



Informe sobre

Explorando el potencial del packaging

Optimización de la cadena de suministro y del packaging



CONTENIDO DEL INFORME

Bienvenida

03

Conclusiones
principales

05

Capítulo — 1

Complejidades
de la cadena de
suministro

06

Capítulo — 2

Abordar el coste,
la ineficiencia y el
riesgo

23

Capítulo — 3

Sostenibilidad
a través del
packaging

31

Conclusión

40

Anexo:
Metodología de
investigación

41

Bienvenida

La presión sobre las cadenas de suministro afecta a todos los negocios, pero un packaging innovador puede ayudar a agilizar estos procesos

Dependemos de cadenas de suministro globales frágiles. La COVID-19 y la guerra en Ucrania han obligado a las empresas a replantearse sus operaciones. Como resultado, las cadenas de suministro no son todo lo resilientes, rentables o libres de riesgos que podrían ser.

Las empresas deben reposicionar la logística, las compras, la sostenibilidad, la mano de obra, el packaging y mucho más para tener éxito. Para comprender cómo las empresas gestionan esta complejidad y el papel que desempeña el packaging

en sus estrategias, hemos encuestado a **300 ejecutivos** con responsabilidad sobre las áreas de supply chain, compras, packaging, materias primas o sostenibilidad. Todos los encuestados trabajan en empresas fabricantes de cuatro sectores clave: Automoción, electrónica, productos químicos y farmacéutico.

300

ejecutivos entrevistados, con responsabilidad sobre las cadenas de suministro, de entre los siguientes sectores:



AUTOMOCIÓN



ELECTRÓNICA



PRODUCTOS QUÍMICOS



FARMACÉUTICO

Los resultados son sorprendentes.

Casi siete de cada diez **(69 %)** gastarían más en packaging para ahorrar costes generales de la cadena de suministro. Sin embargo, aunque las empresas se enfrentan a la complejidad de la cadena de suministro en muchos frentes, no priorizan el packaging como solución, y los encuestados a menudo tienen las manos atadas a la hora de comprar un packaging que podría simplificar parte de esa complejidad.

Los encuestados se sienten atraídos por la innovación en el packaging. Más de la mitad han adoptado packaging inteligente, diseñado para rastrear y localizar la ubicación del artículo o el estado del contenido. Poco menos del **50 %** optimizará su packaging para lograr eficiencias y sostenibilidad en un futuro próximo.

El packaging también ayuda a las empresas a cumplir sus objetivos de sostenibilidad, especialmente gracias a que permite una economía circular, pero estas necesitan asesoramiento sobre cómo lograrlo.

Sin embargo, la encuesta revela un déficit en el pensamiento estratégico sobre el packaging. Solo una cuarta parte de los encuestados clasifican el packaging entre sus tres principales áreas de interés. Y el enfoque está orientado a los costes: más de dos tercios procuran comprar packaging al menor precio posible.

Esto limita la inversión a largo plazo en un packaging que mejore la eficiencia, nivele la cadena de suministro y reduzca la complejidad. Los encuestados reconocen los beneficios de las soluciones de packaging

innovadoras en la reducción de costes, la gestión de riesgos y el aumento de la sostenibilidad. Pero necesitan ayuda para vincular estos beneficios con objetivos estratégicos, iniciativas de economía circular, satisfacción del cliente o actividades para aumentar la eficiencia general.

Este informe explora estos hallazgos en detalle y proporciona información sobre cómo los stakeholders de la cadena de suministro pueden utilizar el packaging para reducir la complejidad, crear una ventaja competitiva y lograr objetivos de sostenibilidad.

Conclusiones principales

Las soluciones de packaging innovadoras pueden reducir costes e impulsar la sostenibilidad, pero las empresas necesitan ver la imagen completa. Hemos pedido a 300 directores de supply chain sus puntos de vista sobre la reducción de la complejidad de su logística:

1 Los directores de supply chain comprenden el potencial del packaging:



69% aumentaría el gasto en packaging para reducir los costes de la cadena de suministro

56% ha adoptado packagings inteligentes para rastrear y monitorear los productos

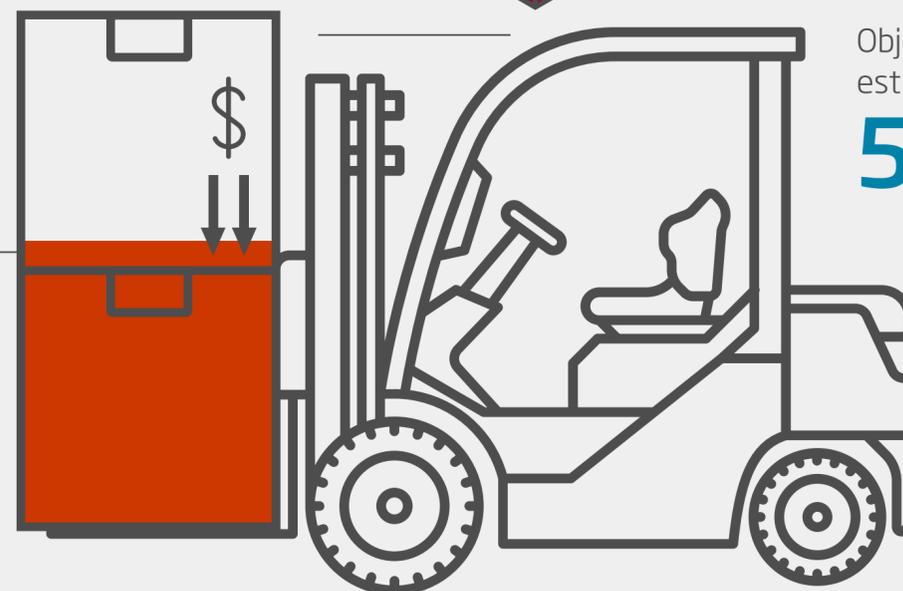
2 Ven los beneficios del packaging innovador en cuanto a eficiencia, riesgo y gasto:

75% garantiza el cumplimiento medioambiental/ de materias peligrosas



68% mantiene la calidad de los productos

56% reduce los costes logísticos



3 Pero las empresas están limitadas por un enfoque estrecho en los costes:

68% debe comprar el packaging a un coste mínimo



68% prioriza la reducción de costes de forma aislada



4 Tienen dificultades para vincular las inversiones en packaging con:

Mayor satisfacción del cliente

63%



Objetivos estratégicos

57%

5 Y necesitan ayuda para alcanzar la economía circular:

87% muestra un compromiso total con los principios de la economía circular



69% quiere ayuda para comprender el papel del packaging



61% quiere animar a los proveedores/ clientes a ser sostenibles



Capítulo — 1

Complejidades de la cadena de suministro

Explorando el potencial del packaging

Los fabricantes reconocen el potencial del packaging para abordar la creciente complejidad de sus cadenas de suministro, pero muchos no están pensando de un modo estratégico

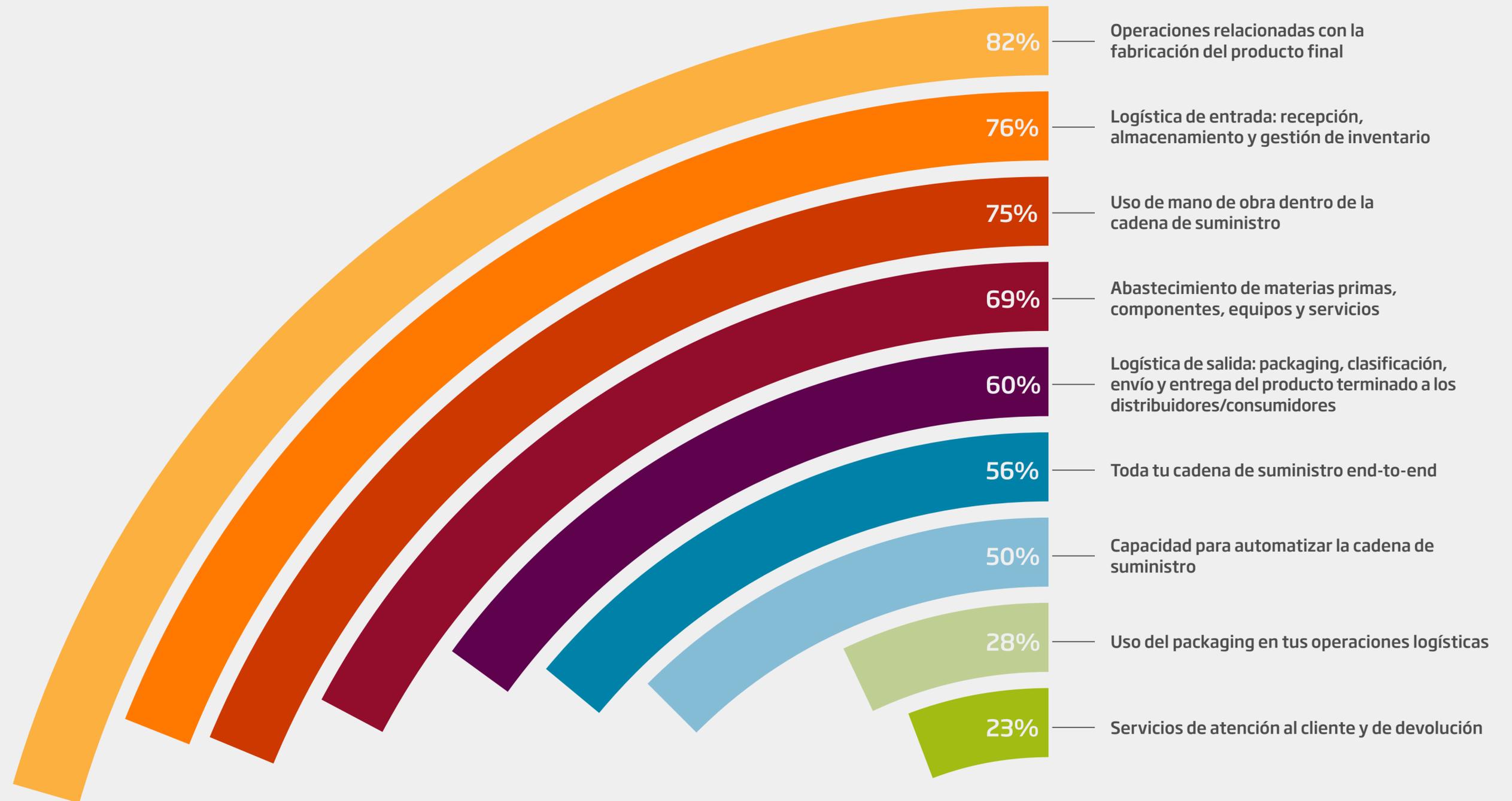
Podemos comprender los desafíos a los que se enfrentan los directores de supply chain identificando cuáles son sus principales preocupaciones.

Cuatro áreas dominan la complejidad de la cadena de suministro según los encuestados (**ver la Figura 1**): operaciones de fabricación de productos (**82 %**), logística de entrada (**76 %**), mano de obra y desarrollo laboral en la cadena de suministro (**75 %**) y abastecimiento de materias primas, componentes, equipos y servicios (**69 %**).

FIGURA 1

LAS OPERACIONES DE FABRICACIÓN, LA LOGÍSTICA DE ENTRADA Y LA MANO DE OBRA SON LAS PRINCIPALES CAUSAS DE LA COMPLEJIDAD DE LA CADENA DE SUMINISTRO

P: Por favor, califica el nivel de complejidad que encuentras en estas áreas de tu cadena de suministro (porcentaje que responde "algo" o "extremadamente" complejo).



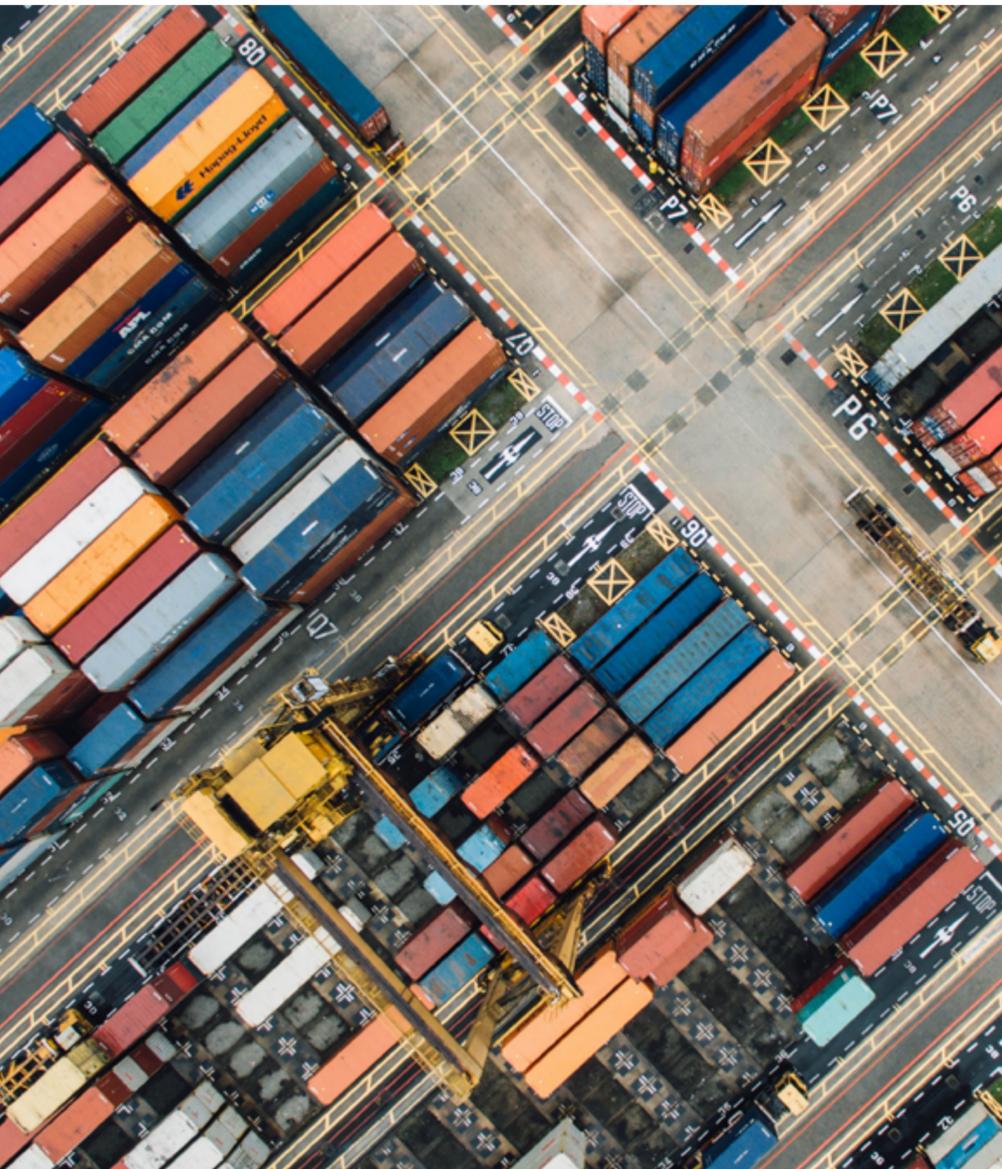
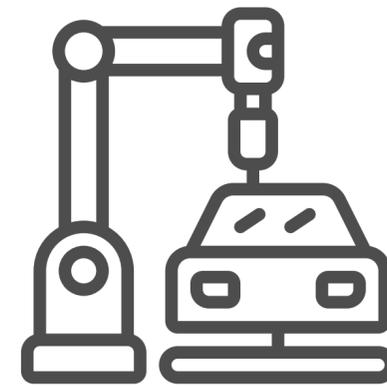


