La plataforma de negocios para la industria del empaque y la conversión

EL EMPAQUE

+Conversión

Edición 65 / 11-5



TENDENCIAS & PROYECCIONES

WWW.ELEMPAQUE.COM

AXIOMA B2B MARKETING

EL EMPAQUE +Conversión

Transformamos la manera de hacer negocios en la industria del empaque y la conversión.

Somos El Empaque + Conversión, el núcleo de conexión B2B del sector, una plataforma de **tecnologías vinculantes** que integra contenido especializado, herramientas digitales y modelos flexibles para que fabricantes, proveedores y marcas industriales crezcan con inteligencia, datos y visibilidad real.

¿Por qué elegirnos?

- Modelo flexible con resultados medibles.
- Autoridad de dominio y visibilidad real en el sector.
- Ecosistema digital fácil de comprar, pagar, usar y medir.
- Perfiles enriquecidos y "poderes" exclusivos en la plataforma.
- Estrategia por industria con generación de leads calificados.

¿Cómo funciona?



Nuestros productos están organizados en 3 grandes grupos:

- **360:** Beneficios nuevos en la plataforma "Poderes", más soluciones de visibilidad tradicional y branding en portales, revista, newsletters, banners, pauta y Lead Sites.
- **Digital:** Beneficios nuevos en la plataforma llamados "poderes" y Lead Sites
- **Modelo B (Agencia B2B):** Nos encargamos de toda la estrategia, contenido, ejecución y seguimiento de resultados más los beneficios de los planes 360.

Elija entre las 3 opciones, cada uno en planes ORO, PLATA Y BRONCE.

Consulte sobre nuestros productos destacados:
Email marketing, content marketing, descargables, performance content, campañas en Meta Ads y LinkedIn.

Conozca ahora nuestros nuevos planes accesibles para firmas especializadas a través de LEAD SITES con beneficios únicos: mini sites indexados, artículos, empleos, clasificados, cupones, presencia SEO georreferenciada y más.

Cifras que respaldan

Nuestra audiencia y alcance 2025

+272.200
profesionales activos en la industria

+887.000
vistias anuales al portal

+459.000
usuarios anuales al portal

+12.000
contactos verificados en nuestra base de datos

Conéctese con decisores reales de la industria en LATAM:
CEOs, gerentes de marketing, operaciones, planta y desarrollo de producto.

Lo que nos hace únicos

- Posicionamiento en buscadores (SEO)
- Tráfico y comunidad construida por +30 años con Innovación
- Contenido especializado que fideliza y genera intención de compra
- Tecnología, reporte de métricas, y acompañamiento comercial



Escanee el QR o visite:
www.elempaque.com/marketing

Convierta hoy su marca en referente de la industria.

Potencie su estrategia B2B con El Empaque + Conversión.

marketing@axiomab2b.com
www.elempaque.com | www.axiomab2b.com

EL EMPAQUE
+Conversión

Edición 67 / 12-1
Febrero - Marzo 2026
ISSN 2422-2100

Headquarters
B2BPortales Inc.
C/O MMCO
2155 Coral Way
Miami, FL 33145 EEUU

Calle 73 # 10-83
Torre C Piso 4
Bogotá, Colombia

Editor-in-chief
David Ricardo Muñoz Lozano
david.munoz@axiomab2b.com

Design and Layout
Sara Julieth Avila Fonseca
sjavilaf@gmail.com

Sales Representatives

United States, Canada & Brazil
Carolina Sanchez
+1(772) 7085812
carolina.sanchez@axiomab2b.com

Latin America
Colombia
Andrés Tocarruncho
Cel: +57 314 283 7851
andres.toca@axiomab2b.com

Mexico
Carmen Bonilla
Cel: +52 (81) 1378-1703
carmen.bonilla@axiomab2b.com

Stella Rodríguez
Cel: +52 1 (55) 1882-4802
Tel: +52 1 (55) 539-32028
stellar@prodigy.net.mx

Europe
France, Spain & Portugal
India
Lucas Labarile
Cel: +57 315 055 1970
lucas.labarile@axiomab2b.com

Italia
Flavio Rossi
+39 2 4158056 Mobile
338.6583851
rossi@com3orlando.it
www.com3orlando.it

Asia
Sydney Lai
Marketing Manager
Ph: +886-42329-7318 X 16
sydneylai@ringier.com.hk

Taiwan
Ringier Trade Publishing Ltd
Matt Wang
Ph: +886 (4) 232 - 97318
Ext. 11
mattwang@ringier.com.hk

China
Ringier Trade Media Ltd.
Maggie Liu
Ph: +86-20 8732 3316
maggieliu@ringiertrade.co

Hong Kong
Ringier Trade Publishing Ltd
Octavia Au-Yeung
Ph: +85 (2) 2869 - 8788
Ext. 11
octavia@ringier.com.hk

Image Bank
Shutterstock • Freepik

Prepress & Printing
Quad México



Proyecciones y tendencias
para la industria 2026

Las tendencias para 2026 confirman la continuidad de lo que ya venía tomando fuerza en 2025. En ese escenario, las empresas que se anticiparon —alineándose con normativas internacionales, acelerando su digitalización y automatización, y entendiendo que en empaque la eficiencia y la sostenibilidad ya no son opcionales— arrancan el año con una ventaja competitiva real y medible.

Para quienes apenas están empezando a mirar estos temas, el camino se vuelve más exigente: no porque sea imposible, sino porque requiere método, inversión y disciplina. Es como alguien que nunca ha ido al gimnasio y pretende "ponerse en forma" en enero: la intención es valiosa, pero los resultados no aparecen por decreto. Se construyen con hábitos y decisiones consistentes, sostenidas en el tiempo.

¿Por qué? Porque la industria ya cambió el estándar. Hoy se compite con más SKUs, ciclos de lanzamiento más cortos, clientes que exigen trazabilidad y evidencia de cumplimiento, y una presión permanente por reducir mermas, tiempos de cambio y costos operativos. No basta con "querer" modernizarse: hay que rediseñar procesos, integrar equipos, capacitar talento y construir datos confiables para operar con control.

En esta edición, ponemos el foco en las decisiones que marcarán la diferencia en 2026: cómo priorizar inversiones, dónde la automatización realmente paga, qué capacidades se vuelven críticas para impresión y etiquetas, y cómo convertir la sostenibilidad en una especificación técnica que proteja el negocio. La invitación es clara: entender el momento, leer las señales y actuar con intención… pero, sobre todo, con estrategia.

David Ricardo Muñoz
Editor en jefe de Revista El Empaque + Conversión
davidr-muñoz

EL PUENTE ESTRATÉGICO PARA GENERAR CONEXIONES EFECTIVAS

Axioma B2B Marketing, es la empresa líder en plataformas B2B, que conectan proveedores globales de productos y servicios con oportunidades comerciales y compradores en América Latina.

Autoridad total en 8 industrias estratégicas:

- Plástico
- Manufactura
- HORECA
- Salud
- Metalmecánica
- Alimentos
- Empaque
- Ferretera

Resultados de Gestión en 2025:

+18.000

conexiones efectivas de negocio gestionadas entre proveedores y audiencias clave.

+5.000

oportunidades de negocio detectadas y procesadas mensualmente.

Contactenos para su estrategia de marketing 2026
Marketing@axiomab2b.com

Síganos

AXIOMA B2B MARKETING

AXIOMA B2B MARKETING
www.axiomab2b.com

CEO
Marcelino Arango L.
marcelino.arango@axiomab2b.com

Director of Operations
Johann Peter Tao
johann.tao@axiomab2b.com

Sales Leader
Andrés Tocarruncho Lozano
andres.toca@axiomab2b.com

Marketing Director
Diego A González Sañudo
diego.gonzalez@axiomab2b.com

Board of Directors
Marcelino Arango L.

Hecho en Colombia, por colombianos

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta revista sin autorización expresa de los editores.

La opinión de los columnistas no refleja necesariamente la posición editorial de la revista EL EMPAQUE+CONVERSIÓN

Las imágenes que ilustran los temas no corresponden a publicidad, son utilizadas según el archivo fotográfico de revista EL EMPAQUE+CONVERSIÓN y Axioma B2B Marketing para fines editoriales.

VISTAZO

8 Contexto económico y regional Latinoaérica 2026

12 Proyecciones de crecimiento por subsector de la industria

SOSTENBILIDAD

16 Estudio revela preferencia de consumidores por empaques PCR

INNOVACIÓN Y DISEÑO

20 El lenguaje estratégico del color en packaging, por Hernán Braberma

TECNOLOGÍA

24 Tendencias de la industria de empaque y embalaje 2026

28 5 recomendaciones estratégicas para el 2026

IMPRESIÓN Y ETIQUETAS

30 Tendencias globales en flexografía y su impacto en Latam, por Leonardo Loiaza

33 Intelligence Optimization (iO), análisis de eficiencia y productividad. por Ricardo Romero

VEA TAMBIÉN

4 Carta Editorial

Productos protegidor naturalmente
www.empaquesycartones.com.co

NATURALMENTE RESPONSABLES

Los procesos implementados son amigables con el medio ambiente, gracias a las buenas practicas que se emplean en el proceso productivo de nuestras bolsas.



Bolsas con Ventana



Bolsas Fondo Piegado



Bolsas Fondo Cuadrado



Publicidad en Bolsas de Papel



Bolsas Boutique



Bolsas con Manija Troquelada



Sacos Multicapa
Papel Semiextensible



Papel Parafinado - Antigraso

empaques & cartones S.A.S

CALIDAD



PAPELES
Kratt, Blanco, Earth Pact, Paratinado, Antigraso, Seml Extensibie.

IMPRESIÓN
Flexografica hasta 6 tintas

- Los procesos de producción más Limpios.
- Compras directas a los mejores molinos nacionales e internacionales.
- La mayor capacidad instalada en bolsas de papel.
- Más de 400 clientes atendidos.
- La mayor versatilidad en tamaños, materiales y diseños.
- La mejor tecnologia y experiencia.
- Nuestros empaques son más resistentes.

