

MERCADO

El nuevo desafío europeo que puede transformar la competitividad del envase de cartón corrugado



EL REGLAMENTO EUROPEO DE ENVASES Y RESIDUOS DE ENVASES (PPWR) COMENZARÁ A APLICAR DESDE AGOSTO NUEVAS OBLIGACIONES QUE REFORZARÁN LA TRAZABILIDAD Y LA DOCUMENTACIÓN TÉCNICA DE LOS ENVASES QUE INGRESEN AL MERCADO EUROPEO

El 12 de agosto próximo comenzará a regir de manera general el **Reglamento Europeo de Envases y Residuos de Envases**, conocido como **PPWR**, una normativa que introduce un nuevo marco de exigencias para los envases que se comercializan en la Unión Europea. Su alcance comprende todos los tipos de envases, con independencia del material utilizado o del lugar donde hayan sido fabricados, y establece requisitos relacionados con su fabricación, composición, reciclabilidad, reutilización, gestión y documentación.

La nueva normativa no se limita a establecer objetivos ambientales generales, sino que incorpora obligaciones concretas de evaluación de conformidad, documentación técnica y declaración de conformidad para los envases alcanzados por sus disposiciones. Por ello, el cambio amerita una atención particular para las empresas argentinas y sudamericanas que fabrican envases destinados a productos que luego se exportan a Europa.

En la industria corrugadora, esto puede transformar progresivamente la relación entre quienes fabrican las cajas y las empresas que las utilizan para exportar sus productos. La información sobre los papeles empleados, la composición del material, sus características técnicas y los procesos utilizados para fabricar el envase puede adquirir una importancia creciente dentro de la documentación necesaria para demostrar el cumplimiento de los requisitos europeos.

El Reglamento establece obligaciones diferentes según el papel que cada empresa desempeña dentro de la cadena de valor. No se trata simplemente de que una empresa corrugadora deba “certificar cada caja” que fabrica, pero ello tampoco significa que quede al margen de las exigencias de documentación. Las compañías que deban acreditar el cumplimiento pueden haber tenido distintas responsabilidades, como fabricante, productor, importador o distribuidor, por lo que resulta necesario determinar en cada caso quién coloca el envase o el producto en el mercado europeo y quién debe garantizar su conformidad.

Sin embargo, para una empresa argentina que fabrica cajas para un productor local que exporta alimentos, autopartes, productos industriales o bienes de consumo a la Unión Europea, el escenario puede cambiar de manera significativa. El exportador necesitará contar con información suficiente sobre los envases utilizados y, en muchos casos, deberá apoyarse en la documentación proporcionada por sus proveedores para poder completar la información técnica y demostrar el cumplimiento de los requisitos aplicables. En este contexto, los protocolos que deben cumplirse pueden modificar el valor que el mercado asigna al envase.

La capacidad de fabricar una caja con las características mecánicas y resistivas adecuadas seguirá siendo indispensable, pero podría dejar de ser suficiente. La disponibilidad de información confiable sobre los materiales, la trazabilidad de los insumos, la consistencia de los procesos y la capacidad de documentar las características del producto pueden convertirse en elementos cada vez más relevantes en la relación comercial.



Para la **Federación Europea de Fabricantes de Cartón Corrugado (FEFCO)**, la evolución del marco regulatorio europeo también exige contar con metodologías sólidas y datos verificables. En ese sentido, la organización ha desarrollado estudios específicos sobre el desempeño del cartón corrugado y la medición de sus tasas de reciclaje, con el objetivo de aportar información transparente y metodologías compatibles con las exigencias regulatorias europeas. Su estudio más reciente estima que más del 90% de los papeles para corrugar de fibras recuperadas puesto en el mercado europeo fue efectivamente reciclado entre 2023 y 2024.

La cuestión adquiere especial importancia porque el **PPWR** no solo plantea objetivos para los próximos años. También modifica progresivamente la manera en que se evaluará el desempeño de los envases. La reciclabilidad, la utilización eficiente de los recursos, la composición de los materiales y la información disponible sobre cada solución pasarán a formar parte de una evaluación cada vez más estructurada.

En ese contexto, la regulación puede ser vista únicamente como una nueva exigencia y una fuente adicional de costos administrativos y técnicos. Pero también puede abrir una oportunidad. Para los fabricantes de cartón corrugado que logren desarrollar capacidades de medición, trazabilidad y documentación, la conformidad normativa puede convertirse en un atributo comercial y en una forma de diferenciarse en el mercado.