FOTO: CHITTERSNAP, UNSPLASH

Las principales fuentes de complejidad varían entre sectores: los fabricantes de automóviles, por ejemplo, ven la mayor complejidad en la fabricación de productos **(89 %)** y la logística de entrada **(81 %)**, mientras que los fabricantes de productos químicos tienen problemas con el abastecimiento **(76 %)** y la logística saliente **(68 %)**.

Gran parte de la complejidad asociada con el abastecimiento, la fabricación y la logística de entrada proviene de la necesidad de centralizar la fabricación. Los stakeholders de la cadena de suministro deben comprar a



89%

de los fabricantes de automóviles encuentran la mayor complejidad en la fabricación del producto

múltiples proveedores, moverse a través de redes de transporte complejas y recibir materiales para su posterior procesamiento.

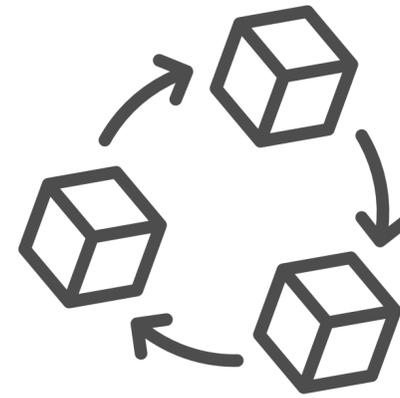
Como veremos, estas complejidades crean problemas en toda la cadena de suministro al aumentar los costes y producir residuos e ineficiencias, agravar los riesgos y limitar el progreso hacia los objetivos de sostenibilidad.

Innovación en packaging

Por el contrario, el packaging no se considera una fuente importante de complejidad, y solo el **28 %** de los encuestados lo describen como “algo” o “extremadamente” complejo.

De hecho, es un área que la mayoría de los encuestados sienten que tienen bajo control: el **63 %** dice que entiende el impacto total de las soluciones de packaging y puede medir el resultado en toda su cadena de suministro (**consultar la Figura 2**).

Este pensamiento está más avanzado entre los encuestados de la industria electrónica (**67 %**) y menos entre los del sector químico (**54 %**).



28%
consideran el packaging una fuente relevante de complejidad dentro de la cadena de suministro

FOTO: JOZEF POLC, ALAMY STOCK FOTO

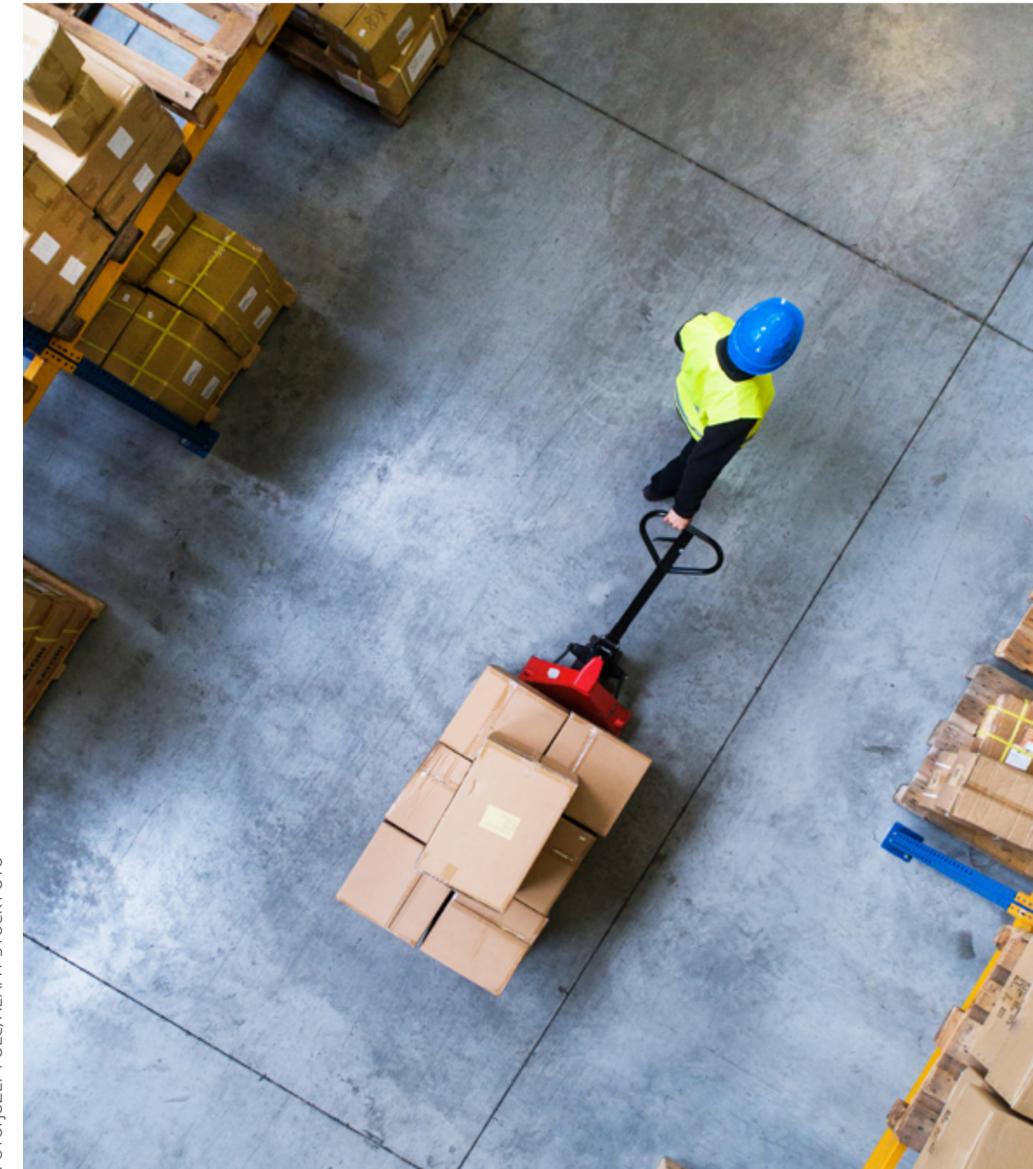
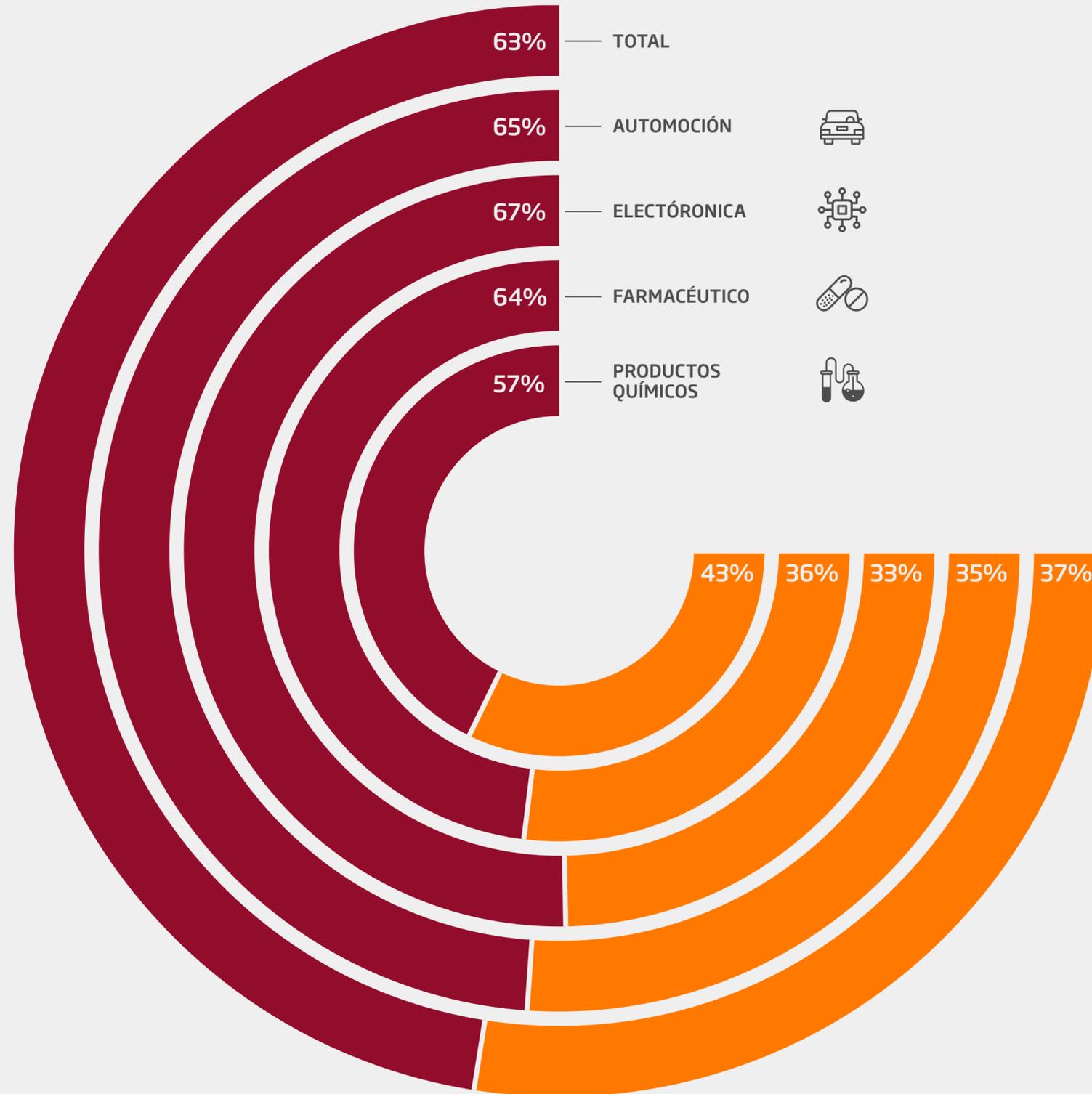


FIGURA 2

LA MAYORÍA DE LOS FABRICANTES DICEN QUE ENTIENDEN Y PUEDEN MEDIR LOS BENEFICIOS DE LAS SOLUCIONES DE PACKAGING

P: ¿Cuál de las siguientes afirmaciones encaja mejor con tu situación actual?



Entendemos completamente el impacto de las soluciones de packaging y podemos medir los resultados a lo largo de nuestra cadena de suministro

Entendemos parcialmente el impacto de las soluciones de packaging pero no podemos comprobar los beneficios que puede aportar a nuestra cadena de suministro



FOTO: ALVAREZ, ISTOCK

Sin embargo, como veremos más adelante, esta confianza refleja una visión cortoplacista de los posibles beneficios del packaging, ya que muchos encuestados tienen dificultades para medir su contribución a los objetivos estratégicos en toda la cadena de suministro end-to-end.

Para muchos, la innovación del packaging es un aspecto a tener en cuenta, según revela la encuesta. Más de la mitad de los encuestados (**56 %**) ya han adoptado packagings conectados o inteligentes que les permiten realizar seguimiento y monitorear



56%

**ya han adoptado
embalajes
conectados o
inteligentes**

los productos, y más de un **25 %** planea hacerlo este año.

De este modo podrán abordar la logística de entrada, que es una de las principales fuentes de complejidad. Junto con la logística de salida, es la causa de algunos de los costes más caros asociados a la fabricación de productos. Para las empresas que obtienen o envían materiales entre varios países, los costes de transporte internacional se acumulan rápidamente.

El packaging inteligente puede ayudar a contener estos costes.



47%

planea optimizar su packaging a lo largo del próximo año para reducir el desperdicio y mejorar la sostenibilidad

La geolocalización permite un mejor seguimiento y planificación de las mercancías en tránsito, mientras que la supervisión medioambiental puede garantizar la calidad del producto, reduciendo los residuos.

