



Cámara Argentina de Fabricantes de Cartón Corrugado

E-COMMERCE

El valor global de los envases de comercio electrónico alcanzará los USD 51,7 mil millones en 2020



SE ESPERA QUE EL VALOR GLOBAL DE LOS EMPAQUES DE COMERCIO ELECTRÓNICO ALCANCE ESOS NIVELES Y CREZCA A DOS DÍGITOS EN LOS PRÓXIMOS AÑOS

En el último informe de la consultora internacional Smithers, indica que se espera que el valor global de los envases de comercio electrónico alcance los USD 51.7 mil millones en 2020, ya que el cierre de tiendas y shoppings por Covid ha empujado a más consumidores en línea. Esta proyección representa un aumento de USD 14.0 mil millones en comparación con el mercado del año pasado, que tenía una magnitud de USD 33,7 mil millones. El futuro del embalaje de comercio electrónico hasta 2025, muestra que el consumo seguirá creciendo y que representará un 40% más que los niveles del 2019.

A medida que cambian los hábitos de los consumidores, los modelos comerciales se adaptan y más minoristas cierran las tiendas físicas; La demanda de envases de comercio electrónico seguirá creciendo hasta 2025 a una tasa de crecimiento anual compuesta acelerada (CAGR

en inglés) del 17,0%. En 2025 este mercado alcanzará un valor de USD 113,5 mil millones, más del 10% del mercado total de envases a nivel mundial.

Esto hace que el comercio electrónico sea una de las oportunidades de mercado más importantes y emocionantes para los fabricantes de envases y los proveedores de materiales. Todos los formatos de comercio electrónico tendrán CAGR de dos dígitos hasta 2025. El cartón corrugado es el segmento más valioso del mercado de envases de comercio electrónico. El valor aumentará de \$ 30.000 millones en 2019 a \$ 41.600 millones en 2020 y se prevé que vuelva a duplicarse con creces en 2025, ya que es testigo del crecimiento más rápido de todos los formatos de comercio electrónico.

Según el informe, se identifican los siguientes cambios clave en el mercado que definirán la rentabilidad futura de los proveedores y convertidores de envases en el comercio electrónico:

- En 2019, la ropa, los accesorios de moda y la electrónica de consumo ya estaban bien establecidos en los canales de comercio electrónico. En 2020, el mercado se ha expandido con el envío de grandes volúmenes de comestibles, equipos deportivos, cosméticos y artículos de cuidado personal. Esto está impulsando la demanda de nuevas soluciones de embalaje que puedan proteger los productos en el envío y proporcionar una conexión con el consumidor en el hogar;
- Covid-19 ha ampliado la base de consumidores mediante el comercio electrónico, más allá de los millennials y los nativos digitales para incluir a más grupos de mayor edad. Muchos seguirán utilizando este canal de ventas incluso cuando se retiren los pedidos de bloqueo (refugio en el lugar), lo que fundamentalmente remodelará el panorama minorista;
- Un servicio de valor agregado importante para los proveedores y convertidores de envases son los formatos de entrega que mejoran la experiencia del consumidor. Esto incluye envases impresos de marca; paquetes personalizados antes y después del pedido; y diseños innovadores que diferencian un producto al brindarle una experiencia única de “desempaquetado” (unboxing) en la entrega;
- La sostenibilidad también es una preocupación importante, aunque secundaria, del consumidor. Esto está impulsando el uso de diseños más personalizados que eliminan los embalajes protectores innecesarios, y nuevos conceptos de materiales, como los anuncios publicitarios totalmente a base de pulpa y fáciles de reciclar;
- La confiabilidad, la velocidad de entrega y las devoluciones sin problemas son las principales prioridades en las compras en línea; y dará forma al diseño de envases específicos de comercio electrónico y omnicanal en el futuro;
- El comercio electrónico existente se complementa con plataformas de suscripción, más ventas basadas en dispositivos móviles e incluso pedidos por voz a través de software como Alexa. Esto está obligando a las marcas a reconsiderar los diseños de envases para que sean atractivos incluso cuando se ven en la pantalla de una tableta o teléfono inteligente.

