

industria

Envases: ahora, el cartón vende

Los fabricantes crecen apelando a recursos propios • La prioridad es ofrecer diseños atractivos • Adiós a la tradicional caja marrón.

Carlos Beyliger
pymes@clarin.com

Cuando un consumidor busca un producto en una góndola quere, obviamente, adquirir lo que contiene las cajas que están a la vista, pero su decisión de comprar está fuertemente determinada por lo que el envase le sugiere, o la información que le provee la etiqueta. También aquí se confirma aquello de que la imagen lo es todo, o casi todo.

Esto es lo que explica la tendencia creciente de las empresas manufactureras a utilizar envases que no sólo sean funcionales a los requerimientos de los productos (peso, formato, conservación, protección) sino que también incorporen un diseño capaz de diferenciarlos de sus competidores. "La actividad del sector de producción de envases está en franco crecimiento. La industria demuestra que ha entendido que el envase es un factor esencial de la imagen de la marca frente al consumidor", sostiene Cristian Pistachia, titular de Acuarela Pack, una empresa de Rosario que fabrica cajas de cartón microcorrugado y cartulina.

Las empresas que elaboran envases de cartón configuran un entramado donde las Pymes son una abrumadora mayoría: sólo hay tres grandes fábricas sobre un total de 135 productores. Esta industria produce unas 720.000 toneladas anuales que se traducen en ventas por US\$ 800 millones. De ese total, las tres compañías de mayor porte (Cartoson, Smurfit Kappa y Zaccaroni) generan ingresos por US\$ 464 millones y el resto corresponde a Pymes.

El sector apunta a incorporar tecnología y valor agregado, dejando de lado la clásica caja marrón, para volcarse a diseños innovadores, que puedan brindar mayores respues-

tas a las demandas de la industria local.

Apostar al color

"Lo que a nosotros siempre nos permitió crecer fue generar algo distinto para el cliente, apuntar a la innovación", asegura Carlos Cacace (h), quien junto a su padre y un hermano administra los negocios de Argenpack Corrugados. La empresa, fundada en 1984, cuenta hoy con un plantel de 80 personas en sus dos plantas industriales.

"La idea fue salir de la tradicional caja marrón, o impresa a uno o dos colores, en la que cada centavo definía la compra, porque prácticamente no había valor agregado. Por eso, tratamos de mejorar nuestro producto en cuanto a funcionalidad y diseño, para ofrecer algo distinto", sostiene.

Argenpack desarrolla su actividad a través de tres divisiones, las cajas industriales, de estándar, destinadas básicamente a la industria textil, alimentaria y farmacéutica, la división de alta calidad de impresión (filografía de hasta cinco colores), que posibilita buena resolución fotográfica y la división de grandes cantidades, en la que se procesan envases destinados a la exportación.

claves

Saber qué es lo que se vende

ay que identificar, con mucho cuidado y con la mayor precisión posible, las demandas del cliente y también las del producto que se requiere en ese momento.



33
Cartón
Como en el
Argenpack,
una firma
que se
concentra
sólo en el
rubro.

Esta última está orientada a satisfacer una demanda creciente, tanto de la industria automotriz y de autopartes, como el transporte de líquidos a través del novedoso bagging box. Argenpack fabrica las cajas de cartón corrugado que contienen las bolsas con los líquidos.

Ideas vendedoras

Si bien la mayor parte de los diseños de envases responden a los pedidos de los clientes, sigue habiendo una gran demanda de cajas estándar, que tienen su propio mercado. Leonardo Rabinovich, propietario de Multicasas, una empresa con una historia de 36 años, optó por apuntar a ese mercado y para eso creó la unidad de negocios Caja Ya, que le permite abastecer esas necesidades a partir de un importante stock.

"Su habilidad para detectar nichos rentables llevó a Rabinovich a crear un sector que hoy es muy utilizado por empresas exportadoras. "A una empresa que va a exportar 20 equipos que pueden representar una facturación de US\$ 200.000,

en destino le piden que el producto venga empaquetado en una caja. Ahora bien, estamos hablando de 20 cajas, cuando lo habitual es pedir un mínimo de 1.000, pero el monto de la exportación justifica encargarse esa pequeña cantidad, aunque cada caja cueste \$ 150. El exportador la paga, porque su producto lo vale", explica Rabinovich.

Marino Pantini, propietario de la firma Marpel, recuerda que en 1989 había vendido sus acciones en Carbonera Acevedo, con la idea de dejar esa industria. Pero un viaje al exterior le volvió a despertar el espíritu emprendedor, cuando vio la potencialidad del microcorrugado (un material con menos altura en la canaleta), en especial para el delivery de comida, que en esa época empezaba a popularizarse.