De cara al futuro, los encuestados planean invertir en packaging este año para mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de sus cadenas de suministro.

Solo el **24 %** afirma que ya ha optimizado su packaging para lograr eficiencias logísticas, reducción de residuos y sostenibilidad. Las empresas

farmacéuticas son pioneras en adoptarlo (**32 %**), aunque informan del mayor porcentaje de espacio vacío en contenedores de carga. El sector de automoción se está quedando atrás en esta área (**19 %**).

Sin embargo, casi la mitad (**47 %**) tiene previsto optimizar su packaging en el próximo año para lograr eficiencia, reducción de residuos y sostenibilidad, por encima de cualquier otra estrategia de la cadena de suministro en consideración (**véase la Figura 3**).

FOTO: AARON BURDEN, UNSPLASH

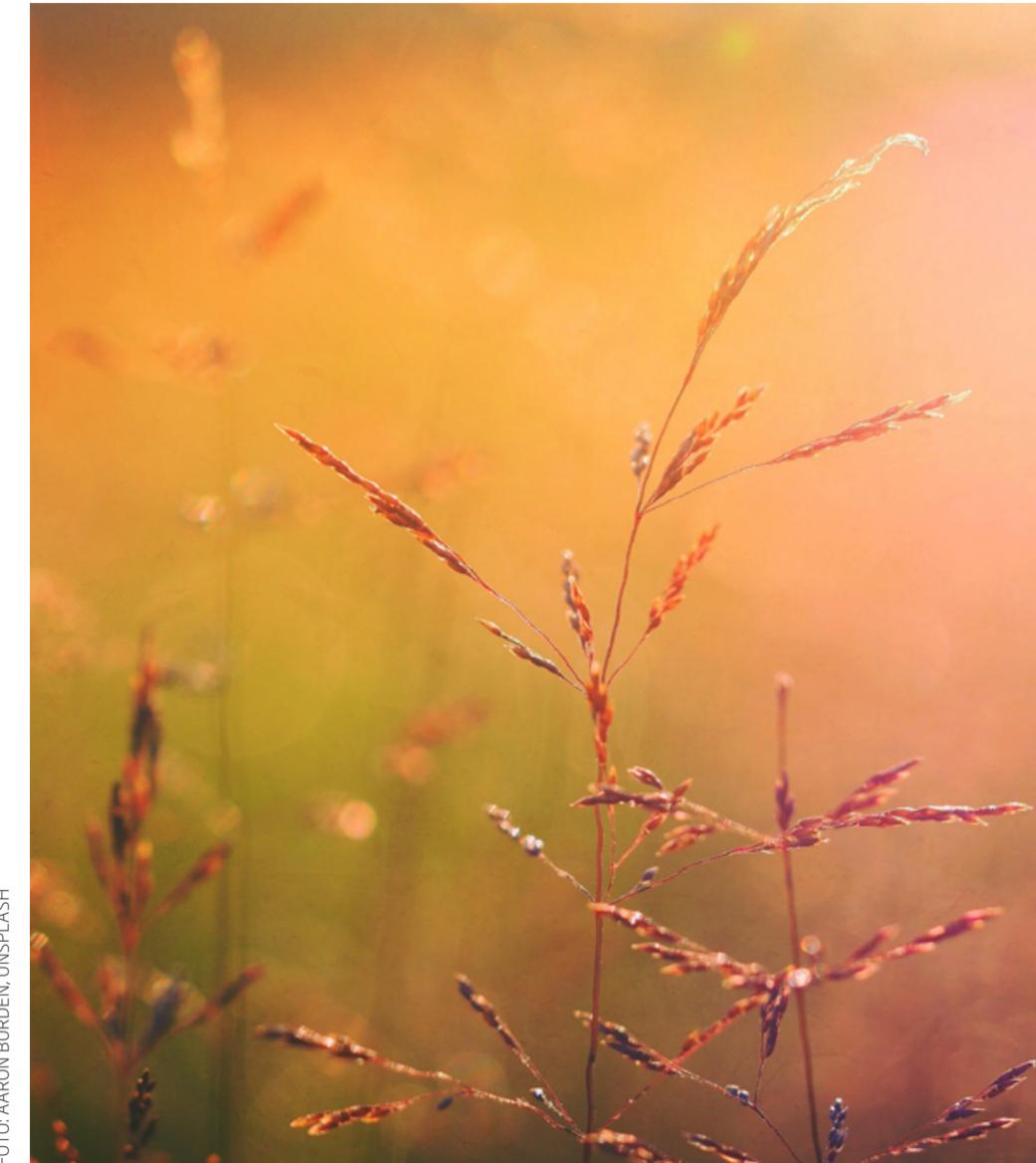


FIGURA 3

EL PACKAGING CONCENTRA UNA INNOVACIÓN CONSIDERABLE

P: ¿Cuáles de las siguientes iniciativas has adoptado, o planeas adoptar en los próximos 1, 2 o 5 años, para abordar la complejidad de tu cadena de suministro? (% de encuestados)



Packaging conectado/inteligente que permite saber en cada etapa dónde se encuentran los productos y cuáles son sus condiciones (humedad), etc.

Cadena de suministro digitalizada que permite a las máquinas informar sobre las capacidades actuales del producto

Optimización del packaging para lograr eficiencias logísticas, reducción de residuos y disminución de las emisiones de CO₂

Cadena de suministro digitalizada que permite planteamientos avanzados de previsión y racionalización de SKU

Subcontratación de operaciones logísticas a empresas logísticas de terceros (3PL)

Almacén automatizado que permite a los robots realizar el picking y el empaquetado

Trasladar la producción a una nueva planta dentro de Europa

Uso de robots en almacenes e instalaciones de almacenamiento para organizar y transportar productos

Trasladar la producción de China a Europa

Retorno sobre el packaging

Los fabricantes ven el packaging como un factor importante para resolver la complejidad de la cadena de suministro y, como resultado, están adoptando soluciones innovadoras.

Comprenden la ecuación de la inversión en packaging: el **69 %**

de los encuestados estaría dispuesto a aumentar su gasto en packaging para lograr una reducción del **5 al 15 %** en los costes generales de la cadena de suministro. De ellos, tres cuartas partes estarían en disposición de aumentar sus inversiones en packaging entre un **5 y un 10 %** para obtener dicha rentabilidad.

Tales ahorros son ciertamente alcanzables: recientemente se ha realizado un proyecto piloto con un fabricante que está previsto que proporcione un ahorro de 2 millones de dólares al año basados en una inversión inicial en packaging de solo 100 000

dólares. El estudio de caso del retorno de la inversión por sí solo es convincente.

Las pequeñas mejoras en las dimensiones, la forma y el material del packaging pueden multiplicarse por miles de artículos, aumentándose así significativamente el número y el volumen de productos en un camión o contenedor de envío. Esto genera ahorros, directamente al reducir los costes de transporte marítimo y por carretera, e indirectamente al minimizar los requisitos de administración, mano de obra y manipulación.



Un proyecto piloto reciente con un fabricante generará ahorros de

2 millones de \$

al año sobre la base de una inversión inicial en packaging de solo

100 000 \$

FIGURA 4

LA MAYORÍA DE LOS FABRICANTES AUMENTARÍAN EL GASTO EN PACKAGING PARA REDUCIR LOS COSTES DE LA CADENA DE SUMINISTRO ENTRE UN 5 Y UN 15 %

P: ¿Estarías dispuesto/a a aumentar el gasto en packaging si pudieras reducir los costes de la cadena de suministro en un 5-15 %? (% que responde "sí" o "no"). En caso afirmativo, ¿en qué medida aumentarías el gasto? (% de los que respondieron "sí")

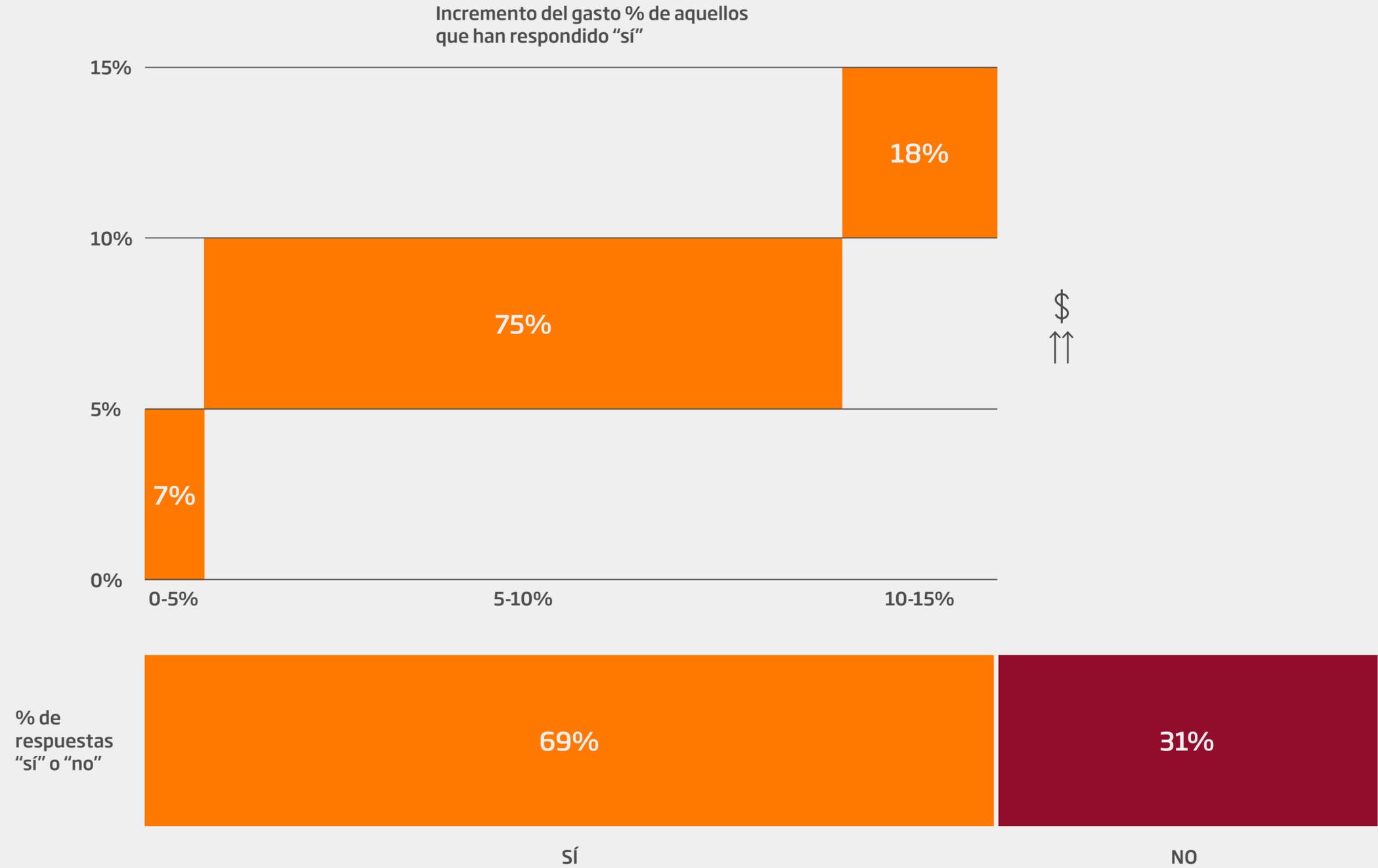




FOTO: RYAN MCVAY, ISTOCK

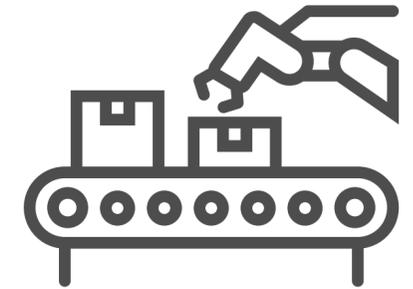
Una visión estrecha

Sin embargo, hay indicios de que no todos los fabricantes abordan el packaging de forma estratégica. Por ejemplo, solo el **25 %** sitúa el “uso del packaging en nuestras operaciones logísticas” entre sus tres principales áreas de interés respecto a su cadena de suministro **(ver Figura 5)**.

Tal vez, como era de esperar, las áreas de mayor complejidad dominan la atención de los ejecutivos de las empresas de

fabricación. La logística de salida y entrada, y el abastecimiento de materiales son sus principales áreas de interés, aunque, como reconocen los encuestados, el packaging puede resolver la complejidad, el coste y los residuos en estos ámbitos.

Otro indicador de una visión estrecha sobre el packaging es el hallazgo de que el **68 %** de los encuestados deben comprar el embalaje al menor precio posible. La misma proporción **(68 %)** prioriza la reducción de precios de forma aislada **(consultar la Figura 6)**, sin tener en cuenta el coste total de propiedad.