La exigencia de acreditar determinadas características del envase puede generar, no necesariamente una barrera que impida producir, sino, en los hechos, una nueva «barrera de calidad» que diferencie a quienes cuentan con procesos, información y sistemas capaces de demostrar de manera confiable qué materiales utilizan y qué características tiene el producto que entregan.



Para la industria corrugadora argentina y sudamericana, el desafío comienza mucho antes de que una caja llegue a un puerto europeo. La preparación para este nuevo escenario puede requerir revisar la información que se obtiene de los proveedores de papel, los registros internos de producción, los sistemas de trazabilidad y la forma en que se documentan las características de los envases fabricados.

La entrada en aplicación del **PPWR** representa, en ese sentido, un nuevo paso en una transformación que ya atraviesa a la industria del cartón corrugado. El envase continúa siendo una solución física para proteger y transportar productos, pero cada vez más incorpora información, conocimiento y capacidad de demostrar su desempeño.

En un mercado donde la competencia suele concentrarse en el precio, la posibilidad de acreditar calidad, trazabilidad y cumplimiento puede convertirse progresivamente en una nueva forma de competir. La regulación europea, aun cuando su aplicación directa alcance al mercado de la Unión Europea, puede terminar elevando las exigencias de toda la cadena global de envases. Y para las empresas que sepan anticiparse, esa exigencia podría convertirse también en una oportunidad de diferenciación.

Diversificación de mercados e impresión digital: complemento perfecto para la industria del cartón corrugado



LA EVOLUCIÓN DE LOS HÁBITOS DE CONSUMO, EL CRECIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA NECESIDAD DE OFRECER PRODUCTOS MÁS PERSONALIZADOS ESTÁN IMPULSANDO NUEVAS OPORTUNIDADES PARA LAS EMPRESAS FABRICANTES DE ENVASES DE CARTÓN CORRUGADO

Por: **Leandro Bruzzone**

Durante décadas, la industria de la impresión sobre cajas de cartón corrugado estuvo asociada a grandes volúmenes, diseños estandarizados y tecnologías como la flexografía y el offset para cajas montadas. Sin embargo, los cambios en los hábitos de consumo y el crecimiento del comercio electrónico están impulsando una transformación del sector.

La diversificación de mercados y la incorporación de la impresión digital se han convertido en factores estratégicos para generar nuevas oportunidades de negocio. La demanda ya no se limita a las cajas destinadas al transporte de productos industriales. También crece la necesidad de envases capaces de comunicar la identidad de una marca, responder a producciones más flexibles y adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente.

En este contexto, la impresión digital ofrece nuevas posibilidades para atender tiradas cortas, producciones personalizadas, lanzamientos de productos, campañas promocionales, prototipos y pruebas de mercado. Al eliminar la necesidad de fabricar planchas para cada diseño y reducir los tiempos de preparación, permite abordar pedidos que anteriormente podían resultar poco rentables.

La tecnología digital no reemplaza a la flexografía. Ambas pueden complementarse de acuerdo con las características de cada pedido: mientras la flexografía continúa siendo especialmente eficiente para grandes volúmenes, la impresión digital aporta flexibilidad y personalización en producciones más acotadas.

El crecimiento del comercio electrónico refuerza esta tendencia. Miles de pequeñas empresas necesitan actualmente envases en cantidades reducidas, con diseños que pueden cambiar de acuerdo con campañas, promociones o temporadas. Al mismo tiempo, el packaging se convirtió

en uno de los primeros contactos físicos entre la marca y el consumidor, adquiriendo una importancia creciente como herramienta de comunicación.

La incorporación de nuevas tecnologías, sin embargo, no se limita a la inversión en equipamiento. También exige adaptar procesos, capacitar al personal y desarrollar nuevas estrategias comerciales. En un mercado competitivo, la tecnología alcanza su verdadero potencial cuando se integra a una propuesta capaz de identificar nuevas oportunidades y ofrecer soluciones de mayor valor agregado.

La combinación entre la eficiencia de los sistemas tradicionales y la flexibilidad de las nuevas tecnologías puede convertirse así en una herramienta para diversificar mercados, ampliar la oferta y responder a un escenario cada vez más dinámico.

