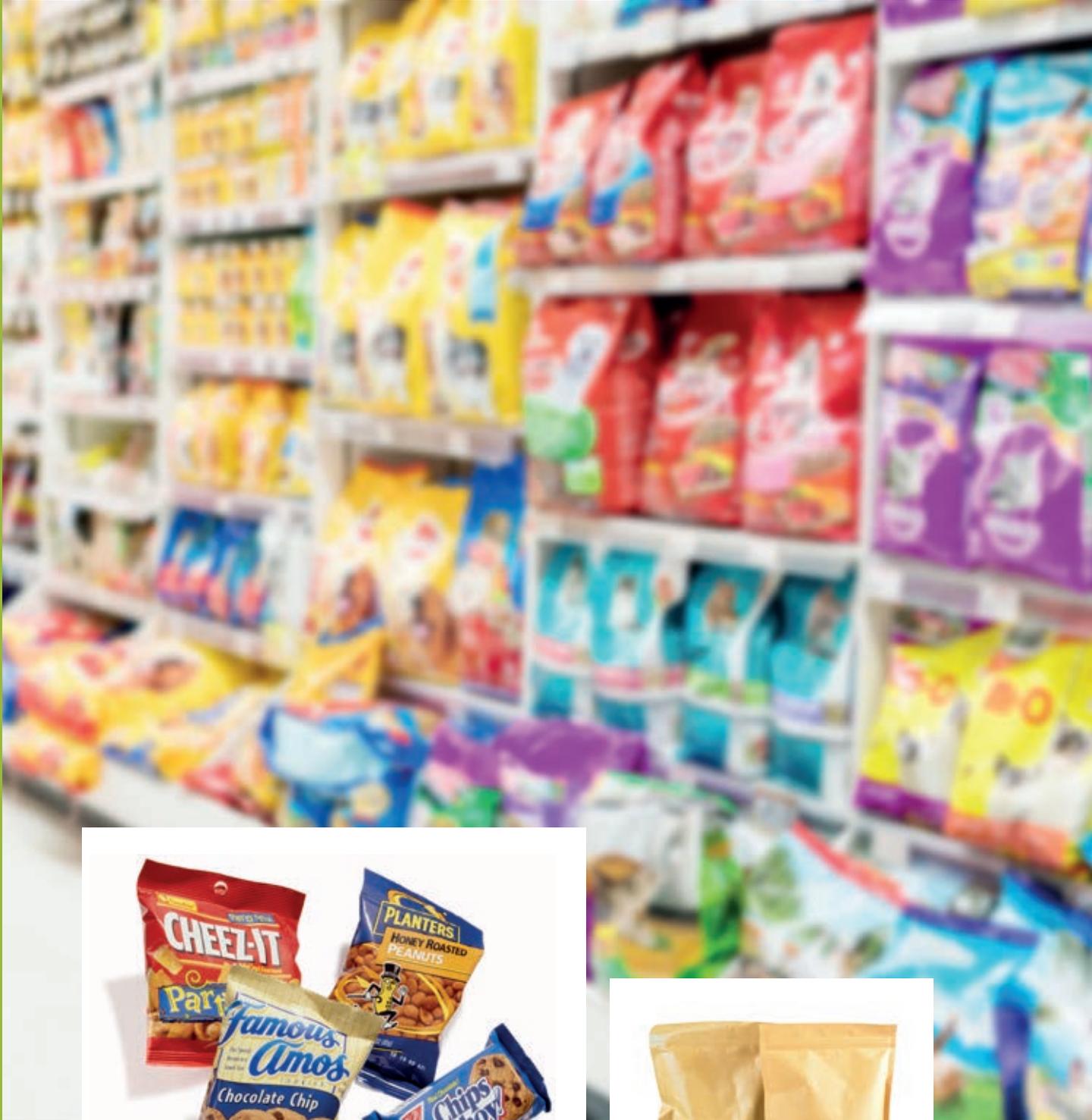
En un desarrollo colaborativo las empresas Siegwerk, Borouge y TPN Food Packaging Co, Ltd (TPN), anunciaron el desarrollo un stand-up pouch con barrera monomaterial, totalmente reciclable, para satisfacer las necesidades de convertidores, marcas y consumidores que buscan envases sostenibles y de alto rendimiento.

Este producto se convirtió en el primer stand-up pouch monomaterial de su tipo, con principal foco en la circularidad y el rendimiento de barrera al oxígeno, propiedad crucial para alargar la vida útil de alimentos que en su contacto sufren degradación de sus nutrientes y pérdida de propiedades organolépticas.

En cuanto a la circularidad, su composición permite una reciclabilidad del 100% y la producción de polietileno reciclado de alta calidad para futuras aplicaciones de envasado.

Esta innovadora solución de packaging es el primer desarrollo conjunto de la colaboración Siegwerk-Borouge, donde TPN se encarga de la producción del nuevo pouch de fondo plano destintable con barrera de oxígeno. El pouch ofrece una protección robusta, una funcionalidad superior y circularidad gracias a la tecnología de destintado, que permite utilizar polietileno reciclado de alta calidad como materia prima para aplicaciones de ciclo siguiente.

El nuevo stand-up pouch de fondo plano con barrera presenta una estructura laminada triple de polietileno (PE). Si bien es monomaterial, el packaging mantiene una alta rigidez, resistencia mecánica, integridad del sellado y capacidad de impresión, lo que la convierte en una alternativa inmediata a los laminados multimaterial tradicionales sin comprometer el rendimiento.





El avanzado recubrimiento de barrera de oxígeno de Siegwerk, Cirkit Oxybar BC1582, y su recubrimiento de destintado, Cirkit Clearprime, ofrecen una baja transmisión de oxígeno y permiten un destintado eficiente para el reciclaje de materiales impresos al final de su vida útil. Gracias a la experiencia de TPN en huecograbado, la capa de impresión MDO-PE logra una alta rigidez y planitud a velocidades de producción de aproximadamente 200 m/min. Esta tasa de transmisión de oxígeno (OTR) resultante es inferior a 1 cc/m²/día a 23°C y una humedad relativa del 50%, comparable a la del PET metalizado.

El innovador diseño del pouch permite la circularidad mediante la tecnología de destintado que delamina las películas impresas para eliminar las tintas y genera materiales de PE reciclados sin color de mejor calidad para el siguiente ciclo de vida.

Esta solución monomaterial satisface las necesidades de convertidores, dueños de marcas y consumidores que buscan envases sostenibles y de alto rendimiento para productos secos sensibles al oxígeno, como frutos secos y alimento para mascotas.

Este proyecto demuestra cómo la colaboración intersectorial pue-

de generar soluciones de envasado escalables y sostenibles. Siegwerk es uno de los principales proveedores mundiales de tintas de impresión y recubrimientos para aplicaciones de packaging y etiquetas. Borouge es una empresa petroquímica líder que ofrece soluciones innovadoras de poliolefina. Por su parte, TPN Food Packaging Co, Ltd (TPN), está consolidado como fabricante líder de envases para alimentos en Tailandia. Al combinar la ciencia de los materiales, la innovación en tintas y la experiencia en impresión y laminación, Siegwerk, Borouge y TPN han desarrollado una solución práctica que impulsa la transición de la industria del envasado hacia la circularidad.

Esta integración de especialidades pone de relieve que la colaboración en toda la cadena de suministro permite escalar las innovaciones, acelerar la adopción del reciclaje y promover un ecosistema de envasado más sostenible.



