

LA REVISTA DEL

# corrugado

Año 12 N° 47 • Primer trimestre 2023

## Transformación cuántica con envases conectados e inteligentes

LA REVISTA DEL CORRUGADO • Año 12 N° 47 • Primer trimestre 2023

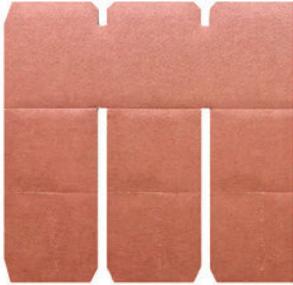
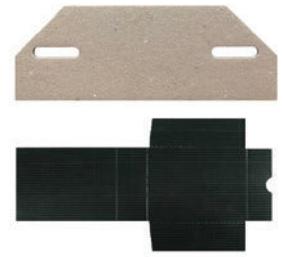
Inicia la segunda edición  
de la Diplomatura en  
Cartón Corrugado

### EVENTOS

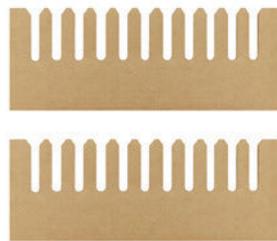
- Más oportunidades comerciales en SinoCorrugated 2023

### INFO TÉCNICA

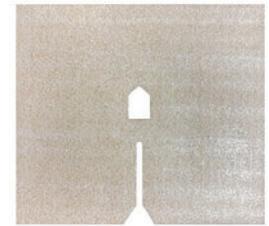
- Cómo negociar precios como un crack



**Troquelado sin puntos de unión de salida múltiple**



**Un Solo OPERADOR!**



Fabricada en EE.UU.

Soporte técnico las 24 Horas

**GOETTSCHE**  
INTERNATIONAL, INC.

**Baysek**  
MACHINES  
INCORPORATED



Representante exclusivo de Baysek para Latinoamérica  
+1 [513] 563-6500 | Goettsch.com | Info@goettsch.com

# La caja y el valor percibido

El desarrollo de estos tres últimos años han sido extraordinarios en toda la acepción del término debido a las circunstancias de la pandemia y otras situaciones fuera de lo común. Por ejemplo, la alteración de los sistemas globales de distribución de mercaderías que produjo un crac logístico que influyó en la escasez y en el valor de las más diversas materias primas e insumos industriales, que generaron una inflación generalizada a nivel global.

Desde esta perspectiva, para la industria del cartón corrugado también fueron años extraordinarios en lo que se potenció la demanda y se posicionó en el común de la gente la visión del sector y de su producto principal: la caja de cartón corrugado.

El valor de la caja se puso de relieve al ser considerada una actividad esencial. Esta definición de la industria se transfirió asimismo a la percepción comercial y social de la caja como elemento imprescindible para empresas y consumidores. Varias campañas públicas que se vieron en años de la pandémica apuntalaron esta caracterización, dotándola de un carácter insustituible cuando antes era percibida como un bien común. A su vez, la versatilidad de usos para distintas modalidades de transporte y de distribución de los más variados tipos de productos generó prácticamente una reconfiguración de la escala de la logística, pasando como unidad básica de medida del container a la caja.

Todo esto también se vio reflejado a nivel global en los balances de la industria del corrugado, donde las empresas pudieron mostrar mejores resultados financieros y patrimoniales, lo que potenció las inversiones que ampliaron la capacidad instalada y la productividad.

Esto también se verificó en el sector celulósico-papelero internacional que reorientó en gran medida la producción hacia los papeles para envases.

En el plano local, más allá de las vicisitudes locales de las fuertes medidas de restricción iniciales a la circulación y del recrudescimiento del espiral inflacionario, la industria corrugadora pudo mostrar en todo ese período un crecimiento importante lo que permitió superar los volúmenes máximos de producción y de ventas en el ciclo mencionado, como se refleja en los datos estadísticos que se mencionan en este número.

La activación del fenómeno de la escasez en la provisión de materias primas y la ampliación de la demanda de las cajas por el crecimiento de canales de distribución, como el delivery y las ventas online, resultaron una combinación extraordinaria que permitió una mejora en los valores de comercialización e impulsaron una recomposición de consideración en la solidez de la industria. También se alentaron nuevas inversiones en equipos de corrugado e impresión que han mejorado la dotación y parque tecnológico de la industria —aunque aún, capacidad productiva y productividad sigan siendo capítulos pendientes sobre los cuales trabajar—.

Dicho esto, desde mediados del año pasado algunos de los vectores que ayudaron a configurar este cuadro excepcional y extraordinario, tanto a nivel global como local, se han comenzado a atenuar y hasta han invertido su sentido. El control de la pandemia, el fin de la expansión monetaria global con ajuste de la deriva inflacionaria, la readecuación internacional de los costos logísticos, la guerra de Ucrania y los efectos en el costo de la energía y de los alimentos,

hacen presente un escenario global, cuanto menos, de signo menos favorable para este año.

En nuestro país, y también en el resto del mundo, la industria del cartón corrugado ha vivido un período extraordinario que no ha sido sólo de consolidación y crecimiento, sino de reposicionamiento y reconsideración como actividad.

Este escenario plantea un dilema interesante para las empresas que la componen y la reacción habitual es adoptar estrategias competitivas y comerciales de tipo defensivas y de preservación patrimonial. Ahora bien: ¿qué puede rescatarse de este período extraordinario para convertirlo en algo ordinario y permanente? Las cajas han pasado a ser ponderadas en este tiempo por considerarse esenciales e insustituibles para la preservación y el transporte de todo tipo de productos. También se las ha reconsiderado comercialmente por su poder comunicacional y ha mejorado, inclusive, la percepción estética del público en general.

En este período, todo esto ha generado una ganancia. No sólo una económica o comercial, sino (y quizás principalmente) una “plusvalía” en el valor percibido, tanto por parte de las empresas usuarias como de los consumidores que han ubicado a la caja de cartón corrugado en un sitial destacado en estos tiempos de excepción.

Por ello, la otra estrategia que se abre para la industria en este horizonte nuevamente convulsionado, es el de potenciar como aspecto central de su oferta al mercado, el valor percibido de la caja de cartón corrugado.

**Lic. Mariano Saludjian**  
Gerente de CAFCCo

# Staff

LA REVISTA DEL  
**corrugado**

Año 12 • Nº 47 • Primer trimestre 2023

## Propietario

Cámara Argentina de Fabricantes de Cartón Corrugado

## Director Ejecutivo

Mariano Saludjian

## Consejo Ejecutivo Editorial

Comisión Directiva de CAFCCo

## Domicilio Legal

Av. Roque Sáenz Peña 846, piso 7 Of. "A"  
-Ciudad de Buenos Aires- Argentina  
www.cafcco.com.ar

## Colaboran en esta edición

Pablo Saldomani  
Gustavo Braier  
Ariel Baños

## Publicidad, Impresión y distribución

**cafcco**  
Cámara Argentina de Fabricantes de Cartón Corrugado

info@cafcco.com.ar  
(11) 5032-2060/61/62

## Edita

**Cipsela**  
EDITORIAL

## Directora Editorial

Nadia Vallory

## Arte y Diseño

Marisa Kantor

## Corrección

Isabel Isla

Registro en la Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA)  
Exp. N° 5.336.895

Los artículos o documentos de colaboradores son responsabilidad de los firmantes. Conforme a la legislación que tutela la propiedad intelectual, se prohíbe la reproducción total o parcial de los contenidos sin previa autorización por escrito del editor.



## 3 EDITORIAL

### 3 La caja y el valor percibido

## 6 TENDENCIAS

### 6 Transformación cuántica con envases conectados e inteligentes



El empaque ha sido una parte crucial de la experiencia del producto durante siglos pero su propósito se ha mantenido inalterable a lo largo del tiempo: proteger y promover su contenido.

## 10 SECTOR

### 10 2022 cierra con un alza del 4,5% en ventas, aunque preocupa el escenario para este año

La comercialización de cartón corrugado asciende 4,5% interanualmente en 2022 aunque el último trimestre registró una baja del 3,5%. "la caída de los últimos tres meses anticipa un crecimiento inferior o nulo en ventas para este año.

## 12 ANÁLISIS

### 12 "La caída de la actividad en diciembre anuncia un menor crecimiento para 2023"

## 14 MANAGEMENT

### 14 ¿Perdemos lo que no vemos o lo que no vemos no existe?



## 18 CAPACITACIÓN

### 18 Inicia la segunda edición de la Diplomatura en Cartón Corrugado



La cámara argentina de fabricantes de cartón corrugado (CAFCCo) puso en marcha el segundo ciclo del programa anual de formación para el sector corrugador hispanoparlante.

## 24 INTERNACIONAL

### 24 La producción de corrugado de EE.UU. cerró el año con una tímida alza 28 La industria del corrugado se consolida como uno de los pilares económicos en España

## 32 EVENTOS

32 Más oportunidades comerciales en SinoCorrugated 2023



## 34 NOVEDADES

34 "Confiar" propone metas concretas para 2023

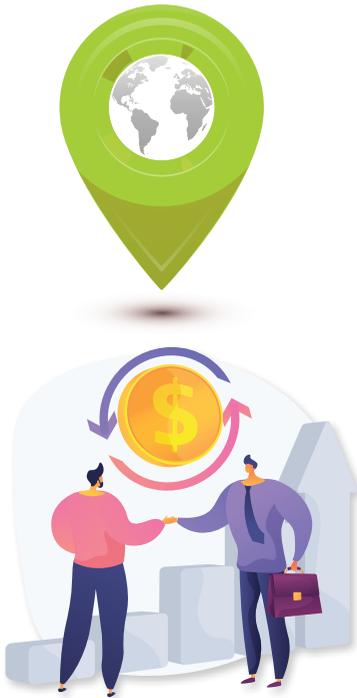


## 36 INFO TÉCNICA

36 Cómo negociar precios como un crack

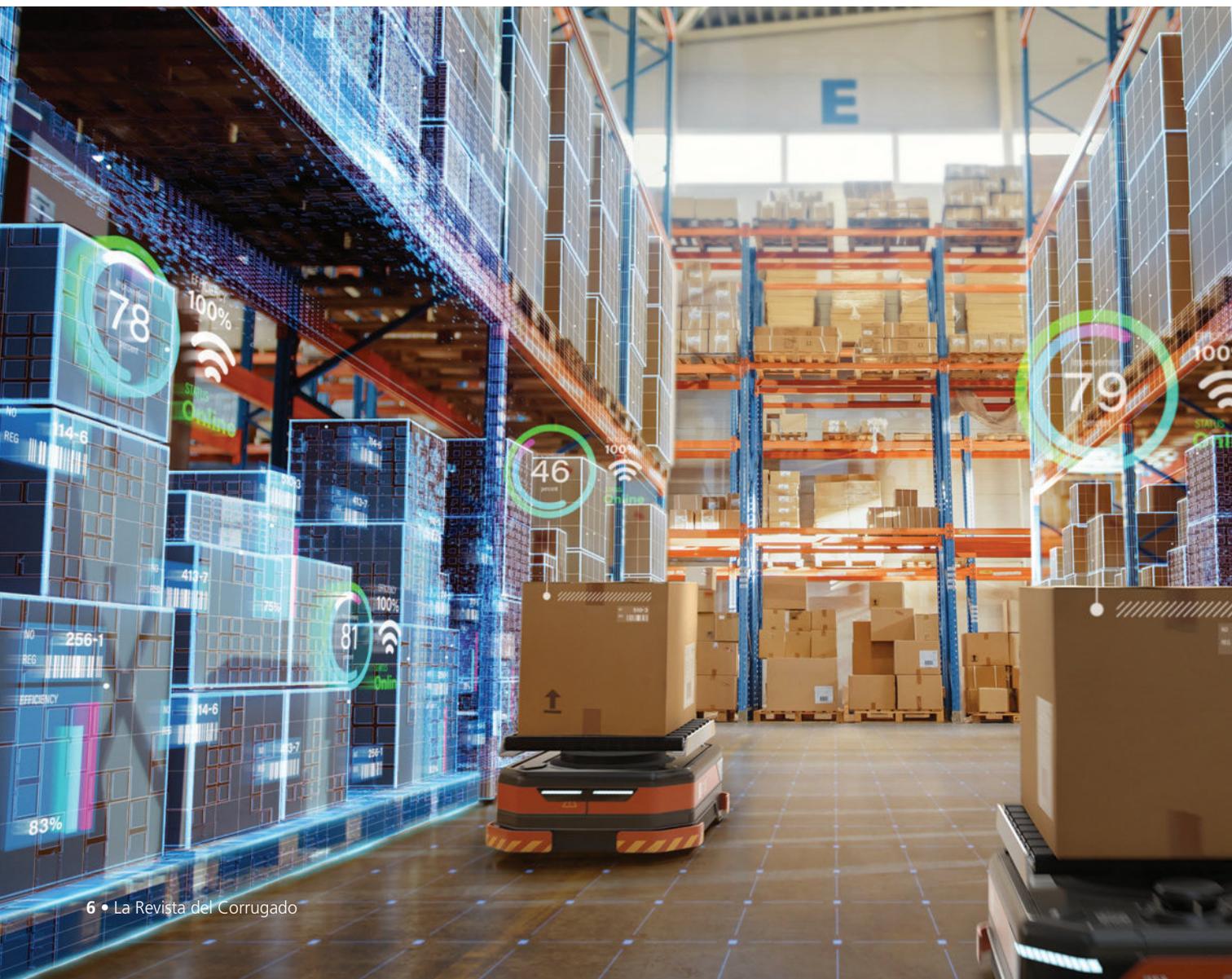
## 40 BREVES

## 42 ASOCIADOS



# Transformación cuántica con envases conectados e inteligentes

EL EMPAQUE HA SIDO UNA PARTE CRUCIAL DE LA EXPERIENCIA DEL PRODUCTO DURANTE SIGLOS PERO SU PROPÓSITO SE HA MANTENIDO INALTERABLE A LO LARGO DEL TIEMPO: PROTEGER Y PROMOVER SU CONTENIDO. AHORA, LAS INNOVACIONES DIGITALES ESTÁN PERMITIENDO A LAS EMPRESAS TRANSFORMAR POR COMPLETO LOS ENVASES Y NINGUNO ES MÁS PROMETEDOR QUE EL CONCEPTO DE EMBALAJE INTELIGENTE Y CONECTADO.