El análisis de mercado de Smithers subdivide este segmento por formato de empaque de comercio electrónico (cartón corrugado; papel flexible, plásticos y empaques de aluminio; sobres publicitarios; componentes de protección); aplicación de uso final y mercado geográfico. El mercado histórico, actual y futuro se cuantifica de manera autorizada en un conjunto de datos de mercado exclusivo, con 250 tablas de datos y figuras.

Smurfit Kappa quiere ser una empresa “Cero Emisiones” para 2050



LA EMPRESA ESPERA ALCANZAR ESE NIVEL NETO DE EMISIONES A NIVEL GLOBAL PARA MEDIADOS DE SIGLO

Smurfit Kappa se ha fijado nuevos objetivos para reducir aún más sus emisiones de CO₂ fósiles, incluida su ambición de alcanzar al menos cero emisiones netas para 2050. También ha aumentado su actual objetivo de reducción de CO₂ intermedio para 2030 en 15 puntos porcentuales hasta el 55%, en comparación con la línea de base de 2005. La empresa tendrá estos objetivos validados por la iniciativa Science Based Target por estar en línea con los objetivos del Acuerdo de París.

Antes de este anuncio, la compañía ya había logrado una reducción en la intensidad de las emisiones de CO₂ del 32,9% en su objetivo 2030 de una reducción del 40%. Este logro es el resultado de la implementación exitosa de proyectos clave que forman parte del plan estratégico de mediano plazo de la compañía.

Hablando en nombre de Smurfit Kappa, Tony Smurfit, CEO del Grupo dijo: “Estamos orgullosos de apoyar los objetivos del Acuerdo Verde de la UE para alcanzar emisiones netas cero para 2050. Hemos avanzado mucho en nuestros objetivos existentes y estos nuevos objetivos subrayan la continuidad de la organización compromiso con la sostenibilidad y hacer lo mejor por el planeta. La sostenibilidad ha sido el núcleo de nuestro negocio durante décadas, queremos liderar desde el frente y elevar el listón de la industria del papel y el embalaje estableciendo objetivos tan ambiciosos. Esto es un motivo de orgullo para todos nuestros clientes y empleados.

WORKSHOP en CARTÓN CORRUGADO 2020

WORKSHOP en CARTÓN CORRUGADO

Optimización y
Sustentabilidad

Viernes 27
de NOVIEMBRE



Viernes 27 de NOVIEMBRE

Horario: 11:00 a 13:00 (hora local)

Optimización y Sustentabilidad

PROGRAMA

11:00 - 11:30

Economía Aplicada a la Industria del Cartón Corrugado

Disertante:

Gustavo Braier (Papyro)

11:30 - 12:00

Estandarización y Sustentabilidad en Impresión Flexográfica

Disertante:

Pablo Gironelli (DuPont)

12:00 - 12:30

Gestión sustentable del adhesivo y su aplicación

Disertante:

Javier Olari (Ingredion)

12:30 - 13:00

Innovación y Sostenibilidad en el Cartón Corrugado

Disertante:

Viviana Sayegh (SunChemical)

Actividad Libre y gratuita. Requiere acreditación previa al Workshop

Información e Inscripción: [AQUÍ](#)

Vaca Verde: El potencial de la foresto-industria local para la producción de papel



EL PLAN ESTRATÉGICO 2030 BUSCA ATRAER US\$ 7.000 MILLONES DE INVERSIÓN PARA PRODUCIR CELULOSA Y PAPEL, QUE PERMITAN EL AUTOABASTECIMIENTO, INCREMENTAR LAS EXPORTACIONES Y CREAR 186.000 EMPLEOS DE CALIDAD

El presidente de la Asociación de Fabricantes de Celulosa y Papel (AFCP) , Claudio Terres, aseguró que “en conjunto con las entidades que componen el pool sectorial, seguiremos tirando del carro para que finalmente Argentina tenga su primera planta de celulosa en el corto plazo, y en el mediano y largo, seamos el país donde se instalen todas las plantas de celulosa en los próximos años”.