Sobre los autores

Pablo Suriano es Ingeniero Químico por la Universidad Tecnológica Nacional y se desempeña como Application Technology Manager FP & TOB para Siegwerk South Latam.

Diego Garcia es Ingeniero Civil por la Universidad de Buenos Aires y MBA Executive Management Program por la Universidad de San Andrés. Actualmente es Head of Brand Owner Collaboration en Siegwerk South Latam.



Formar hoy para transformar el

La industria gráfica atraviesa un momento de grandes transformaciones. La tecnología avanza, los formatos evolucionan y las exigencias de calidad se incrementan día a día. En este escenario, preparar a las nuevas generaciones con herramientas sólidas, criterio técnico y visión crítica ya no es una opción: es una necesidad impostergable.

Por Daniela Labarthé



mañana en la industria gráfica

Gutenberg Futuro: puente entre formación y trabajo

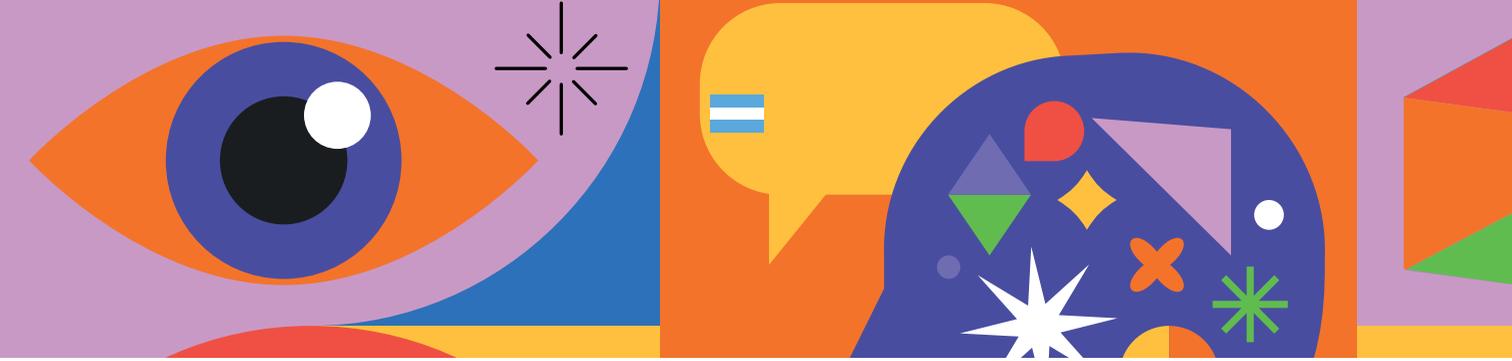
A través del programa Gutenberg Futuro, Fundación Gutenberg impulsa experiencias que conectan directamente a estudiantes con los entornos reales de la producción gráfica. El enfoque pone en primer plano el saber técnico y la comprensión integral del flujo de trabajo, desde el diseño y la preim-

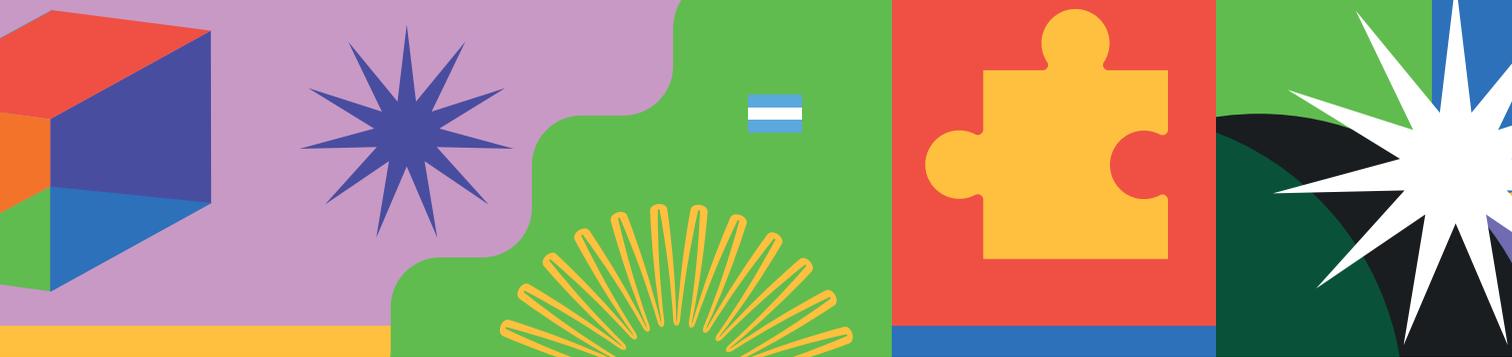
presión hasta la impresión y el acabado, sumando una mirada sobre los procesos, los materiales y la gestión de la producción. Los participantes se integran en procesos productivos reales. Esto se logra al desarrollar campañas, simular empresas, colaborar con fundaciones y aprender a transformar una idea en un producto impreso. El resultado es un aprendizaje práctico que acerca a los futu-

ros profesionales a las dinámicas reales de la industria.

El sector como aliado formativo

Una de las grandes fortalezas de este modelo es la colaboración entre Gutenberg y las empresas del sector. A través del Semillero Gráfico, las compañías comparten su experiencia técnica y se involucran





activamente en la formación profesional, acercando el ámbito productivo a quienes están dando sus primeros pasos en la industria. Empresas como Maryna S.A., Miraclon, Eco 3, Tink, Myerhofer, Tesa, Avery Dennison y Thomson Reuters acompañan de manera constante esta iniciativa, abriendo sus plantas, compartiendo tecnologías y generando espacios de intercambio que integran la realidad industrial con el entorno educativo. Estas experiencias fortalecen la articulación entre producción y aprendizaje técnico, impulsando una sinergia fundamental, que permite que los conocimientos se actualicen y que los procesos productivos incorporen nuevas miradas y soluciones.

Una comunidad que imprime futuro

El Semillero de Futuros Gráficos está conformado por más de 700 estudiantes de escuelas técnicas con orientación en producción gráfica. Son jóvenes que integran la Usina Creativa, un espacio donde participan estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y Digital y por todos aquellos que comparten la misma pasión por la gráfica que inspira a Gutenberg. Juntos conforman una comunidad que aprende haciendo, experimentando y proyectando el futuro de la industria desde hoy.

Formación con impacto en la producción

En Fundación Gutenberg, la enseñanza se concibe como una herramienta de desarrollo productivo.



El objetivo es formar profesionales capaces de intervenir en procesos reales, optimizar recursos, elevar estándares de calidad y aplicar criterios técnicos y creativos al servicio de la eficiencia. Este enfoque de “diseño y producción en acción” potencia la innovación, la sustentabilidad y el crecimiento del sector, articulando tecnología, conocimiento y compromiso con la mejora continua.