*Podés leer el análisis completo sobre esta tendencia del mercado en la **Edición n° 60** de **La Revista del Corrugado**: [VER](#).*

MERCADO

Smurfit Westrock fortalece su conducción regional en Argentina y Chile



LA COMPAÑÍA DESIGNÓ A GERMÁN GAMBINI COMO CEO PARA AMBOS PAÍSES, RESPONSABILIDAD QUE SE SUMA A LA CONDUCCIÓN DE LAS OPERACIONES DE COLOMBIA, ECUADOR Y PERÚ, CONSOLIDANDO UNA ESTRUCTURA REGIONAL BAJO UN MISMO LIDERAZGO

Las operaciones de Argentina y Chile pasarán a integrarse, a partir del 1º de julio, a la estructura regional que **Germán Gambini** ya conducía en Colombia, Ecuador y Perú, como parte de una reorganización impulsada por **Smurfit Westrock** para fortalecer la conducción de sus negocios en América del Sur.

Con más de 29 años de presencia en Argentina, **Smurfit Westrock** se ha consolidado como uno de los principales proveedores de soluciones de embalaje a base de papel y cartón corrugado. De acuerdo con la información brindada por la empresa, el regreso de **Gambini** al liderazgo de Argentina y Chile busca consolidar la gestión regional y continuar impulsando el desarrollo del negocio de envases y embalajes a base de papel y cartón corrugado.

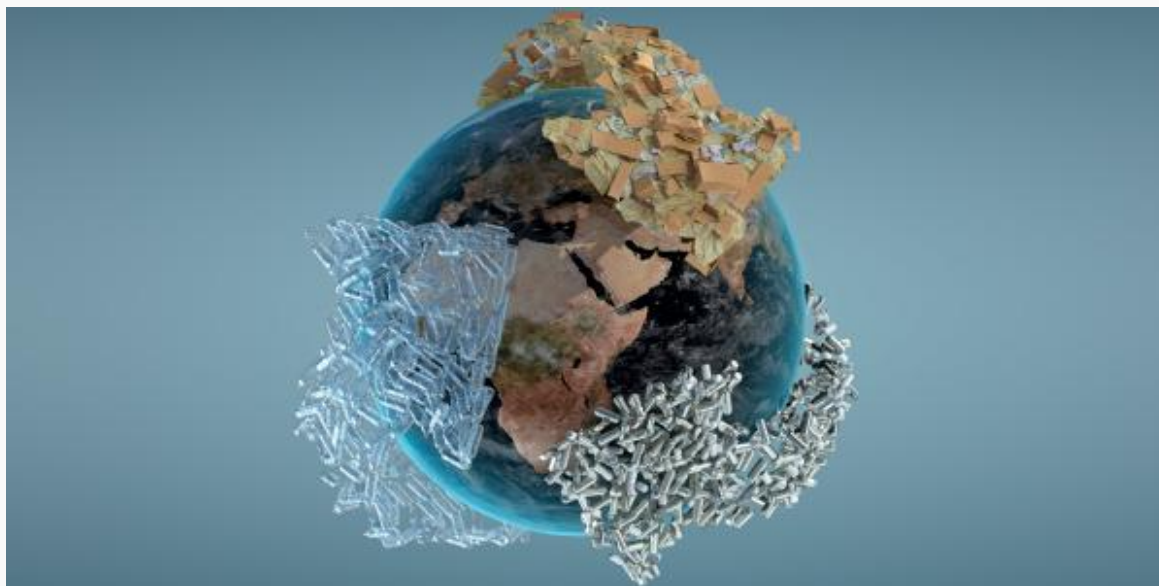
Graduado como Ingeniero Industrial en la Universidad de Buenos Aires, **Gambini** desarrolló gran parte de su carrera profesional dentro de la compañía. Ingresó en 2005 como Gerente Comercial de la Región Centro Sur y posteriormente ocupó distintas posiciones dentro de la división de Corrugado, liderando las áreas de producción y estrategia comercial hasta 2017. Ese año asumió como CEO de Argentina y Chile, cargo que desempeñó hasta 2023, cuando asumió responsabilidades regionales. Con el nuevo nombramiento, amplía nuevamente su ámbito de gestión, sumando ambos países a las responsabilidades regionales que ya tenía a su cargo.



*“Me llena de orgullo volver a liderar las operaciones de Argentina y Chile. Son mercados que conozco profundamente y en los que veo un gran potencial para seguir fortaleciendo nuestro negocio, acompañando a nuestros clientes con soluciones innovadoras y sustentables, y potenciando el talento de nuestros equipos. Asumo esta nueva etapa con entusiasmo, compromiso y foco en seguir impulsando el crecimiento de Smurfit Westrock en la región, donde seguiré encabezando además Colombia, Ecuador y Perú”, señaló **Germán Gambini** al ser designado.*

La compañía destacó que su estrategia continuará enfocada en la innovación, el diseño y la inteligencia de mercado para desarrollar envases y embalajes que contribuyan a mejorar la eficiencia logística de sus clientes, promover la sustitución de materiales por alternativas más sostenibles y, asimismo, identificar nuevas oportunidades donde el cartón corrugado aporte eficiencia, protección y sustentabilidad, en línea con el propósito de generar valor para las personas, las comunidades y el planeta.

