Newsletter Nº 08 - Agosto 2025

Cámara Argentina de Fabricantes de Cartón Corrugado

FERIAS y CONGRESOS

Conferencia Latinoamericana de Productos Forestales 2025: debates estratégicos para el futuro de la industria

EL EVENTO REUNIÓ A LÍDERES DE LA INDUSTRIA REGIONAL PARA ANALIZAR LOS DESAFÍOS QUE SE AVECINAN, ASÍ COMO LAS ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO, LAS DINÁMICAS DE MERCADO, LA INNOVACIÓN Y LA SUSTENTABILIDAD

La Conferencia Latinoamericana de Productos Forestales de Fastmarkets 2025, realizada en São Paulo entre el 11 y el 13 de agosto, volvió a ser un espacio clave para el debate de los grandes temas que atraviesan a la industria regional y global. Durante tres jornadas, altos ejecutivos, analistas y referentes sectoriales intercambiaron miradas sobre el crecimiento estratégico, la dinámica cambiante del mercado, las presiones económicas y las perspectivas de la industria de pulpa, papel y embalaje.

Planes de expansión, competitividad y estrategias de crecimiento

Uno de los ejes centrales fue el análisis de las estrategias de inversión y crecimiento de las principales compañías. En el primer turno, el director ejecutivo comercial y logístico de **Eldorado, *Rodrigo Libaber***, confirmó que la segunda línea de producción de celulosa BEK planificada por la compañía aún no ha recibido la aprobación final para su puesta en

marcha. Destacó el enfoque de la compañía en los avances tecnológicos y la innovación en biotecnología. Como una restricción al crecimiento, *hizo referencia a las ineficiencias logísticas en Brasil que deben superarse para mejorar el desempeño de los grandes proyectos.*

Por su parte, el director comercial de celulosa la chilena **CMPC, *Guilherme Viesi***, expuso sobre el avance en su **Proyecto Natureza**, un nuevo molino de BHKP en Brasil con capacidad de 2,5 millones de toneladas anuales, que que espera la aprobación de la dirección de la compañía para iniciar su construcción en la primera mitad de 2026. El proyecto es un movimiento estratégico destinado a devolver los costos de producción de la compañía al primer cuartil de competitividad global.

En tanto, ***Cristiano Teixeira***, CEO de **Klabin**, esbozó una visión estratégica de largo plazo basada en la integración vertical. Cuyo objetivo es integrar entre el 80 y 90% de la producción de papel de embalaje en la próxima década. Teixeira remarcó que cualquier operación futura de fusión o adquisición responderá a esta lógica estratégica y no a la mera búsqueda de mayor volumen o ampliación de la producción de fibras.

El camino hacia la recuperación del mercado

Las exposiciones sobre el mercado mundial de celulosa fueron fundamentales para la conferencia. El economista senior de **Fastmarkets** para celulosa, ***Patrick Cavanagh***, presentó una visión optimista y afirmó que está comenzando a tomar forma un camino hacia la recuperación de precios. Señaló el tiempo de inactividad estratégico relacionado con el mercado por parte de los productores y el aumento de las compras a China como impulsores clave. Cavanagh, junto con Libaber de Eldorado, estuvo de acuerdo en que los precios actuales de BEK son «insostenibles», ya que han tocado «fondo».

Sin embargo, esta recuperación se desarrollará en un panorama de mercado cambiante. **Praveen Singhavi**, CEO de **Bracell**, destacó un cambio significativo en los costos de producción globales. Indonesia ha superado a Brasil como productor celulósico de bajo costo, y China está ganando rápidamente competitividad en este segmento. Singhavi señaló que, si bien la capacidad de producción de celulosa de China se ha expandido significativamente, es probable que la región continúe dependiendo de las importaciones de chips de madera. En este sentido, expresó su confianza en el crecimiento general de la demanda mundial de celulosa en los próximos cinco años.

El papel de China, los nuevos mercados y la innovación

El creciente papel de las fábricas integradas de China y las respuestas estratégicas de los actores globales fueron parte de la agenda de deliberaciones en la conferencia.

