



Historias de éxito

NUEVO PAQUETE PREMIUM PARA CARLSBERG

## Una solución redonda

15/4/2026, 8 Tiempo mín. de lectura

Gracias a la colaboración conjunta, surge una auténtica innovación en el ámbito del packaging: Carlsberg, en colaboración con DS Smith y KHS, y basándose en la tecnología patentada Arcwise® de SCA lanza inicialmente en Polonia su nuevo multipaquete con esquinas redondeadas, atractivo y de gran impacto visual. Y esto es solo el principio.

VIDRIO NO RETORNABLE

VIDRIO RETORNABLE

---

### FOTOGRAFÍAS / ILUSTRACIONES

Frank Reinhold, Marine Andre, Jonathan Carter

## TÍTULO DE LA FOTO

DS Smith Round Wrap® destaca por su impacto visual, mayor visibilidad en el lineal, menor consumo de material y una excelente protección frente a daños durante el transporte.

Cuando en Carlsberg se habla de innovación en packaging, todo gira en torno al consumidor. La directora de Innovación en Packaging, Marine Andre, lo expresa con claridad: “La experiencia del consumidor es nuestra máxima prioridad. Al fin y al cabo, en el punto de venta no tenemos ni siquiera dos segundos para que nuestros productos sean percibidos en el lineal. Quien no llama la atención allí, no existe”. No es de extrañar, teniendo en cuenta que el consumidor pasa frente a unos 300 productos distintos en apenas un minuto en el supermercado. La sostenibilidad, según revela un exhaustivo estudio de mercado, es algo que los consumidores dan por sentado, pero que no “recompensan” de forma activa. No están dispuestos a pagar un sobreprecio. Por eso, resulta aún más importante que los envases sostenibles sean, al mismo tiempo, funcionales y contribuyan a reforzar la visibilidad de la marca. “Trabajamos para eliminar las barreras entre el packaging sostenible, la optimización de costes y la experiencia del consumidor”, explica Andre. “Si una solución no cumple al menos dos de estos tres criterios, está abocada al fracaso”.

## Presencia visual de marca

Un buen ejemplo de cómo Carlsberg está explorando nuevos caminos es el DS Smith Round Wrap®, un **7 Multipack de cartón con esquinas redondeadas** para botellas de cerveza. Genera un valor añadido en tres niveles: refuerza la presencia visual de la marca, realza el pack y mejora su impacto en el lineal. Así lo demuestran estudios científicos, entre ellos de la Harvard Medical School, se hacen eco de que los objetos con formas redondeadas se perciben como más atractivos que aquellos con aristas y esquinas. En segundo lugar, el nuevo embalaje secundario, requiere menos material, presenta una menor huella CO<sub>2</sub> y está mejor protegido frente a daños durante el transporte. Y, en tercer

lugar, dado que el paquete puede producirse en máquinas de envasado existentes, no son necesarias grandes inversiones, por lo que el consumidor no asume un sobrecoste.



Solución pragmática: la producción del multipaquete en la Innopack Kisters WP Advanced requiere únicamente ajustes mínimos en la zona de plegado.



En Carlsberg Polonia, productos de marca embotellados en vidrio, como Carlsberg, Garage y Somersby, se presentan en los nuevos cartones wraparound.

## Un largo proceso de aprendizaje

Antes de que el nuevo multipack llegara al lineal, fue necesario un proceso de aprendizaje riguroso y coherente: “Los primeros ensayos comenzaron ya en 2020 en Suecia”, recuerda Bogdan Volkotrub, Responsable Senior de Implementación y Optimización de Packaging. En la sede central de Carlsberg, es el responsable operativo del proyecto. “Antes de plantearnos una posible escalabilidad, queríamos demostrar primero, a pequeña escala, que la solución era viable. En un principio no tuvimos éxito, ya que no lográbamos obtener una calidad constante”.