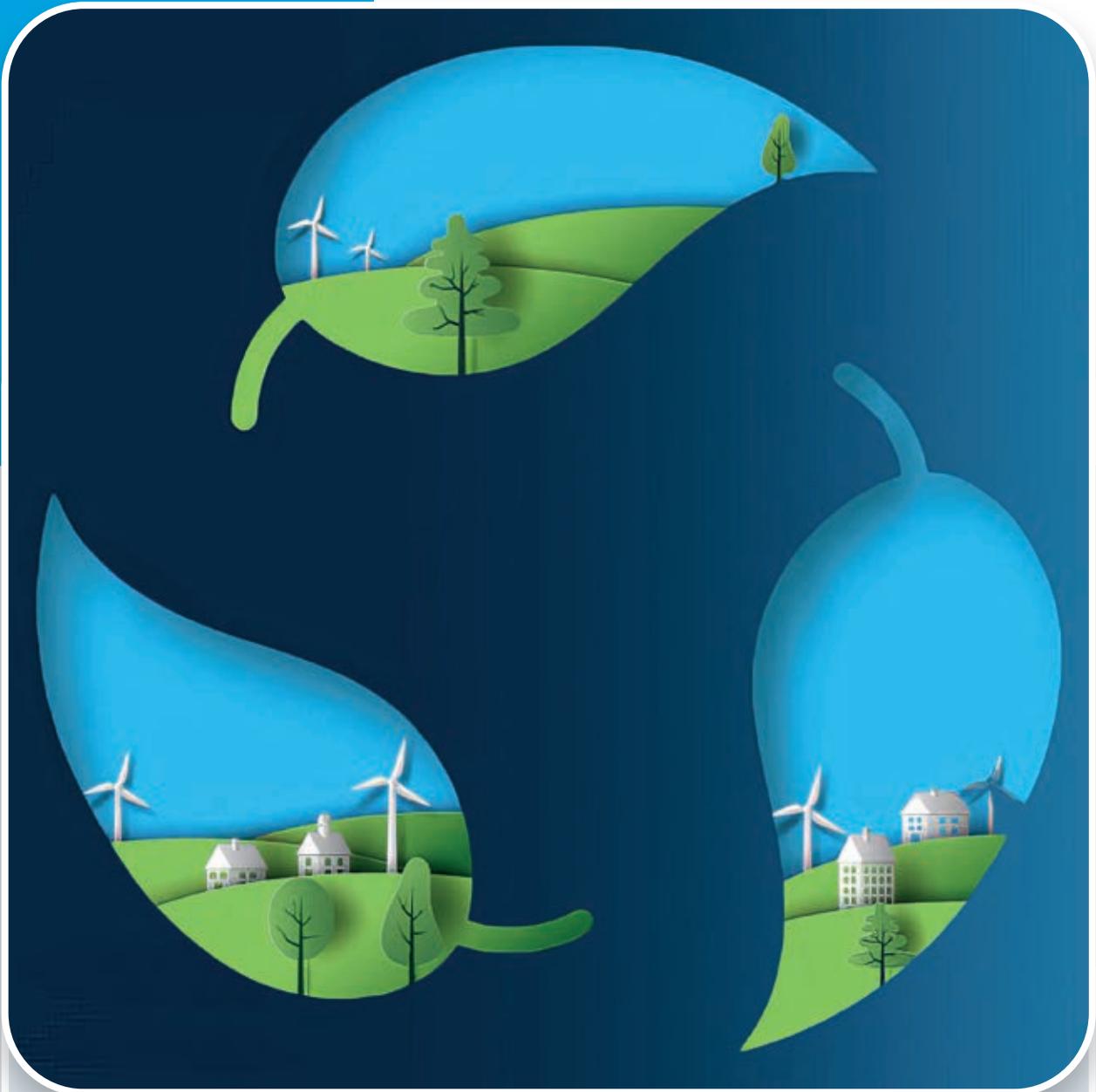
Imprimir futuro

Para Fundación Gutenberg, el desafío no consiste solamente en enseñar programas o técnicas. Es necesario construir espacios donde lo técnico y lo humano dia-

loguen, donde el aprendizaje se traduzca en acción y compromiso. Gutenberg se consolida así como un modelo de referencia: formar jóvenes con conocimiento, conciencia, vínculo con la industria y capacidad de transformar. El futuro de la gráfica no se espera, sino que se diseña, se imprime y se construye hoy.

Sobre la autora

Daniela Labarthé es Licenciada en Sociología por la Universidad de Buenos Aires y actualmente ejerce como Directora Ejecutiva de Fundación Gutenberg.



Revolucionando los envases sostenibles

El papel de los recubrimientos de barrera funcionales de Sun Chemical buscan empujar el límite de lo posible en cuanto a reciclabilidad y performance para la industria del packaging.



SunChemical®
a member of the DIC group 
Color & Comfort

Las tendencias mundiales de consumo plantean para la industria del embalaje el reto de ofrecer soluciones económicamente viables que combinen funcionalidad, estética y sostenibilidad. En Sun Chemical, una respuesta a este reto es una innovadora línea de recubrimientos de barrera funcionales que redefinen los estándares del embalaje sostenible.

Los recubrimientos de barrera de Sun Chemical están diseñados para sustituir las estructuras multicapa difíciles de reciclar, ofreciendo protección contra el oxígeno, la humedad, la grasa y los aceites minerales, sin comprometer la reciclabilidad del sustrato. Esta tecnología permite a los convertidores y a los propietarios de marcas reducir el uso de plástico, mejorar la circularidad de los envases y cumplir con las normativas cada vez más estrictas.

La versatilidad de las soluciones de recubrimiento de barrera de Sun Chemical permite su aplicación en papel, cartón y películas, adaptándose a envases de diversos sectores, como la alimentación, la cosmética, la farmacéutica y los bienes de consumo. Además, los recubrimientos pueden aplicarse en líneas de impresión existentes, aunque, dependiendo de la aplicación específica, algunos clientes han optado por invertir en nuevos equipos.

En Latinoamérica, Sun Chemical está impulsando varios proyectos para reemplazar el polietileno (PE) en envases de papel y cartón con recubrimientos de barrera. La empresa colabora con convertidores, marcas y recicladores para desarrollar soluciones prácticas. Su enfoque integral considera no solo la barrera funcional, sino también la resistencia mecánica, la compatibilidad con tintas y adhesivos, y el comportamiento en los procesos de reciclaje.

Como parte de su propuesta de valor para soluciones integrales, Sun Chemical ofrece el sistema patentado SunScreen, un sistema de control en línea que monitorea la aplicación de recubrimientos de barrera durante la impresión, garantizando una dosificación precisa en gramos por metro cuadrado (g/m²). También cuenta con la capacidad de Análisis del Ciclo de Vida (ACV) para demostrar el impacto ambiental positivo y la reducción de la huella de carbono de las soluciones de embalaje rediseñadas.

El futuro del embalaje reside en la sostenibilidad, y los recubrimientos de barrera funcionales son una pieza clave en esa transformación. Sun Chemical ha planteado estar orgullosa de liderar este cambio ofreciendo tecnologías que protegen el producto, al consumidor y al planeta.



MARTIN CAVA

CALIDAD EN EQUIPAMIENTO
E INSUMOS GRAFICOS



Ventajas de las planchas sin procesado químico

Por Departamento Técnico Martín Cava SA



La implementación de esta tecnología mejora la eficiencia, sustentabilidad y competitividad en la impresión argentina. En este artículo se revisan las principales características ofrecidas por el desarrollo de Avant en esta línea de productos.

La industria gráfica se encuentra en un proceso de transformación hacia la automatización y la sustentabilidad. Las planchas sin procesado químico, como las desarrolladas por Avant, se alinean perfectamente con estas tendencias, permitiendo flujos de trabajo más ágiles y sostenibles. En un futuro cercano, los talleres gráficos que adopten estas tecnologías estarán mejor posicionados para competir en un mercado global.