En este sentido, **Beto Abreu**, director ejecutivo de **Suzano**, el mayor productor de celulosa del mundo, declaró que el auge de estas plantas está fundamentalmente reformulando el equilibrio entre la oferta y la demanda global. Señaló que la tasa de inversión de nuevos proyectos integrados en China es más alta que su promedio histórico, impulsada en parte por una mayor disponibilidad de madera. Abreu también abordó el tema de la rentabilidad del mercado, afirmando que aproximadamente el 25% de la producción mundial de celulosa está operando al costo o por debajo de él. Enmarcó esto como una oportunidad para que las empresas de menores costos, como en el caso de Suzano, aumenten su participación de mercado.

El ejecutivo también destacó el enfoque innovador de **Suzano** con ***Eucafluff***, un producto derivado de fibras de eucaliptos. Anticipó también, un aumento de cuatro veces en la capacidad de producción de la compañía para este producto con la adición de nueva capacidad prevista para noviembre. Este crecimiento orgánico en el mercado de pulpa representa un esfuerzo por satisfacer la creciente demanda de productos sostenibles y capitalizar la *"tendencia de fibra a fibra",* en las que las de tipo cortas, como el eucalipto, se utilizan cada vez más, en lugar de las tradicionales largas derivadas de coníferas.

La fusión de Smurfit WestRock

Un punto culminante de la conferencia fue una charla informal con **Álvaro José Henao**, presidente y CEO para América Latina, sobre el proceso de la reciente fusión de **Smurfit WestRock**. Con una experiencia de más de 37 años en la industria, Henao proporcionó información sobre la estrategia posterior a la integración de ambas compañías y sus profundas raíces en la región. Reconoció el turbulento entorno macroeconómico y político, pero destacó que la empresa, marcada por un fuerte arraigo en la región y un enfoque en crear valor a partir de activos existentes, está acostumbrada a este tipo de dinámicas.

Enfatizó que la **fusión de Smurfit WestRock** conlleva un «enorme alcance global» y una oportunidad para maximizar las fortalezas combinadas en papel reciclado y virgen. También subrayó el compromiso de la compañía con el desarrollo y la innovación para la comunidad, citando ejemplos locales en empaques agrícolas y reducción de gramaje que influyen en su estrategia global. El mensaje central de Henao fue que el liderazgo impulsado por un propósito, que incluye invertir en las comunidades locales, es clave para retener el talento y lograr el éxito empresarial a largo plazo.

Asociaciones regionales y trabajo conjunto

Las entidades sectoriales de la región también tuvieron un espacio de intercambio, donde se debatió el rol de las asociaciones en el acompañamiento a la industria y en la posibilidad de impulsar acciones conjuntas. En ese marco, la Cámara Argentina de Fabricantes de Cartón Corrugado (CAFCCo) participó en el panel y su gerente, Mariano Saludjian, destacó la necesidad de que las instituciones desplieguen una agenda positiva orientada a fortalecer la

comunicación, la capacitación y la difusión de buenas prácticas, con el objetivo de potenciar el desarrollo de la industria y consolidar su aporte a la sustentabilidad del sector.

Navegando por las presiones globales

La resiliencia de la industria frente a los desafíos geopolíticos y regulatorios también fue un tema importante de conversación. La imposición de aranceles estadounidenses y el inminente Reglamento de Deforestación de la UE (EUDR) se discutieron como fuentes de incertidumbre en el mercado.

Sobre este aspecto, los analistas y líderes de la industria, remarcaron que las exportaciones brasileñas de celulosa están bien posicionadas para superar estos desafíos, y que aquellos productores que puedan demostrar el cumplimiento de EUDR estarán en una posición favorable para obtener un precio superior para el ingreso de sus productos en el mercado europeo.

La Conferencia concluyó con un sentimiento colectivo de optimismo cauteloso. Si bien persisten presiones sobre costos y marcos regulatorios, los líderes coincidieron en que la industria está en condiciones de adaptarse, innovar y crecer en un entorno de cambios constantes. La combinación de nuevas inversiones, avances tecnológicos y cooperación regional aparecen como las claves estratégicas para enfrentar los desafíos que plantea el futuro para la industria.

