



CAPACITACIÓN

Programa de Formación CAFCCo: Comenzaron las capacitaciones a distancia



CON LOS TALLERES DE INDICADORES DE CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD, Y EL DE TRAZABILIDAD DE LAS CAJAS SE INICIÓ EL CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN 2020

Ambos talleres se desarrollaron en los días de Mayo con una importante cantidad de asistentes, tanto de empresas locales como de países vecinos.

En el caso de la capacitación de **Indicadores de Calidad y Productividad** dictado por **Verónica Cerpa Echeverría**, se llevó a cabo en dos días (8 y 15 de Mayo) de media jornada de extensión. En la que participaron asistentes de empresas de Buenos Aires, de Córdoba, Santa Fe y Jujuy. También se registraron colaboradores de empresas de Uruguay y de Paraguay. Todos los cuales conformaron un grupo amplio y diverso, que compartió experiencias sobre los distintos indicadores y metodologías que utilizan para mensurar la productividad y controlar la calidad del trabajo.

La extensión en dos jornadas facilitó que los asistentes preparen trabajos prácticos sobre estos puntos que luego se analizaron conjuntamente. Lo que resultó altamente positivo para los participantes.

Por otro lado, el pasado 21 de Mayo se realizó el **Taller de Trazabilidad de las Cajas**, dictado por los especialistas de **GS1** que es la institución habilitada en el país para generar la identificación de códigos de barras de las más diversas empresas. Si bien el uso está más extendido para los usuarios de cajas, conocer la lógica de los criterios de identificación permite acercar a los fabricantes de cajas el entendimiento de este requisito.

Asimismo la experiencia de **GS1** en mecanismo de trazabilidad permitió identificar tareas que “hacia adentro” de las empresas corrugadoras podrían disponerse para una mejor identificación de inventarios, de seguimiento del material utilizado y terminado, sin tanto uso de papel o de registro manual.

El Taller se completó con la utilización que los sistemas de RFID que disponen para materiales de alto valor (equipos electrónicos, medicamentos) que para el seguimiento logístico son incorporados en las cajas y empaques de cartón corrugado. Como primera experiencia compartida resultó enriquecedora a los asistentes que pudieron entender muchas de los requerimientos de trazabilidad que solicitan los usuarios de cajas.

Las dos primeras experiencias con esta nueva metodología utilizada por el **Programa de Formación de CAFCCo**, resultaron muy positivas para los participantes.

Nos encontramos abocados a adaptar los programas de los cursos de formación técnica a esta metodología con los instructores de cada uno de ellos.

A la brevedad estarán disponible las nuevas fechas y extensión de estos cursos en nuestra sección de Capacitación ([VER](#))

Por mayor información o consultas sobre los mismos pueden escribirnos a capacitacion@cafcco.com.ar

Argenpack desarrollo mobiliario modular para hospitales



LA EMPRESA DISEÑÓ INNOVADORAS SOLUCIONES EN CARTÓN CORRUGADO PARA HACER FRENTE AL COVID-19

La firma que se especializa en envases complejos y de gran envergadura, elaboró equipamientos en carton corrugado para equipar en caso de ser necesario, hospitales y centros de atención de urgencias frente al coronavirus.

El mobiliario incluye camas y separadores para dar una respuesta ante la potencial necesidad de disponer de camas o salas de atención de urgencias para pacientes con Covid-19.

Las ventajas del cartón corrugado como material que no transmite el virus y también como un equipamiento que fácil y rápidamente puede acondicionarse, han sido aprovechadas para la elaboración de estas soluciones.



La iniciativa despertó el interés de autoridades nacionales y de distintos municipios de la provincia de Buenos Aires, ante la necesidad de contar prontamente con más camas y espacios de atención ante un eventual desborde de la pandemia del coronavirus.

La empresa también ha elaborado una serie de equipamientos para el acondicionamiento de las empresas, como divisores para puestos de trabajo; tanto en establecimiento fabriles como para oficinas.

La fidelización que el packaging aporta al e-commerce



ESTE MOMENTO SE CONVIERTE EN LA MEJOR OPORTUNIDAD PARA FIDELIZAR CLIENTES, CON UNA EXPERIENCIA UNBOXING QUE DIFERENCIE A LA MARCA DE OTRAS OPCIONES SIMILARES

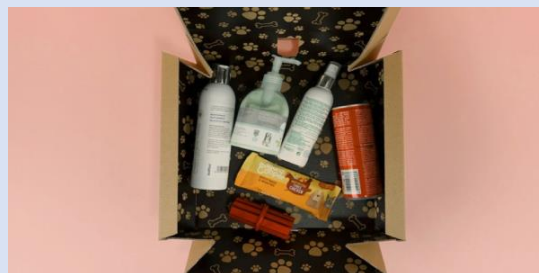
La experiencia de un consumidor online con un e-commerce comienza con la navegación en la plataforma digital, la usabilidad, un pago seguro y otros tantos aspectos que culminan cuando el comprador recibe el pedido en casa.