El mercado gráfico presenta una demanda creciente de competitividad. Los costos de producción, la presión por los tiempos de entrega y la necesidad de cumplir con estándares medioambientales se vuelven factores decisivos.

En este contexto, la tecnología de planchas sin procesado químico emerge como una solución clave, permitiendo a las imprentas argentinas que buscan modernizar su flujo de trabajo, ganar eficiencia y proyectar una imagen sustentable.

• LA TECNOLOGÍA AVANT

La plancha Avant se diferencia de los sistemas convencionales porque elimina por completo la necesidad de procesadores y químicos de re-





velado. Esto significa que, una vez salida del CTP (Computer-to-Plate), la plancha está lista para montarse en la impresora offset. Este cambio se traduce en mayor estabilidad en la tirada, menos desperdicio de papel y tinta durante la puesta en marcha y una calidad más consistente de impresión.

Además, las planchas Avant tienen alta calidad, resistencia a la abrasión y larga duración para impresión en máquinas planas, rotativas y todas las aplicaciones UV.

▪ **BENEFICIOS TÉCNICOS**

Una de las principales características técnicas de la plancha Avant es el alto contraste que tiene después del copiado en el CTP, lo que implica un beneficio para el maquinista al momento de la puesta en máquina y poder hacer un pre-entintado antes de comenzar a imprimir. La plancha Avant es compatible con todos los CTP actuales del mercado.

▪ **BENEFICIOS ECONÓMICOS**

El impacto económico de adoptar esta tecnología es inmediato. Al prescindir de químicos, agua y electricidad para procesar las planchas, los costos fijos se reducen. También se eliminan los gastos de mantenimiento de equipos de procesamiento y se libera espacio en planta. Para muchas gráficas argentinas, esto representa un ahorro anual significativo, tanto en insumos como en horas de trabajo.

▪ **BENEFICIOS MEDIOAMBIENTALES**

La eliminación de químicos y el ahorro de agua convierten a la plancha Avant en una solución amigable con el medio ambiente. En un contexto donde cada vez más clientes valoran la sustentabilidad de sus proveedores, contar con procesos limpios puede marcar la diferencia a la hora de ganar licitaciones o contratos con empresas que exigen certificaciones ambientales. Además, facilita el cumplimiento de regulaciones locales e internacionales.

▪ **CASOS DE ÉXITO**

Diversos talleres gráficos en Argentina han reportado mejoras notables tras implementar planchas Avant. Algunas han registrado ahorros de hasta un 80% en consumo de agua y una reducción del 100% en químicos. Otras destacan la rapidez de la puesta en máquina y la estabilidad de color en tiradas largas, lo que mejora la satisfacción del cliente final.

La plancha Avant representa un avance significativo para la impresión offset en Argentina. Combina beneficios técnicos, económicos y medioambientales en una sola solución, al tiempo que proyecta una imagen innovadora y responsable. Su adopción no solo responde a una necesidad operativa, sino que también abre la puerta a nuevas oportunidades de negocio de la industria gráfica.



Inversión y cobertura en tiempos de volatilidad



Por Gonzalo Vallejos

Herramientas del mercado de capitales argentino



2025



para preservar valor y gestionar riesgo





En un contexto macroeconómico desafiante, donde la inflación muestra una tendencia descendente aunque aún elevada, las tasas reales positivas comienzan a enfriar la actividad y la incertidumbre cambiaria vuelve a instalarse tras las últimas medidas adoptadas por el Banco Central, el escenario exige una administración cuidadosa del riesgo y de la liquidez. Las empresas, en particular las PyMEs del sector gráfico, deben equilibrar la preservación del capital con la necesidad de mantener flexibilidad operativa frente a un entorno incierto.

Durante los últimos meses, el mercado local mostró un reacomodamiento de expectativas. La suba en el riesgo país, impulsada por la caída en los precios de los bonos soberanos, reintrodujo volatilidad tanto en el tipo de cambio como en las tasas de interés. En ese marco, los instrumentos ajustables por inflación (CER) y las colocaciones dolarizadas volvieron a posicionarse como alternativas de cobertura para preservar valor frente a la incertidumbre.

Entre las estrategias más utilizadas se destacan:

- Bonos CER de corto plazo, que acompañan la evolución de la inflación y permiten resguardar el poder adquisitivo
- Obligaciones negociables dolarizadas de emisores privados con buen historial crediticio, que ofrecen rendimientos en moneda dura.
- Fondos comunes de inversión con estrategias mixtas —combinando activos CER, dólar linked y renta variable—, ideales para diversificar riesgo.
- Para perfiles más sofisticados, bonos soberanos ley extranjera, cuyas paridades aún reflejan precios de oportunidad, si el escenario es el optimista.

El desafío central pasa por administrar la liquidez y mantener la capacidad de reacción ante los cambios del entorno político y económico. Aun con sus limitaciones, el mercado de capitales argentino continúa ofreciendo herramientas valiosas de cobertura y financiamiento, especialmente relevantes para quienes buscan profesionalizar la gestión financiera de su empresa.

De cara a los próximos meses, la atención estará puesta en cuatro variables clave:

1. Observar si el Gobierno tendrá la capacidad suficiente para tejer alianzas que le permitan tener margen de maniobrabilidad en el Congreso para implementar las reformas estructurales que el país necesita (laboral, fiscal y previsional).
2. Entender si el esquema cambiario le permitirá al país recuperar niveles de competitividad tales que le otorguen las reservas necesarias provenientes de mayores exportaciones de bienes y servicios y así poder hacer frente a los compromisos asumidos con los Organismos de crédito internacionales y para hacer frente a los vencimientos de deuda del año próximo.
3. El nivel de la tasa de interés, que será determinante para sostener la actividad sin comprometer el equilibrio nominal.
4. La evolución del riesgo país y la capacidad de rollover de la deuda, factores esenciales para recuperar la confianza y mejorar el acceso al financiamiento.

En definitiva, más que adivinar el futuro, se trata de gestionar con criterio y flexibilidad un presente cambiante, aprovechando las oportunidades que ofrece el propio mercado.

Sobre el autor:

Gonzalo Vallejo es Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad de San Andrés y Máster en Finanzas por la Universidad Torcuato Di Tella. Actualmente se desempeña como Managing Director en CRITERIA, empresa a cargo de la **Asesoría Financiera de FAIGA**.



Claves para encarar una obra industrial sin sobresaltos

Por Grupo Bautec



Grupo **BAUTEC**

Desde el proyecto de obra inicial hasta el último detalle en la ejecución, algunos recaudos evitan dolores de cabeza y aseguran que la producción no pare.

Al momento de planificar una obra en una planta industrial, ya sea desde cero o reformando lo existente, hay varios factores que conviene tener en cuenta para que el proceso sea lo más fluido posible y no se transforme en un caos.

Lo primero es elegir una empresa constructora con experiencia comprobable en el rubro. No es lo mismo construir un galpón que una nave industrial con pisos de alta performance o sistemas de aislamiento térmico específicos. La trayectoria y la solvencia técnica son clave para garantizar los plazos y el presupuesto, algo que en Argentina no es fácil cumplir.

Uno de los puntos más críticos suele ser el piso industrial. Si se eligen sistemas tradicionales, a la larga pueden aparecer juntas abiertas, desniveles o un desgaste prematuro. Hoy existen alternativas, como los pisos continuos sin juntas –con paños de hasta 1.500 m² ofrecidos por Bautec– que reducen mante-



Grupo Bautec asumió la nueva asesoría de FAIGA en materia construcción y expansión edilicia.



nimiento y mejoran la durabilidad. También está la opción de los pisos de planitud restringida, indispensables para depósitos automáticos u operaciones logísticas de alta precisión.

