



Exigencias al packaging oportunidades y riesgos

biopackaging | corrugados



DIEGO CERBONI

Gerente Comercial
CMPC Biopackaging - Corrugados



- Licenciado en Relaciones Internacionales de la Universidad Católica Argentina.
- Posgrado en Gestión de Exportaciones y Desarrollo Empresarial de la MIB School of Management, Italia.
- Más de 11 años en la industria de soluciones de embalaje en Argentina y Chile.

Contacto





+23.000 Colaboradores
+ 7.8 USD Billones de facturación (2022)
12 PAÍSES Operaciones productivas



Unidades de negocio de CMPC

Celulosa (Pulp)

11 PLANTAS
productivas

Biopackaging

16 PLANTAS
productivas



15 PLANTAS
productivas



Biopackaging • Divisiones de negocio

• Corrugados • Sack Kraft • Boxboard • Edipac

INTRODUCCIÓN

- Tendencias
- Necesidades del packaging
- El dilema de la necesidad
- Diferenciación
- Estandarización
- Innovación
- Recomendaciones

MEGA TENDENCIAS GLOBALES

SUSTENTABILIDAD PRIORITARIA

Los consumidores siguen cambiando sus decisiones de compra, optando por productos más sostenibles que provengan de fuentes renovables.

INMEDIATEZ DIGITAL

La digitalización de los métodos de compra permite a los consumidores tener interacciones con sus proveedores.

VALORES Y PROPÓSITO

Los propósitos corporativos son cada vez más relevantes a la hora de elegir un lugar para trabajar o qué producto comprar.

BIENESTAR EN EL DÍA A DÍA

Las visitas a parques y las experiencias al aire libre se han incrementado exponencialmente, lo que permite la creación de proyectos que valoran los bosques con nuevos servicios ecosistémicos.

CONSUMIDORES MÁS PRAGMÁTICOS

Los consumidores son cada vez más exigentes con los productos y esperan una mejor calidad al mismo precio



FRUTA

NECESIDADES PACKAGING

PARTES INTERESADAS

CONSUMIDOR



- RRP (Retail Ready Packaging)
- Credenciales Sustentables

EXPORTADOR



- Resistentes y livianos

PROVEEDOR



- Eficiente

RRP 4 "FÁCIL"



VISION



OPEN



ACCESS



DISPOSE

EL DILEMA DE LA NECESIDAD

DIFERENCIACIÓN

- + visibilidad
- + prestigio
- + recordación de marca

Ej. identificación de fruta post año nuevo chino.

ESTANDARIZACIÓN

- + económico
- + flexible
- + simple

Ej. fondo de 5 kg de cereza

SOLUCIÓN

Identificar correctamente que crea valor desde cada una de las dos necesidades.

DIFERENCIACIÓN

En situaciones en las que el packaging llega al punto de venta o al consumidor final, es crucial establecer una diferenciación que atraiga a los clientes.

CLAVES DEL RETAIL

**+30% DE
VISUALIZACIÓN**

=

+10% DE VENTAS

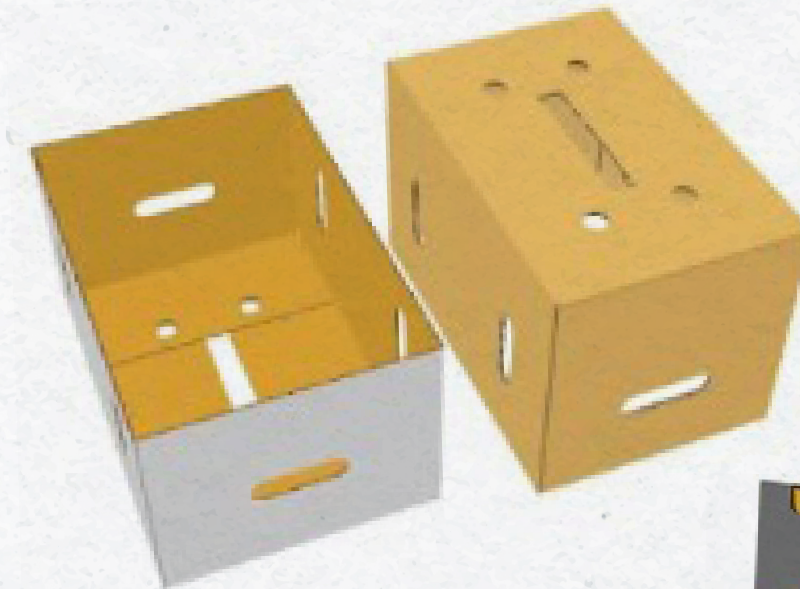


ESTANDARIZACIÓN

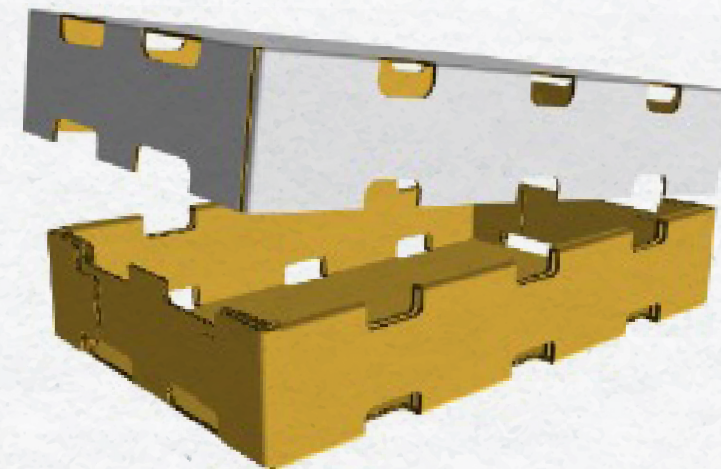
La estandarización es el proceso de ajustar o adaptar características en un producto, servicio o procedimiento; con el objetivo de que éstos se asemejen a un tipo, modelo o norma en común.

