

TENDENCIAS

Packaging en cartón corrugado: el nuevo territorio de las marcas



LA EVOLUCIÓN DE LAS EXIGENCIAS REGULATORIAS, LOGÍSTICAS Y COMERCIALES ESTÁ AMPLIANDO EL PAPEL DEL PACKAGING DENTRO DE LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Hay datos que reflejan la dimensión alcanzada por la economía circular dentro de la industria del cartón corrugado. Una tasa de reciclaje cercana al 95%, más de 25 ciclos de vida para una misma fibra y los miles de empleos que genera esta actividad en el mundo, son algunos de los indicadores que permiten dimensionar el desarrollo de este modelo productivo

El cartón corrugado vive precisamente en ese terreno donde las palabras empiezan a quedarse cortas, ya que mientras que el debate público sigue preguntándose qué materiales serán sostenibles en el futuro, este sector lleva tiempo operando bajo lógicas circulares reales, medibles y, sobre todo, replicables.

Conviene detenerse un momento en este punto. No ante el envase en sí, sino ante el sistema que lo hace posible. Desde la fibra hasta el reciclaje, pasando por el diseño estructural, la logística y la reutilización del material, el cartón ondulado es más que un producto, es una cadena industrial completa que hoy se encuentra bajo una nueva lupa regulatoria.

Es ahí donde se produce el verdadero giro.

Tradicionalmente, el packaging se ha examinado en términos relativamente simples: coste, resistencia, funcionalidad. Hoy, esa ecuación ha cambiado. El **Reglamento Europeo de Envases y Residuos (PPWR)** obliga a mirar más allá: trazabilidad, reciclabilidad real, eficiencia en el uso de recursos, impacto en toda la cadena. No basta con ser sostenible; hay que demostrarlo.

Por ello, el cartón corrugado parte con ventaja, pero no con complacencia. Su elevada tasa de reciclaje o su base renovable no lo eximen de evolucionar. Al contrario. La exigencia ahora está en el detalle: en cómo se diseñan las soluciones, en cómo se integran nuevas funcionalidades sin comprometer la reciclabilidad, en cómo se mide y documenta cada eslabón del proceso.



Como señalara recientemente **Leopoldo Santorromán, Presidente de AFCO**: *“el reto no es tanto demostrar que somos circulares – que ya es una realidad – como seguir perfeccionando los estándares de reciclabilidad y avanzar en la adaptación al nuevo marco regulatorio europeo. Porque la circularidad – como bien sabemos – no se juega en los titulares, sino que se juega en la ingeniería”.*

El foco está puesto en esta transformación, porque el cartón corrugado ha dejado de ser un actor discreto para convertirse en un elemento estructural de la logística contemporánea. Sí, protege productos; pero también optimiza cargas, reduce emisiones, integra información y, cada vez más, participa en la experiencia de compra.

Ahí aparece uno de los matices más interesantes del momento actual: el material no cambia solo por razones ambientales, sino también por exigencias operativas. El auge del e-commerce, la digitalización y personalización de envíos o la necesidad de ajustar cada vez más los embalajes al producto están empujando al sector hacia soluciones más técnicas, más precisas y, paradójicamente, más ligeras.

Además, en un mercado donde la diferenciación es cada vez más difícil, el packaging en cartón ondulado se ha convertido en un elemento clave de branding. Ya no se trata únicamente de proteger el producto, sino de contar una historia. El envase es, en muchos casos, el primer contacto físico del cliente con la marca. Su diseño, materiales, acabados y mensajes transmiten valores, posicionamiento y personalidad.

De cara al futuro, el reto ya no consiste en demostrar que el cartón corrugado es circular, algo que salta a la vista que es una realidad consolidada, sino en perfeccionar ese modelo en un

entorno cada vez más exigente. Ajustar procesos, anticipar regulación, integrar tecnología y seguir siendo competitivos en coste y rendimiento. Y... ¡demostrarlo!