Otro tema no menor es la estructura. Si es metálica, conviene que esté diseñada y fabricada con control de calidad desde el origen, idealmente desde la bobina de acero, para asegurar su resistencia y durabilidad. Sistemas como las estructuras de alma llena -una de las especialidades de Bautech- permiten grandes luces y alturas, además de ofrecer buenas alternativas de aislación térmica, algo cada vez más relevante para la eficiencia energética.

Si en cambio se trata de una ampliación o remodelación, el asunto se complica un poco más, ya que entran en juego otros factores:

- La calidad de los materiales y el control del polvo para no afectar áreas de producción.
- Un plan de obra realista que permita a la empresa seguir operando, aunque sea en modalidad reducida
- El impacto en el consumo energético durante la obra.

En estos casos, la experiencia de la constructora es fundamental. No es solo saber construir, sino también cómo convivir con la producción en marcha. La adaptabilidad de los equipos, la protección de las áreas sensibles y una programación detallada que evite alterar los ritmos productivos son esenciales. Con recaudos como cercos herméticos, manejo de polvillo y circuitos internos bien definidos, se puede trabajar sin invadir ni contaminar.

En definitiva, más allá de los aspectos técnicos, lo que termina marcando la diferencia es contar con un partner que entienda los tiempos y las necesidades de la industria, que se ponga la camiseta del cliente y se haga cargo de los imponderables que suelen aparecer. Porque una obra industrial no es solo cemento y hierro: es poder seguir produciendo mientras se construye el futuro.

▪ SOBRE BAUTEC

Bautech cuenta con más de 33 años en el mercado de la construcción industrial y logística, con departamento de ingeniería propio y profesionales altamente capacitados tanto en la parte de proyecto como en la de resolución en obra.

Dentro de la industria gráfica, Bautech ha acompañado y desarrollado proyectos a la medida del cliente, muchos de ellos bajo la modalidad “llave en mano”, concentrando la responsabilidad de todos los rubros de la obra.

La experiencia acumulada por el Grupo le permite actualmente ofrecer una amplia gama de soluciones, desde pisos industriales, insumos y estructuras a medida fabricadas en conformidad con normas internacionales de calidad.

Para respaldar estas capacidades, Bautech cuenta con una planta industrial en Campana de 14.000 m² equipada con tecnología de última generación, un depósito en Pachecco de 4.000 m² sobre un predio de 20.000 m², y 800 m² de oficinas en Beccar, lo que garantiza capacidad operativa, logística y técnica para proyectos de gran escala.

Innovación, trabajo en equipo y



Con más de 25 años de experiencia en el sector gráfico, DB Distribuidora Argentina SA es hoy uno de los proveedores integrales más completos del país.



un firme compromiso



La propuesta de DB combina insumos de primera calidad, tecnología de punta, un equipo técnico-comercial con cobertura nacional y la visión clara de acompañar a la industria gráfica argentina con soluciones reales y un compromiso permanente.

Para comprender cómo funciona esta organización, Argentina Gráfica Cromática conversó con el Gerente Comercial, Marcelo Trías, y el Gerente Técnico, Diego Chapman, para conocer sus principales

lanzamientos, cómo están expandiendo su cobertura nacional y el propio diferencial de servicio que ellos mismos denominan como “Valor DB”.

› **Argentina Gráfica Cromática:** *¿Cuáles son los productos destacados que actualmente comercializa DB Distribuidora Argentina?*

› **Marcelo Trías:** Nuestro catálogo refleja el compromiso que tenemos con la innovación y la calidad. En tintas, trabajamos con Hostmann, una marca de



referencia. También ofrecemos cauchos Phoenix/Continental, foil stamping, BOPP Omega y tintas UV Zeller e Image.

En el segmento de papeles autoadhesivos, distribuimos productos de UPM, reconocidos por su excelente performance y aceptación en el mercado local.

› **Diego Chapman:** Además, avanzamos en el desarrollo y fabricación de adhesivos Imprestick, una línea pensada para cubrir todas las necesidades de la industria en cuanto al pegado de cajas de cartón y cartulina, junto con barnices UV sin benzofenona, que están disponibles en diferentes viscosidades.

› **MT:** Estamos convencidos de que, al ofrecer una gama tan completa, ayudamos a nuestros clientes a trabajar con eficiencia y seguridad, sabiendo que todo lo que necesitan pueden encontrarlo en un solo proveedor.

› **AGC:** *¿Qué novedades pueden compartírnos sobre el segmento de cartulinas?*

› **MT:** Una de las grandes noticias de este año es la alianza estratégica con la firma Ibema, que nos permite distribuir cartulinas Impona, Naturale, Supera y Supera White, todas de alta calidad y homologadas en la mayoría de los laboratorios.

Para brindar un mejor servicio, incorporamos un depósito exclusivo de 3.000 m y una cortadora de última generación, lo que nos permite personalizar los pedidos y acortar los tiempos de entrega.

Además, representamos marcas como April y Kipas, pensadas para ampliar la gama de prestaciones en rubros diversos.

› **AGC:** *¿Qué avances pueden contarnos en otros segmentos técnicos del proceso gráfico?*

› **DC:** En el rubro planchas, continuamos con nuestra línea propia Omega, reconocida por su alta estabilidad y versatilidad en las tres versiones disponibles, Max termal positiva, CTcP y SK, que son planchas sin químico negativa.

Además, para continuar mejorando la oferta de materiales y calidades, firmamos un convenio de representación con Fujifilm que nos permite trabajar

con tecnología japonesa de vanguardia en offset de alta demanda.

Esta nueva alianza suma también fotopolímeros flexográficos, permitiéndonos ampliar nuestro portfolio e incorporar polímeros digitales de revelado al agua Fuji, que se integran a nuestra línea de polímeros convencionales y digitales Omega, referentes en impresión sobre corrugados.

Por otra parte, en el área de químicos y productos de limpieza, incorporamos la línea de la firma Eggen (Alemania), con soluciones específicas para el mantenimiento de equipos.

Finalmente, en barnices, destacamos el lanzamiento del Imprefix 409 (mate), el Imprefix 410, y el constante desarrollo de barnices barrera aptos para contacto con alimentos, que responden a una necesidad creciente del sector. Todo esto está avalado por un laboratorio propio de ensayos y controles, que garantiza continuidad y estabilidad en la elaboración y el desarrollo.

Este compromiso con la calidad lo reafirmamos con la certificación del sistema de gestión de calidad ISO 9000, otorgada por IRAM a nuestra planta de producción.

› **AGC:** *¿Participaron en ferias y eventos internacionales?*

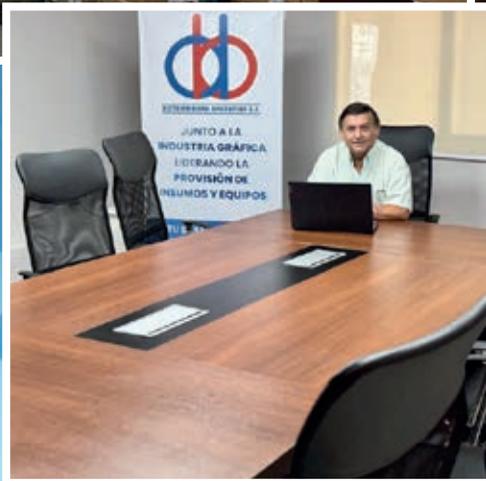
› **MT:** Durante 2025 tuvimos presencia activa en dos ferias internacionales clave, la China Adhesives and Sealants Expo (Shanghai) y la Label Expo 2025 (Barcelona).

