

OFICINA PRINCIPAL

6355 NW 36 Street Suite 302 Virginia Gardens,
FL. 33166-7027 - USA. Tel.: +1(305) 448 - 6875
Fax: +1(305) 448 - 9942 Toll Free: +1 (800) 622 - 6657

EDICIÓN DE LA PUBLICACIÓN

Calle 73 # 10 - 83 | Torre C, piso 4 - Bogotá, Colombia

DIRECTOR EDITORIAL

Álvaro Cuellar • alvaro.cuellar@b2baxioma.com

DIRECTORA DE CONTENIDO

Dr.-Ing. Laura Flórez Sastre • laura.florez@b2baxioma.com

EDITORIA ASISTENTE

Melissa Ibatá • melissa.ibata@b2baxioma.com

COLABORADORES

Diana Guevara • Alejandro Vásquez • Andrés Urbina
• José Pulido • David Chaux

CONSEJO EDITORIAL

Cluster de Plásticos de Querétaro e Instituto Queretano de
Herramientales; Octavio Guzmán - Magtec Ltda.; Jorge Medina -
CIPP; Universidad de los Andes; María del Pilar Noriega - ICIPP

INFORMACIÓN PUBLICITARIA

www.plastico.com/media-kit

**AXIOMA B2B
MARKETING**

www.axioma.com.co

DIRECTOR GENERAL

Marcelino Arango • marcelino.arango@axiomab2b.com

GERENTE GENERAL

Mariano Arango • mariano@axiomab2b.com

VENTAS

GERENTE DE VENTAS

Ximena Ortega Ovalle • ximena.ovalle@axiomab2b.com

PUBLISHER ASOCIADA

Giovana Reyes • giovana.reyes@axiomab2b.com

Tel.: (704) 396 64 12

SOPORTE DE VENTAS INTERNACIONALES

Alejandra Romero • alejandra.romero@axiomab2b.com

OPERACIONES

GERENTE DE OPERACIONES

Oscar Higuera • oscar.higuera@axiomab2b.com

GERENTE DE MERCADEO

Ximena Ortega Ovalle • ximena.ortega@axiomab2b.com

COORDINADOR DE MERCADEO

Gustavo Osorio • gustavo.osorio@axiomab2b.com

PRODUCCIÓN

COORDINADOR DE DISEÑO

Carlos Martínez • carlos.martinez@b2baxioma.com

DISEÑO

Typo Diseño Gráfico Ltda. • typodg@yahoo.es

COORDINADOR DE FOTOGRAFÍA

Alexander Sánchez • alexander.sanchez@b2baxioma.com

COORDINADOR DE OPERACIONES DE PRODUCCIÓN

Alejandra Bedón • alejandra.bedon@b2baxioma.com

DESARROLLO DE AUDIENCIA Y CIRCULACIÓN

Laura León • laura.leon@axiomab2b.com

PROTECCIÓN DE DATOS/POLÍTICA DE PRIVACIDAD:

protecciondatos@axiomab2b.com

PRODUCCIÓN E IMPRESIÓN:

Panamericana Formas e Impresos S.A.

BANCO DE IMÁGENES:

Shutterstock

COPYRIGHT © B2B Portales Colombia S.A.S.
Queda prohibida la reproducción total o parcial de los materiales
aquí publicados. El editor no se hace responsable por daños o
perjuicios originados en el contenido de anuncios publicitarios
incluidos en esta revista. Las opiniones expresadas en los
artículos reflejan exclusivamente el punto de vista de sus autores.

REGISTRO RM-DF 011-95 (078-95)PP09-0762

UNA PUBLICACIÓN

DE AXIOMA COMUNICACIONES

Tel.: 508 67 76 / Cll. 73 # 10 - 83 | Torre C, piso 4
Bogotá, Colombia

CIRCULACIÓN CERTIFICADA POR:



Proteger el plástico desde su primer uso

Sin que sorprenda a nadie, la feria K pasada se arrojó bajo la bandera de la economía circular. Lo que sí sorprendió es ver que no se trata de un *slogan* o de un tema cosmético para cuidar las apariencias. Es cierto y es comprobable que la industria está cambiando para dar respuesta al tema más apremiante de nuestros días: qué hacer con el plástico después de su uso.

