

MEDIOS

La Revista del Corrugado se suma a red global de medios de embalajes



LA GLOBAL PACKAGING MEDIA ALLIANCE (GPMA) ES UN GRUPO INTERNACIONAL DE PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

La Alianza Global de Medios de Packaging (GPMA) está conformada por veinticuatro medios internacionales dentro de la industria del corrugado, la impresión y los embalaje. La GPMA nació como una iniciativa de medios independientes y se centrará en todos los aspectos de la industria. En todo lo que hace a la generación y producción noticias sectoriales.

También en el desarrollo de información relacionada, como servicios calificados, proveedores de tecnologías avanzadas, productos líderes, y todas las últimas noticias de la industria. Así como todas las novedades sobre eventos, capacitación académico, ideas innovadoras y oportunidades comerciales.

“¡Nos complace anunciar que La Revista del Corrugado se ha unido a nosotros para ser el nuevo miembro de GPMA!” expresó Kasper Shi, referente de International Marketing y Comunicaciones de Reed Exhibitions, miembro e impulsor de la alianza de medios. Luego agregó: “Sumar una publicación tan importante en Sudamérica, que por más de 10 años ha

sido una herramienta de información estratégica para la toma de decisiones en la industria, es muy importante para nosotros. Además, siendo el medio oficial de una entidad tan relevante como CAFCCo, le agrega seriedad y respaldo”.

“Nos sentimos orgullosos de este nuevo paso de nuestra revista”, mencionó Mariano Saludjian (Gerente de CAFCCo). “Ser parte de una red global tan importante y amplia como la de GPMA nos permite ampliar el alcance y la difusión de **La Revista del Corrugado**. También creemos que abre una ventana para las empresas globales que quieran explorar el potencial del mercado argentino y latinoamericano. Es una oportunidad para potenciar la vinculación”

Ver la red de medios que integran la Alianza Global de Medios de Packaging (GPMA): [AQUÍ](#)

INNOVACIÓN

Smurfit Kappa presenta un nuevo e innovador portafolio de envases para el mercado online de bebidas



EL PORTAFOLIO INCLUYE UNA VARIEDAD DE SOLUCIONES SOSTENIBLES PARA PRODUCTOS INDIVIDUAL Y MULTI-BOTELLAS

El aumento del comercio electrónico debido a la pandemia de Covid-19 es evidente en todos los sectores y el mercado de bebidas también ha experimentado un crecimiento significativo. En particular, las ventas online de bebidas alcohólicas se han incrementado, impulsando una demanda de empaques sostenibles, duraderos, amigables para el consumidor y que protejan el producto durante el envío.

Los desafíos clave para el canal de comercio electrónico de bebidas son el daño del producto, la sostenibilidad, la experiencia del consumidor y la capacidad de acelerar el crecimiento utilizando los procesos de empaque adecuados. La investigación de los consumidores realizada por **Smurfit Kappa** también muestra que los consumidores continúan presionando por estándares más altos.

La investigación encontró que:

- Más de dos tercios (69%) de los consumidores prefieren los empaques a base de papel
- Más de la mitad (59%) de los consumidores quieren que el paquete sea fácil de abrir
- 1 de cada 10 consumidores reconsideraría volver a realizar pedidos en caso de daños

En base a esta investigación y el crecimiento del mercado de bebidas online, **Smurfit Kappa** ha lanzado un nuevo portafolio de soluciones de empaques para botellas denominado **eBottle**. El cual incluye una variedad de soluciones sostenibles para productos individual y multi botellas. El portafolio está compuesto por una gama de 10 soluciones especiales de E-Commerce

Cada una de estas soluciones tiene cualidades diferentes, en función de las necesidades de la marca y del mercado. Todas ellas son personalizables para diversas formas y tamaños de botellas. Desde cajas básicas pero seguras, hasta cajas premium. El lanzamiento de esta nueva cartera de productos es la última incorporación a la línea de Better Planet Packaging, diseñada para ser más sostenible y que procede de materia prima renovable y reciclable.

Los responsables de innovación y desarrollo de **Smurfit Kappa** destacaron en el lanzamiento que: “Nuestro nuevo portafolio de productos ofrece a las compañías de bebidas un conjunto de soluciones de envases adaptadas a su propósito y personalizadas, que abordan los desafíos clave para su canal de comercio electrónico. La variedad innovadora, combinada con nuestro enfoque en los procesos de comercio electrónico, la cadena de suministro y experiencia del consumidor, han contribuido a incrementar las ventas y la eficiencia para nuestros clientes”

Tendencias en Packaging 2021: Un libro para anticiparse



EL E-BOOK “2021 PACKAGING TRENDS” RESEÑA LAS PREFERENCIAS POTENCIALES DE CAJAS PARA ESTE AÑO

Este libro elaborado por **ESKO** con la colaboración **X-Rite Pantone** presenta las perspectivas e ideas de diversos especialistas que discuten las tendencias de embalaje de este año con información sobre cómo las empresas pueden aprovecharlas para el éxito.

El libro electrónico está diseñado para ayudar a las compañías de embalajes a aumentar su participación en un mercado que, según Smithers, tendrá un valor de hasta \$ 1,05 billones para 2024.

“La pandemia mundial ha provocado una aceleración de muchas de las tendencias en las que hemos experimentado un crecimiento constante durante la década anterior”, explica Matthew Haws, vicepresidente de marketing de marca global de **ESKO**, que proporciona una plataforma de creación de contenido colaborativo para envases, etiquetas y material de marketing. “2021 será un año emocionante para el diseño de envases y las empresas deben estar a la vanguardia para distinguir sus productos de la competencia”.

