

Oficina Económica y Comercial  
de la Embajada de España en Chicago

# Notas Sectoriales

## El mercado del envase y embalaje de plástico y papel en Estados Unidos de América

The logo for ICEX, consisting of the letters 'ICEX' in white, bold, sans-serif font, centered within a red square.

# El mercado del envase y embalaje de plástico y papel en Estados Unidos de América

Este estudio ha sido realizado por Amaia Fernández de Mendiá, becaria del Gobierno Vasco, bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Chicago

**Mayo 2005**

# ÍNDICE

<b>I. CONCLUSIONES</b>	<b>4</b>
<b>II. DEFINICION DEL SECTOR</b>	<b>5</b>
1. Delimitación del sector	5
2. Clasificación arancelaria	6
<b>III. OFERTA</b>	<b>8</b>
1. Tamaño del mercado	8
2. Producción local	10
3. Competidores	11
4. Importaciones	13
<b>IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA</b>	<b>16</b>
1. Público objetivo	16
2. Demanda	16
3. Tendencias	19
4. Previsiones	20
<b>V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL</b>	<b>22</b>
<b>VI. PRECIOS</b>	<b>23</b>
<b>VII. DISTRIBUCIÓN</b>	<b>24</b>
<b>VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO</b>	<b>27</b>
<b>IX. ANEXOS</b>	<b>30</b>
1. Tamaño del mercado	30
2. Importaciones	31
3. Empresas	35
4. Ferias	41
5. Publicaciones del sector	42
6. Asociaciones	43

# I. CONCLUSIONES

El mercado estadounidense de envase y embalaje es el más grande del mundo. Se estima que generó 105 miles de millones de dólares en el 2004 y emplea aproximadamente a un millón de personas. El embalaje alimenticio es el sector más importante representando el 55% de las ventas, seguido del embalaje médico y farmacéutico con un 20% y del cosmético con un 7%. El sector lleva varios años de crecimiento, y sus perspectivas para el futuro son buenas.

Es habitual oír decir a los estadounidenses que Europa va 5 años por delante de EE.UU. en materia de envase y embalaje, y muchos productos europeos son considerados como de alta gama. En el mercado estadounidense los criterios estéticos no son tan determinantes como en Europa, y algunas innovaciones específicas europeas no se encuentran en este mercado.

Sin embargo, se trata de un mercado muy competitivo, existe una gran presión en cuanto a la reducción de costes. En el caso del sector de envase y embalaje, uno de los factores más importantes a la hora de vender es ofrecer el menor precio. Aquí es donde China y otros países asiáticos están tomando gran protagonismo. Muchas empresas americanas están perdiendo contratos debido a la imposibilidad de competir con los costes de un país como China. Por otro lado, este es un sector muy poco concentrado, en el que hay un gran número de empresas en el mercado, lo que hace que la competencia sea aun más dura.

Por tanto el control de los costes y una constante innovación tecnológica para conseguir una diferenciación son las claves para lograr el éxito en este sector.

# II. DEFINICION DEL SECTOR

## 1. DELIMITACIÓN DEL SECTOR

Esta nota sectorial estudia el sector del envase y embalaje de plástico y papel en los Estados Unidos definido por los distintos productos recogidos dentro de dos NAICS<sup>1</sup> principales dentro de la nomenclatura norteamericana, el 322 y el 326.

El NAICS 322 incluye la fabricación de papel y el NAICS 326 la fabricación de plástico. Dentro de esta clasificación, nos centraremos en los niveles desagregados que están relacionados con el envase y embalaje.

Aún así, es preciso resaltar que en, algunos de ellos, como el NAICS 322299 y el 326199, son “cajones de sastre”, donde sólo algunos de los productos incluidos forman parte del sector que estamos tratando (el 326150 también incluye productos fuera de nuestro campo de interés).

### P A P E L

<u>NAICS</u>	<u>Descripción</u>
<b>32221</b>	Fabricación de envases de cartón.
<b>322211</b>	Fabricación de cajas de cartón ondulado y fibra sólida
<b>322212</b>	Fabricación de cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón sin ondular.
<b>322213</b>	Fabricación de cajas ensambladas de papel o cartón.
<b>322215</b>	Fabricación de recipientes higiénicos de alimentos.
<b>32222</b>	Fabricación de bolsas de papel y papel estucado y tratado.
<b>322221</b>	Fabricación de envase y embalaje revestido y laminado de papel y plástico.
<b>322223</b>	Fabricación de bolsas de papel, plástico y aluminio.
<b>322224</b>	Fabricación de bolsas de papel no estucado de varios estratos.
<b>322299*</b>	Fabricación de otros productos de papel no expresados en otras partidas.

\* *parcialmente*

Fuente: U.S. Census Bureau.

<sup>1</sup> La nomenclatura NAICS (North American Industry Classification System) es el sistema gubernamental de clasificación de la actividad económica por sectores. Propio del área del TLC de América del Norte: Estados Unidos, Canadá y México. Conversiones con el HTS en: [http://dataweb.usitc.gov/scripts/commod\\_select.asp](http://dataweb.usitc.gov/scripts/commod_select.asp)

**PLÁSTICO**

NAICS	Descripción
<b>32611</b>	Fabricación de películas, láminas y bolsas de plástico sin soporte.
<b>326111</b>	Fabricación de bolsas de plástico sin soporte.
<b>326112</b>	Fabricación de envase y embalaje de láminas y películas de plástico sin soporte.
Otros	
<b>326150</b>	Poliuretano y otros productos de espuma (excepto el poliestireno).
<b>326160</b>	Fabricación de botellas de plástico.
<b>326199*</b>	Fabricación de otros productos de plástico, no expresados en otras partidas.

\* *parcialmente*

Fuente: U.S. Census Bureau.

**2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA**

Este sector comprende una gran variedad de productos. Por ello vamos a considerar las siguientes partidas arancelarias, según la clasificación HTS<sup>2</sup>, dentro de la fabricación de plástico y papel, como aquellas específicas del sector del envase y embalaje.

**P A P E L****HTS**

**4808** Papel y cartón corrugados, incluso revestidos por encolado, rizados, plisados, gofrados, estampados o perforados, en bobinas (rollos) o en hojas.

**480810** Papel y cartón ondulado, incluso perforado.

**480820** Papel kraft para sacos, rizado o plisado, incluso gofrado, estampado o perforado.

**480830** Los demás papeles kraft, rizados o plisados, incluso gofrados, estampados o perforados.

**480890** Los demás.

**HTS**

**4819** Cajas, sacos (bolsas), bolsitas, cucuruchos y demás envases de papel, cartón, guata de celulosa o napas de fibras de celulosa; cartonajes de oficina, tienda o similares.

**481910** Cajas de papel o cartón ondulado.

**481920** Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón sin ondular.

<sup>2</sup> Harmonized Tariff Schedule, <http://dataweb.usitc.gov> Clasificación arancelaria estadounidense, que coincide con el TARIC hasta los seis primeros dígitos.

**481930** Sacos o bolsas con una anchura en la base superior o igual a 40 cm.

**481940** Los demás sacos (bolsas), bolsitas y cucuruchos.

**481950** Los demás envases, incluidas las fundas para discos.

**481960** Cartonajes de oficina, tienda o similares.

HTS

**4823** Los demás papeles, cartones, guatas de celulosa y napas de fibras de celulosa, cortados a su tamaño, los demás artículos de pasta de papel, de papel, cartón, guata de celulosa o de napas de fibras de celulosa.

---

**482370** Artículos moldeados o prensados, de pasta de papel: envases alveolares para huevos y los demás.

## **PLÁSTICO**

HTS

**3923** Artículos para el transporte o envasado de plástico, tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre de plástico.

---

**392310** Cajas, jaulas y artículos similares.

**392321** Sacos(bolsas), bolsitas y cucuruchos de polímeros de etileno.

**392329** Sacos(bolsas), bolsitas y cucuruchos de los demás plásticos.

**392330** Bombonas (damajuanas), botellas, frascos y artículos similares.

**392340** Bobinas carretes, canillas y soportes similares.

**392350** Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre.

**392390** Los demás artículos para el transporte o envasado de plástico.

HTS

**3925** Artículos para la construcción de plástico, no expresados ni comprendidos en otras partidas.

---

**392510** Depósitos, cisternas, cubas y recipientes análogos de capacidad superior a 300 litros.

# III. OFERTA

## 1. TAMAÑO DEL MERCADO

### P A P E L

En los siguientes cuadros se distinguen los NAICS para el envase y embalaje de papel en dos tablas, una para los envases de cartón y otra para las bolsas de papel. En el Anexo 1 se adjuntan las tablas del consumo aparente detalladas para cada NAICS.

#### **ENVASES DE CARTÓN** (NAICS 322211-322212-322213-322215)

*en miles de dólares*

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	% en el periodo
Producción	41.731.008	45.491.127	43.488.243	41.256.147	s.d	s.d	-1,13%*
+Importaciones	565.330	662.518	708.570	772.672	854.808	903.719	59,85%
-Exportaciones	1.420.364	1.539.264	1.488.396	1.406.625	1.444.499	1.612.189	13,5 %
Consumo aparente	40.875.974	44.614.381	42.708.417	40.622.194		-	-

#### **BOLSAS DE PAPEL** (NAICS 322223 Y 322224)

*en miles de dólares*

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	%1999-2004
Producción	3.259.872	3.296.554	3.123.563	2.752.002	s.d	s.d	-15,57%*
+Importaciones	888.152	1.089.304	1.209.848	1.329.690	1.579.845	1.789.212	101%
-Exportaciones	484.074	513.641	536.521	549.556	583.467	598.897	23,72%
Consumo aparente	3.663.950	3.872.217	3.796.890	3.532.136	-	-	

Fuente: US Census, US ITC Dataweb, elaboración propia.

De los cuadros anteriores podemos extraer que tanto en el sector de los envases de cartón, como en el de las bolsas de papel las importaciones y las exportaciones han incrementado considerablemente de forma sostenida a lo largo de los últimos 5 años. Cabe destacar el ligero descenso de la producción interna en contraste con el notable aumento de las importaciones, llegando a ser de más de un 100% en el caso de las bolsas de papel.

En el caso de los envases y embalajes de cartón, salta a la vista el ínfimo volumen de las importaciones, a pesar de su gran crecimiento en los últimos años. No ocurre lo mismo en el caso de las bolsas de papel, donde podemos comprobar que el nivel de las importaciones es alto, con una progresión ascendente considerable.

\* Este porcentaje está calculado con los datos de los años de los que se dispone información.

**PLÁSTICO**

A continuación se adjunta la información de las categorías de productos en las que las fuentes oficiales ofrecen datos más completos.

*en miles de dólares*

NAICS	1999	2000	2001	2002	2003	2004	% en el periodo
<b>326112 Fabricación de láminas y películas de plástico sin soporte.</b>							
Producción	4.813.330	4.823.210	4.782.978	6.101.390	s.d	s.d	
Importaciones	36.096	37.637	23.010	29.299	61.080	80.107	122%
-Exportaciones	s.d	s.d	s.d	s.d	s.d	s.d	
Consumo aparente	s.d	s.d	s.d	s.d	s.d	s.d	
<b>326160 Fabricación de botellas de plástico.</b>							
Producción	7.217.551	7.981.992	8.257.350	7.948.466	8.201.800	s.d	13,63%*
+Importaciones	231.521	276.402	310.525	342.333	385.379	441.553	90%
-Exportaciones	248.168	307.425	323.120	355.815	378.617	415.275	67%
Consumo aparente	7.200.904	7.950.969	8.244.755	7.934.984	8.208.562	-	-
<b>326199 Fabricación de otros productos de plástico no expresados en otras partidas.</b>							
Producción	72.820.618	75.893.153	72.691.961	72.893.593	s.d	s.d	0,1%*
+Importaciones	6.167.834	6.936.339	7.152.829	7.962.975	8.725.742	10.205.803	65%
-Exportaciones	6.683.118	7.851.424	7.160.927	7.071.338	7.059.775	7.719.267	15%
Consumo aparente	72.305.334	74.978.068	72.683.863	73.785.230	-	-	-

Fuente: US Census, US ITC Dataweb, Ibisworld, elaboración propia.

En el caso del envase y embalaje de láminas y películas de plástico sin soporte (NAICS 326112) las importaciones han incrementado considerablemente, al igual que ocurría en el caso de los envases y embalajes de papel. Aun así, igual que en el caso de los envases y embalajes de cartón, el nivel de importaciones es muy bajo con relación a la producción interna del país.

En el caso de la fabricación de botellas de plástico (NAICS 326160) podemos comprobar también que el nivel de importaciones y exportaciones es bajo, a pesar de su incremento en los últimos años.

\* Porcentaje esta calculado con los datos de los años de los que se dispone información.