FERIAS y CONGRESOS

Feria del Envase 2025: un espacio de innovación y encuentro para la industria del packaging

DEL 16 AL 19 DE SEPTIEMBRE, EL CENTRO COSTA SALGUERO SERÁ NUEVAMENTE EL PUNTO DE CONVERGENCIA DE FABRICANTES, PROVEEDORES Y PROFESIONALES DEL SECTOR DEL PACKAGING

La **Feria del Envase 2025** se consolida como uno de los principales eventos del año en la región para la industria del packaging. Es una auténtica plataforma para la actualización, el intercambio de experiencias y la promoción de innovaciones en el sector de los envases en Argentina y Sudamérica. Durante cuatro días, el Centro Costa Salguero reunirá a fabricantes, proveedores y profesionales, ofreciendo un panorama completo de productos, soluciones y tendencias que marcan la agenda del mercado.

Entre los participantes, varias empresas referentes del cartón corrugado presentarán sus últimas innovaciones y soluciones de packaging. Para los asociados, el stand institucional de **CAFCCo** será un punto de encuentro clave para los visitantes del sector y un espacio propicio para difundir las ventajas del cartón corrugado frente a otros materiales, tanto por su desempeño técnico como por su potencial en sostenibilidad y eficiencia.

Además de los casi 300 stands de expositores de envases y materiales, la Feria incluirá workshops, conferencias y actividades técnicas orientadas a profundizar en temáticas actuales, como el desarrollo de materiales sostenibles, la optimización logística, la automatización de procesos y las soluciones para el comercio electrónico, un segmento en pleno crecimiento que demanda creatividad y adaptabilidad en los envases. Estas actividades permitirán no solo conocer las tendencias del sector, sino también generar un espacio de debate y aprendizaje para todos los actores de la industria.

La Feria del Envase se afianza como un espacio donde los referentes del sector pueden compartir experiencias, identificar oportunidades de negocio y establecer contactos estratégicos con proveedores y clientes. La participación de las empresas asociadas a **CAFCCo** refuerza la presencia del cartón corrugado como material de elección en múltiples segmentos, desde la industria alimentaria hasta la logística de productos de consumo masivo.

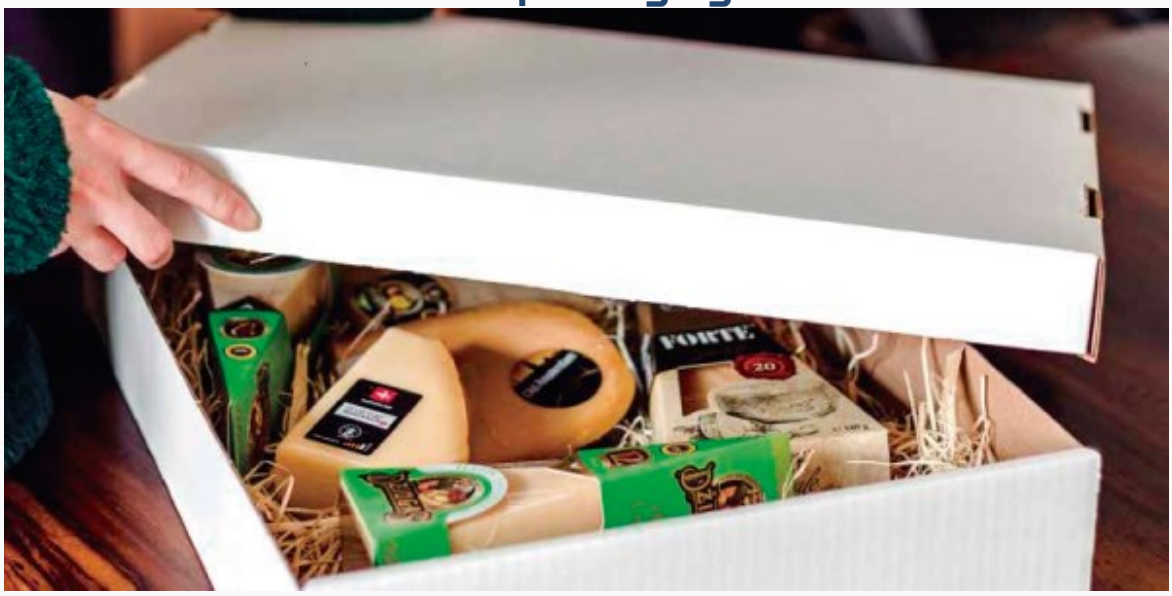
Con esta edición, la Feria del Envase reafirma su carácter de evento clave para la industria del packaging en Argentina, combinando innovación, capacitación y networking en un solo