Los envases conectados inteligentes (ECI) son productos electromecánicos con funciones como procesadores, sistemas integrados, pantallas e interfaces, aplicaciones complementarias y plataformas en la nube. Los clientes se benefician de servicios digitales únicos y experiencias de productos unificados que superan constantemente las expectativas. Y las empresas obtienen acceso a datos vitales sobre el uso del producto y el comportamiento del consumidor, datos que pueden generar conocimientos útiles e impulsar el valor.

A su vez, el ECI proporciona puntos de contacto digitales en cada etapa del ciclo de vida del producto. Ayuda a las marcas a brindar experiencias de cliente excepcionales que deleitan y logran un valor operativo continuo e involucra un ecosistema de tecnologías poderosas que impulsan nuevos modos de interactividad de productos.

Los escáneres especializados que se utilizan en almacenes y centros de distribución son ejemplos de ECI, pero también lo son los códigos QR,

que están completamente libres de aparatos electrónicos y físicos; las empresas pueden simplemente hacer un cambio en el diseño impreso en sus productos para obtener los beneficios de los embalajes conectados.

Los casos de uso en todas las industrias son muy diversos y los ECI pueden activar contenido y experiencias digitales para los consumidores, como registrar o autenticar un producto. También pueden admitir casos de uso centrados en las operaciones, como el seguimiento de productos a lo largo de la cadena de suministro.





### ¿Por qué ahora?

La demanda está siendo impulsada por una creciente necesidad de que las empresas se vuelvan relevantes para el cliente y logren la resiliencia de la cadena de suministro, así como la sostenibilidad. Para cumplir estos objetivos, los ECI reimaginan el negocio a través de la lente de la experiencia, garantizan que las cadenas de suministro se reutilicen y crean valor sostenible a través de negocios responsables.

Además, la demanda de comercio electrónico está obligando a las empresas a repensar el diseño del envase para seguir siendo relevantes y destacarse de la competencia. De alguna manera, el comercio electrónico ha tenido un impacto negativo en el papel del empaque como herramienta de venta y atracción de clientes: las tiendas en línea tienden a mostrar sus productos en páginas web sin envases. Pero las personas influyentes en línea han elevado el papel del empaquetado a través de videos de desempaqueado en YouTube y otras plataformas. Los millones de espectadores que miran estos videos se pueden ganar con las sensacionales experiencias de los clientes a través del desempaqueado del producto. Las empresas deben revisar el diseño de los empaques

y explorar cómo se pueden aprovechar los momentos de participación digital para obtener información, educación y entretenimiento.

Algunas empresas ya están aprovechando oportunidades para brindar momentos atractivos, significativos, inclusivos y memorables con empaques de próxima generación.

### Marketing

Otra área en la que las empresas deben centrarse es aprovechar los ECI para aumentar las estrategias directas al consumidor (DTC). En primer lugar, pueden programar la reposición de manera adecuada, de modo que el consumidor nunca tenga demasiada baja oferta de un producto, sino que siempre tenga la cantidad

correcta. En segundo lugar, pueden indicar a las marcas dónde y cuándo se consume un producto casi en tiempo real. Esto puede incorporarse a una optimización más detallada de la comercialización, la logística y la producción.

Al mismo tiempo, los consumidores y los legisladores exigen más transparencia en torno a los productos y el recorrido del producto: quieren poder rastrear los productos a través de las cadenas de suministro hasta sus orígenes. El continuo aumento del abastecimiento global y la competencia por materiales de calidad está generando sus propios desafíos, mientras que el aumento de la regulación y los estándares están cambiando el panorama competitivo y transformando los modelos comerciales en toda la cadena de

## Lo que se viene: próxima generación de códigos

El código de barras original tiene 50 años y espera jubilarse. Eso significa que algo viene de GS1, la organización internacional sin fines de lucro que desarrolla y mantiene sus propios estándares para códigos de barras e identificadores relacionados.

Ahí es donde entra en juego el nuevo estándar, el formato GS1 Digital Link URI para 2D en el comercio minorista. Tiene algunas características clave. El primero y más importante es que contiene el elemento GTIN, por lo que escanea en el registro y emite el sonido familiar de "bip". Las pruebas actuales realizadas muestran que los códigos de barras 2D se leen a la velocidad de la línea de pago minorista.

Es importante señalar aquí que el nuevo estándar QR codifica una sola línea de texto, similar (pero no idéntica) a una URL, que tiene una estructura estandarizada, un orden de información predefinido. Como los códigos QR realmente solo contienen texto, este texto se puede estructurar de una manera definida, y luego un dispositivo puede reconocer esa estructura e interpretarla correctamente.

En una línea estructurada de texto, se puede agregar números de lote o de serie, fechas de vencimiento, y la estructura de eso se define con tanta precisión como la manera como transmitiríamos una configuración Wi-Fi, o detalles de contacto, o cualquier otra cosa que codificaríamos en un QR 2D. Lo importante es que al tener esa información en una estructura definida, se puede extraer sin necesidad de conectarse a Internet.

valor. El EIC puede ayudar a superar estos problemas al actuar como un conducto para la identificación digital y rastrear el producto a lo largo de todo el ciclo de vida con datos en el centro de todo.

### Logística

Al asignar un identificador digital único a cada artículo e imprimirlo en el envase en forma de código (serialización), se puede rastrear la ubicación de un producto en la cadena de suministro o su ciclo de vida. Estas identificaciones digitales pueden proporcionar actualizaciones casi en tiempo real sobre el producto a medida que se mueve y se logra a través del escaneo de códigos en los centros de distribución, centros de cumplimiento, tiendas minoristas y en el hogar.

Las primeras aplicaciones de seguimiento y localización se desarrollaron para sectores en los que la

salud del consumidor podría estar en riesgo, como las industrias de alimentos y bebidas y farmacéutica. Sin embargo, las soluciones de seguimiento y localización también son relevantes para muchos otros productos B2C y B2B, desde prendas de vestir hasta productos químicos industriales.

### Sostenibilidad

Muchas veces, los consumidores se confunden con la simbología de reciclaje y las instrucciones de los contenedores. Pero, ¿y si pudieran escanear el envase y saber qué partes son reciclables? Las características de geolocalización podrían luego dirigirlos a puntos de entrega en su área local. Con el acceso a la información de consumo en tiempo real o casi, la utilización de esta tecnología también mejora la visibilidad del exceso de inventario. Esto permite una mejor planifica-

ción de la cadena de suministro, así como beneficios de sostenibilidad al reducir el desperdicio debido a la sobreproducción y la caducidad del producto ■



En un año donde el comercio electrónico creció un 124% y el envío a domicilio un 56%...

## ¿TUS CAJAS ESTÁN LISTAS?

### NUESTROS PRODUCTOS

**Almidón regular y modificado de maíz**  
**Línea de aditivos** de tecnología internacional:  
Resinas de RH / Acelerantes de Secado / Aditivos para Resistencia / Penetrante / Bórax líquido

### SOPORTE TÉCNICO

**Asesoramiento y optimización** de procesos.  
Cursos de **capacitación** in house.  
**Laboratorio** de aplicaciones para el desarrollo de formulaciones.

© Estudio Anual de Comercio Electrónico en Argentina 2020 (Kantar Insights para CACE)

¡Contactá a nuestro asesor **Javier Olari!**  
Celular: 11.3695.3703 • E-mail: javier.olari@ingredion.com

ingredion.com.ar  /ingredion-incorporated  @ingredion\_rdp



# 2022 cierra con un alza del 4,5% en ventas, aunque preocupa el escenario para este año

"LA COMERCIALIZACIÓN DE CARTÓN CORRUGADO ASCIENDE 4,5% INTERANUALMENTE EN 2022 AUNQUE EL ÚLTIMO TRIMESTRE REGISTRÓ UNA BAJA DEL 3,5%. "LA CAÍDA DE LOS ÚLTIMOS TRES MESES ANTICIPA UN CRECIMIENTO INFERIOR O NULO EN VENTAS PARA ESTE AÑO. LOS CORRUGADORES DEBEMOS PREPARARNOS PARA ESTE POSIBLE ESCENARIO", VATICINÓ UN EMPRESARIO DEL SECTOR.

Las ventas de cartón corrugado suben 4,5% en el acumulado anual de 2022 a 1.969.130 m<sup>2</sup>, según los datos provisorios elaborados por CAFCCo. El último trimestre del año se mostró sin cambios respecto del mismo trimestre de 2021, posicionándose en 523.245 m<sup>2</sup> y mostrando un freno mayor al esperado en línea con otros mercados de la región. "La pérdida del impulso del último trimestre y el flojo arranque del año anticipa un crecimiento inferior o nulo para 2023 en ventas. Los corrugadores debemos prepararnos para este posible escenario", remarcó un empresario del sector.

La producción de cartón corrugado en 2022, fue levemente inferior a los niveles de ventas durante el mismo período, con una diferencia negativa del 3%, cifra que revelaría que el sector utilizó inventarios de material terminado en pos de cubrir la comercialización. "Nos fuimos comiendo el stock de producción porque fue un año difícil para las importaciones de papel", afirmó un corrugador y agregó: "le pedimos al gobierno que nos dé garantías a la

hora de importar papeles e insumos con el objetivo de que el sector pueda producir sin sobresaltos y hagamos crecer al país".

Lo cierto es que el proceso de autorización para importar papeles y otros insumos hasta ahora fue muy complejo. "Hubo que reclamar permanente todas las semanas a la Secretaría de Comercio que autorizó algunas SIRA's, siempre con dilaciones y parcialmente", se quejó un empresario.

Desde CAFCCo se ha peticionado sobre la cuestión y se han hecho diversas presentaciones explicando la complejidad del tema, para un sector que necesita un abastecimiento regular de materias primas e insumos porque no se producen localmente en cantidades suficientes. "Probablemente durante el año las dificultades continúen y hasta podría preverse que vayan a ir agravándose en la medida que persista la falta de divisas", dijo otra fuente.

La demanda durante 2022 fue impulsada por el consumo interno (principalmente envases para sectores alimenticios) y las cajas para sectores industriales. La exportación tuvo bue-

nos resultados en diferentes áreas hasta después de la mitad del año, pero luego comenzó a debilitarse.

"Para que la producción de corrugado vuelva a crecer en 2023 debe mantenerse la demanda interna (consumo masivo) y darse una recuperación de los mercados de exportación. Por el lado de la producción, la disponibilidad de insumos (papeles y repuestos) para mantener el ciclo productivo, lo cual requeriría una regularización de los mecanismos de importación", dijo un corrugador y agregó resignado: "No parecen ser las circunstancias macroeconómicas actuales las que permitan que dichos vectores de crecimiento puedan darse en el 2023".

Por su parte, el consumo nacional aparente de papel superó nuevamente el millón de toneladas representando un alza del 8,3% en el acumulado anual.

La producción de papel a nivel nacional durante 2022 fue liderada por el papel Onda, seguido por el Testliner y el Onda Semiquímico. El total producido de papel a nivel nacional durante 2022 fue de 947.191

toneladas según datos proporcionados por la Asociación de Fabricantes de Celulosa y Papel (AFCP).

"El mercado de cartón corrugado está bajo presión con caídas de precios y demanda débil", dijo una fuente local y remarcó que para 2023 este escenario podría migrar a una competencia de precios que perjudicaría al sector.

"Es posible que se potencie la competencia de precios inicialmente, aunque esas acciones en escenarios de alta inflación sólo pueden tener un resultado corto y perjudicial para el conjunto. Es una práctica que potencia y generaliza las pérdidas", dijo por su parte una compañía integrada.

"Para que no se de este escenario de competencia intrasectorial, debemos defender el valor del metro cuadrado en función de un cálculo lógico de los costos que no deje de contemplar la rentabilidad necesaria del negocio", afirmó categórica otra fuente.

"Para que crezcan las ventas es necesario 'que el árbol no tape el bosque'. El sector tiene potencial para desarrollar nuevos segmentos y mercados, en base a los mayo-

res requerimientos de empresas y consumidores sobre envases elaborados con materiales sustentables y reciclables", dijo optimista otro empresario del sector y agregó: "Hay mucho aún para desarrollar en el remplazo de envases plásticos, multi-capa y de madera inclusive. En muchos segmentos con diseños innovadores el corrugado puede ganar presencia y participación".