El libro recoge la opinión de cinco expertos, que explora una amplia variedad de temas, desde la respuesta al aumento del comercio electrónico hasta la utilización de las tendencias de color para obtener el mejor efecto y la necesidad de tecnologías de conexión para las estrategias de comercialización de cajas.

“Solo en EE. UU., Las ventas de comercio electrónico han crecido un récord del 44,4% en el segundo trimestre y un 37 por ciento en el tercer trimestre”, añade Susie Stitzel, directora de gestión de productos, diseño y soluciones 3D de **ESKO**. “Las marcas que no sigan esta tendencia con una innovación relevante se quedarán en el tiempo, con soluciones de envases y embalaje que se perderán rápidamente entre los diseños de competidores más ágiles”.

“Los temas con visión de futuro que se tratan en este libro electrónico buscan ser una inspiración para los equipos de diseño y desarrollo de cajas y envases que luchan contra lo básico todo el tiempo. El libro describe ideas que son elementos fundamentales (e imprescindibles) para que se integran fácilmente para impulsar la innovación, la versatilidad y la eficiencia en los proyectos de 2021 “.

Puede descargar el libro electrónico “**Tendencias de Embalaje 2021**” [aquí](#).

INNOVACIÓN

Innovación en Cartón Corrugado: ¿Qué más se puede inventar?



CONVERSACIÓN CON FABIÁN VINDEROLA SOBRE EL TEMA DE INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA DEL CARTÓN CORRUGADO

Fabian es un especialista en el diseño y sustentabilidad dentro de la industria. Hoy se desempeña como consultor en Packaging, con foco en la Innovación y la Sustentabilidad. Son temas que ha desarrollado a lo largo de más de 23 años de experiencia específica en la industria. Es miembro coordinador de la Comisión Técnica Asesora de CAFCCo, que está compuesta por diversos profesionales de las empresas asociadas a la Cámara.

La Revista del Corrugado: *Fabián, se puede hablar de Innovación en Cartón Corrugado?*

Fabián Vinderola: Es una tentación para esta industria encontrar un producto totalmente novedoso (la “caja redonda”), pero no hay que dejar de tener en cuenta que a veces también es bueno innovar en procesos y en servicios.

Pero entiendo que antes que nada, hay que plantearse algunas preguntas:

- 1) ¿Mi empresa tiene ADN innovador?
- 2) ¿Estoy dispuesto a invertir y ser paciente por los resultados?
- 3) ¿Me interesa generar nuevos productos o nuevos procesos/servicios?

4) ¿Tengo las competencias necesarias para hacerlo? ¿Mi equipo está compuesto de gente con mentalidad innovadora?

5) ¿Sé trabajar en equipo?

6) ¿Qué estructura o forma de trabajo debo adoptar?

7) Una vez logrado mi proyecto; ¿sé cómo protegerlo?. ¿Cómo obtener rentabilidad extra por protegerlo?

Contestando primero esas preguntas, nos ubicará en un mapa que nos diga que tan preparados estamos para innovar de manera orgánica y que sea parte importante de nuestro negocio”.

LRC: *Continuemos con otros aspectos que consideras importantes para entender que sería innovación en Cartón Corrugado*

FV: A mí siempre me gusta no mezclar los temas, por lo que voy a proponerles considerar los siguiente enfoques al momento de plantear innovaciones.

Primero, definamos que qué es innovar. Una definición que me gusta es la siguiente: Innovar es encontrar una forma distinta de hacer las cosas (productos o procesos), que sea reproducible, rentable y sostenga su innovación durante períodos largos.

Si hablamos de lo que seguramente más nos interesa, lo haremos primero sobre productos. O sea, nuestro primer enfoque es sobre Producto. Pero el producto no solamente es el envase, también puede serlo el servicio que acompaña ese envase. Creo que el servicio es un punto muy importante que debemos desarrollar aún más desde la industria. Más adelante daré mi perspectiva sobre los servicios

Volviendo al punto de partida, digamos que al producto lo podemos innovar desde la fuente, o sea, el papel (principal y diría única materia prima).

Una herramienta que hoy está tomando poco a poco lugar en la innovación, no sólo en la industria del papel, sino en muchísimas otras es la NANOTECNOLOGÍA. La Nanocelulosa es una alternativa interesantísima para lograr nuestro principal objetivo: Reducir gramajes, manteniendo o incrementando propiedades (resistivas y operativas). Hay empresas a nivel mundial, incluso regionales que hoy están haciendo pruebas para alcanzar dichos objetivos.

Otras innovaciones sobre el papel, involucran el agregado de nuevos aditivos que permiten incrementar las velocidades de máquina o logrando mejores encolados contra la absorción de humedad.

Mejorar los procesos de blanqueo es otra instancia más de trabajo, contribuye a la sustentabilidad de nuestro planteo, aunque sigo sosteniendo que el mercado del corrugado debe minimizar aún más el uso de papeles White Top ya que hoy con un diseño más sencillo (pero no por eso menos creativo) y la ayuda de los códigos QR por ejemplo, podemos brindar la información que de otra forma habría que ofrecerla con demasiada impresión.

Otro aspecto importante: El uso del reciclado debe incrementarse, no sólo por un tema de Economía Circular, o costos, sino también por los impactos sociales y al medio ambiente que producen.

En la segunda parte de la nota, continuaremos con otros ítems importantes en el producto como es el “Formatos de envases”. La nota saldrá completa en el primer número de 2021 de **La Revista del Corrugado**.

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