



Foto: Envapro

Packaging sostenible

GASTRONOMÍA Y SOSTENIBILIDAD SE DAN LA MANO

En el momento en el que nos encontramos, cualquier negocio debe plantear un enfoque más sostenible, sea del sector que sea. En este sentido, la restauración sostenible no puede tratarse como una moda, sino que es algo necesario para contribuir a la salud de nuestro planeta. Así, el sector hotelero y de restauración, debido a los nuevos hábitos de consumo, se está centrando en conseguir un packaging mejorado que contribuya a eliminar la huella de carbono lo máximo posible.

Packaging, sin duda una palabra o concepto con una traducción nada sencilla, pues, en nuestro idioma, no existe una palabra que recoja todos los matices que puede sugerir, pues, aunque literalmente signifique embalaje, tras ella se esconde toda una campaña de marketing y, especialmente, el diseño de una marca.

“El packaging es la carta de presentación tanto del producto como de la empresa que lo representa; se trata del primer impacto que recibe el consumidor, por lo que es muy importante que sea atractivo y transmita una impresión positiva para reforzar la decisión de compra”, analiza Antonio Otero, director general de ENVAPRO. A lo que Álvaro Conesa, del departamento de marketing de Punto Qpack, añade que “el pac-

kaging desde un punto de vista gastronómico es el envase que cumple con las necesidades de los hosteleros y restauradores para que su comida pueda llegar a todas partes de la mejor manera. Se trata del primer impacto con el que toman contacto el público o sus clientes y es un factor diferencial para potenciar el valor de marca, sobre todo en el caso de estar personalizado”.

Con todo esto, podemos concretar que el packaging es la tarjeta de visita del producto que se oferta desde el establecimiento, por esta razón deben ser atractivos, que llamen la atención, diferenciándose así del resto de productos del mercado, pero, especialmente, debe representar a la marca, y la calidad que oferta.

“La industria del packaging supone el 2,65% del PIB en España y el 4,37% de la cifra de negocio del total de la industria, según un estudio realizado por el salón sectorial Hispack Fira de Barcelona, lo cual confirma su perfil omnipresente en cualquier actividad económica debido a su carácter esencial en la fabricación, distribución y suministro de productos. En el marco internacional, España es un referente no solo en innovación, sino también en la fabricación de maquinaria para envases, por lo que gozamos de una posición privilegiada”, expone Antonio Otero. A lo que Álvaro Conesa continúa exponiendo que, a nivel nacional e internacional, tiene un gran peso dentro de la economía, ya que tiene un papel fundamental en muchos sectores como el alimentario, comercial o de transportes. “Cada vez es más importante el packaging ecológico para reducir el uso de los plásticos, algo que tiene mucha relevancia en muchos países europeos”.

Está claro que el sector del packaging está alcanzando un grado de desarrollo elevado, lo que hace que las empresas dediquen parte del presupuesto en desarrollar y elegir un correcto embalaje para sus productos. Esto ocurre especialmente en el campo de la alimentación y en el de servicio de comida a domicilio, tanto el take away como el delivery. Sector en el que no es únicamente importante el diseño, sino también la protección y conservación de los alimentos que en ellos se van a transportar.

Cambios en el consumo

Con la aparición de la pandemia se produjo una transformación en el estilo de vida de los usuarios, sus hábitos de consumo y, sobre todo, los canales de compra. Esto hizo que se aumentara la demanda de productos envasados en el sector de la hostelería y restauración. Durante esa época, el packaging destacó, especialmente, por su garantía de seguridad, higiene, información del producto... Sin embargo, una vez superada la crisis, surgió un reto mayor, pues era impensable seguir utilizando este tipo de productos sin pensar en la sostenibilidad. “La experiencia de ENVAPRO, como mayorista de envases desechables, nos confirma que las tendencias actuales pasan por la sostenibilidad y la personalización en este sector. El consumidor tiene una cada vez mayor conciencia medioambiental y, al mismo tiempo, busca productos con carácter como son los envases identificados con una marca. Por su parte, la industria del packaging se ha visto obligada a afrontar importantes retos como el encarecimiento de las materias primas (cartón, papel, celulosa, etc.), el transporte, la energía, además de las novedades en el marco normativo como la Ley de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular, y de forma muy particular el impuesto al plástico”, explica el director general de ENVAPRO.