## 2. PRODUCCIÓN LOCAL

### 2.1 Producción y perspectivas

En las siguientes tablas se muestran los datos de producción de las empresas americanas desglosadas por los diferentes códigos NAICS

#### P A P E L

en miles de dólares

NAICS	1998	1999	2000	2001	2002
322211	28.292.507	29.617.530	33.053.266	31.473.077	29.514.919
322212	9.223.520	8.701.477	8.931.413	8.570.421	8.070.852
322213	s.d	438.067	481.952	447.678	645.826
322215	2.960.066	2.973.934	3.024.496	2.997.067	3.024.550
322221	1.448.953	1.590.998	1.579.518	1.512.300	1.196.936
322223	509.073	462.088	421.626	416.714	564.387
322224	2.880.157	2.797.784	2.871.928	2.706.849	2.187.615
322299	4.109.463	4.577.499	4.765.674	4.570.145	4.271.782

Fuente: 2002 Economic Census - US Census Bureau

De acuerdo con el cuadro anterior, podemos apreciar un cierto estancamiento en el sector de envases y embalajes de papel en EE.UU. El año 2000 marcó el punto más alto en la producción, pero a partir del mismo, se da una caída sostenida en los dos años siguientes en casi todos los segmentos.

#### P L Á S T I C O

miles de dólares

NAICS	1998	1999	2000	2001	2002	2003
326111	7.709.980	7.644.625	7.879.124	7.938.441	7.256.091	s.d
326112	3.998.678	4.813.330	4.823.210	4.782.978	6.101.390	s.d
326150	6.674.974	7.556.475	7.394.246	6.810.104	6.922.042	6.896.400
326160	6.939.204	7.217.551	7.981.992	8.257.350	7.948.466	8.201.800
326199	68.253.586	72.820.618	75.893.153	72.691.961	72.893.593	s.d.

Fuente: 2002 Economic Census - US Census Bureau

En el caso de los envases y embalajes de plástico ocurre lo mismo que con los de papel. Por regla general se aprecia un estancamiento en la producción, con ligeros aumentos de la misma en ciertos NAICS, como por ejemplo en el caso de las botellas de plástico (326160) o el de láminas y películas (326112).

El NAICS 326199, como ya se ha explicado anteriormente, contiene otros productos además que no son “envase y embalaje”. A un nivel más desagregado (7 dígitos), las cifras

de producción para el código 3261994<sup>3</sup> (que recoge específicamente productos de envase y embalaje de plástico) sólo se han podido obtener para el año 2002, en el que ascendieron a 9.281,78 millones de dólares.

### 3. Competidores

#### P A P E L

La industria de los envases y embalajes de papel y cartón en Estados Unidos se caracteriza por un gran número de medianas empresas que operan por todas las regiones del país. Por tanto, ninguna tiene más de un 4 - 5% de cuota de mercado; esto provoca que el nivel de competencia sea muy alto en todos los segmentos. Lo mismo ocurre con la industria de las bolsas de papel y el papel estucado y recubierto (envase y embalaje flexible). La mayoría de estas empresas no sobrepasa un 1% de cuota de mercado.

Este alto nivel de rivalidad entre las empresas se debe también a los precios, que permanecen estancados desde el 2001, lo que indica la fuerte competencia que existe entre las compañías, sobre todo en la zona de mayor concentración de fábricas que se encuentra en California, los Grandes Lagos y el área del sureste del país. Existe una gran amenaza de sustitución de los productos de papel por envases de otros materiales (como el plástico o el poliestireno), así como una competencia interna entre envases de cartón y de papel, que muchas grandes compañías ya son capaces de producir a la vez.

Las bolsas de papel han perdido mucho terreno frente a las bolsas de plástico, envases de cartón rígido y poliuretano.

Las barreras de entrada son bajas, por lo que cada segmento de esta industria es muy competitivo.

La mayoría de las empresas en el sector de embalaje de cartón en Estados Unidos son pequeñas y se concentran en el mercado local, sin embargo las más grandes, que operan también en el extranjero, son:

- Pactiv Corporation ([www.pactiv.com](http://www.pactiv.com)): tiene 13.000 empleados en 13 países.
- International Paper ([www.internationalpaper.com](http://www.internationalpaper.com)): tiene plantas productivas en América, Asia y Europa y vende a 130 países.
- Georgia Pacific Corporation ([www.gp.com](http://www.gp.com)): emplea aproximadamente a 75.000 personas en Estados Unidos, Canadá y otros 11 países.
- Temple Inland ([www.templeinland.com](http://www.templeinland.com)): opera en Estados Unidos, Puerto Rico, Brasil, Canadá y México.
- Boise Cascade's ([www.cascades.com](http://www.cascades.com)): vende en Norte América, Australia, Nueva Zelanda, México y Brasil.
- Greif Bros. ([www.greif.com](http://www.greif.com)): tiene 185 establecimientos en 40 países.

---

<sup>3</sup> En inglés original: Plastics packaging (excluding film and sheet, foam and bottles)

En el caso de la industria del envase y embalaje flexible de papel, cada vez más empresas americanas se están estableciendo en el extranjero, entre las principales compañías se encuentran:

- Printpack ([www.printpack.com](http://www.printpack.com)): posee 16 instalaciones en EE.UU, sobre todo en la zona este, y 2 plantas en el Reino Unido.
- Bemis ([www.bemis.com](http://www.bemis.com)): emplea a 11.000 personas y opera en América y Europa.
- Pliant Corporation ([www.pliantcorp.com](http://www.pliantcorp.com)): tiene 35.000 empleados en 28 plantas productivas por todo el mundo.

Para más información sobre las empresas que operan en el sector de envase y embalaje de papel en Estados Unidos ver Anexo 3.

### **PLÁSTICO**

Un rasgo que caracteriza a los transformadores para esta industria es el alto grado de automatización de sus sistemas, desde sus formas más simples (como dispositivos dentro del molde) hasta las estaciones de trabajo automatizadas que envasan piezas directamente en las cajas. Es una de las estrategias de las empresas pequeñas para competir con las grandes que trabajan con moldes de gran número de cavidades. Otras son intentar ofrecer más valor añadido, por ejemplo, usando aplicaciones de varios materiales o ensamblando, decorando y etiquetando en molde.

En cuanto a la industria de las botellas de plástico, existe un alto grado de competencia debido a:

- La baja concentración de empresas en esta industria. Se estima que las 4 compañías más grandes abarcan un 26% del mercado.
- Existe poca diferenciación del producto, la mayoría de las compañías fabrican productos similares.
- Existen pocas barreras de entrada, por lo que se aprecia una continua amenaza por parte de empresas que aun no están presentes en la industria.
- El poder de negociación de los clientes es muy alto, existe poca fidelización de los mismos, que se mueven básicamente por criterios de precio.

Existe poca inversión extranjera en el mercado de las botellas de plástico, y a su vez poca inversión americana en esta industria. Las empresas más importantes en este sector son:

- Owens-Illinois, Inc. ([www.o-i.com](http://www.o-i.com)). Posee 35 plantas de producción en los Estados Unidos.
- Crown, Cork and Seal ([www.crowncork.com](http://www.crowncork.com)). Es la compañía más importante del sector de envase y embalaje. De alcance internacional, posee 28.300 empleados. Está especializada en el sector alimenticio, pero cubre también los demás sectores.
- Plastipak Packaging Inc. ([www.plastipack.com](http://www.plastipack.com)). Es el tercer fabricante de envases de plástico en Estados Unidos. Tiene 10 plantas productivas en el país.

En lo que a las bolsas, láminas y películas de plástico y poliuretano se refiere, la innovación tecnológica y la calidad son características básicas para la diferenciación de los competidores en la industria.

Las compañías americanas más importantes del sector son:

- Bemis Company Inc. ([www.bemis.com](http://www.bemis.com)). Vende en su mayoría a Estados Unidos, pero también a Canadá, Europa, Asia y América Latina.
- Sealed Air Corporation([www.sealedair.com](http://www.sealedair.com)). Esta compañía opera en Estados Unidos y 47 países más con más de 100 plantas productivas.
- Foamex International ([www.foamex.com](http://www.foamex.com)). Esta compañía ha incrementado considerablemente en los últimos años sus ventas internacionales.

#### 4. IMPORTACIONES

##### P A P E L

##### IMPORTACIONES DE ENVASES DE CARTÓN EN EE.UU. (NAICS 32221)

*en miles de dólares*

País	2001	2002	2003	2004	En./feb. 2004	En./feb. 2005	%feb04/feb05
1.Canadá	526.006	544.522	564.776	578.992	47.348	48.043	1,5%
2.China	71.324	87.229	125.153	151.138	8.587	11.403	32,8%
3.México	23.868	28.335	32.283	27.115	2.024	2.505	23,8%
4.Hong Kong	13.880	18.321	19.275	20.449	2.011	1.534	-23,8%
5.Alemania	7.476	20.617	17.268	17.324	777	1.962	152,6%
6.Reino Unido	3.562	4.336	7.844	14.878	576	1.135	97,0%
7.Taiwán	8.560	10.860	12.193	12.646	1.427	916	-35,0%
8.Francia	9.844	12.938	13.760	10.632	553	667	20,6%
9.Italia	4.637	5.339	11.210	10.329	508	616	21,1%
10.Dinamarca	7.961	7.624	8.593	9.649	1.324	773	-41,6%
<b>35.España</b>	<b>256</b>	<b>1.293</b>	<b>1.213</b>	<b>826</b>	<b>29</b>	<b>143</b>	<b>392,3%</b>
Total EE.UU.	722.420	788.857	872.438	925.272	71.583	77.030	7,6%

Fuente: U.S International Trade Commission Data Web

De los datos de la tabla anterior podemos destacar la notable diferencia entre Canadá y el resto de países. El porcentaje de importaciones de este país sobre el total ronda el 70%, mientras que el segundo país más importante, que es China, cuenta con una cuota del 10% sobre el total. Salta a la vista por tanto la enorme distancia entre Canadá y el resto de principales países importadores.

China ha evolucionado positivamente, incrementando considerablemente su cuota en en los últimos 5 años (pasando de un 10 a un 16%). La cuota de Canadá sobre el total de importaciones, en cambio, se ha ido erosionando paralelamente en los últimos 5 años (bajando de un 73 a un 63%). Del resto de países podemos ver que se han mantenido constantes por lo general, pudiéndose apreciar algún pequeño aumento en países como el Reino Unido y México.

España está colocada en un rezagado puesto 35, con un nivel de exportaciones a EE.UU. muy bajo en comparación con el total.

Para ver con detalle los cuadros de importaciones de los distintos NAICS que se engloban en el 32221, ver Anexo 2.

**IMPORTACIONES DE BOLSAS DE PAPEL Y PAPEL ESTUCADO Y TRATADO  
(NAICS 32222)**

*en miles de dólares*

País	2001	2002	2003	2004	En/feb2004	En/feb2005	%feb 04/feb 05
1.Canadá	730.990	763.478	801.833	822.591	67.703	76.136	12,5%
2.China	473.228	569.591	694.112	765.954	58.506	65.673	12,3%
3.México	80.506	91.040	124.465	161.366	10.762	13.704	27,3%
4.Taiwán	107.435	118.332	118.564	158.476	9.313	13.127	41,0%
5.Alemania	79.637	96.515	107.614	111.775	6.024	9.913	64,5%
6.Reino Unido	157.322	112.619	111.183	108.975	7.441	6.711	-9,8%
7.Japón	89.205	91.270	96.082	107.497	7.330	9.632	31,4%
8.Tailandia	29.471	48.846	76.447	76.087	7.810	9.711	24,3%
9.Corea	43.124	43.654	47.551	71.995	5.139	5.915	15,1%
10.Indonesia	32.057	30.983	37.008	53.157	4.984	5.201	4,4%
<b>20.España</b>	<b>8.935</b>	<b>8.553</b>	<b>13.361</b>	<b>14.576</b>	<b>1.048</b>	<b>1.678</b>	<b>60,2 %</b>
Total EE.UU.	2.101.707	2.253.091	2.555.870	2.847.193	211.522	254.398	20,3%

Fuente: U.S International Trade Commission Data Web

En el caso de las bolsas de papel podemos ver que Canadá y China siguen siendo los claros líderes, pero esta vez les separa menos distancia en cuanto al volumen de importaciones. Canadá provee en torno al 30% del total de las importaciones de EE.UU., y China ronda el 25%. Al igual que en el caso anterior Canadá pierde fuerza en los últimos años, mientras que China incrementa notablemente su presencia en el mercado. El resto de países se mantienen relativamente constantes, y a una gran distancia de los primeros.

España ocupa el vigésimo puesto, con una discreta presencia en el mercado.

Ver Anexo 2 para mayor desglose de NAICS dentro del 32222.