Encuentre nuestro sello en el fondo de las bolsas de papel, de las marcas mas importantes del pais.

Empaques & Cartones S.A.S.

Cr. 96i No. 15C - 73, Via Variante Fontibon
PBX (601) 746 9803 - Bogota, D.C.
informacion1@empaquesycartones.com.co

www.bolsasdepapel.co

Contexto económico de Latinoamérica 2026–2027:

cómo se reordena el negocio de empaques y etiquetas



Por: David Ricardo Muñoz Lozano,
editor de la revista El Empaque + Conversión

América Latina se encamina a un periodo 2026–2027 sin euforia, pero con señales que importan —y mucho— para los tomadores de decisión en la cadena de envases, empaques y etiquetas.

El cuadro general que trazan los multilaterales es consistente: expansión moderada, desinflación que continúa (aunque sin la velocidad de 2023–2024) y un tablero geoeconómico donde los aranceles, la incertidumbre y el clima pueden cambiar la trayectoria de demanda y costos en cuestión de meses. En ese escenario, el empaque vuelve a jugar su doble papel: termómetro del consumo y, a la vez, plataforma de cumplimiento regulatorio y de trazabilidad.

El Banco Mundial proyecta que el crecimiento regional "sube" a 2,3% en 2026 y 2,6% en 2027, después de moderarse, con una recuperación gradual apoyada en mejores condiciones financieras y demanda, pero contenida por tensiones comerciales, incertidumbre y restricciones fiscales. La CEPAL coincide en el orden de magnitud y subraya el mensaje estructural: varios años orbitando alrededor de 2,3% consolidan una trampa de bajo crecimiento. El FMI, por su parte, en su actualización de enero de 2026, sitúa el mundo en un equilibrio frágil: tarifas y duda política pesan sobre el nivel de actividad, aunque su efecto sobre el crecimiento tendería a diluirse en 2026–2027.

Para empaques y etiquetas, ese "crecimiento estable-bajo" se traduce en una lectura clara: demanda sin boom, pero con bolsillos de dinamismo (Centroamérica/Panamá y un posible rebote argentino), y con un motor no cíclico que sigue acelerando: la regulación.

Mapa de fuerzas 2026–2027

1) Comercio y reglas de juego (aranceles, acuerdos, incertidumbre). El Banco Mundial advierte que el crecimiento se ve limitado por tensiones comerciales e incertidumbre, con efectos desiguales entre exportadores de commodities y manufacturas más diferenciadas. En la práctica, esto significa cadenas más sensibles a interrupciones, mayor necesidad de inventario de seguridad y más volatilidad en insumos importados (resinas, films, papeles especiales, químicos para impresión).

2) Condiciones financieras (tasas, deuda, costo del capital de trabajo). La región avanza en desinflación, pero con espacio de política acotado por deuda y costo financiero. Para convertidores e impresores, esta variable no es académica: el costo de financiar inventarios y cuentas por cobrar termina reflejándose en márgenes, especialmente en negocios de alto volumen y bajo spread.

3) Clima y shocks de oferta. Los reportes multilaterales siguen poniendo el clima como riesgo material para agricultura y energía. En empaques, el impacto llega por dos vías: cambios en disponibilidad/precio de materias primas (incluidas bio-basadas) y presiones regulatorias/ reputacionales sobre huella ambiental.

Proyecciones por mercado

En los países con mercados más estables, las proyecciones dibujan un abanico de ritmos, pero con un común denominador: las categorías de consumo esencial (alimentos, bebidas, higiene y, en muchos casos, pharma) suelen sostener la demanda cuando el PIB se enfría, mientras que la inversión industrial y el durable se vuelven más elásticos. El FMI y el Banco Mundial coinciden en que México será de los crecimientos más bajos de la región en 2026 (alrededor de 1,5%), mientras Centroamérica lidera (cerca de 3,6%–3,8%); Argentina aparece como outlier por rebote (cerca de 4%).



México

México entra al periodo en cuestión con crecimiento bajo (FMI lo ubica en 1,5% en 2026), en un país donde el canal manufacturero-exportador es determinante. En el frente de riesgos, el elemento diferencial es la sensibilidad a las reglas del comercio con EE. UU.: cualquier giro restrictivo ligado a la revisión del USMCA se transmite a inversión, producción y consumo, y puede tensionar costos logísticos y de insumos importados.

Para etiquetas, México tiene una palanca estructural vigente desde 2020: la modificación de la NOM-051 y la adopción del etiquetado frontal que entró en vigor el 1 de octubre de 2020. Esta regulación convierte el rediseño y la gestión de cumplimiento en una demanda relativamente inelástica en alimentos y bebidas: incluso con PIB moderado, la actualización normativa sostiene trabajo de preprensa, cambios de artes, control de color, y en algunos casos migración a soluciones de impresión/inspección para reducir riesgos de no conformidad.

Colombia

Colombia muestra una trayectoria de crecimiento medio (alrededor de 2,3% en 2026 según el FMI) y desinflación hacia niveles más compatibles con metas. El punto de atención para inversión privada suele ser el "ruido" regulatorio, pero en empaques esa misma regulación abre mercado: el país cuenta con un marco de gestión de residuos de envases y empaques que obliga a productores a organizar planes y metas de aprovechamiento.

Brasil

Brasil crecería cerca de 1,9% en 2026 (FMI) y alrededor de 2,3% en 2027 (Banco Mundial), con el matiz de sostenibilidad fiscal y condiciones financieras aún restrictivas. Paraña industria de empaques y embalajes, su gran ventaja es el tamaño del mercado interno: aun cuando la inversión industrial no "salte", el consumo masivo y el e-commerce sostienen corrugado, flexible y etiquetas.



El giro regulatorio más nítido viene por economía circular: Brasil publicó el Decreto nº 12.688/2025 (21 de octubre de 2025), que instituye el sistema de logística reversa de embalajes plásticos y define obligaciones para fabricantes, importadores, distribuidores y comerciantes a lo largo del ciclo de vida.

Argentina

Argentina tiene un panorama interesante: los escenarios contemplan crecimiento alto por rebote (alrededor de 4% en 2026–2027 en las proyecciones de referencia) y una caída fuerte de inflación frente a picos previos, aunque todavía elevada para estándares regionales. En empaques, cuando el rebote se materializa suele encender primero el consumo esencial, elevando demanda de flexible, cartón plegadizo, etiquetas y empaques secundarios. Pero la administración del capital de trabajo sigue siendo el punto crítico: indexación, plazos, abastecimiento y volatilidad de costos pueden comerse el margen "en el camino".

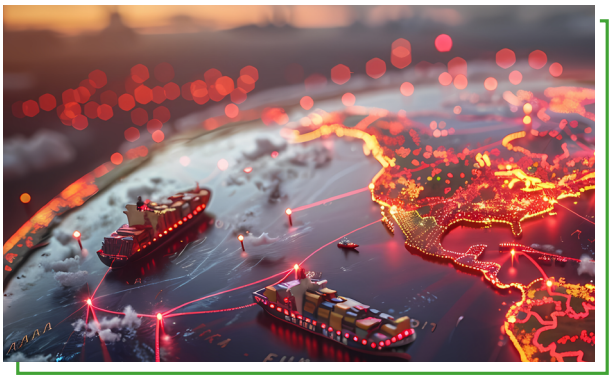
Chile

Chile se movería alrededor de 2,0% en 2026 (FMI) y cerca de 2,1% en 2027 (Banco Mundial). Su lectura para empaques combina dos vectores: un componente exportador ligado a minería (cobre, litio) y una institucionalidad regulatoria madura en economía circular. La Ley 20.920 (Ley REP) establece el marco de responsabilidad extendida del productor y gestión de residuos, con instrumentos aplicables a envases y embalajes.

Centroamérica: el mayor dinamismo...

Centroamérica destaca por crecimiento más alto (en torno a 3,6%–3,8% en 2026–2027, según referencias de Banco Mundial/FMI). Servicios, turismo, logística (Panamá) y consumo apalancado por remesas explican el desempeño, pero esa misma dependencia vuelve al bloque vulnerable ante cambios en política migratoria o empleo en países receptores.

Se espera que en los países centroamericanos haya mayor dinamismo relativo favoreciendo el last-mile packaging, pero conviene diseñar planes de contingencia por volatilidad externa.



Demanda por canal y regulación como inversión obligatoria

La demanda continuará siendo uno de los motores para el crecimiento regional moderado, pues el volumen se sostiene mejor en consumo básico que en durables. El e-commerce mantiene presión sobre corrugados, rellenos, etiquetas logísticas y soluciones de protección, aunque con competencia fuerte y reconfiguración de flujos por plataformas internacionales. .

Por otro lado, los temas regulatorios como el etiquetado frontal (México, Colombia, Argentina; Chile como pionero regional) empujarán ciclos continuos de rediseño y control de cumplimiento. A su vez, la economía circular (Chile REP; Colombia envases y empaques; Brasil logística reversa plásticos) obligará a revisar materiales, estructuras, adhesivos, y capacidades de trazabilidad y reporting.

El periodo 2026–2027 no promete un "boom" regional, pero sí un reordenamiento competitivo. Quien gane no será necesariamente quien tenga más capacidad instalada, sino quien combine eficiencia operativa (para navegar costos, tasas e inventarios), resiliencia de suministro (para vivir con incertidumbre comercial) y, sobre todo, capacidad de cumplimiento (porque regulación y circularidad dejaron de ser diferenciales: ya son barreras de entrada).

En mercados como México y Brasil, la clave será blindarse ante shocks del comercio y del costo financiero; en Colombia y Chile, convertir la regulación en servicios de valor agregado; y en Centroamérica, capturar el crecimiento sin perder de vista su vulnerabilidad externa.



Crecimiento por categoría: en la industria del packaging

Las proyecciones públicas de mercado muestran a la región creciendo en maquinaria —señal de modernización acelerada— y a las etiquetas sosteniendo un avance estable, con bolsillos de expansión en sleeves y datos variables, justo donde el cumplimiento y la diferenciación en anaquel se vuelven ventaja competitiva.



Por: David Ricardo Muñoz Lozano,
editor de la revista El Empaque + Conversión

La industria no está entrando a un ciclo de crecimiento "plano", sino a una etapa distinta: el valor se mueve hacia donde aumenta la complejidad. Más SKUs, más presión regulatoria, más e-commerce y más exigencias de productividad están reordenando la cadena. Por eso, aun cuando el volumen total avance de forma gradual, hay subsectores que se aceleran y otros que se ven obligados a transformarse para no perder margen.

Mirado en conjunto, el cambio es claro: la inversión ya no se justifica solo por capacidad, sino por velocidad de respuesta, calidad constante y capacidad de cumplir. En el piso de planta, eso se traduce en automatización, inspección y trazabilidad. En el frente comercial, en tirajes más fragmentados, versionado rápido y data variable.

Lo que mueve el crecimiento: maquinaria, automatización y servicio

Si hay un indicador que ayuda a entender hacia dónde va la industria, es el crecimiento de la maquinaria para empaque. A escala global, el mercado se

proyecta hasta los USD 80,96 mil millones (2030), con un CAGR de 5,5%, de acuerdo al reporte de Grand View Research.

La señal más útil es que, según el mismo reporte pero enfocado para Latinoamérica, la región crecería más rápido que el promedio mundial: USD 3.438,7 millones (2024) a USD 4.974,3 millones (2030), CAGR 6,5%. En otras palabras: LATAM está comprando modernización, y no necesariamente expansión masiva de capacidad.

México es un caso elocuente. Un resumen ejecutivo de la Asociación de Tecnologías de Envasado y Procesamiento (PMMI) registró que las importaciones de maquinaria de empaque superaron por primera vez los USD 1.000 millones, llegando a USD 1.078 millones en 2024, y que la producción local cubriría alrededor de 11% del mercado, con un tamaño superior a USD 1,21 mil millones.

LATINOAMÉRICA CRECERÍA MÁS RÁPIDO QUE EL PROMEDIO MUNDIAL: USD 3.438,7 MILLONES (2024) A USD 4.974,3 MILLONES (2030), CAGR 6,5%

La implicación es menos financiera y más operativa: el comprador industrial está exigiendo equipos con cambios rápidos, integración digital, soporte remoto, inspección en línea y trazabilidad; y la decisión se inclina a favor de quienes pueden entregar "línea + servicio" (refacciones, mantenimiento predictivo, entrenamiento y acompañamiento de puesta en marcha).

Impresión de empaques y etiquetas

La impresión para empaques y etiquetas sigue siendo un mercado enorme. La medición global tiene una proyección de USD 615,7 mil millones para el 2030 para este segmento, con una CAGR de 6,8%, de acuerdo a otro estudio de Grand View Research.

Sin embargo, el dato por sí solo dice poco si no se mira la composición: no crece igual el trabajo repetitivo de grandes volúmenes que el trabajo fragmentado por portafolio, y esa diferencia tiene consecuencias directas en tecnología, costos y márgenes.

La industria está respondiendo a tres presiones simultáneas: proliferación de SKUs, ciclos de aprobación más cortos y un e-commerce que multiplica la demanda de corrugado e impresión orientada a logística. En ese contexto, la impresión digital continúa ganando relevancia no porque esté reemplazando lo existente de un día para otro, sino porque ayuda a resolver y gestionar problemas y proyectos en aspectos como tiempo y flexibilidad.

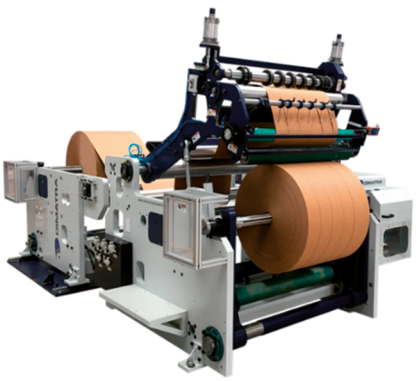
Como categoría transversal, Smithers reveló que el valor de la impresión digital alcanzó USD 165,5 mil millones en 2024 y prevé un CAGR

DIMATRA

MAQUINARIA DE CONVERSION PARA PELICULA PLASTICA, PAPEL Y TELA NON-WOVEN CONSTRUIDAS CON COMPONENTES DE CLASE MUNDIAL



- Cortadoras Rebobinadoras
- Maquinaria para manga termoencogible
- Saneadoras Inspeccionadoras
- Sistema de Inspección para calidad



REFACCIONES Y SOPORTE TECNICO QUE RESPALDA TU OPERACION

Tecnología orgullosamente Mexicana

CONTÁCTANOS!

Tel. +52-477-774-5453

Email info@dimatra.net

www.dimatraconverting.com

Packaging Technologies | Sustainable chemistry made possible.

ARCHROMA
LIFE ENHANCED

Quimica más sustentable:
La fuerza invisible detrás del a circularidad del empaque

Damos a nuestros clientes soluciones a la medida, mas sustentables a lo largo de la cadena de valor, desde la pulpa hasta el producto terminado.

Visítanos en
archroma.com/packaging-technologies

Escanea el código para mas información



de 4,8% hasta el año 2029. La conclusión práctica para el impresor de empaque suele ser la misma: el camino rentable no es elegir entre tecnologías, sino diseñar un flujo donde digital y analógico trabajen juntos. En la práctica, el modelo híbrido permite mantener eficiencia en tirajes largos y absorber urgencias, personalización, datos variables y trazabilidad sin romper el costo por unidad.

Flexografía: sigue en el centro, pero exige disciplina

La flexografía no pierde su lugar como tecnología de base: velocidad y costo por unidad siguen siendo difíciles de igualar. Lo que cambia es el estándar. Smithers dimensiona el mercado global flexo con una CAGR 3,0% a 2029. Sin embargo, el reporte de Grand View Research en Latinoamérica, prevé un mercado más dinámico con una CAGR del 4,2% (2025–2030), destacando labels & tags como una de las aplicaciones más atractivas.

Lo decisivo aquí es entender por qué: flexo crece cuando se acompaña de upgrades que reducen variabilidad y desperdicio (preprensa, placas, control de proceso, medición, inspección). Adicionalmente, grandes actores del segmento están uniendo fuerzas para que, a través de innovadoras tecnologías de todos los componentes, se pueda tener una impresión de mejor calidad y más sostenible. Dicho de forma simple: el mercado no está premiando solo “tener flexo”, sino tener flexo más confiable, más medible y más conectada.



Etiquetas: crecimiento estable, con bolsillos claros de aceleración

Si se busca estabilidad para planeación, las etiquetas suelen ofrecerla. La proyección global de Grand View Research sobre “packaging labels” muestra un paso de USD 53.923,8 millones (2024) a USD 70.020,9 millones (2030), y una CAGR de 4,5%. En Latinoamérica, el agregado se proyecta a USD 4.234,3 millones (2030), con CAGR 3,9%.

El mercado se mueve, sobre todo, por tres verticales: alimentos y bebidas, pharma y cuidado personal. Son categorías de alta rotación, fuertes en marketing de anaquel y exigentes en cumplimiento. En ese conjunto, dos subsegmentos tienden a capturar tracción adicional por desempeño y diferenciación: pressure-sensitive labels (PSL) y shrink & stretch sleeves, estas últimas impulsadas por branding y adaptabilidad a envases.

La oportunidad más visible para la región no está solo en "crecer con el mercado", sino en vender capacidad: versionado rápido, manejo de artes y cambios regulatorios, data variable y soluciones de trazabilidad. Es ahí donde la etiqueta deja de ser un consumible y se convierte en un componente de control.

Materiales: el volumen avanza, pero el mix cambia más rápido

En materiales, la conversación ya no es binaria ("plástico vs. papel"), sino de sustituciones parciales y de cumplimiento. Grand View Research dice que para los plásticos para empaque, el mercado global se proyecta hasta los USD 492,29 mil millones (2030), CAGR 3,5%. Para Latinoamérica, el informe sitúa el tamaño en USD 22.320 millones (2023) y reporta CAGR 3,8% (2024–2030), señalando además los bioplásticos como uno de los materiales de crecimiento más rápido dentro de esa segmentación.

El papel/cartón crece con otro viento a favor: e-commerce, retail moderno y la expansión del corrugado. A nivel global, los materiales de papel para empaque pasan de USD 297,0 mil millones en 2024 a USD 383,9 mil millones en 2030, con CAGR 4,4%. En Sudamérica, Mordor Intelligence estima USD 31,67 mil millones (2025) a USD 40,88 mil millones (2030) y CAGR 5,24%, con container board liderando y creciendo alrededor de 5,9%, consistente con el empuje del corrugado.

En metal y vidrio, el crecimiento tiende a ser más moderado, aunque existen nichos. El metal packaging global se proyecta de USD 148,13 mil millones (2024) a USD 184,21 mil millones (2030), con CAGR 3,7%. Para Latinoamérica, Mordor muestra una trayectoria de USD 12,48 mil millones (2025) a USD 14,57 mil millones (2030), CAGR 3,14%. En vidrio, la proyección global va de USD 78.483,4 millones (2024) a USD 102.311,2 millones (2030), con CAGR 4,5%. En Latinoamérica, Mordor estima USD 6,86 mil millones (2025) a USD 8,57 mil millones (2030), CAGR 4,56%.

Si el objetivo es detectar materiales con "upside", rPET aparece como señal sólida: Grand View reporta un crecimiento global del mercado de rPET con CAGR 8,5% (2024–2030).



¿Cómo convertir este panorama en decisiones?

El error típico al usar proyecciones de industria es tratarlas como un único número. Para planear 2026–2030 con más precisión conviene separar el crecimiento en tres capas:

1. **Base (mercado total):** define el piso del negocio.
2. **Mix (migración):** aquí se capturan los saltos: digital/híbrido, PSL/sleeves, corrugado por e-commerce, reciclados/biobasados.
3. **Valor (nominal vs. constante):** especialmente en impresión, cambia la lectura entre "más volumen" y "más valor" por precios y composición del trabajo.

Latinoamérica no se está quedando atrás: está creciendo donde el mercado paga por complejidad. Y esa complejidad tiene nombres concretos: portafolios más fragmentados, ciclos de cambio más cortos, trazabilidad, inspección y materiales compatibles con reciclaje. En ese tablero, la inversión que mejor se defiende no es la que busca solo volumen, sino la que compra agilidad y control. Esa es la nueva ecuación del empaque.

Estudio revela que consumidores impulsan la adopción de PCR en empaques



Un nuevo reporte de Amcor indica que los compradores aceptan —e incluso esperan— contenido reciclado posconsumo (PCR) en el empaque cotidiano.

La percepción sobre el PCR ya no se limita a nichos de mercado. De acuerdo con un estudio de Amcor, la preferencia del consumidor por envases con contenido de plástico reciclado posconsumo (PCR) está consolidándose más allá de nichos "eco". La principal consecuencia para dueños de marca y convertidores es que el PCR deja de ser un atributo opcional para convertirse en estándar competitivo en categorías de alto volumen.

El estudio sugiere que, cuando el desempeño del producto se mantiene y la comunicación es clara, la adopción de PCR no penaliza la decisión de compra y puede fortalecer la percepción de marca responsable.

Qué significa la preferencia por PCR

Para diseño de envases, el respaldo del consumidor a PCR habilita briefings que priorizan monomaterialidad y reciclabilidad a escala, reservando tintas y recubrimientos que no obstaculicen la recuperación. La especificación debe declarar porcentaje de PCR por capa cuando aplique y su ubicación (contacto/no contacto con alimento), con soportes técnicos.

Los equipos de diseño pueden aprovechar esta tendencia para innovar en la selección de materiales y en la arquitectura de los envases. Al definir el porcentaje de PCR por

capa, se facilita el cumplimiento de auditorías y se mejora la transparencia ante clientes y autoridades. Es clave que el área de calidad valide la compatibilidad de tintas y recubrimientos con la reciclabilidad del envase.

Para marketing, la evidencia cualitativa obliga a pasar de claims genéricos a mensajes verificables: qué porcentaje de PCR contiene el empaque, en qué partes, y bajo qué estándares se mide. Evite sobrepromesas y eduque en fin de vida: cómo disponer el envase para maximizar su circularidad.

Las campañas de comunicación deben centrarse en datos concretos sobre PCR, evitando frases ambiguas. Al incluir instrucciones de disposición y reciclaje, se fortalece la percepción de responsabilidad y se incrementa la confianza del consumidor.

En gestión de riesgos de marca, el PCR ayuda a alinear expectativas regulatorias y sociales. Sin embargo, la prioridad sigue siendo la función primaria: proteger el producto y evitar merma. El cambio a PCR no debe degradar vida útil, estética crítica ni desempeño en línea.

La conversación con retail cambia de "permiso para usar PCR" a "parámetro por defecto" en surtidos sostenibles. Defina políticas por familia de SKU para mejorar consistencia y disponibilidad.

Dónde y cómo integrar PCR

Compatibilidad con procesos. Antes de escalar, valide que el PCR propuesto mantenga ventanas de sellado, tensión, resistencia al impacto y estabilidad dimensional. En rígidos, examine fluidez/contracción; en flexibles, elongación y resistencia a punción.

El uso de PCR puede requerir ajustes en parámetros de extrusión, moldeo y sellado. La variabilidad en la composición del PCR obliga a realizar pruebas piloto antes de incorporar grandes volúmenes en la producción regular. Los equipos técnicos deben documentar cada ajuste y registrar los resultados para futuras auditorías.

Estrategias por capa. En contacto sensible (alimentos, pharma), el PCR suele ubicarse en capas no contacto o en empaques secundarios/terciarios, mientras avanzan tecnologías aptas para contacto directo. Documente la arquitectura para auditorías.

La integración de PCR en envases multicapa exige coordinación entre desarrollo, calidad y compras. Al ubicar el PCR en capas alejadas del producto, se minimizan riesgos regulatorios y se aprovechan los beneficios de circularidad. Las auditorías internas deben incluir revisiones de arquitectura de capas y trazabilidad del material.

Centak Andina



Los expertos
en liners, sellado y venteo de envases

Evite fugas y derrames
Sello hermético

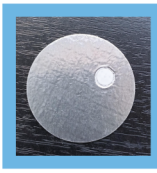




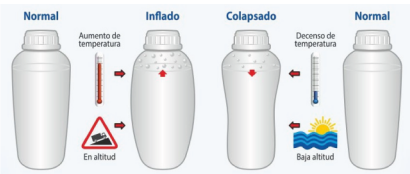
Brinda seguridad a su producto
Deja evidencia de apertura

Alarga la vida útil y conserva por más tiempo las propiedades de su producto





Liners con válvula de venteo
La válvula permite el flujo de gases y de presión, pero evita la salida del producto envasado



Máquinas de inducción
Enercon es líder mundial en selladoras por inducción. Contamos con el equipo apropiado para su aplicación



Escanéame

Representantes exclusivos de:

Selig group · enercon

www.centakandina.com
+57 316 712 1995

Color y estética. El PCR puede introducir tonalidades o puntos de gel. Defina tolerancias con marketing y QA, incluya masterbatch y filtración adecuados, y use gráficos que convivan con la variación cromática sin recurrir a altas coberturas de tinta.

Las tolerancias cromáticas deben estar alineadas con los objetivos de la marca. El uso de masterbatch y filtración ayuda a estabilizar el color, pero es importante definir rangos aceptables para evitar rechazos innecesarios. Los gráficos deben diseñarse considerando la posible variación en el fondo del envase.

Trazabilidad. Registre lotes de PCR, porcentaje real incorporado y proveedor. Integre el dato a ERP/MES para habilitar reclamos, reportes EPR y claims.

La trazabilidad es clave para responder a auditorías, reclamos y reportes de sostenibilidad. Al integrar los datos de PCR en los sistemas de gestión, se facilita el cumplimiento de normativas y la generación de reportes para clientes y autoridades.

Abastecimiento y costos: asegurar PCR sin comprometer OEE

Contratos y calidades. Establezca acuerdos con proveedores que definan PCR vs. PIR, pureza, índice de fluidez y contaminantes máximos. Solicite certificados de lote y auditorías de origen.

La definición clara de especificaciones en los contratos permite reducir riesgos de calidad y asegurar el abastecimiento. Los certificados de lote y auditorías de origen son herramientas para validar la trazabilidad y pureza del PCR recibido.

Mitigar variabilidad. La variación entre lotes de PCR afecta procesos y apariencia. Trabaje con blends esta-



bilizados y libretas de parámetros por familia de SKU para minimizar ajustes finos en máquina.

El uso de blends estabilizados ayuda a mantener la consistencia en el proceso y apariencia del producto final. La documentación de parámetros por SKU facilita la identificación de desviaciones y la toma de decisiones rápidas en planta.

Costo total vs. precio por kilo. Evalúe el costo total puesto en mercado: tasas EPR, ahorro por cumplimiento, impacto en scrap y velocidad. En muchos casos, una ligera prima por PCR se compensa con eficiencias de portafolio y valor de marca.

Considerar el costo total permite identificar oportunidades de ahorro y justificar inversiones en PCR. El valor de marca asociado a la sostenibilidad puede traducirse en mayor preferencia del consumidor y acceso a nuevos mercados.

Plan de continuidad. Desarrolle dual-sourcing y buffers de inventario crítico para picos de demanda, manteniendo el porcentaje objetivo por SKU. La diversificación de proveedores y la creación de inventarios de seguridad aseguran la continuidad operativa ante fluctuaciones en la oferta de PCR. El monitoreo constante de inventarios y la revisión de contratos son prácticas recomendadas.



Comunicación al consumidor y cumplimiento normativo

Transparencia. Declare **porcentajes de PCR** de forma clara y verificable; evite rangos indefinidos. Si se usa **promedio anual,** indíquelo y sosténgalo con evidencia.

La transparencia en la comunicación genera confianza y reduce el riesgo de reclamos. Al declarar el porcentaje de PCR de manera precisa, se facilita la comparación entre productos y se refuerza el compromiso con la sostenibilidad.

Etiquetado y fin de vida. Combine el claim de PCR con **instrucciones de separación** y símbolos de **reciclaje** acordes al mercado destino.

El etiquetado debe ser claro y comprensible para el consumidor. Incluir instrucciones de separación y símbolos reconocidos facilita la correcta disposición del envase y contribuye a la circularidad del material.

Regulación sectorial. Para contacto con alimentos/farma, respete límites y listas positivas; archive **ensayos de migración y declaraciones de conformidad.**

El cumplimiento normativo es obligatorio en sectores sensibles. Mantener registros actualizados de ensayos y declaraciones facilita el acceso a mercados y reduce riesgos legales.

Medición y reporte. Establezca métricas por SKU (porcentaje PCR, OEE, rechazo, reclamaciones) y reporte a marcos de sostenibilidad adoptados por clientes y retail.

Tendencias emergentes

Empresas globales como Unilever, Nestlé y Danone ya han lanzado líneas de productos con envases que comunican abiertamente el porcentaje de PCR. En mercados como Europa y Norteamérica, los supermercados han comenzado a exigir PCR como condición para mantener productos en anaquel.

La tendencia también se refleja en la adopción de tecnologías para mejorar la pureza del PCR, como la descontaminación avanzada y la clasificación óptica. Los convertidores que invierten en estas tecnologías logran diferenciarse y asegurar contratos a largo plazo con grandes marcas.



El lenguaje estratégico del color en packaging

Cómo elegir la estrategia cromática que maximiza el impacto en el punto de venta



Por: Hernán Braberman,
director creativo de Tridimage

En el universo saturado del retail contemporáneo, el color representa mucho más que una decisión estética. Es el primer embajador de una marca en el punto de venta, el estímulo visual que nuestros ojos procesan antes de cualquier otro elemento. Los estudios de percepción revelan que más de la mitad de los compradores registran el color como primera impresión al escanear productos en góndola, convirtiéndolo en el motor principal de visibilidad y el atajo más rápido hacia la memoria del consumidor.

Esta primacía perceptual plantea una pregunta fundamental para diseñadores y directores de marca: ¿cómo capitalizar estratégicamente este poder? La respuesta no es universal. Depende de factores como la arquitectura del portafolio, el posi-

cionamiento competitivo, la dinámica de la categoría y los objetivos comerciales de cada marca.

Tres estrategias cromáticas dominan el panorama del packaging contemporáneo, cada una con su propia lógica, ventajas y riesgos que merecen análisis detenido.

1. Consistencia de color marcario: el poder de la masa cromática

La primera estrategia prioriza la repetición de un color dominante a través de todas las variantes del portafolio. Este enfoque aprovecha lo que en la industria conocemos como el efecto billboard: cuando múltiples productos comparten un fondo cromático idéntico, se unifican visualmente en el anaquel, proyectando una presencia que excede su cantidad real de frentes.

El rojo inconfundible de Coca-Cola o el púrpura distintivo de Cadbury ejemplifican esta filosofía llevada al extremo. Estas asociaciones se vuelven tan profundas que modificar los colores de marca puede aumentar significativamente el tiempo de reconocimiento, poniendo en riesgo la elección en ese momento crítico de decisión.

UNA PALETA CROMÁTICA UNIFORME PUEDE TRANSMITIR RIGIDEZ, RESTANDO FRESCURA O EXPRESIVIDAD A LA MARCA.

Las ventajas de esta estrategia son considerables. Genera reconocimiento inmediato y permite construir verdaderos íconos culturales que trascienden generaciones. Escala de manera eficiente en portafolios grandes, evitando el caos cromático que puede resultar de múltiples colores compitiendo entre sí. La coherencia visual facilita además las ejecuciones de marketing y diseño, creando economías de escala en la producción de materiales de comunicación.

Los desafíos emergen cuando la diferenciación entre variantes se vuelve necesaria. Una paleta cromática uniforme puede transmitir rigidez, restando frescura o expresividad a la marca. Si el color elegido está fuertemente asociado a un competidor, conquistar territorio propio resulta difícil. Existe también el riesgo de volverse genérico cuando varios rivales adoptan la misma paleta, y la estrategia puede sentirse demasiado corporativa frente a propuestas más lúdicas o flexibles que conectan con audiencias jóvenes.

2. Codificación por categoría: navegación y jerarquía visual

La segunda estrategia mantiene un color de marca dominante mientras introduce colores secundarios distintos para segmentos funcionales o líneas basadas en beneficios específicos. Barilla ilustra esta arquitectura con precisión: el azul profundo de la marca unifica el portafolio, mientras que tonalidades diferenciadas identifican variantes como integral o libre de gluten, creando territorios cognitivos claros sin comprometer la cohesión general de la identidad visual

.

Este enfoque mejora sustancialmente la navegación del consumidor, facilitando la identificación de segmentos dentro de portafolios extensos con sublíneas claramente definidas. Crea orden y jerarquía visual en góndola, aportando legibilidad y reduciendo la fricción en el proceso



SI TODOS LOS COMPETIDORES DE UNA CATEGORÍA ADOPTAN LOS MISMOS CÓDIGOS CROMÁTICOS PARA SUS SEGMENTOS, LA UNICIDAD DE CADA MARCA PUEDE DILUIRSE. EL SISTEMA SE VUELVE MÁS FUNCIONAL QUE EMOCIONAL, DICTADO POR LAS CONVENCIONES DE LA CATEGORÍA ANTES QUE POR LA PERSONALIDAD DISTINTIVA DE LA MARCA.

de compra. Una ventaja adicional es su versatilidad: puede combinarse con el color marcario sin perder claridad, permitiendo un equilibrio entre identidad corporativa y diferenciación funcional que resulta particularmente valioso para marcas en proceso de expansión.

Los riesgos de esta estrategia radican en la potencial pérdida de diferenciación a nivel de marca.

Si todos los competidores de una categoría adoptan los mismos códigos cromáticos para sus segmentos, la unicidad de cada marca puede diluirse. El sistema se vuelve más funcional que emocional, dictado por las convenciones de la categoría antes que por la personalidad distintiva de la marca, lo que puede comprometer la construcción de vínculos emocionales profundos con el consumidor.

3. Expresión por sabor: diversidad cromática como lenguaje

La tercera estrategia dedica el color de fondo completo a cada variante individual, creando una presencia vibrante a través de la diversidad cromática. Este enfoque, conocido como estrategia rainbow, resalta el sabor o la propuesta de cada SKU de forma directa y atractiva, transmitiendo contemporaneidad, frescura y cercanía con el consumidor. El contraste resultante en góndola genera impacto visual inmediato y una sensación de vitalidad que captura la atención en entornos competitivos.

Las ventajas de esta estrategia son particularmente relevantes para marcas que buscan diferenciarse en categorías dominadas por un color icónico. Permite mayor expresividad y personalidad, alejándose de lo corporativo para conectar con audiencias que valoran la variedad y la novedad. Facilita la diferenciación en mercados donde el territorio cromático está ocupado por competidores establecidos, ofreciendo una ruta alternativa hacia la distintividad visual.

Los desafíos son significativos y requieren planificación cuidadosa. Existe el riesgo de perder claridad o reconocimiento de marca si el sistema no es consistente en otros elementos visuales. La estrategia puede saturar o confundir al consumidor en portafolios extensos, y dificulta escalar visualmente cuando hay demasiados SKUs. Requiere que otros activos de diseño, como la tipografía, la estructura del empaque o los elementos gráficos secundarios, sostengan firmemente la coherencia de marca.

El principio de unidad: cuando la masa cromática construye autoridad

Independientemente de la estrategia elegida, un principio fundamental guía las decisiones más efectivas: el color unificado hace que las marcas parezcan más grandes en góndola. Este volumen percibido se traduce directamente en confiabilidad a través de un mecanismo psicológico conocido como prueba social. Cuando la fragmentación cromática amenaza la integridad de marca, el rediseño estratégico puede restaurar la presencia dominante sin sacrificar la claridad entre variantes.









EL COLOR UNIFICADO HACE QUE LAS MARCAS PAREZCAN MÁS GRANDES EN GÓNDOLA. ESTE VOLUMEN PERCIBIDO SE TRADUCE DIRECTAMENTE EN CONFIABILIDAD A TRAVÉS DE UN MECANISMO PSICOLÓGICO CONOCIDO COMO PRUEBA SOCIAL.

El enfoque óptimo establece una jerarquía clara donde la marca lidera a través de un color dominante y las variantes siguen mediante acentos cromáticos estratégicos. Esta arquitectura asegura que la expansión del portafolio fortalezca la presencia en el punto de venta en lugar de diluirla, manteniendo la autoridad visual mientras se adapta a una mayor diversidad de productos. La clave reside en encontrar el equilibrio preciso entre cohesión e identificación de variantes.









La decisión estratégica: contexto y propósito

La elección entre estas estrategias no responde a una fórmula universal. Depende del contexto competitivo, la madurez de la marca, la extensión del portafolio y los objetivos de negocio. Una marca emergente que busca establecer presencia puede beneficiarse de la consistencia cromática absoluta para anclar su identidad en la mente del consumidor. Una marca establecida con múltiples líneas de producto puede requerir codificación por categoría para facilitar la navegación y reducir la fricción de compra. Una marca que apunta a audiencias jóvenes y busca diferenciarse de competidores tradicionales puede encontrar en la expresión por sabor su mejor aliado estratégico.

Lo que resulta invariable es la importancia de la intención estratégica. El color en packaging no es decoración ni ocurrencia: moldea la arquitectura de la presencia en el mercado. Cada decisión cromática tiene consecuencias en la percepción de marca, la navegabilidad del portafolio y el desempeño comercial en el punto de venta. Ignorar esta dimensión estratégica equivale a desperdiciar uno de los recursos más poderosos del diseño de packaging.

Hacia una gestión cromática consciente

A medida que las marcas navegan la tensión permanente entre reconocimiento y diferenciación, la estrategia de color se revela como una herramienta fundamental que excede ampliamente lo estético. El color funciona como multiplicador emocional de una identidad visual sólida, acelerando el reconocimiento y profundizando la conexión con el consumidor en fracciones de segundo.

Para diseñadores y directores de marca, el desafío consiste en trascender la preferencia personal o la tendencia del momento para adoptar una visión estratégica que considere el ciclo de vida de la marca, la dinámica competitiva y el comportamiento real del consumidor en el punto de venta. La pregunta no es cuál es el color más atractivo, sino cuál es la estrategia cromática que mejor sirve a los objetivos de negocio y construye valor de marca a largo plazo.

En esta intersección entre percepción visual, psicología del consumidor y estrategia de marca, el color emerge como uno de los activos más poderosos y frecuentemente subestimados del packaging contemporáneo. Gestionarlo con conciencia estratégica representa tanto una responsabilidad como una oportunidad extraordinaria para quienes diseñamos la presencia de las marcas en el universo físico del retail latinoamericano.



Packaging 2026:
navegando entre sostenibilidad, digitalización y revolución tecnológica

Al sector del empaque llegan nuevas reglas que exigen un alto nivel de reciclabilidad, transparencia total frente a los consumidores e innovación en maquinaria capaz de procesar monomateriales con márgenes térmicos muy ajustados.



