

# Packaging Multicanal



PRO CARTON

EHI Retail Institute®



## El envase del producto para E-Commerce - requisitos, tendencias y oportunidades

Resumen de un estudio realizado por el  
Instituto EHI Retailen nombre de Pro Carton



## INTRODUCCIÓN

El desafío "multicanal" establece una serie de nuevas tareas para toda la cadena de suministro de envases.

El comercio al por menor se encuentra en "primera línea" por dos razones.

- En primer lugar, el multicanal es un reto logístico: el comercio minorista está trabajando continuamente en la mejor manera de utilizar las nuevas oportunidades digitales para crear un nuevo sistema de distribución perfecto. Este sistema tiene que estar estrechamente vinculado a los sistemas existentes en la tienda para que los productos lleguen a los clientes de la manera que quieren y esperan.
- En segundo lugar, de todos los miembros de la cadena de suministro de envases, el comercio minorista es el que está más cerca de los consumidores. Es el primero en saber lo que los clientes están dispuestos a aceptar y lo que no, cuáles son sus necesidades reales y qué se puede hacer para mejorar la situación.

Esta es la razón por la que Pro Carton encargó al Instituto EHI Retail llevar a cabo un estudio del comercio minorista para averiguar las soluciones que se están estudiando actualmente, qué tiene éxito, y lo que realmente quiere.

Este primer feedback del comercio al por menor puede dar los conocimientos de la industria de cartón y cajas de cartón para ayudar a desarrollar nuevos conceptos basados en sus propias fortalezas y acordarlo con las marcas y el comercio minorista.

El estudio mostró claramente que las cajas de cartón tienen una excelente reputación con el comercio al por menor, debido a sus muchas características positivas. Mirando hacia el futuro, el comercio minorista está a la espera de la industria del cartón para llegar a nuevas soluciones para los retos del futuro.

El tiempo es la esencia: todas las predicciones indican que el comercio minorista online crecerá significativamente en un futuro cercano. La rapidez de este crecimiento vendrá y su dimensión, sin embargo, no está claro, pero llegará.

Roland Rex, Presidente Pro Carton

Anticiparse a las necesidades de los clientes antes de que las den a conocer, es un arte en sí mismo. Es por esto por lo que yo estaba más que encantado cuando Pro Carton se acercó a nosotros con la pregunta, cómo el packaging necesitaba ser diseñado para un mundo multi -canal, en particular, las cajas de cartón, para apoyar a la industria de bienes de marca y, específicamente, el comercio de funcionamiento estacionario y online.

Este enfoque se visualizó hasta donde todavía hay un considerable debate sobre si los alimentos y artículos de droguería, se pueden distribuir online. Si nos fijamos en los sectores minoristas, que ya tienen una afinidad hacia lo online, uno puede ver la rapidez con la que el comercio en Internet ha capturado cuota de mercado una vez que un concepto sólido y exitoso había sido desarrollado. La búsqueda de soluciones demasiado tarde conduce a una carrera frenética.

Por lo tanto, tiene sentido para analizar los requisitos de hoy, para preparar soluciones e introducir paso a paso. Los resultados muestran que las cajas en particular, pueden satisfacer las crecientes necesidades del comercio al por menor para el envasado del multi-canal, debido a su forma básica estable en combinación con un diseño flexible.

Esperamos darle a la industria y a los minoristas un estímulo significativo con este estudio para transformar su idoneidad básica en algo concreto, soluciones de envasado seguros de futuro.

