

GUÍA DEL EMBALAJE

**OPTIMICE SU SERVICIO DE
EMBALAJE Y ENVÍO;
AUMENTE LA SATISFACCIÓN
DE SUS CLIENTES.**

LIBRO BLANCO

RAJAPACK

PREÁMBULO

«LA ELECCIÓN DEL EMBALAJE ES FUNDAMENTAL!»

EN LA PLANTILLA TENCO UN SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE QUE ATIENDE A MILES DE EMPRESAS. NOS HEMOS DADO CUENTA DE QUE LA MAYORÍA DE LOS PROBLEMAS TIENE SU ORIGEN EN LA ELECCIÓN DEL EMBALAJE, QUE CONLLEVA PROBLEMAS DE ENTREGA, DEMORAS, ENVÍOS Y DEVOLUCIONES Y, POR LO TANTO, INDEMNIZACIONES.

EL EMBALAJE DEBE MEDITARSE DESDE EL INICIO.

YANN CARRON DE LA CARRIÈRE, director de marketing de Bortal, empresa que gestiona más de 100 000 paquetes al mes.»

Esta es nuestra guía, que se basa en los intercambios diarios que mantenemos con miles de clientes. Recoge nuestros consejos básicos para escoger bien el embalaje, así como para mejorar la satisfacción de los clientes y los indicadores de rendimiento interno.

INTRODUCCIÓN 04**I. EL EMBALAJE, LA CLAVE DEL RENDIMIENTO**

PROTEGER LAS MERCANCÍAS 06

¿Cómo hacer un embalaje de calidad, resistente y adaptado al modo de entrega?

OPTIMIZAR EL ENVÍO 08

¿Cómo garantizar las mejores condiciones de transporte para las mercancías?

MEJORAR LA SEGURIDAD DE LOS PAQUETES Y DE LOS PALETS 12

¿Cómo evitar los actos malintencionados durante la fase de envío?

GANAR ESPACIO DE ALMACENAMIENTO 14

¿Cómo racionalizar los costes de almacenamiento de los embalajes?

PREPARAR LOS PEDIDOS CON MÁS RAPIDEZ 16

¿Cómo ser más eficaz en la preparación de los embalajes?

EN RESUMEN: LOS SECRETOS DE UN BUEN EMBALAJE 18**II. EL EMBALAJE, LA CLAVE PARA MARCAR LA DIFERENCIA**

REFORZAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE 20

¿Cómo enriquecer la experiencia del cliente, reforzar la imagen de marca y fidelizar a los clientes?

VALORIZAR EL COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL 22

¿Cómo llegar a los consumidores y mejorar los resultados medioambientales de la empresa?

EN IMÁGENES: UN EJEMPLO DE BUENAS PRÁCTICAS 24**NUESTROS COLABORADORES** 26

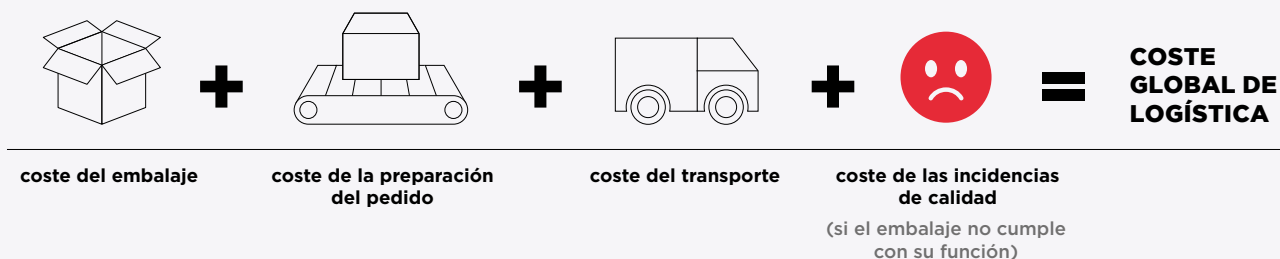
INTRODUCCIÓN

EL EMBALAJE,

ELEMENTO CLAVE DE LA LOGÍSTICA

Todas las empresas lo padecen: los clientes son cada vez más exigentes. En especial, deben hacer frente a tiempos de reacción cortísimos (Amazon, con su entrega en el mismo día, ha marcado el tempo). Ya no basta con la calidad del producto suministrado: los clientes quieren vivir una experiencia, sentir que la marca los tiene en cuenta. Seguro que su empresa ya lo ha integrado en su modelo.

¿Cómo puede el embalaje ayudarle a estar a la altura de estas expectativas, tanto del consumidor como del cliente en las relaciones BtoB? El objetivo de esta guía es ofrecer aclaraciones sobre la protección, del transporte, de la seguridad, del almacenamiento y de la preparación de los envíos. Asimismo, quiere llegar más lejos demostrándole cómo sus embalajes pueden enriquecer la experiencia del cliente y participar en la mejora de su impacto medioambiental.



LA ENTREGA, UN MOMENTO CRUCIAL DE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE

Seguro que es consciente de que tanto si es para un particular como si es para una empresa, la entrega es un momento crucial. Pero sabía usted que:

- > Un 73 %* de los clientes no está dispuesto a hacer nuevos pedidos a la empresa si el paquete le llega dañado
- > Un 66 %** de los consumidores opina que el embalaje demuestra cómo el vendedor se ocupa de ellos y de su pedido
- > Un 73 %** de los compradores dice estar dispuesto a realizar más pedidos si se facilita la devolución del producto

Basta con observar el fenómeno del unboxing (vídeos que muestran cómo los consumidores desempaquetan los productos) y los millones de visualizaciones de algunos de estos vídeos en YouTube para convencerse de la carga emotiva que genera la recepción de un paquete...

*Estudio PackageInsight 2016 para Pregis realizado con consumidores americanos.

**Estudio Sealed Air 2014 - Packaging for e-commerce llevado a cabo con consumidores americanos.

***Estudio Metapak 2016 llevado a cabo con consumidores en Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Alemania, España, Países Bajos e Italia.

RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es

LAS NUEVAS MODALIDADES DE COMERCIO TRANSFORMAN EL EMBALAJE

En el contexto del gran desarrollo del comercio electrónico y de las estrategias de distribución omnicanal y de comercio unificado, el embalaje adopta una nueva dimensión. A partir de ahora se impone como una herramienta estrella en la relación con el cliente, añadiendo a sus funciones de protección y seguridad del producto, las de representación de la marca.

El embalaje aporta un valor añadido real al intercambio. Optimización de la productividad, logística inversa, experiencia del cliente, preocupación por el medio ambiente: estas grandes tendencias son fuente de innovación para el sector.

El embalaje es clave para optimizar sus costes logísticos y es el núcleo de la valorización de su marca. Por ello es esencial tener buenos productos de embalaje y el mejor proceso. Paso a paso, le contaremos cómo escoger el embalaje adecuado para proteger eficazmente sus envíos. También le explicaremos cómo optimizar el transporte y el almacenamiento, así como la preparación de pedidos. Además, conocerá cómo se puede enriquecer la experiencia del cliente mediante el embalaje y participar en la preservación de los recursos naturales.

EMBALAJE, DEFINICIÓN

Embalaje: n. m. Cualquier objeto, independientemente de la naturaleza de los materiales que lo conforman, destinado a contener y resguardar mercancías, permitir su manipulación y su envío, del productor al consumidor garantizando su presentación.

En esta definición, los embalajes de transporte y de envío constituyen el embalaje terciario.

EL CARTÓN VALORADO

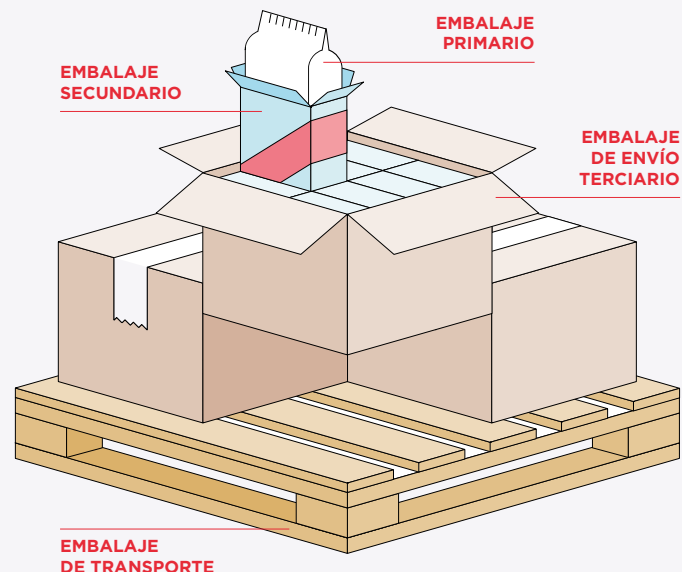
POR SUS USUARIOS

El cartón y el papel ocupan un lugar destacado en el embalaje de envíos, muy por delante de los plásticos, la madera o el metal. Fácilmente reciclables y reutilizables, el papel y el cartón se consideran, cada vez más, material de relleno. Por otro lado, estos materiales naturales son valorados positivamente por los consumidores: cuatro de cada cinco personas piensan que los embalajes de cartón se adaptan perfectamente a los envíos.



