



Cámara Argentina de Fabricantes de Cartón Corrugado

## EVENTOS

# Conferencia Internacional de Optimización y Sustentabilidad en la industria del Cartón Corrugado

**Optimización y sustentabilidad en la industria del cartón corrugado 2021**

Fecha: Viernes 26 de Febrero  
TIME: 10:00 - 12:00, Hora Argentina  
(21:00 - 23:00, Hora de Beijing)

Logos: Reed Exhibitions, cafcco, SunChemical, Papyro.com, Haint, Wonder (深圳万德)

**VIERNES 26 DE FEBRERO DE 2021**

**HORARIO: 10:00 - 12:00 HS (HORA ARGENTINA)**

**21:00 - 23:00 HS (SHANGHÁI TIME)**

**Programa y Conferencias**

10:00 - 10:05

**Presentación de la Conferencia**

10:05 - 10:20

**Análisis del mercado de cajas de cartón corrugado en Sudamérica**

10:20 - 10:35

**Introducción a la SinoCorrugated 2021**

10:35 - 11:05

## Innovación y Desarrollo Sostenible del Cartón Corrugado

Disertante:

**Viviana Sayegh (SunChemical)**

12:30 -13:00

## Economía Aplicada a la Industria del Cartón Corrugado

Disertante:

**Gustavo Braier (Papyro)**

11:55 -12:25

## Perspectiva de mercado y tecnología de la impresión digital

Disertante:

**Stenen Liu (Chaint Corporation) y Max Tiam (Wonderjet)**

12:15 -12:25

## Preguntas y Consultas

Actividad Libre y gratuita. Conferencia en Inglés

Requiere acreditación previa al Webinar

Información e Inscripción: [AQUÍ](#)

### Auspician:



### Colaboran:



### Organizan:



## Ingredion Cono Sur y Grupo Arcor anuncian la creación de un joint venture para Argentina, Chile y Uruguay



### **AMBAS COMPAÑÍAS TENDRÁN UNA PARTICIPACIÓN SOCIETARIA EQUILIBRADA Y SE DISTRIBUIRÁN LA GESTIÓN**

Ingredion Cono Sur, líder global en el suministro de soluciones de ingredientes (almidones, fibras) para las industrias de alimentos, bebidas, segmento industrial y cuidado personal y Grupo Arcor, la empresa de alimentos líder en Argentina, forman una alianza estratégica con el objetivo de continuar innovando para sus clientes, apostando por el crecimiento y la consolidación de la industria.

Esta alianza potencia las operaciones, los procesos, las capacidades y las experiencias de ambas compañías a través de la implementación de sus mejores prácticas. El Grupo Arcor e Ingredion tendrán una participación del 51 y 49 respectivamente, y la nueva estructura será gestionada por un equipo de líderes designados por ambas partes.

A partir de este acuerdo, se crea una nueva compañía más innovadora y sólida impulsando el aporte combinado con el objetivo de proveer al mercado local, regional y global de las mejores soluciones a partir de procesos de co-creación constante junto a todos los clientes.

Esta alianza integra las plantas de molienda húmeda de Arcor en Lules (y las dos plantas de elaboración en el Complejo Industrial Arroyito (a las que se suman las unidades productivas de Ingredion en Chacabuco y Baradero (Buenos Aires), que elaboran soluciones de ingredientes con valor agregado.

El joint venture fue recientemente aprobado por ambos directorios y el proceso de integración se consolidará en los próximos meses.

## Innovación en Cartón Corrugado. ¿Nos queda algo por innovar sobre un envase de Cartón Corrugado?



### SEGUNDA PARTE DE LA CHARLA CON EL ING. FABIAN VINDEROLA SOBRE LA TEMÁTICA DE LA INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA DEL CARTÓN CORRUGADO

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.

**La Revista del Corrugado:** *¿Cómo caracterizarías a la industria? ¿Podemos decir que es innovadora o queda sujeta más bien a los diseños usuales y estandarizados?*

**Fabian Vinderola:** Contestando la pregunta cuando uno repasa la cantidad de innovaciones en donde ha participado el cartón corrugado daría la sensación que sí. Pero por otro lado, también muchas veces se contraponen la idea opuesta, de que ya no queda nada que hacer. Viejas frases como “¿qué quieren inventar, la pólvora?”, lo único que hace es poner un techo a la creatividad de nuestro equipo.

O aquellos viejos artículos que aún proponen “Pensar Fuera de la Caja”, tema que tiene su grado de razón. Uno debe tener una mirada distinta al momento de innovar, tratar de incorporar otros conceptos, buscar aportes de otras industrias o sectores.