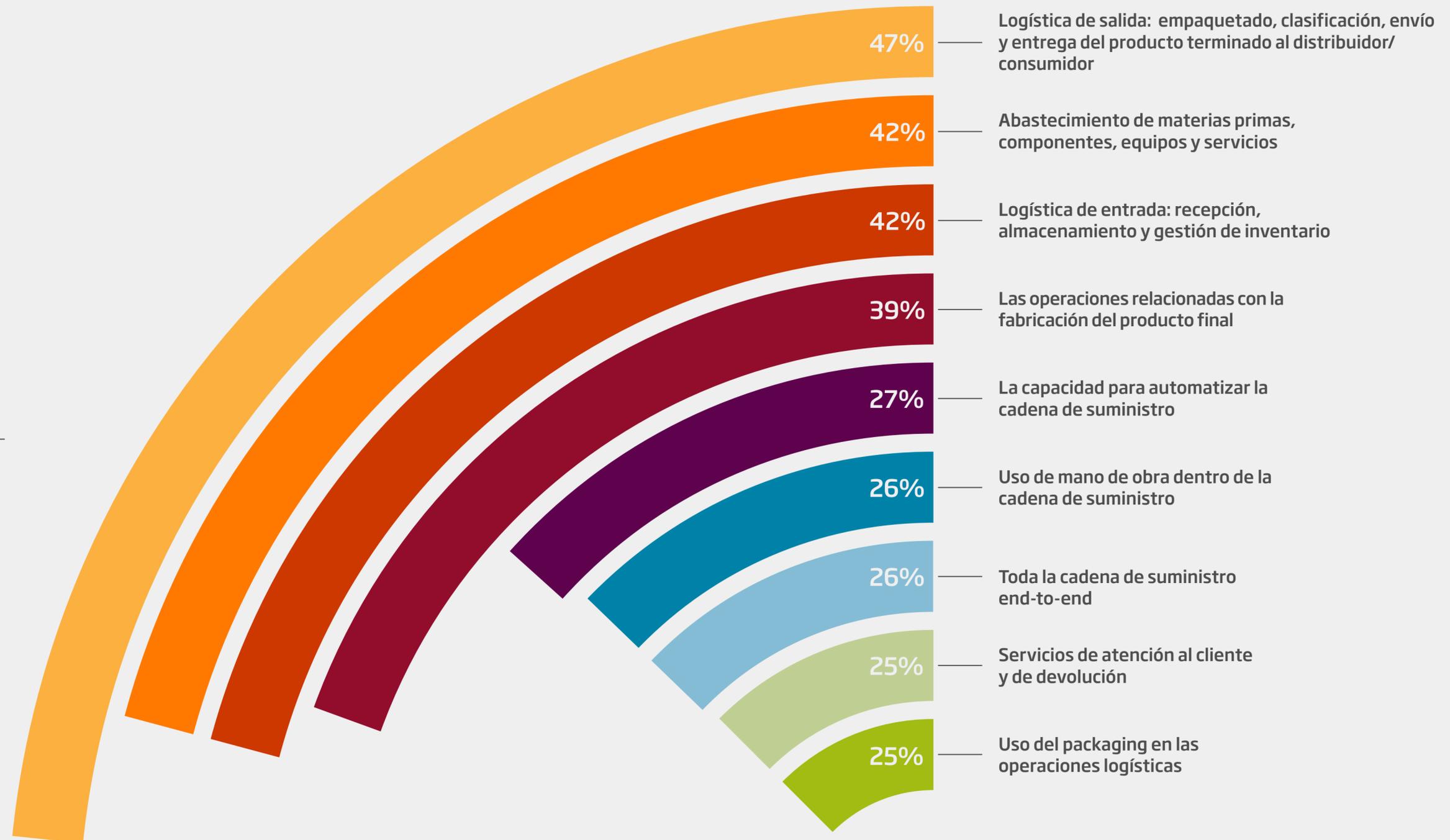
25%

considera el “uso de packaging en nuestras operaciones logísticas” entre sus tres principales áreas de enfoque en la cadena de suministro

FIGURA 5

LA ATENCIÓN DE LOS EJECUTIVOS SE CENTRA EN LAS FUENTES GENERADORAS DE COMPLEJIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO

P: ¿En qué área de la cadena de suministro te estás enfocando actualmente?





68%

prioriza la
reducción de
costes de forma
aislada

Ambas constituyen barreras a un mejor uso del packaging para superar la complejidad de la cadena de suministro porque estos planteamientos rechazan el pensamiento global y las oportunidades para obtener ahorros radicales en logística.

Esta opinión varía según la industria: el sector farmacéutico es el que más necesita comprar packaging al menor precio **(79 %)**, mientras que el sector de automoción es más propenso a priorizar la reducción de precios de forma aislada **(72 %)**.

Las empresas minoristas, incluidas las de productos electrónicos y de consumo, suelen ver el packaging como un elemento central del producto en general y fundamental para resultar atractivo al consumidor. El packaging se diseña al principio del proceso de desarrollo del producto y forma una parte esencial de la comercialización, el almacenamiento, el branding y la exposición de los artículos para la venta.

Por el contrario, las empresas B2B a menudo ven el embalaje únicamente como un coste.

FOTO: TODD TRAPANI, UNSPLASH

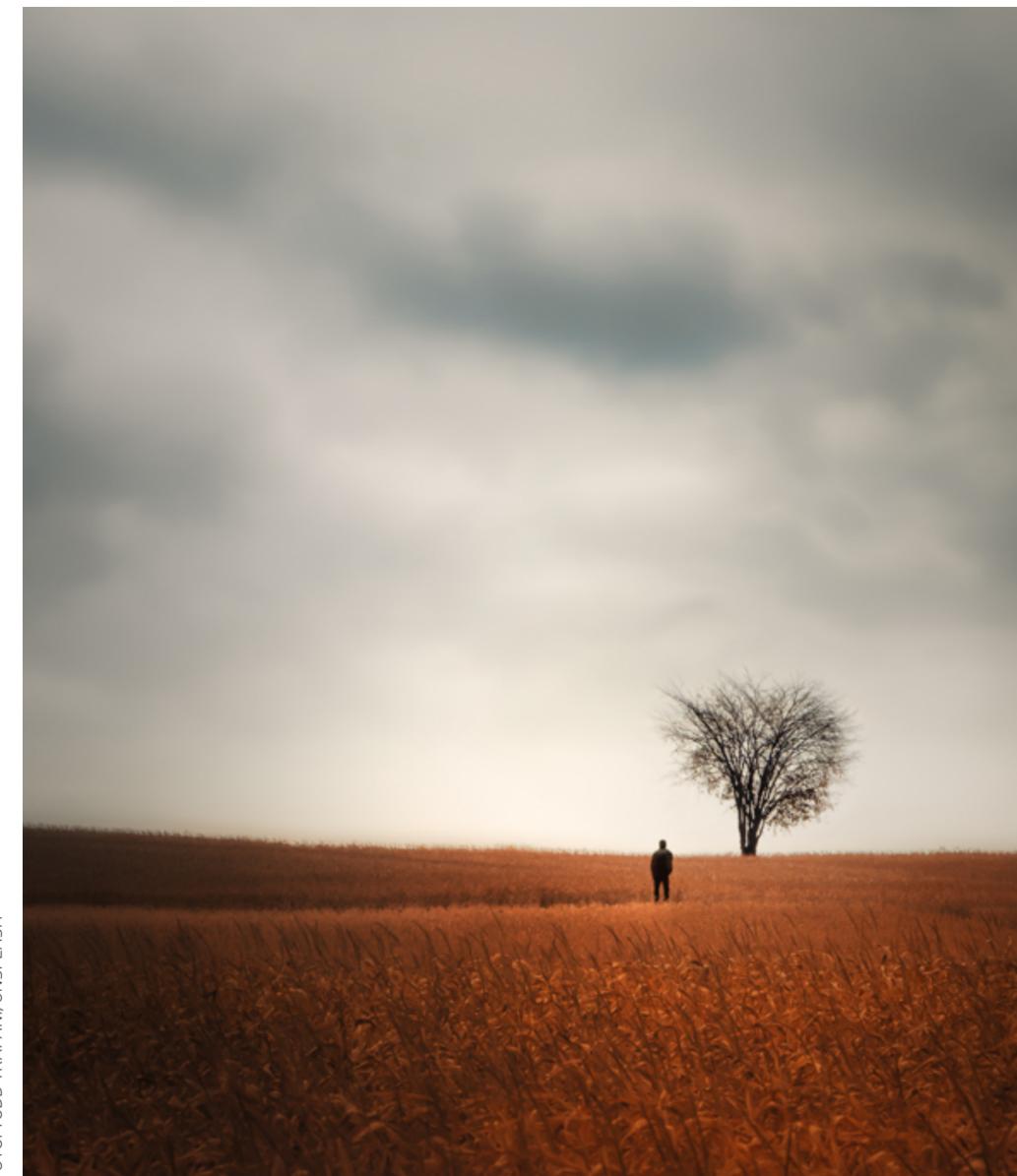
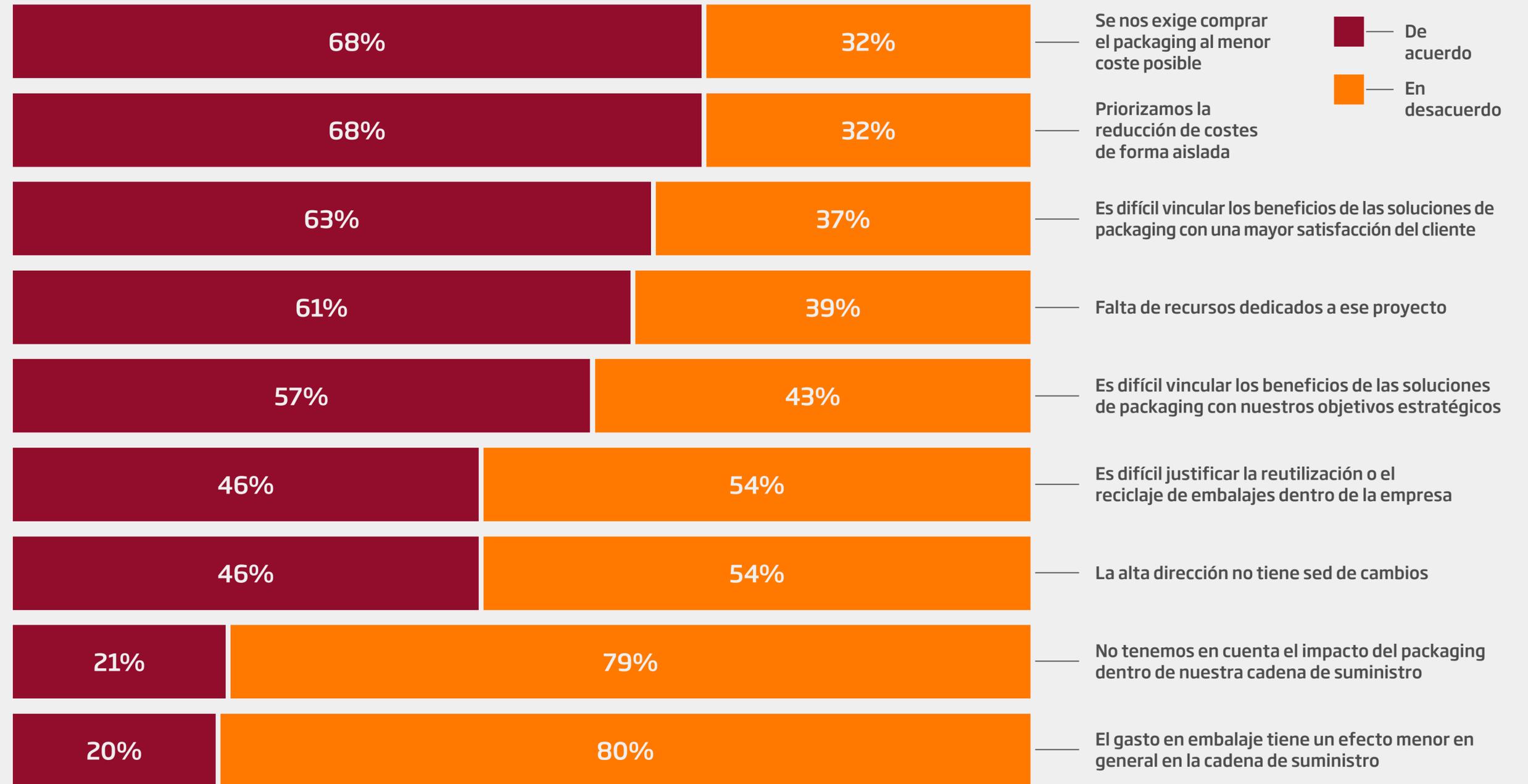


FIGURA 6

LA MAYORÍA DE LOS FABRICANTES QUIEREN MINIMIZAR EL PRECIO DEL PACKAGING

P: ¿Qué te impide hacer un mejor uso del packaging para superar la complejidad de la cadena de suministro? (% de acuerdo/en desacuerdo)