4 DE CADA 5
PERSONAS PIENSAN QUE LOS
EMBALAJES DE CARTÓN SE
ADAPTAN PERFECTAMENTE A LOS ENVÍOS.

Fuente: Pro Carton/EHI Retail Institute Etude 2015.



CÓMO HACER UN EMBALAJE DE CALIDAD, RESISTENTE Y ADAPTADO A LA FORMA DE ENTREGA



PROTEGER SUS MERCANCÍAS

La función principal de un embalaje es proteger las mercancías para que lleguen a su destino en buen estado.

Naturalmente, el peso y la fragilidad del producto condicionan la resistencia del cartón y el tipo de relleno. Ahora bien, uno de los criterios básicos para la elección del embalaje es el tipo de envío y el número de fraccionamientos de carga que sufrirá el producto entre su almacén y el cliente final...

Para optimizar los embalajes protegiendo al máximo los productos que contienen, pueden considerarse dos opciones:

- > Escoger una caja de calidad estándar y aumentar el volumen de relleno
- > Optar por una caja más resistente y reducir el volumen de relleno, incluso eliminarlo por completo [\[Transportes: páginas 8-9\]](#).

PROTECCIÓN CONTRA LOS CHOQUES

Durante el transporte, con las manipulaciones y los almacenamientos intermedios, los embalajes se someten

a pruebas muy duras. En efecto, según la modalidad de transporte utilizada, los choques sufridos por los paquetes son muy variables:

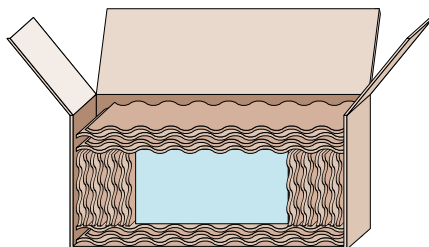
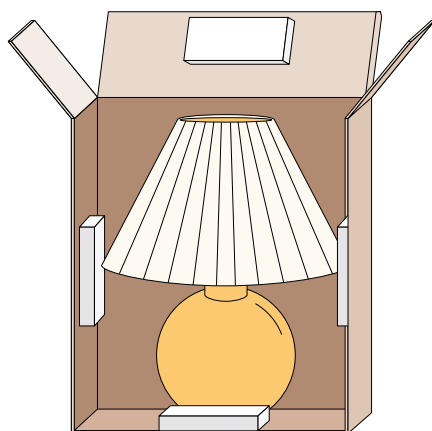
- > Paquete individual por correo postal: fraccionamientos de carga, manipulaciones sin precauciones...
- > Paquete individual por mensajería: fraccionamientos de carga pero con mayor cuidado por parte de los operadores.
- > Paquete en palet: el palet protege, pero persiste el riesgo de aplastamiento. [\[Paletización: páginas 10-11\]](#).

La elección del embalaje exterior (cajas, estuches, sobres, tubos...) y la adaptación de las dimensiones del paquete a los productos son esenciales para limitar los riesgos [\[Cajas adaptables en altura: páginas 14-15\]](#).

Los rellenos tienen dos funciones.

- > Impedir el movimiento del producto.
- > Proteger de los choques exteriores y, en el interior, entre dos productos.

Las espumas que se adaptan a la forma exacta de su producto ofrecen una excelente protección y un gran valor añadido, en especial, para los más frágiles. [Rellenos personalizado: página 20-21]



CÓMO FIJAR LOS PRODUCTOS

Creando un espacio vacío protector (ejemplo de la lámpara) o llenando los vacíos (ejemplo de la caja).

¿SABÍA QUE...?

Según las modificaciones recogidas en la Ley 3/2014 en normativa sobre consumidores, aplicables desde el 13 de junio de 2014: Son responsabilidad del vendedor los daños que se hayan causado en los bienes e incluso de su pérdida si se ha producido durante el transporte hasta el momento que son entregados al consumidor o a un tercero por él indicado. ¡El embalaje juega un papel crucial en la entrega y protección del envío con éxito!

Su producto es:	Producto portador ej.: lata de conservas			Producto no portador ej.: jarra de cristal		
	Simple	Doble	Triple	Simple	Doble	Triple
Ligero (de 0 a 30 kg)	×				×	
Pesado (+ de 30 kg)		×	×			×
Muy pesado (+ de 80 kg)			×			×
Frágil		×				×
No frágil	×				×	
Enviado en palet*	×				×	
Enviado por unidades	×				×	
Enviado por transportista		×			×	
Envío internacional			×			×

ESCOJA UN EMBALAJE CON RESISTENCIA ADECUADA (CANAL SIMPLE, DOBLE O TRIPLE ONDULADO) EN FUNCIÓN DEL PESO, DE LA FRAGILIDAD DEL PRODUCTO Y DE LA MODALIDAD DE ENVÍO

Un producto se considera portador si se aguanta solo y puede sostener el embalaje y soportar cargas.

*Cuidado con los productos paletizados: las cajas situadas en la parte inferior del palet deben poder soportar el peso del resto de cajas acumuladas encima de ellas.

PROTEGER DE LOS RIESGOS DE APLASTAMIENTO

Entre su empresa y su destinatario, los paquetes serán manipulados varias veces, apilados, cargados y descargados con más o menos precaución... Los embalajes deben resistir las presiones debidas al apilado de los paquetes en los almacenes de los transportistas o en los camiones. Los más ligeros no están siempre en la parte superior de la pila, y esto debe tenerse en cuenta para la elección del material de embalaje y los rellenos. Además de la resistencia a la perforación, uno de los criterios esenciales que debentenerse en cuenta es la resistencia a la compresión vertical (RCV). [\[Paletización: páginas 6-7\]](#).

TESTIMONIO DE CLIENTES

La venta online y el embalaje van de la mano. En nuestro caso el embalaje es de vital importancia ya que gran parte de los productos que vendemos, o se toman o se aplican directamente en nuestro cuerpo, SI UN PRODUCTO LLEGA DETERIORADO O EN MAL ESTADO GENERE UNA ALTA DESCONFIANZA EN EL CLIENTE

IGNACIO DE LA MAZA
co-fundador de Pharmaciuss.com

PROTEGER DE LAS CONDICIONES EXTERIORES

Es importante conocer el tiempo de almacenamiento y del transporte, así como identificar las condiciones externas: riesgos de lluvia en la entrega, humedad del almacén, transportes marítimos...

Se ofrecen múltiples opciones para proteger sus productos: sobres y bandejas deshidratantes, papel y film anticorrosión, papel embreado, etc.

Algunos productos –especialmente para la alimentación y farmacéuticos–, necesitan que se mantenga una temperatura constante. Este mantenimiento está garantizado con embalajes isotérmicos y por indicadores de variación de temperatura.



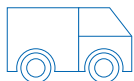
CONSEJO DEL EXPERTO

"La calidad del cartón de la caja juega un papel decisivo para evitar la deformación por aplastamiento, la perforación o los impactos directos"

La protección depende de múltiples factores. No dude en consultar a un asesor llamando al 902 20 30 06



CÓMO GARANTIZAR LAS MEJORES CONDICIONES DE TRANSPORTE PARA LAS MERCANCÍAS



OPTIMIZAR EL ENVÍO

El pedido está bien embalado, fijado, listo para su envío... ¿Ha tenido en cuenta el medio de transporte de la mercancía, su destino y las normas de tarifas de los transportistas?

La elección del tándem caja + relleno es determinante. Tanto si el transporte se factura por peso como por peso volumétrico.



CONSEJO DEL EXPERTO

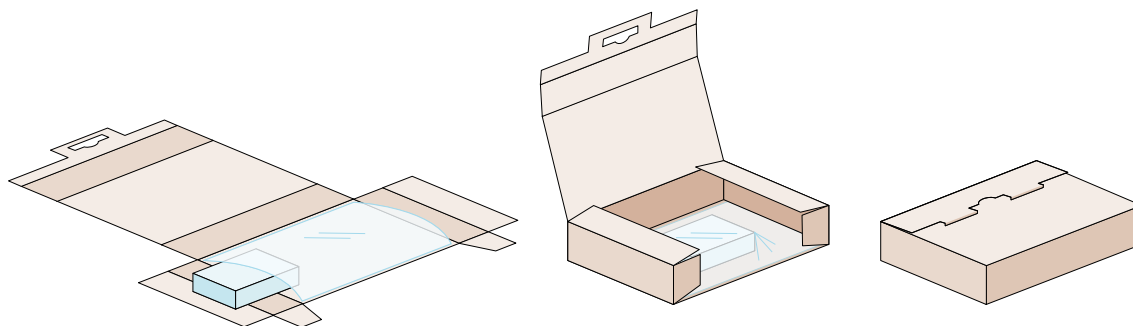
Utilizar el embalaje más adecuado al contenido puede suponer un importante ahorro en relleno y gastos de envío. Además, ofrece un valor añadido gracias a una presentación adaptada al producto.

