



## EVENTOS

### Toda la cobertura del Encuentro Anual de Camaradería 2022



**LA CÁMARA ARGENTINA DE FABRICANTES DE CARTÓN CORRUGADO (CAFCCO) CERRÓ EL AÑO CON LA CELEBRACIÓN DEL TRADICIONAL EVENTO DE CAMARADERÍA QUE CONTÓ CON UNA GRAN CONCURRENCIA DE CORRUGADORES DEL TODO EL PAÍS**

El pasado 25 de Noviembre, en el Hotel Madero de la Ciudad de Buenos Aires, se realizó el gran evento de la industria corrugadora, con conto con una concurrencia de unos ciento cincuenta empresarios de todo el país. Como sucede habitualmente, el encuentro es el marco para que los colegas del sector conversen y departan sobre la evolución de la industria y los vaivenes del año, en un ambiente donde se combina el entretenimiento y la recreación mediante diversos espectáculos de primer orden.

El reencuentro con los colegas y proveedores en el espacio de una extendida recepción dio forma a un clima ameno y distendido en el que los concurrentes conversaron sobre el devenir del país, la actualidad del sector y devenir del año. Para luego disfrutar de los distintos shows que se desarrollaron durante la cena en el salón del evento; el espectáculo de magia a cargo de Javier Franco, que dejó perplejos (y hasta anudados) a los asistentes con sorprendentes trucos. Posteriormente, el show principal con la presencia del grupo de sopranos y tenores de Gala Lírica que deleitaron el oído y transportaron a la opera a los presentes con diversos temas

clásicos. Finalmente, se llevó a cabo el brindis de camaradería donde el sector brindó por un próspero año para todos los presentes.



En lo relacionado con las presentaciones y reconocimientos que se realizaron tras el ingreso al salón, el presidente de la Cámara, Carlos Cacace, enfatizó en su discurso los logros de CAFCCo a nivel institucional y repasó los aspectos más destacados del año para la industria en su conjunto. Según predijo, “Este sector va ser cada día más exitoso. Y para ello nos tenemos que profesionalizar y jerarquizar al sector”. También se refirió a la situación económica y social del país y pidió al Gobierno un “escenario claro” para seguir sumando valor agregado al país. Y cerró su discurso agradeciendo a cada uno de los participantes y empresas que apoyaron el evento. “Gracias por estar aquí hoy. Me enorgullece ser presidente de CAFCCo y tener la identidad grabada con el nombre de esta cámara en la que uno cree y de la que hizo en su vida todo un desarrollo personal”.



En lo relacionado con las presentaciones y reconocimientos que se realizaron tras el ingreso al salón, el presidente de la Cámara, Carlos Cacace, enfatizó en su discurso los logros de CAFCCo a nivel institucional y repasó los aspectos más destacados del año para la industria en su conjunto. Según predijo, “Este sector va ser cada día más exitoso. Y para ello nos tenemos que profesionalizar y jerarquizar al sector”. También se refirió a la situación económica y social del país y pidió al Gobierno un “escenario claro” para seguir sumando valor agregado al país. Y cerró su discurso agradeciendo a cada uno de los participantes y empresas que apoyaron el evento. “Gracias por estar aquí hoy. Me enorgullece ser presidente de CAFCCo y tener la identidad grabada con el nombre de esta cámara en la que uno cree y de la que hizo en su vida todo un desarrollo personal”.

También fueron reconocidos en la ceremonia algunos de los participantes de la Diplomatura en Cartón Corrugado con la entrega de los certificados por su asistencia a la misma. Siendo los diplomados la primera camada del nuevo programa de capacitación que ofrece CAFCCo a las empresas del sector.

En nombre de la Cámara, el gerente Mariano Saludjian, agradeció el acompañamiento de las empresas que auspiciaron el evento: **Klabin** y **Gravent**; **Papel Prensa**; **Cartocor**, **Zucamor** y **Papel Misionero**; **Grupo Noa**; **Westrock**; **Ingredion - Ardion**; **Procusto - Papyro**; **SinoCorrugated** y **Grupo Ceta**.



Podrán ver la cobertura completa del Encuentro de Camaradería en [La Revista del Corrugado](#) (LRC nº46)

---

Auspiciaron:



## La voz de la experiencia para el crecimiento de la industria corrugadora



**CON ESTA CAPACITACIÓN CONCLUYÓ LA PRIMERA EDICIÓN DE LA DIPLOMATURA DE CARTÓN CORRUGADO. EN ESTE ÚLTIMO ENCUENTRO, LOS DISERTANTES TRANSMITIERON LA VASTA EXPERIENCIA AL FRENTE DE SUS EMPRESAS**

La Cámara Argentina de Fabricantes de Cartón Corrugado (**CAFCCo**) cerró su la **Diplomatura de Cartón Corrugado** con la disertación de cuatro importantes corrugadores que transmitieron su experiencia y conocimientos de gestión. **Germán Gambini** de Smurfit Kappa, **José Rolón** de Corrugadora Centro, **Héctor Carballo** de Corrucart y **Carlos Cacace** de Argenpack; dieron su visión del mercado, improntas y estrategias empresariales a una audiencia joven y ávida de escuchar sobre sus experiencias para consolidar sus compañías en un mercado tan cambiante como el local.