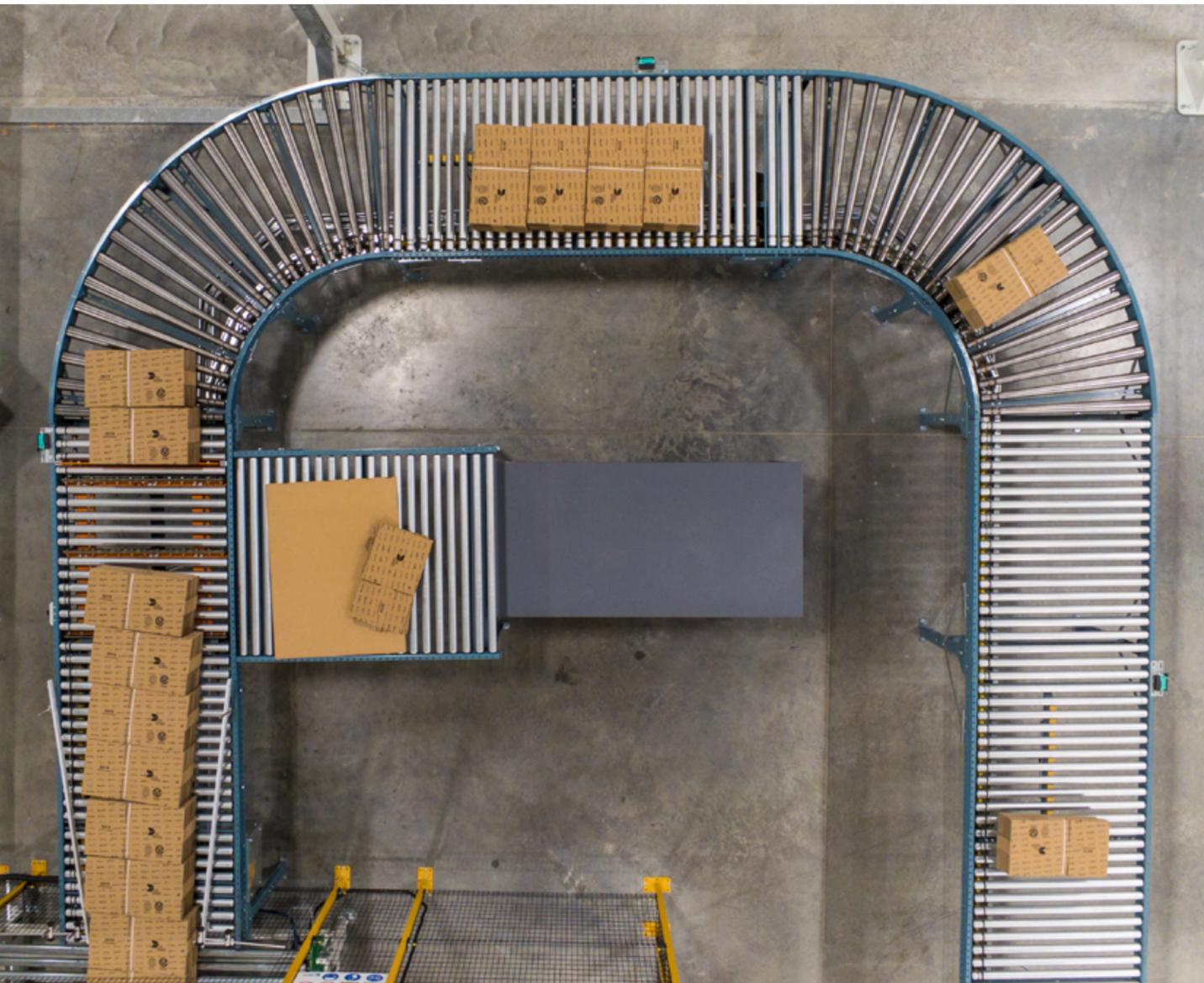


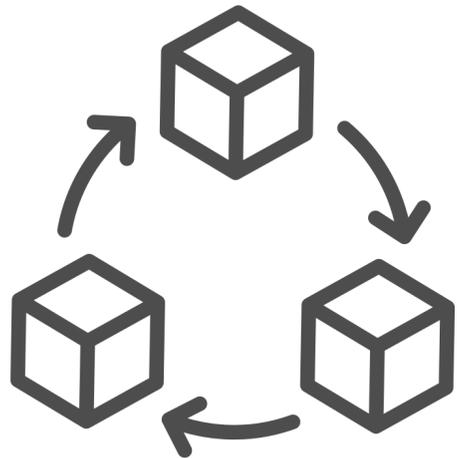
FOTO: DS SMITH

Si el objetivo es que un producto llegue de A a B de la manera más rápida y eficiente posible, el packaging no se considera necesariamente un activo útil por derecho propio. El embalaje se ve más como un coste que se debe asumir, en lugar de como un generador de valor.

A pesar de esto, las empresas industriales pueden utilizar el packaging para obtener ahorros. El embalaje bien diseñado agiliza y facilita la manipulación y el procesamiento de las mercancías.

Recortar unos centímetros las dimensiones del packaging puede

ahorrar varios metros cúbicos de espacio al multiplicar estos ahorros por cientos de artículos. La adopción de un embalaje fácilmente reutilizable y reciclable puede ayudar a cumplir los objetivos de sostenibilidad a la vez que se reducen los costes.



Una visión limitada priva a los fabricantes de la oportunidad de transformar sus cadenas de suministro. Un mejor diseño de embalaje puede ajustarse a las necesidades logísticas.

Esto genera eficiencias en todos los demás procesos simplificando la cadena de suministro end-to-end, al eliminar puntos de contacto y reducir los desperdicios.

Como veremos en los siguientes capítulos, considerar el packaging como parte de una solución general de la cadena de suministro ayuda a elevarlo de un producto básico a un impulsor clave para reducir directamente la complejidad y cumplir con unos objetivos de sostenibilidad cada vez más estrictos.

Capítulo — 2

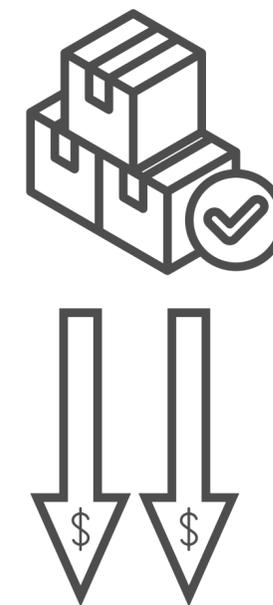
Abordar el coste, la ineficiencia y el riesgo

Aunque existen muchas oportunidades para reducir costes y riesgos de las cadenas de suministro, los fabricantes necesitan apoyo para vincular las inversiones en packaging a sus objetivos estratégicos

Los fabricantes reconocen el potencial de un packaging optimizado para abordar los costes, las ineficiencias y los riesgos derivados de la complejidad de sus cadenas de suministro.

Cuando se trata de reducir costes e ineficiencia, las mayores oportunidades son: reducir los costes logísticos utilizando las especificaciones de packaging adecuadas (**56 %**), garantizar el cumplimiento de la legislación medioambiental (**52 %**), y un picking y empaquetado más rápidos (**39 %**), según los

encuestados (**consultar la Figura 7**). Esto es especialmente importante en un contexto de rápidos cambios en los precios de los contenedores y los costes de transporte.



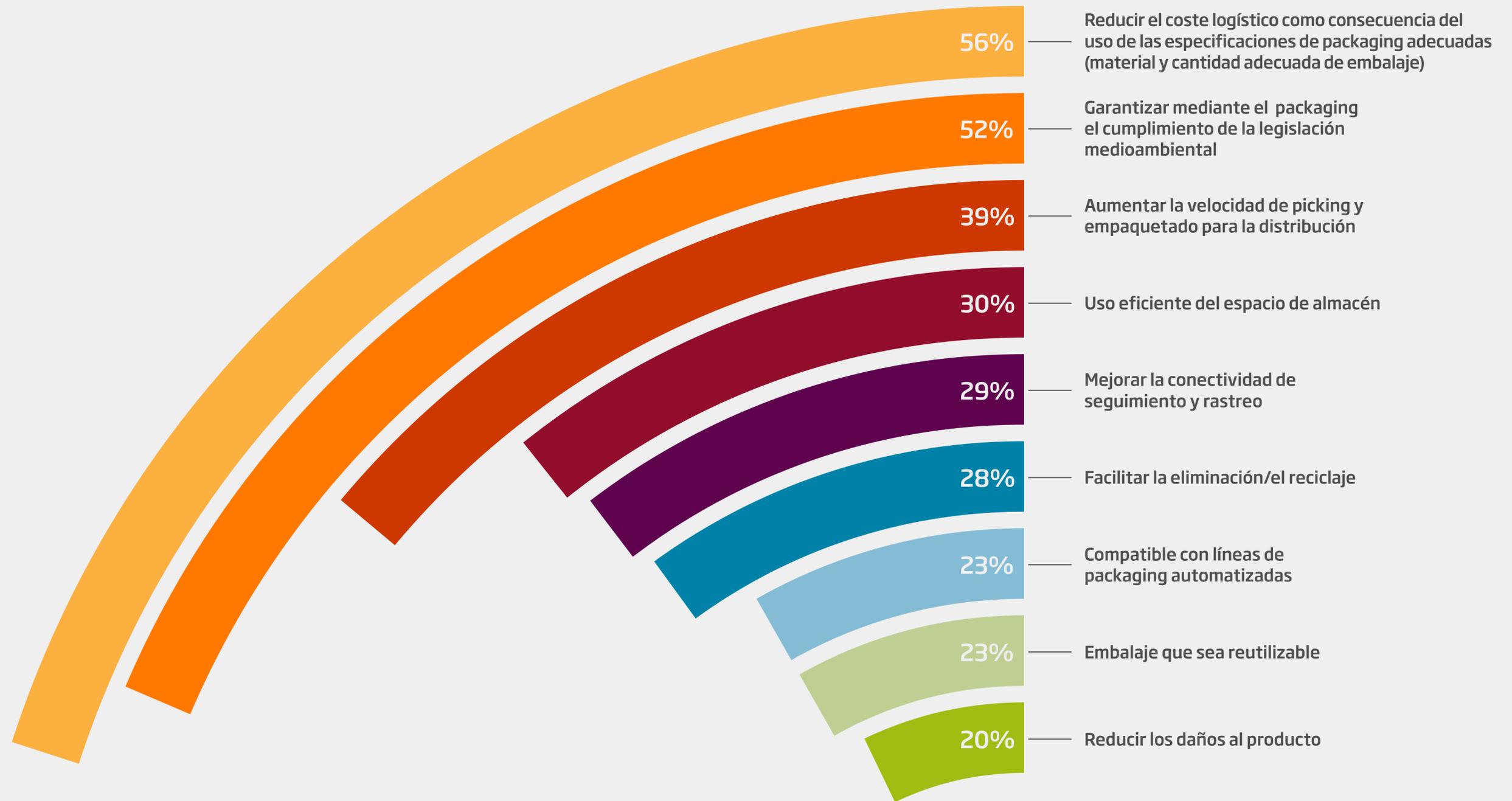
56%

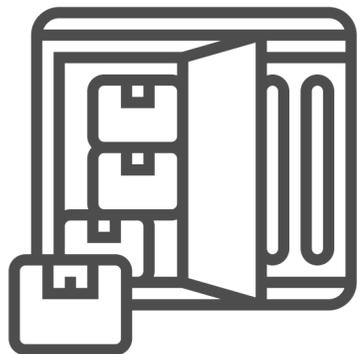
considera que utilizar embalajes adecuados es la mayor oportunidad para reducir los costes logísticos

FIGURA 7

LOS ENCUESTADOS VEN OPORTUNIDADES PARA REDUCIR LOS COSTES Y AUMENTAR LA EFICIENCIA A TRAVÉS DE UN PACKAGING OPTIMIZADO

P: Al pensar en una mayor eficiencia y menores costes, ¿cuáles son los atributos más importantes que las soluciones de packaging optimizadas podrían aportar?, % de clasificación como prioridad 1, 2 o 3





La mitad de los encuestados cree que hasta el

10%

del espacio de los contenedores se desperdicia. La otra mitad considera que la proporción está entre el

10 - 25%

Todos los encuestados están de acuerdo en que se podría ahorrar algo de espacio en sus contenedores. La mitad cree que se desperdicia hasta el **10 %** del espacio del contenedor. La otra mitad cree que la proporción de espacio desperdiciado es aún mayor, entre el **10** y el **25 %**.

Los encuestados de la industria farmacéutica (**63 %**) son más propensos a creer que entre el **10 %** y **una cuarta parte** de su volumen de embalajes es espacio perdido.

Los riesgos también se pueden gestionar con un embalaje



FOTO: ARON YIGIN, UNSPLASH

“Las Métricas de Diseño Circular, pueden mostrar hasta qué punto el packaging cumple con los principios de economía circular”

optimizado, especialmente aquellos relacionados con el estado de los productos, la seguridad y el cumplimiento medioambiental.

Para tres cuartas partes de los encuestados **(75 %)**, utilizar el embalaje para cumplir con la legislación medioambiental y/o sobre mercancías peligrosas es la mejor oportunidad. Casi la misma cantidad **(68 %)** ve las condiciones ambientales y la calidad como un beneficio principal.

Esto permite suponer que las soluciones de packaging deben

diseñarse e implementarse con una comprensión profunda de la legislación existente y futura, junto con la experiencia sobre cómo esos requisitos afectarán a sectores específicos.

Esto debería estar respaldado por rigurosas pruebas de packaging, junto con consultoría y certificaciones que garanticen que el packaging pueda cumplir con los requisitos de sostenibilidad, por ejemplo, mediante el uso de Métricas de Diseño Circular, que pueden mostrar hasta qué punto el packaging cumple con los principios de economía circular.