Si queremos ver que se ha hecho hasta el momento y haciendo historia, uno podría enumerar envases que fueron innovadores, por ejemplo:

- Bandejas wrap around
- Trays para bandejas
- Sistemas de Plateaux

– Estuches con 3, 4 y hasta 6 puntos de pegado

Lo mencionado son ejemplos claros de innovación apuntada a reducir superficie útil de las cajas utilizadas en ese momento, generando ahorro de costos y obviamente un incremento de la utilidad del mismo.

Si hacemos un enfoque sobre usos o funcionalidades, podemos mencionar un claro ejemplo en donde algunos envases que funcionan muy bien en un mercado A, pueden hacerlo de la misma manera, aplicando pequeños cambios, en un mercado B, a saber:

– Los plateaux que funcionan en el mercado frutihortícola hoy lo hacen también en el mercado de carnes o el de lácteos.

**La Revista del Corrugado:** *¿En tu opinión, el cartón corrugado ha logrado reemplazar otros materiales?*

**Fabian Vinderola:** Claramente creo que sí. Algunos ejemplos que pueden mencionarse en donde el cartón corrugado ha logrado reemplazar otros materiales, que me vienen a la cabeza son los siguientes ejemplos:

– Uso de slip sheet (100% papel) para reemplazo de tarimas de madera

– Sistemas Bag in Box, para el reemplazo del plástico o del vidrio.

**La Revista del Corrugado:** Entonces, ¿ya no queda nada por hacer? ¿No quedan innovaciones disponibles?

**Fabian Vinderola:** Contundentemente NO, en mi opinión.

**La Revista del Corrugado:** ¿Tenemos que quedarnos atados a la tecnología que actualmente tenemos? o podemos generar la idea y cuando contemos con los elementos necesarios hacemos que salga a la luz?

**Fabian Vinderola:** El enfoque que planteo al respecto, tiene que servir para ordenar nuestras ideas y plantear tres escenarios de innovación a desarrollar sobre un envase:

1º Escenario – Innovar sobre el semielaborado (planchas):

Si bien los avances en los perfiles de onda de los rolos corrugadores, hoy ofrecen mejoras tanto en la resistencia como en el ahorro de material, se puede pensar en armar estructuras tipo “malla”, laminando planchas con las ondas perpendiculares (u otro ángulo) con la idea de no solo soportar el apilado, sino también otro tipo de esfuerzos laterales o sobre el fondo del envase.

2º Escenario – Innovar sobre los formatos:

Aquí parece más complicado, pero tiene un montón de posibilidades. Voy a citar un ejemplo muy conocido que es el de las cajas de botellas de vino. Debido a que la botella sola soporta cualquier estibado, se hizo un cambio de onda (de C a B), incluso a ondas de menor espesor (E o F por mencionar algunas), incluso reduciendo la altura de las mismas para que la botella se “incruste en la aletas” y no permita deformaciones laterales.

Pero, ¿puedo seguir reduciendo altura de las cajas? Y qué pasa si troquelo las aletas para que tanto el pico y el fondo apoyen solo sobre la aleta final de cierre y gano esos espesores.

3º Escenario – Agregado de otros implementos (no cartón, ni papel);

¿Pensaron en esto que menciono? Agregar otros elementos que nos sean ni de cartón ni de papel y que nos permita destinarlos para la función de resistiva y que el cartón sólo sea el comunicador y contenedor.

Obvio que dichos implementos luego deben poder ser reciclados o re-usados.

Hay muchos más ejemplos para recorrer.

**La Revista del Corrugado:** Entonces, te repetimos la pregunta del principio: ¿Está todo inventado en envases de cartón corrugado?

**Fabian Vinderola:** No es mi objetivo taparlos de ideas, sino invitarlos a una sencilla reflexión:

“No está todo inventado, hay mucho camino por caminar y descubrir”

Hay que dedicarle tiempo, recursos y paciencia. Tener claro para que quiero innovar y ponerse a pensar y trabajar.

**La Revista del Corrugado:** Un punto importante que surge con todas estas ideas que mencionas es; ¿Cómo nos organizamos para Innovar?

**Fabian Vinderola:** Bien, ya hemos visto que es la innovación y cómo podemos enfocar selectivamente los sectores en donde podemos lograr lo que buscamos.

Antes que nada tenemos que ver cómo nos organizamos internamente para poder llevar adelante procesos de innovación. Eso no significa necesariamente que se deba tener una estructura especial, pero sí que debemos saber con quienes contamos para llevar adelante dicha tarea.

Obviamente que esto está atado a la economía y/o situación de la empresa, pero también al volumen de productos innovadores que necesito generar para que justifique contar con una estructura acorde. Lo que debemos saber es que la tasa de éxito de la innovación no es alta.

Juguemos por un momento a hacer un número: Para poder obtener 3 productos innovadores al año, al menos debo haber propuesto para estudio 20-30 (7 a 8 veces más alternativas). No hay que olvidarse que uno debe encontrar un producto (o uso o servicio) totalmente novedoso, pero también debe ser reproducible a nivel industrial y sobre todo rentable para nosotros y nuestros clientes.