Ser durable, que es una de las ventajas más apetecidas del plástico, es a la vez la característica que lo ha hecho víctima de *bullying* por parte de la sociedad. El plástico ha sido satanizado por considerársele un material que atenta contra la naturaleza, porque permanece invariablemente en ella después de su uso. Pero lo que en verdad atenta contra la naturaleza es nuestro estilo de vida, y la falta de una gestión apropiada de residuos.

Sin embargo, la industria plástica, haciendo gala del mismo ingenio que ha utilizado para dar solución a muchos de los retos que hasta ahora le ha planteado la humanidad, está también dando una respuesta a la problemática de gestión de residuos. En esta edición y en el cubrimiento en línea en www.plastico.com pueden leer ustedes acerca de muchas de las soluciones que hay en tecnologías de reciclaje, materiales, equipos de procesamiento y equipos de reducción de tamaño, todos alineados a solucionar la problemática actual.

Entre las muchas soluciones presentadas, hay una que resonó en mi mente: el diseño para reciclaje. No es una idea nueva, pero lo que sí es nuevo es que se la esté tomando en serio. Se trata de hacer soluciones de productos que protejan el valor de la materia prima desde su primer uso. Y esto es particularmente relevante en empaques, donde el plástico está en contacto con un producto envasado

que no lo ataca, por un periodo de tiempo que compromete muy levemente sus atributos. En otras palabras, si no fuera por las etiquetas y la cantidad de colorantes que le ponemos encima, el plástico seguiría intacto y listo para ser usado una vez más, manteniendo por más tiempo sus propiedades y su valor.

Hasta ahora, el que ha definido el diseño de un producto ha sido el consumidor –o mejor, lo que el departamento de mercadeo cree que quiere el consumidor–. El impacto en anaquel, por ejemplo, ha hecho que usemos tintas y mezclemos colores y materiales en un envase que, al ser reciclado, se vuelve una pasta oscura muy poco atractiva. Pese a que el producto puede tener buenas propiedades mecánicas, lo descartamos por no “verse bonito”.

Y este es uno de los principales argumentos en contra del plástico: el reciclaje como está concebido hoy en día solo extiende uno o máximo dos ciclos más la capacidad de utilizar el material, y en general en una aplicación de menor valor, degradándolo. No hay en realidad un cierre de ciclo. Luego es imperativo proteger al plástico desde su primer uso, evitando que se contamine o se degrade.

Un ejemplo muy claro del diseño para reciclaje es el que hace Illig con sus empaques IML-T decorados con cartón. La etiqueta no usa adhesivos para pegarse al plástico, y de esta forma no lo contamina. Es posible utilizar un envase de PET que permanezca limpio por fuera y que sencillamente se lave por dentro, para ser recuperado sin perder sus propiedades. Otro ejemplo de aplicación de diseño para reciclaje lo presenta Brückner, donde busca que sus películas logren los atributos requeridos a través de la orientación en máquina, sin mezclar materiales.

Sabemos que el consumidor quiere soluciones ambientalmente correctas, pero la verdad es que no está capacitado para saber cuáles son estas soluciones. Y sabemos que tampoco podemos depender de la voluntad política de nuestros gobernantes para dictaminar qué es una solución ambientalmente correcta, pues están tan desinformados como el público en general. Luego la decisión de hacer productos plásticos sostenibles recae en nosotros, los industriales del plástico, que somos los expertos en el tema.



Dr.-Ing. Laura Flórez Sastre
Directora de contenido
laura.florez@b2baxioma.com