encuentro, y posicionándose como una cita obligada para quienes buscan conocer las últimas tendencias y fortalecer sus vínculos comerciales.

La asistencia a la **Feria del Envase** es libre y gratuita para todos aquellos que se acrediten previamente a las jornadas del evento.

TENDENCIAS

Lo que el comercio minorista espera ahora de la industria del packaging



LA SOSTENIBILIDAD SE ESTÁ CONVIRTIENDO EN UN REQUISITO CADA VEZ MÁS IMPORTANTE EN UNA INDUSTRIA DE ENVASES TRADICIONALMENTE IMPULSADA POR LA INNOVACIÓN

Los consumidores buscan cada vez más orientación, seguridad y valores, lo que se refleja, entre otras cosas, en los productos ecológicos y regionales. ¿Qué enfoques innovadores podría seguir la industria del envasado para satisfacer estas necesidades y, al mismo tiempo, ofrecer soluciones sostenibles?

El deseo de una mayor sostenibilidad no sólo procede de los consumidores y los legisladores, sino también de los minoristas. Tanto los minoristas de gama completa como los de descuento conceden ahora importancia a que se les perciba como empresas que “están del lado del bien” y toman decisiones sostenibles para sus clientes. Esta demanda llega cada vez más a la industria del envasado directamente de los propios retailers, en particular en el ámbito de sus programas de marcas blancas, y por supuesto indirectamente a través de los fabricantes de productos de marca.

Las marcas blancas están ganando cuota de mercado y lideran la innovación en envases. ¿Qué tendencias y tecnologías cree que podrían impulsar aún más este sector?

Como ya se ha mencionado, los retailers hacen más hincapié en presentarse como empresas responsables y sostenibles. Sus programas de marcas blancas son un importante canal de comunicación para ello. ¿De dónde proceden los productos, de qué están hechos, cómo están envasados, son los envases fáciles de abrir y volver a cerrar, e incluso son reutilizables? Todo esto da forma a la imagen del minorista y determina la fidelidad del cliente a largo plazo. Los retailers también pueden innovar rápidamente a través de sus marcas blancas. Los proveedores de envases que puedan contribuir a ello con innovaciones y conocimientos tecnológicos serán los socios preferidos. En la venta minorista de alimentos, la innovación significa, por supuesto, mejorar el rendimiento a costes competitivos, por ejemplo, mediante una reducción inteligente de los materiales de envasado.

Los clientes prefieren comprar cerca de casa, en una tienda más pequeña, varias veces por semana. La compra a granel de los sábados es cada vez menos frecuente.

La concienciación sobre los problemas planetarios y sociales es cada vez mayor. ¿Qué soluciones creativas de packaging ve que apoyen este cambio y ayuden a los consumidores a hacer lo correcto?

Los envases desempeñan un papel fundamental en el deseo de actuar de forma más sostenible, especialmente entre los consumidores más jóvenes. Se espera que los retailers, los fabricantes y la industria del envasado asuman conjuntamente su responsabilidad e impulsen soluciones. Materiales respetuosos con el medio ambiente y el reciclado, menos material con una seguridad y estabilidad constantes del producto, soluciones reutilizables, envases con una segunda vida, información fácilmente comprensible sobre la correcta eliminación: todos estos son temas que deberían ser clave. No todo tiene que reinventarse; el progreso será a menudo

evolutivo. No obstante, los fabricantes y sus proveedores de envases deben tener en cuenta que la competencia por un espacio cada vez más limitado en las estanterías para los productos de marca en el futuro se decidirá, entre otras cosas, por las contribuciones visibles a la agenda de sostenibilidad del retailer.