El CEO de Smurfit Kappa para Argentina y Chile, **Germán Gambini**, planteó dos ejes importantes en la gestión de cada empresa: la dinámica laboral y la iniciativa empresarial para el desarrollo de nuevos envases de corrugado.

Sobre el primer eje, marcó como objetivos que los empleados y colaboradores se sientan bien en sus puestos. “La satisfacción, el orgullo y el prestigio de este trabajo tiene que ser transmitido a los colaboradores y que los sientan como propio; que logremos estar en un sector en el que podamos afirmar que ‘es uno de los mejores lugares para trabajar”.

El balance de género es otro de los puntos que abordó. “El cuidado del detalle es muy importante y las mujeres han tenido una habilidad especial en ese sentido y no lo hemos sabido aprovechar en nuestra industria”.

Respecto al segundo eje, propuso un plan de acción que consiste en trabajar en los Certificados ambientales, como la Huella de carbono y la innovación en envases para nuevos mercados. “Hay mucho por hacer en ese campo”, recalzó.

Posteriormente, **José Rolón**, presidente de la compañía situada en Córdoba, se refirió a la importancia de trabajar sobre los márgenes rentables y luego versó sobre la reciclabilidad.

Según la experiencia del ejecutivo, «la rentabilidad tiene que ser sagrada» porque es lo que genera la capacidad de crear valor; para ello hay que prestar atención en los costos

inteligentes, en lo que se contemple las amortizaciones del equipamiento y el mantenimiento preventivo”.

“La industria del corrugado debe hacer que lo intangible de la caja cree valor percibido. Hay que ser respetuoso del costo, el esfuerzo y la inversión”, agrego como un aspecto destacado en su exposición.

Acerca de la reciclabilidad afirmó: “Estamos en una industria privilegiada. La economía circular hace totalmente amigable a nuestro producto y nuestra responsabilidad es jerarquizarlo más allá del precio. La percepción de valor es responsabilidad nuestra”. Concluyo afirmado que; “Los conceptos crean valor”.



Continuó la jornada, **Héctor Carballo**, socio gerente de la firma Corrucart, quien mencionó que en nuestro sector hay tensión competitiva por sobreoferta (aunque en estos dos últimos años por aumento de la demanda se fue tranquilizando). «Es importante hacer un análisis a nivel sectorial de la inversión para no afectar la rentabilidad», afirmó.

También se refirió a lo importante que es, en un contexto tan cambiante, tener una reputación respetable como compañía. “Nosotros mantuvimos el nombre de la empresa y también el mismo número de cuenta corriente” remarcó al cierre de su exposición.

Para el cierre, **Carlos Cacace**, Presidente de Argenpack, recalcó el valor de transmitir conocimientos al afirmar: «Cuando empecé con mi empresa no tuve a nadie que me diga cómo hacer, o cómo manejar la empresa. Tenía un campo de visión acotada. Había muchas empresas vendiendo cajas y la estrategia para diferenciarnos fue elevar el valor percibido. Siempre digo, que del precio se vuelve, pero de la mala calidad y el mal servicio, no».

Luego, describió su experiencia en cuanto al crecimiento que logró y cómo lo hizo: «Cada uno de nosotros tiene una visión y estrategia diferente de su empresa que se alimenta por diferentes ideales. A mí, personalmente, me sirvió mucho viajar al exterior a visitar empresas, ir a exposiciones, y así pude ver el negocio macro», dijo dando a conocer una fórmula que le ha funcionado a la hora de crecer.

Los asistentes luego realizaron diversas consultas y expusieron sus inquietudes. Destacando todos, ellos, la importancia de compartir y recibir esta experiencia de colegas y referentes de la industria en las que se encuentran trabajando.

El Seminario de Gestión Empresarial forma parte del programa de la [Diplomatura en Cartón Corrugado](#) organizada por **CAFCCo** y es exclusivo para los participantes de la misma.