### Termómetro regional

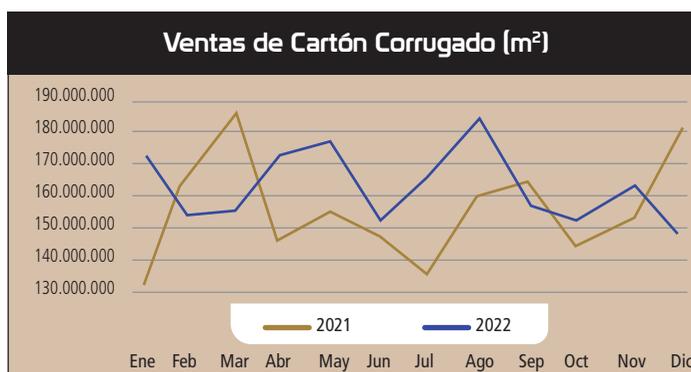
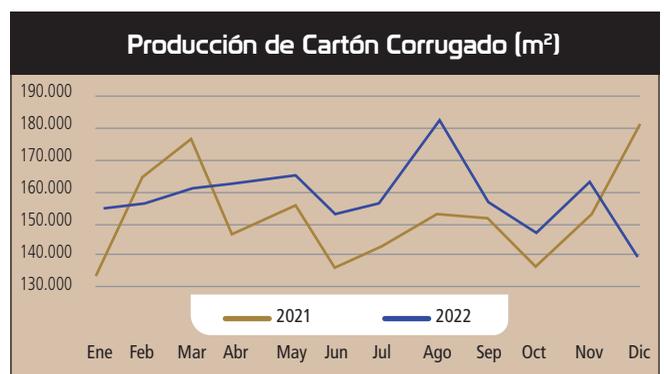
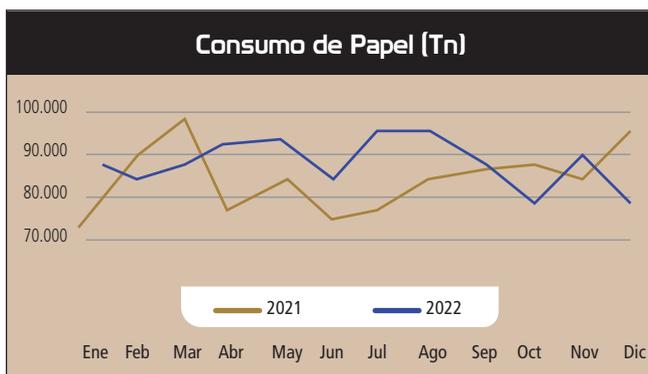
Una combinación de débil demanda de envases en América Latina ha resultado en más caídas de precios y tensiones en las negociaciones tanto para Brasil como para México durante febrero, lo que marca el posible comportamiento que podría desplegarse en Argentina para este año.

Durante febrero en Brasil se mantuvieron tensas las negociaciones. Diversas fuentes de ese país afirmaron que la demanda fue muy débil, con varios productores de papel y proveedores de cartón corrugado tomando el tiempo de inactividad relacionado con el mercado para evitar una caída dramática de

los precios. "Todos pararon la producción. Si una empresa tenía dos máquinas de papel, detenía una. Si tenía un PM, detenía todo el molino por algunos días de mantenimiento", dijo un contacto.

Una segunda fuente afirmó que esta estrategia está ayudando parcialmente a los productores de papel de embalaje a mantener los precios estables o, al menos, mostrar caídas limitadas pero no está generando demanda. "Podría ofrecer Testliner a cualquier precio este mes y no lo vendería de todos modos. Muchos proveedores dicen tener precios estables, pero en realidad no venden nada. Tendremos que esperar y ver en marzo si hay un repunte, para ver dónde se mantendrán los precios reales", dijo otra fuente.

Pero Brasil no es el único grande latinoamericano que muestra esta tendencia. Los precios del cartón corrugado en México también cayeron en febrero debido a la débil demanda de envases en el país, según diversas fuentes. Varios contactos afirmaron que los precios probablemente han tocado fondo o están muy cerca de hacerlo ■





# “La caída de la actividad en diciembre anuncia un menor crecimiento para 2023”

POR PABLO LABINI\*



Si bien las ventas de cartón corrugado tuvieron una suba en el estimado provisorio del 4,4% y del 3,6% en producción, durante el último trimestre del año se identificó una desaceleración en el ritmo de crecimiento.

Es cierto que el último trimestre de cada año por un tema de estacionalidad suele comportarse como uno de los más bajos de los cuatro trimestres y este 2022 no fue la excepción.

Sin embargo, más allá de la estacionalidad habitual y del comportamiento esperado para el último trimestre, se sumó este año una baja más marcada en diciembre que puede anunciar un menor crecimiento para 2023 o, inclusive, la probabilidad de estancamiento.

A nivel local, podemos puntualizar algunos de los factores que desencadenaron esa baja: del lado de la oferta, la dificultad para adquirir papeles (Kraftliner, Blanco o cartulina) fue determinante, sobre todo para algún tipo de productos como las cajas para frutas en la zona del valle, de cítricos en Tucumán, vinos en Mendoza y de algunos otros envases destinados a la exportación.

También se sumaron otros factores que dan respuesta a la baja de los últimos meses. Sectores importantes como el cárnico, el avícola y el de la pesca, sufrieron una desaceleración en las exportaciones (este tipo de comportamiento también se visualizó de manera similar a nivel global) y arrastró consigo a la venta de cajas en el último trimestre.

La región no tuvo un comportamiento extremadamente diferente al de Argentina ya que, si bien a nivel general la actividad durante 2022 se mantuvo en alza, el último trimestre anunció dudas sobre el comportamiento del mercado mundial de cartón corrugado para 2023. Estados Unidos finalizó el año con crecimiento leve del 1% aunque, al

igual que Argentina, el último trimestre tuvo una ralentización con una caída importante de la actividad en diciembre. Brasil, por su parte, terminó con un resultado anual negativo y con una caída importante en el tercer trimestre; mientras que Chile también manifestó una caída en los últimos tres meses del año.

Estos comportamientos, sobre todo las preocupantes cifras de Brasil, proyectan potencialmente un escenario de caída de la demanda a nivel local e internacional y también podrían prever una baja de la actividad industrial como efecto directo a la suba de tasas de EEUU que trae aparejado un enfriamiento de la economía en general y ha ido frenando la demanda de exportación de la región.

Respecto a la adquisición de papeles a nivel local, resultó complicada durante 2022. Las compras de este vital insumo crecieron 2,5%, lo que representa una pérdida de stock de papeles con relación a los volúmenes producidos por parte de los corrugadores. Pero también se produjo un desfase entre las cantidades producidas y ventas, lo que generó una merma de los inventarios de planchas terminadas. Este escenario revierte la tendencia de 2020 y 2021 donde hubo recomposición de los inventarios de papel y de material terminado alentada por el crecimiento de la demanda y la expansión del mercado (por los cambios en los hábitos de consumo que se verificaron en la pandemia).

A nivel global, luego de los picos alcanzados en los precios de los papeles a comienzo de 2022, se observó un ciclo de caída que se potenció a fin de año. Los efectos de la guerra en Ucrania, y la alteración del flujo de comercio entre Europa y Rusia (papeles reciclados desde la Unión por papel de fibra virgen desde el otro lado de los montes Urales), rompieron el encadenado de precios.

A su vez, en Estados Unidos también se produjo una caída de la demanda interna de cajas desde el mes de octubre pasado que afectó a los productores de papel que, al no encontrar mercados activos para colocar los excedentes, iniciaron una corrección de los precios en los papeles Kraft y reciclados. Estos últimos potenciados por el precio del OCC que a pesar la fuerte caída de la recolección no encontraron un piso estable de referencia, luego de que China estableciera en diciembre del 2021 la prohibición absoluta para la importación de material recuperado de todo tipo incluido el scrap de papel.

La merma de la demanda global produjo un desplome de precios internacionales que en algunos casos llega al 30% y no está claro aún cuál será el nuevo valor de equilibrio. La baja de los fletes internacionales también favorece esta corrección (que el crack logístico en la pandemia había potenciado en la mayoría de los mercados de materias primas).

En el caso del mercado argentino, esta tendencia a la corrección de los valores de los papeles para corrugar, debido a las restricciones en las operaciones de importación de este último tiempo, no han permitido acceder a las ofertas internacionales en los papeles para corrugar. La caída de la demanda local del último trimestre agudizó la competencia intra-sectorial que se verifica tanto en los precios como en los plazos de venta. Se prevé que en el primer trimestre de 2023 se intensifique esta tensión del mercado por la misma dinámica la competencia interna ■



\*SALDOMANI ES ECONOMISTA ESPECIALIZADO EN MERCADO DE ENVASES PARA LATINOAMÉRICA.



# ¿Perdemos lo que no vemos o lo que no vemos no existe?

POR GUSTAVO BRAIER\*



La vista es un sentido esencial para nuestras vidas. Esto se vuelca en infinidad de dichos de sabiduría popular: “ver para creer”, “ojos que no ven, corazón que no siente”, “no hay peor ciego que el que no quiere ver”, “mirar sin ver es como oír sin escuchar” y tantos otros más.

En esta nota vamos a conversar sobre un tema que está en el centro de nuestros servicios profesionales: la minimización del refile en la combinación de planchas en la corrugadora. Durante décadas se nos plantea-

ba una pregunta sobre lo invisible, que unos años atrás vimos para creer, nuestro corazón sintió y dejamos de ser ciegos por elección. Tal vez.

He tenido el placer y la fortuna de formar parte del cuerpo docente de la Diplomatura y con la paciencia de todos los asistentes volveré a intentar transmitir mis conocimientos y experiencia en el año 2023. Para que me vean. En las presentaciones, que intento modificar y actualizar, hablo de la optimización, de temas de economía sectorial y de la toma de decisiones, siempre aplicadas al sector del corrugado. Uno de los temas tratados fue el de la cotización, la venta y la fabricación de cajas como un conjunto único.

Esta será la primera de una serie de notas sobre estas temáticas.

### **Cotizaciones de cajas. ¿Qué ves cuando me ves?**

Soy un convencido de que el sector cotiza erróneamente sus cajas y, además, de que los vendedores de cajas reciben indicaciones muy confusas que terminan perjudicando a las empresas para las que trabajan. Por ejemplo, exigirle al vendedor que coloque en el mercado al menos una determinada cantidad de m<sup>2</sup> por mes y con comisiones fijas, lleva a esa persona a vender lo que sea con forma de caja. Sin embargo, del otro lado, los costos por fabricar, entregar y cobrar esa caja pueden variar mucho. Después, la fábrica lidia con el problema.

Entonces, hay un mensaje a destacar: en gran medida, la eficiencia de la fábrica está condicionada por lo que el vendedor coloca en el mercado. Luego, también, la eficiencia de la industria depende de los precios a los que cada corrugador cotiza sus cajas, porque los precios erróneos llevan las operaciones a la fábrica incorrecta en un juego de “todos perdemos”.

### **Diferencias de cotización por ancho de la plancha. Ver para creer**

Hay un aspecto en el que tratamos de proponer formas más sofisticadas de cotizar las cajas que venden las fábricas de cartón corrugado. (Por ejemplo, en función del ancho de la plancha a combinar en la corrugadora). Y, luego, darle una vuelta más al razonamiento.

Supongamos que en el mercado hay un cliente que necesita una caja que requiere una plancha de 735 mm y que nuestra corrugadora tiene un ancho máximo de 1800mm. Agreguemos que nuestro stock habitual manejamos la medida de papeles de 1500mm, además de 1600mm, 1700mm y 1800mm.

Sobre esta base, analizamos que este pedido podemos sacarlo por 2 en papel de 1500mm y tenemos un descarte nulo, porque tenemos un refile técnico de 30mm. Entonces,  $735+735+30=1500$ . ¡Jamón del medio! Cotizamos un poquito menos para lograr la venta porque sabemos que combina perfecto. Tal vez, suponer que un vendedor hace ese razonamiento sea demasiado, pero, como vimos, tampoco le estamos dando incentivos claros para que lo haga.

Supongamos ahora un pedido alternativo que precisa una plancha de 875mm. Asumiendo que sólo auto-combinamos, vamos a tener 20mm de desperdicio en la combinación si usamos papeles de 1800mm.  $875+875+30=1780$ . Si sumamos 20mm estamos en el ancho total del papel; esto es, 1800mm. En este caso, no hacemos el descuento especial porque efectivamente estoy teniendo un descarte de 20mm. Si asignamos el descarte que el corresponde a cada caja dividiendo por 2, en un ancho de 875mm tiramos 10mm o un 1,15% del papel. Tendríamos un costo plus de papel de



1,15%. Demos una vueltita más: el costo del papel asumamos que es el 70% del total y el sobrecosto de la caja sería de un 0.85%, que es el resultado de multiplicar  $1.15 \times 0.7$ .

### Lucro cesante, corazón que no siente

Ahora bien. Tal vez, se nos esté escapando un elemento. No es lo mismo corrugar con 1800mm que con 1500mm. Con un corrugado de un peso básico de  $500\text{g/m}^2$ , luego de una hora produciendo a 100m/min, vamos a estar corrugando 5.4 toneladas de papel en el papel más ancho contra 4.5 toneladas si lo hacemos en el más angosto. Es decir, que estaríamos corrugando un 83% de lo que podríamos lograr con el máximo ancho de papel que admite nuestra corrugadora.

Sobre esta base, agreguemos un elemento más: nuestra contribución marginal (precio – costo variable) es del 20%. Ese 20% aplicado sobre las toneladas que no proceso y, por lo tanto, no vendo, pasan a ser un lucro cesante del 3.4%. Resultado de multiplicar un 17% que no fabrico por un 20% de lucro cesante.