Una innovación será atractiva si nos permite obtener altas tasas de utilidad o mejoras de costos significativas. Propongámonos un mínimo 25%.

El siguiente esquema que presento nos puede dar una idea de las interacciones con sectores relacionados que pueden darse durante el proceso de innovación, independientemente de la magnitud de la misma.



Además de nuestra propia estructura, podemos interactuar con 7 sectores más, para lograr mejores resultados. No se inhabilitan entre si y pueden potenciar mucho los resultados esperados. Cada uno tiene sus particularidades, tiempos, exigencias, costos, dependencias, etc.

No obstante, debemos ser quienes los coordinemos y sobre todo quienes finalmente seamos los dueños de la innovación o de la parte clave de la misma. Claramente que si la innovación la logramos por nuestros propios medios, todo el rédito será para nosotros, pero es muy difícil en nuestra industria no tener que interactuar con otros sectores.

Las Universidades son un vehículo interesante para ayudarnos a innovar, tienen afección por esos temas, la profundidad científica que proponen y esa atención a los detalles logran que veamos más allá de nuestra impaciencia por obtener resultados inmediatos.

Podemos mencionar también lo que sería armar “pequeñas sociedades” con fabricantes de otros productos, en donde combinados con nuestra novedad obtenemos un producto innovador y nos posiciona a ambos en el mercado. (Ej.: Jerry-Box). Aquí deben quedar previamente bien definidos y documentados los roles, aportes y toma de ganancias de cada empresa, tiempos de duración, etc.

El caso de requerir una consultoría, debe definirse previamente el alcance de la misma, si va a trabajar como una guía de las herramientas a utilizar, procesos a seguir, etc. o si será un experto en el tema que aportará sus conocimientos (ej.: Un experto en armadoras automáticas de cajas que trabajará junto al equipo de la empresa para un formato novedoso). Y hay muchísimos más ejemplos a mencionar seguramente.

Lo que sí debemos saber es que mientras más abramos el juego, mayores son los riesgos que corremos que algo pueda filtrarse al mercado o a nuestros competidores y se nos adelanten. Para ello existen herramientas que nos permitirán proteger nuestra “novedad”, tanto antes de arrancar el proceso de innovación, como luego de haberla obtenida.

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 nota saldrá completa en el primer número de 2021 de [La Revista del Corrugado](#).

---

## DuPont Argentina designó a su nueva presidente



### MARÍA EUGENIA TIBESSIO PASA A ESTAR A CARGO DE LA FILIAL LOCAL

Tras 4 años al frente y 30 de trayectoria, Silvia Bulla deja el puesto de Presidente de la compañía a partir del 1º de febrero del presente año y su lugar es ocupado por **María Eugenia Tibessio**, responsable de uno de los segmentos de la multinegocios DuPont. Silvia, que fue elegida como mujer destacada del ámbito empresarial 2020, continuará su carrera profesional en IFF que adquirió el negocio de Nutrición y Biociencias de DuPont.

María Eugenia Tibessio, quien mantiene además su posición regional en el negocio de Electronics & Industrial, se graduó en Ciencias Económicas en la Universidad del Salvador, tiene posgrados en negocios y un Master en Administración en la UCEMA. En la empresa ocupó diferentes posiciones en áreas de negocios y desarrollo de nuevos negocios. Eugenia lideró el proyecto de spin off y reorganización de DuPont luego de la operación resultante de la escisión del negocio de N&B y reconversión al modelo homebased.

“Asumir este nuevo rol en momento de cambios trascendentales me estimula. DuPont, una empresa de más de 218 años con muchísima experiencia en movilidad de negocios, nos sorprende siempre y nos desafía para estar a la altura de las nuevas tendencias y oportunidades de reconversión y adelantos. Nuestro actual modelo homebased, es una tremenda oportunidad alineada con las expectativas de las nuevas generaciones y demuestra la flexibilidad requerida por los ambientes de hoy. Por otro lado, nuestra producción en Berazategui, con ya casi 84 años de trayectoria, continúa acompañando el desarrollo de la industria nacional. Estoy confiada porque Silvia Bulla ha sido una líder extraordinaria, mi referente y porque cuento con un gran equipo y una organización diversa y talentosa”, concluye María Eugenia.

Desde **CAFCCo** felicitamos a María Eugenia Tibessio y nos hacemos partícipes de este reconocimiento a su trayectoria profesional.

**AUSPICIAN:**



Copyright © 2015: CAFCCO, Todos los derechos reservados.  
Av. Pte. Roque Sáenz Peña 846, piso 7° of "A" - Ciudad de Buenos Aires, Argentina  
Tel: (+54-11) 5032-2060/61/62 - Mail: [info@cafcco.com.ar](mailto:info@cafcco.com.ar)