Marco Atzberger, EHI Retail Institute



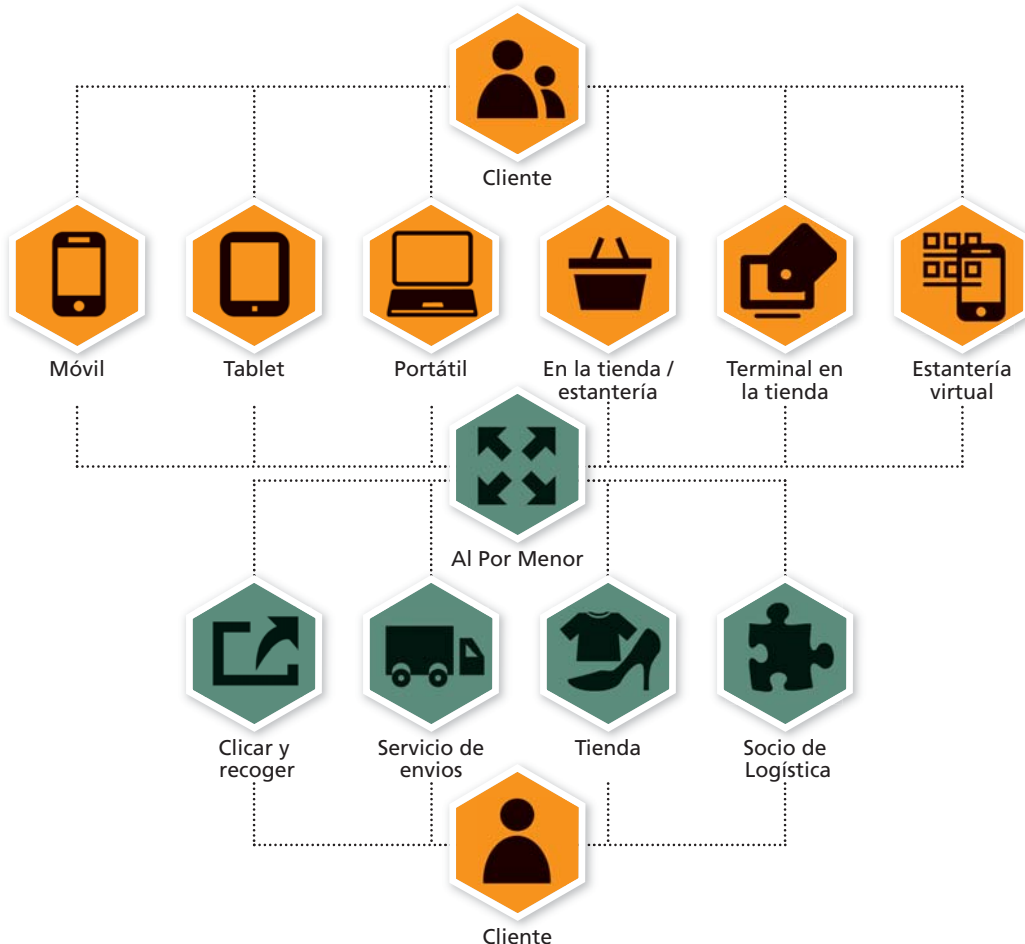


## El comercio minorista quiere envases de cartón.

La venta al por menor online está disfrutando de un crecimiento constante. En Europa, su participación en el sector de la alimentación es actualmente muy pequeña, sin embargo, hay algunos pioneros con un negocio sustancial de alimentos online. Debido a los diferentes procedimientos de la venta online y la venta en tienda al por menor, la complejidad de los requerimientos hechos en los envases esta incrementando.

A fin de comprender la variedad de necesidades y el futuro del embalaje del producto en el comercio electrónico desde la perspectiva de los minoristas online y multicanal - en particular con respecto a la cajas de cartón - Pro Carton se acercó a la EHI. Esto dio lugar a una imagen clara:

- Los requisitos para el envasado de productos relacionados con el comercio minorista online comienzan con las imágenes del producto en la tienda online. Por ejemplo, los materiales no deben ser demasiado brillantes y deben ofrecer un buen contraste para ser fáciles de ver y leer.
- Pero, sobre todo, hay requisitos específicos para el embalaje. El embalaje del producto no debe ser demasiado pesado, se debe proteger a los productos de manera adecuada y no debe ser dañado por otros productos o dañar a otros productos.
- Las oportunidades para una posible innovación de envases se pueden encontrar en el embalaje del producto adecuado para el envío. También hay una necesidad de embalaje de regalo en soluciones estandarizadas y personalizadas en varios tamaños.
- Las perspectivas para los cartones en el comercio minorista online es excelente. Son muy adecuadas para la exhibición en tiendas online , que ofrecen, productos innovadores, marca relevante, bien diseñados , estandarizados y son adecuados para el embalaje de regalo y envío.



### EL embalaje eficiente hace la diferencia.

Los procesos en el comercio minorista online B2C dan una idea de los desafíos que enfrentan los envases:

#### **PRESENTACIÓN EN LA TIENDA ONLINE**

Para los clientes que hacen pedidos online, es importante que el producto tenga una visualización clara y atractiva en la tienda online. Esto requiere una imagen claramente identificable y atractiva del producto y del embalaje del producto. Por lo tanto, los criterios específicos para la fotografía se deben cumplir.



#### **MEZCLA DE PRODUCTOS**

Los clientes pueden solicitar los productos por separado o en múltiples cantidades en las tiendas online. Para el E-Commerce esto significa que los pedidos no siempre se pueden cumplir con las mismas unidades tal como se utiliza en la tienda. Algunos minoristas y fabricantes creen que los clientes podrán en el futuro solicitar unidades personalizadas de un producto en tamaños de envases individuales.



#### **EMBALAJE PARA ENVÍO**

Para los productos que se envían por separado a los clientes online, hay una cierta demanda de envases de productos que ya están aptos para el envío, para evitar la necesidad de embalaje adicional. Es crucial para el envío que los productos y el embalaje no sean demasiado pesados, que no puedan ser dañados y que no dañen otros productos.



#### **RECEPCIÓN DE LOS BIENES EN EL HOGAR**

Cuando ya que los clientes reciben las mercancías, este es su primer contacto directo con el producto y su embalaje. Para dar al cliente una experiencia positiva, es importante que la mercancía llegue en buen estado, que el envase sea fácil de abrir, que tenga un diseño atractivo y, sobre todo, que no se utilice ningún material de embalaje innecesario.



#### **DEVOLVER LOS PRODUCTOS AL MINORISTA**

Si el cliente no está satisfecho con el producto, es muy posible que sea devuelto al minorista. Por tanto, es importante que el envase del producto no sólo esté diseñado con sensatez para apariencia inicial, sino también para su posterior manipulación. El empaquetado debe ser diseñado para facilitar el retorno cuando sea necesario.





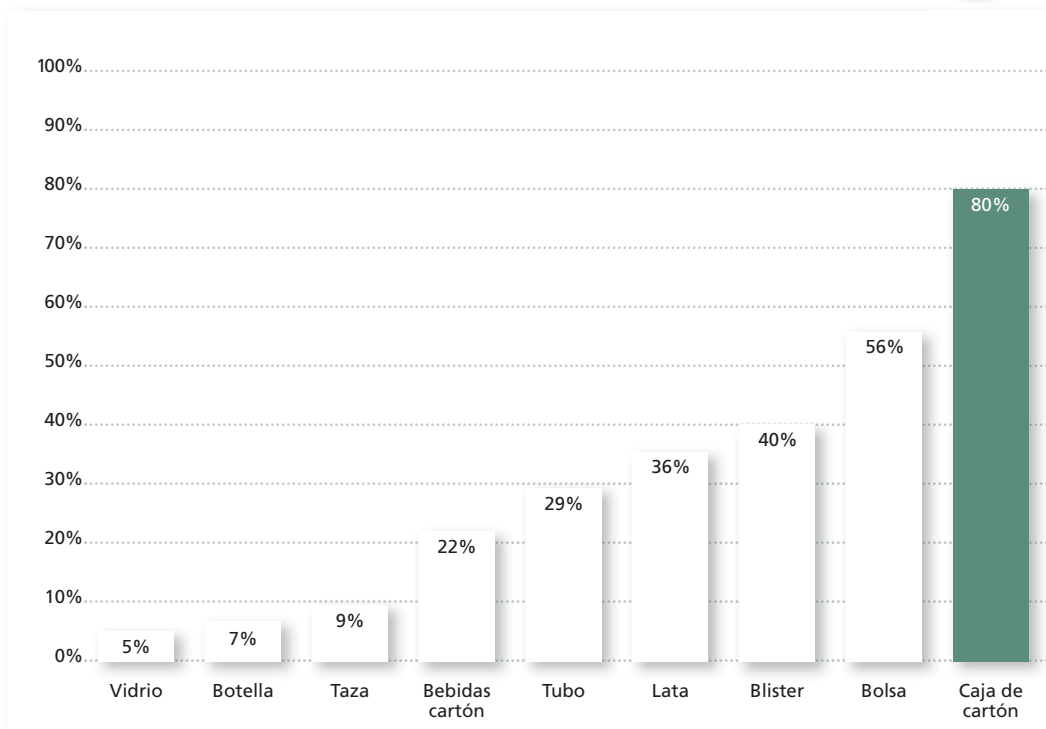
## La abrumadora mayoría ve las cajas de cartón a la cabeza.