**PLÁSTICO****IMPORTACIONES DE PELÍCULAS, LÁMINAS Y BOLSAS DE PLÁSTICO SIN SOPORTE (NAICS 32611)**

en miles de dólares

País	2001	2002	2003	2004	En/feb 2004	En/feb 2005	%feb04/feb 05
1.Canadá	623.853	677.145	779.692	940.223	69.601	83.410	19,8%
2.Japón	260.174	250.576	287.200	320.676	21.400	24.705	15,4%
3.Alemania	149.566	181.731	196.760	198.771	13.973	15.976	14,3%
4.Corea	107.732	142.433	157.794	197.430	12.478	19.921	59,6%
5.México	120.781	118.733	133.903	152.364	9.351	13.080	39,9%
6.Taiwán	104.436	107.309	118.838	140.353	10.210	11.498	12,6%
7.China	57.741	72.775	80.201	112.191	7.404	14.316	93,3%
8.Reino Unido	101.284	94.879	93.041	104.001	5.565	9.144	64,3%
9.Italia	67.786	62.450	64.612	67.263	4.049	4.877	20,5%
10.Israel	35.823	37.914	50.057	50.932	4.400	6.125	39,2%
<b>20.España</b>	<b>3.346</b>	<b>7.769</b>	<b>10.116</b>	<b>11.712</b>	<b>648</b>	<b>1.126</b>	<b>73,9%</b>
Total EE.UU.	1.894.182	2.014.333	2.310.845	2.703.840	185.310	243.992	1.894.182

Fuente: U.S International Trade Commission Data Web

Analizando los datos de la tabla anterior en relación con las ventas totales en EE.UU., podemos comprobar que en los últimos años se han mantenido constantes las cuotas de mercado de los distintos países, permaneciendo a la cabeza Canadá.

España permanece en un puesto con poco peso en el mercado.

Para obtener información más detallada de los NAICS que componen el 32611, ver Anexo 2.

**IMPORTACIONES DE BOTELLAS DE PLÁSTICO (NAICS 326160)**

en miles de dólares

País	2001	2002	2003	2004	En/feb 2004	En/feb 2005	%04/feb05
1.Canadá	165.242	170.478	188.210	200.718	15.378	18.184	18,2%
2.China	22.027	27.236	39.785	60.611	4.206	6.609	57,1%
3.México	34.328	44.161	34.127	39.201	2.317	2.763	19,2%
4.Alemania	12.245	14.473	22.125	22.291	1.402	1.845	31,6%
5.Taiwán	12.362	15.867	16.043	19.249	1.726	1.724	-0,1%
6.Francia	11.081	10.944	13.784	19.101	1.152	1.766	53,3%
7.Japón	11.586	12.326	12.726	15.084	745	1.339	79,7%
8.Corea	2.984	3.697	6.881	12.537	807	860	6,6%
9.Austria	2.661	5.018	8.040	7.965	546	783	43,6%
10.Italia	5.039	4.822	6.774	6.389	310	442	42,8%
<b>19.España</b>	<b>769</b>	<b>785</b>	<b>1.196</b>	<b>1.745</b>	<b>69</b>	<b>113</b>	<b>65,4%</b>
<b>Total EE.UU.</b>	<b>310.525</b>	<b>342.333</b>	<b>385.379</b>	<b>441.553</b>	<b>31.165</b>	<b>38.881</b>	<b>24,8%</b>

Fuente: U.S International Trade Commission Data Web

Por último, en el caso de las botellas de plástico, vemos que Canadá vuelve a estar a la cabeza, a gran distancia del resto de países. Pero en relación con su cuota sobre el total, pierde igualmente fuerza en los últimos 4 años, pasando de un 53% a un 45%, mientras

que la de China, en ese mismo periodo, sube desde un 7% hasta suponer un 14% del total en el año 2004.

# IV. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LA DEMANDA

## 1. Público objetivo

### P A P E L

Las principales industrias americanas que demandan envases de cartón son la industria alimenticia (cereales, azúcar, comida congelada, frutas y verduras, panadería y galletería, pasta, aperitivos...) y la industria de comida para animales.

En cuanto a las cajas de cartón ondulado y fibra sólida, la principal industria que los demanda es la industria de las bebidas (fábricas de cervezas, vinerías, destilerías y otras bebidas).

Por último, las industrias que demandan embalajes de cartón más sólido o ensamblado para transportar sus productos son la industria agrícola y la tecnológica (ordenadores, vídeos, y demás productos).

### P L Á S T I C O

Son muy diversas las industrias americanas que demandan botellas de plástico. Las más importantes son la industria alimenticia (aceites, productos lácteos, jarabes y concentrados, salsas varias, bebidas) y la industria farmacéutica. En un segundo plano se encuentran las refinerías de petróleo (demandan recipientes para los aceites y lubricantes) y la industria de limpieza (detergentes y otros productos de limpieza).

En cuanto a las industrias americanas que demandan láminas, películas y bolsas de plástico sin soporte cabe destacar la industria de los dulces y chocolates, los congelados y preparados de marisco, la industria panadera y de aperitivos y la industria de frutas y verduras frescas.

En Estados Unidos los productos de poliuretano destinados al envase y embalaje se utilizan en su mayoría para amortiguadores y rellenos de paquetes y para contenedores de alimentos.

## 2. Demanda

### P A P E L

Los mayores determinantes de la demanda de envases y embalajes de papel dependen de la producción de los clientes que requieren embalajes de cartón para transportar sus

productos y venderlos a mayoristas o minoristas. Entre estos clientes se incluyen las industrias de alimentación y bebidas, libros y artículos de papelería, automoción, muebles etc.

Las preferencias del consumidor final de los productos envasados o embalados son también esenciales en la evolución de la demanda de los envases o embalajes de papel. Anteriormente, el traslado de la compra de los consumidores desde la “tienda de la esquina” hacia los supermercados y grandes superficies significó un aumento de las necesidades de embalaje de fruta, vegetales y otros productos que eran adquiridos sin embalar. Ahora, la tendencia del mercado esta tornando lentamente otra vez hacia la compra de productos frescos sin embalar, o hacia los alimentos congelados.

Es importante destacar que las ventas de bolsas de papel para supermercados y grandes superficies, tradicionalmente más frecuentes en el mercado americano que en el europeo, se han visto afectadas debido a su sustitución por las bolsas de plástico, mientras que el uso de sacos de papel de doble capa ha aumentado en detrimento de los envases de plástico.

El plástico también ha tenido un impacto muy importante en el mercado de los envases de 2 litros de leche, principalmente porque el envase de plástico incluye un mango, que hace más cómodo el recipiente. Por el contrario, los envases de cartón permanecen líderes en el mercado de los envases de 1 litro de leche.

La preocupación por el **medio ambiente** es un factor cada vez más importante, por tanto, es determinante para la demanda de envases de papel que cada vez sean más cuidadosos en términos de protección del medioambiente en comparación con envases de otros materiales, como por ejemplo los de plástico.

Para luchar contra la amenaza de productos sustitutivos es necesario adaptarse y enfatizar el desarrollo de nuevos productos, incorporando a ello nuevos materiales, como pueden ser plástico, poliuretano o aluminio. Por ejemplo, el envase aséptico - considerado el envase del futuro - constituye una gran amenaza para los fabricantes de envases de cartón con recubrimiento de plástico (*gable-top*). Los envases asépticos son básicos desde hace tiempo en Europa, pero poco conocidos en el mercado americano, aunque están comenzando a abrirse camino. Por tanto, en Estados Unidos, los fabricantes de envases “*gable-top*” están respondiendo a esta amenaza desarrollando nuevos métodos para que no desaparezcan del mercado.

## PLÁSTICO

Los factores decisivos para la compra en este caso son principalmente el **precio** y las **prestaciones** que tenga el producto, sobre todo con relación a los materiales alternativos, como son el vidrio o el aluminio. Cada vez se valora más la calidad, la aportación de soluciones alternativas y la posibilidad de reciclaje.

Por otro lado, este sector va estrechamente relacionado con la industria de las bebidas, alimentos, farmacéutica, cosmética, etc, ya que son estas las industrias que demandan contenedores y envases de plástico. Por tanto, la demanda de estos productos afectará directamente a la demanda de envases y embalajes. Asimismo, el nivel de exportación de

alimentos y bebidas de los Estados Unidos, influirá también en la demanda de envases de plástico dentro del país.

El sector del envase y embalaje de plástico se ha mostrado inmune a recesiones y a la fiebre por el desplazamiento de la producción a otros países. En parte, por el efecto colchón del segmento de la alimentación, que no se ve afectada por la situación económica en igual medida que otros sectores por ser de primera necesidad. También, porque los costes de envío de productos desde Asia pueden subir su precio hasta en un 35%. Sin embargo, se requiere un alto volumen de inversión para tener éxito en este entorno de grandes volúmenes de producción y alta automatización.

El nivel de avance tecnológico es un factor esencial a tener en cuenta, ya que un descubrimiento importante en la utilización del plástico hace que se extiendan las aplicaciones de envases de este material en el mercado. Un ejemplo significativo es el desarrollo de los envases de plástico para las cervezas, lo que ha causado una penetración muy importante de ese tipo de botellas en el mercado. También, la mejora en la protección o permeabilidad de las bolsas de plástico para la comida ha provocado un incremento en el uso de sus aplicaciones.

Algunos de los principales usuarios de botellas de plástico (por ejemplo Coca Cola) ha llevado a cabo un fuerte proceso de consolidación de sus embotelladores, para ganar escala, y así controlar en mayor medida sus pedidos, los plazos de entrega, y la calidad de los mismos. En cualquier caso, este segmento se beneficia del alto número de nuevas bebidas que salen al mercado continuamente (energéticas, dietéticas y combinaciones de ambas funciones) y en particular del crecimiento del mercado del agua mineral (en envases de PET de un solo uso).

### **Envase y embalaje dentro del sector farmacéutico en EE.UU.**

El mercado sanitario americano es el más importante en el ámbito mundial en términos de cifra de negocios. Se caracteriza principalmente por el gran consumo de medicamentos que existe en este país. Actualmente se encuentra en una etapa de gran crecimiento debido entre otras cosas al envejecimiento de la población. Por consiguiente, este crecimiento de la industria se traduce en un crecimiento de la demanda de envases y embalajes. El total de las ventas de envase y embalaje de productos médicos y farmacéuticos en EE.UU. se elevó a 5.400 millones de dólares en el 2004. Según un estudio del grupo Freedonia la demanda de envase y embalaje farmacéutico aumentará un 4,7% por año, hasta el 2008. Dentro del mundo del envase y embalaje, la industria médica y farmacéutica es el segundo cliente más importante, después de la industria alimenticia.

Es un sector en plena mutación que ha pasado de tener como clientes a los médicos y farmacias a tener un nuevo grupo, que es el consumidor final, debido al auge que esta teniendo la automedicación en EE.UU. El 40% de todos los comprimidos y gotas son vendidos al consumidor final, los productos llamados "*Over the counter*"(OTC), productos que se venden sin receta médica.

El mercado del envase y embalaje americano difiere mucho del europeo. En EE.UU. aun es tarea del farmacéutico el suministrar la dosis exacta. El envasado en dosis individual esta menos desarrollado que en Europa, donde por el contrario es mucho más común la venta de los medicamentos ya envasados en dosis individuales. Sin embargo esta

situación está en proceso de evolución. Los consumidores americanos cada vez demandan más los medicamentos pre-embalados, sobre todo por razones de seguridad. Además, la competencia de los medicamentos genéricos obliga a las grandes compañías farmacéuticas a dar más importancia al diseño del envase, con el fin de dar un valor añadido.

En la industria farmacéutica americana, los envases actualmente en auge y crecimiento son las botellas de plástico, los envases blíster de mono-dosis y los cierres de seguridad que puedan ser fácilmente manejables por personas mayores. El “blister” protagoniza actualmente un fuerte crecimiento (6% por año) a pesar de que ha tenido un desarrollo más tardío que en Europa.

La industria farmacéutica es el sector en crecimiento más importante para el envase y embalaje en EE.UU., seguido de las bebidas, la comida para animales, los productos frescos, los congelados y los productos de jardinería.

### **Impacto de Internet.**

La utilización de Internet por las compañías de embalaje ha experimentado un fuerte desarrollo durante los últimos años en EE.UU. Según una encuesta realizada en el 2005 de la revista *Packaging Strategies*, se estima que los clientes compraron más del 50% de sus necesidades de embalaje vía Internet, frente a un 10% estimado en el 2001. A través de distintas plataformas con estándares uniformes para identificación de productos (por ej., UCCNet: [www.uccnet.com](http://www.uccnet.com)) Internet ocupará dentro de este sector una posición cada vez más importante en las relaciones empresariales.