I. ALIGERAR EMBALAJES Y RELLENOS

La tarifa de envío de los paquetes por mensajería se calcula en función del peso del paquete. Por lo tanto, es esencial no sobrecargarlo, garantizando la protección de las mercancías.

Puede decantarse por dos opciones:

- > Elegir una calidad estándar para la caja y aumentar el relleno. En este caso, el embalaje cuesta menos, pero como la caja es más voluminosa (a causa del relleno), su envío será potencialmente más caro.
- > Optar por una caja más resistente y limitar los materiales de relleno: el coste de la caja es más alto, pero los costes de transportes se reducen (paquetes menos voluminosos y eventualmente menos pesados, mayor número de cajas integradas en un palet, etc.)



UN RELLENO INNOVADOR

Esta caja de cartón incorpora un film de plástico para fijar los objetos. El embalaje gana en ligereza y simplifica la preparación de los pedidos (solo se manipula 1 caja).

RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es

2. TENGA CUIDADO CON EL PESO Y LAS DIMENSIONES MÁXIMAS

Para Correos, los paquetes deben pesar menos de 30 kg y ajustarse a las dimensiones máximas:

- > Para correos: las dimensiones máximas son: Largo + Alto + Ancho = 210 cm. Sin que el mayor exceda 120 cm.
- > Para las mensajerías, los pesos y dimensiones máximos varían según el transportista. Podría constituir un criterio para elegir a sus transportistas.

Tenga en cuenta que el crecimiento de las consignas automáticas puede aportar nuevas obligaciones de dimensiones en función de la red utilizada.



Encuentre la caja que mejor se adapta a su producto con el motor de búsqueda Box-selector.

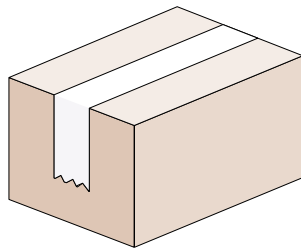
<http://www.rajapack.es/boxselector.html>

Largo: cm

Ancho: cm

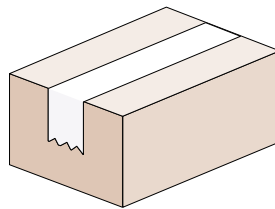
Alto: cm

 **BUSCAR**

L40 X a20 X A25

PESO REAL DEL PAQUETE = 3 KG



L30 X a15 X A20

$$\text{PV} = \frac{40 \times 20 \times 25}{6000} = 5 \text{ kg}$$

PESO VOLUMÉTRICO > PESO REAL: facturación del peso volumétrico (5 kg)

$$\text{PV} = \frac{30 \times 15 \times 20}{6000} = 1,5 \text{ kg}$$

PESO VOLUMÉTRICO < PESO REAL: facturación del peso real (1,5 kg)



¿Le parece complicado el cálculo?

No se preocupe: todos los transportistas ofrecen simuladores de peso volumétrico en su web.

3. ANTE UN PESO EQUIVALENTE, OPTIMICE LAS DIMENSIONES

Según la convención internacional IATA (International Air Transport Association), el peso de un envío en avión se calcula en función del tamaño más que de su peso real.

Peso volumétrico IATA = (largo x ancho x alto) / 6000
con L/A/a expresados en cm

Si el peso volumétrico es superior al peso real, se aplica el peso volumétrico. Cada vez son más los transportistas que aplican esta norma, incluso para los transportes terrestres. A menudo aplican un valor inferior que en la fórmula anterior (4000 en lugar de 6000 por ejemplo).

Así pues, para controlar los costes de transporte es esencial ajustar el formato del embalaje a las mercancías que contiene y eliminar los vacíos inútiles. Más que cajas estándar con productos calzados en los espacios vacíos con rellenos voluminosos, decántese por cajas de car-

tón adaptables a la altura del contenido, o aún mejor, por embalajes a medida, con dimensiones, relleno y resistencia optimizados.

TESTIMONIO DE CLIENTES

Si queremos controlar la calidad del servicio, uno de los elementos clave es la preparación del pedido. EL CLIENTE DE VINO ES MUY EXIGENTE. TENEMOS LA RESPONSABILIDAD DE ADAPTAR NUESTRO PROCESO PARA CONSERVAR LAS BOTELLAS EN LAS MEJORES CONDICIONES POSIBLES Y ENTREGARLAS ÓPTIMAMENTE.

Nosotros enviamos a nivel europeo: cuanto más lejos se envía el pedido, más importancia tiene el embalaje. Con un embalaje adaptado a nuestro producto reducimos al mínimo las incidencias de un producto tan frágil

LUCAS LLAURADÓ
DEPUTY DIRECTOR DE VINISSIMUS 



VIDEO CONSEJO

Descubre cómo realizar una paletización perfecta.

<https://youtu.be/AFQ8tOYtpU0>

PENSAR EL EMBALAJE EN TÉRMINOS DE TRANSPORTE

La protección de las mercancías a lo largo del transporte es uno de los retos del remitente. ¿Cómo podemos saber qué trato recibirá durante el transporte el paquete que hemos preparado con tanto cuidado? Si envía paquetes individuales y no organiza usted mismo sus palets, uno de sus objetivos puede ser que estos integren el palet de la mensajería. De este modo, sus paquetes estarán protegidos con film de paletización durante las fases de transporte y de almacenamiento intermedias.

1. ¿SUS PAQUETES DEBEN INCORPORARSE A UN PALET?

Escoja cajas paletizables (dimensiones estándares) y verifique la calidad para evitar aplastamiento.

2. ESCOGER CORRECTAMENTE EL PALET

Las dimensiones deben ser optimizadas en función de la modalidad de transporte: por carretera, aéreo, marítimo.

> El material del palet permite controlar los costes de envío.

> Los palets de cartón y de fibra de madera son más ligeros y, por lo tanto, más fáciles de manipular. En estos casos, no se requiere tratamiento para la exportación, contrariamente a lo que pasa con el palet de madera, más pesado (aunque más polivalente) y que requiere un certificado de conformidad NIMF15* para la exportación.

3. ORDENAR CORRECTAMENTE EL PALET

Regla de oro para las cajas de diferentes formatos: las cajas pequeñas deben cargarse debajo, las más voluminosas arriba del palet.

El film estirable, el flejado o el film retráctil permiten cohesionar el palet y su carga.

La resistencia del palet puede mejorarse gracias a las cantoneras de protección y a las planchas separadoras.

4. PROTEGER EL ENVÍO DEL PALET

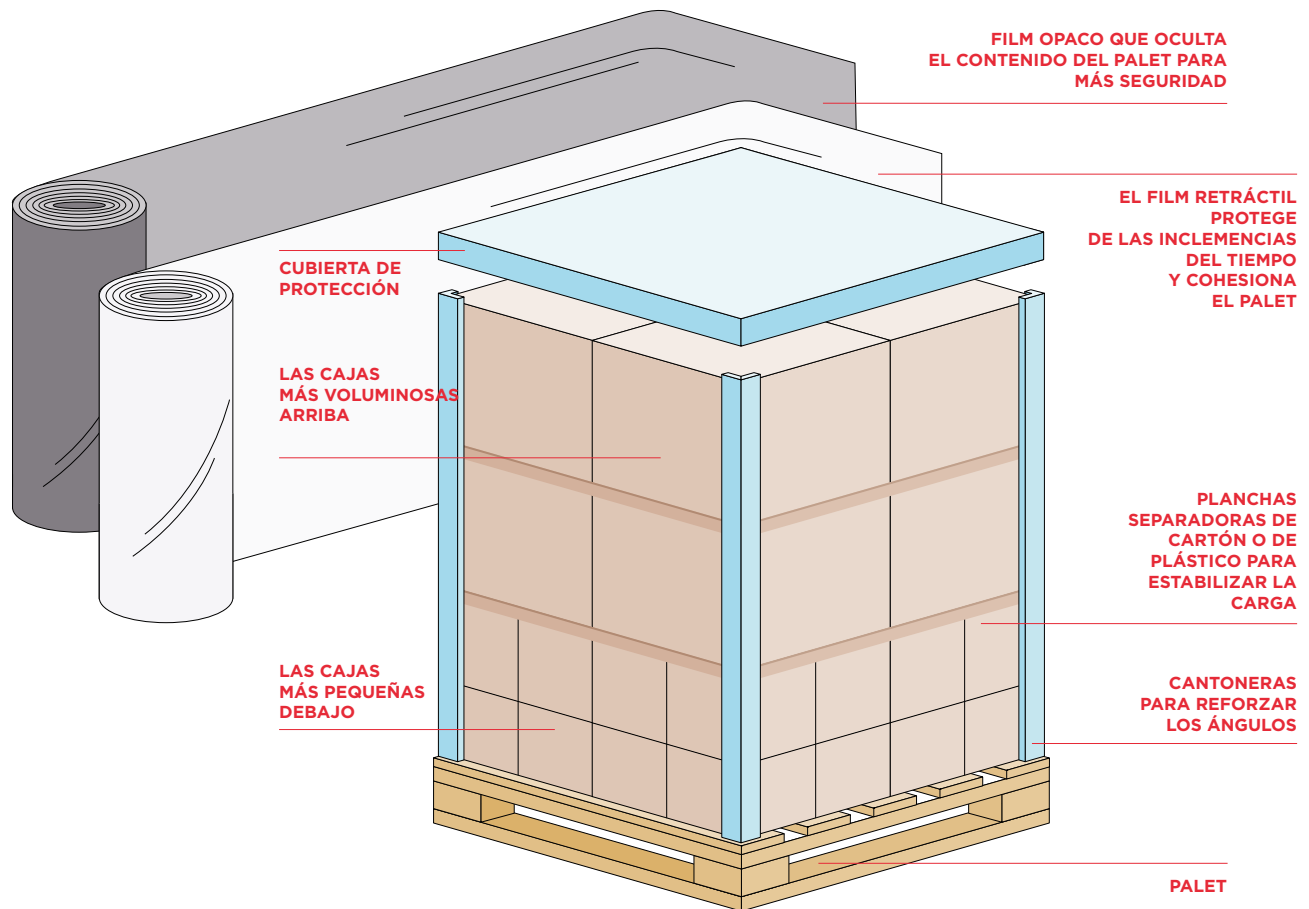
Los accesorios de paletización más utilizados son los siguientes:

- > Cubierta para tapar los palets para protegerlos en la intemperie.
- > Film opaco para garantizar la confidencialidad del envío.
- > Cono señalizador que advierte que no deben colocarse más palets encima.
- > Cantoneras estabilizadoras que inmovilizan los palets protegiéndolos de las sacudidas durante el transporte.

Para optimizar los embalajes para el transporte y dominar las normas de la paletización, no dude en consultar a nuestros asesores llamando al 902 20 30 06



*Normativa Internacional para Medidas Fitosanitarias: normativa internacional cuyo objetivo es reducir la diseminación de organismos nocivos de un continente al otro. Esta normativa se aplica a los embalajes compuestos de madera natural de un grosor de más de 6 mm destinados a la exportación fuera de la UE.



PUNTOS CLAVE DE LA PALETIZACIÓN



CÓMO EVITAR LOS ACTOS MALINTENCIONADOS EN LA FASE DE ENVÍO

MEJORAR LA PROTECCIÓN DE LOS PAQUETES Y LOS PALETS

El coste de la protección de sus envíos depende principalmente del valor de sus productos y del índice medio de incidencia. Algunos productos son particularmente sensibles al riesgo de robo (véase la infografía a continuación). Como vendedor o distribuidor, estos elementos pueden ser uno de sus indicadores logísticos.

Para terminar, no olvide nunca los costes colaterales todo robo: además de la pérdida del producto, debe tenerse en cuenta el coste de un nuevo envío, y no debe olvidar el coste que supone la insatisfacción del cliente.

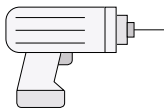
I. CAJAS PROTEGIDAS

El espesor del cartón utilizado, junto con el diseño de la caja, aportan mucho en términos de seguridad.

Algunos ejemplos: la caja con solapas, así como la caja con fondo automático reforzado, cubren y doblan el espesor del cartón; el fondo plano reforzado garantiza la inviolabilidad, impidiendo introducir la mano para robar parte de la mercancía.



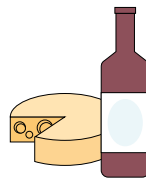
**Textiles y
complementos de moda**



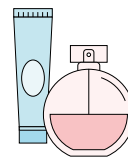
Bricolaje



Electrónica



**Productos de alimentación
y bebidas**



Tratamientos y belleza

TOP 5 DE LOS PRODUCTOS MÁS ROBADOS POR SECTOR EN EUROPA

Fuente: Barómetro mundial del robo en el comercio y la distribución 2013-2014 de Checkpoint Systems

2. ELECCIÓN DEL ADHESIVO

La elección y la colocación del adhesivo en las cajas depende principalmente del peso del paquete. También puede optar por un adhesivo personalizado, que convierte en único el cierre de sus paquetes, y permite verificar que no se han abierto en ninguna de las fases logísticas. Por otro lado, un adhesivo se altera con el tiempo: es mejor abastecerse regularmente que almacenarlos en gran cantidad.

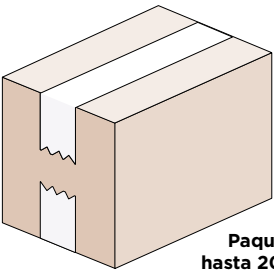
Si tiene dudas, póngase en contacto con uno de nuestros asesores especializados llamando al 902 20 30 06. Valoraremos la mejor cinta adhesiva para sus necesidades o la mejor solución de cierre posible.



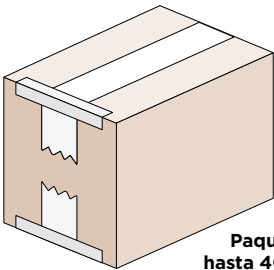
3. CIERRES INVOLABLES

ELECCIÓN Y COLOCACIÓN DEL ADHESIVO EN FUNCIÓN DEL PESO DEL PAQUETE

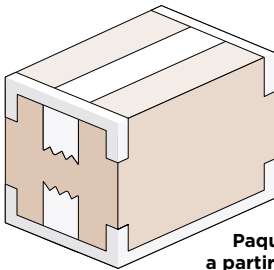
	Paquetes hasta 20 kg	Paquetes hasta 40 kg	Paquetes superiores a 40 kg
Económico silencioso (PP)	X	X	
PVC	X	X	X
Económico (PP)	X	X	X
Armado y revestido		X	X



Paquete ligero hasta 20 kg



Paquete hasta 40 kg



Paquete pesado a partir de 40 kg

Actualmente, existen varios dispositivos que permiten dar fe de que el paquete no ha sido abierto durante el transporte.

- > La cinta engomada dificulta enormemente el arrancado y, si se produjera, dejaría evidencia.
- > El adhesivo de alta seguridad deja un mensaje de incidencia.
- > El flejado reforzado dificulta enormemente el acceso, pero requiere más tiempo de preparación, a no ser que se disponga de máquina.
- > La bolsa opaca de seguridad con un adhesivo indicador de fraude es adaptable para ciertas mercancías.

¿SABÍA QUE...?

Las normas internacionales de exportación y de lucha contra el terrorismo (C-TPAT e SOI7712) exigen precintados específicos.

CÓMO OPTIMIZAR LOS COSTES DE ALMACENAMIENTO DE LOS EMBALAJES



GANAR ESPACIO DE ALMACENAMIENTO



CONSEJO
DEL EXPERTO



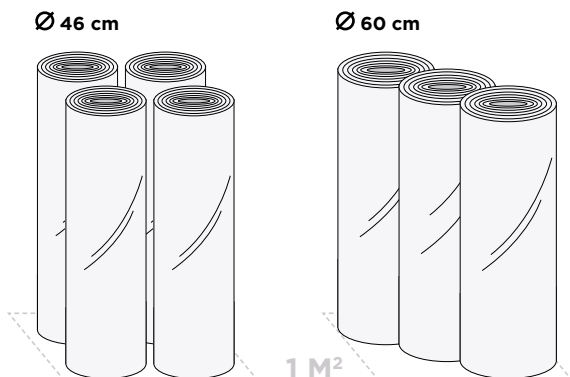
AL ALMACENAR, LO QUE HACEMOS ES INMOVILIZAR DINERO.

Reducir el espacio necesario para el almacenamiento de embalaje puede suponer una optimización de costes y tiempo de trabajo. Realizar las compras periódicamente, utilizar máquinas de suministro de embalaje y reducir el número de formatos son algunas formas de optimizar el almacenamiento del embalaje.



Racionalizar el número de referencias de embalaje tiene un efecto beneficioso sobre la tesorería y sobre el espacio de almacenaje. Selecciónelos en función de las dimensiones y pesos de sus productos. Probablemente necesitará varios intentos y pruebas, pero saldrá ganando.

También puede optar por soluciones para ganar espacio y producir sus productos de relleno bajo demanda. O también puede beneficiarse de un suministro *just in time*, que le dará una gran flexibilidad.



FILM DE BURBUJAS QUE AHORRA ESPACIO

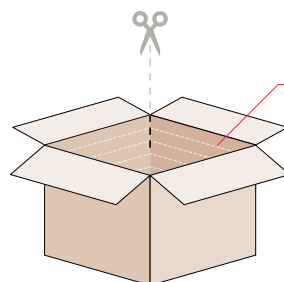
El film de burbujas que ahorra espacio ocupa un 25 % menos de espacio de almacenamiento que el film de burbujas clásico.

I. OPTIMIZAR LAS COMPRAS, REDUCIR LOS VOLÚMENES DE ALMACENAMIENTO

La diversidad de productos y de pedidos de diferentes tipologías requiere disponer permanentemente de embalajes adaptados, en tipo y en dimensiones. Ahora bien, los embalajes y los rellenos pueden representar un volumen importante de almacenamiento para algunos operadores.

