



MERCADO

¿Cuánto está impulsando (aún) el comercio electrónico la demanda de cartón corrugado de EE. UU?



El crecimiento de los envíos de cajas de EE. UU. se aceleró a un promedio del 2,3% en el periodo 2016-2017, el ciclo de dos años más sólido desde la década de 1990 según muchos observadores de la industria del embalaje en dicho país. Sin embargo, a medida que los envíos de cajas se estancaron a fines de 2018, comenzó a surgir cierta preocupaciones de que un mayor enfoque en la eficiencia estaba erosionando cualquier impulso que el comercio electrónico estaba brindando a la demanda de corrugado.

El crecimiento de los envíos de cajas de EE. UU. se aceleró a un promedio del 2,3% en el periodo 2016-2017, el ciclo de dos años más sólido desde la década de 1990 según muchos observadores de la industria del embalaje en dicho país. Sin embargo, a medida que los envíos de cajas se estancaron a fines de 2018, comenzó a surgir cierta preocupación de que un mayor enfoque en la eficiencia estaba erosionando cualquier impulso que el comercio electrónico estaba brindando a la demanda de corrugado.

En mayo pasado, Ken Waghorne utilizó los datos de la Oficina del Censo de EE. UU. Sobre la participación del comercio electrónico en el gasto minorista total para analizar el aparente aumento de la demanda de envases corrugados del comercio electrónico. El impulso principal de esa modalidad, contrastada con los envíos de cajas que pueden explicarse por la producción industrial de bienes no duraderos y cajas para consumo masivo. Los envíos de cajas para el sector industrial estuvieron extremadamente débiles a fines de 2018, incluidos tres meses consecutivos de descensos ajustados por estacionalidad, que explican por qué los envíos de cajas se redujeron en la segunda mitad del año.

Sin embargo, esto solo no alcanza para explicar el bajo rendimiento de la venta de cajas del sector en ese periodo. Cuando se analiza la evolución de los últimos años, se observa que a partir del 2014 comenzó a darse el crecimiento del comercio electrónico (e-commerce), llegando a los USD 17 mil millones en el 2017, cuando unos años antes (2010-2013) solo representaba unos USD 7,5 mil millones. Las ventas minoristas de comercio electrónico continuaron expandiéndose de manera sólida a lo largo de 2018, aunque menos que el ritmo de crecimiento anual del 15% que ha sido la media de aquel periodo. Además, la participación del comercio electrónico en el gasto minorista total se elevó a 9,9%.

Por lo tanto, existe una especie de enigma debido a que la cantidad de gasto en comercio electrónico, un canal con un uso relativamente intensivo de corrugado, continuó aumentando en la segunda mitad de 2018, mientras que la cantidad de envíos de cajas disminuyó. Sin que esto encuentre fundamento en la caída de cajas para la industria.

La razón puede encontrarse por la caída de las ventas de las tiendas minoristas que se desaceleraron más que lo que crecieron las hechas mediante E-Commerce. Por supuesto, la sostenibilidad no es el único efecto que genera en el impulso del comercio electrónico para la demanda de corrugado, ya que las tiendas físicas minoristas a menudo son vistas las víctimas reales del comercio electrónico.

En conclusión; La eficiencia del empaque se verá incrementada por una mayor personalización de la caja, contenedores reutilizables, o programas como los de Amazon de devolución por rotura del empaque (“Frustration-free packaging”) y muchos otros programas de incentivos. Sin duda, estas iniciativas ya están teniendo un efecto en la demanda de cajas de cartón corrugado. La velocidad a la que evolucionarán dependerá en gran medida de cuánto tiempo y qué impulso generara el crecimiento del comercio electrónico.

Por ahora, creemos que la disminución en el sector de bienes no durables, el crecimiento más lento del comercio electrónico y el entorno minorista relativamente débil de la segunda mitad de 2018 probablemente expliquen más de la disminución en los envíos de cajas que una merma importante en la Capacidad de comercio electrónico para impulsar el crecimiento de la demanda corrugada.

Figure 1
"Backcast" US box shipments versus actual
 BSF, seasonally adjusted

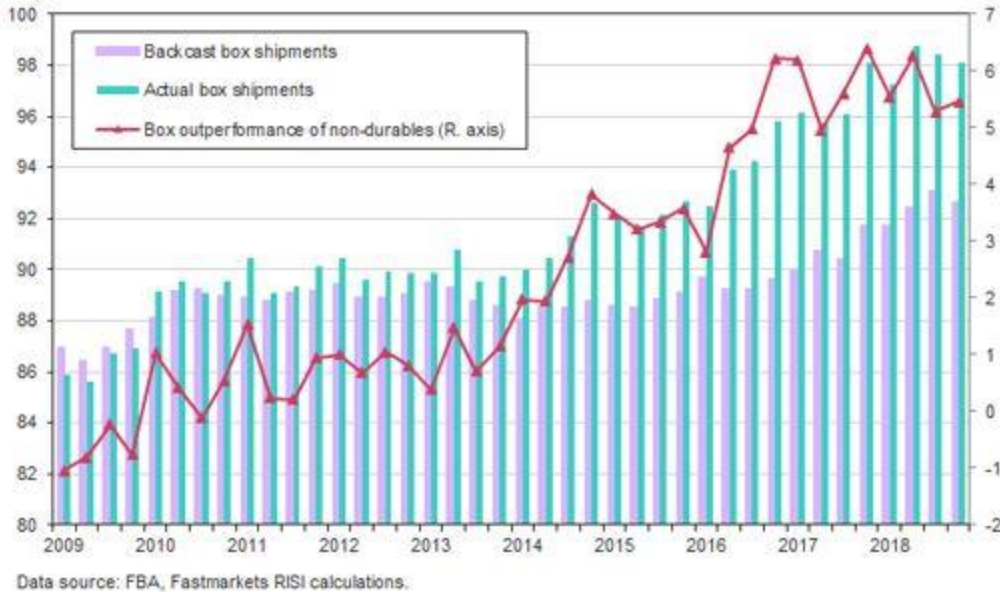


Figure 2
US e-commerce continues to rise
 Millions of dollars, seasonally adjusted

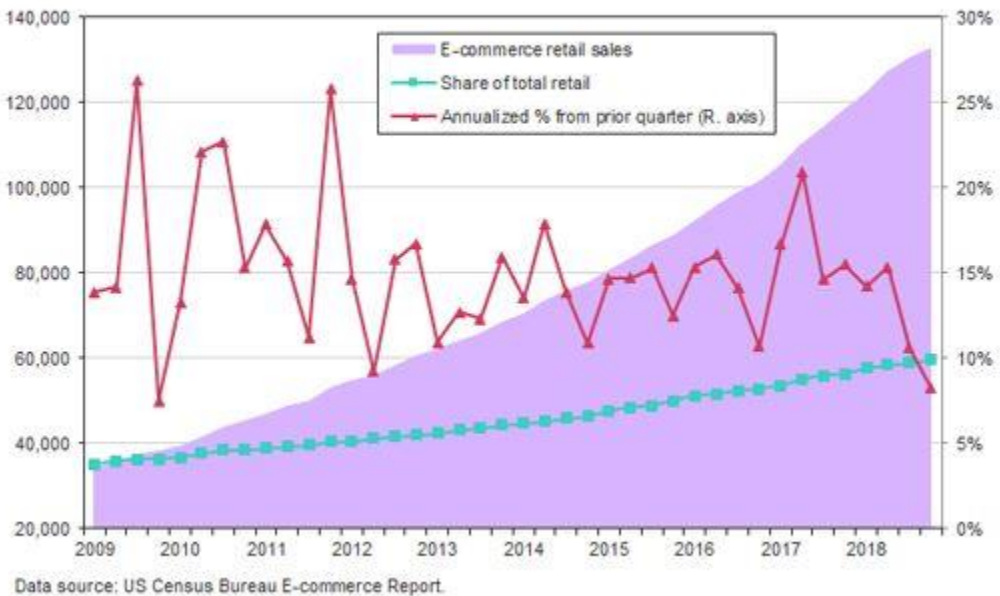
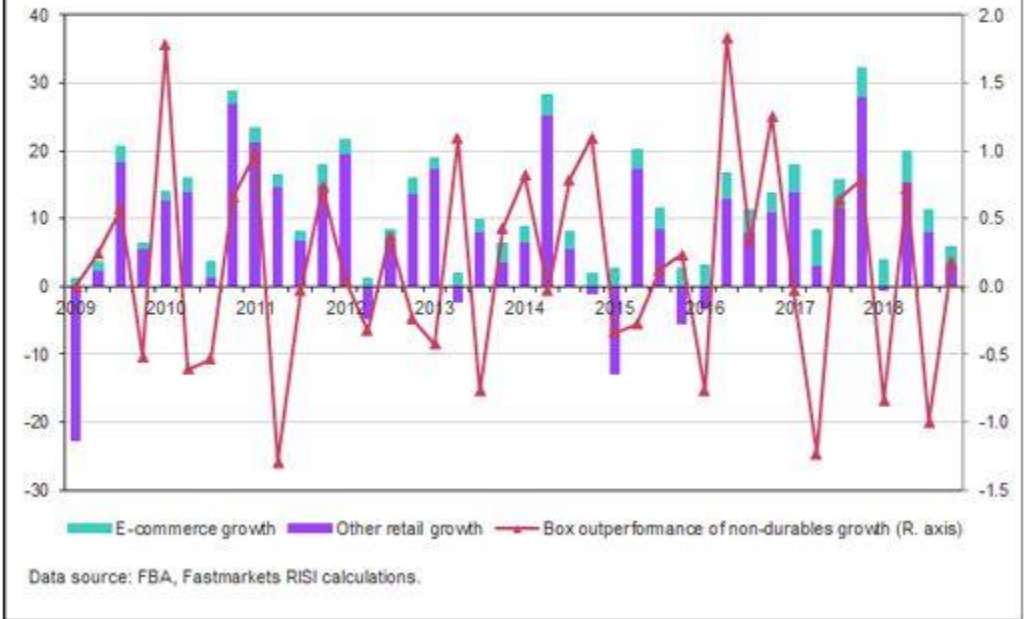