## Los líderes de las compañías globales de cartón corrugado buscan acelerar la conversión de del uso plástico a los de base de papel



### LOS REFERENTES MUNDIALES DE LA INDUSTRIA TRABAJAN EN OPTIMIZAR SUS COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA FACILITAR LA RECONVERSIÓN DEL USO ENVASES Y MATERIALES PLÁSTICOS POR LOS QUE LOS DE PAPEL Y CARTÓN CORRUGADO

Los dos mayores productores de cartón para cajas de América del Norte, como **WestRock** y **Graphic Packaging**, participaron recientemente en la Conferencia de Materiales Básicos organizada por el banco Citi. Los líderes de ambas compañías dieron una visión general de su desempeño a los inversionistas y dijeron que la demanda del mercado en algunos segmentos menos frecuentes ha estado creciendo y podría seguir aumentando en los próximos años.

Los pedidos de envases de consumo de **WestRock** siguen siendo fuertes y los reemplazos de plástico continúan creciendo. Su CEO, David Sewell, dijo que la compañía estaba experimentando «un buen equilibrio en nuestro negocio de alimentos y bebidas tradicionales, ya que la gente come menos, pero hay un repunte en los artículos en otras tiendas de comestibles a medida que la gente busca descubrir nuevos productos».

Algunas plantas de conversión de envases cartón corrugado para consumo masivo de la compañía funcionan las 24 horas del día, los 7 días de la semana en lugar de las 24 horas del día, los 5 días de la semana, dijo Sewell. “Esto representa un marcado salto en la utilización de nuestra capacidad instalada y una mejora en los costos de producción”, completo el directivo de WestRock. Por ello: “Estamos logrando un buen progreso en la reducción de nuestra base de costos en nuestras plantas”, dijo Sewell. “Ya lo hemos bajado USD 5/ton (cinco dólares por tonelada) y nos hemos comprometido a bajarlo en USD 20/ton”.

Además, dijo que la planta de **WestRock** en Evadale, TX, puede «flexionar» entre SBS (sulfato sólido blanqueado) y CUK (papel kraft revestido sin blanquear), lo que permite a la compañía cambiar la producción de papel para cajas de corrugado al grado que tiene mayor demanda. “Buscamos continuar haciendo más de eso”, dijo Sewell.

El director financiero de **Graphic Packaging**, Stephen Scherger, por su parte dijo que la demanda sigue siendo «muy buena» para los distintos tipos de papeles que hace la empresa, como el papel blanco para contacto con alimentos, Kraftliner natural y el Kraft virgen sin blanquear, así como en los papeles reciclados con revestimiento externo (coating).

“Estamos realmente complacidos con la forma en que los papeles reciclados revestidos de tipo CRB han evolucionado desde un entorno de demanda plana de los últimos cinco a diez años, a uno que tiene un perfil de crecimiento. Esa es una de las razones por las que hemos mantenido abierta una de nuestras plantas por ahora, para respaldar la demanda real de alguno de esos papeles que se están utilizando para reemplazar envases de plástico por otros de corrugado a base de papel”, dijo Scherger.

Con respecto a los papeles kraft agregó que hay una fuerte demanda global en el mercado con un perfil de demanda muy consolidado. El mercado de kraftliner puede esperar un crecimiento fuerte y constante, auguró.

Porque estos envases se han beneficiado de la transformación de los hábitos saludables de consumo de alimentos en los que los consumidores dan un valor cada vez mayor a los envases sustentables. “Ya sea que fabriquemos vasos o platos; no hacemos platos, pero producimos el cartón corrugado para grandes productores de platos, su demanda es muy fuerte”, dijo Scherger.

Aunque el costo logístico para mover productos ha aumentado, la compañía se ha expandido a segmentos en los que históricamente no ha participado activamente, dijo Mike Doss, CEO de **Graphic Packaging**.

Mirando dentro de nuestros mercados de envases para bebidas, estamos viendo un crecimiento en la eliminación de anillos de plástico o envolturas a base de resina con nuestras soluciones a base de fibra de papel. Sobre este punto graficó: “Al observar nuestro negocio de envases y soluciones para alimentos, tenemos un crecimiento en el segmento de tiendas (supermercados) para carnes, quesos, frutas y vegetales en los que nunca hemos participado. En empaques para el consumidor tenemos nuevas oportunidades de mercado. Nuestro negocio de anillos de corrugado usado para latas, continúa creciendo exponencialmente. Y estamos realmente ganando mercado en otras categorías en las que históricamente no teníamos una estrategia de participación activa, como comida para mascotas o detergentes por caso”, dijo Doss.

Graphic Packaging ha estado creciendo un 3% de forma consolidada en los últimos tres años. El enfoque de buscar segmentos en los que los envases de corrugado pueden reemplazar a los de plástico ha sido una parte importante de la estrategia de la compañía. Que es donde se enfocará en obtener ganancias estructurales en los próximos años, dijeron los líderes de la compañía.

**Este artículo se publicó por primera vez en [PPI Pulp & Paper Week](#) ,**

---

**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)