## **3. Tendencias**

Dada la variedad de productos que se lanzan continuamente en este sector, es difícil centrarse en alguna tendencia concreta. Sin embargo, es conveniente destacar dos que hemos considerado reseñables:

- **Etiquetas de Identificación por radio-frecuencia** (*Radio Frequency Identification RFID*). Su implementación en EE.UU. a finales del 2004 ha sido a raíz de la exigencia por parte de los minoristas más poderosos (Wal-Mart, Target, Albertson's) y del Departamento de Defensa a sus proveedores de que cuenten con sistemas de este tipo. El impacto está aun por ver a lo largo del 2005. El potencial para el RFID es enorme, pero el desarrollo es lento para la tecnología relacionada con el envase y embalaje, por lo que muchos usuarios han adoptado una posición un tanto escéptica, y a la espera de un claro desarrollo, que se dará, sobre todo, en los productos de más valor añadido.
- En la cadena productiva, los grandes actores, como Owens-Illinois, Consolidated Container, Plastipak Packaging, Graham Packaging, Crown, Cork & Seal y Berry Plastics están potenciando su capacidad para realizar **etiquetado y decoración en molde**, tecnologías en las que Europa lleva un considerable adelanto. Una de sus primeras aplicaciones en Norteamérica sería en los envases de helado<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Injection Molding magazine, abril 2005, “Market Snapshot: Packaging”

- El envase y embalaje que incorpora **olor**. Las compañías de envase y embalaje están utilizando cada vez más las tecnologías olfativas para diferenciar sus productos y estimular la marca, así como para ensalzar los productos.

Por otro lado, la **edad del consumidor** es también un componente a tener en cuenta a la hora de diseñar un envase. En la siguiente tabla se muestra que cómo afecta al impacto del envase y embalaje en las decisiones de compra. Se recoge qué porcentaje de los encuestados valora cada característica en sus compras.

Características del envase y embalaje	Edad	Edad	Edad	Edad
	18-34	35-44	45-54	55+
Facilidad de uso	52%	55%	60%	58%
Seguridad contra goteo	53%	54%	57%	53%
Ocupa menos espacio	50%	47%	62%	53%
Facilidad de transportar	42%	51%	65%	48%
Facilidad de manipulación	42%	48%	58%	48%
Facilidad para derramar el líquido	47%	47%	59%	45%
Seguridad y facilidad para abrirlo	46%	35%	51%	49%
Posibilidad de reutilizarlo	46%	39%	45%	35%
Ecológico	32%	29%	43%	32%
Ahorra tiempo	40%	35%	31%	28%

Fuente: The consumer network /Brand Packaging

#### 4. Previsiones

- **Para el plástico.**

Hasta el 2008 se prevé que el plástico vaya ganando terreno al papel en el mercado del envase y embalaje. La industria del plástico ha aportado grandes avances en materia de envasado de productos como zumos, comida de animales y alimentación en general. La mejora de los materiales y la creciente necesidad de protección y conservación de los productos ha creado múltiples oportunidades más para el plástico que para los envases de papel o cartón.

#### Demanda competitiva de envase y embalaje de papel y plástico

	En millones de kg							
	1998	%	2003	%	2008 (estimado)	%	Crecimiento 1998-2003	Crecimiento 2003-2008
Plástico	3.465	41,1	3.951	45,9	4.608	49,3	2,7%	3,1%
Papel	4.972	58,9	4.660	54,1	4.739	50,7	-1,3%	0,3%
<b>Total</b>	<b>8.437</b>		<b>8.611</b>		<b>9.347</b>		<b>0,4%</b>	<b>1,7%</b>

Fuente: The Freedonia Group Inc., Octubre 2004

Las previsiones para las **tapas y cierres de plástico** son de crecimiento en un 7% por año hasta el 2008, muy por delante de cualquier otro material para estos productos. Se beneficiarán del crecimiento del uso de los envases de plástico y de innovaciones en forma de dispensadores y tapones para vino sintéticos, aunque también harán notar su

presencia en aplicaciones en cartones tetra-pak y envases para encurtidos, mermeladas y gelatinas. El segmento donde más crecerán, no obstante, será en el de bebidas, en especial en el de botellas de una sola porción.

### Demanda de tapas y cierres en Estados Unidos

En millones de dólares					
	1998	2003	2008 (estimado)	Crecimiento 1998-2003	Crecimiento 2003-2008
Plástico	2.682	3.858	5.415	7,5%	7,0%
Metal	845	840	900	-1%	1,4%
Otros	275	375	460	6,4%	4,2%
Total	3.802	5.073	6.775	5,9%	5,9%

Fuente: The Freedonia Group Inc., septiembre 2004

#### - Para el papel

Debido a la incursión del plástico en el mercado, el consumo de papel se verá fuertemente mermado en los próximos 5 años. Sin embargo, en el caso del envase y embalaje secundario (contenedores de transporte, embalaje) el papel mantendrá su posición y no se verá afectado de manera significativa por el crecimiento de la presencia del plástico.

Se estima que la demanda de papel para envase y embalaje (excluyendo las cajas) llegará a 8.400 millones de dólares en el 2008. A pesar de la gran competencia que tiene con el plástico, la demanda de papel crecerá en determinados nichos de mercado, manteniendo fuerte su posición competitiva (especialmente en el sector alimenticio con los envases "multipack"). La demanda del envase y embalaje rígido de papel irá por delante de la del flexible. El envase flexible de papel perderá terreno con respecto al de plástico debido a las nuevas aplicaciones de este material (por ejemplo el "pouch"). Sin embargo, en el caso de los envoltorios de papel, la previsión es de crecimiento, debido a la gran demanda existente por parte de los restaurantes de comida rápida (sector en auge).

Según la *Fibre Box Association* el consumo de cajas de cartón cayó 1,5 puntos en el mes de marzo de este año.

#### - Para el envase y embalaje flexible.

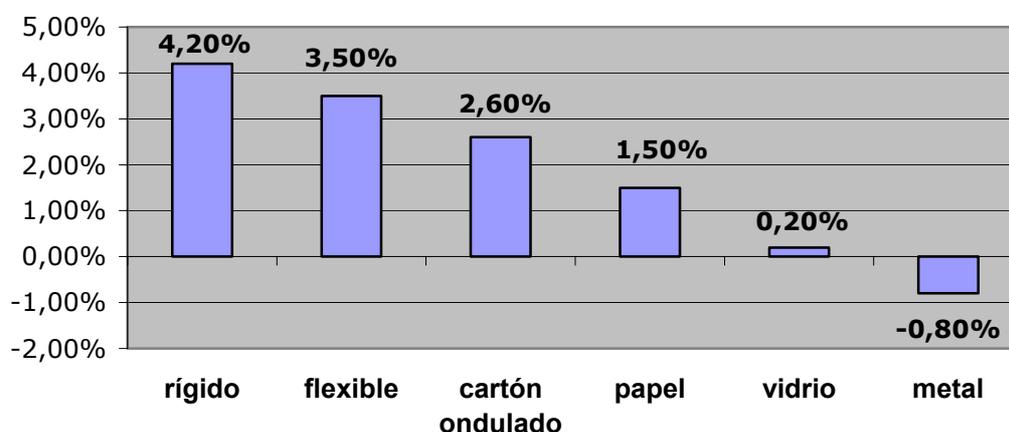
El *Paperboard Packaging Council (PPC)* ha previsto para este año un crecimiento en la producción de embalaje flexible de cartón, en comparación con el 2004. Sin embargo la tasa de crecimiento ha disminuido, en marzo de este año solo ha crecido un 0,3% por encima de marzo del 2004. Pero a pesar del lento crecimiento, se aprecia una fuerte recuperación comparando con años menos fuertes (2003-2004). En marzo de este año, la producción se ha estimado en 780 millones de dólares y 447.240 toneladas. Para todo el primer cuarto del año las cifras estimadas son de 2.300 millones de dólares de producción, y de 1.27 toneladas. Para la industria del envase y embalaje de cartón flexible las previsiones de ventas para el 2005 son de 9.700 millones de dólares.

De acuerdo con la *Flexible Packaging Association (FPA)*, la previsión para el 2004 de los ingresos de la industria de envase y embalaje flexible era de un crecimiento del 4,7% (21.400 millones de dólares). Para los siguientes 3-5 años, la previsión es que los ingresos aumenten 5,7% anualmente.

La oportunidad para este subsector se verá reflejada en el rápido crecimiento del envase “pouch” (bolsa de plástico flexible, con la forma de un pequeño saco cerrado) y de las láminas de plástico. La expansión de estos productos permitirá al envase y embalaje flexible penetrar segmentos del mercado hasta ahora dominados por el envase y embalaje rígido. Estos envases comprenden 3.500 millones de dólares dentro de la industria de envase y embalaje flexible. El grupo “Freedonia” prevé que la demanda de estos envases “pouch” crecerá un 7% anual hasta el 2008. De hecho atribuye gran parte del crecimiento del envase y embalaje flexible a las ganancias obtenidas por el envase “pouch”. Se han incorporado características nuevas tales como cierres “zip”, resistencia a temperaturas extremas, impresión digital, estabilidad, etc.

Como podemos ver en el siguiente cuadro, el crecimiento de los envases y embalajes flexibles solo es superado por el de los envases rígidos (como son las botellas de plástico).

**Crecimiento de los segmentos de envase y embalaje (1996-2002)**



Fuentes: FPA, Paperboard Packaging Council, Fibre Box Assn., Can Mfrs. Institute

## V. PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO ESPAÑOL

El mercado norteamericano se caracteriza por algunos operadores que trabajan con volúmenes de producción muy altos y moldes con gran número de cavidades. En comparación con ellas, la imagen que prevalece en Estados Unidos de las empresas europeas es que trabajan típicamente con volúmenes medios, ciclos de producción más rápidos y que cuentan con un alto grado de automatización y una mayor predisposición a invertir en las tecnologías más avanzadas, como la decoración y etiquetado en molde, que en los Estados Unidos están comenzando a adaptarse - con cierto retraso frente a Europa-

España comparte parcialmente la imagen europea general como un mercado dinámico con soluciones innovadoras en el campo de envase y embalaje, pero falta una presencia

efectiva en Estados Unidos que permita que se consolide e impulse efectivamente una imagen clara y nítida del producto español. En el campo de maquinaria de envase y embalaje sí hay una presencia más desarrollada, incluyendo filiales de varias empresas, como, por poner algunos ejemplos, Comexi, Bossar, Urola o Tiruña. En cualquier caso, hay que recalcar que el mercado estadounidense requiere un esfuerzo continuado, a largo plazo, con la asignación de recursos que ello comporta, para que fructifique.

## VI. PRECIOS

Es importante destacar que China es el origen de la inmensa competencia en precios en el mercado de envase y embalaje.

Por otro lado, en EE.UU. el fenómeno Wal-Mart está ejerciendo una gran influencia en los precios. Este gigante instauro con sus decisiones una política de precios difícil de combatir, a la cual están supeditados todos sus proveedores. La competencia en precios es esencial a la hora de lograr un contrato con Wal-Mart, que no solo es el mayor minorista del mundo, sino la compañía más grande del mundo (por delante de General Motors o General Electric). Wal-Mart ejerce su poder para un único propósito: ofrecer el menor precio posible a sus clientes, por lo que tiene una política de mucha presión hacia sus proveedores. Por tanto, esta tendencia y el dominio de Wal Mart influye directamente en los precios de envase y embalaje en EE.UU.

En cuanto a los plásticos, numerosas empresas como Pepsi Bottling Group Inc. y Pactiv Corp están viendo mermados sus beneficios a causa de la subida del coste de los plásticos que se usan en productos como botellas de bebida o bolsas de basura.

La demanda de resinas de plástico, un negocio de 51 000 millones de dólares en Estados Unidos, creció un 8,3 % en los primeros 10 meses del 2004 según estimaciones del Consejo americano de Plásticos. Los productores químicos están aumentando los precios debido al incremento de sus costes de materia prima ya que la creciente demanda está agotando la capacidad productiva. Los transformadores se encuentran por tanto ante la perspectiva de márgenes más reducidos, al verse abocados a absorber las subidas de precios, por mucho que intenten pasar parte de la carga a los clientes finales.

Según el director ejecutivo de Nova, Jeffrey Lipton, en Norte América se necesita construir al menos 3 plantas de polietileno al año, para poder ir a la par del crecimiento de la demanda.

La producción de resina de plástico en Estados Unidos en el 2004 incrementó un 89% frente al 85% en el 2003, según el Consejo americano de Química.

# VII. DISTRIBUCIÓN

El mercado del envase y embalaje en Estados Unidos es muy amplio y comprende multitud de empresas, de distintos tamaños. Por lo general, en esta industria se vende tanto a través de distribuidores como a través de agentes.

Los **agentes** (o representantes) son hombres de negocios independientes que trabajan a cambio de una **comisión** por ventas, en un área geográfica determinada. Deben conocer perfectamente el área en la que trabajan y tener estrechos contactos con clientes y prescriptores, además de estar cualificados para la venta de los productos que representan (por su conocimiento profundo del mercado y los productos). Los agentes son simplemente mediadores, no toman posesión de la mercancía.