Estas instancias son fundamentales para mantenernos actualizados, generar nuevas alianzas globales y continuar trayendo lo mejor del mundo al mercado argentino. Para nosotros no se trata solo de una exposición, sino de parte del compromiso con la innovación constante.

› **AGC:** *¿Cómo está organizada la cobertura comercial de DB en todo el país?*

› **MT:** Uno de nuestros diferenciales más importantes es la cobertura 100% nacional. Contamos con un equipo de representantes comerciales con presencia permanente o visitas periódicas en cada región del país.



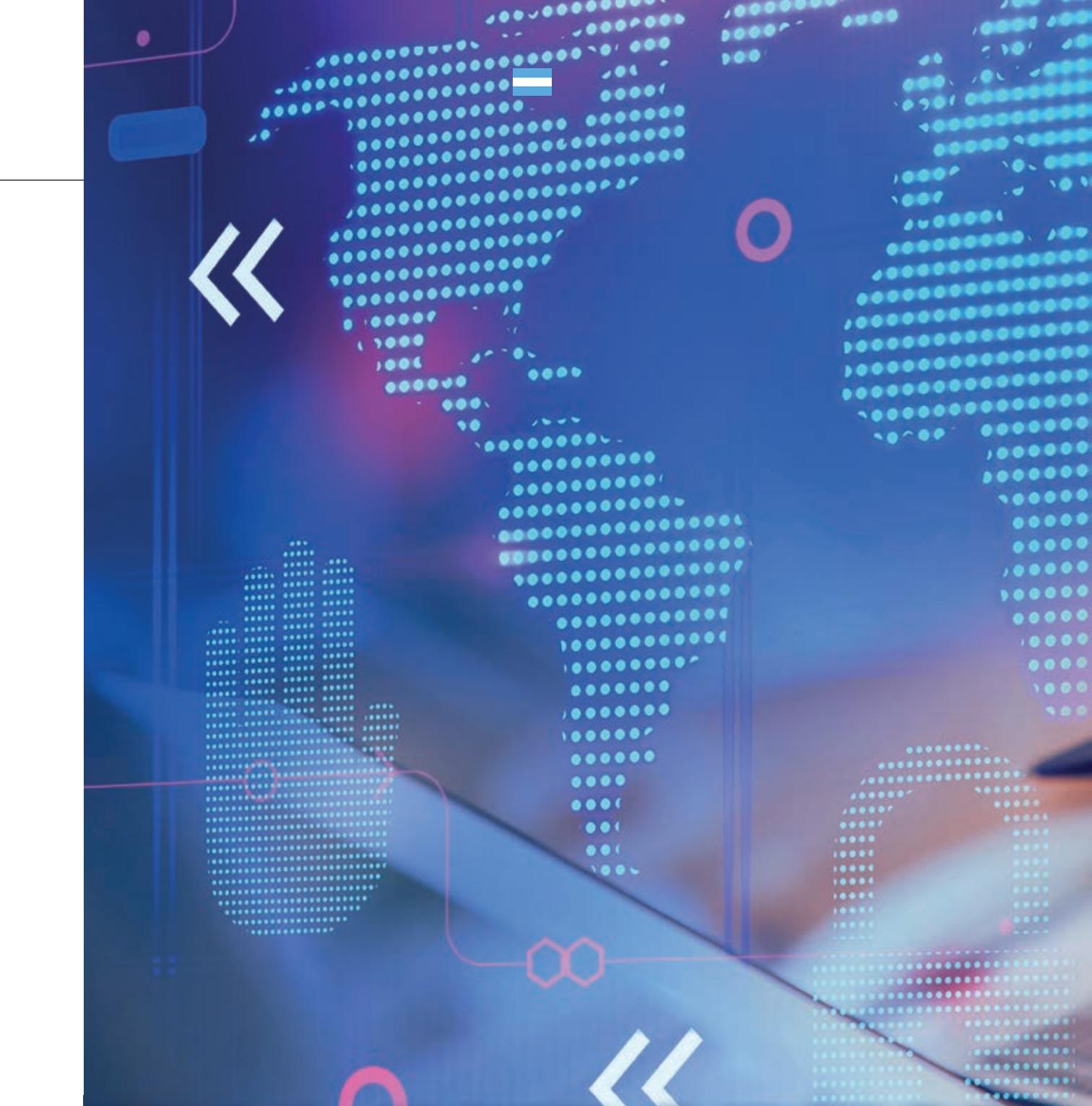


Esto nos permite estar cerca del cliente, asesorarlo de forma personalizada y resolver con rapidez sus necesidades, sin importar dónde se encuentre. Es una red profesional y eficiente que trabaja en conjunto con nuestro equipo técnico y logístico.

- **AGC:** *¿Qué define el verdadero valor que ofrece DB al gráfico argentino?*
- **MT:** Mucho se habla del precio, pero creemos que el valor real no se mide solo en costos, sino en soluciones concretas, en respaldo técnico, en

agilidad logística y, especialmente, en el recurso humano. Nuestro equipo no solo vende productos, sino que acompaña asesora y entiende al impresor gráfico, porque muchos de nosotros venimos de ese mismo mundo.

La confianza que generamos con nuestros clientes está basada en años de trabajo, conocimiento técnico y presencia constante, incluso en los momentos de desafío. Esa cercanía humana, más allá de la tecnología y los insumos, es parte esencial de lo que llamamos “el valor DB”.



UNA PERSPECT DESDE EL CORAZÓN DEL



IVA ARGENTINA

DEBATE LABORAL MUNDIAL

Por Sergio y Andrés Nunes



Nuestra participación más reciente en la 113ª Conferencia Internacional del Trabajo estuvo marcada por un tema que domina la conversación global: la regulación del trabajo en la economía de plataformas digitales. Tuvimos la oportunidad de formar parte activa de la “Comisión Normativa sobre el Trabajo Decente en la Economía de Plataformas”, un espacio de negociación tripartita donde se sentaron las bases para una futura norma internacional.

▪ **LA ECONOMÍA DE PLATAFORMAS EN EL CENTRO DE LA ESCENA GLOBAL**

La Conferencia de 2025 marcó un punto de inflexión histórico. Tras intensos debates, la Comisión y posteriormente el plenario de la Conferencia tomaron una decisión trascendental de avanzar hacia la elaboración de un convenio. Es decir, un tratado internacional vinculante, complementado por una Recomendación con directrices e ideas de políticas de posible implementación. Para tener dimensión de la importan-

cia del debate, tomó no menos de 6 sesiones definir la forma del instrumento, no habiendo podido alcanzar un consenso.

Esto llevó a que haya una votación, circunstancia poco habitual en el marco de la OIT, donde quedó expresamente establecido quiénes querían una u otra forma del instrumento a elaborar. Al conocer que estamos ante un Convenio, acompañado de una recomendación, los sucesivos debates sobre definiciones, alcance y regulaciones de fondo, no han sido menos desafiantes. Tengan presente que cada palabra que se incorpora, luego será tenida como ley con las diferentes acepciones e interpretaciones normativas que ello conllevará en cada legislación nacional.