Fuente: **Revista Infopack.**

CAPACITACIÓN

Visita a la Fundación Gutenberg: una experiencia práctica para complementar la formación en impresión y conversión



LA RECORRIDA POR LA FUNDACIÓN GUTENBERG PERMITIÓ A LOS ALUMNOS DE LA DIPLOMATURA EN CARTÓN CORRUGADO VINCULAR LOS CONCEPTOS TRABAJADOS EN EL AULA CON APLICACIONES Y TECNOLOGÍAS PRESENTES EN LOS PROCESOS DE IMPRESIÓN Y CONVERSIÓN

Como parte de las actividades previstas para la **Diplomatura en Cartón Corrugado 2026**, organizada por **CAFCCo**, los alumnos participaron de una visita técnica a la **Fundación Gutenberg**, institución de referencia en la formación de profesionales para la industria gráfica y del packaging.

La recorrida permitió conocer de manera directa distintos procesos, tecnologías y herramientas vinculadas a los sistemas de impresión, complementando los contenidos abordados durante la capacitación y aportando una mirada práctica sobre los temas desarrollados en el aula.

La actividad se desarrolló como cierre del Módulo II dedicado a los sistemas de Impresión y Troquelado, con el objetivo de complementar los contenidos teóricos trabajados durante las clases mediante el contacto directo con procesos, equipamientos y tecnologías utilizadas actualmente en la industria.

Durante la recorrida, los participantes tuvieron la oportunidad de conocer distintos espacios de trabajo de la Fundación, interiorizándose sobre las etapas de pre-prensa, la producción de fotopolímeros y los procesos asociados a la puesta a punto de los distintos equipos de impresión que se utilizan en la industria corrugadora. Asimismo, pudieron observar el funcionamiento de equipos de impresión offset y flexográfica de banda angosta, además de distintas herramientas utilizadas para la planificación, control y gestión de los procesos productivos.



La experiencia permitió visualizar en la práctica conceptos abordados previamente durante la Diplomatura, favoreciendo una mejor comprensión de los desafíos técnicos y operativos vinculados a los procesos de impresión que forman parte de la cadena de producción del cartón corrugado y del packaging.

Más allá de los aspectos técnicos de la visita, la jornada también permitió conocer la propuesta educativa que desarrolla la **Fundación Gutenberg**, una institución con una extensa trayectoria en la formación de profesionales para la industria gráfica.



Entre sus programas se destacan distintas propuestas vinculadas al packaging, la gestión industrial, la impresión flexográfica y los sistemas integrados de producción, además de carreras orientadas al diseño gráfico y digital. La modalidad de cursada, que combina instancias presenciales y virtuales, permite ampliar el acceso a la capacitación y adaptarse a las necesidades de profesionales y empresas de distintas regiones.

Durante la visita también se conocieron algunas de las iniciativas que impulsa la Fundación para fortalecer el vínculo entre educación e industria, entre ellas **Gutenberg Futuro**, orientado a brindar experiencias formativas y de acercamiento al mundo laboral para estudiantes secundarios.



SECTOR

Smurfit Westrock abre su primer Centro de Experiencia en Argentina para impulsar la innovación en envases y embalajes



EL NUEVO ESPACIO PERMITIRÁ A LAS ORGANIZACIONES CO-CREAR Y PROBAR PROTOTIPOS DE CAJAS, ASÍ CÓMO DESARROLLAR SOLUCIONES MÁS EFICIENTES PARA LA CADENA DE SUMINISTRO Y EL PUNTO DE VENTA, CON EL APOYO DE ESPECIALISTAS EN SOLUCIONES PARA PACKAGING

En un contexto donde el envase se vuelve cada vez más estratégico para diferenciar productos en góndola, optimizar la logística, innovar en el diseño de soluciones y avanzar hacia propuestas más sustentables, alineadas con las nuevas demandas de los consumidores, **Smurfit Westrock inauguró en Buenos Aires su Centro de Experiencia en Argentina**, un espacio diseñado para trabajar junto a clientes en el desarrollo de soluciones de avanzada para el packaging.

La apertura reafirma el compromiso de la compañía con el país y suma a Argentina a la red global de más de 25 Centros de Experiencia de **Smurfit Westrock** en el mundo. Se trata de

entornos colaborativos donde empresas de distintas industrias pueden analizar tendencias de mercado, analizar el comportamiento del consumidor, evaluar el desempeño de sus productos o prototipos en el punto de venta, y explorar oportunidades de diseño, eficiencia e innovación.



