



## SECTORIAL

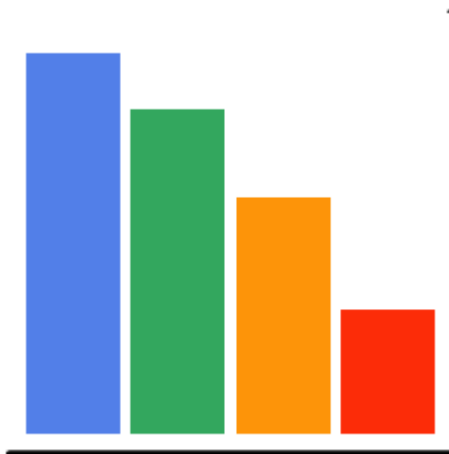
# Informe Sectorial Anual: El 2018 registró una marcada caída de la producción de cartón corrugado.



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, mostro 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.

El último informe del año elaborado por CAFCCo confirma la caída de la tendencia que se agudizó a partir del segundo semestre del año pasado.

En el año, las ventas acumuladas tuvieron una caída del 11,69% comparada con las del ejercicio precedente. El último mes arrojó una merma del 24,21% comparado con diciembre del 2017. Con relación al anterior mes de noviembre, la caída fue del 20,58%

En cuanto a los niveles de producción del 2018, se verificó una caída mayor, representando un 15,03% menos que el resultado del 2017. En diciembre la producción fue inferior un 27,22% en relación a la de un año antes y comparada con noviembre del 2018, la disminución fue del 19,65%.

CAFCCo elabora sus informes estadísticos mensuales, en base a encuestas directas sobre un conjunto de 15 empresas asociadas que representan aproximadamente un 15% del mercado.

## INDUSTRIA

# Smurfit Kappa: Lanza un innovador papel para impresoras flexográficas y digitales.



Smurfit Kappa ha lanzado una nueva e innovadora gama de papeles Premium que son adecuados para impresoras digitales y flexográficas. El papel DigiStar se desarrolló en respuesta a la creciente demanda en el mercado de una solución premium de usos múltiples que ofrece resultados de impresión de alta calidad.

Smurfit Kappa aprovechó su experiencia y conocimiento en papel para desarrollar una solución única y sostenible que puede maximizar las capacidades de impresión digital y trabajar de la mano con impresoras digitales y flexográficas.

La nueva gama de papel aporta una gran cantidad de beneficios a la industria del embalaje. Al utilizar un tipo de papel para varias impresoras, se maximiza el verdadero beneficio de lo digital, que ofrece gráficos de alta calidad combinados con una gran flexibilidad. Además, se reduce el desperdicio y el stock es más fácil de controlar. El papel también es adecuado para tintas UV y basadas en agua, lo que ofrece más opciones para los clientes.

Hablando sobre el nuevo documento, Lars Henriksson, vicepresidente de desarrollo de productos de la división de papel de Smurfit Kappa dijo: “La impresión digital está evolucionando fuertemente y nuestra tecnología de papel se está desarrollando a un ritmo similar. Creamos DigiStar® para responder a la necesidad de un papel premium de uso múltiple y estamos muy entusiasmados con el potencial que tiene. La retroalimentación ha sido muy positiva y ya estamos trabajando en tipos adicionales de papel para aumentar el rango”.

Fuente: Pulpapernews.com

## MERCADO

### 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](http://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.

Crecen 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

## Eventos

### Reed Exhibitions lanza los World Corrugated Awards



**26-02.-** Reed Exhibitions llevará a cabo los World Corrugated Awards (WCA), una terna que premia la innovación, la producción y el cuidado del medio ambiente.

La premiación se realizará en una ceremonia a gran escala que se efectuará en un hotel de 5 estrellas en Shanghai el 07 de abril, un día antes de la apertura de SinoCorrugated 2019.

Los corrugadores que deseen participar, pueden enviar su voto para los casos nominados en el siguiente link: <https://wca.sino-corrugated.com/index.php?a=lists&catid=64>. “Le deseamos lo mejor a sus casos nominados y esperamos los mejores resultados”, dijeron los organizadores del evento.

SinoCorrugated 2019 que se realizará desde el 08 al 11 de abril en el Nuevo Centro Internacional de Exposiciones de Shanghai (SNIEC).

Los profesionales de negocios están invitados a preinscribirse en línea para evitar tiempos de espera en las colas en la entrada. El registro se puede hacer en el sitio web oficial de SinoCorrugated a través de <https://www.sino-corrugated.com/en/>

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](mailto:info@cafcco.com.ar)