

etiquetas y etiquetado

Permiten la reducción del precio de la etiqueta en un 25%

Etiquetas *linerless*: innovación y respeto al medio ambiente

David Brugalla, gerente de Conver Autoadhesivos, nos habla en este artículo de un nuevo concepto de etiquetado que cada vez se está extendiendo más: las etiquetas *linerless*, es decir, que no llevan *liner* o papel soporte.

David Brugalla

Las etiquetas autoadhesivas convencionales son un complejo que formado por tres componentes: el papel frontal (lo que es en sí la etiqueta autoadhesiva una vez pegada en su destino); el adhesivo; y un material soporte (*liner*), normalmente papel o plástico siliconado, la función del cual es "transportar" la etiqueta desde su fabricación (impresión y troquelado) hasta la aplicación final, donde es desechado. Con las etiquetas *linerless* se suprime este último componente.

¿Qué significa el *linerless* para una empresa consumidora de etiquetas? Pongamos como ejemplo una empresa de alimentación que envasa su producto en bandejas termoselladas en atmósfera modificada. Actualmente, se están utilizando etiquetas

térmicas para esta aplicación de un tamaño limitado por la máquina aplicadora. Debido a este



Ventajas y beneficios de las etiquetas *linerless*

- Mayor imagen de producto.
- Mayor información para el consumidor.
- Impresión en ambas caras.
- Variedad de materiales.
- Variedad de gramajes (90 a 300 grs).
- Ahorro de costes.
- Mayor producción en las líneas de etiquetado (más etiquetas por bobina).
- Sostenible con el medio ambiente.

tamaño, los responsables de marketing normalmente tienen que poner más de una etiqueta para poder transmitir al consumidor toda la información que normativas y mercado requieren (información sobre el producto, valores nutricionales, descuentos, recetas, etcétera); estas etiquetas se pegan en el frontal de la bandeja, sobre el film. Con una etiqueta *linerless* podemos "envolver" la bandeja, puesto que no tenemos limitación por tamaño, plasmando en una sola etiqueta toda la información necesaria. Asimismo se pueden utilizar variedad de materiales y gramajes (de 90 a 300 gramos). Todos estas ventajas hacen que se consiga una mayor imagen de producto para el consumidor.

Cuando el departamento de marketing de dicha empresa envíe los diseños al departamento de com-

pras, se van a poder ahorrar costes. Una etiqueta *linerless* puede llegar a ser, a igualdad de medida, un 25% más económica que una etiqueta autoadhesiva convencional. La ausencia de papel soporte tiene gran importancia no sólo en el coste, sino que actualmente empieza a haber escasez de este material, pudiendo afectar al suministro de este tipo de etiquetas.

Cuando el departamento de compras designe el proveedor, en el departamento de producción van a tener ventajas importantes utilizando etiquetas *linerless*. La ausencia de papel soporte significa que cabrán un mayor número de etiquetas por rollo, hasta un 30% más, reduciendo el número de paradas para cambios de rollo. Asimismo se podrá reducir el espacio de stock de etiquetas hasta en un 40%.

SELF ADHESIVE LABELS CARD	SQ MTRS PER LABEL	WEIGHT PER LABEL IN GMS	VOLUME OF LABELS	TOTAL WEIGHT OF LABELS KGS	WEIGHT OF FACE MATERIAL KGS	WEIGHT OF ADHESIVE KGS	WEIGHT OF LINER KGS
235	64,77	0,01522	3,37905	14.178.500	47.910	30.213	4.316
235	73,025	0,01716	3,80971	1.284.100	4.892	3.085	441
235	90,49	0,02127	4,72086	164.600	777	490	70
SELF ADHESIVE LABELS PP							
55	86	0,00473	0,65274	5.237.400	3.419 56.998	1.338 35.126	495 5.322
LINERLESS LABELS CARD							
235	64,77	0,01522	2,68893	14.178.500	38.125	36.472	1.653
235	73,025	0,01716	3,03163	1.284.100	3.893	3.724	169
235	90,49	0,02127	3,75669	164.600	618	592	27
LINERLESS LABELS PP							
66	87,63	0,00578	0,37714	5.237.400	1.975 44.611	1.645 42.432	330 2.179
TOTAL WEIGHT SAVING IN KGS				12.386			

Fabricación, mercados y sostenibilidad del linerless

En el ejemplo anteriormente expuesto, se ponía como ejemplo una empresa de alimentación. No obstante, el *linerless* se está utilizando en mercados muy diversos, como por ejemplo para etiquetas de expedición y logística, para etiquetado de botellas o envases cilíndricos, etcétera. En el proceso de fabricación de las etiquetas *linerless* consta de dos fases:

· 1^a. Impresión de las etiquetas en prensa flexográfica con se-

caje ultravioleta.

· 2^a. Tratamiento del material y aplicación del adhesivo con una encoladora.

Para la aplicación de las etiquetas *linerless* se requiere de una máquina aplicadora preparada para poder desbobinar, cortar y pegar las etiquetas sobre el producto final.

En un futuro muy cercano, el consumidor valorará a la hora de elegir entre un mismo producto de distintos fabricantes, en base a cuanto se gastó en recursos que contaminen lo menos posible el planeta, todo ello correctamente

indicado en la etiqueta. La huella de carbono define el impacto de la actividad humana sobre el medio ambiente por la cantidad de gas de efecto invernadero producido, medida en unidad de dióxido de carbono (CO₂).

El papel siliconado de las etiquetas autoadhesivas convencionales es un residuo difícil de eliminar por el cual los consumidores de etiquetas autoadhesivas deben pagar para que sea retirado. Con el *linerless* se elimina dicho coste, puesto que no existe.

La empresa consultora JD Innovations LTD, conjuntamente con

la compañía Ravenwood Packaging, fabricante de máquinas aplicadoras para etiquetas *linerless* del Reino Unido, realizaron un estudio para un gran consumidor de etiquetas autoadhesivas, en el que reflejaba el ahorro de peso existente entre etiquetas autoadhesivas convencionales y etiquetas *linerless*.

La ausencia de papel soporte significa menor peso y mayor capacidad en el envío de las etiquetas *linerless* por caja o pallet. Eso significa menos viajes en transportes con menos emisiones de CO₂ a la atmósfera.

FSC

Desde octubre de 2010 la mayoría de etiquetas *linerless* impresas sobre papel para bandejas de alimentación fabricadas por Conver se realizarán con materiales FSC. La misión del FSC (*Forest Stewardship Council*) es promover una gestión forestal ambientalmente responsable, socialmente beneficiosa y económicamente viable en los bosques de todo el mundo. La certificación FSC está diseñada para dar una garantía creíble a los clientes, empresas, administraciones públicas o consumidores finales, de que los productos que se venden con un código de certificado FSC proceden de bosques bien gestionados.▼