*“La apertura de este Centro de Experiencia es una muestra concreta de la importancia que tienen Argentina y Chile dentro de la visión de crecimiento de Smurfit Westrock. La inversión en este tipo de capacidades refleja nuestra confianza en el potencial del mercado y nuestro compromiso de largo plazo con la región, acercando innovación, tecnología y conocimiento para acompañar a las empresas en sus desafíos presentes y futuros”, comentó **Rodrigo Longarte, CEO de Smurfit Westrock Argentina y Chile.***

La inauguración contó también con la participación de **Álvaro José Henao, Presidente y CEO de Smurfit Westrock para Latinoamérica**, quien destacó el papel de este tipo de espacios como ámbitos de colaboración entre clientes y especialistas para el desarrollo de soluciones innovadoras y sostenibles. El ejecutivo subrayó además que el nuevo Centro de Experiencia se integra a la red global de instalaciones de la compañía destinadas a impulsar la innovación en envases, la optimización de las cadenas de suministro y la creación conjunta de nuevas propuestas de valor.

El alcance estratégico de la iniciativa también quedó reflejado en la posterior visita al centro de **Tony Smurfit, Presidente y CEO Global de Smurfit Westrock**, quien recorrió las operaciones de la compañía en Argentina durante una gira por América Latina. En ese contexto, destacó el valor de los Centros de Experiencia como espacios que permiten a clientes y equipos de trabajo conocer en profundidad las capacidades de la empresa para desarrollar soluciones de packaging diferenciadas, al tiempo que reconoció el aporte de los equipos locales al crecimiento y desarrollo de la organización.

Sobre el Centro de Experiencia en Argentina

El nuevo espacio está ubicado en Puerto Madero, Ciudad de Buenos Aires. Se trata de un **entorno de innovación y colaboración entre clientes y especialistas en packaging de Smurfit Westrock**. El objetivo es generar valor para el negocio a través de experiencias prácticas, datos y herramientas avanzadas de diseño y análisis, incluidas soluciones de Inteligencia Artificial (IA).

Entre los recursos disponibles se encuentran herramientas orientadas a optimizar el desempeño técnico del empaque y su eficiencia en la cadena de suministro. Entre ellas, **VoluM3tric** permite realizar pequeños ajustes en las dimensiones del envase primario

para mejorar la eficiencia logística, reducir costos innecesarios y disminuir emisiones de CO2; mientras que **PackExpert** calcula la resistencia exacta que requiere cada empaque según las exigencias de transporte, almacenamiento, manipulación y condiciones ambientales. A su vez, **Paper to Box™** permite definir la composición de papel más adecuada para asegurar el desempeño requerido y optimizar las especificaciones de cada solución.



El Centro de Experiencia también cuenta con herramientas pensadas para potenciar la creatividad y acelerar el desarrollo de nuevas propuestas. En ese marco, **Innobook** reúne una base global de diseños de empaque desarrollados por cientos de especialistas en distintos países, funcionando como una fuente de inspiración para identificar ideas ya probadas, enriquecer el proceso creativo y abrir nuevas posibilidades de diseño.

Además, el espacio incorpora tecnologías que permiten evaluar el impacto del empaque en el punto de venta. Por un lado, **Shelf Viewer** ofrece acceso a una amplia base de imágenes de empaques exhibidos en góndola, lo que facilita analizar la presencia de marca, comparar configuraciones y detectar oportunidades de mejora. Por otro, **Store Visualizer** permite visualizar prototipos en una tienda virtual 3D y simular en tiempo real cómo se verían frente al consumidor, agilizando ajustes de diseño antes de avanzar a producción.



“En el Centro de Experiencia, buscamos trabajar codo a codo con los clientes para desarrollar envases y embalajes que respondan mejor a sus desafíos concretos. Las herramientas que incorporamos nos permiten probar, ajustar y visualizar soluciones de manera más ágil, tomando

decisiones con más información y generando valor real en diseño, eficiencia y experiencia de compra”, agregó **Josefina Baron, Jefe de Experience Center de Smurfit Westrock en Argentina.**

Además, el espacio incluye áreas de inspiración y co-creación, donde los equipos de **Smurfit Westrock** trabajan junto a los clientes para identificar oportunidades de mejora en materiales, diseño estructural y procesos logísticos. El centro también se conecta con laboratorios certificados por ISTA (International Safe Transit Association), que realizan pruebas rigurosas para evaluar el desempeño de los empaques a lo largo de toda la cadena de suministro.