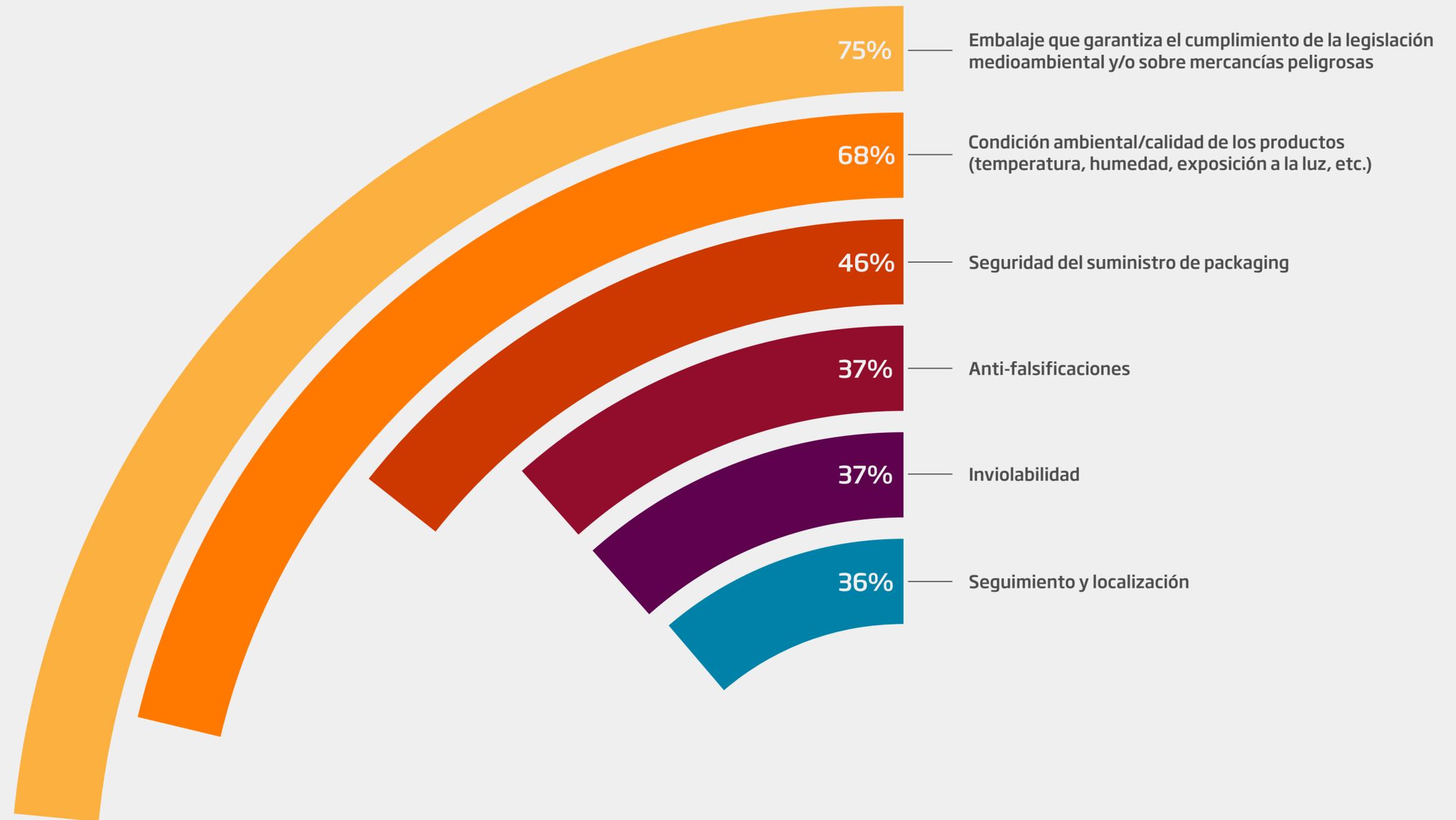
75%

de los encuestados ve en el embalaje una importante oportunidad para cumplir con la legislación medioambiental o sobre mercancías peligrosas

FIGURA 8

MUCHAS PREOCUPACIONES MEDIOAMBIENTALES SE TRASLADAN DE FORMA EFECTIVA A LOS PROVEEDORES DE PACKAGING

P: Cuando piensas en gestionar los riesgos dentro de tu cadena de suministro, ¿cuál es el atributo más importante que las soluciones de embalaje optimizadas podrían aportar?, % de clasificación como prioridad 1, 2 o 3



Plantear el caso

Sin embargo, darse cuenta de estos beneficios es más fácil de decir que de hacer, y hay una serie de desafíos que impiden a los fabricantes hacer un mejor uso de las soluciones de packaging.

Como ya hemos visto, el principal de ellos es una mentalidad que considera que el packaging es simplemente un coste que se debe minimizar. Sin embargo, otro factor que obstaculiza ampliamente el proceso es la incapacidad de vincular las inversiones en packaging con los resultados empresariales.

Por ejemplo, el **63 %** dice que es difícil vincular los beneficios de las soluciones de packaging con la satisfacción del usuario final, y el **57 %** dice lo mismo respecto a vincular el packaging con los objetivos estratégicos del negocio (**consultar la Figura 6**). Los encuestados de la industria química han tenido mayor dificultad para vincular el packaging a la satisfacción del cliente (**68 %**) o a objetivos estratégicos (**65 %**).

No hay duda de la importancia de vincular las inversiones a estos resultados: cada decisión tomada sobre el packaging se traduce en reducción de costes o en obtención de valor.



63%

dice que es difícil relacionar los beneficios del packaging con la satisfacción del usuario final

Esto significa desarrollar estudios de viabilidad que vinculen las inversiones en packaging con el ahorro en otros aspectos. Estos ahorros provienen de múltiples fuentes: ahorro directo de costes, optimización y reducción de residuos, eficiencia logística o prevención de riesgos.

El desafío al desarrollar estos estudios de viabilidad es que quizás los clientes no tengan el tiempo, los recursos o la información para dedicarlos a un análisis en profundidad de las cadenas de suministro. Un partner de packaging puede sacar las conclusiones adecuadas.

Utilizará su experiencia para analizar tu cadena de suministro e identificar áreas clave para mejorar. Un socio de packaging puede ofrecer estudios de viabilidad detallados sobre cómo la consultoría y el diseño “end-to-end” pueden reducir los costes y favorecer el ahorro en otras partidas.

Además del ahorro de costes, los partners de packaging ofrecen experiencia en sostenibilidad y economía circular. Estas áreas son cada vez más importantes, y los directores de supply chain se están dando cuenta. Exploraremos la sostenibilidad y la economía circular en el próximo capítulo.

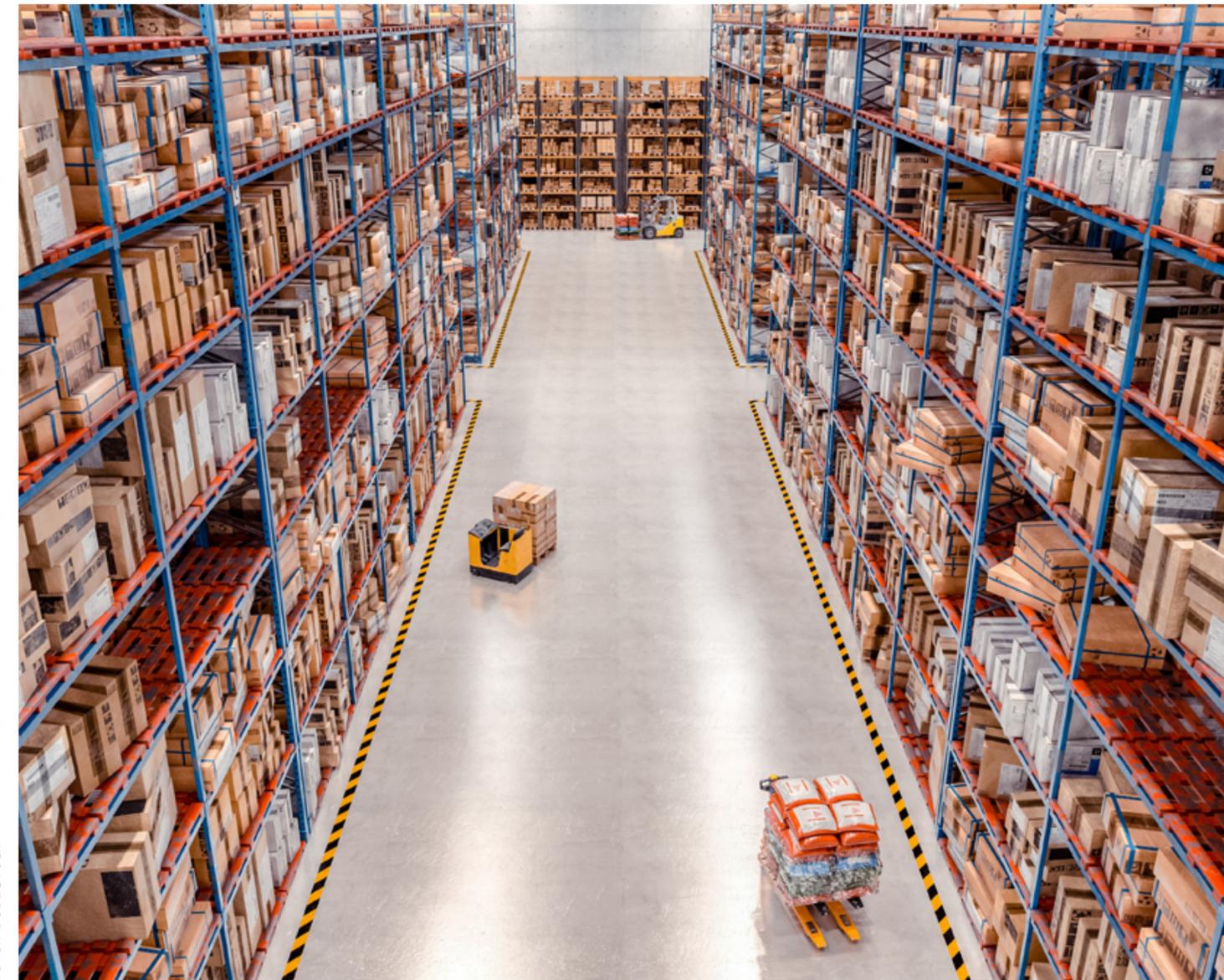


FOTO: ADOBE STOCK

Capítulo — 3

Sostenibilidad a través del packaging

Explorando el potencial del packaging

El packaging puede apoyar una serie de objetivos de sostenibilidad, pero el mayor premio será el de hacer posible la economía circular

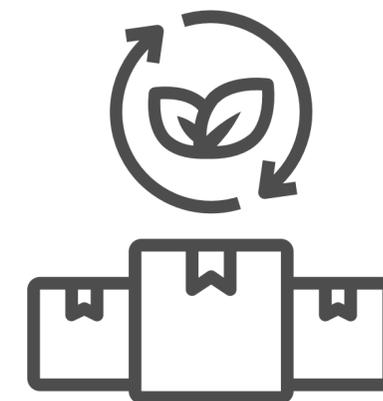
La sostenibilidad ha sido durante mucho tiempo una consideración para los directores de supply chain, quienes reconocen que la compra y el transporte de materiales, y el envío de productos acabados, contribuyen significativamente al impacto medioambiental y social del sector manufacturero.

Recientemente, se han intensificado las exigencias de las empresas para que midan y gestionen ese impacto. Un enfoque creciente en las emisiones de carbono de Alcance 3, que derivan de la cadena de valor de una empresa, no de sus propias operaciones directas, revela cómo se anima a las empresas a pensar en el impacto de sus cadenas de suministro.

En este caso también, el packaging tiene mucho que ofrecer. Los encuestados han proporcionado una amplia variedad de respuestas sobre cómo las soluciones de packaging

podrían ayudarles a reducir el impacto medioambiental de su cadena de suministro, incluyendo la reutilización del packaging **(para el 34 %)**, la producción de menos CO₂ **(31 %)** y la reducción del consumo general y los residuos **(30 %)**.

La reutilización del packaging ha resultado ser especialmente importante para los encuestados de los sectores farmacéutico **(40 %)** y de electrónica **(36 %)**. La reducción de los residuos en general es la opción preferida por quienes trabajan en el sector químico **(32 %)** y de automoción **(31 %)**.



34%

ve la reutilización del packaging como la mejor forma de reducir el impacto medioambiental de la cadena de suministro

FIGURA 9

EL PACKAGING OPTIMIZADO TIENE UNA AMPLIA VARIEDAD DE BENEFICIOS MEDIOAMBIENTALES

P: Cuando piensas en reducir el impacto medioambiental de tu cadena de suministro, ¿cuáles son los beneficios más importantes que podría aportar un packaging optimizado?

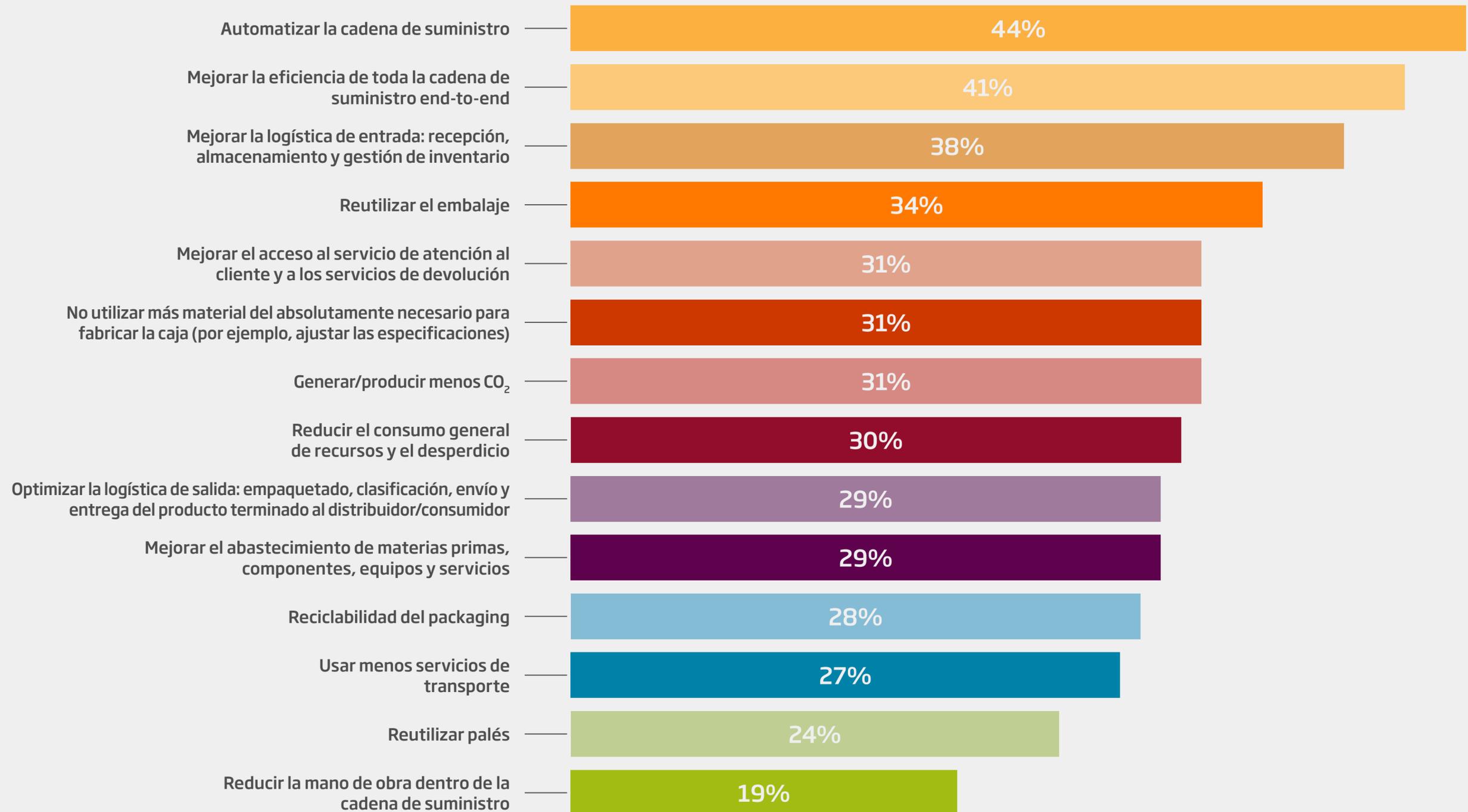




FOTO: DS SMITH, ADOBE STOCK

Por supuesto, el propio packaging tiene un impacto medioambiental, y los directores de supply chain deben considerar cuidadosamente los tipos de materiales que utilizan para transportar materias primas, piezas y productos acabados.

