

## MERCADO

## ¿El fin del volumen?



### POR QUÉ LOS RESULTADOS DE LOS LÍDERES GLOBALES INDICAN UN CAMBIO ESTRUCTURAL EN LA INDUSTRIA DEL CARTÓN CORRUGADO

Los recientes resultados de grandes productores integrados como **Smurfit Westrock** y **Klabin** comienzan a mostrar señales de un posible **cambio en la lógica histórica de la industria del cartón para contenedores**.

Durante décadas, el crecimiento del sector estuvo fuertemente asociado a la **expansión de volumen**. A medida que la demanda aumentaba, también lo hacía la capacidad instalada. Sin embargo, en los períodos de desaceleración, el **exceso de producción presionaba los precios a la baja**, afectando los márgenes a lo largo de toda la cadena.

Este **comportamiento cíclico** ha sido una constante en la industria. No obstante, algunos movimientos recientes sugieren que los principales actores podrían estar adoptando un enfoque diferente, más orientado a la **disciplina operativa y a la protección de la rentabilidad**.

En este sentido, **Smurfit Westrock** avanzó en el **cierre de capacidad productiva de alto costo**, retirando del sistema aproximadamente **600.000 toneladas**. Se trata de una decisión

que refleja un cambio relevante en la gestión industrial, priorizando la **eficiencia y el equilibrio del mercado** por sobre el sostenimiento del volumen.

Este tipo de medidas contribuye a reducir el **riesgo de sobreoferta estructural** y a generar condiciones de mayor **estabilidad en los precios del papel para corrugar**. Al mismo tiempo, implica una **menor disponibilidad de excedentes** en contextos de menor demanda.

Por su parte, **Klabin** ha mostrado una estrategia complementaria, combinando **inversiones en activos de alta eficiencia** con ajustes selectivos en unidades menos competitivas. A esto se suma un fuerte enfoque en la **integración entre producción de papel y conversión**, lo que le permite mayor flexibilidad para adaptar su oferta a las condiciones del mercado.

En paralelo, la compañía ha avanzado en el desarrollo de **productos diferenciados y soluciones de mayor valor agregado**, consolidando una estrategia que prioriza la **rentabilidad por tonelada** por sobre el volumen producido.

Estos movimientos reflejan una **tendencia más amplia dentro del sector**, donde la **optimización de activos, la integración de la cadena y el foco en valor** comienzan a ganar peso frente a la lógica tradicional de crecimiento basada exclusivamente en volumen.

De consolidarse este enfoque, el impacto alcanzará a toda la cadena del corrugado.

Para los productores de papel, una mayor **disciplina en la gestión de capacidad** podría traducirse en mercados más equilibrados y **menor volatilidad**. Para los convertidores, en cambio, el escenario podría implicar **menores oportunidades de acceder a materia prima a precios deprimidos** en los ciclos de baja.

Podés leer el análisis completo sobre esta tendencia del mercado en la **edición N° 59** de **La Revista del Corrugado**: [\*\*VER\*\*](#)

---

## Smurfit Westrock fue reconocida en los MELI Awards por su desempeño en packaging



### LA EMPRESA CORRUGADORA FUE DISTINGUIDA POR MERCADO LIBRE EN EL MARCO DE SU PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO A PROVEEDORES ESTRATÉGICOS

Los **MELI Awards** constituyen un espacio de reconocimiento a la calidad, la innovación y la capacidad operativa de los proveedores que integran el ecosistema de **Mercado Libre**, una de las principales plataformas de comercio electrónico de la región. El programa contempla distintas categorías vinculadas a procesos críticos para su operación, entre ellas, las soluciones de embalaje.

En este contexto, **Smurfit Westrock** fue distinguida en la categoría Packaging, en una edición que reunió a más de 1.000 empresas distribuidas en distintas áreas de servicio.

Desde la compañía señalaron que este reconocimiento refleja el trabajo sostenido de sus equipos en el desarrollo de soluciones orientadas a responder a las exigencias de un entorno logístico cada vez más dinámico, así como su compromiso con la calidad y la mejora continua.

En la misma línea, Rodrigo Longarte, CEO de Smurfit Westrock para Argentina y Chile, destacó el valor de este tipo de distinciones al provenir directamente de los clientes. Subrayó que el reconocimiento pone en evidencia el esfuerzo que hay detrás de cada solución desarrollada y reafirma la orientación de la compañía hacia la innovación, la generación de valor y el fortalecimiento de relaciones de largo plazo.

Asimismo, remarcó que en un contexto caracterizado por la creciente complejidad de las operaciones logísticas y la evolución de los modelos de consumo, la capacidad de adaptación y la cercanía con el cliente resultan factores clave para el desarrollo del negocio.

Los **MELI Awards** forman parte de una iniciativa más amplia de **Mercado Libre** orientada a consolidar su red de proveedores, promoviendo estándares de desempeño vinculados a la productividad, la calidad, la innovación y, más recientemente, criterios asociados a sustentabilidad.

Este tipo de reconocimientos pone de relieve el papel estratégico de las soluciones de packaging dentro de la cadena de comercio electrónico, particularmente en lo que respecta a la protección de productos, la eficiencia logística y la experiencia del usuario final.



Para el sector del cartón corrugado, esta distinción refuerza la relevancia creciente del embalaje como componente clave en la evolución del comercio digital y en la consolidación de cadenas de suministro cada vez más exigentes.