Como resultado de las cotizacio-

nes, obtenemos la compra de la caja de 735mm y perdemos la de 875mm.

¿Cómo fue la decisión, entonces, que toma, incluso, un vendedor súper consciente que todos quisieran tener en sus equipos de venta porque considera factores productivos al momento de cotizar? Nos ayuda a no perder un 0.85% y nos llevó a perder un 3.8%. ¡Cuack!

Un par de meses atrás, el dueño de una empresa me decía: “Claro, la diferencia es que el refile lo ves y el lucro cesante no lo ves”. Ver para creer.

### No hay peor ciego que el que...

En nuestras propuestas técnicas durante muchos años no supimos ponderar adecuadamente el lucro cesante que, obviamente, va a depender del momento del mercado y de la capacidad que se tenga para contratar horas extras de los equipos de la corrugadora. Pero algo nos decía que teníamos algo para ver y finalmente lo vimos. ¡Vimos la luz!

En estos momentos, en nuestras propuestas, dejamos que el usuario



haga sus combinaciones con tantos criterios como se quiera, lo que ya era tradicional, pero ahora, cualitativamente, incorporamos este concepto de lucro cesante.

¿Qué situación se presenta a partir de ello? Se presenta una situación en la que la combinación con menor refile probablemente no sea la de menor contribución marginal. Y en ese caso, ¿cuál elijo?

Solemos decir que nuestras herramientas están especializadas en calcular y dar buena información para que el decisor, el humano, tome la decisión más conveniente.

Entonces, en un momento en que sobran los pedidos y no damos abasto, obviamente nos conviene ir al mayor ancho de papel y minimizar nuestro lucro cesante. En un momento en que faltan pedidos, la respuesta no es tan clara y debe analizarse.

### Mirar sin ver es como oír sin escuchar

Ahora bien, vista esta situación, uno podría tener la expectativa de que los gerentes o dueños de las empresas repiensen un poco la forma de: incentivar a sus vendedores, cotizar y combinar en la corrugadora. “¿Será así, Sancho?” ■



\*BRAIER ES LICENCIADO EN ECONOMÍA (UBA); MASTER OF SCIENCE ECONOMÍA INDUSTRIAL Y FORESTAL, (UNIVERSIDA DE TORONTO) Y CONSULTOR CON 30 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL SECTOR FORESTAL, PAPELERO Y DEL ENVASE.



**Desde 1865 acompañando el  
crecimiento de nuestros clientes**

ALMIDONES NATIVOS, MODIFICADOS Y DEXTRINAS  
PARA LA INDUSTRIA DEL PAPEL Y CARTÓN CORRUGADO

[WWW.SEMINO.COM.AR](http://WWW.SEMINO.COM.AR)

# Inicia la segunda edición de la Diplomatura en Cartón Corrugado

LA CÁMARA ARGENTINA DE FABRICANTES DE CARTÓN CORRUGADO (CAFCCO) PUSO EN MARCHA EL SEGUNDO CICLO DEL PROGRAMA ANUAL DE FORMACIÓN PARA EL SECTOR CORRUGADOR HISPANOPARLANTE.



La industria de los envases y en particular la de cartón corrugado, están llamadas a ocupar un lugar cada vez más preponderante ante el nuevo ambiente logístico impulsado por nuevos hábitos de compra en línea y la cada vez mayor demanda de los consumidores de soluciones sustentables que sean amigables con el cuidado del medio ambiente. Además la caja de corrugado, al ser el primer impacto con el usuario, se ha vuelto una muy importante herramienta en la estrategia de comunicación de las empresas. Por todo ello, la industria corrugadora se



encuentra en un proceso de transformación que le exigen ser más competitiva, eficiente y atractiva.

“ Pude encontrar un campo de aprendizaje y recolección de experiencias,

tanto de los capacitadores, como de mis compañeros. En estos meses compartimos desinteresadamente saberes, vivencias, y el día a día de nuestras plantas corrugadoras.

Recojo de estos meses lo aprendido y lo visto pero sobre todo lo compartido entre este grupo

”

**Mariano Capeans**

Tras la amplia concurrencia del año pasado, la Cámara Argentina de Fabricantes de Cartón Corrugado (CAFCCo) renueva el apoyo a la formación del sector corrugador hispanoparlante con un programa formación anual que tiene por objetivo profesionalizar e impulsar el desarrollo de la actividad. La diplomatura inició el 9 de marzo con una importante cantidad de asistentes de empresas de Argentina y Sudamérica.

El programa tiene un recorrido de ocho meses donde se ahondará en todos los procesos que componen la labor de una empresa de cartón corrugado: desde la recepción del papel, pasando por la fabricación de una plancha de corrugado; la impresión; y todo lo que hace a la gestión eficiente de una empresa corrugadora.

El esquema curricular de la diplomatura se desarrolla en 38 encuentros de frecuencia semanal, que totalizan 120 horas efectivas de capacitación abierta online. A lo que se agregan los foros de debate y el soporte académico específico de los capacitadores en cada uno de los temas. A nivel temático está compuesto por cinco Módulos: Proceso de Fabricación, Impresión y Troquelado, Diseño y Desarrollo, Optimización y Mantenimiento. El último, el de Gestión de Empresa Corrugadora, está orientado específicamente a aquellos miembros de las organizaciones que deben conducir y tomar decisiones todos los días al frente de sus empresas.

El equipo docente de la Diplomatura lo conforman relevantes profesionales con una amplia trayectoria en la industria y que son hoy parte activa en el proceso de transformación y desarrollo de las empresas donde se desempeñan o a las que asesoran.



“ Lo expuesto en esta diplomatura me ha servido para fortalecer conceptos.

Agradezco a los expositores que aportaron su experiencia personal. Estoy muy agradecido por esta oportunidad de participar

”

**Guillermo Olmos –  
Maxipack**



“Agradezco a CAFCCo y a los capacitadores por la experiencia brindada. Los compañeros también aportaron y compartieron sus inquietudes y formas de trabajar y resultó una sinergia sumamente productiva. Recojo de estos meses lo aprendido y lo visto pero sobre todo lo compartido entre este grupo”

**Federico Idañez – Neucor**

El programa está orientada a mandos gerenciales y medios con responsabilidades en la toma decisiones de la empresa corrugadora, que tienen a su cargo la conducción general o de áreas de gestión específicas; y que deben dar respuesta a procesos de transformación o de mejora en la eficiencia productiva.

“En este espacio de formación los asistentes tendrán la oportunidad de revisar los diversos procesos sobre los que ponen en práctica a diario, tanto como los aspectos que hacen al funcionamiento de una empresa corrugadora” especificó el gerente de la Cámara, Mariano Saludjian y agregó: “Buscamos que la sistematización de esa experiencia les permita dar un salto cognitivo y dotarlos de una visión completa, profunda y práctica de todos los aspectos relacionados con la gestión, producción y gerenciamiento de las empresas corrugadoras”.

## Programa de Formación

A su vez, quien quiera tomar los diferentes cursos de cada módulo de forma separada, podrá hacerlo bajo la modalidad del tradicional Programa de Formación 2023 en el que los participantes podrán combinar, de acuerdo con sus necesidades, las capacitaciones en los diferentes temas de interés.

“Para nosotros es motivo de orgullo poner en marcha “una vez más” el Programa de Formación de CAFCCo en el que se conjugan docentes y disertantes con una gran experiencia y capaces de transmitir conocimientos forjados en la experiencia de las plantas corrugadora”, remarcó el ejecutivo.

“Estas capacitaciones alientan a los asistentes a mejorar su formación personal y, por tanto, el funcionamiento de sus compañías”, sostuvo Saludjian, invitando al sector a participar ■



“Destaco el aporte de los capacitadores que nos brindaron herramientas que nos enseñaron y nos brindaron un espacio sumamente enriquecedor. Compartir las experiencias con colegas también nos ayuda a mejorar el día a día en nuestras empresas”

**Bruno Bel – Entrecor**



# Diplomatura en Cartón Corrugado Cronograma Académico 2023

## Cronograma de Cursos, Talleres y Jornadas 2023

### MODULO 1 Proceso de Fabricación

9 de Marzo	Materias Primas para la Fabricación de Cartón Corrugado
16; 23 y 30 de Marzo	Proceso de Fabricación de Cartón Corrugado I
13; 20 y 27 de Abril	Proceso de Fabricación de Cartón Corrugado II

### MODULO 2 Impresión y Troquelado

4 y 11 de Mayo	Desarrollo de Pre-Prensa Flexográfica
18 de Mayo	Impresión en Offset Optativo
23 de Mayo	Impresión Digital Optativo
1; 8 y 15 de Junio	Impresión Flexográfica
22 y 29 de Junio	Terminación y Troquelado

### MODULO 3 Diseño y Desarrollo

6 y 13 de Julio	Diseño y Desarrollo de Cajas
20 y 27 de Julio	Requerimientos Logísticos para la Distribución de Cajas
3 de Agosto	Normas Iram para Cartón Corrugado
10 y 17 de Agosto	Soluciones Sustentables en Diseño de Cajas

### MODULO 4 Optimización y Mantenimiento

24 de Agosto	Optimización Productiva
31 de Agosto	Indicadores de la Calidad y Productividad
7 de Septiembre	Gestión de la Calidad de los Procesos Productivos
14 y 21 de Septiembre	Mantenimiento en la línea corrugadora
28 de Septiembre	Lean Packaging

### MODULO 5 Gestión de Empresa Corrugadora

5 y 12 de Octubre	Fijación de Precios
19 y 26 de Octubre	Gestión Comercial de Corrugado
24 y 31 de Octubre	Competencias Laborales
2; 9 y 16 de Noviembre	Gestión de Empresa Corrugadora
23 de Noviembre	Seminario de Gestión Empresarial

**ING. FABIÁN  
VINDEROLA**

Ingeniero Químico (Universidad Nacional del Litoral. Posgrado en Desarrollo Gerencial en la Universidad Torcuato Di Tella. Docente de la materia Introducción al Packaging y Sustentabilidad.

Se desempeñó por más de 23 años en Cartocor Argentina, donde llegó a ocupar el cargo de Gerente de Sustentabilidad de la División de Packaging. Actualmente es consultor, especializado en packaging de cartón corrugado. Forma parte de las Comisiones Técnicas de la Asociación de Celulosa y Papel y de CAFCCo.

**ING. GUILLERMO  
MISTRORIGO**

Ingeniero Mecánico (Universidad Tecnológica Nacional). Postgrado en Gestión de Mantenimiento y en Desarrollo Gerencial del IAE de la Universidad Austral.

Desarrolló una carrera de más de 14 años en Cartocor Argentina, donde se desempeñó alternativamente como Jefe de Procesos, Jefe de Producción y Gerente de Mantenimiento.

Desde hace 10 años es titular de TECPlanza, una empresa de servicios de Ingeniería y Gestión Industrial especializada en Cartón Corrugado.

**ING. RAÚL  
CORVALÁN**

Ingeniero Químico y Magister en Administración de Empresas (Universidad Nacional del Litoral). Especialista en Packaging. Docente del Post-grado en Envases del Instituto Argentino del Envase.

Se ha desempeñado como Gerente de Desarrollo de producto en las principales empresas del rubro en la Argentina. Actualmente es Gerente de Desarrollo de CMPC Biopackaging Corrugados de Chile.

**TSPG. LEANDRO  
BRUZZONE**

Técnico Superior en Producción Gráfica (Fundación Gutenberg). Docente de la cátedra de "Impresión Flexografía" y coordinador académico en la Fundación Gutenberg.

Cuenta con una vasta experiencia laboral en empresas corrugadoras y de envases flexibles. También realiza tareas de Asesoramiento y Capacitador en empresas corrugadoras en técnicas de impresión.

**ING. VERÓNICA  
CERPA ECHEVERRÍA**

Ingeniera Química e Industrial (Universidad Técnica Federico Santa María, Valparaíso Chile). Posgrado en Gestión Integral de la Calidad, Escuela de graduados Ingeniería, U.B.A.

Ha sido docente en Fundación Gutenberg. Actualmente dicta seminarios en el IAE (Instituto Argentino del Envase).

Se desempeña como consultora de empresas de la industria gráfica y corrugadora. Especializada en Gestión de Calidad y Productividad.

**ING. JOSÉ  
GUZMÁN LÓPEZ**

Ingeniero Industrial (Universidad José Antonio Páez – Venezuela). Magister en Dirección de Empresas (IAE – Universidad Austral).

En su extensa carrera profesional ha recorrido todo el continente en empresas líderes de corrugado y papel. Ha tenido a su cargo uno de los proyectos de reconversión más trascendentes de la Argentina.

Actualmente se desempeña como Gerente Técnico Desarrollo de Producto Corporativo de Smurfit Kappa de Brasil.

**EQUIPO DOCENTE**

### **ING. FABIÁN DELORENZI**



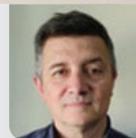
Ingeniero Químico (UTN-FRBA). Maestría en Ciencias de la Madera, la Celulosa y el Papel (UNaM). Economía (UBA). Responsable de los laboratorios del Centro de Celulosa y Papel - INTI. Ha participado como representante argentino la elaboración Reglamentos Técnicos del Mercosur en Envases y Embalajes Celulósicos en Contacto con Alimentos.