Papel y cartón: el nuevo centro de gravedad del packaging sostenible



EL DEBATE ACTUAL YA NO GIRA ÚNICAMENTE EN TORNO A QUÉ MATERIAL UTILIZAR, SINO SOBRE CÓMO DISEÑAR ENVASES VERDADERAMENTE CIRCULARES

Durante décadas, la innovación en packaging ha estado marcada por una búsqueda constante del equilibrio entre protección, funcionalidad, coste y sostenibilidad. Sin embargo, pocas veces habíamos asistido a una transformación tan acelerada como la que vive actualmente el sector. En este nuevo escenario, el papel y el cartón han pasado de ser materiales tradicionales a convertirse en protagonistas de una de las mayores revoluciones industriales que ha experimentado la industria del envase.

No hemos querido caer en el discurso simplista de “papel bueno, plástico malo”, sino que hemos intentado situar al papel y cartón como protagonistas de la transición hacia modelos más sostenibles sin ocultar los desafíos técnicos y regulatorios que siguen existiendo.

Esto no es casualidad. O es más bien multicausal. La presión regulatoria, los compromisos ambientales de las grandes marcas y una creciente sensibilidad social hacia la economía circular han situado a los materiales de origen fibroso en el centro de muchas estrategias de innovación. Pero reducir esta evolución a una simple sustitución de materiales sería una simplificación peligrosa.

En los últimos años hemos asistido a una auténtica carrera por reemplazar determinadas aplicaciones plásticas por soluciones basadas en papel y cartón. La tendencia es evidente en sectores como la alimentación, el comercio electrónico, la restauración rápida o los bienes de consumo. Sin embargo, la experiencia acumulada demuestra que no todas las sustituciones son automáticamente sostenibles ni técnicamente viables.

La realidad es más compleja. Cada aplicación exige analizar requisitos de barrera, conservación del producto, logística, reciclabilidad, huella de carbono y comportamiento durante todo el ciclo de vida. El verdadero desafío consiste en evitar que la sostenibilidad se convierta en un ejercicio de percepción y asegurar que las decisiones se fundamenten en criterios científicos y medibles.

Precisamente por ello, uno de los grandes debates que marcarán el futuro inmediato del sector será el de los envases multimateriales.

La pregunta ya no es si un envase puede reciclarse en teoría, sino si realmente será reciclado de forma eficiente dentro de las infraestructuras existentes.

Este cambio de paradigma está impulsando una nueva generación de desarrollos basados en fibras avanzadas, recubrimientos funcionales, barreras sostenibles y diseños optimizados para los procesos de recuperación. La innovación se desplaza desde el material hacia el sistema.



En el ámbito específico del cartón corrugado y del packaging basado en fibras, la inteligencia artificial está permitiendo desarrollar soluciones más ligeras, más resistentes y más adaptadas a las necesidades reales de cada aplicación. Además, facilita la toma de decisiones apoyadas en datos objetivos, reduciendo tiempos de desarrollo y mejorando la competitividad de las empresas.

Por primera vez, la tecnología no solo automatiza tareas. También ayuda a decidir.

Mientras tanto, las grandes marcas de consumo afrontan un reto estratégico de enorme alcance. Los consumidores demandan soluciones más sostenibles, los reguladores exigen mayores niveles de circularidad y las cadenas de suministro necesitan mantener eficiencia y rentabilidad. Encontrar el equilibrio entre estos tres factores será una de las claves del éxito empresarial en los próximos años.

La verdadera oportunidad para la industria no consiste en sustituir un material por otro. Consiste en rediseñar el packaging desde una nueva lógica industrial donde reciclabilidad, innovación, eficiencia y sostenibilidad formen parte de una misma ecuación.

El futuro del envase no se decidirá únicamente en las fábricas de papel, en las plantas de reciclaje o en los laboratorios de materiales. Se construirá en la capacidad colectiva de toda la cadena de valor para diseñar soluciones más inteligentes, más circulares y mejor adaptadas a las exigencias de un mercado en plena transformación.

Y en esa nueva etapa, el papel y el cartón no son simplemente una alternativa. Se han convertido en el nuevo centro de gravedad del packaging sostenible.

Fuente: **Revista Infopack.**