Además, un surtido extenso complica la gestión de los stocks y tiene efectos en la tesorería. Racionalizar las referencias le permitirá optimizar sus compras y ganar espacio en el almacén.

Existen –aunque pocos lo saben– cajas de altura variable que, con un simple corte con el cúter en los cuatro ángulos, se ajustan a la dimensión necesaria. Un ranurado centímetro a centímetro permite obtener hasta 12 alturas diferentes. Otra opción son las cajas telescópicas que, gracias al estar formadas por una base y una tapa, son regulables en altura y se adaptan al contenido fácilmente.



1 CAJA = 12 ALTURAS
= 12 USOS DISTINTOS



Ver la demo
vídeo Variabox

<https://www.youtube.com/watch?v=sv3-TZdQdH0>

CAJA ADAPTABLE EN ALTURA

Una misma referencia permite responder a múltiples necesidades de embalaje.

RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es

2. RELLENOS BAJO DEMANDA

Algunos productos tradicionales de relleno, tales como las partículas de relleno de poliestireno o el papel de burbujas clásico, son voluminosos.

Otra solución es invertir en el alquiler de sistemas que fabrican rellenos bajo demanda a partir de consumibles extremadamente compactos y fáciles de almacenar. Estos sistemas fabrican:

- > papel arrugado o acolchado a partir de hojas
- > cojines de aire o films de burbujas con rollos de film plano.



TESTIMONIO
DE CLIENTES

A medida que hemos ido creciendo, hemos ido utilizando diferentes tipos de relleno. Empezamos con una máquina de relleno manual pero pronto vimos que necesitábamos algo automático, de tal manera que las personas que están preparando el paquete no tienen que estar pendientes del papel. SIMPLEMENTE SALE DE FORMA AUTOMATIZADA LA CANTIDAD DE PAPEL NECESARIA EN EL TAMAÑO REQUERIDO. AHORRAMOS NO SOLO EN TIEMPO, SI NO TAMBIÉN EN MATERIAL.

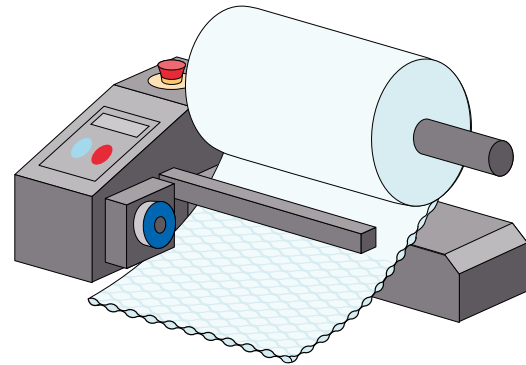
JOSEP CASAS
Co-fundador de Naturitas



3. SOLUCIONES PARA GANAR ESPACIO

Otro camino que puede explorar para reducir la congestión son los palets encajables. De cartón, fibra de madera o plástico, permiten ganancias sobre los costes de almacenamiento y de transporte.

También existen films de burbujas para ahorrar espacio de 35 micras de grosor. Son un 25 % menos voluminosos que un rollo estándar de film de 50 micras, y ofrecen una resistencia similar gracias al refuerzo con un film de nylon (véase esquema en la página anterior).



FILM DE BURBUJAS FABRICADO BAJO DEMANDA

Según las máquinas, 1 rollo de film plano puede permitir fabricar el equivalente a 13 rollos de film de burbujas estándar.

4. SUMINISTRO JUST IN TIME DE LOS EMBALAJES

Otra forma eficaz de reducir sus costes de almacenamiento es... no almacenar. El suministro *just in time*, en 24/48 horas, de todas sus referencias de embalajes es una ventaja para lograr la optimización. En cualquier caso, asegúrese de que el plazo esté garantizado.

- > Debe pedir las cantidades justas para la semana o el mes en curso
- > Debe asegurarse de que no agotará las existencias en caso de un pico de actividad
- > No inmoviliza su tesorería

¿Necesita consejo para optimizar el almacenamiento de sus embalajes? Póngase en contacto con uno de nuestros asesores especializados llamando al 902 20 30 06



RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es



CÓMO SER MÁS EFICAZ EN LA PREPARACIÓN DE LOS ENVÍOS

PREPARAR LOS PEDIDOS CON MÁS RAPIDEZ

La elección de un buen embalaje desempeña un papel importante en la productividad. En efecto, puede facilitar las operaciones de acondicionamiento y ayudar a afrontar ritmos sostenidos gracias a las opciones de mecanización y automatización. La ergonomía del puesto de trabajo también se beneficia de esta eficacia. Es esencial para la salud de sus trabajadores e influye en la reducción del absentismo laboral.

1. HACIA UNA GESTIÓN MÁS RIGUROSA Y MÁS FIABLE DE LA PRODUCTIVIDAD

El tiempo invertido en la preparación de los pedidos es un elemento clave en el cálculo del coste logístico global, y todas las empresas buscan optimizarlo...

Las máquinas permiten optimizar la productividad de los puestos de embalaje. El cálculo del tiempo de preparación y por lo tanto de embalajes por día es más preciso. Aportan un mejor dominio de las cadencias y autorizan la producción en tiempo oculto, es decir: una vez encendida, la máquina sigue produciendo mientras el operador puede llevar a cabo tareas paralelas. De este modo, las máquinas contribuyen a aumentar la productividad.

2. AUTOMATIZACIÓN: SOLUCIONES

La automatización del puesto de trabajo de embalaje puede traducirse de múltiples formas teniendo siempre en cuenta que cuanto más simple sea el embalaje, mayor será la productividad. Toda una gama de productos al alcance de las empresas.

- > Cajas automáticas
- > Cierres automáticos de cajas de cartón
- > Fabricación de rellenos bajo demanda
- > Máquinas flejadoras para paquetes
- > Sistemas de cierre automático de las cajas
- > Filmadoras-enfardadoras de palets
- > Lectores de códigos de barras
- > Carros de transporte

Los umbrales de automatización se sitúan alrededor de 100, 300 o 500 paquetes al día. Consulte nuestra Guía de Elección de Máquinas de Relleno para una primera aproximación o pida consejo a un asesor experto en embalaje: Tendrá en cuenta todos los aspectos en juego y podrá proponerle mejoras en sus compras y en la organización de los puestos de trabajo.



En función de las cadencias (0-100, 100-300, 300-500, más de 500 paquetes al día), existen soluciones adecuadas para hacer las cajas, cerrarlas, rellenar los espacios vacíos, inmovilizar y proteger.

Déjese aconsejar en la elección de su máquina de relleno.

www.rajapack.es/sistemas-relleno-embalaje-Rajasystem.html

o póngase en contacto con uno de nuestros asesores llamando al 902 20 30 06



Descárgate también nuestra guía para la elección de máquinas de embalaje.

<http://www.rajapack.es/blog-es/descarga/guia-la-eleccion-maquina-embalaje/>

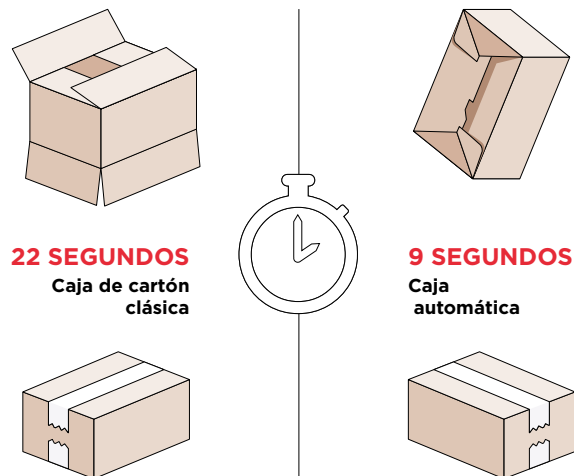
3. ABORDAR CON MÁS TRANQUILIDAD LOS PICOS DE ACTIVIDAD

Los picos de actividad pueden ser puntuales o recurrentes... Si se está preguntando cómo hacer frente a los aumentos brutales de actividad, debe saber que hay soluciones.

- > Puede alquilar la mayoría de estos equipos, lo que evita inmovilizar la tesorería.
- > Puede adquirir puestos de trabajo compactos y modulares, adaptables a su puesto de trabajo.

RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es



22 SEGUNDOS
Caja de cartón
clásica

9 SEGUNDOS
Caja
automática

TIEMPO DE MONTAJE DE UN PAQUETE: CAJA DE CARTÓN CLÁSICA VS. CAJA AUTOMÁTICA



Ver la prueba en vídeo en

www.youtube.com/watch?v=SZt-dHRUZpA

4. PROTEGER LA SALUD DE SUS TRABAJADORES

La prevención riesgos laborales y la mejora del confort en el trabajo constituyen la otra cara de estos esfuerzos de optimización.

INDICACIONES

Complete su puesto de embalaje.

No se olvide de:

- > Sillas de trabajo y taburetes
- > Alfombrilla antifatiga
- > Carritos para manipulación
- > Carros de transporte
- > Transpaletas

Todos estos equipos permiten
reducir los trastornos
musculoesqueléticos (TME)

La ergonomía del puesto de trabajo debe permitir que:

- > Se eviten desplazamientos inútiles
- > Se tenga a mano todo el material necesario para la preparación de los paquetes
- > La colocación de los embalajes más usados esté organizada.