Con esta apertura, **Smurfit Westrock** refuerza su presencia en el país y consolida su apuesta por el desarrollo de soluciones de empaque más innovadoras, eficientes y sostenibles, en un contexto donde el packaging cumple un rol cada vez más relevante en la experiencia de compra, la diferenciación de marca y la optimización de la cadena de valor.



Fuente: **Smurfit Westrock Argentina**

Una solución de embalaje diseñada para los desafíos logísticos del e-commerce de autopartes



LA PROPUESTA DESARROLLADA POR MONDI PERMITIÓ MEJORAR LA PROTECCIÓN DE PARAGOLPES AUTOMOTRICES DURANTE EL TRANSPORTE, OPTIMIZAR EL USO DE MATERIALES Y REDUCIR SIGNIFICATIVAMENTE LOS COSTOS ASOCIADOS AL EMBALAJE

El crecimiento del comercio electrónico continúa impulsando el desarrollo de soluciones de embalaje capaces de responder a exigencias logísticas cada vez más complejas. En este contexto, **Mondi** presentó recientemente un proyecto desarrollado junto a **Ovoko**, una plataforma europea especializada en la comercialización online de repuestos automotrices nuevos y usados, orientado a optimizar el envío de paragolpes automotrices de gran tamaño.

La iniciativa surgió a partir de la necesidad de mejorar las condiciones de transporte de este tipo de piezas, cuyas dimensiones, formas irregulares y fragilidad representan un desafío particular para las operaciones logísticas del comercio electrónico. Según informó la compañía, el sistema de embalaje utilizado hasta el momento implicaba costos elevados y no ofrecía niveles de protección suficientes, lo que generaba daños en los productos, devoluciones y mayores exigencias operativas.

Para responder a esta situación, **Mondi** adaptó un concepto de embalaje de alta resistencia previamente utilizado en aplicaciones de la industria automotriz y lo rediseñó para las necesidades específicas del comercio electrónico. La solución fue desarrollada a partir de la geometría exacta de los paragolpes, permitiendo reducir espacios vacíos y optimizar el uso de materiales sin comprometer la protección de las piezas durante el transporte.

El nuevo diseño también buscó simplificar las operaciones de embalaje y acondicionamiento de los productos, favoreciendo una mayor eficiencia en las tareas de preparación y despacho. Antes de su implementación, la solución fue sometida a distintas pruebas para verificar su comportamiento frente a las exigencias habituales de la cadena logística.

De acuerdo con los resultados difundidos por **Mondi**, el proyecto permitió reducir hasta un 42% los costos unitarios de embalaje gracias a una utilización más eficiente de los materiales y a la optimización estructural del diseño. Asimismo, la empresa informó mejoras en la protección de

los productos, una disminución de daños y devoluciones, y una mayor eficiencia operativa en las distintas etapas del proceso logístico.

La validación de la solución se realizó en **ThinkBox**, el centro de innovación para e-commerce de **Mondi**, donde la compañía cuenta con un laboratorio certificado por ISTA (International Safe Transit Association). Allí los embalajes son sometidos a ensayos que reproducen las condiciones reales de transporte y distribución, incluyendo operaciones de manipulación, apilamiento, vibración e impacto, con el objetivo de evaluar su desempeño antes de su aplicación comercial.

Más allá de los resultados obtenidos en este caso particular, el proyecto refleja una tendencia cada vez más presente dentro de la industria del packaging: el desarrollo de soluciones específicamente adaptadas a las características de cada producto y a los requisitos de los distintos canales de comercialización.

A medida que el comercio electrónico amplía su alcance y diversidad de productos, los embalajes deben responder simultáneamente a exigencias de protección, productividad y eficiencia económica. En ese escenario, el diseño estructural, la optimización de materiales y los procesos de validación técnica adquieren un papel cada vez más relevante para garantizar un desempeño adecuado a lo largo de toda la cadena logística.