▪ **LOS PUNTOS CRÍTICOS DEL DEBATE: NUESTRA VISIÓN DESDE LA COMISIÓN**

Desde nuestra silla en el banco empleador, fuimos testigos y partícipes de las discusiones que definieron el contorno de la futura norma. ¿Estamos todos de acuerdo de qué

hablamos cuando hablamos de plataformas digitales de trabajo? Todos podemos saber que algunas sin dudas son plataformas, pero la presencia de elementos automatizados de decisión en programas de configuración de equipos industriales o de inteligencia artificial para otro tipo de desarrollos económicos, ¿hará caer a nuestra industria en una definición amplia de plataforma digital de trabajo? Estos fueron algunos de los interrogantes principales.

Luego, siguieron debates más específicos de la materia de la relación empleador-trabajador como por ejemplo el tipo de clasificación, si sería únicamente una relación laboral o se admitiría, como de hecho existe en la realidad, la existencia de relaciones autónomas o de prestaciones independientes para más de una plataforma, sin necesidad ni intención de subordinación. Por otro lado, ¿la mera prestación de tareas, debe presumir la relación de empleo o será una relación contractual diferente?

Luego, se debatió largamente sobre un concepto nuevo que se quiere introducir en las relaciones laborales que es “la gestión algorítmica” donde un algoritmo toma decisiones basadas en datos y este sería tomado como “empleador” o “titular” de la relación, sea independiente o laboral. Allí, los puntos más fuertes de debate se centraron sobre la necesidad de garantizar la transparencia de los algoritmos y el derecho de los trabajadores a una revisión humana de las decisiones automatizadas que los afectan, todos puntos defendidos y planteados arduamente por el sector trabajador.

Como habitualmente sucede, se ha debatido ampliamente sobre la protección social y derechos fun-

damentales del trabajo, por existir jurisdicciones donde las relaciones autónomas no gozan de ningún grado de protección social e incluso el reconocimiento del derecho a organizarse sindicalmente. Como sabrán, Argentina está bastante avanzada en términos internacionales en cuanto a normativas de protección social y derecho a organización sindical, por lo que este último punto no traería mayores modificaciones directas a nuestra normativa. Por último, también los trabajadores han mostrado particular interés en el acceso a los datos de los “perfiles digitales” de cada trabajador, de modo de contar con una especie de certificado de trabajo de prestaciones en el marco de plataformas digitales, donde consten sus calificaciones e historial de prestaciones, entre otros.

▪ CONCLUSIONES DE LA 113ª CONFERENCIA

Al finalizar las dos semanas de trabajo, aclaramos que la elaboración de un Convenio está prevista en discusiones bianuales, la Comisión adoptó un documento preliminar de “conclusiones propuestas”. Este texto fue el resultado de haber podido revisar únicamente el 15 por ciento de la totalidad de textos y documentos propuestos por la OIT, cuando habitualmente, en este primer año de debate, una comisión trata más del 80 por ciento y en algunos casos la totalidad. Esto denota en la práctica la falta de acuerdo en muchos puntos importantes y necesidad de debates mayores.

En nuestra opinión personal, no están dadas las condiciones para que se vote y apruebe un convenio prescriptivo, siendo como máximo objetivo un convenio basado en principios generales una posibilidad horizonte razonable.



Aunque los detalles finos aún están por definirse, la dirección del viaje es inequívoca. El mundo se mueve hacia una mayor regulación de la economía de plataformas para garantizar un piso de trabajo decente. Esto podría impactar en modo diverso, dependiendo exclusivamente del resultado de la conferencia del próximo año no solo en las habituales “Plataformas Digitales de Trabajo” sino también en industrias más tradicionales que se apoyan o se sirven de diversos sistemas o desarrollos que podrían quedar encuadradas en la presente normativa. Este escenario implicará un desafío nuevo e impensado algunos años atrás.

▪ **NAVEGANDO EL FUTURO: RECOMENDACIONES Y PREVENCIÓN DE CONTINGENCIAS PARA EL SECTOR EMPLEADOR**

Desde nuestra posición, la pregunta que nos guía es siempre la misma: ¿Por qué un empresario gráfico en Buenos Aires, Córdoba o Rosario debería preocuparse por lo que se discute a miles de kilómetros de distancia? La respuesta es contundente, porque las decisiones que se toman en Ginebra son el borrador de la legislación laboral y decisiones judiciales del mañana en Argentina y delimitan el campo de juego competitivo en el que operaremos en los próximos años.

La reforma constitucional de 1994 estableció, en su artículo 75, inciso 22, que los tratados internacionales ratificados por el país tienen jerarquía superior a las leyes. ¿Qué significa esto en la práctica? Significa que las disposiciones de un Convenio de la OIT ratificado prevalecen sobre cualquier ley nacional que se

le oponga, ya sea la Ley de Contrato de Trabajo, un convenio colectivo o cualquier otra norma de menor jerarquía. Un Convenio ratificado puede, de hecho, derogar tácitamente artículos de leyes preexistentes o impedir la sanción de leyes futuras que lo contradigan.

Además, debe tenerse presente que en muchas ocasiones las redacciones de los documentos (normativos o no), emanados de la OIT son genéricas o quedan superpuestas a “*la práctica nacional*” o a “*condiciones nacionales*”. Esto quiere decir que cada país lo aplicará de acuerdo a su propio contexto normativo y no debe tomarse literal la letra de la normativa internacional sancionada.

Como posibles pasos de acción para nuestros empresarios queda, mantenerse informado de las novedades normativas, evaluar cómo tenemos la realidad contractual de posibles proveedores externos y conocer de qué modo podría impactar en nuestra realidad diaria estas modificaciones y reconfiguraciones normativas internacionales.

Es fundamental comprender que la redefinición de conceptos clave del derecho laboral ya está en marcha, impulsada por estos debates internacionales. En este caso, la “subordinación” no siempre encuentra las notas típicas de antaño y toma nuevas y diversas formas que van evolucionando. De este modo, los tribunales argentinos ya están comenzando a reconocer estas nuevas realidades en sus fallos. Por lo tanto, aferrarse a las definiciones del siglo XX para gestionar las relaciones laborales del siglo XXI es una posición que abre la puerta a posibles contingencias.





Sobre los autores

Sergio Nunes es abogado por la Universidad del Museo Social Argentino y titular del Estudio Nunes & Asoc, que ejerce la **asesoría legal de FAIGA**.

Andrés Nunes es abogado por la Universidad del Museo Social Argentino y socio del Estudio Nunes & Asoc.



SIGMA COLOR
TINTAS GRAFICAS



FABRICA DE TINTAS OFFSET

LINEAS DE FOTOCROMIA

SIN PIEL ANTIRROCE	SIN PIEL SECADO RAPIDO ANTIRRETINTE	BAJO OLOR METALICA-LASER	MAXIMA INTENSIDAD RESISTENTE A LA LUZ
-----------------------	--	-----------------------------	--

FABRICACION DE COLORES ESPECIALES - COLORES BASICOS - TINTAS PARA HOJALATA



Berón de Astrada 2260 / 74 (C1437FSJ) Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel + 54 11 4918.1543 / 4918.1574 / Tel / Fax + 54 11 4918.9026

admin@sigmacolor.com.ar
www.sigmacolor.com.ar



AMCOR REDEFINE EL FUTURO DEL PACKAGING SUSTENTABLE

Por Amcor Cono Sur



Con cuatro plantas en Argentina y una red integrada en toda la región, Amcor impulsa una transformación que une tecnología, propósito y sustentabilidad. Desde el Cono Sur, la compañía refuerza su posicionamiento global con innovación de punta y soluciones que marcan el rumbo hacia un futuro más circular.