La crisis del coronavirus ha acelerado el repunte del comercio electrónico en España, pero este crecimiento ya estaba batiendo récords antes: En el tercer trimestre de 2019 la facturación creció un 23,5% más respecto al mismo periodo de 2018, 12.500 millones de euros en un trimestre, según datos de la CNMC. Ahora bien, de este total, el 51.7% corresponde a comercio electrónico en España. El universo e-commerce es tan amplio, que es necesario fidelizar al consumidor online y eso solo se consigue haciendo que todo el proceso sea totalmente satisfactorio.

El embalaje importa y mucho

El consumidor online le da mucha importancia al packaging, al fin y al cabo, es el primer contacto físico con la marca. Ya no solo se trata de que sea original, el comprador está dispuesto a pagar un poco más si recibe su pedido en un packaging elaborado que pueda compartir en redes sociales.

Existe un aspecto previo al diseño que es primordial: Elegir el embalaje adecuado para que el producto y su envoltorio primario lleguen en perfectas condiciones, uno de los principales problemas de la industria actualmente. Para ello, es necesario un envoltorio y embalaje totalmente optimizados, a medida de cada producto, que resista los pormenores de la distribución.



La impresión digital da respuesta a esta necesidad con sus tiradas cortas desde una unidad y con plantillas estándar en varios tamaños, así como la opción de imprimir una propia, a medida de cada producto. Las plantillas de packaging de cartón corrugado de Truyl Digital están preparadas para soportar hasta 6 kg de peso y en varios tamaños para proteger el producto o envoltorio primario a la perfección. Además, es posible imprimir un packaging personalizado que cumpla todos los requisitos con la ayuda de un departamento especializado en estructuras y packaging.

Esta optimización del embalaje supone, además, un ahorro en material y en los costes logísticos ya que cuanto mayor es la dimensión de un paquete, más caro es el envío. Todos los esfuerzos por construir una excelente experiencia de usuario pueden verse truncados si decepcionamos al consumidor al recibir su pedido en un packaging deteriorado. Por supuesto, no podemos olvidarnos de aportar al cliente online un argumento más para elegirnos a través de un embalaje cuidado, personalizado desde la marca.

Sostenibilidad, un requisito fundamental

Otro requerimiento fundamental es el uso de materiales reciclables y sostenibles para nuestro envoltorio. Según datos de AECOC, las principales quejas del consumidor online en cuanto a sostenibilidad son un embalaje excesivo con elementos superfluos y paquetes demasiado grandes para las dimensiones del producto. Por eso es necesario un embalaje a medida de cada producto, sin necesidad de incluir relleno que se percibe como un derroche y mayor contaminación. Asimismo, la Asociación de Fabricantes y Distribuidores indica que al 73% de los consumidores online les gustaría que el embalaje fuese de cartón corrugado. Se trata de un material 100% reciclable.

En el área de packaging folding carton de Truyl Digital para envoltorio primarios, el 80% de los papeles para packaging están certificados con el sello de sostenibilidad FSC.

El packaging como elemento vertebrador de la marca

Cada marca tiene una identidad corporativa, haz que se refleje en tu packaging: La caja elegida ha de ser la adecuada, fácil de transportar y de abrir, y estéticamente acorde con el carácter de la marca con que el cliente se ha visto identificado de alguna manera. Se trata de reforzar y ratificar la elección de compra del consumidor online a través del diseño y de todos los detalles que lo rodean.

Para dar el salto a la excelencia, hay dos claves: El nivel de personalización y complementar el diseño del packaging con los acabados y las tintas que hagan aún más especial el envoltorio. Por un lado, está la impresión de texturas con relieve, comercializado en exclusiva por Truyl Digital en España, troquel digital y la especial tinta blanca, muy efectiva sobre cartón de color kraft, ya sea para opacar colores o como parte creativa del diseño, para embalaje o packaging de cartón corrugado.

Por otro lado, los acabados para el envoltorio primario de packaging folding carton son muy numerosos: tintas especiales como la tinta blanca o la simulación de colores Pantone a menor coste para poder imprimir los colores corporativos o un color exacto. Herramientas para la personalización en serie, idóneo para ediciones limitadas, ediciones especiales de verano o Navidad. El reconfortante plastificado con textura arena, el troquel láser que nos permite cortes muy minuciosos para crear auténticas joyas, barniz digital en dimensión 2D o 3D, estampado digital metalizado en varios colores o estampados holográficos en plata con diferentes aguas o transparentes para recubrir toda la caja... hay un sinfín de posibilidades para sorprender al cliente online en el momento unboxing.



Una experiencia extraordinaria y memorable

Para una experiencia extraordinaria, es necesario cumplir todos los requisitos anteriores y aportar algo más al receptor, algo que le sorprenda, que le estimule y que le haga recordar la marca por encima de otras opciones similares, que le convenza y fidelice sin fisuras en su decisión.

Los pequeños detalles como aplicar un diseño tanto al packaging primario como al secundario o imprimir el interior de la caja primaria, tienen mucho peso en la percepción de marca. También el aportar un extra mediante un obsequio con una caja talla mini hace que la imagen general de la marca mejore exponencialmente.