Para conocer más sobre cómo la industria del envasado puede responder a estas demandas, te invitamos a leer la entrevista completa a ***Boris Planer***, analista y consultor del sector retail y bienes de consumo, publicada en ***La Revista del Corrugado*** **(Edición 56)** en la que comparte su visión sobre innovación, sostenibilidad y soluciones prácticas para los envases.

La entrevista completa está disponible en la edición 56 de la *Revista del Corrugado* (VER)

DISEÑO

Diseño de packaging personalizado en cartón corrugado

IDEAS SOSTENIBLES E INNOVADORAS PARA ENVASAR Y EMPAQUETAR A MEDIDA

La caja diseñada para **Brotalic** – una empresa española dedicada al cultivo vertical de microbrotes frescos en entornos controlados y libres de pesticidas – representa una solución innovadora que responde tanto a exigencias técnicas como comunicacionales.

El mundo del packaging es enorme y está lleno de empresas que hacen grandes tiradas para todo tipo de productos. Pero cada vez más, también crece la demanda por soluciones más personalizadas, creativas y sostenibles, pensadas para series limitadas o productos especiales.

El cartón corrugado no solo es práctico y ecológico, sino que también abre un montón de posibilidades para diseños originales y funcionales. Con un poco de creatividad, se puede transformar en un packaging que destaque, que cuente una historia y que ayude a conectar mejor con el público.

Estas propuestas reflejan cómo el cartón corrugado puede convertirse en un soporte para la innovación, combinando sustentabilidad con comunicación visual impactante.

Cada caso ofrece soluciones funcionales y estéticas, adaptadas a distintos productos y necesidades:

- **Caja colorista para Soles Repsol**
- **Envoltura de diseño para ladrillo solidario ALEPOH**

- **Reinterpretación del clásico packaging**
- **Packaging reutilizable para alimentación**
- **Reproducciones decorativas gigantes**
- **Diseño exclusivo de inspiración natural**
- **Empaquetado de cápsulas de café**
- **Regalo corporativo creativo**
- **Packaging para marca de calzado intercultural**

Caja colorista para Soles Repsol

Los **Soles Guía Repsol** son la representación física del reconocimiento anual a los mejores establecimientos gastronómicos de España. Su diseño es obra del artista **Luis Úrculo**, que renóvó la imagen del galardón en 2019. Una idea materializada en cerámica en el taller de **Carlos Jiménez (Delamorylabelleza)**, con un **packaging personalizado** de **Cartonlab** que asegura que las piezas lleguen sanas y salvas a casa de los premiados.

Sol Repsol junto al packaging diseñado a medida

Envoltura de diseño para ladrillo solidario

ALEPOH es un proyecto de comunicación social para ayudar a los que perdieron todo en la guerra de Siria a través de la reconstrucción de sus ciudades. Entre los diversos creativos implicados en la campaña de difusión, **Cartonlab** diseñó y produjoun packaging especial para la ocasión. Se trataba de **envolver un ladrillo simbólico** pensado para venderlo a 500 euros a las empresas participantes y recaudar fondos. La meta fue la de llegar a un millón de euros. El envoltorio consistía en **una sola pieza** con unos cortes internos que facilitaban su **plegado** y **una pestaña que cerraba la envoltura**. El acabado exterior era en kraft con la **gráfica de la campaña impresa** en negro.

Ladrillo solidario empaquetado y listo para su envío

Clásico del packaging reinterpretado

¿Quién no reconoce a primera vista la caja de las **ensaimadas mallorquinas de Horno Santo Cristo**? Todo un **clásico del diseño** que decidimos reinterpretar como **packaging de la** lámpara DMC, en cuya creación trabajamos junto al ceramista Carlos Jiménez 'Delamorylabelleza'. Aprovechamos su forma circular para empaquetarla como una deliciosa ensaimada.