"Había visto el nuevo material en Europa, pero no vine con la decisión de fabricarlo. En ese momento, importaba papel de Brasil y necesitaba ampliar el depósito. La persona que me alquilaba el galpón me daba la opción de compra, siempre cuando la comprara una máquina que tenía allí. Vi que la podía transformar perfectamente a microcorrugado, y así empezó esta historia. Era un solo galpón y hoy tenemos cinco galpones más", señala, con orgullo, Pantini.

Desde entonces, abastece a la industria alimentaria, sobre todo con cajas para pizzas, empanadas, pastas y también langostinos destinados a exportación. Entre sus clientes, se cuentan algunas de las marcas más importantes del sector y cadenas de supermercados.

Pistachia, por su parte, destaca el potencial que tiene la industria de los alimentos para el sector de envases de cartón, y rescata los nuevos desarrollos en los que trabaja Acuarela Pack, como "las espaldas (miniortos), o el abastecimiento a locales de comidas al walk", que Acuarela se autodefine como una "pequeña empresa con grandes ambiciones". Y los datos le dan la razón. Trabajan allí entre 10 y 15 personas, pero sus clientes se encuentran en lugares tan distantes como Neuquén, Chaco o Santa Cruz. Pistachia destaca que la empresa tiene varios diseños de envases patentados, entre los que sobresale el que elaboraron para una fábrica de alizaciones con la forma de la provincia de Córdoba.

Clientes para todos

"Nuestro negocio está basado en sumar muchos clientes de pequeños pedidos, porque así es como nosotros irte adquiere valor. Si viene alguien que quiere 150.000 cajas, estamos en pro-



Mantener la imagen

se impone, ante todo, el cumplimiento de requisitos básicos, como garantizar la resistencia del envase y la seguridad en los traslados de la mercancía que contiene.

Innovar en diversas áreas

se necesita renovar los modelos y también el diseño gráfico, para lograr el objetivo de que el producto pueda diferenciarse de los competidores en la góndola.

El valor agregado del diseño gráfico

Cada vez más, el diseño gráfico utilizado en los envases, de cartón corrugado o cartulina, juega un papel relevante al momento

- de diferenciar el producto en la góndola. La clave es identificar las necesidades del cliente y sus expectativas. Sin embargo, este es sólo el comienzo. Algunos otros aspectos a considerar son:
- Posicionamiento de la marca, ya sea la que tiene en el mercado o su objetivo.
- A qué público va dirigido el producto (infantil, adulto, masivo, premium).
- Textos en varios idiomas, si el artículo va a ser exportado.
- Rotulado en productos alimen-

- ticios (denominación, marca, procedencia, peso, ingredientes, inscripciones en Senasa, RNE y RNPA).
- Si se trata de congelados, el envase debe tener un tratamiento para soportar bajas temperaturas (hasta -18°), para que no se humedezca el cartón.
- Respetar los códigos cromáticos establecidos (por ejemplo: verde para productos light, azul para frutos de mar, etcétera).



blemas, porque no contamos con la maquinaria para grandes producciones, ni con el capital necesario para sostener una estructura de ese tipo. Tenemos claro cuál es nuestro nicho", señala Rabinoich.

Cacace destaca que Argenpack apuesta a la "búsqueda de mercados específicos, muy relacionados con la exportación". Un sector muy dinámico, en este sentido, es la industria automotriz y de autopartes, también los laboratorios farmacéuticos y, en el área de la agroindustria, tiene impacto el au-

go del bagging box y la fabricación de cajas para silosobolsas.

La necesidad de garantizar la calidad y eficacia de los productos llevó a Argenpack a montar su propio laboratorio de análisis. "Invitamos al cliente a presenciar la prueba (de resistencia y compresión) para que vea cómo reacciona el envase", relata Cacace.

La clave del éxito en los negocios, dice Panzini, es adecuar el desarrollo de la empresa a los nuevos requisitos del mercado: "Hoy, los cambios no son sólo tecnológicos; también hay que tener en cuenta

nuevos conceptos de programación de los negocios, búsqueda de mercados, y toma de decisiones basadas en nuevas estrategias".

En este sentido, explica que dos años atrás Marpel incorporó como accionista a la compañía Papelera Entre Ríos, lo que favorece el proceso de integración productiva. "Estábamos conformes con nuestro desempeño, pero éramos conscientes de que corríamos el riesgo de que el tiempo nos pasara por arriba, porque toda empresa que no opera con una intención de crecimiento tiende a morir de a

poquito", sostiene este hijo de inmigrantes italianos, de 70 años.