Para packaging folding carton, es posible aplicar impresión de texturas y patrones con la superposición de capas (2D + 3D) de barniz selectivo y/o estampado digital con mucho volumen para una experiencia sensorial a través del tacto. Para embalaje o packaging de cartón corrugado, es posible imprimir texturas con volumen a partir de capas de tinta blanca y/o barniz.



Se trata de una herramienta de marketing háptico -ciencia del tacto- que focaliza la atención en la sorpresa desde el tacto, así como una percepción premium y de mayor calidad de su producto desde el envoltorio, que se reinvierte en resultados de ventas. Son estímulos que, inconscientemente, el consumidor registra en su memoria a favor de la marca, provocando una conexión memorable entre ambos lo que desemboca en un cliente fidelizado.

Sigue las claves del éxito para fidelizar al consumidor online: Optimización eligiendo el mejor packaging para cada producto, ecología con materiales reciclables y obtenidos de

forma sostenible, y valor añadido para reafirmar y afianzar la decisión de compra del consumidor.

Fuente: **Infopack**

MEDIOAMBIENTE

La DS Smith presenta los “Principios de Diseño Circular”



EL ANUNCIO SE PRODUCE A RAÍZ DE UNA NUEVA INVESTIGACIÓN QUE REVELA QUE LA CONFUSIÓN SOBRE EL RECICLAJE CONTRIBUYE A QUE MÁS DE SIETE MILLONES DE TONELADAS DE MATERIALES RECICLABLES VAYAN A VERTEDEROS CADA AÑO

DS Smith, compañía de referencia en packaging sostenible, ha anunciado el lanzamiento de sus nuevos “Principios de Diseño Circular”. El anuncio se produce a partir de una nueva investigación, que muestra que existe una importante necesidad de contar con diseños consistentes que ayuden a superar la confusión que genera en el usuario el reciclaje de envases.

Los Principios se han desarrollado en colaboración con la Fundación Ellen MacArthur y con el objetivo de ayudar a las empresas a fomentar la reutilización y la reciclabilidad en sus envases. Estos principios tienen su origen en un nuevo estudio, que revela que los españoles admiten tirar el 78% de su material reciclable en el cubo de basura regular.

De hecho, el 97% afirma no tener claro qué tipos de envases pueden ser reciclados y cuáles no, y el 53% de los españoles citó la ausencia de información clara en el propio envase, como la principal razón para ello.

Ignacio Montfort, Managing Director de DS Smith Iberia, ha señalado: «Existe un deseo innegable del público de ayudar con la crisis climática, pero muchos de los envases aún no son reciclables, y la gente tiene dudas de qué envases van a cada contenedor».

“Hemos lanzado nuestros “Principios de Diseño Circular” para ayudar a las empresas a evolucionar y satisfacer las necesidades del público. Gracias a este conjunto de principios, podemos diseñar teniendo en cuenta la reciclabilidad, prever qué tipo de residuos

generaremos, y crear el packaging que encaje en un modelo de Economía Circular, facilitando el etiquetado para ayudar a los consumidores a reciclar más».

Y es que esta confusión que experimenta el consumidor tiene un impacto ambiental directo: los productos reciclables que acaban en el vertedero podrían costarle a la economía más de 125 millones cada año.

Los “Principios de Diseño Circular” de DS Smith aspiran, no solo a facilitar el reciclaje, sino a evitar la generación de residuos, a alargar la vida útil de productos y materiales, y a contribuir a la protección del medio ambiente. Todo ello bajo la premisa de que el modelo de Economía Circular beneficia al medio natural y puede impulsar el crecimiento de la industria del embalaje.

DS Smith espera que sus Principios de diseño circular puedan ayudar a poner fin a la confusión que impulsa este comportamiento y apoyar a sus clientes y otros miembros de la industria del embalaje en su transición a una economía circular.

Los cinco “Principios de Diseño Circular” de DS Smith son:

- **Protegemos marcas y productos:** los diseñadores siempre deben asegurarse de que el envase proteja con éxito su producto. Los productos dañados por un mal embalaje tienen un impacto económico y ambiental.
- **No utilizamos más material del necesario:** el uso optimizado de materiales de embalaje ahorra recursos y reduce el desperdicio.
- **Diseñamos para la eficiencia del ciclo de suministro:** nuestros diseñadores impulsan la eficiencia, diseñando cajas que faciliten el almacenaje en el transporte durante el proceso de entrega.
- **Mantenemos los materiales de packaging en uso:** eliminamos el desperdicio, al mantener los productos de packaging en uso el mayor tiempo posible. Podemos «cerrar el ciclo» para los clientes en 14 días reciclando los envases en nuevos productos.
- **Encontramos una forma mejor:** animamos a nuestros diseñadores a desafiar el status quo y a apoyar a los clientes en la búsqueda de una Economía Circular.

Más de la mitad de todos los encuestados dice que la información de reciclaje en el envase no está clara (53%) y casi un tercio (35,3%) apunta directamente a que no hay una etiqueta de reciclaje a seguir. Además, el 19% señala que no conoce o entiende las normas de reciclaje del municipio en el que vive, mientras que el 25% admite que no saben en qué contenedores de reciclaje poner cada residuo.

AUSPICIAN:

