

Envases y Embalajes

valencia fruits
dossier



ENRIQUE SOLER SEGRELLES / Presidente de Fedemco

“La madera es la apuesta definitiva por la economía circular”

Enrique Soler Segrelles ha trabajado durante toda su vida profesional en el sector del envase de madera. Una experiencia que le sirve para conocer desde la primera línea la problemática del sector; pero también las ventajas indiscutibles de los envases y embalajes de madera. Con un cambio legislativo a la vuelta de la esquina, el nuevo presidente de Fedemco analiza la situación actual y el futuro de la madera en esta entrevista.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Asume la presidencia de Fedemco en el mes de julio, ¿en qué momento llega este nombramiento?

Enrique Soler. La Federación necesitaba un nuevo empuje ante los retos importantes que debemos asumir en un futuro inmediato: sostenibilidad, legislación sobre cambio climático, economía circular... Nos dimos cuenta de que necesitaba un impulso importante, propusimos el cambio y aquí estamos.

VF. ¿En qué cambia Fedemco con este nuevo Comité?

ES. El cambio en el Comité actual es radical. Está formado por gente muy preparada, hay un relevo generacional y lo que pretendemos es estar preparados ante la norma. Antes la Federación estaba formada por una parte de los fabricantes, que siempre han mirado mucho su propia organización, y eran conscientes de que la Federación era algo que tenía que existir. La mentalidad de los que formaban parte del Comité era la del fabricante que miraba sobre todo adentro y de puertas afuera se actuaba solo apagando fuegos. Ahora lo que pretendemos es ser actores. Incluso, dentro de las posibilidades, influir en la elaboración de las normas actuando como lobby.

Tenemos grupos de trabajo, cada uno encabezado por un miembro del Comité, y estamos impulsando otra nueva forma de trabajar. Para estos cuatro años nos marcamos el reto de



Según Enrique Soler, una de las ventajas de la madera es que “se adapta muy rápidamente a las necesidades del cliente”. / VF

diseñar un plan estratégico global del sector y también ganar fuerza, tener voz en Europa y ser parte activa de todos los foros. Tenemos un buen equipo.

VF. Además de estar siempre pendientes de la normativa, ¿cómo se ha ido adaptando la madera a las nuevas necesidades del consumidor y de la distribución?

ES. Una de las ventajas de la madera es que se adapta muy rápidamente a las necesidades

“Para estos cuatro años nos marcamos el reto de diseñar un plan estratégico global del sector y también ganar fuerza, tener voz en Europa y ser parte activa de todos los foros”

del cliente. Por mi experiencia empresarial puedo contar que enseguida nos adaptábamos a las dimensiones que quería un cliente, rápidamente, en el mismo día. La reacción es inmedia-

ta, algo que no pueden hacer nuestros competidores de otros materiales porque su producción está más estandarizada.

VF. También hemos visto cambios en su forma de comunicar.

ES. Sí, nos estamos abriendo más al público. Hemos hecho cambios en imagen y en comunicación para colaborar con nuestros asociados a la hora de crear valor de marca. Preparamos documentos sobre la circularidad, estudios técnicos sobre la vida de un envase... La huella de carbono real de nuestros productos, su sostenibilidad, la huella hídrica... Algo que creemos que el mercado y los consumidores deben saber.

VF. ¿Cuántos asociados tiene actualmente Fedemco?

ES. Casi 80. En Valencia está la base de fabricantes de envase de madera y casi todos están en la Federación.

VF. ¿Qué novedades están preparando?

ES. Por ejemplo, para la próxima edición de Fruit Attraction vamos a llevar pequeñas cajas de nuevos materiales de tableros de fibra que son espectaculares y que no necesitan siquiera de plásticos auxiliares porque tienen tapa que se puede quitar y poner, de modo que se



Enrique Soler preside un comité más técnico, preparado para los nuevos retos. / RF

“En la producción sostenible talar un árbol no es una barbaridad: talas uno y plantas otro”

garantiza la aireación necesaria para algunas frutas. Hay muchas soluciones en el mercado como el envasado de fruta con hoja, muy en boga, que no lleva ningún material auxiliar y da la imagen más natural posible de la fruta. Además, proporciona ventajas para la conservación del producto y para el transporte.