Entre los proyectos de la empresa, se destacan los que apuntan a evitar la estacionalidad de ciertos pedidos (como las cajas para arándanos, langostinos, parásoles, o

regalos). Para esto, procuran "elevar la base de los clientes que compran todo el año, como la industria automotriz. Los laboratorios y las fábricas de calzado".

En Acuarela Pack valoran mucho. CONTINUA EN PÁG. 26

Sergio buscaba un auto que lo llevara al trabajo. Terminó encontrando una 4x4 que lo llevó aún más lejos.

Empujando su buen sentido.

Autos X

DIARIO DE ARQUITECTURA
Clarim ARO

REGISTRE SU MARCA
LAURITSEN & ASOCIADOS
5277-7000

francom.com.ar
Especialistas en franquicias de FRANQUICIAS

HELADO ARTESANAL
Curso de Fabricación
Comercialización y Know How
Dir. Lic. Gabriel Alfonso
www.acah.com.ar
4748-7959 / 4744-5104

francom.com.ar
Especialistas en desarrollo de FRANQUICIAS

VENDO
TALLER DE CARTELES
www.clicletrerosarg.com.ar
011-155-715-5055

MICHELLE DEBATE INSTALACIONES
GRABADO, TRANSFER, PLOTTER
MAQUINAS CON GARANTIA Y ENTREGA
www.margraf.com.ar 4867-4767

frasel
No es dueño de su propio negocio
info@frasel.com
www.frasel.com
Franquicias al 010 4871 3141
Av. del Libertador 6128

ONE PROMOCIONES
Artículos de Promoción
Regalos Empresariales
Venta por Mayor y Menor
www.onepromociones.com.ar

REVISTAS CATALOGOS
\$ 1.98 c/u
X 2000 E.JEMP
16 pág. 20 X 28 Incluye Papel
Por otras cantidades consultar
Folietos - Etiquetas - Estuches
nkp
4919-5290 / 7727
Impressosm@speedy.com.ar
Mom 2872 - Pompeya - C. B. A.

Nuevo! Recuplast Hidroesmalte
El innovador esmalte al agua que hace más fácil pintar.
El Recuplast Hidroesmalte incluye un sorprendente contenido básico para mayor calidad de la obra y el cuidado del medio ambiente, ya que gracias a su exclusiva formulación brinda las mejores prestaciones que el esmalte base solvente, pero con los beneficios de un producto base agua.
• Rapido secado y bajo olor
• Fácil limpieza de manos y herramientas
• Excelente resistencia y gran vida útil.
• Disponible en una amplia gama de colores.
Sinteplast
0800-887-748827
www.sinteplast.com.ar

industria

números

135

son las fábricas que producen envases de cartón corrugado en todo el país. De ellas, sólo tres son compañías de gran tamaño.

720

mil toneladas anuales suma la producción del sector, que genera ventas por US\$ 800 millones. Algo menos de la mitad corresponde a Pymes.



APUESTA A LOS ALIMENTOS. CRISTIAN PASTACHA, DE ACUARELA PACK.

VIDE DE PAÍS. 10

público con "la entrega en el tiempo pasado", como una movilidad que genera confianza y promueve la fidelización de los clientes. Claro que para esto se requiere una elaborada logística, en especial si se tiene en cuenta que su cartera de clientes se extiende por varias provincias.

Mejor, sin dudas

Mal allá del desarrollo que ha alcanzado el sector de envases de cartón corrugado, lo cierto es que el crédito para las Pymes sigue resultando escaso, o se consigue en condiciones no siempre ventajosas.

Esto es lo que explica que las empresas del sector valoren como un atributo fundamental un bajo nivel de endeudamiento y la capacidad de manejarse con los recursos propios.

"Hoy, para cualquier movimiento que se proyecte realizar, hay que poder autofinanciar. El crédito es caro, porque la alta inflación pone un piso muy elevado", apunta Rabinovich. Asegura que en el caso de Multicaías, la clave es "la autofinanciación, estar en el

mercado con precios relativamente buenos y una estructura chica (ferrizamos varios procesos), para poder competir sin grandes gastos fijos."

En este punto, Panzini destaca



que las inversiones se complican por la falta de crédito. Por eso, recomienda "programar cuidadosamente las acciones y conocer con certeza con qué capital se cuenta de los contratos, se toma muy difícil el desarrollo de las empresas."