Una cuestión clave en el estudio fue "¿Qué embalaje del producto cumple con los requisitos de envío especialmente bien?" Se les dio una gran cantidad de respuestas diferentes, pero el resultado fue claro:

- En comparación con otros tipos de embalaje de productos, las cajas de cartón lo desempeñan extremadamente bien - para la mayoría de las personas entrevistadas son "especialmente adecuadas" para el envío online.
- Esto fue seguido, muy por detrás, por las bolsas. Aquí hay que diferenciar claramente los tipos de productos que se están enviando. Las bolsas pueden llegar a ser la opción de ahorro de espacio, pero sólo para los bienes irrompibles.
- Los blisters se encuentran en el tercer lugar. Sin embargo, esto sólo se aplica al envío y no para todo el proceso de la cadena. La razón es, que el embalaje del producto debe ser fácil de abrir para el cliente, además de ser resellable en caso de necesidad de devolver el producto.
- El vidrio es el menos adecuado, ya que es tanto pesado, como frágil y propenso a la rotura. Por lo tanto, existe una protección insuficiente del producto durante el envío.

Cuatro de cinco respuestas son de la opinión de que las cajas están muy bien adaptadas para el envío.

¿Qué embalaje del producto cumple con los requisitos de envío especialmente bien?



### Claro, los gráficos y las imágenes son la ruta directa al cliente.

Las imágenes del producto en la tienda online tienen requisitos específicos. El diseño del envase y el material requiere una atención especial para permitir la presentación óptima del producto.

- La imagen debe ser realista, atractiva y atrayente.
- La imagen debe permitir hacer zoom. Una vista 3D (360 grados de vista de todos los lados) tiene sentido para muchos productos para que los clientes online pueden girar o rotar el producto a mano, así replicando una situación como en la tienda normal por el cual el embalaje rectangular y sus seis lados son mucho más adecuados para la visión panorámica que, por ejemplo, formas cónicas.
- Todo el texto en la imagen del producto no tiene que ser necesariamente legible, ya que la información relevante también se puede proporcionar en forma digital. Sin embargo, los elementos más importantes, en particular, el nombre del producto, deben consignarse en tamaños legibles y con suficiente contraste.



Móvil



Tablet



Portátil



Terminal en la tienda



Estantería virtual



**PRO CARTON**

- Las costuras y pliegues, por ejemplo, en las barras de chocolate, pueden limitar la claridad visual si cubren la información pertinente y no son fácilmente visibles.
- Los materiales transparentes son difíciles de fotografiar. Vidrio, así como con el metal es problemático debido a sus diferentes características de reflejo. También, los tonos de plata en las ventanas y las superficies lisas reflejan la luz y por lo tanto no pueden ser ideales para una presentación perfecta del producto.
- El reflejo debe evitarse a partir de los materiales y la impresión. Las ventanas, tal como se utiliza en algunos envases, no pueden ser fotografiadas perfectamente debido al reflejo y el arrugamiento y por lo tanto puede limitar una presentación perfecta.

Las cajas son excepcionalment  
adecuadas para la visibilidad  
en Internet debido a:

1. buena visión de 360 grados
2. claros contornos gráficos
3. Opciones de diseño gráfico perfecto
4. Opacidad
5. La falta de reflejo

