

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.



Industrail

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 solida 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.

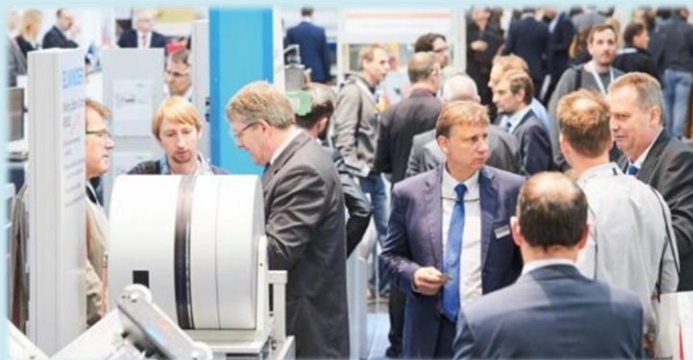
CCE Internacional 2019

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/>

EL E-COMMERCE FACTURÓ ARS 229.760 MILLONES EN 2018

El dato surge del Estudio Anual presentado ayer por la Cámara Argentina de Comercio Electrónico, donde también se destaca que más de la mitad de los productos se retira en punto de venta y 4 de cada 10 se envían a domicilio.

El comercio electrónico en Argentina creció durante el año 2018 un 47% respecto al año anterior y registra una facturación de \$229.760 millones de pesos. Esta cifra surge del Estudio Anual de Comercio Electrónico en Argentina que realiza Kantar TNS para la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (www.cace.org.ar).

Durante el año 2018 se vendieron 120 millones de productos, un 25% más que en 2017, a través de 79 millones de órdenes de compra (un 32% más que el año anterior). El ticket promedio de compra fue de \$ 2.900 y los rubros que más impulsaron el crecimiento en unidades fueron alimentos y bebidas, artículos para el hogar e indumentaria (deportiva y no deportiva).



Los rubros que más facturaron en eCommerce son: Pasajes y turismo: \$ 60.660 millones. Equipos de audio, imagen, consolas, TI y telefonía: \$ 27.175 millones. Artículos para el hogar (muebles y decoración): \$ 20.348 millones. Alimentos, bebidas y artículos de limpieza: \$ 19.709 millones. Electrodomésticos (línea blanca y marrón): \$ 13.492 millones. Las categorías que más crecieron: Infantiles 82%. Cosmética y perfumería 72%. Materiales de construcción 68%. Alimentos. Bebidas y artículos de limpieza 63%. Deportes 52%. Medios de pago: Se diversifica el uso de otros medios y ganan terreno las tarjetas de débito Si bien las tarjetas de crédito siguen siendo el principal medio de pago elegido por los usuarios con el 78% (vs. 92% en 2017), se diversifican los medios de pago; ganando terreno el uso de tarjeta de débito. Completan el mix billetera electrónica y pagos en efectivo.

Crece las compras a través de los celulares: El uso de los dispositivos móviles para realizar búsquedas anteriores a la compra crece sostenidamente: el 45% de los usuarios realizaron búsquedas a través de dispositivos móviles, subiendo 6 puntos porcentuales respecto del año anterior. El 27% busca exclusivamente a través de celulares, donde el smartphone es el dispositivo más usado. Por su parte, las apps continúan ganando terreno: 7 de cada 10 usuarios tienen al menos una aplicación de e-Commerce instalada en su dispositivo y un 17% compró a través de ellas. La modalidad de celulares, tanto para realizar búsquedas como para finalizar el proceso: el 35% de los usuarios realizaron la compra a través de dispositivos móviles, con un crecimiento de 8 puntos vs. 2017.

Además, los usuarios compran con mayor frecuencia en diversas categorías de consumo semanal y declaran altos niveles de satisfacción, lo que significa una enorme confianza de su parte”, sintetiza Gustavo Sambucetti, Director Institucional de CACE. Por su parte, Valeria Forwe, Senior Consultant de Kantar TNS, señala “Estamos frente a un mercado que ha

madurado y crecido. El perfil del E-Shopper se diferencia cada vez más, el consumidor sabe lo que quiere. Es clave para las empresas entender los distintos estadios del consumidor Argentino y cómo acompañan las actividades relacionadas al e-commerce, para tomar decisiones estratégicas que potencien sus negocios”. Logística: más de la mitad de los productos se retira en punto de venta y 4 de cada 10 se envían a domicilio.