Evitar complejidad donde no agrega valor.

Benchmark Chile 2023



Tapa y fondo de manzana
18 kg - 19kg - 20kg - 21kg
43 modelos distintos vigentes



Tapa y fondo de cereza
5 kg
22 modelos distintos vigentes



INNOVACIÓN

¿Por que innovar es una obligación?

Caso salmón fresco

Por que crear un packaging distinto:

Diferenciación

+

Estandarización

cmpc 



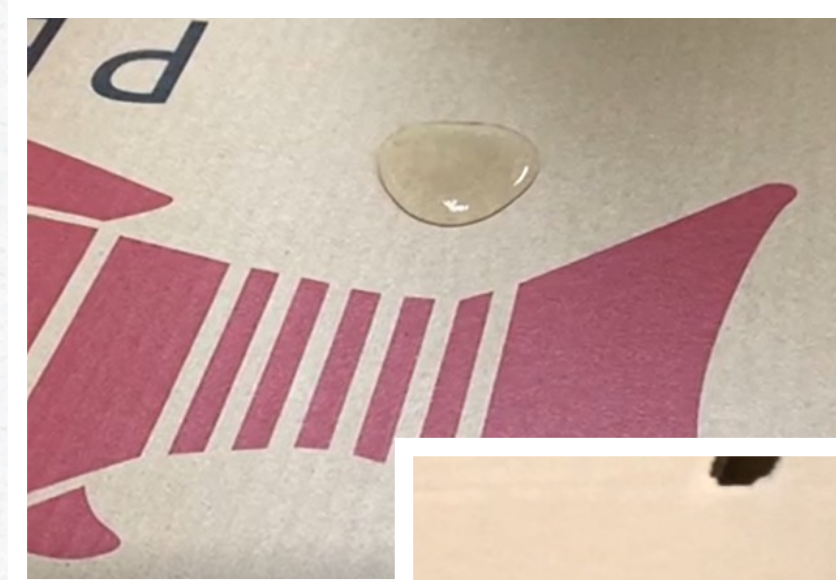
SUSTENTABILIDAD

Caso cajas con cerasina de cítricos y manzanas

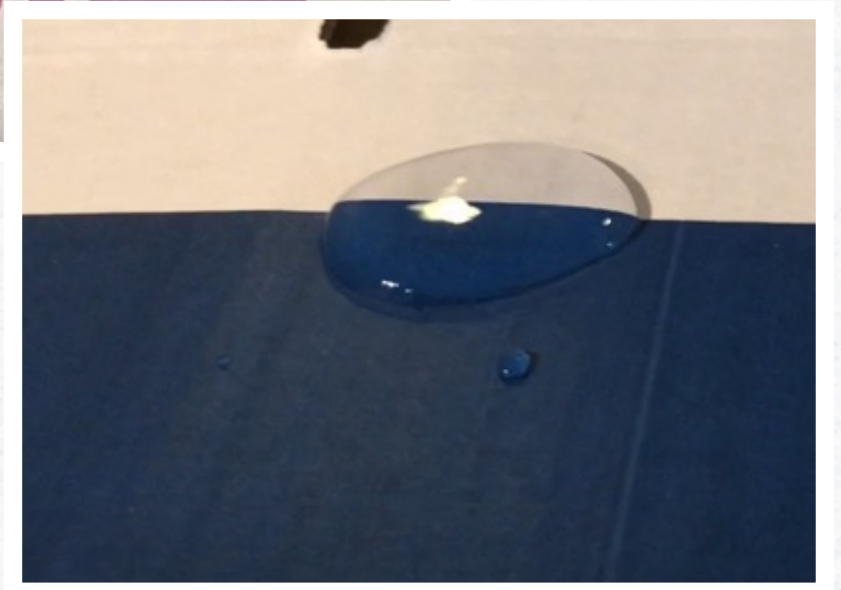
Solución disponible:

- 100% reciclable
- Resistente a la humedad
- Mismos diseños gráficos

Diferenciación
+
Estandarización



Hoy en día, esta barrera ha sido reemplazada por barnices a base de materias primas renovables, con un desempeño similar a la cera (que si bien no es exactamente igual, cumplen la función de proteger el envase en las condiciones antes descritas de cambios de temperatura, y por ende, condensación de humedad).



RECOMENDACIONES

- **Los negocios son complejos, lo que podamos hacer simple, mantenerlo así.**
- **Si no hay valor que lo justifique, el foco debe ser estandarizar.**
- **Si buscas diferenciarte, hazlo con algo importante (no te compliques).**
- **Si quieres ir rápido, camina solo. Si quieres llegar lejos camina acompañado.**