### **LIC. ESTEBAN LÓPEZ GUASTELLI**



Licenciado en Gestión de la Producción Gráfica (UTN). Docente en Flexografía, Pre-Prensa y Pre-Media Digital de la Tecnicatura Superior en Producción Gráfica de la Fundación Gutenberg.

### **LIC. SERGIO HEREDIA**



Licenciado en Transporte y Logística y Técnico en Diseño Industrial. Especialista en diseño y desarrollo de envases y embalajes. Dicta diversos cursos sobre envases y embalajes. Director del Centro de Envases, Embalajes y Logística del INTI.

### **LIC. GUSTAVO BRAIER**



Lic. Economía (UBA). MSc (Toronto). Consultor especializado en la economía del papel y del cartón corrugado.

Ha trabajado durante más de tres décadas con empresas papeleras y de cartón corrugado de Argentina y de distintos países de América Latina. Titular de la firma Papyro.com que ha desarrollado diversas aplicaciones de gestión para la industria del papel y del corrugado.

### **LIC. ARIEL BAÑOS**



Licenciado en Economía (Universidad Nacional de Rosario) y Máster en Administración de Empresas (IDEA). Profesor de Pricing en Maestría en Marketing y Comunicación de la Universidad de San Andrés; de "Decisiones de Precios" en Posgrado en Marketing de la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística, Universidad Nacional de Rosario. También se desempeña como profesor internacional en Escuelas de Negocios de América Latina.

### **LIC. JAVIER REGIS**



Licenciado en Comercialización (UAI - Universidad Abierta Interamericana).

Cuenta con una dilatada carrera comercial como Gerente Comercial de algunas de las más relevantes empresas corrugadoras de la Argentina. Actualmente se desempeña como Gerente General en una consultora internaciones especializada en Gestión Empresarial e Inversiones.

**ORADORES**

CON UN PANORAMA INCIERTO PARA ESTE AÑO

---

# La producción de corrugado de EE.UU. cerró el año con una tímida alza

EL MERCADO DE CARTÓN CORRUGADO DE ESTADOS UNIDOS CIERRA EL AÑO LEVEMENTE POSITIVO, AUNQUE DECLINANTE EN EL CUARTO TRIMESTRE. LOS EMPRESARIOS DEL SECTOR SE MOSTRARON PREOCUPADOS POR UNA RECESIÓN Y EL EFECTO DE LAS ALTAS TASAS DE INTERÉS QUE PODRÍAN CAUSAR UNA REDUCCIÓN DEL GASTO DE LOS CONSUMIDORES.





La American Forest & Paper Association (AF&PA), dio a conocer el informe del cuarto trimestre de 2022 en EEUU sobre cajas de cartón corrugado, que muestran disminuciones en la producción total del orden del 3% en el último trimestre del año contra el mismo periodo del año anterior (si bien la producción anual acumulada en los últimos doce meses cierra con un leve crecimiento del 1%).

Según las estadísticas del sector, el uso de la capacidad instalada en la industria se ubicó en el 87,8% con una disminución en comparación con el cuarto trimestre de 2021, aunque en el año se mantuvo estable. La producción de cajas con mayor composición de papel Kraft

no tuvo cambios, mientras que la de papeles reciclados aumentó un 2%.

Algunos fabricantes expresaron que esperaban un repunte de la demanda a mediados de febrero. Sin embargo, la mayoría se manifestó preocupado por una recesión y el efecto de las altas tasas de interés que podrían causar una reducción del gasto de los consumidores, prolongando esta situación.



## Nuevo escenario

La tendencia que se observa en el mercado para 2023 es de una reducción de los inventarios de cajas y de una mayor incertidumbre que reemplaza el fuerte aumento de la demanda que se verificó en 2020 y 2021.

En ese periodo los precios de las cajas aumentaron aproximadamente un 20% o más en promedio, a partir de cuatro aumentos de precios de los papeles Liners que se dieron desde noviembre de 2020 hasta marzo de 2022 en Norteamérica. El aumento de la demanda influenciado por el cambio de hábitos de consumo producido por la pandemia de Covid en 2020 y 2021, ahora fue reemplazada por la reducción de stock de los clientes y empresas de bienes finales debido a la incertidumbre de los consumidores en los EEUU.

Varias opiniones relevadas calificaron a noviembre como un mes "horrible" para los envíos de cajas de sus compañías y que diciembre fue "mejor" comparativamente por día de trabajo (dado la menor cantidad de jornadas hábiles por fin de año). En enero los envíos y pedidos parecerían ser "un poco mejores" en relación al volumen de diciembre, según opiniones del mercado.

Un fabricante nacional de cajas con plantas en diferentes ciudades de Estados Unidos dijo que su empresa estaba comenzando a ver un cambio de clientes que habían completado la liquidación de existencias y se estaban preparando para comenzar a hacer pedidos de manera más constante en el primer trimestre de 2023. "El negocio de nuestros clientes se ha desacelerado un poco y tienen un alto inventario", expresó una de las fuentes relevadas.

Por otro lado, un pequeño fabricante de cajas de Chicago mencionó que esperaba una disminución del 15 al 20% en enero en los envíos de cajas para su empresa. El contac-

to describió que la demanda está "muy débil" inclusive en los negocios de nicho que eran anteriormente el segmento de mayor margen de la compañía".

Los datos anuales de Asociación Estadounidense de Bosques y Papel (AF&PA) aún están sujetos a revisión y son de carácter provisorio. Según una estimación de P&PW de Fastmarkets, se espera que las ventas reales de cajas durante 2022 en los EE.UU. terminen mostrando una caída o un valor neutro en comparación con el total real de 2021.

## Papeles

Otro dato a considerar para principios de 2023 es que los precios de los papeles Liners cayeron otros 20 dólares en el mercado interno de América del Norte.

Los precios del Kraftliner sin blanquear y el Liner reciclado de EEUU cayeron en febrero por cuarto mes consecutivo en América del Norte. Los precios de exportación del papel Kraft en ese país también descendieron en esos meses.

Dado que la disminución de la demanda de cajas de cartón corrugado en EEUU en la segunda mitad del año se debió a la reducción de existencias, los precios del cartón corrugado a nivel local se vieron presionados y la encuesta de P&PW mostró una caída de los valores por primera vez en noviembre de 2022. La caída de noviembre fue la primera para el cartón corrugado en el mercado abierto nacional de Norteamérica en tres años y medio.

Desde octubre, en ese mercado, el precio del papel Kraft y del papel Liner de alto rendimiento bajó 70 dólares en promedio y el papel reciclado 80 dólares por tonelada.

Estas disminuciones recientes del papel Liner equivalen a un tercio de los aumentos de precios de 220 dólares por tonelada por parte de los productores durante 17 meses, que

se verificaron en la plaza desde fines de 2020 hasta fines del primer trimestre de 2023. Fue durante 2020 y 2021 que los envíos reales de cajas en EEUU aumentaron 5,7%, alcanzando su nivel máximo en 27 años.

La financiación del estímulo federal de 4,9 billones de dólares debido al Covid-19 influyó significativamente en el aumento de la demanda de cajas, al igual que las normas de trabajo desde casa en ese momento. El PBI real de EEUU se disparó un 5,9% en 2021 a nivel anual y creció solo un 2,1% el año pasado.

Algunos contactos, según la encuesta, consideraron que el mercado se estaba estabilizando y que las caídas en los precios de los papeles Liners se habían evaporado. Sin embargo, la demanda de cajas de cartón corrugado mostraba, en el mejor de los casos, sólo pequeños signos de recuperación: los fabricantes de cajas, e incluso los proveedores de cartón corrugado, todavía no sabían cómo les iría en marzo.

Si bien en meses anteriores, entre el 60% al 70% de compradores y vendedores reportaron precios más bajos, en este mes las disminuciones fueron el resultado de una ligera mayoría, según los resultados de la encuesta de precios.

## Qué se viene

Mirando hacia adelante, un empresario de una gran empresa integrada sostuvo: "No puedo predecir si este escenario va a cambiar pronto. En este momento la gente está tratando de resolver cómo pagar la gasolina, la hipoteca y la comida". Nuestros stocks se configuraron para una temporada más lenta en 2023", concluyó. "¿Dónde estará la nueva normalidad?", se preguntó otra fuente.

Varios contactos en diferentes partes de Estados Unidos dijeron que febrero, en promedio por día, fue ligeramente mejor que enero pasado, que se consideró un mes

débil de envío de caja. Las entregas reales de cajas en EEU en diciembre totalizaron 30 mil millones de metros cuadrados, informó la Fiber Box Association (FBA). Ese es el total mensual más bajo desde febrero de 2019, que marcó un nivel de ventas de 29.700 millones de metros cuadrados.

Los contactos consideran que en febrero hubo un aumento leve porque las plantas corrugadoras después de reducir el stock en el último trimestre de 2022 volvieron a agregar una pequeña cantidad de existencias.

El stock real de cartón corrugado en las plantas del sector disminuyó un 13% en diciembre y representó una caída de 340.000 toneladas a fines del año pasado, en comparación con julio de 2022.

“Febrero no fue tan malo como pensaba”, dijo un proveedor de cartón refiriéndose a la demanda de cajas de los clientes, y agregó: “las cosas no están bien en cuanto a la demanda, pero al menos ahora el mercado tiene un poco más de estabilidad.

Según las previsiones, dado que marzo tiene tres días de envío más que febrero, se espera que el volumen real de envíos será mucho más sólido, pero muchos de los empresarios estadounidenses consultados

no estaban seguros de los resultados al final del mes. La conclusión

generalizada es que las expectativas para los próximos meses no parecen ser tan positivas como fueron en los últimos años para el sector corrugador norteamericano ■



# GLUTAL

SOCIEDAD ANÓNIMA

## ALMIDÓN DE MAÍZ

Para la elaboración de colas para cartón corrugado, adhesivos en pasta, como ligante / encolante en la fabricación de papel recuperado, etc.

## GLUTAL 40

Para la preparación del carrier en la elaboración de colas para cartón corrugado, permite mayor penetración en el papel.

## TAURO "N"

Adhesivo vegetal pregelatinizado de disolución en frío. Aplicaciones en Cartón Microcorrugado, Envases y Bolsas de Papel, armado de cajas de cartón, cuñetes y tubos de cartón.

## CORRUGOL "B"

Industria papelera: Se utiliza como adhesivo en la fabricación de cartón corrugado.

## ADHESOL

Complemento líquido alcalino, se utiliza en la preparación de colas de almidón en la fabricación de cartón corrugado, colas de aplicación en frío, pegado de la plancha impresa en la fabricación de corrugados

CON UN NUEVO PROYECTO QUE IMPULSA LA SUSTENTABILIDAD

---

# La industria del corrugado se consolida como uno de los pilares económicos en España

LOS SECTORES DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y AGRÍCOLAS AGLUTINAN EL 60% DEL CONSUMO DE CARTÓN CORRUGADO EN ESPAÑA. CON 5.943 MILLONES DE M<sup>2</sup> DE CARTÓN CORRUGADO AL AÑO, EL PAÍS IBÉRICO SE MANTIENE COMO EL TERCER PRODUCTOR DE CARTÓN EN EUROPA. PROPONEN UNA SOLUCIÓN CIRCULAR QUE ASPIRA A UN PROMEDIO DEL 89% DE CONTENIDO RECICLADO.





La industria del cartón corrugado en España se encuentra en una situación de estabilidad. Así lo refleja el informe sectorial correspondiente al 2022 presentado por la Asociación española de fabricantes de envases y embalajes de cartón ondulado (AFCO). Destaca la facturación anual del sector que se eleva hasta alcanzar los 7.618 millones de euros y un ligero repunte en los datos de empleo respecto a los publicados el ejercicio anterior, superando los 24.000 puestos de trabajo.

La producción de cartón corrugado en España ascendió a 5.943 millones de metros cuadrados, con cerca de 3,3 millones de toneladas de papel consumido. España se mantiene como uno de los principales países productores de cartón corrugado en Europa, ocupando por cuarto año consecutivo el tercer lugar, solo por detrás de Alemania e Italia.

En cuanto a los sectores que más cartón consumen, el informe señala a los de alimentación y de producción agrícola como los más intensivos, con un 60% de la producción total. A éstos les siguen el sector de bebidas con un 8,9%; el de los bie-

nes de equipo y auxiliares y los bienes de consumo, ambos con un 7,1%.

La presencia de los envases de cartón corrugado en los principales sectores de actividad es el resultado de su circularidad, versatilidad y fiabilidad. El comportamiento de este material en términos de calidad, resistencia, protección y personalización sigue ganándose la confianza de la cadena de suministro.

“Ecodiseño, sostenibilidad, eficiencia y competitividad han de ir de la mano. Así lo entendemos y así lo defendemos con los envases y embalajes de cartón corrugado” afirmó el presidente de AFCO, Leopoldo Santorromán. “El sector del cartón corrugado sigue siendo un motor económico importante en España y su buena salud es un indicativo de estabilidad. La positiva aportación de la cadena de valor del papel y el cartón a la economía, a la circularidad y a la sociedad, ha de tenerse en cuenta” sostuvo el ejecutivo.

El cartón corrugado es una solución circular con un promedio del 89% de contenido reciclado. La industria del cartón sigue siendo un motor económico importante en

España y su contribución positiva a la economía, la circularidad y la sociedad es fundamental.

### **Sustentabilidad**

El sector papelero español invierte anualmente cerca de 280 millones de euros en I+D para seguir ofreciendo al mercado soluciones eficientes y sostenibles como el cartón ondulado. El carácter reciclable, renovable, compostable y biodegradable de su materia prima, el papel, consolida su valor como alternativa óptima para envases y embalajes en el camino hacia una economía circular.