En cuanto a la logística y entrega de productos, crece el retiro en punto de venta con el 54% (4 puntos más que el año anterior), seguido por la entrega a domicilio con el 39% vs. 47% en 2017, y retiro en sucursal del operador logístico 4%. Por su parte, las nuevas opciones de retiro en redes de pick-up (kioscos, puestos de diarios, cafés, etc.) representan el 1% y el envío por sistema exprés (en bus o en avión) terminal a terminal, también conservan el 1%. La mayor parte de las entregas se realizan antes del plazo de 7 días una vez efectuada la compra. “Nos encontramos ante un escenario donde la industria del comercio electrónico en Argentina continúa creciendo. Estamos muy satisfechos por los resultados obtenidos, aun cuando 2018 fue un año económico complejo tanto para las empresas como para los consumidores, se registraron un 25% más de unidades vendidas y un 32% más de órdenes.

Además, los usuarios compran con mayor frecuencia en diversas categorías de consumo semanal y declaran altos niveles de satisfacción, lo que significa una enorme confianza de su parte”, sintetiza Gustavo Sambucetti, Director Institucional de CACE. Por su parte, Valeria Forwe, Senior Consultant de Kantar TNS, señala “Estamos frente a un mercado que ha madurado y crecido. El perfil del E-Shopper se diferencia cada vez más, el consumidor sabe lo que quiere. Es clave para las empresas entender los distintos estadios del consumidor Argentino y cómo acompañan las actividades relacionadas al e-commerce, para tomar decisiones estratégicas que potencien sus negocios”.

Fuente: CACE

Sectorial

Informe Sectorial Anual: El 2018 registró una marcada caída de la producción de cartón corrugado

CAFCCo ha publicado el informe anual 2018, en el que se reseña la evolución de la producción del sector corrugador en el país. Este mismo fue elaborado con el reporte de producción de más del 80% del mercado, mediante fuentes primarias o secundarias. Asimismo se incluyen los datos ponderados de ventas por sector de consumo y la participación de mercado de las empresas corrugadoras.



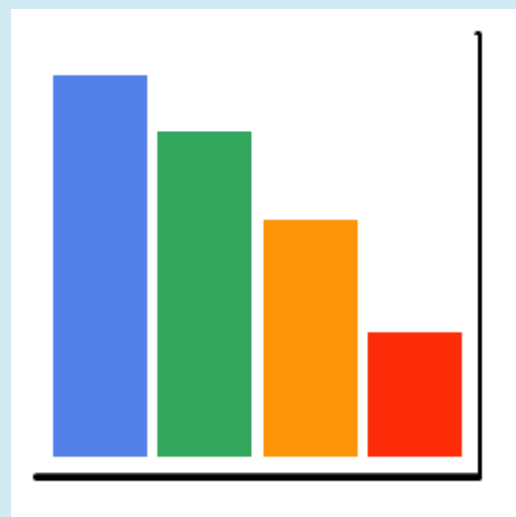
Los resultados del informe muestran una caída de la producción del 8,24% para todo el año. Originado principalmente por una desaceleración general del consumo así como por la caída de diversos sectores industriales que se vieron afectados por la coyuntura económica.

Dentro de este escenario sombrío, hubo actividades que tuvieron mejores resultados, registrando una demanda relativa más sostenida del consumo de cajas. Esto se verificó particularmente en los sectores de la carne y de la pesca (que tuvo un desempeño positivo), así como aquellas con destino a la frutihorticultura.

En relación al Consumo Nacional Aparente de papeles para corrugar, el informe de CAFCCo señala que el mismo se contrajo en proporción similar al derrumbe de la producción. Aunque estimaciones sobre la dinámica de los inventarios de las empresas corrugadoras, deberían estar reflejando una caída aún mayor en este indicador. La contracción de la compra de papeles para corrugar se estructuró en una caída de las importaciones de casi el 15% y un estancamiento de los niveles de producción de las papeleras locales. Si bien el año pasado mostró un crecimiento de las exportaciones de estos papeles, la incidencia relativa es menor como para que fuese un factor de restricción de la oferta en el mercado local.

La dinámica interna del mercado corrugador, mostró el año pasado una variación en la participación relativa de las empresas corrugadoras. Las medianas, particularmente las integradas, son las que se vieron más afectadas por la caída de la actividad en favor de los grandes líderes de la industria.

El informe sectorial anual se encuentra disponible en el sitio web de CAFCCo para las empresas asociadas. También están disponibles en dicha sección los anteriores informes sectoriales, así como los estadísticos mensuales y de comercio exterior.



AUSPICIAN:



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