En la tabla adjunta se recogen los resultados de la encuesta anual de la Asociación principal de Estados Unidos MANA (Manufacturers' Agents National Association), [www.manaonline.org](http://www.manaonline.org), con los márgenes que cobraron de media los agentes en el año 2003 (último año realizada) en el sector de envase y embalaje. Esta es la fuente principal de agentes, a través de su base de datos, a la que estamos suscritos en la Oficina comercial.

**Comisión del agente por la venta de envase y embalaje (en %)**

	Alta	Media	Baja
<b>Ciente final</b>	11%	7,82%	4,64%
<b>Distribuidor</b>	9,69%	7,41%	5,13%

También existe otra asociación, MRA (*Manufacturers Representatives of America inc.*), [www.mra-reps.com](http://www.mra-reps.com), centrada en los fabricantes de papel, plástico y envase y embalaje.

*Fuente: MANA (Manufacturers' Agents National Association) Survey*

La opción de un **distribuidor** con un buen servicio posventa y que esté familiarizado con las necesidades de los clientes de la zona, puede ser un canal más apropiado que los representantes, ya que ofrecen, por lo general, más servicios (almacenamiento, servicio postventa). El distribuidor debe poder llevar a cabo los trámites de importación y tener redes propias que permitan cubrir diferentes áreas del mercado estadounidense, aunque todo esto sería objeto de negociación entre el fabricante español y el distribuidor americano, que puede desembocar en relaciones más profundas. Frecuentemente, y para las zonas que el distribuidor no cubre de una forma directa, este suele contar con agentes a fin de abarcar la mayor cantidad de clientes/área geográfica posible.

El principal problema de este canal puede estar en su coste (márgenes) y en la dificultad de encontrar un distribuidor adecuado. Puede ser una opción adecuada para una empresa que no puede realizar el esfuerzo económico de una implantación o que está en una primera fase de prueba del mercado, pero se pierde control sobre la imagen que se proyecta y conocimiento del mercado final. Esto implica que, salvo que no haya otro remedio, hay que intentar encontrar un equilibrio adecuado entre el comportamiento a

largo plazo con el distribuidor y la necesidad de ir adquiriendo más conocimientos y perfilando una estrategia de futuro para la empresa en este mercado. Ello podría requerir la apertura de una filial o implantación a largo plazo. Por añadidura, siempre hay que considerar la posibilidad de que el distribuidor no de los resultados esperados y por lo tanto haya que reconsiderar esta relación particular o la estrategia en general.

Los distribuidores en envase y embalaje son normalmente multi-cartera, aglutinan varios productos. Guardan un stock de envase y embalaje para los clientes fuertes, y compran en función de la demanda para el resto. En el caso de grandes clientes, el distribuidor se involucra en gran medida en la concepción del envase, trabajando conjuntamente con el fabricante.

- *Berlin Packaging LLD* ([www.berlinpackaging.com](http://www.berlinpackaging.com)) es uno de los principales distribuidores americanos de envase y embalaje rígido, con base en Chicago. Tiene en stock más de 15.000 envases de distintos materiales destinados a la industria cosmética, farmacéutica y alimenticia.

Otros grandes distribuidores de envase y embalaje son:

- TSN Inc. ([www.tsninc.com](http://www.tsninc.com)).
- Bi-state packaging ([www.bistatepackaging.com](http://www.bistatepackaging.com)).
- Associated Packaging ([www.associatedpackaging.com](http://www.associatedpackaging.com)).
- Unisource ([www.unisourcelink.com](http://www.unisourcelink.com)).
- Xpedx ([www.xpedx.com](http://www.xpedx.com)).

### **Contract Packaging**

Un “*contract packager*” es una empresa u organización que ofrece una multitud de servicios de envase y embalaje, desde lo más simple a lo más complejo (diseño, muestras, tests de laboratorio, marketing, consultoría, lanzamiento de productos, etc). Es una figura en expansión, que abarca cada vez más campos de actividad. Cualquier empresa que trabaje en el envase y embalaje de un producto para otra puede ser considerada un “*contract packager*”.

Actúan como una extensión de la empresa cliente para el campo de envasado y embalaje de sus productos, convirtiéndose de hecho en un socio de la empresa para el proyecto encomendado. Ofrecen una mayor flexibilidad a la hora de atender ciertos pedidos, y son mayormente utilizados para el lanzamiento de nuevos productos. Pueden comenzar, parar, y reconducir un pedido en un plazo muy corto de tiempo, algo que otras compañías por su estructura son incapaces de realizar. Los “*contract packagers*” alcanzaron una cuota de negocio del 12% del mercado de envase y embalaje en EE.UU en el 2003, un porcentaje muy significativo si se tiene en cuenta el gran volumen de productos envasados y empaquetados en EE.UU.

El uso del “*contract packaging*” va en aumento en gran parte porque muchos grandes clientes, como pueda ser Wal-Mart, puede exigir cambios en el envase y embalaje continuos y en un corto periodo de tiempo. Por tanto, muchas empresas, en lugar de invertir en nuevo equipamiento cada vez, contratan a un “*contract packager*” para testar el envase primero.

Con tanta variedad de productos, variedad de tamaños y distintas configuraciones de los productos, las empresas requieren una mayor flexibilidad para lidiar con las múltiples líneas de envase y embalaje requeridas.

Las empresas de los sectores agroalimentarios, farmacéuticos o cosméticos cada vez trabajan más en EE.UU con los “*contract packagers*”, ya que ofrecen los servicios y productos normalmente a precios muy competitivos. También son más duchos en adaptar los productos a las exigencias de etiquetado y seguridad correspondientes, por ejemplo, para productos importados.

Para más información: [www.contractpackaging.org](http://www.contractpackaging.org) , que es la página de la asociación americana de “*contract packaging*”.

Un ejemplo de “*contract packager*” es la Aaron Thomas Company [www.packaging.com](http://www.packaging.com). Es una amplia compañía de servicios de “*contract packaging*” especializada en volumen y alta calidad de los servicios de envase y embalaje.

### **Internet:**

Es preciso mencionar el importante papel que juega Internet en EE.UU. en términos de relaciones comerciales y para hacer llegar los productos de una compañía al mayor número de compradores. Podemos decir que se usa Internet como:

- Herramienta de márketing: de manera que los clientes pueden disponer de información sobre los productos en la página web.
- Para poder cruzar oportunidades comerciales y de compra-venta entre posibles clientes y proveedores. Un ejemplo sería la página: [www.packexpo.com](http://www.packexpo.com) en la que existe un servicio por el cual se recogen consultas de posibles clientes. La Oficina Comercial de Chicago está suscrita. Pueden ser peticiones poco definidas, lo que le resta interés al servicio.
- Como herramienta de venta y de gestión de pedidos (transferencia electrónica de documentos, EDI) entre proveedor y cliente intermedio o venta al cliente final. Permite un grado creciente de eficacia e integración entre el fabricante y sus clientes o distribuidores (ejemplo: <http://www.mypolybag.com/>).

# VIII. CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Los aranceles de los productos de envase y embalaje pueden consultarse en <http://dataweb.usitc.gov/scripts/tariff2005.asp>. En el caso de los productos de envase y embalaje de papel, no existe ningún arancel. Por otro lado, el arancel para los envases y embalajes de plástico ronda el 3%, exceptuando las partidas 392330 (Bobinas, carretes, canillas y soportes similares) y 392350 (Tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre) que tienen un arancel del 5,3% y la partida 392510 (Depósitos, cisternas, cubas y recipientes análogos de capacidad superior a 300 litros) que tiene un arancel del 6,3%.

## Normativa y regulación:

La autoridad encargada de velar por la aplicación de los reglamentos para el envase y embalaje alimentario, farmacéutico, médico y cosmético es la FDA (Food and Drug Administration). Su página web es muy completa en cuanto a los procedimientos a seguir, [www.fda.gov](http://www.fda.gov). Destacamos algunas secciones de interés:

- Requisitos de componentes de embalaje que están en contacto con alimentos: <http://www.cfsan.fda.gov/~dms/opa-notf.html>
- Uso de plásticos reciclados para embalaje alimenticio: <http://www.cfsan.fda.gov/~dms/opa-recy.html>

Existe una agencia de protección del medioambiente, *The U.S Environmental Protection Agency* (EPA), que establece la reglamentación en materia de medioambiente. Sin embargo, la mayoría de leyes federales autorizan a los Estados a elaborar su propio programa de aplicación. Los reglamentos americanos en materia de medioambiente son menos restrictivos que las leyes de la Unión Europea. Sin embargo, las industrias americanas hacen esfuerzos por introducir al mercado envases y embalajes que consuman menos energía y materias primas, y que sus materiales sean más fácilmente reciclables. Seguir las recomendaciones de la EPA, aunque no sean obligatorias, puede servir como una herramienta de marketing valiosa en la promoción de los productos de las empresas españolas, acostumbradas a cumplir con estándares más exigentes (ver un ejemplo de una publicación de la EPA en este sentido: <http://www.epa.gov/wastewise/pubs/wwupda2.pdf>).

## PAPEL

El nivel de regulación impuesta en el mercado de los envases y embalajes de cartón es más bajo que en otras industrias que producen su propia pulpa. Esta industria simplemente transforma el cartón en productos de embalaje, por lo que el nivel de regulación se limita al de otras actividades generales de producción, que incluyen:

- Contaminación acústica, que es regulada por la *U.S Environmental Protection Agency* (EPA) [www.epa.gov](http://www.epa.gov)
- Contaminación del aire, por la cual la industria esta sujeta a precauciones específicas del *Clean Air Act* (CAA), normativa diseñada para proteger la contaminación aérea y la salud y bienestar del público. La CAA establece límites

para la polución del aire, como por ejemplo, para el monóxido de carbono. ([www.epa.gov](http://www.epa.gov))

- Los molinos pueden generar desechos, que son sujeto de regulación por el Resource Conservation and Recovery Act (RCRA), que subraya los requerimientos para la identificación, tratamiento, clasificación y eliminación de los desechos peligrosos. ([www.epa.gov](http://www.epa.gov))

## PLÁSTICO

- Bolsas de plástico

En cuanto a la regulación de las bolsas de plástico, actualmente, 4 estados han impuesto leyes para los “warnings” (avisos) que deben ir impresos en las bolsas. La ciudades de Nueva York, Chicago y los estados de Nueva York, Massachussets, Virginia y Rhode Island requieren incluir el siguiente aviso:

*“Aviso: Mantener esta bolsa fuera del alcance de los niños. No usarla en cunas, camas o carritos. La delgada película de plástico puede aferrarse a la nariz y boca y imposibilitar la respiración”*

*“Warning: Keep this bag away from babies and children. Do not use in cribs, beds, carriages or playpens. The thin film may cling to nose and mouth and prevent breathing”*

En esas 6 jurisdicciones, el tamaño de la impresión del aviso en la bolsa de plástico ha de ajustarse al siguiente cuadro:

<b><i>Longitud total y anchura de la bolsa</i></b>	<b><i>Tamaño de impresión</i></b>
60 pulgadas o más	por lo menos 24 puntos
De 40 a 59 pulgadas	por lo menos 18 puntos
De 30 a 39 pulgadas	por lo menos 14 puntos
De 25 a 29 pulgadas	por lo menos 10 puntos

En Virginia la ley se aplica a las bolsas de limpieza en seco únicamente y requiere por lo menos un tamaño de impresión de al menos 36 puntos. Esta información se puede encontrar en [www.plasticbag.com/industry/warning.html](http://www.plasticbag.com/industry/warning.html).

El Consejo de americano de Plásticos (American Pastics council, APC [www.americanplasticscouncil.org](http://www.americanplasticscouncil.org)) y los asociados de Reciclajes Moore han desarrollado esta página web [www.plasticsbagrecycling.org](http://www.plasticsbagrecycling.org) en California para facilitar la recuperación de las bolsas de plástico del supermercado y tiendas similares y las películas de poli-estireno como son los envoltorios de plástico. Esta página web ofrece a los consumidores, municipios y organismos una lista de establecimientos que ofrecen el servicio de recogida de estos materiales para reciclaje. También incluye información de cómo instaurar un programa de recogida y herramientas para determinar el coste y la efectividad de este programa de recogida de plásticos.

- Botellas de plástico

Existe una normativa en algunos estados que desarrollan programas para el reciclado de envases de bebidas, estableciendo distintas exigencias a los minoristas. Se puede

consultar la legislación de cada uno en el siguiente enlace, al igual que una ley federal para incentivar el reciclado de estos recipientes:

<http://www.serconline.org/bottlebill/stateactivity.html>

La U.S Consumer Product Safety Commission (CPSC) es una entidad reglamentaria federal, que protege al público contra riesgos, lesiones y muertes asociadas con productos de consumo. En su página web se puede encontrar la información necesaria en cuanto a reglamentación para más de 15.000 tipos de productos. [www.cpsc.gov](http://www.cpsc.gov).