Por: Nicolás Jiménez Falla,
Content Writer
revista El Empaque + Conversión

El mercado de automatización llega a los 50,5 mil millones de dólares y el smart packaging alcanza los 32,22 mil millones, pero detrás de los números existe un nuevo orden donde la eficiencia operativa, la resiliencia y el cumplimiento son los factores que determinarán quién logrará sobrevivir y quién liderará la industria.

En 2026, aquel que logre combinar eficiencia operativa, resiliencia en la cadena de suministro y, sobre todo, el cumplimiento de las normativas tendrá las de ganar. De este modo, es necesario direccionar los esfuerzos hacia tres puntos claves: la sostenibilidad

como un requisito regulatorio, la digitalización como una ventaja competitiva y nuevos modelos de negocio impulsados por el e-commerce y la economía circular.

En América Latina, esto se traduce en oportunidades que varían según el mercado, pero hay un punto en común: quien triunfe en 2026 no será necesariamente el que tenga más capacidad instalada.

En un contexto de crecimiento moderado en la región, la demanda de empaques se establece en productos de consumo básico, mientras que la regulación (como el etiquetado frontal, la economía circular y la responsabilidad extendida del productor) deja de ser un factor diferenciador para convertirse en una barrera de entrada.

Bioplásticos: de nicho a corriente principal

El mercado global de bioplásticos está en un proceso de escalamiento industrial. De acuerdo con datos de European Bioplastics, se proyecta que la producción mundial se duplique a 4,69 millones de toneladas para 2030. La tasa de utilización promedio se sitúa en un 72% a nivel global y un 73% en Europa, lo que sugiere que la oferta comienza a alinearse con una demanda real, en lugar de ser meramente especulativa.

Revolución en maquinaria de empaque: automatización flexible y sostenibilidad

Teniendo en cuenta los datos de Global Market Insights, el mercado global de maquinaria de empaque está valorado en 50,5 mil millones de dólares y se espera que alcance los 89,4 mil millones para 2035, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 5,9%.

EL MERCADO GLOBAL DE MAQUINARIA DE EMPAQUE ESTÁ VALORADO EN 50,5 MIL MILLONES DE DÓLARES Y SE ESPERA QUE ALCANCE LOS 89.4 MIL MILLONES PARA 2035

Algo evidente, son las tres fuerzas que están transformando este sector. Primero se presenta la automatización que se adapta en lugar de simplemen-



te repetir, luego están los equipos diseñados para trabajar con materiales sostenibles (no solo plásticos multicapa), y por último la conectividad IoT que convierte los datos de la línea de producción en decisiones operativas efectivas.

De la automatización rígida a la flexibilidad modular

LA AUTOMATIZACIÓN HA DEJADO DE SER UN LUJO PARA CONVERTIRSE EN UNA NECESIDAD OPERATIVA.

La automatización ha dejado de ser un lujo para convertirse en una necesidad operativa. Pero en 2026, el enfoque no está solo en automatizar procesos, sino en hacerlo de manera inteligente y adaptable.

Las nuevas líneas de embalaje flexibles pueden ajustarse automáticamente al tipo de producto, tamaño o volumen de producción sin necesidad de paradas prolongadas. Según Global Market Insights, el sector de maquinaria automática generó 21,6 mil millones de dólares en 2025, manteniendo la mayor participación en el ámbito de la automatización.

La clave está en la modularidad, que comprende sistemas que permiten comenzar con soluciones básicas y, con el tiempo, añadir nuevos módulos o automatizaciones sin tener que reemplazar toda la instalación.

Industria 4.0 y conectividad en tiempo real

La adopción de tecnologías de la Industria 4.0 como el IoT, la inteligencia artificial y la analítica de datos en tiempo real está revolucionando el mundo de la maquinaria industrial.

Las líneas de embalaje que utilizan IoT permiten a los fabricantes gestionar sus operaciones de manera remota, reducir el desperdicio de materiales y minimizar el tiempo de inactividad gracias al mantenimiento predictivo.

Según estudios de la industria, los fabricantes que han integrado la inteligencia artificial en sus líneas de empaque han



visto mejoras notables. Hasta ahora, han logrado reducir los ciclos de aprobación de diseño entre un 20 y un 30%, disminuir el desperdicio de materiales en un 25% y reducir costos de mantenimiento del 30% gracias al mantenimiento predictivo. KPMG informó que el 96% de los fabricantes que implementaron IA experimentaron ganancias tangibles en eficiencia.

Maquinaria preparada para materiales sostenibles

Para el año 2026, los principales socios minoristas están exigiendo envases reciclables. Esto está llevando a los productores a hacer un cambio de laminados multicapa flexibles a monomateriales, ya sea 100% PE o 100% PP, así como a películas a base de papel.

Este cambio en los materiales tiene un impacto directo en la maquinaria, pues las mordazas de sellado térmico tradicionales funcionan bien con laminados multicapa debido a su amplio margen de operación, pero con los monomateriales, el margen térmico se vuelve bastante estrecho. La inversión en maquinaria de envasado que pueda manejar materiales reciclables y biodegradables está en aumento.

Smart Packaging: del código QR al NFC

El empaque inteligente ha dejado de ser solo una idea del futuro y ahora es una ventaja competitiva real. El mercado global de smart packaging alcanzará USD 55,56 mil millones en 2034, casi duplicando los USD 32,22 mil millones de 2025, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 6,24%, según Precedence Research.

Dentro de este panorama, el empaque interactivo, que abarca tecnologías activadas por el consumidor como códigos QR, NFC y realidad aumentada, crecerá de 31,85 mil millones de dólares en 2025 a 54,19 mil millones de dólares en 2034.

La adopción de estas tecnologías está siendo impulsada por dos factores clave: la regulación, que exige trazabilidad y transparencia, y la demanda de los consumidores, ya que el 60% de los compradores quieren información clara sobre el origen de los productos, según Statista 2025.

Los códigos QR siguen siendo una de las tecnologías más accesibles: no necesitan hardware especial en el empaque (solo se requiere impresión), y cualquier smartphone puede escanearlos. Sus aplicaciones son variadas, desde ofrecer información básica sobre productos hasta crear experiencias interactivas como videos de recetas, tutoriales y programas de fidelización.

En cuanto a la comunicación de campo cercano (NFC), aunque el costo por unidad es más alto que el de un código QR, su uso está en aumento en categorías premium donde la autenticación y la experiencia de marca hacen que valga la pena la inversión.

EEL 60% DE LOS COMPRADORES QUIEREN INFORMACIÓN CLARA SOBRE EL ORIGEN DE LOS PRODUCTOS.

Impresión digital y etiquetas inteligentes: de la personalización a la trazabilidad

La impresión flexográfica sigue siendo la tecnología líder en la industria. Según Mordor Intelligence, se espera que el mercado crezca a USD 228,90 mil millones en 2029, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 3,13%.

Sin embargo, el verdadero auge se está viendo en la impresión digital, que se ve impulsada por la personalización masiva (tiradas cortas con arte variable), el cumplimiento normativo y la creciente demanda de las marcas por mayor agilidad.

La impresión digital permite la impresión de datos variables, donde cada unidad puede tener un código único, lo que facilita la trazabilidad. Esto es crucial para la autenticación y así luchar contra las falsificaciones en la industria farmacéutica y de bebidas premium.

El uso de etiquetas con tecnología NFC o RFID permite el rastreo en tiempo real a lo largo de la cadena de suministro, y continuará facilitando la generación automatizada de informes sobre volúmenes para esquemas de responsabilidad extendida del productor.

El año 2026 no parece traer un gran auge regional, pero sí un cambio en la competencia donde las reglas del juego están en plena transformación. La diferencia de costo con los plásticos derivados del petróleo se está reduciendo, no solo gracias a las economías de escala, sino también por el aumento de precios de los plásticos convencionales debido a impuestos y costos de reciclaje postconsumo.

América Latina se adentra en 2026 con el desafío claro de convertir las restricciones (regulatorias, financieras y comerciales) en una ventaja competitiva. La industria del empaque, como indicador del consumo y plataforma de cumplimiento, juega un papel central en esta transformación.

5 recomendaciones estratégicas para la industria para el año 2026

La discusión estratégica de 2026 se fundamenta en cómo sostener rentabilidad cuando el cliente pide más cosas en menor tiempo. Quien no gestione esta complejidad terminará compitiendo solo por precio, incluso en categorías donde el valor sí existe.



Por: David Ricardo Muñoz Lozano,
editor de la revista El Empaque + Conversión

La ejecución se volvió el producto. Hoy un convertidor no vende únicamente una caja, una bolsa o una etiqueta; vende consistencia, disponibilidad, trazabilidad y capacidad de responder sin fricciones. Eso implica que la conversación con el cliente ya no debería empezar por "capacidad instalada", sino por "capacidad de cumplir": tiempos de cambio, control de calidad, gobernanza de artes, y una cadena de suministro que no se rompe ante variaciones de demanda o insumos.

La ventaja competitiva no vendrá de adivinar el próximo evento, sino de construir una operación capaz de absorberlo: decisiones de mix tecnológico, contratos y especificaciones más inteligentes, y un modelo comercial que priorice clientes y trabajos donde la complejidad se paga.

1) Presupuestar la demanda por "bolsillos", no por país

Con crecimiento regional moderado, el consumo esencial sostiene el flujo, pero el verdadero diferencial aparece por canales: A&B, pharma y e-commerce tienden a defender mejor la demanda de empaque y embalaje. El reto es evitar planes lineales: donde haya mayor rotación, promociones y cambios de portafolio, habrá más presión sobre tiempos de entrega, versiones de arte y disponibilidad de sustratos. En 2026, la planeación comercial que separa "base" (volumen recurrente) de "picos" (promos/regulación/lanzamientos) reduce urgencias costosas.

2) Inversión como palanca de margen, no solo de capacidad

La inversión está moviéndose hacia modernización. Un indicador fuerte: el mercado de maquinaria para empaque en Latinoamérica proyecta crecimiento de US$ 4.974,3 millones para el 2030, por encima del promedio global en la misma categoría. La recomendación es priorizar proyectos que paguen en 12–24 meses: cam-

bios rápidos, reducción de merma, estabilidad de calidad, conectividad e inspección. En ciclos macro "sin boom", la automatización gana porque protege el costo unitario.