En algunos casos, el packaging de metal y plástico es la solución adecuada. Aunque estos materiales pueden ser difíciles de reciclar, una amplia reutilización tiene sentido desde el punto de vista medioambiental. En otros casos, el cartón será una mejor opción, ya que es más ligero, más barato y más fácil de transportar y reciclar.

Para encontrar la solución de packaging óptima, las empresas sopesan múltiples consideraciones. Cuanto más ágil y reducida sea la cadena de suministro, mayor será el impacto que tendrá un packaging optimizado en la reducción de emisiones y residuos.

Los socios de packaging pueden tener en cuenta estos efectos interconectados y proporcionar múltiples opciones que ofrecen una combinación de beneficios. Considerar el packaging como parte de la cadena de suministro end-to-end ayuda a los fabricantes y a sus proveedores

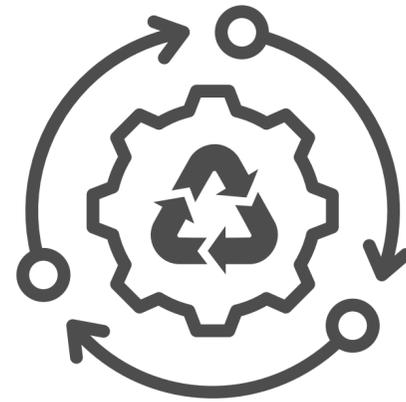
“Cuanto más ágil y reducida sea la cadena de suministro, mayor será el impacto que tendrá un packaging optimizado en la reducción de emisiones y residuos.”

de embalaje a trabajar juntos para disminuir las emisiones, reducir el consumo general y los residuos, y considerar la reutilización en aquellos casos en los que pueda establecerse la infraestructura necesaria.

Economía circular

La promesa de la economía circular consiste en llevar el mantra de la reutilización y el reciclaje a su máximo alcance. Se trata de una visión de futuro en la que el consumo de recursos finitos se mantiene al mínimo imprescindible o se elimina por completo. En su lugar, se producen nuevos materiales a través del reciclaje y de la regeneración de recursos naturales como la madera, con bienes y materiales reutilizados más veces por más personas y por más tiempo maximizando así su valor.

Los fabricantes han prestado su apoyo al concepto, y un **87 %**



87%

de los encuestados está totalmente comprometido con la economía circular

FOTO: 2022 PEOPLEIMAGES.COM, YURI A / SHUTTERSTOCK



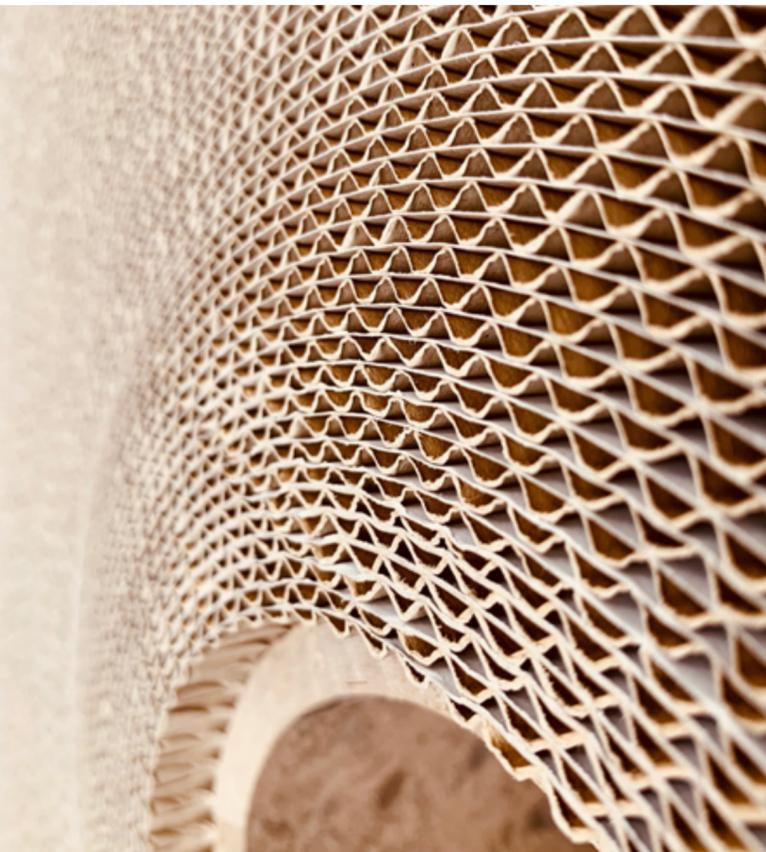


FOTO: MAODESIGN, ISTOCK

de los encuestados está totalmente comprometido con la economía circular (**Figura 10**). Más de una cuarta parte (**27 %**) de los encuestados afirman que ya están aplicando principios de economía circular en toda su cadena de suministro, mientras que el **60 %** solo los ha implementado parcialmente.

Este compromiso es encomiable, pero los fabricantes también reconocen que necesitan ayuda si quieren hacer realidad la economía circular. Siete de cada diez (**69 %**) encuestados dicen que necesitan ayuda para comprender cómo las soluciones de packaging

contribuyen a la economía circular, y el **61 %** necesita ayuda para animar a los proveedores y clientes a reutilizar y reciclar.

Alentar a los proveedores y clientes a reciclar y reutilizar preocupa particularmente a las empresas químicas (**71 %**).

Para que la economía circular se materialice completamente, debe haber un estudio de viabilidad. Esto es fundamental para pensar en la economía circular, no solo desde una perspectiva legislativa, de marca y de RSC, sino también desde el punto de vista de que debe tratarse de proyectos comercialmente viables.



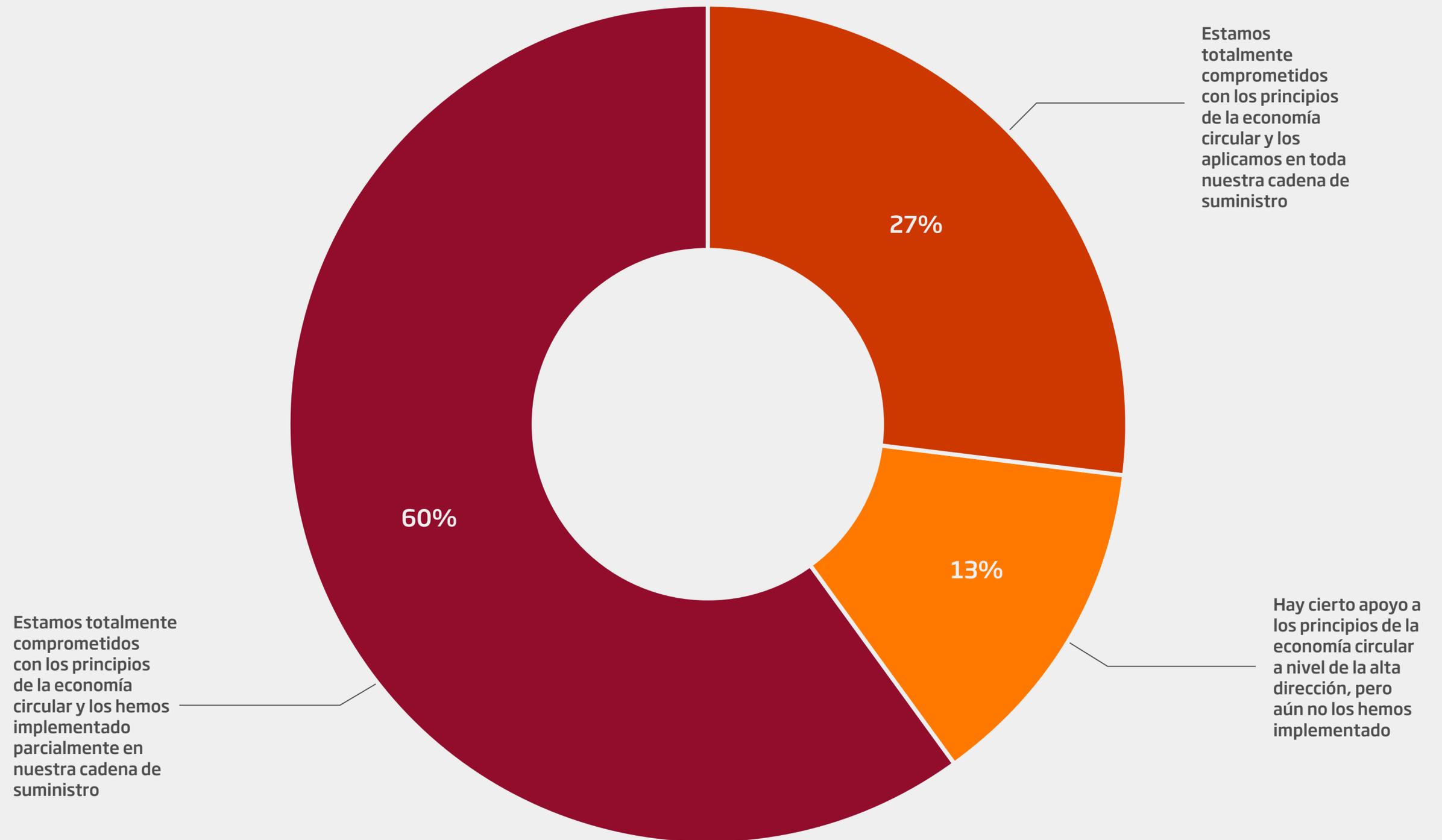
69%

de los encuestados están interesados en que se les ayude a interpretar cómo las soluciones de packaging contribuyen a la economía circular

FIGURA 10

LA ECONOMÍA CIRCULAR ES UN PUNTO DE INTERÉS PARA TODAS LAS EMPRESAS, Y ESTE ENFOQUE SERÁ CADA VEZ MAYOR

P: ¿Cuál de las siguientes opciones caracteriza mejor el enfoque de tu organización hacia la economía circular?



“El ahorro de costes en otras áreas de la cadena de suministro se puede utilizar para compensar los costes de la transición a una economía circular.”

La buena noticia es que el ahorro de costes en otras áreas de la cadena de suministro se puede utilizar para compensar los costes de la transición a una economía circular. Los beneficios de reducir la complejidad, maximizar el espacio, agilizar los procesos y limitar los puntos de contacto reducen los gastos operativos. Estos ahorros de costes se pueden redirigir para cumplir los objetivos de sostenibilidad.

De esta forma, los fabricantes pueden diseñar sus soluciones de packaging en función de sus compromisos con la economía circular, sin afectar a los

resultados finales.