Por otro lado, desde el departamento de marketing de Punto Qpack, añaden que, “en España, uno de los factores a tener en cuenta que cambiará las reglas es la nueva normativa de la Ley contra el desperdicio alimentario que obligará a los restaurantes a tener visible en su establecimiento que disponen de envases para gestionar el excedente alimentario. Estos envases deberán ser reciclables y compostables, lo cual va unido



Foto: Punto Qpack

directamente con la idea de sostenibilidad. Otro de los retos en el caso es que la comida llegue de una forma óptima, algo con lo que el cartón como apuesta principal está cumpliendo muy bien las expectativas”.

En este sentido, surgen novedades que pretenden mejorar el sector del packaging. Por ejemplo, “la tendencia viene marcada por la sostenibilidad y los materiales de bajo impacto ambiental como la caña de azúcar, la hoja de palma, el cartón o el maíz al proceder de fuentes naturales y dar lugar a envases biodegradables, compostables o reciclables. Nuestros clientes, que son fundamentalmente restaurantes, cafeterías, empresas de catering y negocios dedicados a la comida para llevar, nos demandan cada vez más estos materiales de bajas emisiones y amigables con nuestro planeta. Esto sucede no solo por su propia responsabilidad, sino también por la demanda de sus clientes”, analizan desde ENVAPRO.

Por otro lado, desde Punto Qpack añaden que una de las novedades será la mayor automatización de los procesos, buscando la eficiencia de las líneas de producción en la cadena del embalaje. Además, “se va haciendo una transición a dejar de lado los desechables como pajitas de plásticos y los tapones de las botellas ya se hacen cada vez más con materiales bio como la caña de azúcar o reciclados”.



El packaging sostenible

Está claro que la sostenibilidad ya no es una moda. En estos momentos estamos totalmente concienciados que el estilo de vida y consumo que se estaba llevando a cabo era inviable. De cara al futuro se debe hacer un uso responsable de los recursos naturales para garantizar el futuro de las próximas generaciones. Además, a todo esto, hay que sumar la crisis de las materias primas y los problemas de abastecimiento, lo que hace que el reciclaje y la eficiencia cobre especial protagonismo, y el mundo de la restauración no puede quedarse atrás.

En relación a esto, está claro que “la toma de conciencia que hacía apostar por un packaging sostenible ha avanzado en los últimos años y cada vez se ve más favorecido por las nuevas generaciones. Los propietarios de las nuevas aperturas de negocios de restauración ya suelen apostar directamente por envases compostables, vasos biodegradables o, en definitiva, packaging sostenible para su delivery”, especifica Álvaro Conesa. A lo que Antonio Otero, añade que el packaging sostenible en España es una realidad y una tendencia en claro auge. “Es un factor diferenciador y una preferencia para los consumidores, por lo que puedo afirmar que es algo que ha venido para quedarse”.

Está claro que la sostenibilidad es, sin duda, el factor que más fuertemente está marcando la innovación de la industria del envase y embalaje.

En el sector de la restauración, apostar por un packaging sostenible se muestra como un impulso de potenciar la marca. “Presumir de ser una empresa que apuesta por un packaging compostable de materiales que se degradan en el medio como la fibra, la madera, el bambú o la hoja de palma es un factor diferencial porque tu negocio ayuda a que el medioambiente no se vea perjudicado”, especifican desde el departamento de Marquetin de Punto Qpack. A lo que el director general de ENVAPRO añade que, ante todo, el packaging sostenible preserva el lugar donde vivimos, ya que beneficia el medioambiente. Asimismo, “es una valiosa herramienta de marketing, puesto que apostando por el packaging ecofriendly mejoramos la imagen de la empresa: nos permite proyectar nuestra ética y responsabilidad hacia nuestro entorno”, opina.