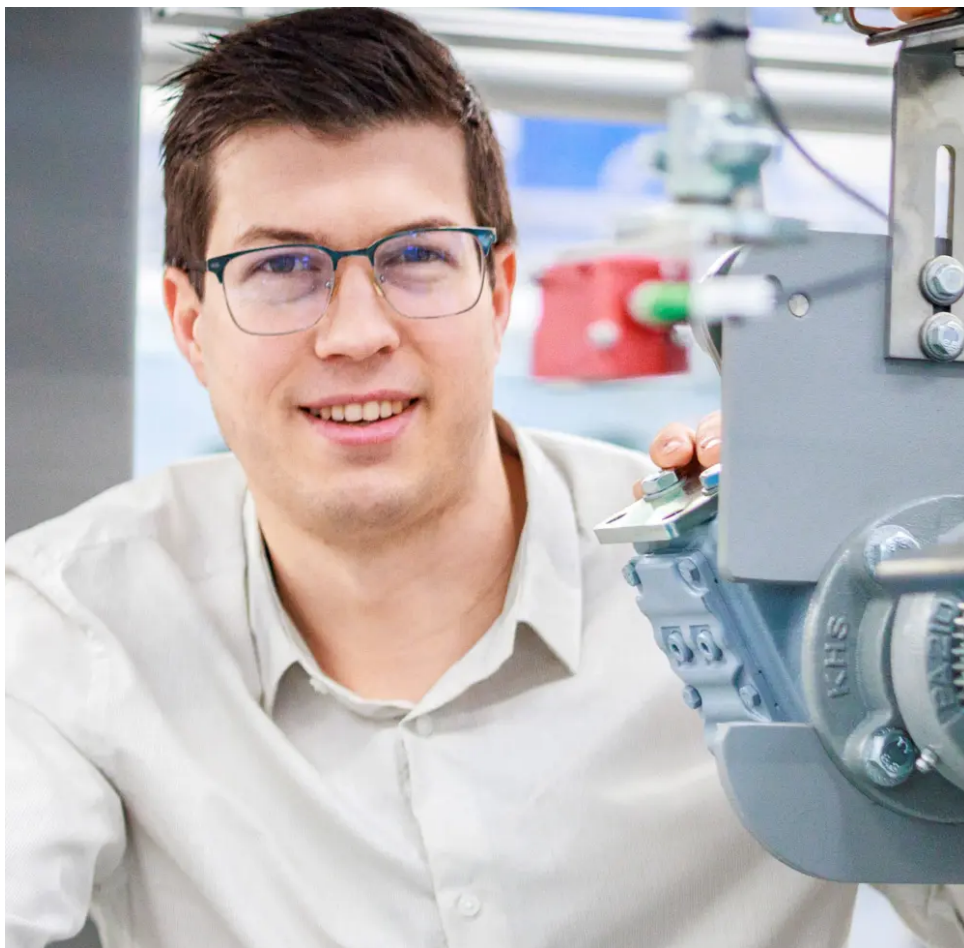
El avance decisivo no llegó hasta 2022, de la mano de los socios adecuados: DS Smith, fabricante de embalajes sostenibles, fue capaz de suministrar suficiente material y aportó la perseverancia necesaria en las fases de ensayo, aprendizaje y validación, en colaboración con el proveedor de sistemas de KHS de Dortmund. Este analizó en primer lugar qué máquinas de envasado, ya operativas en el entorno de Carlsberg, podían procesar los nuevos paquetes sin necesidad de grandes modificaciones.

“Es como jugar con piezas de Lego”, describe Volkotrub el proceso. “Una pieza representa el material, otra la máquina y otra la colaboración. Si una sola pieza no encaja, no se puede construir nada sólido”.

## Búsqueda del mercado adecuado

Para lograr una interacción perfecta y dar el pistoletazo de salida definitivo, solo faltaba identificar un mercado de prueba adecuado. La elección recayó finalmente en el mercado de la filial polaca del grupo danés de bebidas: aquí, las marcas envasadas en botella, como Carlsberg, Garage y Somersby, se comercializan principalmente en formatos grandes de 20 o 24 botellas. En lugar de cajas de plástico, se utilizan cajas de cartón tipo wraparound. Y con Innopack Kisters WP Advanced ya existía en esa planta una empacadora de KHS en la que podía producirse el nuevo multipaquete. En 2024, finalmente, los primeros packs con esquinas redondeadas aparecieron en los lineales de los supermercados polacos.





Tobias Kersten  
Experto en Packaging, KHS Kleve

“En nuestras modernas  
empacadoras  
wraparound, el  
procesamiento del nuevo  
formato solo requiere  
ajustes mínimos”.

### **Combinación de materiales en fase de prueba**

Las esquinas redondeadas plantean elevadas exigencias tanto al material como a su procesamiento. Jonathan Carter, Director de Innovación y Producto en ↗ **DS Smith**, explica

qué es lo importante: “Para estabilizar la curvatura, necesitamos una cubierta exterior suficientemente resistente; la cubierta interior, en cambio, debe ser claramente más ligera para que la onda pueda formarse correctamente. Solo así se consigue una curvatura uniforme, sin que el material se arrugue ni se rompa”. Para garantizar la calidad, DS Smith probó, en un largo proceso repetitivo, innumerables combinaciones de papeles, tipos de onda, adhesivos y parámetros de máquina antes de enviar el material al cliente. Carter describe con satisfacción el resultado de los ensayos como una “proporción áurea” en la composición del material.