Figure 3
Growth in retail spending and box outperformance of non-durables
 Billions of dollars and BSF, seasonally adjusted



Por: Ken Waghorne, Vicepresidente de Empaquetado Global de RISI y autor del Monitor de Empaquetado de Papel.

EVENTO

Cuenta regresiva para el comienzo de la 4^o Jornadas Celulósico – Papeleras el próximo 16 de Mayo.



Organizada por la Asociación de Fabricantes de Celulosa y Papel (AFCP), se llevará a cabo el próximo 16 de Mayo en Parque Norte el encuentro más relevante de la industria papelera.

Dentro del programa de conferencias de este año se incluyen presentaciones de los principales proveedores del sector, y conferencias sobre nanotecnología, eficiencia energética, desafíos laborales, el reciclado en la economía circular, y el panel final de CEO's que será la gran atracción de la Jornada.

Los avances de la Mesa Foresto Industrial, el Proyecto de Ley de Promoción de Inversiones en Grandes Proyectos Foresto-Industriales en el Congreso de la Nación, así como el potencial para el desarrollo de grandes proyectos de inversión serán parte de la temática de la Jornada.

Puede visualizar el programa completo ingresando en www.afcparg.org.ar/JCP2019

Reinventando un icono americano.



Cómo Amazon y Procter & Gamble colaboraron para crear un mejor empaque.

En los pasillos de Procter & Gamble, cuentan la historia de esta manera: un ingeniero de empaques de Amazon llegó a la ciudad, señaló las botellas de detergente para ropa Tide de color naranja de P&G y recomendó al equipo para que convirtiera la botella en una caja. La caja serviría hasta ese momento solo como contenedor para los botellones plásticos. Ahora con una fórmula más concentrada y un menor desperdicio de paquetes.

“Es un gran desafío convertir algo como la botella icónica en un formato totalmente nuevo que el consumidor nunca ha visto”, dijo el gerente de marca de innovación y comercio electrónico de P&G, Isaac Hellemn. “¿Cómo tomamos esta botella que está llena de líquido pesado y la transformamos en una caja?”

“Como consumidor, cuando abro los paquetes y saco las capas de plástico de burbujas del envase, se siente como un desperdicio”, dijo Elizabeth Kinney de P&G. “Entonces, diseñar eso fuera del producto y comenzar con algo que no requiera un envase secundario y que se envíe en su propio contenedor, es una gran victoria para el medio ambiente”.