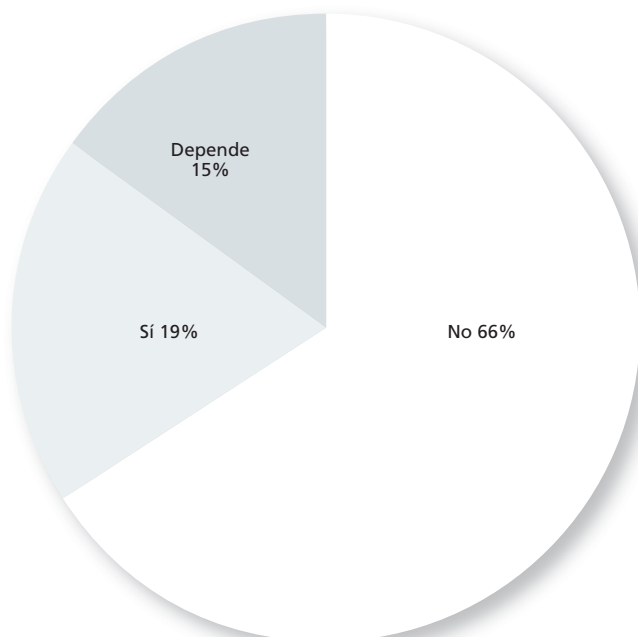


### Ciertos grupos de productos requieren diferentes tamaños de envases para el comercio online.

La pregunta "¿Estaría a favor de la oferta de productos en tienda y online en diferentes unidades o tamaños?" Dio lugar a una respuesta variada. Por un lado, los diferentes tamaños de envase y las unidades pueden requerir considerable trabajo adicional. Por otro lado, sería bueno para satisfacer los deseos de los clientes.

- La idea de ofrecer diferentes unidades para la venta online y en tiendas no se consideró necesario por más de la mitad de los minoristas en términos de una estrategia exitosa multicanal o canal transversal. Para ellos es importante ofrecer exactamente los mismos productos a través de todos los canales.
- Por otra parte, varios minoristas y fabricantes creen que la mayoría de los artículos ya están disponibles en un número suficiente de variaciones. La gran complejidad de distintos tamaños y unidades a través de diferentes canales sólo añadiría costes innecesariamente y sería engañoso para los clientes.
- Por otro lado, más de un tercio de los entrevistados online y minoristas de múltiples canales están de acuerdo con la sugerencia de tener diferentes tamaños y unidades. Las necesidades de los clientes online y los requisitos de envío varían considerablemente de las del comercio de la tienda convencional. En su opinión, esto debería reflejarse en la oferta de productos adecuados y soluciones de embalaje correspondientes. Sin embargo, si un tamaño alternativo tiene sentido para satisfacer el deseo del cliente, mucho depende del tipo de producto y del grupo de productos.

"¿Estaría a favor de la oferta de productos en tienda y online en diferentes unidades o tamaños?"



Clickar y Recoger



Servicio de envíos



Socio de Logística





PRO CARTON

## Numerosos artículos se compran online en grandes cantidades para el almacenamiento.

Hay una serie de razones por las que podría ser una necesidad para los diferentes tamaños de los productos y solicitar cantidades en el comercio online.

- Hasta cierto punto, los clientes online demuestran diferentes pedidos y comportamientos de compra en comparación con los clientes de las tiendas convencionales, en términos del número y tamaño de las unidades. Donde tiene sentido, los clientes online compran unidades o cantidades más grandes. Toman ventaja de no tener que llevar las mercancías. Esto se refiere principalmente a artículos de bajo precio que son requeridos con frecuencia y comprados con regularidad, no se estropean con facilidad, son voluminosos o difíciles de transportar y son fáciles de almacenar. Ejemplos de ello son las pastas, comida para bebés, café, vino, alimentos para mascotas y otros artículos tales como productos de limpieza y detergentes. Es importante tener en cuenta que las unidades más grandes son sólo atractivas si contienen correspondientemente más contenido.
- El embalaje que es más grande de lo necesario para mantener el contenido no es del agrado de todos. Las unidades más grandes también deben ser compactas y ahorrar espacio. El embalaje para el transporte que no está completo es caro, no es sostenible y no le gusta.

Las cajas de cartón son ideales para la compra a granel en diferentes tamaños y cantidades.



### El embalaje para envío debe ser extremadamente versátil.

Al igual que con los envases en las tiendas, el envasado online debe ser robusto y apilable. Otros criterios son también importantes para el envasado online:

- La protección de los productos de alta calidad, es necesario que las mercancías lleguen en buen estado a los clientes.
- El embalaje robusto es necesario para proteger los productos.
- Se requiere la resistencia del material adecuado para asegurar que el envase no se aplasta, no se rasga y no se rompe.
- Buenas sellos que no se deshagan son importantes para evitar el derrame del producto.
- Los materiales de embalaje no deben ser ni pesados ni frágiles.
- El embalaje del producto no debe tener bordes afilados o esquinas que puedan dañar otros productos.
- El tamaño del envase debe coincidir con el tamaño del producto tan estrechamente como sea posible para evitar el espacio desaprovechado en el paquete.
- El embalaje con formato cuadrado o rectangular es preferible, ya que ahorra espacio.
- Un buen re-sellado es importante en caso de devoluciones.



Las cajas cumplen con todos estos requisitos - y protegen productos frágiles durante el envío.



Clicar y Recoger



Servicio de envíos



Socio de Logística



PRO CARTON

## El embalaje para el envío como una marca atractiva de mensajería durante un envío individual

Los envíos de productos individuales presentan un reto muy especial para la logística y el diseño. La necesidad es para soluciones de embalaje innovadoras adecuadas tanto para B2B y B2C para asegurar que el embalaje está diseñado para promover la marca.

- En opinión de varios minoristas y de fabricantes, sería sensato si el minorista online recibe los artículos para las ventas online listos para el envío. El minorista online, entonces podría enviar las mercancías directamente al cliente sin la necesidad de cualquier reenvasado con materiales adicionales como sucede actualmente.
- La visión de algunos minoristas va más allá de listo para el envío de envasado. Se prevé un aumento de la demanda de listo para enviar el embalaje del producto para el envío de los productos individuales.

Un comentario de un minorista multicanal:  
*„En términos de embalaje del producto, los fabricantes, así como los minoristas deberían centrarse más en " B2C ", además de la 'B2B' existente. En principio, se debe considerar el uso B2C para cada producto y así influir mayor al embalaje del producto. Todavía hay un trabajo considerable por delante de todos los involucrados en la cadena de suministro ... "*



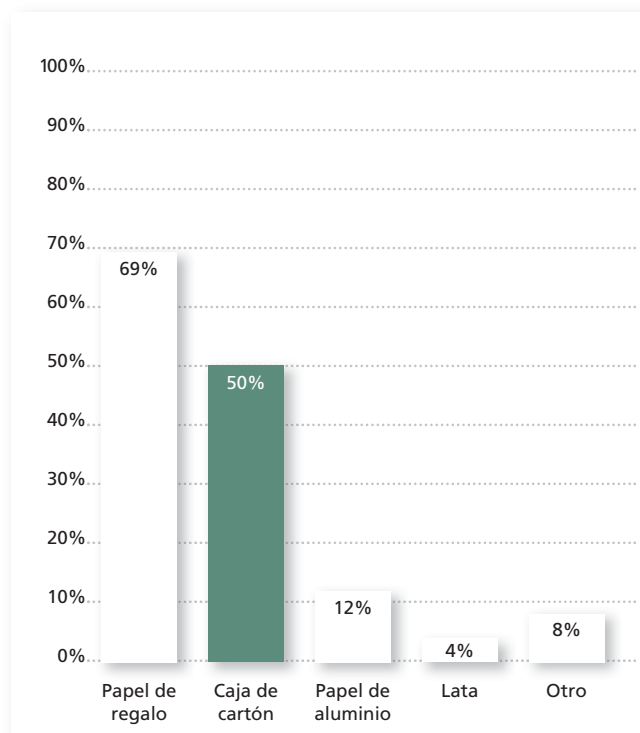
### Caja de regalo de alta calidad.

La demanda de innovadores envases de regalo, tanto estándar y especialmente diseñado, para ilustrar la marca, es mayor en el comercio online que en la tienda.

Cada vez más, los minoristas online ofrecen su embalaje de regalo a los clientes como un beneficio adicional. "¿Con qué materiales regala artículos de envoltura, dando la oportunidad?" En respuesta a la pregunta, las cajas de cartón y el papel encabezaron la lista:

- El papel de regalo fue utilizado por más de la mitad de los minoristas online.
- Las cajas de cartón fueron utilizadas por la mitad de los que ofrecen el embalaje de regalo.
- Los materiales también se utilizaron en combinación.
- Las cajas y las cintas fueron mencionados como "otros" materiales.
- El 20% de los minoristas online entrevistados ofrecen actualmente envoltura de regalos. Como una opción.
- El 16% planean introducir este servicio.