Se reciclan en el país ibérico 5,4 millones de toneladas de papel usado al año, lo que posiciona a España como el segundo país reciclador de la UE, solo por detrás de Alemania.

Los envases de cartón corrugado son ya una solución circular con un promedio de un 89% de contenido reciclado. Se basa en una fuente renovable, completamente reciclable y se recicla a una escala que lo hace económicamente viable en toda la UE y lo convierte en un sistema que funciona bien, con una tasa de reciclaje superior al 90 %.

## Cartón Circular, SCRAP

Con el objetivo de impulsar la sustentabilidad, las principales asociaciones de la cadena de valor del envase industrial de cartón corrugado formadas por AFCO; por la Asociación Española de Fabricantes de Envases, Embalajes y Transformados de cartón (ASPACK); por la Asociación Española de Fabricantes de Pasta, papel y cartón (ASPAPPEL); y por la Asociación Española de Recicladores Recuperadores de Papel y cartón (REPACAR) se alían para crear Cartón Circular, el Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP) dedicado a velar por la correcta gestión y el reciclado de los envases de cartón en la industria.

Con el lanzamiento de este proyecto, el sector papelero, pretende dar cumplimiento a la normativa nacional y europea para todos los agentes de la cadena de valor del envase, incluidos los envasadores. Todo ello, en un contexto en el que la presión legislativa empuja a las empresas e industrias a priorizar las políticas de eco-diseño, para minimizar los impactos ambientales y asegurar el cumplimiento de

los objetivos de recogida y reciclado impuestos al sector: “Una solución potente, a medida de la nueva legislación, que viene a demostrar el compromiso de una industria esencial y consolidada que gracias a sus esfuerzos de innovación de los últimos años ha reducido su huella de carbono en un 24% desde 2018”, afirmó José Ramón Benito, presidente de ASPACK.

Nuevas obligaciones legislativas para los envases industriales: Con la aprobación del Real Decreto de Envases y Residuos de Envases 1055/2022, los envases industriales españoles están obligados a gestionarse bajo un Sistema de Responsabilidad Ampliada del Productor que asegure su gestión y cumpla con los objetivos de recogida y reciclado que impone la norma.

Una solución sencilla, organizada y comprometida: Cartón Circular aspira a gestionar todos los residuos de cartón que se generan en las diferentes industrias de nuestro país con el respaldo y compromiso de toda la cadena de valor del papel.

Una solución simple, a medida de la nueva legislación: Demuestra el compromiso de la industria con la sosteni-

bilidad y el reciclado de los materiales.

Los envases de papel y cartón corrugado gozan de las tasas de reciclaje más altas: Es porque se fabrican con una materia prima renovable, reciclable y que se recicla masivamente, un 82% en 2020 según Eurostat. Por ello, el sector apuesta y trabaja intensamente en la circularidad de sus envases y en su sostenibilidad.

La caja de cartón corrugado, la solución de envasado más sostenible: esto se debe a que tiene múltiples bondades como la facilidad para imprimirlo, su cómoda manipulación, su versatilidad y es una de las soluciones más sostenibles al fabricarse a partir de materias renovables o recicladas. Además, una vez utilizado se recupera eficazmente gracias al compromiso de todos los implicados en su cadena de gestión y reciclado.

Así, el SCRAP para los envases industriales de papel y cartón, no sólo es positivo para que el sector de los envases de fibra continúe liderando la industria hacia una economía circular, sino que va a ser beneficioso para la competitividad del sector y su apuesta por la sostenibilidad ■

## La industria española en cifras

Fuente AFCO

67

Nº de empresas  
onduladoras

88

Nº de fábricas  
onduladoras

5.943

Producción en  
millones de m<sup>2</sup>

3.295

Consumo de papel  
en miles de tn

7.616

Facturación total en  
millones de euros

24.062

Total puestos de  
trabajo en España

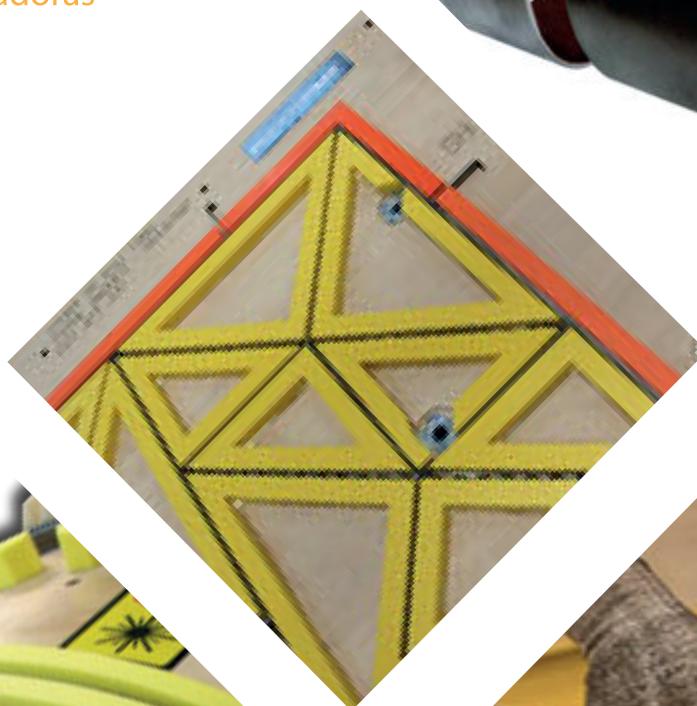
# MERCADO DEL CORRUGADO



Container  
Graphics  
Corporation

A medida que evoluciona el cartón corrugado,  
también evolucionan nuestras  
soluciones de troquelado.

- Matrices de corte rotativas
- Cubiertas para troqueladoras
- Suministros



gcalvo@digitalyflexo.com  
+54 9 11 4163-4227  
www.digitalyflexo.com

NUEVAMENTE EN SU FORMATO HÍBRIDO

# Más oportunidades comerciales en SinoCorrugated 2023

LA MEGA FERIA SE LLEVARÁ A CABO DEL 12 AL 14 DE JULIO EN EL CENTRO NACIONAL DE EXPOSICIONES Y CONVENCIONES DE SHANGHÁI, CHINA. SE ESPERA QUE ALREDEDOR DE 50 ASOCIACIONES Y MÁS DE 6000 VISITANTES DE 110 PAÍSES SE DEN CITA PARA ACCEDER A TODAS LAS NOVEDADES DEL SECTOR.





**WEPAK**  
WORLD EXPO OF PACKAGING INDUSTRY  
世界包装工业博览会

**The World's Professional  
Corrugated Manufacturing Show**  
WEPAK Series Packaging Exhibitions




## SINOCORRUGATED 2023

Connecting the Packaging World

**July 12-14**

Venue: National Exhibition and Convention Center · Shanghai · China



**S**ino Corrugated 2023 convoca a los corrugadores a nivel mundial para un mega encuentro que se realizará del 12 al 14 de julio en el Centro Nacional de Exposiciones y Convenciones de Shanghái, China.

La cita mantendrá su formato híbrido que albergará una combinación de eventos en persona, en vivo y virtuales al mismo tiempo para que nadie se quede afuera de esta gran apuesta por el sector.

Se espera que alrededor de 50 asociaciones y más de 6000 visitantes de 110 países se den cita para acceder a todas las novedades y oportunidades comerciales a nivel mundial.

Importantes grupos de exhibición se reúnen en Shanghái por primera vez después de 3 años desde el estallido de la pandemia y los visitantes a nivel mundial estarán presentes. "Como la segunda economía más grande del mundo, los controles menos exhaustivos para el ingreso al país tras el COVID19 desencadenará una

reacción en cadena. Una gran cantidad de empresas extranjeras vendrán y buscarán cooperación comercial en China, liberando su gran demanda que se ha inhibido durante tres años", afirmaron desde Reed Exhibitions (RX), los organizadores del evento.

"SinoCorrugated 2023, como un evento de gala en la industria del embalaje en todo el mundo, servirá como una poderosa plataforma para que los compradores extranjeros liberen la demanda y reconstruyan los canales de compra de máquinas y equipos para corrugado", agregaron.

El conocimiento de la marca y la influencia de SinoCorrugated, una exposición internacional de la industria, recorre más de 100 países y regiones, especialmente Alemania, Italia, Estados Unidos, Japón y otros países tradicionales de fabricación de equipos de cartón corrugado europeos y estadounidenses.

La participación de los expositores no sólo apunta al mercado chi-

no, sino también al valor comercial creado por la plataforma comercial global. Hasta el momento, casi 50 expositores y agencias en el extranjero de Estados Unidos, Alemania, Italia, España, Japón, India y otros países y regiones han presentado sus solicitudes de participación al organizador y están elaborando planes de stands.

## **Qué hay en Hybrid SinoCorrugated 2023**

Para mantener involucrados a los expertos de la industria global en este evento anual de la industria, SinoCorrugated 2023 despliega su mega plataforma de exposición híbrida, que albergará una combinación de eventos en persona, en vivo y virtuales al mismo tiempo.

Se trata de siete programas que incluyen entrevistas en línea, seminarios web de la industria, visitas guiadas a los stands, Running Man, entrevistas con los expositores y transmisiones en vivo durante cada jornada ■

### **Entrevistas online:**

Este servicio está hecho a medida para que los visitantes internacionales encuentren socios y soluciones adecuados según sus preferencias y necesidades. Permite conocer e interactuar con los distintos expositores de la feria. ¡Reúnase virtualmente cara a cara con los proveedores potenciales!

### **Seminarios web en vivo:**

Coorganizado con nuestra asociación global y socios de medios, muchas sesiones de seminarios en vivo se llevarán a cabo en línea donde los expertos de la industria se reunieron para compartir información sobre los mercados.

### **Visitas guiadas:**

Dirigido por anfitriones profesionales, las audiencias en línea pueden echar un vistazo más de cerca a las tecnologías y soluciones avanzadas de empaque e impresión a lo largo de líneas temáticas.

### **Running Man:**

¡Conéctese fácilmente con los expositores en el sitio con la ayuda de RunningMan!

### **Entrevista al expositor:**

¡Numerosas marcas reconocidas compartirán sus conocimientos en la industria del embalaje en Hybrid SinoCorr! ¡Manténganse al tanto!

### **Transmisión en vivo del expositor:**

Los expositores transmitirán en vivo sus stands y máquinas en funcionamiento, así como la intimidad de su fábrica.

CONFORMADO POR AFCP, AFOA, ASORA Y FAIMA

# “Confiar” propone metas concretas para 2023

LA ENTIDAD BUSCA IMPULSAR LAS EXPORTACIONES, RESOLVER LAS TRABAS A IMPORTACIONES DE INSUMOS, REPUESTOS Y MAQUINARIAS; RESTABLECER UNA MESA DE DIÁLOGO PÚBLICO-PRIVADA; SOLICITAR LOS FONDOS PARA EL FINANCIAMIENTO DE PLANES DE PLANTACIÓN; Y LA PROMULGACIÓN DE UNA LEY PARA LA PROMOCIÓN DE GRANDES INVERSIONES, ENTRE OTRAS METAS PARA ESTE AÑO.



Ya con dos años de vida, Confiar – conformado por la Asociación de Fabricantes de Celulosa y Papel (AFCP); Asociación Forestal Argentina (AFoA); Asociación de Fabricantes y Representantes de Máquinas, Equipos y Herramientas para la Industria Maderera (ASORA); y la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA) – espera poder amplificar su potencial y motorizar la economía nacional, así como clarificar la actividad del sector en cada etapa de la cadena industrial.

El crecimiento de las exportaciones y resolver las trabas a importaciones de insumos, repuestos y maquinarias; reestablecer una mesa de diálogo público-privada; solicitar los fondos para el financiamiento de los planes de plantación en el marco de la Ley 25080 de promoción forestal; el desarrollo de los mercados de carbono; y la promulgación de una ley como incentivo para grandes inversiones; están entre sus principales prioridades para este año de la entidad.

El Consejo Foresto Industrial Argentino (Confiar) representa a un sector y a su industria asociada que en conjunto involucran 1,3 millones de hectáreas de plantaciones forestales; 53 millones de hectáreas de bosques nativos; exportaciones por 550 millones de dólares; 100 mil empleos directos; 6000 Pymes de la cadena madera-muebles. Actualmente la foresto industria en Argentina tiene amplias posibilidades de expandirse promoviendo economías regionales, con un impacto positivo en empleos y en divisas de manera inmediata.

Cada una de las cuatro entidades que conforman Confiar participaron de la realización del Plan Estratégico 2030 que contó con una amplia colaboración público-privada, se señala que se pueden atraer 7 mil millones de dólares en inversiones, crear 186.000 mil empleos y el aumento de las exportaciones en 2,6 mil mi-

llones de dólares. Se explica que el sector, además de ser un motor de crecimiento, puede dar respuestas inmediatas para generar empleo mediante la expansión de las plantaciones forestales, la protección y gestión sostenible de bosques, la construcción con madera, la generación de energía eléctrica y térmica con biomasa forestal; así como el agregado de valor para el crecimiento de las exportaciones.

### **Dos años de la creación de Confiar**

A dos años de su creación, Confiar reclamó por medidas que contribuyan a potenciar la industria y las exportaciones de un sector que puede atraer 7 mil millones de dólares en inversiones.