Entrevistado por la Revista Mercado, el presidente de AFCP expuso sobre el enorme potencial del sector para impulsar el desarrollo de una actividad industrial que viene marcando el paso de las grandes inversiones en la región. En nuestro país, las entidades que integran la cadena de valor sectorial, avizoran una oportunidad de entrar en carrera si se sanciona una ley de promoción industrial para el sector, paralela a la que incentiva la plantación de árboles. Aunque sienten que corren en desventaja en competitividad, macroeconomía y accesibilidad financiera con Uruguay, Chile y Brasil que si tiene una política definida y de impulso estratégico para estos sectores.

Leer los conceptos vertidos en la entrevista por Claudio Terres sobre la perspectiva de la foresto industria: [AQUÍ](#)

La demanda de los consumidores de vino en Bag-in-Box aumenta durante la pandemia



SEGÚN LOS NUEVOS DATOS, HA HABIDO UN AUMENTO EN LA DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES DE VINOS BAG-IN-BOX ESTE AÑO, PARCIALMENTE CAUSADO POR EL CAMBIO DE COMPORTAMIENTO DEBIDO A LA PANDEMIA DE COVID-19

La investigación realizada por Smurfit Kappa en colaboración con Wine Intelligence encontró que el vino en Bag-in-Box atrajo a 3,7 millones de nuevos consumidores en Francia y el Reino Unido durante los últimos seis meses.

Los consumidores señalaron la libertad de consumo, la facilidad de transporte y la relación calidad-precio como las principales motivaciones a la hora de comprar vinos Bag-in-Box. Otros beneficios del vino en este tipo de envases es su capacidad para conservar el vino hasta 6 a 8 semanas después de la apertura en comparación con 2 a 3 días en una botella de vidrio, y su menor huella de carbono.

La encuesta analizó el comportamiento de los bebedores de vino mensuales en Francia y el Reino Unido, que se han pasado cada vez más a beber y divertirse en casa debido a las restricciones de Covid-19. Francia es el mercado más grande para el vino en Bag-in-Box y el Reino Unido es actualmente uno de los de más rápido crecimiento.

El mercado de consumo de vino en Bag-in-Box se sitúa actualmente en casi 12 millones de consumidores en Francia y 4 millones en el Reino Unido. La encuesta revela el potencial de crecimiento de los vinos en este tipo de envase elaborado en cartón corrugado, que ha estimado en 4.4 millones de consumidores dispuestos a comprar el producto en el futuro, lo que representa un aumento potencial del 27% en los consumidores.

Al comentar los resultados de la encuesta, Thierry Minaud, director ejecutivo de Smurfit Kappa Bag-in-Box, dijo: "El futuro es brillante para nuestras soluciones Bag-in-Box con la investigación que concluye que 4,4 millones de consumidores son compradores potenciales del producto en los próximos seis meses. Bag-in-Box ofrece a las marcas una solución de empaque más sostenible, rentable y amigable para el consumidor que cumple con las

expectativas de los consumidores actuales, lo que explica su éxito incomparable y su fuerte crecimiento en el mercado ”.

La encuesta encontró que cuatro de cada diez compradores potenciales de vino envasado en Bag-in-Box tenían menos de 35 años y les gustaría ver formatos más pequeños del producto. De aquellos que compran con frecuencia vino Bag-in-Box, la investigación encontró que la opción de tres litros es el producto de vino Bag-in-Box más favorecido.

AUSPICIAN



Copyright © 2015: CAFCCO, Todos los derechos reservados.

Av. Pte. Roque Sáenz Peña 846, piso 7º of "A" - Ciudad de Buenos Aires, Argentina

*Tel: (+54-11) 5032-2060/61/62 - **Mail:** info@cafcco.com.ar*