Noticiascadadía
el diario que se mueve contigo

4 DE GENER DE 2008

En 2007 se vendieron en España 20.000 toneladas de fleje

El fleje impreso llegará en 2007 al 40% de la producción total de este consumible esencial para la logística y el embalaje

(Noticiascadadía).- En 2007 se habrán comercializado en España un total de 20.000 toneladas de fleje con un crecimiento en relación a 2006 de un 6% y una facturación global de 70 millones de Euros.El último trimestre del año '07, debido al incremento de envíos de productos relacionados con la época de Navidad, implica un aumento de la demanda de los elementos de packaging por parte de las empresas que quieren contar con un embalaje de calidad, acorde con sus productos. Estos datos ponen de manifiesto que este consumible vinculado al packaging y la logística está experimentando un crecimiento importante, crecimiento que viene de la mano del comercio y el sector servicios y distribución.Asimismo, durante el último trimestre del año, también se percibe un fuerte incremento de ventas en las máquinas flejadoras manuales ya sean por fricción o mecánicas en

El **fleje** es el elemento de protección y soporte que dota al producto de protección pero también de personalización, la pérdida del producto mediante la personalización del fleje (o sea imprimir la marca de la empresa o el nombre del producto, o introducir un mensaje en la cinta) se reduce en un 64% puesto que el fleje, a parte de ser ele elemento de unión de la carga, representa el soporte dónde se imprime el nombre o los datos de la empresa originaria del producto que se envía. Con esto, se consigue disminuir no solo la pérdida del producto, sino el hurto tanto del producto como de accesorios o pequeños elementos que se encuentran dentro del paquete.

Para Jordi Guimet, Director General de Plasticband, *"el fleje ha pasado de ser un producto imprescindible pero*

un 30% pero el alquiler de máquinas flejadoras para empresas con un gran incremento de producción, ya sean empresas de regalos, de elementos meramente navideños, de vinos, de productos alimentarios,…etc, es una práctica que Plasticband desarrolla desde hace dos años. Con esta modalidad, que da derecho al uso y disfrute de dicha maquinaria durante un tiempo determinado, permite a las empresas no hacer una gran inversión en un tipo de maquinaria que solo utilizan durante una parte del año.Esta realidad ha disparado la demanda de elementos de embalaje, pero sobretodo ha incrementado la demanda de fleje personalizado, que ha crecido desde 2003 un 400% hasta suponer ya un 40% de la producción total de fleje realizada el conjunto del sector. Estos datos se desprenden de un estudio de mercado realizado por Plasticband, empresa líder en producción y personalización tanto de fleje ligero, como de máquinas flejadoras y otras soluciones de embalaje y logística.Además, el incremento de los usuarios de Internet que realizan sus compras a través de la red, que son, según datos de la Asociación Española de Comercio Electrónico y Marqueting Director (AECEMD), un 68% de los usuarios, ha incrementado la demanda de elementos de embalaje por parte de las empresas para asegurar los pedidos. El incremento de venta de fleje se concentra en el ámbito del fleje personalizado con la marca de la empresa como respuesta a la necesidad de presentar un packaging de calidad acorde con el producto y las exigencias del mercado.

de menor importancia en la empresa a un producto básico ya que tiene que ver con la seguridad, la disminución del hurto y la presentación del producto, esta realidad – ha añadido Guimet – *nos obliga a trabajar la calidad de impresión y la fiabilidad del producto".*