Lámpara DMC, empaquetada en su caja-homenaje a Horno Sto. Cristo

Packaging reutilizable para alimentación

Diseño de packaging en cartón para Carnicería Fulgencio, listo para su distribución.

Los productos gourmet requieren de un **packaging especial que los conserve adecuadamente, llame la atención** por su diseño y, en este caso, **sea reutilizable.**

La marca **El Sabor Encaja**, se dedicaba a crear y promocionar lotes de productos gourmet como experiencias gastronómicas únicas y exclusivas. Para ello diseñamos un empaquetado **con forma de maletín**, fácil de transportar, que después podía **reutilizarse** como **lámpara**.

Diseño de packaging en cartón para Carnicería Fulgencio, listo para su distribución

Reproducciones decorativas gigantes

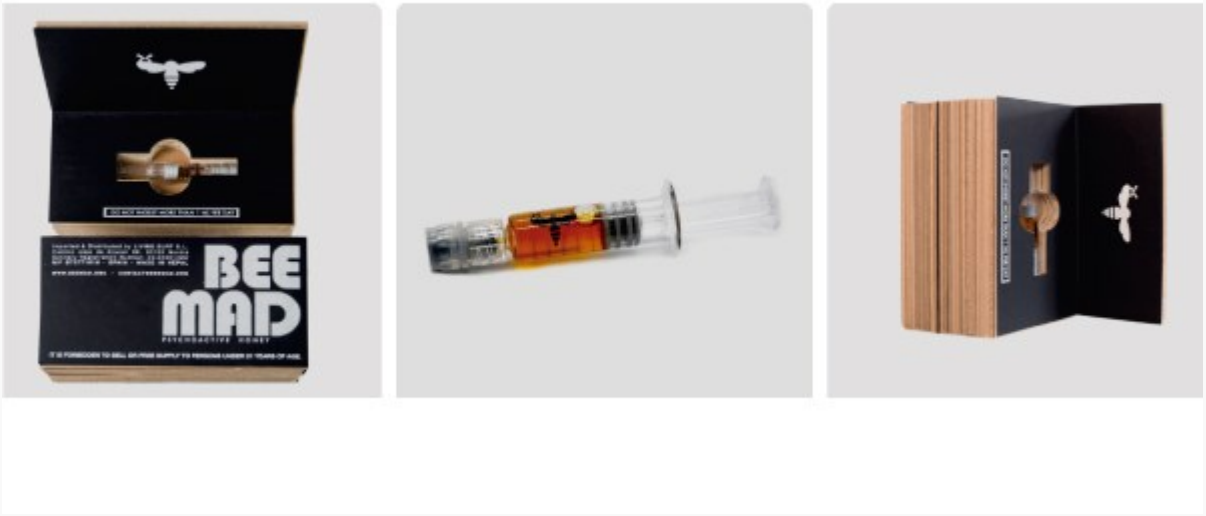
El diseñador Eduardo Del Fraile, creó una original decoración promocional para farmacias por encargo de **Interapothek**. Se trataba de recrear a tamaño gigante el **packaging** de dos productos farmacéuticos de la marca. Esa idea en cartón empleando soluciones diseño estructural. La gráfica la aplicamos a través de impresión digital directa sobre el material

Packagings farmaceúticos de Interapothek escalados a tamaño gigante en cartón impreso

Diseño exclusivo de inspiración natural

En un proyecto especial para una miel recolectada por una comunidad en Nepal, se creó un packaging en cartón corrugado de varias capas, inspirado en los acantilados donde se obtiene el producto. Entre las capas se incluyó un espacio para un folleto con la historia, y la caja se cerró con un imán oculto.

Para este producto, se desarrolló un packaging en cartón corrugado compuesto por varias capas encoladas, inspirado en la verticalidad de los acantilados donde se obtiene la miel. Entre las capas se incluyó un espacio para un pequeño folleto que narra la historia del producto, y la caja se cerró con un imán oculto para aportar funcionalidad y diseño.



El packaging en cartón para la miel de BeeMad, listo para su envío

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