Existe una reglamentación, "*The Poison Prevention Packaging Act (PPPA)*" cuyo propósito es proteger a los niños menores de 5 años de envenenamientos y muertes ocurridas como consecuencia de la apertura de envases peligrosos. Las reglas que explican y definen lo que es un envase resistente a los niños están recogidas en el código de regulaciones federales (*The Code of Federal Regulations*), en el título 16, parte 1700. ([www.gpoaccess.gov/cfr/index.html](http://www.gpoaccess.gov/cfr/index.html))

Hasta la fecha, la CPSC ha emitido unas reglas que requieren un envase resistente a niños para varios productos químicos y cosméticos, fármacos y complementos de la dieta. Existe un protocolo para testar los envases, y cumplir todos los requerimientos, pero también existen multitud de laboratorios en EE.UU. cualificados para realizar las pruebas. Una lista de estos laboratorios está a disposición en *The Office of Compliance* ([www.compliance.gov](http://www.compliance.gov))

# IX. ANEXOS

## 1. TAMAÑO DEL MERCADO

### Papel

NAICS	1999	2000	2001	2002	2003	2004
322211						
Producción	29.617.530	33.053.266	31.473.077	29.514.919	s.d	s.d
+Importaciones	173.661	217.949	211.234	217.581	240.160	255.838
-Exportaciones	919.541	976.341	855.372	857.718	913.891	1.050.978
Consumo aparente	28.871.650	32.294.874	30.828.939	28.874.782		
322212						
Producción	8.701.477	8.931.413	8.570.421	8.070.852	s.d.	s.d.
+Importaciones	346.208	384.943	429.110	481.780	525.575	543.527
-Exportaciones	259.163	281.375	355.315	295.376	280.405	313.447
Consumo aparente	8.788.522	9.034.981	8.644.216	8.257.256	-	-
322213						
Producción	438.067	481.952	447.678	645.826	s.d.	s.d.
+Importaciones	24.174	32.466	40.165	48.680	61.982	72.688
-Exportaciones	57.033	66.852	70.126	62.730	55.387	51.933
Consumo aparente	405.208	447.566	417.717	631.776	-	-
322215						
Producción	2.973.934	3.024.496	2.997.067	3.024.550	s.d.	s.d.
+Importaciones	21.287	27.160	28.061	24.631	27.091	31.667
-Exportaciones	184.627	214.696	207.583	190.802	194.818	195.831
Consumo aparente	2.810.594	2.836.960	2.817.545	2.858.379	-	-
322221						
Producción	1.590.998	1.579.518	1.512.300	1.196.936	s.d.	s.d.
+Importaciones	1.819.466	2.083.288	2.101.707	2.253.091	2.555.870	2.847.193
-Exportaciones	1.986.308	2.119.981	2.042.559	2.542.957	2.636.191	2.839.084
Consumo aparente	1.424.156	1.542.825	1.571.448	907.070	-	-

322223							
Producción	462.088	421.626	416.714	564.387	s.d.	s.d.	
+Importaciones	842.460	1.040.061	1.149.426	1.257.930	1.513.761	1.719.021	
-Exportaciones	445.232	471.297	492.797	505.242	538.999	555.918	
Consumo aparente	859.316	990.390	1.073.343	1.317.075	-	-	
322224							
Producción	2.797.784	2.871.928	2.706.849	2.187.615	s.d.	s.d.	
+Importaciones	45.692	49.243	60.422	71.760	66.084	70.191	
-Exportaciones	38.842	42.344	43.724	44.313	44.468	42.979	
Consumo aparente	2.804.634	2.878.827	2.723.547	2.215.062	-	-	
322299							
Producción	4.577.499	4.765.674	4.570.145	4.271.782	s.d.	s.d.	
+Importaciones	360.893	431.268	426.300	673.871	588.845	554.816	
-Exportaciones	382.770	381.917	341.859	408.636	447.896	422.951	
Consumo aparente	4.555.622	4.815.025	4.654.586	4.537.017	-	-	

## 2. IMPORTACIONES

### IMPORTACIONES DE CAJAS DE CARTÓN ONDULADO Y FIBRA SÓLIDA (NAICS 322211)

País	<i>en miles de dólares</i>						
	2001	2002	2003	2004	En/feb2004	En/feb2005	%04/feb.05
1.Canadá	139.243	132.277	133.787	138.594	10.559	12.109	14,7%
2.China	23.536	28.616	42.432	54.106	3.459	3.839	11,0%
3. México	13.385	16.709	20.172	16.012	1.183	1.330	12,4%
4.Taiwán	3.541	5.177	7.131	7.830	881	641	-27,3%
5.Francia	3.846	5.005	6.772	4.134	147	444	202,1%
6.Indonesia	411	906	1.619	3.680	269	143	-46,9%
7.Hong Kong	3.040	3.161	3.555	3.498	239	326	36,5%
8.Corea	2.344	3.255	3.128	3.167	661	601	-9,1%
9.Italia	2.676	2.085	1.974	2.890	220	93	-57,6%
10.Alemania	3.049	3.119	3.441	2.607	112	249	121,9%
32. España	227	891	587	192	4	12	203,8%
<b>Total EE.UU</b>	<b>211.426</b>	<b>217.667</b>	<b>240.898</b>	<b>256.747</b>	<b>19.317</b>	<b>22.395</b>	<b>15,9%</b>

Fuente: U.S International Trade Comisión Data Web

**IMPORTACIONES DE CAJAS Y CARTONAJES PLEGABLES, DE PAPEL O CARTÓN SIN ONDULAR (NAICS 322212)**
*en miles de dólares*

País	2001	2002	2003	2004	En/feb2004	En/feb2005	%feb04/fe05
1.Canadá	354.009	380.241	399.854	405.363	34.582	33.344	-3,6%
2.China	25.836	27.633	35.300	40.411	1.970	2.762	40,2%
3.Alemania	3.839	16.900	12.683	13.496	621	1.646	165,1%
4.Reino Unido	1.426	1.939	6.762	12.499	399	1.013	154,0%
5.Hong Kong	9.462	13.839	14.533	12.414	1.574	1.100	-30,1%
6.México	3.351	6.973	7.848	7.872	651	948	45,8%
7.Dinamarca	6.299	5.203	6.579	7.631	874	306	-65,0%
8.Suiza	2.338	326	658	5.228	1.339	631	-52,9%
9.Taiwán	4.172	5.110	5.974	5.094	569	232	-59,3%
10.Tailandia	1.166	3.985	4.704	4.027	318	290	-8,9%
24.España	12	212	539	549	18	123	594,7%
<b>Total EE.UU</b>	<b>429.697</b>	<b>482.383</b>	<b>527.828</b>	<b>543.819</b>	<b>45.321</b>	<b>45.027</b>	<b>-0,6%</b>

*Fuente: U.S International Trade Comisión Data Web*
**IMPORTACIONES DE CAJAS ENSAMBLADAS DE PAPEL O CARTÓN (NAICS 322213)**
*en miles de dólares*

País	2001	2002	2003	2004	En/feb2004	En/feb2005	%feb04/feb.05
1.China	19.294	27.683	42.025	47,272	2,4	3,087	28.6%
2.Canadá	3.115	3.244	4.334	4,64	197	357	81.6%
3.Hong Kong	1.093	1.301	1.119	4,301	263	95	-63.9%
4.Francia	3.855	5.621	4,325	3,281	45	33	-26.7%
5.México	6.325	3.683	2.994	2,433	109	187	71.8%
6.Rep. Checa	16	440	956	2,215	92	160	74.8%
7.Países Bajos	1.469	653	1.476	1,453	134	109	-18.2%
8.Lituania	0	0	75	1,252	104	46	-55.7%
9.Tailandia	1.096	555	1.01	996	52	10	-81.2%
10.Alemania	317	274	585	922	31	46	48.1%
11.España	9	142	12	37	7	6	-24,9%
<b>Total EE.UU</b>	<b>40.185</b>	<b>48.712</b>	<b>62.039</b>	<b>72.998</b>	<b>3.728</b>	<b>4.573</b>	<b>22,7%</b>

*Fuente: U.S International Trade Comisión Data Web*

## IMPORTACIONES DE RECIPIENTES HIGIÉNICOS DE ALIMENTOS (NAICS 322215)

*en miles de dólares*

País	2001	2002	2003	2004	En/feb2004	En/feb2005	% feb04/ feb05
1.Canadá	17.619	14.541	12.843	12.938	996	957	-3,9%
2.China	2.6	3.083	4.759	7.452	739	1.68	127,5%
3.Italia	1.137	1.544	3.973	4.654	166	382	129,8%
4.Panamá	1.511	1.223	1.169	1.337	51	89	76,1%
5.Colombia	13	7	247	1.141	67	38	-42,9%
6.México	96	528	641	549	81	31	-61,9%
7.Honduras	0	265	446	391	24	39	63,9%
8.Reino Unido	233	138	106	337	8	7	-8,3%
9.Países Bajos.	303	181	546	308	19	35	89,9%
10.Guatemala	128	252	211	296	0	0	
34.España	5	16	11	8	0	0	
<b>Total EE.UU</b>	<b>28.061</b>	<b>24.631</b>	<b>27.091</b>	<b>31.667</b>	<b>2.249</b>	<b>3.471</b>	<b>54,3%</b>

Fuente: U.S International Trade Comisión Data Web

## IMPORTACIONES DE BOLSAS DE PAPEL, PLÁSTICO Y ALUMINIO (NAICS 322223)

*en miles de dólares*

País	2001	2002	2003	2004	En/feb2004	En/feb2005	%feb04/feb05
1.China	441.111	531.111	643.378	697.655	53.572	58.216	8,7%
2.Canadá	338.970	328.117	381.994	408.203	33.072	39.692	20,0%
3.México	52.047	51.091	58.200	81.667	5.052	6.520	29,1%
4.Tailandia	28.611	48.207	75.470	75.160	7.791	9.628	23,6%
5.Taiwán	38.237	40.705	44.883	71.082	4.104	6.434	56,8%
6.Corea	35.519	33.898	36.875	52.865	3.361	3.852	14,6%
7.Indonesia	29.669	27.084	31.273	44.726	4.525	3.989	-11,8%
8.Alemania	22.054	21.767	24.789	28.537	1.376	2.253	63,7%
9.Hong Kong	22.688	24.276	27.949	25.215	1.739	2.738	57,4%
10.Israel	14.172	13.652	17.093	20.259	1.371	1.894	38,2%
27.España	2.999	2.803	4.844	5.501	679	586	-13,6%
<b>Total EE.UU</b>	<b>1.149.426</b>	<b>1.257.930</b>	<b>1.513.761</b>	<b>1.719.021</b>	<b>128.764</b>	<b>155.672</b>	<b>20,9%</b>

Fuente: U.S International Trade Comisión Data Web

## IMPORTACIONES DE BOLSAS DE PAPEL NO ESTUCADO DE VARIOS ESTRATOS

(NAICS 322224)

*en miles de dólares*

País	2001	2002	2003	2004	En/feb2004	En/feb2005	%feb04/feb05
1.Canadá	38.246	39.342	32.728	35.304	2.577	2.383	-7,6%
2.Alemania	1.063	5.804	6.819	9.031	382	1.080	182,6%
3.China	4.216	3.830	3.646	4.863	312	476	52,5%
4.Corea	1.218	2.405	1.595	3.695	544	580	6,7%
5.Brasil	724	1.191	2.284	3.517	202	440	117,8%
6.N. Zelanda	1.045	420	2.054	3.027	156	307	96,7%
7. Austria	350	2.126	2.554	2.063	273	73	-73,1%
8.Chile	0	0	399	1.325	48	153	222,1%
9.España	1.147	1.542	1.177	1.248	0	123	N/A
10.Italia	1.300	1.246	434	1.179	24	262	993,7%
<b>Total EE.UU</b>	<b>60.422</b>	<b>71.760</b>	<b>66.084</b>	<b>70.191</b>	<b>4.958</b>	<b>6.060</b>	<b>22,2%</b>

*Fuente: U.S International Trade Comisión Data Web*IMPORTACIONES DE OTROS PRODUCTOS DE PAPEL (NAICS 322299) *en miles de dólares*

País	2001	2002	2003	2004	En/feb2004	En/feb2005	%feb04/feb05
1.China	89.584	115.280	131.894	168.284	11.441	15.442	35,0%
2.Canadá	124.243	282.843	161.900	133.876	9.632	10.103	4,9%
3.México	48.506	49.741	54.421	60.456	4.126	5.338	29,4%
4.Francia	21.135	26.642	30.456	33.894	1.768	3.132	77,2%
5.Alemania	20.285	23.919	29.957	30.537	2.341	1.673	-28,6%
6.R. Unido	20.235	23.897	24.566	28.372	1.891	1.747	-7,6%
7.Japón	42.354	28.024	18.255	19.406	1.692	948	-44,0%
8.Finlandia	18.322	18.138	18.607	16.223	1.366	1.510	10,5%
9.Italia	6.459	6.835	7.707	9.294	414	619	49,4%
10.Brasil	213	49.985	48.353	7.283	399	214	-46,4%
14.España	2.049	2.156	2.678	3.511	105	381	260,9%
<b>Total EE.UU</b>	<b>426.300</b>	<b>673.871</b>	<b>588.845</b>	<b>554.816</b>	<b>38.707</b>	<b>44.264</b>	<b>14,4%</b>