## **Solución sorprendentemente sencilla**

En la fase final del proyecto, la empresa entregó a KHS en Kleve un total de 13 palés con una selección optimizada de distintas variantes de material. Allí, los expertos en embalaje las sometieron a exhaustivas pruebas en máquina. En su función como Packaging Expert en KHS, Tobias Kersten evaluó la viabilidad técnica en las instalaciones existentes: “Cuando oímos por primera vez hablar de un embalaje wraparound con esquinas redondeadas, muchos se preguntaron cómo podría funcionar”. Sin embargo, la solución resultó ser sorprendentemente pragmática: “En la zona de plegado solo tuvimos que utilizar otros elementos de guiado y herramientas de plegado”, explica Kersten. “En la práctica, esto solo requiere ajustes mínimos. Los especialistas de KHS configuran el sistema con precisión para integrar el nuevo formato sin dificultad en las modernas empacadoras wraparound. De este modo, las instalaciones alcanzan una elevada estabilidad de proceso y permiten procesar la nueva forma de embalaje sin pérdidas significativas de rendimiento.

“Ya hemos probado con éxito la producción en numerosos centros clave de la región EMEA; ahora se trata de escalar juntos”.



Jonathan Carter  
Director Innovación y Producto, DS Smith

## Un éxito rotundo

El embalaje secundario terminado goza de una buena aceptación tanto en el comercio como entre los consumidores: por un lado, los bordes redondeados son

menos propensos a sufrir daños durante el transporte, el almacenamiento y en el punto de venta. Por otro, la forma redondeada parece favorecer ya las ventas, aunque aún no se disponga de cifras concretas. Así lo confirma un estudio de consumidores encargado por DS Smith, según el cual, de media, el 77 por cien de los encuestados estaría más dispuesto a comprar un producto con el diseño mejorado Rounded-Wrap frente a otros tipos de envase. Esto podría deberse, por ejemplo, a que las esquinas redondeadas ofrecen espacio adicional para la comunicación de marca. Además, la tapa del cartón, impresa con un motivo publicitario, puede abrirse para la venta de botellas individuales y colocarse fácilmente en posición vertical, a modo de miniexpositor.

## **Sostenibilidad demostrable**

Además del diseño y la funcionalidad, el nuevo paquete premium destaca por su huella ecológica. Gracias a un liner interior más ligero y a un troquelado optimizado, se utiliza hasta un 20 por cien menos de material. “Dependiendo de la base de comparación, logramos reducir hasta alrededor de un 24 por cien las emisiones de CO<sub>2</sub>e, afirma satisfecho Jonathan Carter. En Carlsberg Polonia se estima un ahorro total de unas 224 toneladas anuales. Asimismo, se generan efectos positivos adicionales en el ámbito logístico, como una mayor estabilidad de los palés y una reducción en el consumo de film estirable.

“Únicamente junto a socios estratégicos somos capaces de desarrollar soluciones que aporten mayor valor a nuestros clientes, al medio ambiente y a nuestras empresas”.



Marine Andre

Directora de Innovación en Packaging, Carlsberg

## **Introducción en nuevos mercados**

Entretanto, el DS Smith Round Wrap® ha alcanzado su madurez y está listo para su implantación en nuevos mercados. Carter considera que se dan las condiciones adecuadas: “Ya hemos probado con éxito la producción en numerosos centros clave de la región EMEA. El know-how está disponible; ahora se trata de escalar juntos”. En Carlsberg comparten esta visión. La compañía confía en la demanda de sus filiales y prevén desplegar el nuevo formato de forma selectiva. Desde la sede central señalan que, allí donde confluyan volumen de mercado, estrategia de marca, suministro de materiales y tecnología de maquinaria, nada impedirá una implantación más amplia.

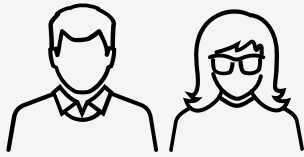
## **La innovación como trabajo en equipo**

El nuevo multipack con esquinas redondeadas demuestra de forma clara cómo puede lograrse hoy en día una innovación sostenible en envases: no como una idea aislada, sino como un proyecto conjunto a lo largo de toda la cadena de valor. Marine Andre lo resume con satisfacción: “Nosotros solos no podemos lograr avances en el ámbito del packaging. Únicamente junto a socios estratégicos somos capaces de desarrollar soluciones que aporten mayor valor a nuestros clientes, al medio ambiente y a nuestras empresas”.

Datos clave

---

## CARLSBERG POLSKA



**1.300**  
**Empleados**

---

## 9 marcas

- Bosman
  - Carlsberg
  - Garage
  - Karmi
  - Kasztelan
  - Książ
  - Okocim
  - Piast
  - Somersby
- 



**9,9 millones**

de hectolitros de cerveza se producen anualmente

---

## 3 plantas cerveceras

Okocim en Brzesko, Kasztelan en Sierpc y Bosman en Szczecin

---

## Top 3

Carlsberg Polska es uno de los tres mayores grupos cerveceros de Polonia.

---

[www.carlsbergpolska.pl](http://www.carlsbergpolska.pl)

---

## ¿Más preguntas?

**Tobias Kersten**

KHS GmbH, Kleve

**+49 2821 503 128**

**[tobias.kersten@khs.com](mailto:tobias.kersten@khs.com)**