Para evitar trastornos musculoesqueléticos provocados por la manipulación repetida de paquetes y cargas varias, actualmente existen numerosas soluciones mecanizadas.

Aunque el embalaje haya sido pensado para proteger el producto que contiene, también debe estar pensado para proteger la salud de las personas que lo manipulan.

RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es

EN RESUMEN

DE LA PREPARACIÓN

A LA RECEPCIÓN POR PARTE DEL CLIENTE:

LOS SECRETOS DE UN BUEN EMBALAJE...

¿Cuál es la naturaleza y la fragilidad de la mercancía que debe enviarse?
¿Es un documento, una carpeta, una botella, un conjunto de productos ya embalados...?
De estas premisas partirá la elección del tipo de embalaje (sobre, estuche, caja, contenedor, etc.) y las opciones de relleno.

¿De qué tipo de producto se trata?

¿Es frágil, líquido, sensible a las condiciones exteriores...?
> Todo esto puede determinar la elección del embalaje (isotérmico, hermético...).

¿Qué tipo de transportista ha escogido?

Si el paquete va integrado en un palet o si es expedido por los servicios de correos o de una mensajería, no está sometido a las mismas presiones y fraccionamientos de carga.
> El transporte determina totalmente la elección del tándem caja + relleno.

¿Cuáles son las condiciones de transporte y, dado el caso, de almacenamiento intermedio?

Frío, calor, humedad, transporte marítimo... condiciones particulares que deben tenerse en cuenta de inmediato en la elección del embalaje que garantice la integridad de sus mercancías.

¿Puede reducir el coste del transporte?

Optimizar el peso del embalaje y reducir el volumen adoptando un embalaje lo más similar posible al producto.

¿Qué valor tienen sus productos?

El valor de sus mercancías y el índice de incidencias observado determinará la atención que conferirá a la seguridad de los paquetes. El índice de incidencias es uno de los criterios que debe tenerse en cuenta a lo largo de todo el año.

¿Cómo quiere que el consumidor perciba su marca y sus productos?

La inversión y la atención que conferirá al embalaje deben adecuarse al valor esperado por el cliente final.

No dude en contactar con nuestros asesores para exponerles su proyecto llamando al 902 20 30 06

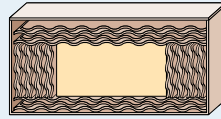


RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es

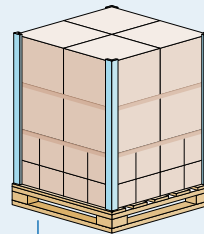
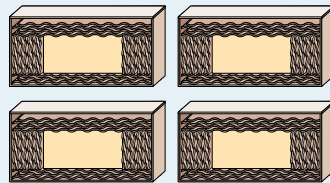
CÓMO ESCOGER EL EMBALAJE PERFECTO

1. PREPARACIÓN



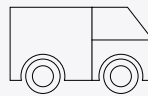
ESCOGER EL MEJOR TÁNDEM CAJA + RELLENO
[Páginas 06-07]

OPTIMIZAR
LA PREPARACIÓN
DE LOS PEDIDOS
[Páginas 16-17]



PALETIZAR
CORRECTAMENTE
[Páginas 10-11]

2. TRANSPORTE



MEJORAR LOS COSTES
DE TRANSPORTE
[Páginas 08-09]



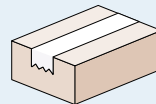
TENER EN CUENTA LAS
CONDICIONES CLIMÁTICAS



PROTEGER
LOS ENVÍOS
[Páginas 12-13]

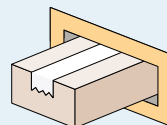
3. ENTREGA

MEJORAR
LA EXPERIENCIA
DEL CLIENTE
[Páginas 20-21]



FACILITAR
EL RECICLAJE
DE LOS EMBALAJES
[Páginas 22-23]

ANTICIPAR LAS DEVOLUCIONES
DE PEDIDOS
[Páginas 20-21]



RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es

CÓMO ENRIQUECER LA EXPERIENCIA DE COMPRA, REFORZAR LA IMAGEN DE MARCA Y FIDELIZAR A LOS CLIENTES



REFORZAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

El embalaje es un elemento clave para la satisfacción y la fidelización de los clientes, ya que representa el único contacto físico en el proceso de compra a distancia.

Todo empieza con la recepción del paquete, momento en el que el objetivo es que sea práctico y fácil de abrir. Cuando el paquete ya está abierto, la experiencia del cliente sigue con el relleno.

¿Es útil? ¿Fácil de reciclar? La personalización del embalaje permite ir más allá de los estándares y ofrecer una experiencia a medida. A todo ello debe sumarse que hay que tener en cuenta la facilidad de la devolución del pedido.

1. PENSAR EN LA COMODIDAD

Para el consumidor, la comodidad depende de varios factores:

- > Apertura fácil: una cinta permite una apertura rápida y limpia, mientras que las cintas adhesivas reforzadas o los flejes requieren el uso de tijeras.
- > Elección de rellenos: sobre este tema, hay estudios que demuestran que determinados tipos de relleno generan una gran frustración en los consumidores (véase la página siguiente).
- > El reciclaje de los embalajes. Priorice embalajes de un solo material reciclables o embalajes con una fácil recogida selectiva.

UNA FUNDA A MEDIDA

Los rellenos de espuma a medida se adaptan a la forma y a las dimensiones exactas de los objetos que contienen, como si de una funda se tratara. Ofrecen una protección perfecta para las mercancías con alto valor añadido y permiten optimizar el tiempo de preparación de los operadores para productos a veces delicados. Además, son muy indicados para el transporte marítimo y aéreo por su resistencia a la humedad y a los cambios de presión.



TESTIMONIO DE CLIENTES

Claudia&Julia es un proyecto al que hemos dedicado mucho cariño y queríamos que el visitante a la web lo percibiese: INTENTAMOS DAR MUCHOS DETALLES DE LOS PRODUCTOS, CUIDAMOS MUCHO LAS FOTOS, ATENDEMOS LO MEJOR POSIBLE A QUIEN LLAMA POR TELÉFONO, Y ESTÁ CLARO QUE TAMBIÉN TENÍAMOS QUE REFLEJAR ESTE CARÍO EN EL PAQUETE QUE LA PERSONA RECIBE. Siempre hemos pensado que ese paquete tenía que parecer un regalo

CLAUDIA FERRER
Fundadora Claudia&Julia



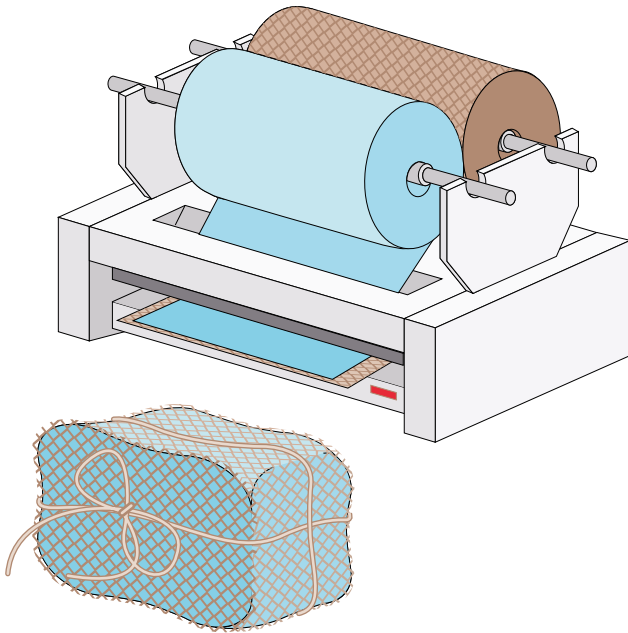
2. JUGAR CON LA PERSONALIZACIÓN

¡Wow! Este es el efecto buscado con la personalización de los embalajes. Para responder a las exigencias crecientes de los clientes y demostrar que las tenemos en cuenta, cada vez más empresas usan los embalajes para potenciar su marca.

Un adhesivo o una etiqueta es un medio económico de personalizar un embalaje. Los papeles de seda de color o con el logo estampado refuerzan esta percepción de calidad y de mimo hasta el mínimo detalle.

Las cajas de cartón también pueden personalizarse. Sin embargo, la tendencia actual de las marcas es mantener el exterior estándar y personalizar la parte interior de la caja para preservar el efecto sorpresa al abrirla. [\[Buenas prácticas: páginas 24-25\]](#). Demuestre que es creativo, utilice muestras para hacer pruebas...

La personalización permite diferenciarse de la competencia y dar valor a su marca.



PERSONALIZABLE Y RECICLABLE

Geami WrapPak® es una solución de relleno innovadora para proteger y dar valor a sus productos. Integrada por un papel kraft en forma de nido de abeja forrado con un papel de seda (color a su gusto y personalizable), es más atractivo visualmente que la mayoría de las soluciones y, al mismo tiempo, es totalmente reciclable. Por ello, gusta a los consumidores.