Por otro lado, también explican desde ENVAPRO que, además de reducir emisiones de CO₂ y mejorar la reputación de una marca, el packaging sostenible permite adaptarse a las novedades legislativas como pueden ser las relacionadas con los plásticos de



Foto: Envapro

un solo uso. “Todas estas ventajas redundan en un aumento de ventas”. Está claro que es un plan estratégico para las empresas. Igualmente, desde Punto Qpack, concretan que, otra de las ventajas es que se reducen los desechos, por ejemplo con envases, copas y vasos reutilizables de materiales resistentes como el PP y el policarbonato que tienen varios usos de vida después de pasar por el lavavajillas. “Desde hace un par de años esto ha cobrado protagonismo, por ley desde junio de 2021, en conciertos y eventos al aire libre para reutilizar el packaging”.

En definitiva, “cada vez va estando más presente en la cabeza del consumidor que hay que ser responsable con los residuos que cada uno genera. Por eso, la mayoría de consumidores se preocupa por reciclar correctamente”, determina Álvaro Conesa.

El futuro del sector

Como se ha observado en el reportaje, el auge de la comida para llevar tras el estallido de la pandemia ha supuesto una transformación sin precedentes en el formato ‘delivery’ y ‘take away’ de los restaurantes, y en especial en el tipo de recipientes utilizados para servir y transportar los menús. “Desde entonces, reina una clara tendencia hacia los envases respetuosos con el medioambiente, así como los personalizados dado el interés de los consumidores en productos sostenibles y exclusivos. El objetivo es destacar frente a la competencia y mejorar las ventas con platos saludables ofrecidos en recipientes atractivos y de bajo impacto ambiental”, concreta el director general de ENVAPRO. De esta manera, “empezando desde los fabricantes y proveedores que están progresivamente buscando los mejores productos que cumplan con la sostenibilidad como, por ejemplo, las bolsas de papel reciclado para take away con certificado FSC, el sector de la hostelería y restauración apuesta mucho por packaging certificado en este sentido”, corroboran desde el departamento de marketing de Punto Qpack.

No obstante, para enfrentarse al futuro existen muchos desafíos, entre los que destacan, tal y como indica Álvaro Conesa el que el packaging sostenible mantenga o incluso supere las expectativas de los materiales más tradicionales como el PP o polipropileno que son reutilizables y resistentes a temperaturas altas y bajas. “Cada vez aparecen más proveedores con packaging sostenible de extraordinarias características, pero el reto también está en ir cambiando el chip al público en general que tiene arraigado el plástico como apuesta principal”.



pro
tien
das
editorial

Revistas Profesionales

Información de Calidad

PROARQUITECTURA

Información de Arquitectura y Materiales de Construcción

- Análisis de Proyectos de Edificación
- Entrevistas a arquitectos
- Reportajes de Materiales de Construcción



- WWW.REVISTAHOSTELPRO.COM -

PROTIENDAS

Información de Electrodomésticos, Imagen y Sonido

- Análisis de Sectores (Gamas Blanca, Marrón y PAE)
- Entrevistas a Fabricantes y Distribuidores
- Reportajes de Distribución de Electrodomésticos



- WWW.PROSOSTENIBLE.ES -



- WWW.PROARQUITECTURA.ES -

HOSTELPRO

Información de proveedores del sector hotelero y restauración

- Análisis de Proyectos Hoteleros y de Restauración
- Entrevistas a Directores y Responsables de Compras
- Reportajes de Equipamiento Hotelero



- WWW.REVISTAPROTIENDAS.COM -

PROSOSTENIBLE

Información de interés y actualidad relacionada con la sostenibilidad

- Análisis de interés sobre sectores que apuestan por ser sostenibles
- Entrevistas a profesionales implicados en iniciativas por la sostenibilidad
- Tribunas de opinión de agentes sociales, económicos o políticos
- Artículos de empresa sobre sus proyectos y acciones sostenibles

Avda. Juan Carlos I, nº 13, 6ºA - Edificio “Torre Garena” - 28806 Alcalá de Henares (Madrid)

Tel. 91 802 41 20 - Fax. 91 802 01 32 - contacto@editorialprotiendas.es

www.editorialprotiendas.es

Editorial Protiendas S.L.U.