

Un packaging debidamente flejado reduce las pérdidas

El último trimestre de año, 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.

Además, el incremento de los usuarios de Internet que realizan sus compras a través de la red, que son, según datos de la Asociación Europea de Publicidad Interactiva (EIAA), un 68% de los usuarios, ha incrementado la demanda de elementos de embalaje por parte de las empresas para asegurar los pedidos.

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 36% de la producción total de fleje realizada por **Plasticband**, una de las primeras empresas en producción y personalización tanto de fleje ligero, como de máquinas flejadoras y otras soluciones de embalaje y logística.

El fleje es el elemento de protección y soporte que dota al producto

de protección pero también de personalización, la pérdida del producto



se reduce en un 64% puesto que el fleje, a parte de ser el elemento de unión de la carga, representa el soporte donde 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.

Asimismo, durante este mismo período, también se percibe un fuerte incremento de ventas en las máquinas flejadoras manuales ya sean por

fricción o mecánicas en 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.

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

Más información:
www.plasticband.com