Ver el vídeo de demostración

www.youtube.com/watch?v=K6vjt_nMkqE

GEAMI WRAPPK®, UN EMBALAJE PRÁCTICO QUE GUSTA Y QUE FIDELIZA

3. FACILITAR LA DEVOLUCIÓN DE LAS MERCANCÍAS

Un 81 % de los consumidores declara que compraría más si las condiciones de devolución se simplificaran (Metapak 2015). Por ello, conseguir que la devolución de un pedido sea lo más simple posible se ha convertido en un verdadero reto. Mango.com incluye sistemáticamente en sus paquetes una bolsita para las devoluciones, acompañada de una nota explicativa, mientras que Asos ha optado por sobres con cinta adhesiva doble.

A los clientes les gusta usar las cajas de cartón para la devolución de sus mercancías. Una cinta adhesiva doble les facilita la vida. Las cajas de cartón deben ser suficientemente sólidas para soportar ambos viajes.

¿SABÍA QUE...?

El unboxing (desempaquetado) está dando algunos de los vídeos más virales de la red. Este fenómeno muestra la experiencia de los consumidores y su expresión de satisfacción o de insatisfacción delante de la webcam al abrir el paquete que acaban de recibir.

Fíjese en el efecto nefasto de un embalaje de mala calidad o de un producto con demasiado embalaje.

18 %
PARTÍCULAS DE
POLIESTIRENO

6 %
COJÍN DE AIRE

4 %
PAPEL /
PAPEL ARRUGADO

0 %
FILM DE BURBUJAS

NIVEL DE FRUSTRACIÓN DEMOSTRADO POR EL RECEPTOR SEGÚN EL TIPO DE RELLENO

Fuente: Pregis White Paper 2016. Los resultados europeos pueden diferir ligeramente porque la percepción ecológica del papel/cartón no es la misma.

RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es

CÓMO LLEGAR A LOS CONSUMIDORES Y MEJORAR LOS RESULTADOS MEDIOAMBIENTALES DE LA EMPRESA



VALORIZAR EL COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL



TESTIMONIO
DE CLIENTES

Para ser coherentes con nuestro sector (Naturopatía, Dietética y Medicina Alternativa) hemos tenido que adaptar todo nuestro almacén a productos ecológicos: POR ESO TENEMOS TODAS LAS ESTANTERÍAS DE MADERA, USAMOS MATERIAL DE RELLENO RECICLABLE Y NO UTILIZAMOS PLÁSTICO.

JOSEP CASAS 
Co-fundador de Naturitas

Los consumidores cada vez piensan más en el medio ambiente y en la preservación de sus recursos. Son sensibles a las acciones de las empresas respetuosas con el medio ambiente, que apuestan por el ahorro de material y una mejor reciclabilidad.

Como usuario de embalajes, puede responder a estas expectativas eligiendo de forma adaptada los materiales y propiciando un reciclaje sencillo del tándem caja-relleno.

Estas inversiones contribuyen a mejorar su responsabilidad social como empresa. Y no dude en resaltarlas delante de sus clientes.

I. ALTERNATIVAS ECOLÓGICAS EN TODOS LOS SOPORTES

Sea cual sea el tipo de embalaje, de relleno o de adhesivo que necesita, encontrará con facilidad una solución respetuosa con el medio ambiente.

- > Cajas a base de papel-cartón reciclado o kraft natural con certificado PEFC o FSC, lo que significa que están fabricadas con fibra de madera procedente de bosques gestionados de forma responsable y sostenible.
- > Rellenos reciclables: relleno de papel-cartón.
- > Rellenos de biomateriales: partículas de relleno de almidón de maíz (disolubles en agua).
- > Rellenos de material reciclado: film de burbujas, cojín de aire, cartón ondulado, papel kraft. Incluso puede reutilizar sus cartones usados para transformarlos en rellenos virutas, cartones acolchados).

Incluso los adhesivos tienen su opción ecológica, con las cintas de papel kraft.

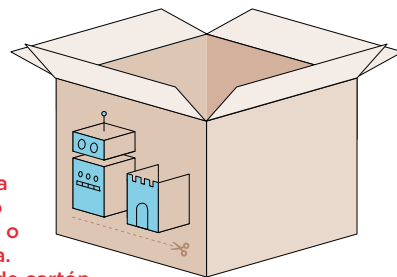
RECUERDE:

La reutilización

—es decir, la posibilidad de dar una segunda vida a los embalajes creando nuevos productos útiles o artísticos— está de moda.

¿Por qué tirar las cajas de cartón, un material particularmente resistente, si podrían reutilizarse?

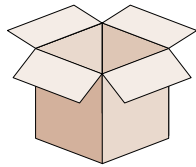
Empresas como Nespresso, Zara o Joolz sugieren ideas de reutilización (impresas en la caja de cartón) o proponen tutoriales para utilizar su embalaje de forma creativa.



RAJAPACK

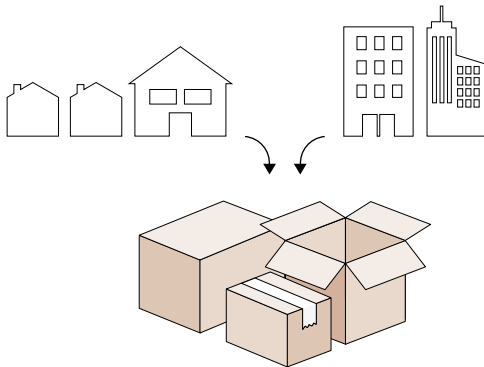
contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es

- > **MÁS RECICLADO**
- > **MÁS RECICLABLE**
- > **MÁS FAVORABLE PARA EL BALANCE MEDIOAMBIENTAL**

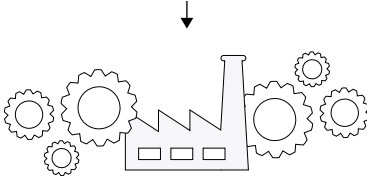


88 %
RECICLAJE

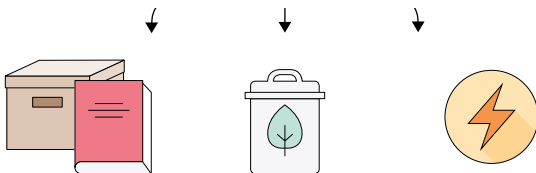
95 %
VALORIZACIÓN



Papeles y cartones se recogen en hogares y empresas



Se reciclan en la fábrica de papel



Las fibras recuperadas se utilizan para fabricar cartón u otros productos de papel...

... pueden descomponerse y tratarse como residuos orgánicos

... si el reciclaje es imposible, se incineran para transformarse en energía

2. FACILITAR EL RECICLAJE

El reciclaje es una práctica extremadamente eficaz para reducir el impacto medioambiental del embalaje. A su vez, también es importante facilitar la vida al usuario final. Por ello, un embalaje integrado exclusivamente por papel y cartón simplifica la selección y el reciclaje: todo va al mismo contenedor.

3. EMBALAJE Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: UNA OPORTUNIDAD PARA DIRIGIRSE A SUS CLIENTES MARCANDO LA DIFERENCIA

Grandes marcas, como Amazon o Ikea, no dudan en comunicar a sus clientes la elección de embalajes ecológicos. Usted también puede compartir su compromiso con sus clientes para fidelizarlos y conseguir que apoyen sus valores. Aunque el embalaje a veces tiene mala prensa, es indispensable para su actividad. En términos de responsabilidad social corporativa (RSC), debe poner en valor cualquier acción a la que se comprometa: utilización de materiales ecológicos, selección de materiales reciclados, priorización de materiales fácilmente reciclables, rechazo del sobreembalaje, sistema de recuperación... Y este tipo de políticas requiere inversiones. No dude en comunicar todas las acciones positivas que implemente para limitar el impacto de los embalajes en el medio ambiente.