El resultado es la nueva Tide Eco-Box que usa 60 por ciento menos plástico que la versión de botella comparable y 30 por ciento menos agua. La nueva caja de cartón corrugado también es cuatro libras más ligera.

“Es muy raro, por lo que ha sido gratificante para mí encontrar algo que sea beneficioso, no solo para el consumidor, sino también para la empresa y para el medio ambiente”, dijo Kinney.

Brent Nelson, el ingeniero de Amazon que planteó el desafío de transformación de paquetes para Tide, dijo que está haciendo lo mismo con las principales marcas que producen todo tipo de productos.

La compañía sabía que era lo correcto, reconoció Hellemn. Después de todo, esa botella naranja está diseñada para sobresalir en un estante de una tienda llena de gente. Pero en un mundo donde los clientes compran cada vez más productos como Tide en forma online, el embalaje adicional utilizado para enviar una botella de plástico grande significa

más desperdicio. No solo eso, sino que debido a que el tamaño o la impresión en el estante del producto que se vende en línea es irrelevante, los ingenieros podrían volver a mezclar la fórmula del detergente con menos agua para hacer que el producto sea más pequeño y liviano.

“Este es un tema muy importante para nuestros clientes”, dijo Nelson. “Esperan que colaboremos con socios de ventas como Procter & Gamble para innovar en su nombre. Y, en última instancia, se trata de reducir los residuos de los envases”. Amazon presentó el programa de “Empaques sin frustración” (“Frustration-free packaging”) hace 11 años, el primero de un conjunto de iniciativas para alentar envases sostenibles que ha logrado eliminar 458,000 toneladas de materiales de cajas de envío.



“Este es un tema muy importante para nuestros clientes”, dijo Nelson. “Esperan que colaboremos con socios de ventas como Procter & Gamble para innovar en su nombre. Y, en última instancia, se trata de reducir los residuos de los envases”.

Amazon presentó el programa de “Empaques sin frustración” (“Frustration-free packaging”) hace 11 años, el primero de un conjunto de iniciativas para alentar envases sostenibles que ha logrado eliminar 458,000 toneladas de materiales de cajas de envío.

Buscar imágenes en: <https://blog.aboutamazon.com/sustainability/reinventing-an-american-icon>

ARTE y DISEÑO

¡La increíble artista japonesa del cartón corrugado que transforma las cajas viejas en tanques, naves especiales y más!



Sin embargo, Monami Ono, una graduada de la Universidad de las Artes de Osaka que estudió animación en 3D y ahora se especializa en el asombroso arte del cartón, puede ser el mejor.

La talentosa y galardonada artista de la afición de la Prefectura de Wakayama para practicar la animación en cajas de cartón se ha convertido en un oficio de tiempo completo, presentándose en televisión japonesa, apariciones en talleres e incluso modelos de campañas de cine.



DuPont Advanced Printing introduce la plancha Cyrel® DLC para Impresión en Corrugado.



La nueva plancha ofrece una mejor cobertura de tinta y minimiza el aplazamiento.

São Paulo, 28 de marzo de 2019 – DuPont Advanced Printing (DuPont) anunció la disponibilidad comercial de la nueva plancha a la ganadora plataforma DuPont™ Cyrel®, el DuPont™ Cyrel® DLC. Cyrel® DLC es una innovadora plancha digital blanda que presenta una nueva formulación de polímero especial para el mercado de los corrugados. Su baja dureza se encuentra diseñada para entregar una mejor calidad de impresión en corrugados de capas más delgadas y reciclados con una menor calidad utilizando tintas a base de agua.

“La plancha DuPont™ Cyrel® DLC mejora significativamente la cobertura de tinta sólida en materiales reciclados, lo que presenta uno de los mayores desafíos para imprimir sobre el material virgen dice Bob Hannum, Manager del Segmento Corrugado – Norte América, DuPont Advanced Printing. “La retroalimentación de los primeros clientes es que no solo funciona mejor que la plancha durómetro estándar y planchas líquidas, sino también en contra de las planchas blandas de competidores”.

“Cyrel® DLC ha sido uno de los avances más exclusivos que le podemos brindar a nuestros clientes” anunció Jeff Francis, Manager de la División Gráfica en Dynamic Dies en Holanda, Ohio. “Esta nueva plancha parece demasiado buena para ser cierta”.