3) Blindar la estrategia de compras

México ilustra un riesgo que se repite en la región: la maquinaria se compra mayoritariamente afuera y el tipo de cambio se siente de inmediato. Los reportes económicos señalan que la depreciación del peso puede encarecer la maquinaria importada alrededor de 15%–20% en términos locales. Para 2026, la recomendación es convertir compras en un proyecto financiero: coberturas cuando aplique, negociación de repuestos críticos, contratos de servicio, y estandarización de plataformas para no multiplicar inventarios.

4) Cuidar los procesos de etiquetado y claims

Las exigencias de información (nutricional, claims, reciclabilidad) y trazabilidad empujan más versiones por SKU y más riesgo de error. El juego, sin embargo, está en la ejecución: flujos de aprobación, control de cambios, bibliotecas de color, inspección 100% en líneas críticas y trazabilidad documental. En 2026, invertir en workflow y QA suele rendir más que "correr más rápido" con el mismo proceso.

5) Convertir sostenibilidad en especificación técnica

El año pide decisiones de materiales con lupa: no solo precio por kilo, sino desempeño en reciclaje, compatibilidad adhesivo-sustrato, y huella logística. El objetivo no es cambiar todo el portafolio, sino identificar dónde la migración reduce riesgo comercial o abre cuentas: liners, estructuras más reciclables, y contenido reciclado donde sea viable. Para sostener márgenes, esta agenda debe amarrarse a contratos: especificaciones claras, tolerancias, y acuerdos de sustitución cuando haya volatilidad de insumos.





La flexografía en Latinoamérica:

adaptarse a la nueva realidad o quedar fuera del mercado



Por: Leonardo Loaiza, Tech Expert Andean & CA Region en Tesa Tape.

Durante décadas, la flexografía en Latinoamérica se caracterizó por su capacidad de adaptación, bajos costos relativos y una notable versatilidad frente a otros procesos de impresión. Sin embargo, ese escenario cambió de forma acelerada en los últimos años. Hoy, ya no alcanza con ser rápido ni flexible: la competitividad real exige procesos estables, medibles y sostenibles en el tiempo.

Para muchas plantas de la región, este momento representa una disyuntiva concreta: evolucionar tecnológicamente o perder relevancia dentro de la cadena de valor del

Este punto de inflexión no surge de una sola causa. Está impulsado por al menos tres fuerzas simultáneas que se refuerzan entre sí: normativas ambientales cada vez más exigentes, una presión constante por cadenas de suministro más ágiles y confiables, y la necesidad —cada vez más crítica— de reducir costos operativos sin comprometer calidad ni cumplimiento.

Tendencias globales que ya marcan el estándar operativo

A nivel internacional, la flexografía ya definió un nuevo piso tecnológico. Lejos de ser tendencias "futuras", muchas de estas prácticas ya son condición de entrada para competir en mercados desarrollados y comienzan a trasladarse con fuerza a Latinoamérica.

Uno de los mayores impulsores de eficiencia ha sido la estandarización del color. La implementación de esquemas ECG o Paleta Fija (CMYK + OGV) permite reducir de manera significativa los cambios de tinta, las mermas asociadas al ajuste de color y los tiempos de alistamiento.

OTRO EJE CLAVE ES LA EVOLUCIÓN HACIA TINTAS MÁS SOSTENIBLES. LA MIGRACIÓN DESDE SISTEMAS SOLVENTADOS HACIA TINTAS BASE AGUA Y TECNOLOGÍAS UV/LED EN SU MAYORÍA EN BANDA ANGOSTA NO RESPONDE SOLO A UNA CUESTIÓN AMBIENTAL, SINO TAMBIÉN OPERATIVA.

En experiencias reportadas por impresores de la región, estos tiempos pueden reducirse en órdenes cercanos al 50–60%, especialmente en plantas con alta rotación de trabajos, sin embargo, en algunas otras compañías han decidido retornar a la cuatricromía original debido a la gran dificultad de mantener estándares y controles de calidad del total de los insumos que afectan el proceso; La adopción de normas como ISO 20654 (SCTV) aporta además una base técnica mucho más sólida para lograr reproducibilidad y repetitividad, dos aspectos históricamente desafiantes en flexografía.

Otro eje clave es la evolución hacia tintas más sostenibles. La migración desde sistemas solventados hacia tintas base agua y tecnologías UV/LED en su mayoría en banda angosta no responde solo a una cuestión ambiental, sino también operativa. Las regulaciones internacionales —como REACH en Europa o lineamientos de la EPA— están siendo gradualmente adoptadas o referenciadas por varios países latinoamericanos.

Esto impulsa la reducción de VOC, mejora las condiciones de trabajo en planta y en el caso del LED, disminuye el consumo energético al tiempo que elimina el uso de mercurio presente en lámparas tradicionales.

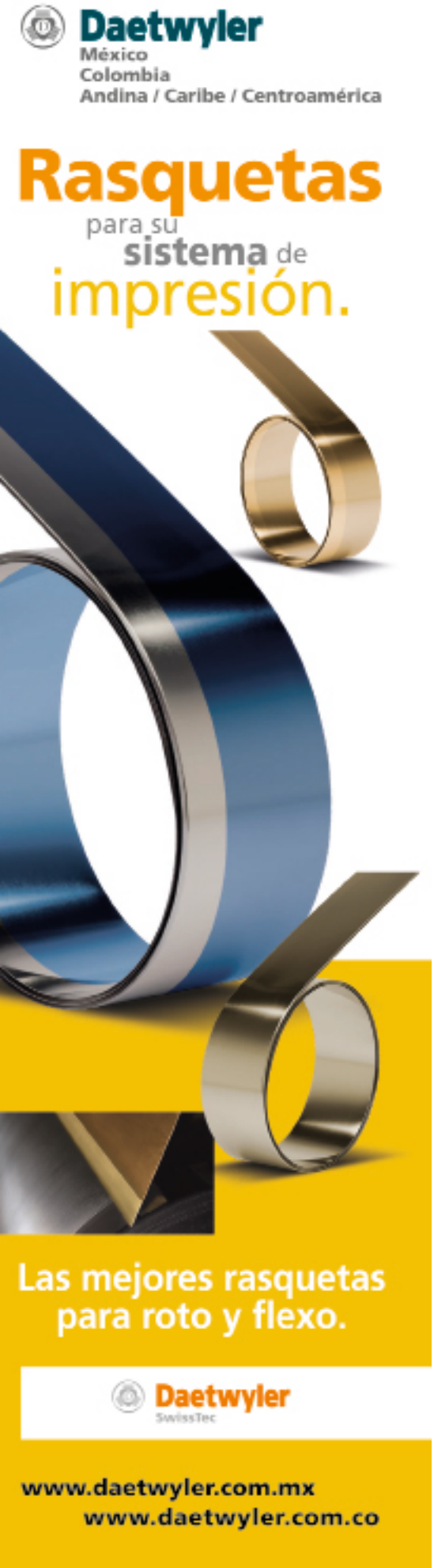
La automatización es otro factor decisivo. En plantas de alto volumen, la inspección en línea asistida por sistemas de visión e inteligencia artificial dejó de ser una ventaja competitiva para convertirse en un estándar. La detección temprana de defectos, el control continuo del registro y la colorimetría en tiempo real permiten reducir desperdicio, evitar reprocesos y disminuir reclamos, impactos que se reflejan directamente en el costo total del trabajo.

En paralelo, la hibridación flexo–digital gana terreno como respuesta concreta a la fragmentación de tirajes y la creciente demanda de personalización. Integrar datos variables sin sacrificar velocidad ni estabilidad del proceso ya no es una promesa tecnológica, sino una solución aplicada en múltiples mercados.

A nivel de insumos, los componentes de alta precisión se vuelven determinantes. Anilox con geometrías láser optimizadas, planchas digitales HD, cintas de montaje de alto desempeño influyen de manera directa en la transferencia de tinta y en la estabilidad del color, especialmente en esquemas ECG.

LA IMPLEMENTACIÓN DE ESQUEMAS ECG O PALETA FIJA (CMYK + OGV) PERMITE REDUCIR DE MANERA SIGNIFICATIVA LOS CAMBIOS DE TINTA, LAS MERMAS ASOCIADAS AL AJUSTE DE COLOR Y LOS TIEMPOS DE ALISTAMIENTO. EN EXPERIENCIAS REPORTADAS POR IMPRESORES DE LA REGIÓN, ESTOS TIEMPOS PUEDEN REDUCIRSE EN ÓRDENES CERCANOS AL 50–60%.

La experiencia demuestra que la estandarización solo funciona cuando todos los elementos del sistema están alineados.



Finalmente, la economía circular deja de ser un concepto abstracto. La recuperación de solventes mediante procesos de absorción o destilación, junto con la valorización integral de residuos, permite transformar costos operativos en recursos reutilizables, con impacto tanto económico como ambiental, dentro de esta transformación algunos proveedores se están haciendo responsables y buscando soluciones para ofrecer servicios que minimicen el impacto de sus productos en la cadena de sostenibilidad de las compañías productoras de empaques flexibles.

El motor regional del cambio: regulación REP/EPR

En Latinoamérica, estas tendencias globales se aceleran por un factor adicional: la regulación. Las leyes de Responsabilidad Extendida del Productor (REP/EPR) en países como Chile, Colombia, México y Brasil están reconfigurando el mercado del packaging. Estas normativas exigen envases reciclables, reducción efectiva de residuos y reportes ambientales con niveles de trazabilidad que muchas plantas no estaban preparadas para afrontar.

En la práctica, esto obliga a impresores y convertidores a revisar materiales, procesos y proveedores. La flexografía, por su eficiencia en consumo de tinta y su compatibilidad con sustratos sostenibles, tiene una oportunidad clara, pero solo si acompaña esta ventaja con control de proceso y documentación confiable.