*Fuente: U.S International Trade Comisión Data Web*

**PLÁSTICO****IMPORTACIONES DE ENVASE Y EMBALAJE DE LÁMINAS Y PELÍCULAS DE PLÁSTICO SIN SOPORTE (NAICS 326112)***en miles de dólares*

País	2001	2002	2003	2004	En/feb2004	En/feb2005	%feb04/feb05
1.Canadá	9.884	11.972	15.402	31.199	2.271	2.395	5,5%
2.Rep.Dom.	0	8.611	32.613	30.575	2.205	2.485	12,7%
3.Israel	1.591	2.960	7.623	5.499	821	644	-21,6%
4.Japón	1.223	1.357	727	3.055	81	15	-81,0%
5.Taiwán	1.122	1.218	1.858	2.767	213	244	14,2%
6.Suiza	0	0	19	1.661	0	54	
7.Corea	82	270	508	1.532	28	64	129,9%
8.India	68	366	642	1.420	132	202	52,7%
9.Alemania	394	359	681	815	80	104	29,2%
10.Brasil	22	108	518	772	0	130	
22.España	222	2	5	3	0	0	
<b>Total EE.UU</b>	<b>23.010</b>	<b>29.299</b>	<b>61.080</b>	<b>80.107</b>	<b>5.852</b>	<b>6.435</b>	<b>10,0%</b>

*Fuente: U.S International Trade Comisión Data Web***IMPORTACIONES DE OTROS PRODUCTOS DE PLÁSTICO (NAICS 326199)***en miles de dólares*

País	2001	2002	2003	2004	En/feb2004	En/feb2005	%feb04/feb05
1.China	2.055.861	2.488.589	2.820.192	3.452.443	277.184	348.423	25,7%
2.Canadá	1.933.446	2.127.491	2.236.335	2.529.405	166.110	209.273	26,0%
3.México	630.823	678.875	730.545	937.563	59.815	71.314	19,2%
4.Taiwán	504.133	505.037	515.665	509.649	45.757	44.513	-2,7%
5.Alemania	261.224	298.906	368.600	398.610	22.580	28.165	24,7%
6.Japón	285.970	276.148	293.282	347.810	21.951	26.612	21,2%
7.Corea	138.181	157.682	189.624	226.826	16.964	17.147	1,1%
8.Reino Unido	172.336	173.273	192.638	206.883	14.491	13.170	-9,1%
9.Israel	137.357	156.567	160.526	182.193	17.521	14.364	-18,0%
10.Italia	104.749	120.456	138.136	160.732	10.595	13.089	23,5%
19.España	769	785	1.196	1.745	69	113	65,4%
<b>Total EE.UU</b>	<b>7.152.829</b>	<b>7.962.975</b>	<b>8.725.742</b>	<b>10.205.803</b>	<b>736.725</b>	<b>896.206</b>	<b>21,6%</b>

*Fuente: U.S International Trade Comisión Data Web***3. EMPRESAS****P A P E L**

Industria de los contenedores de cartón.

- Temple-Inland Inc [www.templeinland.com](http://www.templeinland.com)

Sus nombres comerciales son: Inland Paperboard and Packaging, Elgin Corrugated Box Company, ComPro Packaging LLC.

Creada en 1893, hoy se dedica al envase y embalaje de papel, materiales de construcción y servicios financieros. Su cuota de mercado es de 4,90% (2003)

- International Paper Company [www.internationalpaper.com](http://www.internationalpaper.com)

Sus nombres comerciales son: Billboardbox, ClassicPak, Defore Agricultural Packaging System, Ace Automotive Packaging System, Shorewood Packaging Corporation.

Se creó en 1898, y desde entonces es una de las compañías más grandes del mundo, que vende productos en 130 países. Sus cartera de productos incluye pulpa de madera, papel, envase y embalaje y contrachapado. Su cuota de mercado es de 4,40%(2003).

- Pactiv Corporation. [www.pactiv.com](http://www.pactiv.com)

Sus nombres comerciales son: Hefty EveryDay tableware, OutPac Take out boxes.

Se creó en 1999 como una escisión del conglomerado Tenneco. Hoy la compañía se especializa en productos de envase y embalaje. Su cuota de mercado es de 4,00% (2003).

- Georgia Pacific Corporation. [www.gp.com](http://www.gp.com)

Sus nombres comerciales son: Power Pak, Color Box.

Su base se encuentra en Atlanta, y emplea aproximadamente a 75.000 personas en Estados Unidos, Canadá, y otros 11 países. Produce papel Kraft y envase y embalaje de papel. Su cuota de mercado es de 3,80% (2003).

- Graphic Packaging Corporation. [www.graphicpkg.com](http://www.graphicpkg.com)

En 2003 Graphic Packaging International y Riverwood Holding Inc se unieron para llamarse Graphic Packaging Corporation. La compañía ahora se centra en el segmento del cartón ondulado de la industria del envase y embalaje. Su cuota de mercado es de 3,40%(2003).

- Menasha Corporation. [www.menasha.com](http://www.menasha.com)

Es una compañía fundada en 1849, principalmente es fabricante de productos de cartón corrugado, aunque también ofrece servicios de diseño gráfico y pintura. Su cuota de mercado es del 2%(2003).

- Rock-Tenn Company. [www.rocktenn.com](http://www.rocktenn.com)

Esta compañía fabrica cartón ondulado para todo tipo de embalaje. Trabaja con materiales reciclados. Su cuota de mercado es de 1,7%(2003).

- Greif, Inc. [www.greif.com](http://www.greif.com)

Esta empresa se creó en 1877, y hoy fabrica contenedores de transporte y embalajes para petróleo, químicos, alimentos, productos farmacéuticos y metales. Su cuota de mercado es de 1.1 % (2003).

- Jefferson Smurfit Group plc. [www.smurfit-group.com](http://www.smurfit-group.com)

Es un grupo relacionado con el envase y embalaje de papel que opera en Estados Unidos, Europa, América Latina y Asia. Su cuota de mercado es de 1,3% (2003).

- Longview Fibre Company. [www.longviewfibre.com](http://www.longviewfibre.com)  
Su base se encuentra en el estado de Washington. Fabrica cajas de cartón y bolsas de la compra y también se dedica a la silvicultura. Su cuota de mercado es de 1% (2003).
- Domtar Inc. [www.domtar.com](http://www.domtar.com)  
Es una compañía canadiense que entró en el mercado americano adquiriendo Ris Paper y 4 fábricas más de Georgia Pacific. Fabrica papel, y envase y embalaje de cartón corrugado. Su cuota de mercado es de 0,8% (2003).
- Green Bay Packaging Inc. [www.gbp.com](http://www.gbp.com)  
Es un fabricante de envase y embalaje de cartón. Tiene una división de recursos de fibra en Arkansas de 195.000 acres de bosque. Su cuota de mercado es de 0,6% (2003).
- Cascades, Inc. [www.cascades.com](http://www.cascades.com)  
Esta compañía produce productos de papel y envases y embalajes de este material. Posee más de 100 plantas productivas por todo el mundo. Su cuota de mercado es del 4%.
- Solo Cup Company. [www.solocup.com](http://www.solocup.com)  
Originalmente se le conoce como “The Paper container manufacturing Company”, produce tazas, platos, vasos, cubiertos desechables. Su cuota de mercado es de 0,4%.
- Svenska Cellulosa Aktiebolaget (SCA). [www.sca.se](http://www.sca.se)  
Es una compañía sueca que fabrica productos de higiene absorbentes y soluciones de envase y embalaje. Se extiende por 40 países y emplea a 41.000 personas. Su cuota de mercado es de 0,4% (2003).

Industria de las bolsas de papel y papel estucado y tratado.

- Printpack, Inc. [www.printpack.com](http://www.printpack.com)  
Es una de las empresas más grandes de envase y embalaje flexible de Estados Unidos. Produce papel estucado, películas de plástico, papel de aluminio, cajas flexibles, bolsas “pouch”... Su cuota de mercado es de 3,50% (2003).
- Bemis Company, Inc [www.bemis.com](http://www.bemis.com)  
Sus nombres comerciales son: Milprint, Inc, Banner Packaging, Arrow industries, Viskase, Kansaki Specialty Papers, Duralam, Clysar, Princeton Packaging.  
Es una empresa que comenzó a fabricar bolsas en 1858 en Saint Louis. Ahora tiene su base en Minneapolis, Minesota y emplea a casi 11.000 personas en sus plantas del continente americano y Europeo. Su cuota de mercado es de 3,10% (2003).
- International Paper Company [www.internationalpaper.com](http://www.internationalpaper.com)  
(Anteriormente mencionada). Su cuota de mercado en esta industria es de 2,80%(2003).

- Pactiv Corporation. [www.pactiv.com](http://www.pactiv.com)  
(Anteriormente mencionada). Su cuota de mercado en esta industria es de 1% (2003).
- Ahlstrom Corporation. [www.ahlstrom.com](http://www.ahlstrom.com)  
Es una compañía sueca que se organiza en 4 divisiones; composiciones de fibra, etiquetados, especialidades y otros negocios. La aplicaciones de sus productos incluyen envase y embalaje flexible y otros. Posee plantas productivas en 40 países y la mitad de sus ventas las hace en Europa. Su cuota de mercado es de 1,1% (2003).
- Pliant Corporation. [www.pliantcorp.com](http://www.pliantcorp.com)  
Se fundó en 1992, y produce envase y embalaje flexible. Posee 28 plantas productivas por todo el mundo. Su cuota de mercado es de 0,6% (2003).
- Rock-Tenn Company. [www.rocktenn.com](http://www.rocktenn.com)  
(Anteriormente mencionada). Su cuota de mercado en esta industria es de 0,8% (2003).

## **PLÁSTICO**

Industria de las botellas de plástico.

- Crown, Cork and Seal. [www.crowncork.com](http://www.crowncork.com)  
Es la compañía más importante del sector de envase y embalaje. De alcance internacional, posee 28.300 empleados. Está especializada en el sector alimenticio, pero cubre también los demás sectores.
- Owens-Illinois, Inc. [www.o-i.com](http://www.o-i.com)  
Es un fabricante de contenedores, cierres y botellas de plástico líder en Norte-América. La compañía nació en 1907 en Ohio. Posee 35 plantas de producción en los Estados Unidos. Su cuota de mercado es de 7,00% (2003).
- Dean Foods Company. [www.deanfoods.com](http://www.deanfoods.com)  
Su nombre comercial es “Consolidated Container Company LLC”.  
Se estableció en 1999 tras la fusión de Reid Plastics holdings y Suiza Food Corporation. Es uno de los más grandes productores de envases rígidos de plástico en los Estados Unidos. Tiene 70 plantas productivas por todo el país. Su cuota de mercado es de 6,50% (2003).
- Plastipak Packaging Inc. [www.plastipak.com](http://www.plastipak.com)  
Se fundó en 1970, y ahora es tercer el productor de envases de plástico en Estados Unidos. Tiene 10 plantas productivas en el país. Su cuota de mercado es de 5,00% (2003).

- Ball Corporation. [www.ball.com](http://www.ball.com)

La compañía se creó en 1880, y es un fabricante de envase y embalaje de metal y plástico principalmente para bebidas y alimentos. Posee 6 plantas de producción. Su cuota de mercado es de 4,00% (2003).

- Constar International Inc. [www.constar.net](http://www.constar.net)

Es una subsidiaria de Crown,Cork&Seal. Produce contenedores de PET que se usan para aplicaciones convencionales. Tiene 14 plantas en Norte América y 4 en Europa. Su cuota de mercado es de 4,00% (2003).

- PVC Container Corporation Inc. [www.epcpkg.com](http://www.epcpkg.com)

Se especializa en botellas de plástico de PVC. Vende estos productos a través de Novapack Corporation. Su cuota de mercado es de 0,8% (2003).

Industria de las bolsas, láminas y películas de plástico sin soporte.

- Bemis Company Inc. [www.bemis.com](http://www.bemis.com)

Dentro de este sector, vende en su mayoría a Estados Unidos, pero también a Canadá, Europa, Asia y América Latina. Su cuota de mercado es de 7,80% (2003).

- Sealed Air Corporation [www.sealedair.com](http://www.sealedair.com)

Esta compañía opera en Estados Unidos y 47 países más con más de 100 plantas productivas. Vende productos de envase y embalaje protectores para alimentos. Su cuota de mercado es de 6,20% (2003).