Entregando las tintas de nuestra plancha al sustrato de tal forma que este provea una excelente cobertura de la tinta sólida, aunque no aplaste la placa con una mayor sobre impresión, ha sido un gran desafío, pero ahora se puede lograr con la plancha Cyrel® DLC. La ventaja de aplastamiento de bordes (valores ECT) se mantiene prácticamente sin cambios después de la impresión.

Las características más importantes que benefician a las impresiones corrugadas son:

Impresión superior sólida permite un volumen menor de anilox, lo cual ayuda a proporcionar un mayor ahorro de tinta.

Incremento de presión para la latitud de la impresión

Prácticamente no hay ningún impacto en la placa sin una sobre impresión

Mayor precisión en los códigos de barras

Excelente positivo y reversa en las áreas de impresión.

Cyrel® DLC se encuentra disponible para ventas.

Acerca de DuPont Advanced Printing

DuPont Advanced Printing reúne las principales tecnologías y productos para la industria gráfica de impresión y empaque.

DuPont™ Cyrel® es uno de los líderes mundiales en el suministro de sistemas de impresión flexográfica, en los formatos digital y analógico, incluyendo la marca de plachas de fotopolímero Cyrel®, equipos de procesamiento Cyrel® FAST y productos de montaje y acabado. DuPont™ Artistri® ofrece tintas de alta calidad para aplicaciones de consumo, comerciales, de inyección de tinta de oficina e impresión textil.

Conferencias

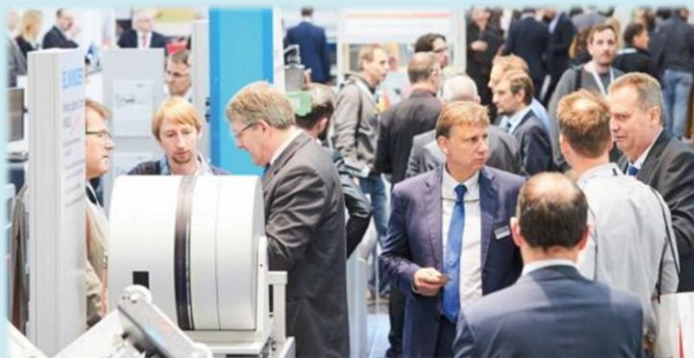
CCE Internacional 2019

Atrajo una gran audiencia internacional.

Del 12 al 14 de marzo, CCE International tuvo lugar por cuarta vez en el recinto ferial de Múnich en Alemania. Un total de 2,406 visitantes de 79 países asistieron. El número de visitantes aumentó un 13% en comparación con 2017. Una vez más, las demostraciones en vivo en los stands de los 155 expositores de 23 países atrajeron a una audiencia altamente internacional, el 69% de los cuales vino de fuera de Alemania.

La impresión digital en cartón corrugado y plegable fue el tema predominante en la feria.

CCE International 2019 se caracterizó, una vez más, por su alto grado de internacionalidad, tanto para expositores como para visitantes. La mayoría de los visitantes procedían de Alemania, Italia, Francia, Gran Bretaña, Polonia, Rusia, Turquía, España, Austria y la República Checa.



“Estamos encantados de que la exposición de este año atrajo a un número tan elevado de visitantes profesionales, lo que convierte a CCE International en la primera dirección del sector industrial en Europa para innovaciones tecnológicas en la producción de cartón corrugado y plegable. Los avances en el campo de las aplicaciones de acabado e impresión digital y las oportunidades de mercado asociadas aseguran que el ciclo de innovación en la industria del cartón corrugado y plegable continúe acelerándose. Muchas empresas expositoras, por lo tanto, ya han reservado su espacio en el stand para el próximo evento “, concluye Liljana Goszdziewski.

La próxima Exposición Internacional CCE tendrá lugar del 9 al 11 de marzo de 2021 en el recinto ferial de Múnich en Alemania.

FUENTE: <https://www.thepackagingportal.com/>

AUSPICIAR:



8 - 11 APRIL 2019
SHANGHAI, CHINA
1 PASS | 4 DAYS | 3 SHOWS

COPYRIGHT © 2015 : CAFCCO, Todos los derechos reservados.
Av. Roque Saénz Peña 846, piso 7º of "A" - Ciudad de Buenos Aires.
Tel: 011-5032-2060/61/62 - Mail: info@cafcco.com.ar