Cacace coincide con esta visión del manejo financiero. "Algo que nos fortaleció y nos ayudó mucho a sobrevivir a la crisis de 2002 fue mantenernos con seriedad, tener crédito con los proveedores y generar confianza. Con la empresa sana y sin deudas, pudimos pasar el mal momento sin depositar gente", evoca el empresario.

contactos

ARGENPACK CORRUGADOS

Planta Lanús
(011) 4241-6501
Planta del Parque Industrial Páramos
(011) 4215-1034
www.argenpack.com.ar

MARPEL

(011) 4208-9365/
2198/3431
Bulevar 68
(1824) Lanús Oeste
www.marpel.com.ar

ACUARELA PACK

(0341) 438-1348
Barrido, Santa Fe
info@emvasacuarla.com.ar
www.acuarpack.com.ar

MULTICAÍAS

(011) 4655-2252
www.multicaías.com.ar

breves

DIÁ DEL EMPRENDEDOR PORTENO

Alrededor de 3.000 personas participaron de la segunda edición de esta iniciativa impulsada por el Ministerio de Desarrollo Económico de la Ciudad de Buenos Aires, la Universidad Argentina de la Empresa (UADE) y la Fundación Endeavor Argentina.

Entre las múltiples charlas, se destacaron "Emprendedores que inspiran a otros", "Cómo incorporar el humor a las presentaciones en público" y "Mitos y verdades de los planes de negocios".

También se distinguió un taller de creatividad y desarrollo de estrategias, donde se utilizaron metodologías basadas en los juegos Rastl.

Otra actividad destacada fue la disertación de Gonzalo Villarino, ex director técnico de los Morcillalagos, la selección argentina de Fútbol para ciegos, quien habló sobre cómo emprender más allá de los límites.

Fue un espacio de intercambio y relacionamiento entre emprendedores y expertos dedicados al tema.

Para más información:
www.diademprededor.com.ar
buenosaires.gov.ar



CREATIVIDAD. LOS EJERCICIOS RASTL, DE LA EMPRESA RASTL, FUE UNO DE LOS TALLERES.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN LA INDIA

El Observatorio de Comercio Exterior del departamento de Economía de la Cámara Argentina de Comercio (CAC) publicó un informe sobre las oportunidades de intercambio que existen con India. En el trabajo, se analizan los productos para los cuales se detectan índices de oportunidades de intercambio

bilateral que, actualmente, no son totalmente aprovechadas. El informe puede verse desde www.cac.com.ar/documentos/57_101-India.pdf.

DINERO PARA PROYECTOS TECNOLÓGICOS

Hasta el 20 de diciembre, estará abierta la convocatoria para presentar proyectos de innovación tecnológica que aspiran a obtener un Aporte

no Reembolsable (ANR 800), provisto por el Fondo Tecnológico Argentino (FONTAR), dependiente de la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica.

La iniciativa está dirigida a Pymes enmarcadas en el Programa de Innovación Tecnológica II. Los ANR financiarán hasta el 50% del proyecto y hasta un máximo de \$ 800.000. Los proyectos deberán estar destinados al desarrollo de tecnología a escala piloto o prototipo, a la producción de conocimientos aplicables a una solución tecnológica II, al desarrollo innovativo de nuevos procesos y productos a escala piloto o prototipo, o a modificación de procesos productivos que impliquen esfuerzos relevantes de investigación. Más información: www.agencia.gov.ar.

ALIMENTOS Y BEBIDAS

Se lanzó Rad Probuy, una plataforma web para empresas y profesionales de la industria de alimentos y bebidas. Con el apoyo del Programa Buenos Aires Emprende y el patrocinio de Fundes Argentina, el objetivo es facilitar el intercambio entre proveedores, clientes y mercados.

Las empresas que se sumen también podrán realizar compras conjuntas para obtener descuentos. El registro es gratuito. Más información: www.redprobuy.com.

MANAGEMENT ON DEMAND

La consultora GD Management lanzó este nuevo servicio destinado a Pymes que necesitan asesoramiento, pero no siempre pueden pagarlo. Se trata de un servicio ajustado a la necesidad puntual y al presupuesto disponible, sin riesgos de contratación y brindado por especialistas en cada área. Según la empresa, es posible el reintegro de hasta el 60% de los honorarios devengados por la gestión. Más información: (011) 4791-6363 o www.gd-management.com.ar.

PARA EL SECTOR METALÚRGICO

Se lanzó un portal web con información nacional e internacional sobre la industria metalúrgica. Ofrece capacitación gratuita y mensualmente se publica un informe sectorial. Más información: www.sector-metalurgia.com.