Los directores de supply chain tendrán que ver cómo su packaging respalda un enfoque circular. Los proveedores pueden incorporar esto en sus informes de diseño, examinando todos los aspectos de los materiales de packaging, incluidas las emisiones relacionadas, los costes de transporte, la facilidad de reutilización, la reciclabilidad y otras áreas. Estos atributos también deben reflejarse en los materiales de marketing relacionados con el packaging, aportando elementos para el debate y pruebas, mostrando

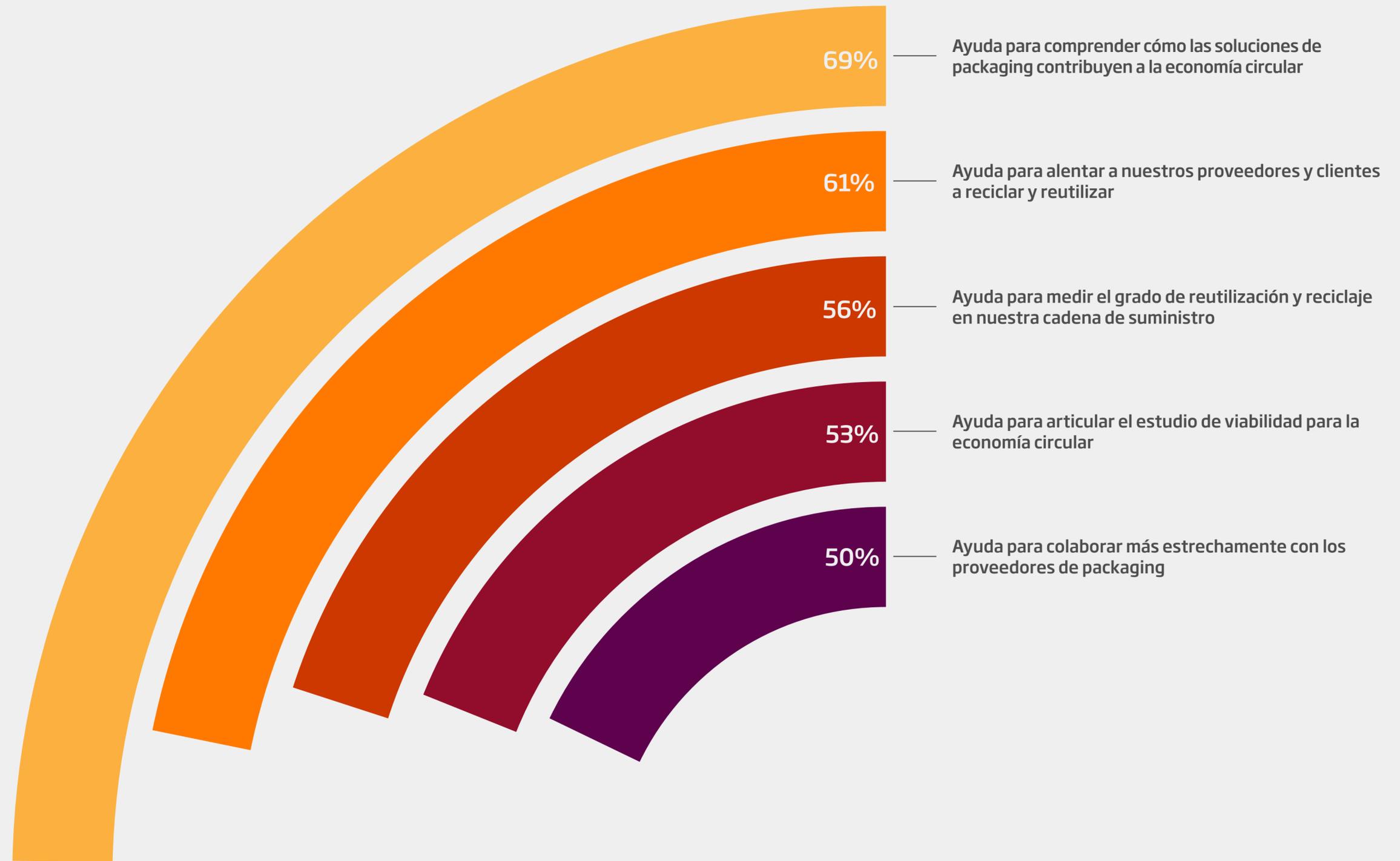
cómo el packaging ayuda a las marcas a cumplir con sus compromisos medioambientales.

En última instancia, el buen packaging consiste en unir estas áreas dispares: reducir la complejidad, analizar la cadena de suministro end-to-end, reducir los puntos de contacto, eliminar los residuos y agilizar las operaciones. Todo esto ayuda a las empresas a lograr un importante ahorro de costes, a la vez que gestionan los riesgos, cumplen los objetivos de sostenibilidad y se vuelven más competitivas.

FIGURA 11

AUNQUE LAS EMPRESAS ESTÁN COMPROMETIDAS CON LA ECONOMÍA CIRCULAR, NECESITAN AYUDA PARA APLICARLA A SU CADENA DE SUMINISTRO

P: ¿Qué te resultaría más útil a la hora de implementar principios de economía circular en tu cadena de suministro?



Conclusión

El packaging optimizado puede tener efectos positivos en toda la cadena de suministro, y a escala esto puede representar eficiencias significativas.

Nuestra investigación destaca las perspectivas actuales, el pensamiento avanzado y el buen trabajo que las empresas ya están haciendo. Al mismo tiempo, revela muchas de las complejidades y desafíos de adoptar el packaging como una solución integral.

Para muchas empresas, esas dificultades provienen de una persistencia en controlar los costes de manera aislada, lo que puede pasar por alto la necesidad de inversión a más largo plazo. Este planteamiento a corto plazo es comprensible, motivado por pensar en el packaging como un producto básico, en lugar de como un facilitador en otras partes de la cadena de suministro.

Pero todavía hay oportunidades.

Ha habido un apoyo importante para aumentar el gasto en embalaje, siempre y cuando

se ahorre dinero en otros aspectos. La clave en este caso es que las empresas comprendan claramente las opciones, los estudios de viabilidad y los ahorros asociados al packaging, y que la alta dirección apoye esos cambios.

Para quienes están preparados para invertir, hay beneficios sustanciales. El packaging no solo es un factor importante para favorecer la cadena de suministro y reducir los puntos de contacto, sino que también es clave para cumplir los requisitos legislativos y apoyar la sostenibilidad.

Aquí es donde los partners de packaging pueden ayudar. Es nuestra responsabilidad ayudar a las empresas a comprender los ahorros que pueden obtener, tanto directamente como debido a la simplificación y la optimización. Necesitamos ayudar a las empresas a desarrollar estos estudios de viabilidad en sus áreas clave y comprender cuándo tiene sentido invertir.

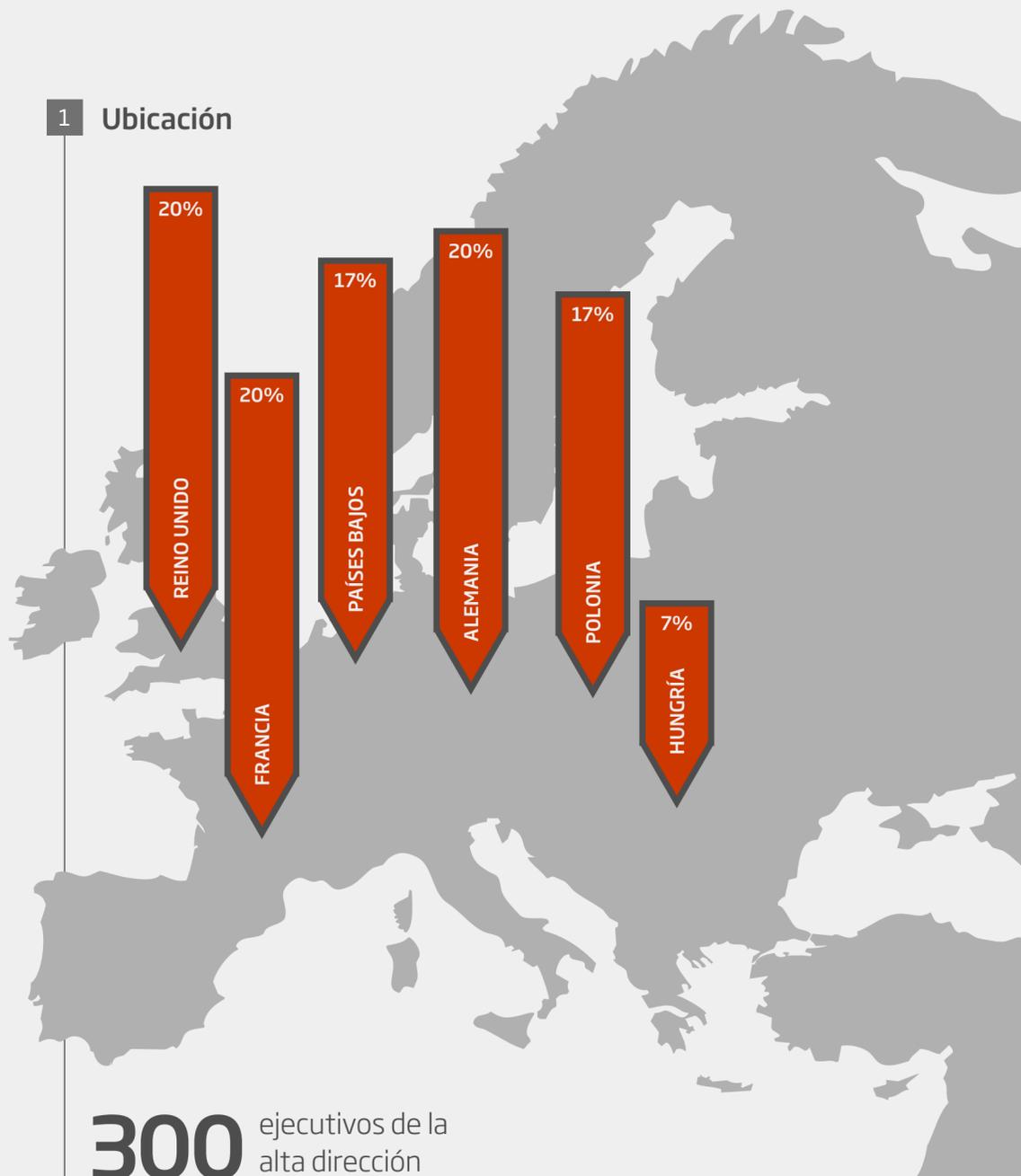
Esto nos ayuda a colaborar con nuestros socios y a presentar soluciones integrales que equilibren el control de costes, la sostenibilidad y una cadena de suministro que funcione mejor para todos.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El trabajo de campo se llevó a cabo entre septiembre y octubre de 2022. Los encuestados fueron seleccionados por teléfono y luego completaron un cuestionario en línea.

Por favor, ten en cuenta que a lo largo del informe las sumas totales pueden no ser iguales a 100% ya que las cifras se han redondeado

1 Ubicación

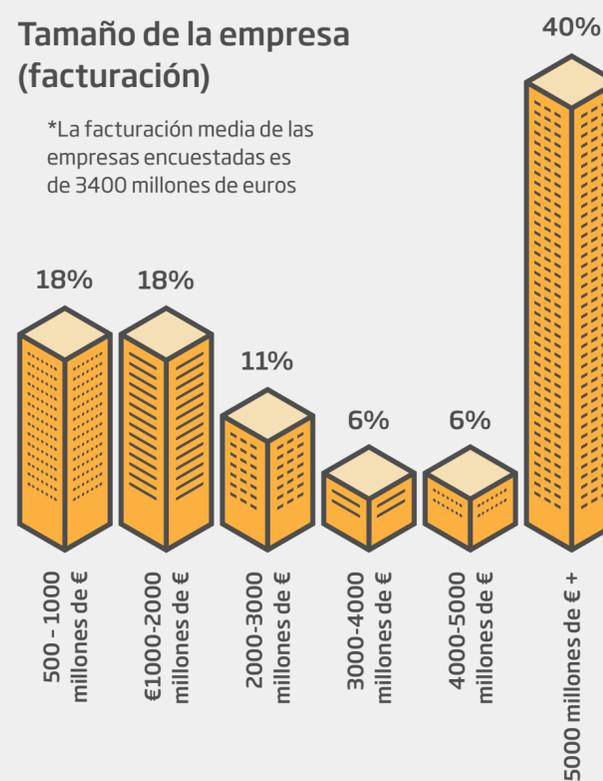


2 Sectores



3 Tamaño de la empresa (facturación)

*La facturación media de las empresas encuestadas es de 3400 millones de euros



4 Responsabilidad en la toma de decisiones



Soy directamente responsable/participo en la sostenibilidad de mi empresa



Soy directamente responsable/participo en el packaging de mi empresa



Soy directamente responsable/participo en la logística de mi empresa



Soy directamente responsable/participo en el aprovisionamiento de mi empresa

SOBRE DS SMITH

DS Smith es un proveedor líder de soluciones de packaging sostenibles, productos de papel y servicios de reciclaje, en todo el mundo. Durante los últimos 80 años, nuestra organización ha crecido considerablemente, al igual que nuestros servicios y áreas de especialización.

Nuestra historia se remonta al negocio de fabricación de cajas iniciado por la familia Smith en el este de Londres en la década de 1940. Durante los siguientes 50 años, nuestra reputación creció gracias a la ingeniería de calidad y a nuestra dedicación a nuestros clientes. A medida que aumentamos nuestro tamaño, fuimos incrementando nuestras capacidades, añadiendo la fabricación de papel y el reciclaje para poder conocer los retos que afrontan

nuestros clientes en su totalidad. En los últimos tiempos, nuestro negocio ha experimentado un rápido crecimiento, adquiriendo compañías en Europa y América del Norte. Este crecimiento nos ha posicionado como una de las mayores empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Londres. Nuestra visión es “Ser el proveedor líder de soluciones de packaging sostenibles”. Estamos muy satisfechos del progreso y del crecimiento que hemos logrado en los mercados en los que operamos.

En la actualidad, estamos presentes en más de 30 países diferentes y empleamos a más de 30 000 personas. Gracias a las habilidades y el conocimiento de nuestros empleados podemos brindar a nuestros clientes un apoyo estratégico en todo el Ciclo de Suministro de su packaging.

NUESTRO MODELO DE NEGOCIO CIRCULAR

Somos reconocidos en todo el mundo por nuestra innovación y por la calidad de nuestro packaging. Nuestros productos pueden mejorar la eficiencia del transporte y almacenaje, así como aumentar las ventas de nuestros clientes - y lo hacemos con cartón ondulado sostenible-. Reciclando las fibras de papel en nuestro cartón, podemos salvar hasta 160 millones de árboles de ser talados.

APROVECHANDO EL POTENCIAL DEL PACKAGING

Un enfoque holístico sobre la optimización de la cadena de suministro





© 2022 DS Smith y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.