## TECNOLOGÍA

### El auge del packaging conectado



**EL ENVASE DEJA DE SER SOLO UN SOPORTE FÍSICO PARA CONVERTIRSE EN UNA HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN, INFORMACIÓN Y GENERACIÓN DE VALOR EN LA INDUSTRIA DEL CARTÓN CORRUGADO**

La función del envase viene ampliándose de manera sostenida en los últimos años. A la protección del producto y la eficiencia logística se suma, cada vez con mayor fuerza, **una nueva dimensión vinculada a la comunicación y al vínculo con el consumidor**. En ese cruce entre soporte físico y tecnología digital se inscribe el concepto de *packaging conectado*, una tendencia que gana terreno a nivel global y que comienza a redefinir el rol del envase dentro de la estrategia de las marcas y de las empresas de consumo masivo.

Desde esta perspectiva, el envase deja de ser un elemento pasivo para transformarse en un punto de contacto directo con el consumidor final. Tal como señalan referentes internacionales

del sector, entre ellos la especialista en tecnología creativa Jenny Stanley, el packaging es hoy uno de los pocos canales que llega al usuario de manera natural y no intrusiva. **El consumidor ya tiene el envase en sus manos, lo observa, lo manipula y le dedica tiempo**, sin que medie una interrupción o un estímulo impuesto desde el exterior.

### *El consumidor ya tiene el envase en sus manos, lo observa, lo manipula y le dedica tiempo*

Esa característica, conocida en el ámbito de la comunicación como **un canal de aceptación voluntaria**, convierte al envase en **una plataforma con un potencial expresivo y funcional difícil de replicar por otros medios**, especialmente en un contexto marcado por la saturación publicitaria y la fragmentación de las audiencias.

En el caso del cartón corrugado, esta evolución adquiere una relevancia particular. **Los envases impresos no solo cumplen funciones estructurales y logísticas**, sino que pueden transformarse en soportes activos de información, trazabilidad y contenido digital, agregando valor más allá del producto contenido y reforzando la propuesta de las marcas. El envase comienza así a integrarse de manera más directa a la estrategia general del producto.

La incorporación de tecnologías simples y ampliamente difundidas, como los códigos QR, actúa como uno de los principales habilitadores de este cambio. **Su bajo costo, facilidad de impresión e integración al diseño**, junto con su compatibilidad con cualquier teléfono inteligente, los convierten en una herramienta accesible y escalable. A partir de un simple escaneo, el envase puede desplegar información adicional, instrucciones de uso, contenidos institucionales o experiencias interactivas, **sin modificar el envase físico ni el proceso logístico**.

### *Los envases de cartón corrugado pueden convertirse en soportes activos de información y valor agregado*

Más allá de la tecnología puntual, **lo verdaderamente relevante es el enfoque estratégico**. El *packaging conectado* propone un cambio en la forma de concebir el envase, que deja de ser visto únicamente como un costo operativo para convertirse en **una pieza activa del sistema de valor del producto**. Para los fabricantes de cartón corrugado, esta tendencia abre **una oportunidad concreta de diferenciación** y de participación temprana en las decisiones de sus clientes, especialmente en segmentos donde la presentación y la información asociada al producto comienzan a adquirir mayor relevancia.

En este nuevo escenario, el proveedor de envases puede asumir un rol más cercano al de **socio estratégico**, colaborando en el desarrollo de soluciones que integren estructura, impresión y comunicación. La correcta ubicación del código, su integración estética, la legibilidad y la coherencia con la identidad visual de la marca refuerzan la necesidad de **una articulación fluida entre diseño gráfico, impresión y producción industrial**.

El desarrollo de envases conectados también plantea desafíos productivos que resultan familiares para la industria del cartón corrugado. **La gestión de múltiples variantes de diseño, la consistencia en los procesos de impresión y la adaptación a distintos mercados** requieren operaciones ordenadas y capacidades técnicas consolidadas. En este punto, la experiencia industrial acumulada por el sector constituye una base sólida para acompañar este tipo de soluciones, siempre que se aborden con planificación y criterio.

Otro aspecto central es la posibilidad de incorporar información vinculada a sostenibilidad y trazabilidad. El *packaging conectado* permite **comunicar de manera clara cómo disponer correctamente un envase, qué materiales lo componen o qué programas de reciclado están asociados**, sin sobrecargar el diseño ni el espacio físico disponible. De este modo, el

envase se convierte también en un vehículo para fortalecer prácticas responsables y transparentes.



Otro aspecto central es la posibilidad de incorporar información vinculada a sostenibilidad y trazabilidad. El *packaging conectado* permite **comunicar de manera clara cómo disponer correctamente un envase, qué materiales lo componen o qué programas de reciclado están asociados**, sin sobrecargar el diseño ni el espacio físico disponible. De este modo, el envase se convierte también en un vehículo para fortalecer prácticas responsables y transparentes.

Desde una mirada más amplia, la conexión digital del envase habilita la generación de datos sobre la interacción del consumidor. Si bien este aspecto suele asociarse a estrategias comerciales, en el contexto de la industria de los envases representa **una señal del creciente valor estratégico del envase dentro de la cadena productiva**, con impacto potencial en el diseño, la planificación y la relación con los clientes.

El auge del *packaging conectado* no implica una adopción inmediata ni uniforme. Se trata, más bien, de **una tendencia que anticipa cambios en la manera de pensar el envase y su función**. Para los fabricantes de cartón corrugado en Argentina, conocer y comprender este enfoque resulta clave para prepararse, identificar oportunidades y **fortalecer su posicionamiento en un entorno cada vez más dinámico y competitivo**.