Qué definirá el futuro cercano de la flexografía en la región

El desempeño de la flexografía latinoamericana en los próximos años dependerá de algo más que inversión en maquinaria. La clave estará en integrar tecnología, capacitación técnica y una mayor conciencia ambiental a nivel organizacional. No se trata únicamente de modernizar equipos, sino de asumir una inversión estratégica orientada a reducir el costo total de operación, aumentar la estabilidad productiva y asegurar el cumplimiento normativo.

EL DESEMPEÑO DE LA FLEXOGRAFÍA LATINOAMERICANA EN LOS PRÓXIMOS AÑOS DEPENDERÁ DE ALGO MÁS QUE INVERSIÓN EN MAQUINARIA. LA CLAVE ESTARÁ EN INTEGRAR TECNOLOGÍA, CAPACITACIÓN TÉCNICA Y UNA MAYOR CONCIENCIA AMBIENTAL A NIVEL ORGANIZACIONAL.

Quienes logren este equilibrio no solo mantendrán su competitividad, sino que consolidarán su lugar dentro de una cadena de valor del packaging cada vez más exigente, diversa y multicultural, donde la eficiencia y la sostenibilidad ya no son opcionales, sino condiciones básicas para permanecer en el mercado.



Intelligence Optimization (iO)

Análisis de eficiencia, eficacia, efectividad y productividad.



Por: Ricardo Romero, Chief Proyect Officer en Servwork

La satisfacción del cliente determina el éxito de un nuevo producto, y solo el empaque y/o etiqueta de alto valor satisfacen las necesidades de los clientes, quienes esperan que funcionen correctamente durante todo su ciclo de vida.

Para cumplir con estos requisitos, se debe garantizar una variación mínima de los parámetros en los procesos de producción y en el propio producto. Así sea un producto con características básicas hasta productos complejos, deben diseñarse y fabricarse con un alto nivel de calidad y ser fiables y seguros de usar, sin dejar a un lado el impacto positivo que deben generar al medio ambiente y a la sociedad.

El proceso de control de calidad desempeña un papel importante en el mantenimiento y la mejora de la calidad según las expectativas. Los procesos pueden intervenirse con diferentes equipos de control de calidad según las necesidades y las condiciones. Con un modelo de control de calidad de los procesos actualizado y continuo, se garantiza que la calidad se ajuste a las expectativas en constante evolución.

Durante el proceso de impresión, se pueden verificar todos los impresos uno por uno si se cuenta con un sistema de inspección en línea o se pueden tomar muestras para su inspección. En algunos casos, verificar todos los impresos uno por uno puede no ser una opción rentable para los convertidores en términos de costo-beneficio. Aquí es donde entra en juego el control de calidad mediante la verificación de muestras.

La inspección de muestras implica seleccionar una pequeña cantidad de impresos de un tiraje para verificar diversas especificaciones, como apariencia, funcionalidad, características físicas, atributos del producto, etc. Los promotores de control de calidad buscarán posibles defectos y compararán los impresos con el respectivo plano mecánico y diseño para garantizar que se cumplan las especificaciones aprobadas. Los elementos y el color son otros aspectos que se pueden verificar, así como la información y textos del impreso, y si se cumple con las especificaciones estándar que le son aplicables o cualquier otra especificación estipulada en el contrato comercial.

UNA PREDICCIÓN CIENTÍFICA DE PREPRODUCCIÓN (PSP) SE REALIZA UNA VEZ QUE SE RECIBEN LAS MATERIAS PRIMAS; CUANDO EL DEPARTAMENTO DE DISEÑO INICIA EL DESARROLLO DE LA NECESIDAD DEL CLIENTE, Y EN LAS ETAPAS DE APROBACIÓN.

Diferentes expertos de la industria enfatizan la importancia de la predicción científica para evaluar un producto antes de la producción. Irónicamente, si bien una investigación significativa ha avanzado en la comprensión general de los métodos de mejora de procesos en el diseño y la fabricación de productos, el proceso de predicción es un área dentro del diseño y la fabricación que ha recibido poca atención. En predicción científica, la validación es un método de evaluación que refleja la idoneidad de un producto para su uso y aplicación, o la idoneidad de un ecosistema para alcanzar sus objetivos. Predecir la conformidad del producto con los requisitos técnicos predeterminados y su idoneidad para la producción a gran escala se ha convertido en una necesidad en toda la industria. Por lo tanto, las razones para pasar a la predicción científica son las pruebas, la validación y la inspección de preproducción, mientras que el objetivo final es garantizar la calidad y la fiabilidad del producto.

Una predicción científica de preproducción (PSP) se realiza generalmente una vez que se reciben las materias primas; también interviene cuando el departamento de diseño inicia el desarrollo de la necesidad del cliente, luego en cada una de las etapas de aprobación y, por último, la fábrica está lista para comenzar la producción bajo las normativas de la predicción científica de preproducción.

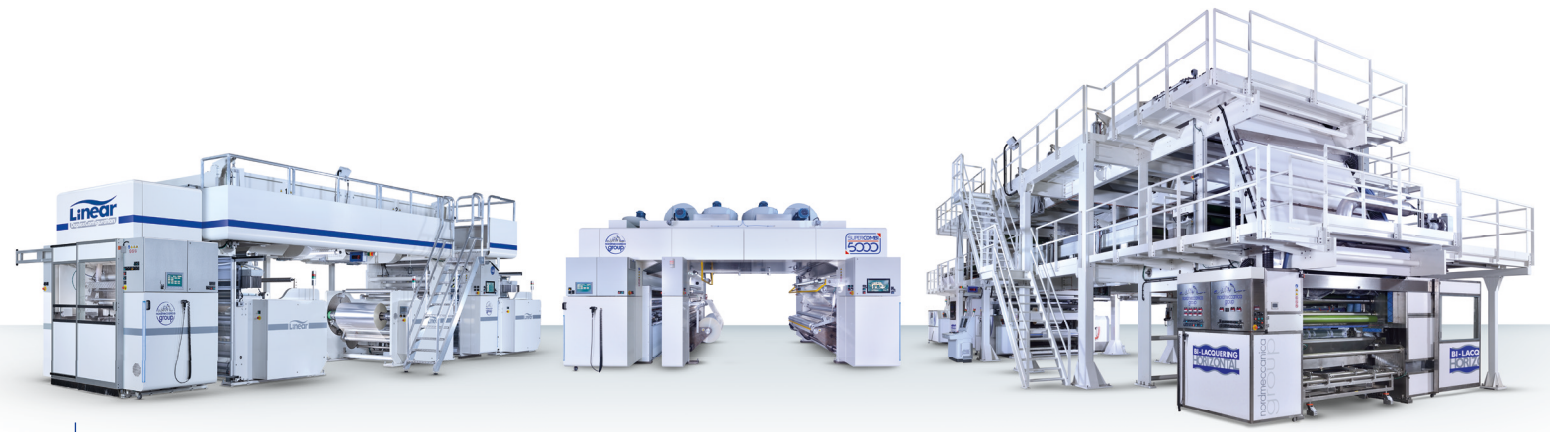
Una PSP (Pre-production Scientific Prediction) puede abarcar diversos departamentos de la compañía, tanto operativos como administrativos. Dentro del mapa de flujo de trabajo PSP se incluyen tareas comunes tales como verificar que las materias primas cumplan con la calidad especificada en el contrato, revisar un producto prototipo o una muestra de referencia y asegurar que la fábrica esté lista para la producción en línea.

Durante la fase de preproducción, las materias primas deben someterse a pruebas antes de entrar en producción. Esto puede incluir diversas pruebas para examinar características, atributos y coeficientes, versatilidad de superficies, tensión superficial, absorción y porosidad, calandra y brillo, estabilidad dimensional, resistencia, torsión (curvatura), verificación de planicidad, recuperación del estiramiento y mucho más.

Es necesario que la PSP abarque la mayor cantidad de departamentos y procesos dentro de la compañía. Dado que los problemas de calidad suelen deberse a defectos en los insumos, falencias y vacíos en las metodologías, las inspecciones durante la fase de preproducción permiten a los líderes abordar cualquier defecto o problema antes de que comience la producción. En última instancia, el predecir los resultados de cada proceso con antelación puede evitar costos ocultos y retrasos imprevistos.

nordmeccanica group

Hay valores en una NORDMECCANICA que encantan al mercado ♥



- Hecha en Italia
- Alta tecnología
- Totalmente armada en la planta
- Probada antes del envío
- Fiabilidad
- Innovación
- Paquetes completos
- Componentes de calidad
- Desarrollada a medida pero nunca un prototipo

---

nordmeccanica SL n-Gen

Un nuevo diseño de la estación de recubrimiento Solvent Less concebido para permitir la configuración del trabajo sin intervención.

nordmeccanica CWM coating weight management

La solución definitiva para supervisar y controlar un trabajo de revestimiento-laminación.

Unidad de detección NM-9000 proporcionada por Nordson MEASUREMENT & CONTROL

nordmeccanica AI job pre-set

Receta configurada mediante algoritmos que emplean IA y análisis de datos y Autoaprendizaje.

www.nordmeccanica.com

El futuro del Código de Barras está aquí

¡Conócelo!

En la era de la conectividad, el código de barras ha evolucionado. ¿Sabías que el primer código de barras lineal fue escaneado hace más de 50 años? Hoy en día, la innovación continúa con GS1 Digital Link, un avance crucial para transformar la forma en que interactuamos con los productos.
¡No te pierdas cómo esta nueva norma está revolucionando el comercio global y cómo puedes beneficiarte de ella!

- **Código 2D Avanzado:** Accede a información detallada del producto con un solo escaneo.
- **Transparencia para el Consumidor:** Mejora la confianza con datos completos y actualizados.
- **Actualización Instantánea:** Mantén la información del producto al día en tiempo real.



Descubre más

Domino. Do more.