En Sudamérica, Amcor fortalece su liderazgo bajo un concepto que inspira su estrategia regional: “Somos protagonistas de la transformación. Somos Cono Sur.” Esta visión refleja la integración de equipos, capacidades y talentos de Argentina, Chile y Uruguay, con un propósito común de construir una operación más fuerte, ágil y conectada.

La unión regional potencia el crecimiento, la colaboración y la capacidad de respuesta ante los desafíos del mercado.

▪ PRESENCIA INDUSTRIAL EN ARGENTINA

Amcor Flexibles Argentina cuenta con cuatro plantas productivas en el país ubicadas en San Luis, Chivil-



coy, Ushuaia y Pilar. Cada una está especializada en distintas líneas de producción que abastecen a sectores clave como alimentos, bebidas, cuidado personal y farmacéutica.

Estas operaciones combinan innovación local, estándares globales y una profunda conexión con las comunidades donde la compañía está presente, generando empleo, desarrollo y valor sustentable a largo plazo.

• TECNOLOGÍA Y LIDERAZGO REGIONAL

Desde América Latina, Amcor impulsa la innovación con desarrollos de alta tecnología como el MDO (Machine Direction Orientation), producido en su planta de Lima (Perú). Este avance da vida a AmPrima® Plus GEN2, una película de alto rendimiento 100% reciclable, diseñada para ofrecer barrera, resistencia y sellado con la misma eficiencia que las estructuras multicapa tradicionales, pero con un impacto ambiental mucho menor.

Esta innovación refuerza el liderazgo de Amcor en la región y su compromiso con los principios de la Fundación Ellen MacArthur, orientados a una economía de los plásticos más sustentable.

• PROTEGER EL FUTURO

El motor de la compañía es su propósito: "Juntos nuestros clientes destacan, mejoramos vidas y protegemos el futuro." Amcor entiende





que la sustentabilidad comienza en su cultura. Por eso promueve valores como la seguridad, la agilidad, el trabajo en equipo y el cuidado del planeta. Cada colaborador es protagonista de este propósito, contribuyendo a generar un impacto positivo en las comunidades y en el entorno.

Bajo el valor de Sustentabilidad, la compañía se compromete a crear un futuro mejor para la empresa, las personas y el medio ambiente, integrando prácticas responsables en toda su cadena de valor.

▪ CASO DE ÉXITO: VACALIN Y AMPRIMA® PLUS GEN2

Un ejemplo concreto de esta innovación sustentable es la alianza entre Amcor Flexibles Argentina y Vacalin, líder nacional en la producción de dulce de leche. Buscando un envase más práctico y sostenible, Vacalin confió en Amcor para desarrollar un nuevo formato en manga pastelera reciclable, fabricado con AmPrima® Plus GEN2, una estructura a base de polietileno totalmente lista para reciclar.

Este lanzamiento es el primero de su tipo en Argentina y no solo mejora la experiencia del consumidor, sino que marca un hito en la transición hacia envases más responsables. La innovación Vacalin–Amcor demuestra cómo la colaboración y la tecnología pueden transformar productos tradicionales en soluciones sostenibles de alto valor.



Con una combinación única de innovación tecnológica, presencia industrial y compromiso cultural, Amcor reafirma su liderazgo en el Cono Sur y su visión global de futuro, impulsando una industria de envases más eficiente, circular y humana.



Una Alianza Estratégica para la Industria Gráfica Argentina

Por Hugo Longobucco

*La integración
fortalece el
suministro, la
tecnología y el
compromiso con
nuestros socios en
Argentina.*

La reciente integración de Polo Films e Innova no es solo la unión de dos gigantes de la industria, sino la consolidación de un compromiso inquebrantable con nuestros socios de la industria gráfica argentina.

Con 45 años de historia, Polo Films siempre ha considerado a Argentina como su mercado estratégico. Hoy, fortalecidos por Innova, reafirmamos y profundizamos este compromiso, creando una plataforma de valor único para nuestros clientes.

SUMINISTRO ESTRATÉGICO Y CAPACIDAD AMPLIADA

Nuestra nueva estructura operativa, con plantas en Manaus (Norte) y Montenegro (Sur), crea una ventaja logística sin precedentes para Argentina. Esta sinergia nos permite



garantizar un suministro más ágil, seguro y predecible, reduciendo la dependencia de factores externos y asegurando la continuidad operativa de nuestros clientes.

▪ **TECNOLOGÍA COMO PRUEBA DE NUESTRO COMPROMISO**

Nuestro liderazgo tecnológico es una herramienta para el éxito de nuestros socios. La innovación no es un fin en sí mismo, sino un medio para ofrecer soluciones que generan valor real. Un claro ejemplo es el desarrollo de la línea b-flex, filmes BOPP biodegradables que responden a las crecientes demandas de sustentabilidad del mercado global y de los consumidores argentinos. Este tipo de avances demuestra nuestra visión de futuro y nuestro compromiso de mantener a nuestros clientes a la vanguardia.

▪ **UNA VISIÓN DE FUTURO CONJUNTA**

Más que un proveedor, nos posicionamos como un socio estratégico a largo plazo. Entendemos los desafíos y oportunidades del mercado argentino y estamos aquí para construir un futuro de crecimiento conjunto. Nuestra inversión en capacidad, logística y tecnología es una inversión directa en el éxito de cada uno de nuestros clientes en Argentina. Por eso pueden contar con Polo e Innova para llevar sus proyectos al siguiente nivel.

Sobre el autor

Hugo Longobucco es Director de Negocios de Enimar Representaciones SRL y Representante en Argentina de Innova.



¿LAS ELEGIRÍA?

PAUTAR EN MEDIOS NO AUDITADOS ES LO MISMO

A la hora de pautar en medios, elija la confiabilidad y seguridad en su inversión publicitaria que **sólo un medio auditado por el IVC puede darle.**

Desde hace casi 70 años y creciendo acorde a los tiempos, el IVC aporta transparencia al mercado brindando datos reales, haciendo que la inversión sea segura y efectiva.

Cada medio gráfico que certifica la veracidad de información con el IVC, exhibe su logo como garantía de confiabilidad.



Av. de Mayo 1370 1º piso
C1085ABQ - C.A.B.A.
Tel.Fax.: 5411-5236-4119
info@ivc.org.ar
www.ivc.org.ar

UN MEDIO AUDITADO POR EL IVC ES UN MEDIO DE VERDAD

Acabados gráficos que se sienten.



**Generamos valor al
trabajo del impresor.**

LAMINADOS

SERIGRAFÍA UV

BARNIZADO UV

HOT-STAMPING



Te invitamos a conocer nuestra planta industrial ubicada en el Distrito del diseño, en el corazón de la ciudad. Adaptada con la mejor tecnología y un equipo humano altamente capacitado.

CENTERBRIL

**Empresa líder en brindar soluciones post
impresión para imprentas.**

 5365-9387 L. Rotativas

 Santa María del buen aire 456, CABA

 centerbril@centerbril.com



@centerbril SEGUINOS!



**PEREZ TRADING
COMPANY**

ALCANCE GLOBAL. PERSPECTIVA LOCAL.

Proporcionando materiales de alta calidad, equipo y tecnología de vanguardia para las industrias de impresión y empaque por más de 78 años.