El Consejo Foresto Industrial Argentino (CONFIAR) conformado por la Asociación de Fabricantes de Celulosa y Papel (AFCP); Asociación Forestal Argentina (AFoA); Asociación de Fabricantes y Representantes de Máquinas, Equipos y Herramientas para la Industria Maderera (ASORA); y la Federación Argentina de la Industria Maderera y Afines (FAIMA) realizó un balance de fin de año y presentó sus propuestas de futuro, junto con la participación de funcionarios del gobierno, empresarios y representantes de las cámaras del sector.

Cada una de las cuatro entidades que conforman CONFIAR participó de la realización del Plan Estratégico 2030. En el mismo, que contó con una amplia participación público-privada, se señala que se pueden atraer 7 mil millones de dólares en inversiones, crear 186.000 mil empleos y el aumento de las exportaciones en 2,6 mil millones de dólares. Se explica que el sector, además de ser un motor de crecimiento, puede dar respuestas inmediatas para generar empleo mediante la expansión de las plantaciones forestales, la protección y gestión

sostenible de bosques, la construcción con madera, la generación de energía eléctrica y térmica con biomasa forestal; así como el agregado de valor para el crecimiento de las exportaciones ■



### **Premio Confiar**

En esta segunda entrega, el premio Confiar – destinado a reconocer anualmente a aquellas empresas que tienen a la sostenibilidad como eje de su negocio, con la convicción de que el sector forestal y foresto-industrial puede dar respuestas a la mitigación del cambio climático y dar opciones de desarrollo sostenible – fue para PAPEL PRENSA, destacando que sostenibilidad es también invertir para reconvertir la industria para responder a las necesidades del mercado y con ello, mantener la producción y el empleo.





# Cómo negociar precios como un crack

POR ARIEL BAÑOS\*

“Conozco la calidad de tu propuesta, pero si no bajas el precio, será imposible cerrar el negocio”

Seguramente habrás oído más de una vez alguna frase similar de boca de tus clientes. Resulta inevitable no experimentar algún tipo de tensión, más allá de lo acostumbrados que estemos a este tipo de cuestionamientos en el mundo de los negocios.

Entonces, ¿qué deberíamos hacer frente al típico pedido de descuento por parte de un cliente?

¿Cómo negociaría un Crack para defender los precios y la rentabilidad de su empresa?

Veamos algunas cuestiones clave para no perder el control del juego en una negociación desafiante, que compromete la rentabilidad de la empresa.

## 1. Actitud

Primero que todo, no debemos inquietarnos, ni tomar esta presión del cliente como algo personal. Debemos “parar el balón”, “mirar el campo de juego” y luego analizar con calma nuestra próxima jugada.

Es normal que nuestros clientes, actuales o potenciales, aún conociendo el valor de nuestra propuesta, pidan un descuento. De hecho, muchas veces nosotros actuamos de manera similar al momento de comprar.

## 2. Regla de oro

En segundo lugar, debemos prepararnos para aplicar la regla de oro de la negociación de precios: menor precio sólo a cambio de algo.

Esto significa que la condición excluyente para acceder a un descuento es que el cliente se encuentre dispuesto a ceder o renunciar a algo de nuestra propuesta original.

Es muy importante seguir esta regla porque si aceptamos otorgar el descuento “a cambio de nada”, es decir sólo en respuesta a la presión del cliente, estaremos brindando señales muy peligrosas. El cliente podría pensar que antes estuvimos cobrando un precio excesivo (“¡Todo este tiempo estuve pagando de más!”) y demuestra que no tenemos la suficiente confianza en el valor de nuestra propuesta. También establecemos un

precedente riesgoso para la relación comercial, ya que nuestros precios se transforman en “negociables”.

## 3. Negociando precios como un crack

En tercer lugar, debemos prepararnos para definir qué pedir a cambio del descuento, es decir cuál será la concesión solicitada al cliente.

El modelo V.A.S. (Valiosa, Ahorra costos y Simbólica) es una herramienta muy útil para definir el tipo de condiciones que solicitaremos para otorgar el descuento. Aplicando el modelo V.A.S. podremos negociar precios como un crack.

Características de una concesión ideal (V.A.S)		
<b>V</b>	Valiosa para el cliente	El cliente renuncia a algo que tiene impacto en su actividad.
<b>A</b>	Ahorra costos	Reduce costos de nuestra empresa, para compensar el descuento.
<b>S</b>	Simbólica para la relación comercial	Brinda una señal de esfuerzo compartido: ambas partes ceden algo.

## Modelo V.A.S.

Estos son los requisitos que deben cumplir las concesiones que pedimos al cliente

**V**aliosa para el cliente: El cliente debería renunciar a algún atributo o característica de nuestra propuesta que le resulte valiosa, es decir que tenga impacto en su actividad.

**A**horra costos a nuestra empresa: La concesión solicitada debería reducir nuestros costos, de manera de compensar en la mayor parte posible, el descuento a otorgar.

**S**imbólica para la relación comercial: La concesión debería actuar como una señal clara y un antecedente para futuras negociaciones. El mensaje es que el cliente siempre deberá estar dispuesto a “ceder algo” cuando solicite un descuento adicional. Esto ayudará a limitar futuros pedidos de descuento.

## Escala de estrellas de fútbol

Siguiendo con la lógica del modelo V.A.S., clasifiquemos ahora los principales resultados posibles de una negociación de precios utilizando nuestra “escala de estrellas de fútbol”:



### NEGOCIADOR NIVEL DIOS - Maradona

La mejor situación para nuestra empresa es aquella en la que el cliente, al evaluar el impacto de la concesión que debe realizar para acceder al descuento, renuncia a lo solicitado y acepta continuar con la propuesta y precio original.

**Ejemplo:** Al analizar en detalle el impacto de renunciar al “soporte técnico 7x24” que incluía nuestra propuesta original, el cliente comprende, gracias a una fantástica explicación comercial, que esto implicaría un riesgo muy grande para sus operaciones, que no está dispuesto a asumir a cambio del descuento. El cliente entonces acepta seguir con las condiciones originales. ¡Magistral!

**¡Grande, Diego!**



### NEGOCIADOR NIVEL CRACK - Messi

En siguiente lugar podría ocurrir que el cliente acepte la concesión para acceder al descuento, y esta concesión cumple con las 3 condiciones del modelo V.A.S. (Valiosa, Ahorra costos y Simbólica).

**Ejemplo:** A cambio del descuento, el cliente renuncia a las “entregas just in time” de nuestros productos. Ahora acepta recibir grandes lotes en intervalos de tiempo programados. Esta concesión reduce el valor para el cliente porque implica complicaciones en su logística. También reduce nuestros costos, dado que la programación de las entregas y los grandes lotes aumentan nuestra eficiencia operativa. Además, cumple el requisito de simbolizar que los descuentos siempre implican concesiones. ¡Impecable cumplimiento de las 3 condiciones del modelo V.A.S.!

**¡Genial, Leo!**



### NEGOCIADOR NIVEL GRAN JUGADOR - Cristiano Ronaldo

El orden de preferencia siguiente se lo lleva el caso en que el cliente acepta una concesión que reduce su valor percibido, para alcanzar el descuento, pero se trata de algo que no repercute en nuestros costos de suministro.

**Ejemplo:** Para otorgar el descuento negociamos cancelar el acceso a la versión Premium de nuestro software, ahora el cliente sólo podrá acceder a la versión Básica. Esta condición reduce el valor para el cliente, ya que limita funciones que conocemos le resultan de utilidad, pero no impacta en nuestros costos. Esto sucede porque los costos asociados a brindar acceso a cualquiera de las versiones del software son equivalentes: no requieren intervenciones adicionales de nuestro equipo y los costos de programación y desarrollo ya se encuentran “hundidos”.

**¡Muy buena, CR7!**





Característica de concesión negociada (V.A.S)

Nivel de Negociación	VALIOSA para el cliente	AHORRA costos	SIMBÓLICA comercialmente	¿Evita el descuento extra?
D105 - MARADONA	SI	SI	SI	SI
Crack - MESSI	SI	SI	SI	NO
Gran Jugador - CRISTIANO RONALDO	SI	NO	SI	NO
Jugador Vistoso - NEYMAR Jr.	NO	NO	SI	NO



**NEGOCIADOR NIVEL JUGADOR VISTOSO - Neymar Jr.**

En el último lugar de las situaciones aceptables, se encuentra el caso en que el cliente acepta una concesión, pero la misma es puramente simbólica (“para la tribuna” o “para la afición” en términos futbolísticos). Es decir que esta concesión no reduce su valor percibido, ni tampoco afecta nuestros costos de suministro, pero al menos brinda el mensaje de que el descuento ha sido “a cambio de algo”.

**Ejemplo:** Para acceder al descuento solicitado, le pedimos al cliente que nos envíe un correo electrónico manifestando que seremos “proveedores preferenciales” para el proyecto que iniciarán el próximo año. Este correo no representa un compromiso de compra, sino una “preferencia” al momento de analizar nuestras propuestas futuras. Esta condición no reduce el valor para el cliente, no afecta nuestros costos, y es principalmente simbólica para brindar el mensaje al cliente de que el descuento ha sido “a cambio de algo”. También podrían aplicar como concesiones de este tipo, la presentación de un referido o brindar un testimonio en redes sociales, entre otras alternativas.

**¡Vale, Ney!**



\* BAÑOS ES LICENCIADO EN ECONOMÍA (UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO) Y MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (IDEA). PROFESOR DE PRICING EN MAESTRÍA EN MARKETING Y COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS; DE "DECISIONES DE PRECIOS" EN POSGRADO EN MARKETING DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO. TAMBIÉN SE DESEMPEÑA COMO PROFESOR INTERNACIONAL EN ESCUELAS DE NEGOCIOS DE AMÉRICA LATINA.

Cuando los productos se muestran en ENVASES DE CARTÓN CORRUGADO, es mucho más probable que los consumidores se centren en la calidad y menos en el precio.



Desde colores llamativos y formas que atraen y mantienen la atención del comprador, hasta opciones personalizadas que construyen la relación de marca con el consumidor. Realmente, el cartón corrugado ofrece resultados.

Orgullosos de estar presentes  
en todas las industrias

**cafcco**

Cámara Argentina de Fabricantes de Cartón Corrugado

[www.cafcco.com.ar](http://www.cafcco.com.ar)

## Nuevo gerente General en Cartocor de Chile



Desde enero de este año, Fernando González ocupa la posición de Gerente General en Cartocor Chile. El profesional cuenta con más de 15 años de experiencia en el área comercial, desarrollando y ejecutando estrategias comerciales de mercado en diferentes países.

"Considero que los grandes desafíos se logran con un buen clima laboral, propiciando un ambiente que promueva el trabajo en equipo y fomente la innovación", señaló el ejecutivo.

## Klabin adquiere nuevas impresoras de corrugado

La compañía brasileña incorporará dos nuevas impresoras Bobst a partir del segundo semestre del año que se sumarán a las unidades de embalaje de la firma.

Las máquinas estarán ubicadas en las Unidades de Goiana (PE) y Horizonte (CE) y representaran marcadas ganancias en productividad y calidad de impresión para embalajes.

"Somos pioneros en el uso de esta tecnología en Brasil y, con esta innovación, damos un paso más en la expansión de nuestro negocio de cartón corrugado", afirmaron los directivos de la firma brasileña.



## Se vienen las Jornadas Celulósicas Papeleras

El evento tendrá lugar el jueves 18 y el viernes 19 de mayo de 2023 en forma presencial. Para el primer día, el lugar elegido, como en años anteriores, es Parque Norte, en la ciudad de Buenos Aires.

"En nuestro programa del primer día tenemos previsto conferencias de proveedores que mostrarán sus recientes desarrollos para la industria; conferencias de temas de interés a nivel regional y mesas redondas, con participación de destacadas personalidades de la industria de la celulosa y el papel. En el segundo día realizaremos visitas que seguramente resultarán interés para los asistentes", afirmaron los organizadores.



## Papelera del Sur celebra su 50 Aniversario



La compañía festeja medio siglo de funcionamiento con diferentes tipos de acciones en la comunidad.

La firma junto con H. Koch, forman parte de la Unidad de Negocios de Cartulinas y Papeles de Grupo HZ, líder en Packaging en la región como distribuidora de papeles y cartulinas para diversas industrias entre ellas la de cartón micro-corrugado. "Celebramos nuestro aniversario número 50 de operaciones en la Industria Papelera e incorporación al Grupo HZ, grupo líder en la fabricación de envases en la Región, así que estamos doblemente contentos", destacaron.

## El corrugado en primera plana con "TableBag" de Mc Donald's

La TableBag es una caja de comida para llevar 100% reciclable de edición limitada que permite a las personas recrear un espacio digno para comer.

Una vez ensamblado, es lo suficientemente fuerte como para soportar el peso de dos comidas completas, incluidas las bebidas. TableBag se ofrece a clientes seleccionados que piden su comida a través de la aplicación McDonald's y está hecho de cartón corrugado 100% reciclable.



## Iniciativa "Recreo" de Smurfit Kappa

La iniciativa, para escuelas en Argentina busca promover en los estudiantes escolares el cuidado del medio ambiente mediante acciones de recolección de rezagos de cartón y papel para ser reciclados.

En evento de cierre contó con la presencia de representantes de escuelas de Coronel Suárez y fue coordinado por el Comité "Soy Parte de Smurfit Kappa Coronel Suárez". Las cuatro instituciones locales premiadas recibieron importantes premios destinados a la optimización de sus instalaciones.