- The Clorox Company. [www.clorox.com](http://www.clorox.com)

Entre otros productos, esta empresa comercializa bolsas de plástico para bocadillos, envoltorios de comida, bolsas desechables... Su cuota de mercado es de 5,00% (2003).

- Alcan Inc. [www.alcan.com](http://www.alcan.com)

Es una compañía que tiene su base en Canadá dedicada al envase y embalaje y al aluminio. Se orienta a la alimentación, cosméticos, productos farmacéuticos y tabaco. Su cuota de mercado es de 5,00% (2003).

- Pactiv Corporation. [www.pactiv.com](http://www.pactiv.com)

Mencionada anteriormente en el apartado Papel. Su cuota de mercado en esta industria es de 4,96% (2003).

- Print Pack Inc. [www.printpack.com](http://www.printpack.com)

Mencionada anteriormente. Su cuota de mercado en esta industria es de 3,82% (2003).

- Tyco International Ltd [www.tyco.com](http://www.tyco.com)

Es un grupo diversificado con actividad en plásticos y adhesivos, componentes eléctricos y electrónicos, sistemas de telecomunicaciones, seguridad electrónica y protección contra incendios, productos médicos desechables y válvulas. Opera en más de 80 países y emplea a más de 258.000 personas. Su cuota de mercado en esta industria es de 2,48% (2003).

- AEP Industries Inc. [www.aepinc.com](http://www.aepinc.com)

Esta compañía fabrica una amplia línea de productos de plástico de envase y embalaje flexible, que se destinan a una gran variedad de industrias. Opera en 9 países. Su cuota de mercado es de 1,48% (2003).

- Inteplast Group. [www.inteplast.com](http://www.inteplast.com)

Se fundó en 1991 como una subsidiaria de Formosa Plastics Group de Taiwán. Tiene su base en Texas.

- Uniflex Inc. [www.uniflexinc.com](http://www.uniflexinc.com)

Diseña, fabrica y comercializa envase y embalaje de plástico para ventas y promociones publicitarias, bolsas para mercancía, y bolsas reciclables y otros productos utilizados en hospitales.

- Amcor Ltd. [www.amcor.com](http://www.amcor.com)

Es una compañía australiana muy diversificada. Amcor Flexibles, su grupo dedicado al envase y embalaje flexible, tiene su base en el Reino Unido, pero opera por toda América, Europa y Asia.

Industria del poliuretano y otros productos de espuma.

- Foamex International Inc. [www.foamex.com](http://www.foamex.com)

Su base está en Pensilvania, y es uno de los fabricantes más grandes de espuma de poliuretano de norte América. Su cuota de mercado es de 13,80%-15,00%(2003).

- Carpenter Co. [www.carpenter.com](http://www.carpenter.com)

Es una compañía privada que tiene su base en Virginia. Produce espuma de poliuretano, químicos y fibra de poliéster. Su cuota de mercado es de 13,00% (2003).

- Flexible Foam Products Inc. [www.flexiblefoam.com](http://www.flexiblefoam.com)

Es una empresa privada con base en Ohio, que opera también en Texas, Indiana, Florida y Wisconsin. Su cuota de mercado estimada en el 2003 es de 5,00%.

- Woodbridge Foam Corporation. [www.woodbridgegroup.com](http://www.woodbridgegroup.com)

Se creó en 1978 por la compra de una división de Monsanto Corporation en Canadá. Su cuota de mercado es del 3% (2003).

#### 4. FERIAS

- **Pack Expo International:** [www.packexpo.com](http://www.packexpo.com). Es la feria más importante del sector en Estados Unidos. Es una feria de carácter bienal que se celebra todos los años pares en Chicago, en Noviembre. La última que se celebró reunió a 1500 expositores y 50.000 visitantes. Incluye sobre todo maquinaria y equipos para el sector del envase y embalaje, además de materiales, componentes, productos y servicios. La organiza el Instituto de Fabricantes de Maquinaria de envase y embalaje (PMMI).
- **Pack Expo Las Vegas:** [www.packexpo.com](http://www.packexpo.com). La organiza también el PMMI. Se celebra los años impares en Las Vegas. Es más modesta que Pack Expo International, la última edición hubo 600 expositores y 15.000 visitantes. Se centra en maquinaria, equipos y servicios.
- **EastPack:** [www.eastpackshow.com](http://www.eastpackshow.com). Es una feria regional de la zona este de los Estados Unidos. Se celebra todos los años en Nueva York en Junio. Suele haber hasta 400 expositores y está patrocinada por el Instituto de Profesionales del envase y embalaje (Institute of Packaging Professionals). La feria se centra en maquinaria, equipos y servicios.
- **WestPack:** [www.westpackshow.com](http://www.westpackshow.com) Es la feria regional de la zona oeste de los Estados Unidos. Se celebra todos los años en Anaheim (a las afueras de Los Angeles) en Febrero. Suele haber 800 expositores que se centran en maquinaria, equipos y servicios. Esta patrocinada por la “Asociación de envase y embalaje del oeste” (Western Packaging Association) y el Instituto de profesionales del envase y embalaje (Institute of Packaging Professionals). Es la feria más importante de las tres regionales que existen.
- **SouthPack:** [www.southpackshow.com](http://www.southpackshow.com). Es la feria de la zona sur de los Estados Unidos. Se celebra en Atlanta los años impares en Abril. La última edición hubo 400 expositores y 9.000 visitantes. Se centra en maquinaria, equipamientos y servicios. Esta patrocinada por el Instituto de profesionales del envase y embalaje (Institute of Packaging Professionals).
- **Packaging Services Expo 2005 (PSE):** [www.packservicesexpo.com](http://www.packservicesexpo.com). Es una feria que contiene expositores y ofrece también conferencias sobre el sector. Se centra en el diseño y márketing, calidad, valor añadido, servicios, fabricación, etc. Asisten los proveedores más importantes del sector. Esta esponsorizada por la Asociación de contratos de envase y embalaje (Contract Packaging Association, CPA), el Instituto de profesionales del envase y embalaje (Institute of Packaging Professionals) y la “International Safe Transit Association”. Es anual, y en el 2005 tendrá lugar del 10 al 12 de Mayo en el “Donald E. Stephens Convention Center” en Rosemont, Illinois (cerca de Chicago).

Otras ferias:

- Plastec: [www.plastecshow.com](http://www.plastecshow.com)
- MD&M East: [www.mdmeast.com](http://www.mdmeast.com)

(estas dos se celebran en conjunto con EastPack)

- Atlantic Design Manufacturing Show: [www.atldesignshow.com](http://www.atldesignshow.com)

## 5. PUBLICACIONES DEL SECTOR

- **Packaging World:** [www.packworld.com](http://www.packworld.com).

Es una publicación mensual centrada en los fabricantes de máquinas y materiales. Se pueden encontrar estudios de casos y presentaciones de nuevos productos.

- **Food and Drug Packaging:** [www.fdp.com](http://www.fdp.com)

Publicación mensual dedicada al envase y embalaje de alimentos y productos farmacéuticos. Contiene noticias sobre el sector, e información sobre nuevos productos.

- **Packaging Digest:** [www.packagingdigest.com](http://www.packagingdigest.com).

Publicación mensual.

- **Packaging strategies:** [www.packstrat.com](http://www.packstrat.com)

Se publica 22 veces al año. Información sobre nuevas tecnologías en envase y embalaje, negocios y mercado.

Otras publicaciones:

- Packaging today: [www.packagintoday.com](http://www.packagintoday.com)
- Brand Packaging: [www.brandpackaging.com](http://www.brandpackaging.com)
- Packaging online: [www.packaging-online.com](http://www.packaging-online.com)
- Package design: [www.packagedesignmag.com](http://www.packagedesignmag.com)
- Pharmaceutical and Medical Packaging: [www.pmpnews.com](http://www.pmpnews.com)
- Paper, Film & Foil Converter: [www.pffc-online.com](http://www.pffc-online.com)
- Converting Magazine: [www.convertingmagazine.com](http://www.convertingmagazine.com)
- Plastic News: [www.plasticnews.com](http://www.plasticnews.com)
- Plastics Technology: [www.plasticstechnology.com](http://www.plasticstechnology.com)
- Modern Plastics World Wide: [www.modplas.com](http://www.modplas.com)
- Paperboard Packaging: [www.paperboardpackaging.com](http://www.paperboardpackaging.com)
- Boxboard containers Intl: [www.boxboard.com](http://www.boxboard.com)

## 6. ASOCIACIONES

- **Packaging Machinery Manufacturers Institute (PMMI).** [www.pmmi.org](http://www.pmmi.org)  
Es una asociación que representa a los fabricantes de maquinaria de embalaje de América del Norte.  
4350 North Fairlax Drive, suite 600  
Arlington, VA 22203  
Tel: 703-243-8555 Fax:703-243-8556
- **National Association of Container Distributors:** [www.nacd.net](http://www.nacd.net)  
1601 North Bond Street, Suite 101,  
Naperville, Illinois 60563  
Tel: 630-544-5052 Fax:630-544-5055  
E-mail: [info@nacd.net](mailto:info@nacd.net)
- **Flexible Packaging Association:** [www.flexpack.com](http://www.flexpack.com)  
Es una asociación nacional que representa a los transformadores y proveedores de embalajes flexibles.  
1090 Vermont Avenue N.W.  
Washington, DC 20005  
Tel : 202-842-3880 Fax: 202-842-3841
- **Closure Manufacturers Association:** [www.cmadc.org](http://www.cmadc.org)  
Es una asociación de fabricantes de cierres.  
1627 K Street NW, suite 800  
Washington, DC 20006  
Tel: 202-223-9050 Fax: 202-785-5377
- **Institute of Packaging Professionals:** [www.iopp.org](http://www.iopp.org)  
Asociación de profesionales de envase y embalaje.  
481 Carlisle Dr.  
Herndon, VA 22070-4823  
Tel: 703-318-8970 Fax: 703-318-0310
- **Aseptic Packaging Council (APC):** [www.aseptic.org](http://www.aseptic.org).  
Es una asociación comercial que representa los mayores fabricantes de envases asépticos de Estados Unidos, *Tetra Pak Inc.* de Chicago, y *SIG Combibloc Inc* de Columbus, Ohio. Se encargan de informar al público americano de los beneficios de estos productos y sus cualidades de protección del medio-ambiente.
- **Contract Packaging Association(CPA):** [www.contractpackaging.org](http://www.contractpackaging.org). Reúne a todas las empresas de contratos de envase y embalaje, proveedores y consumidor final.

**P A P E L :**

- **Corrugated Packaging Council:** [www.corrugated.org](http://www.corrugated.org)

Desarrollan programas para promover los beneficios medioambientales del envase y embalaje del cartón corrugado, así como programas de comunicación para apoyar los objetivos de la industria.

**Technical Association for the worldwide pulp, paper and converting industry. TAPPI):** [www.tappi.org](http://www.tappi.org)

15 Technology Parkway South

Norcross, GA 30092

Tel.: (770) 446-1400 Fax: (770) 446-6947

**P L Á S T I C O :**

- **Film and Bag Federation:** [www.plasticbag.com](http://www.plasticbag.com)

Es una unidad de la sociedad de la industria de plásticos (Society of the Plastics Industry) que promueve el crecimiento de la industria de las bolsas y láminas de plástico.

- **National Association for PET container resources:** [www.napcor.com](http://www.napcor.com)

Se trata de una asociación de comercio fundada en 1987 para la industria del plástico PET, en EE.UU. y Canadá.

PO Box 1327

Sonoma, CA 95476

Tel: 707-996-4207 Fax: 707-935-1998

Email: [information@napcor.com](mailto:information@napcor.com)

- **Society of the Plastics Industry:** [www.plasticsindustry.org](http://www.plasticsindustry.org)

Es una organización de más de 2000 miembros que representa a todos los segmentos de la industria del plástico en los Estados Unidos. La SPI se compone de fabricantes de resinas, distribuidores, fabricantes de maquinaria, transformadores del plástico, fabricantes de moldes y otros.

Otras asociaciones:

- Alliance of Foam Packaging recyclers: [www.epspackaging.org](http://www.epspackaging.org)

- California Film Extruders and Converters Association: [www.cfeca.org](http://www.cfeca.org)

- International Safe Transit Association: [www.ista.org](http://www.ista.org)

Asociación que se centra en la distribución y transporte del envase y embalaje.

- Retail Packaging Manufacturers association: [www.rpma.org](http://www.rpma.org)

- Western Packaging Association: [www.wpa-cpc.org](http://www.wpa-cpc.org)

- National Paper Trade Association: [www.paperfiber.com](http://www.paperfiber.com)

- Paperboard Packaging Council: [www.ppacnet.org](http://www.ppacnet.org)

- Fibre box association: [www.fibrebox.org](http://www.fibrebox.org)