EL RECICLAJE EN EL SECTOR DEL CARTÓN

Fuente: Ademe 2013

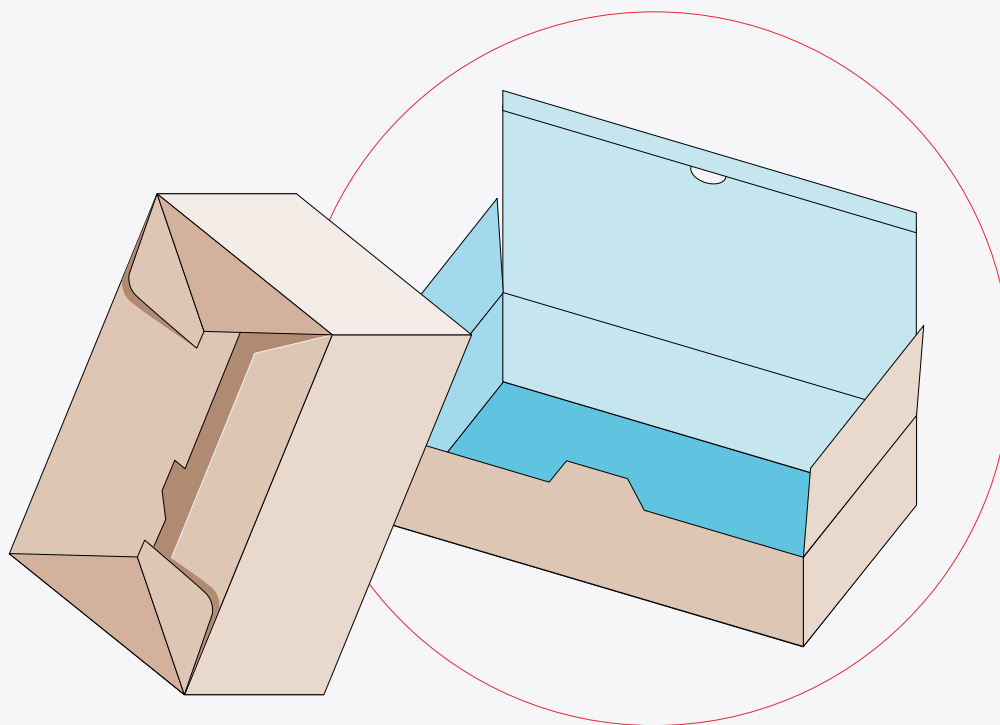
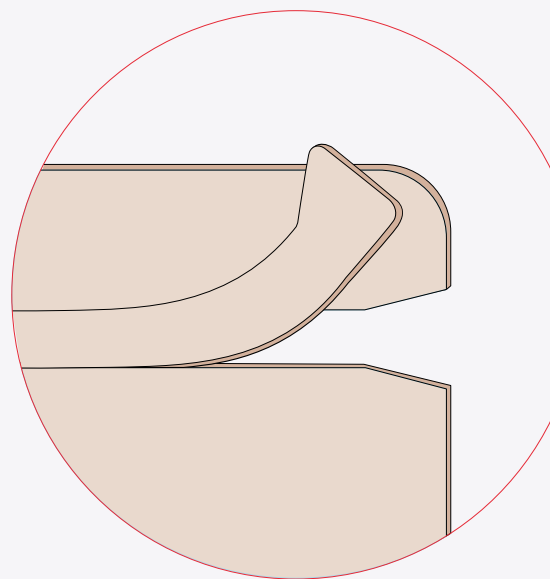
EN IMÁGENES

UN EJEMPLO

DE BUENAS PRÁCTICAS

Los embalajes se diseñan cada vez más a medida para responder a los desafíos de las marcas. Este ejemplo es una mezcla de buenas prácticas adoptado por numerosas marcas con el objetivo de fortalecer la experiencia del cliente. Aúna el efecto wow y la seguridad, que sea práctico de abrir y fácil de devolver...

Cuando se trata del embalaje, la personalización es ilimitada. No dude en ponerse en contacto con un asesor del Servicio de Personalización y Fabricación Especial llamando al 902 20 30 06



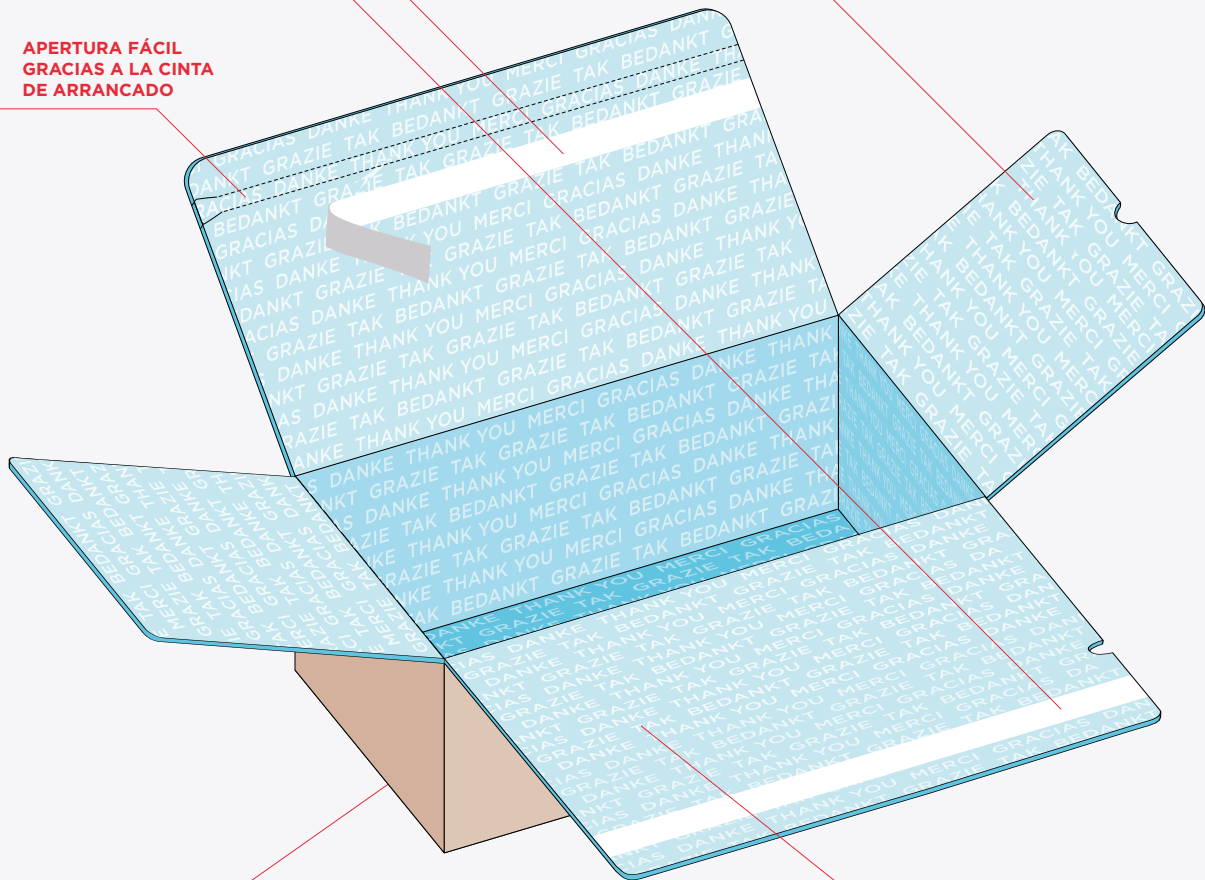
RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es

**CINTA ADHESIVA
DOBLE PARA FACILITAR
LA DEVOLUCIÓN
AL CLIENTE**

**TRIPLE GROSOR
DE SOLAPAS EN LA PARTE
SUPERIOR PARA MAYOR
SEGURIDAD**

**APERTURA FÁCIL
GRACIAS A LA CINTA
DE ARRANCADO**



**FONDO AUTOMÁTICO
REFORZADO (MONTAJE RÁPIDO)
PROTEGIDO (DOBLE GROSOR)
E INVOLABLE (AUTOBLOQUEANTE)**

**PERSONALIZACIÓN
INTERIOR (COLOR,
MENSAJE O LOGOTIPO)
PARA MOSTRAR LA IMAGEN
DE MARCA**

UNA BUENA PRÁCTICA CONVERTIDA EN ESTÁNDAR

Todas las funcionalidades que responden a las expectativas de los clientes concentradas en una única caja. Esta buena práctica se ha convertido en estándar.

RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es

¿QUIÉNES SON NUESTROS COLABORADORES?

DAMOS LAS GRACIAS A COCUNAT, NATURITAS, VINISSIMUS, BOXTAL,

PHOTOWEB, PHARMACIUS POR HABER COMPARTIDO CON NOSOTROS

SU EXPERIENCIA SOBRE EL EMBALAJE Y LA LOGÍSTICA.

¿No les conoce?
Aquí tiene algunos detalles sobre ellos:

BOXTAL

Creada en 2009
www.boxtal.es
Plataforma de entrega de paquetes con múltiples transportistas para las empresas. En España desde 2017

PHOTOWEB

Creada en 1999
Especialista en productos fotográficos personalizados.

NATURITAS

Creada en 2014
www.naturitas.es
Catálogo de más de 30.000 productos de más de 700 marcas sobre naturopatía, dietética y medicina alternativa.

VINISSIMUS

Creada en 2005
www.vinissimus.com
Líder en venta de vino español por internet en Europa. Más de 80.000 pedidos procesados y más de 1 millón de botellas vendidas.

COCUNAT

Creada en 2013
www.cocunat.com
Líder del mercado de la cosmética saludable, con más de 7000 referencias disponibles de diferentes marcas y también de producción propia.

PHARMACIUS

Creada en 2012
www.pharmacius.com
Ecommerce dedicado a la cosmética, higiene y puericultura con más de 300 referencias y cerca de 30.000 pedidos al año.

CLAUDIA&JULIA

Creada en 2012
www.claudiaandjulia.com
Ecommerce dedicado a la venta de productos y utensilios para la cocina. Más de 2000 referencias.



RAJAPACK

contacto@rajapack.es | 902 20 30 06 | www.rajapack.es