"¿Con qué materiales regala artículos de envoltura, dando la oportunidad?"



Muchos minoristas online utilizan el potencial de promover su tienda a través de envase de regalo de alta calidad. Además de papel de regalo, usan mayoritariamente cajas de cartón para este propósito.



Móvil



Portátil



Terminal en la tienda



Socio de logística




PRO CARTON

## Los sistemas de envasado con volumen variable.

Mirando hacia el futuro, varios minoristas online ven un potencial crecimiento para los clientes a elegir las cantidades de productos individuales y adaptar los envases de productos para satisfacer sus necesidades.

- El consumidor debe tener la opción de comprar sólo aquellas cantidades que realmente requiere. El objetivo es adaptar el tamaño del envase para evitar la eliminación de los residuos innecesarios.
- Existe un considerable potencial en el canal online para soluciones de embalaje a medida para satisfacer las necesidades del cliente. Por ejemplo, en el caso de recetas de comida online, los clientes podían calcular y luego pedir las cantidades específicas que se necesitan.
- Más de un tercio de los entrevistados online, junto con los minoristas multicanal, respaldan la idea de diferentes tamaños y unidades (ver gráfico en la página 8). La visión de los tamaños de envasado más personalizados ofrece el potencial de posibles innovaciones de envasado.



En cuanto a la forma y fuerza, las cajas de cartón son ideales para diferentes tamaños y ofrecen oportunidades para nuevas soluciones modulares, por ejemplo, para las recetas de alimentos, etc.

## CONCLUSIÓN

### Las cajas de cartón cumplen con los requisitos del comercio minorista online perfectamente.

La mayoría de esos entrevistados ven las cajas de cartón como el envase del producto ideal para las compras online. Por lo tanto, la venta online y el comercio minorista multicanal ofrece oportunidades muy importantes para las cajas de cartón:

- Para una visibilidad clara y reconocimiento en la tienda online
- Para envíos y devoluciones
- Para el diseño de la marca y una experiencia de compra positiva
- Como embalaje de regalo

Las cajas de cartón innovadoras son de la demanda de:

- Las cantidades de envases personalizados
- El atractivo, envase de regalo diseñado de la marca que puede ser manejado de manera eficiente y estandarizada.
- Soluciones de embalaje que protejan convenientemente los productos frágiles durante el transporte.
- Los envases de productos que también pueden ser utilizado como embalaje para el envío
- Soluciones de embalaje que están diseñados con sensatez tanto para B2B y B2C





PRO CARTON

## Metodología del estudio.

El estudio se realizó en 2014 en tres fases:

1. Un análisis de los procesos en el comercio minorista online identificó claramente las etapas de la cadena de suministro con sus requisitos de embalaje pertinentes. A raíz de estas etapas, se pudo dar más detalles sobre los retos y posibilidades que enfrentan los envases online y multi-canal minorista.
2. Entrevistas personales - en gran medida con los minoristas multicanal y en parte también con fabricantes de marcas internacionales - fueron empleados para la investigación cualitativa. El objetivo era averiguar lo que los minoristas sienten acerca de envasado online y el comercio minorista multicanal, qué desafíos y posibilidades ven, y sus visiones.
3. Con una amplia base de datos, los principales minoristas online, y en especial los minoristas multicanal, fueron interrogados sobre una base cuantitativa mediante un cuestionario online en relación con los requisitos y oportunidades identificadas en las entrevistas personales. Esto dio lugar a temas que merecería la pena seguir en el futuro para la industria del embalaje, y en particular la industria del cartón, para proporcionar soluciones más innovadoras.





**PRO CARTON**



**EHI Retail Institute**

Marco Atzberger, Miembro de la Junta  
atzberger@ehi.org  
Hilka Bergmann, Director de Investigación de embalaje  
bergmann@ehi.org  
www.ehi.org

**Impressum und Kontakt von Pro Carton:**

**Pro Carton**

Roland Rex, Presidente Pro Carton  
Suzanne McEwen, Directora de Marketing y Comunicaciones  
mcewen@procarton.com  
M +43 676 4244637  
www.procarton.com

**info@procarton.com**  
**www.procarton.com**