## EFI presentó Pro 30h en Brasil

En el marco de FESPA Brasil Digital Printing, la compañía norteamericana en colaboración con Serilon —su representante en Brasil—, dio a conocer su último lanzamiento: la EFI Pro 30h, Impresora LED rotativa plana de 3,2 metros que imprime hasta 230mt<sup>2</sup>/h y dispone de colores CMYK más blanco.

"La máquina, que imprime en una amplia variedad de sustratos y sirve para una amplia variedad de aplicaciones, todas con alta calidad de imagen y beneficios ecológicos", remarcaron desde la compañía durante el evento.



## Fuerte reducción de huella de carbono en envases de cartón europeos

La asociación Pro Carton revela un estudio que demuestra que la industria europea de envases de cartón ha logrado reducir su huella de carbono en un 24% desde 2018.

La huella de carbono media de la industria europea de envases de cartón se sitúa ahora en 249 kg de CO<sub>2</sub>eq por tonelada producida, en su ciclo completo (hasta convertirse en residuo, pasando por la industria envasadora, el punto de venta y el consumidor), y de 148 kg de CO<sub>2</sub>eq en el proceso estricto de fabricación del envase.



# Asociados para agregar valor

Asociados a la Cámara Argentina de Fabricantes de Cartón Corrugado

Asociados						
American Pack S.R.L.	Avellaneda	Buenos Aires	(011) 4201-4444 / 4139-7733	info@americanpack.com.ar	www.americanpack.com.ar	
Argencraft	Laferriere	Buenos Aires	(011) 5225-9000/39/40	ventas@argencraft.com	www.argencraft.com	
Argenpack Corrugados	Berazategui	Buenos Aires	(011) 4215-1034	ventas@argenpack.com	www.argenpack.com	
Aserpel S.A.	General Pacheco	Buenos Aires	(11) 4740-8126 /7597 / 4736-7999	info@aserpel.com.ar	www.aserpel.com.ar	
C.M.G. S.R.L.	Zona Industrial Guaymallén	Mendoza	(0261) 4930243 // (0261) 4979203	cmg@cmgsrl.com.ar	www.cmgsrl.com.ar	
Cartocan	Avellaneda	Buenos Aires	(011) 4208-0997	info@cartocan.com.ar	www.cartocan.com.ar	
Cartocor S.A.	Paraná / Luján / Ranelagh/ Quilmes / Arroyito / Rawson	Entre Ríos / Buenos Aires / Córdoba / San Juan	(0343) 426-0555/420-6000 // (02323)44-1900 // (11) 4365-8100 // (11) 4250-1066 // (03576) 42-5246 // (0264) 42-83938	info@cartocor.com.ar	www.cartocor.com.ar	
CartoExpres S.A.	La Tablada	Buenos Aires	(011) 4651-3091	info@cartoexpres.com.ar	www.cartoexpres.com.ar	
Cartonera Acevedo S.A.C.I.	Avellaneda	Buenos Aires	11) 4208-9548 /2536/8334//4228-5497/2422	info@cartacevedo.com.ar	cartacevedo.com.ar	
Cartón del Tucumán S.A.	San Miguel de Tucumán	Tucumán	(0381) 4330230	ventas@cartondeltucuman.com.ar	www.cartondeltucuman.com.ar	
Celcor S.A.	Santa Fe	Santa Fe	(0342) 4900129	ventas@celulosa.com.ar	www.celulosa.com.ar	
Center Box S.A.	Berazategui	Buenos Aires	(11) 4215-5967	ventas@centerbox.com.ar	www.centerbox.com.ar	
Cia. Distribuidora Aconcagua	Lanús Oeste	Buenos Aires	(011) 4209-5229	aconcaguasrl@hotmail.com	www.aconcaguasrl.com.ar	
Corrucart S.R.L.	Valentín Alsina	Buenos Aires	(011) 5365-9665	corrucartsrl@corrucartsrl.com.ar	www.corrucartsrl.com.ar	
Corrucor S.R.L.	Correa	Santa Fe	(0347) 149-2200/ 2414	corrucor@corrucor.com.ar	www.corrucor.com.ar	
Corrugadora Centro S.A.	Córdoba - B° Ampliación Los Boulevares	Córdoba	(0351) 4750636	ccentro@corrugadoracentro.com.ar	www.corrugadoracentro.com.ar	
Corrugadora del Norte S.A.	Reconquista	Santa Fe	(0348) 248-7536	info@corrugadoradelnorte.com.ar	www.corrugadoradelnorte.com.ar	
Corrugados SL S.A.	San Lorenzo	Santa Fe	(03476) 453-601/ 453080	corrugados@arnet.com.ar	www.corrugados.com.ar	
Corupel S.A.	Villa Loma Hermosa	Buenos Aires	(011) 4769-4724	info@corupel.com	www.corupel.com	
Embalajes S.R.L.	Rosario	Buenos Aires	(0341) 4627800	ventas@embalajesrsl.com.ar	www.embalajesrsl.com.ar	
Embaser S.R.L.	Morón	Buenos Aires	(011) 4489-0966 / 4139-0129	info@embaser.com.ar	www.embaser.com.ar	
Empaquetecnia S.A.	Munro	Buenos Aires	(011) 4760-0606	empaquetecnia@empaquetecnia.com.ar	www.empaquetecnia.com.ar	
Endeco S.A.I.C.	General Pacheco	Buenos Aires	(011) 6314-8000	endeco@endeco.com.ar	www.endeco.com.ar	
Entrecor S.A.	Concepción del Uruguay	Entre Ríos	(03442) 442557/9	info@entrecor.com.ar	www.entrecor.com.ar	
Envaco S.R.L.	Neuquén	Neuquén	(0299) 487-9150	envaco@envaco.com.ar	www.envaco.com.ar	
Eurocor S.A.	Berazategui	Buenos Aires	(11) 4250-8667 / 4150 8667	ventas@eurocor.com.ar	www.eurocor.com.ar	
Exincor S.R.L.	Palpalá	Jujuy	(0388) 427-0008 /7952 /7818	ventas@exincor.com.ar	www.exincor.com.ar	
Fangala S.A.	San Justo	Buenos Aires	(011) 4651-6709/ 7651/ 7451 // 4441-2291	fangala@fangala.com.ar	www.fangala.com.ar	
Idesa S.A.	Ciudad de Buenos Aires	CABA	(011) 4302-0822 / (011) 4301-7690 / (011) 4301-3023 (rotativa)	ventas@idesacorrugados.com.ar	www.idesa.com.ar	
Impack S.A.	Rosario	Santa Fe	+54 (0341) 4828963	atencionclientes@impack.com.ar	www.impack.com.ar	
Inducor S.R.L.	Rosario	Santa Fe	(0341) 4634380	inducorsrl@gmail.com	www.inducor.com.ar	
Impaco S.A. - Cartones América	La Tablada	Buenos Aires	(011) 4454-2662/ 63	ventas@impaco.com	www.cartonesamerica.com	
Kraft Liner S.A.	Berazategui	Buenos Aires	(011) 4215-5656	info@kraft-liner.com.ar	www.kraft-liner.com.ar	
Marpel S.A.	Lanus Oeste	Buenos Aires	(011) 4208-2198/ 9385/ 3431	marpel@marpel.com.ar	www.marpel.com.ar	
Maxipack S.A.	Avellaneda	Buenos Aires	(011) 5281-8000	ventas@maxipack.com.ar	www.maxipack.com.ar	
Micro Envases S.A.	Bahía Blanca	Buenos Aires	(0291) 4500423	ventas@micro-envases.com.ar	www.micro-envases.com.ar	
Microenvases S.R.L.	Avellaneda	Buenos Aires	(11) 5263-2226	info@microenvases.com.ar	www.microenvases.com.ar	
Packgroup S.A.	Arroyo Seco	Santa Fe	(03402) 426412	ventas@packgroup.com.ar	www.packgroup.com.ar	
Papelera del NOA S.A.	Villa Tessei // Palpalá	Bs. As // Jujuy	(011) 4326-0184 // 4489-6150 (planta) // (0388) 427-7337/ 7891	ventas@papeleraadelnoacorrugado.com.ar	www.papelnoa.com.ar	
Papelera Mediterranea	Cañada de Gomez	Santa Fe	(03471) 42-8188 / 8183 / 1438	ventas@papeleramediterranea.com	www.papeleramediterranea.com	
Papelera Santa Ángela	General Pacheco	Buenos Aires	(011) 4736-0550	info@santaangela.com.ar	www.santaangela.com.ar	
Papirus y Cia S.R.L.	San Justo	Buenos Aires	(011) 4487-7500/ 1123	papirusycia05@yahoo.com.ar	www.papirus.com.ar	
Parquepel S.R.L.	Bernal	Buenos Aires	(011) 3975-7469// 2113-3720	ventas@parquepel.com.ar	www.parquepel.com.ar	
Quilmes Pack	Berazategui	Buenos Aires	(0222) 949-7400	administracion@quilmespack.com.ar	www.quilmespack.com	
Rainap S.R.L.	Escobar	Buenos Aires	(11) 4890-8000	admin@rainap.com.ar	www.rainap.com.ar	
Smurfit Kappa S.A.	Bernal // Coronel Suarez // Sunchales// G Cruz	Bs. As // Sta. Fe // Mendoza	(011) 5253-7000 / 4259-6990 // (02926) 43-1700 // (03493) 42-1380 // (0261) 424-8555	ventas@smurfitkappa.com.ar	www.smurfitkappa.com	
Unipack S.A.	Granadero Baigorria	Santa Fe	(0341) 471-5581	unipacksa@hotmail.com	www.unipack.com.ar	
Adherentes						
Ardion S.A.	Munro	Buenos Aires	(011) 5544-8500	jolari@ardion.com.ar	www.ar.ingredion.com	
Castinver	Ciudad de Buenos Aires	CABA	(011) 4320-5600	castinver@castinver.com.ar	www.castinver.com.ar	
Comercio Digital	Ciudad de Buenos Aires	CABA	(011) 4545-4900	info@comeriodigital.us	www.comeriodigital.us	
Compañía Sur Papel	Berazategui	Buenos Aires	(11) 2070-1010	info@surpapel.com.ar	www.surpapel.com.ar	
DowDuPont Specialty Products	Ciudad de Buenos Aires	CABA	(011) 4021-4800	info.argentina@dupont.com	www.dupont.com	
Glutal S.A.	Esperanza	Santa Fe	(03496) 420-526	glutal@glutal.com.ar	www.glutal.com.ar	
Gravent	Ciudad de Buenos Aires	CABA	(011) 4638-8800	ventas@graventimport.com.ar	www.gravent.com.ar	
Las Camelias S.A.	San José	Entre Ríos	(03447) 475-100	info@lascamelias.com.ar	www.lascamelias.com.ar	
Nova Latin América	Ciudad de Buenos Aires	CABA	(011) 4543-1647/4546-2429	info@nova-la.com	www.nova-la.com	
Paladini S.A.	Villa Gobernador Gálvez	Santa Fe	(0341) 422-1801	info@paladini.com	www.paladini.com.ar	
Paraibuna - Embalagens	Minas Gerais	Brasil	(+55) 32 99123-0910	mario.henrique@paraibuna.com.br	www.paraibuna.com.br	
Pencisa S.R.L.	Ciudad de Buenos Aires	CABA	(011) 4030-3833	juan.acher@pencisa.com.ar	www.pencisa.com.ar	
Presencia Técnica S.R.L.	Parque Industrial Pilar Localidad: Pilar (B)	Buenos Aires	(011) 3103 4084	german.montanari@yahoo.com	www.presenciaticnica.com.ar	
Punto Gráfico	Paraná	Entre Ríos	(0343) 4363636	gerencia@puntograficosrl.com.ar	www.puntograficosrl.com.ar	
Rivieri e Hijos S.A.	Escobar	Buenos Aires	(0348) 442-1951/ 52 / 3274	talasesco@envases-riviere.com.ar	www.envases-riviere.com.ar	
Tesa Tape Argentina S.R.L.	Ciudad de Buenos Aires	CABA	(011) 5246-2600	linfo@tesatape.com.ar	www.tesatape.com.ar	



**WEPACK**  
WORLD EXPO OF PACKAGING INDUSTRY  
世界包装工业博览会

**The World's Professional  
Corrugated Manufacturing Show**

**WEPACK Series  
Packaging Exhibitions**



# SINOCORRUGATED 2023

Connecting the Packaging World

**July 12-14, 2023**

Tel + 86 21 2231 7059  
[www.sino-corrugated.com](http://www.sino-corrugated.com)



In Conjunction With

**Venue:  
National Exhibition  
and Convention  
Center · Shanghai · China**



**Organizers**





Eukaliner® es un papel kraftliner elaborado 100% con fibra de eucalipto, un producto sin precedentes en el mundo. La novedad, que incluso ganó un premio en la categoría de Innovación de empaque en los premios PPI, se producirá a gran escala en Puma II, la mayor inversión en la historia de Klabin. Eukaliner® proporciona un excelente rendimiento y ahorro de vapor en corrugadoras, produciendo envases más livianos, con mejor estructura y calidad de impresión.



Visita  
[eukaliner.klabin.com.br](http://eukaliner.klabin.com.br)  
y obtén más  
informaciones.

@Klabin.sa company/klabin Klabin.SA Klabininstitucional

# GRAVENT S.A.



El mayor importador  
y distribuidor de papeles  
y cartulinas de Argentina

[www.gravent.com.ar](http://www.gravent.com.ar)