VF. ¿Cómo afecta la actual crisis de precios, energía y suministros al precio del envase de madera?

ES. En el precio ya ha repercutido. Todo empezó con la crisis de las materias primas en la pandemia, con los problemas de transporte. Después, cuando parecía que se estaba arreglando la situación vino la guerra de Ucrania, la crisis energética... eso afecta a todos los sectores. Pero nosotros, por ejemplo, usamos menos agua y menos energía en nuestros procesos. Y eso hace que nuestros costes de producción sean más bajos y más sostenibles que en el caso de otros materiales.

VF. Con la inflación afectando ya a la cesta básica de los consumidores, ¿creen que las renuncias de los consumidores pueden afectar más a la madera que a otros materiales o a todos por igual?

ES. Creo que va a ser para todos igual. A nosotros nos afecta más el tema de materias primas porque nosotros no somos tan intensivos en energía como pueden ser otros envases. Todos los envases han experimentado ya incrementos, hasta del 20-30%, y para esta nueva campaña todavía hay mucha incertidumbre porque parecía que se estaba estabilizando el tema de las materias primas, pero el problema sigue ahí y hay problemas de suministro en España. Uno de los problemas que hemos tenido ahora con el chopo es que como se está utilizando mucho para procesos industriales, para muebles, para revestimientos... se ha encarecido mucho para el envase, porque no es el mismo valor añadido el de un mueble que el de una caja en la que el cliente mira hasta el céntimo.

VF. ¿Por qué la realidad del cambio climático hace que la madera sea aún más un mate-

VTE. FENOLLOSA
ENVASES

MÁS DE 100 AÑOS
AL SERVICIO DEL
EXPORTADOR

— FABRICANTES DE ENVASES DE MADERA.

— DISEÑAMOS Y DAMOS SOLUCIONES A NUESTROS CLIENTES.

Camino Viejo de Valencia, s/n. Apartado, 64
12530 Burriana (Castellón)
Tel.: 964 51 00 61 / 964 51 07 11 Fax: 964 51 57 58
E-mail: envasesfenollosa@gmail.com
www.envasesfenollosa.com



Envase ecológico y reciclable
Empresa perteneciente a:



rial más sostenible? ¿Por qué no están reñidas las talas con la producción sostenible?

ES. En la producción sostenible talar un árbol no es una barbaridad: talas un árbol y plantas otro. Por ejemplo, en zonas como Teruel o como Soria que viven de la madera puede verse que no hay casi incendios porque son montes cuidados. Hay talas controladas: talan una zona, después replantan. O, por ejemplo, en el caso del chopo, que es una madera de cultivo: conforme se talan se van replantando.

VF. ¿Los cambios que se están produciendo en el mundo van a afectar al sector del envase y embalaje hortofrutícola?

ES. Y no solo a este sector. Pero nuestro producto es un producto top dentro del sector y hoy por hoy no tiene sustituto claro, sobre todo para ciertos destinos, como las largas distancias, por la resistencia del envase y las condiciones en las que va la fruta. Ahí no tenemos competencia. Tenemos que tratar que lo mismo suceda en destinos más cercanos.

“Tenemos el mejor producto para envasar frutas y hortalizas”

VF. Frente al cambio climático y a las exigencias legislativas, en un mundo con nuevas demandas de los consumidores la madera ofrece sostenibilidad, creatividad, flexibilidad frente a las necesidades del cliente... ¿es el momento del envase de madera?

ES. Sí, porque hemos evolucionado e innovado mucho. También en el tema de la imagen: con las impresiones en flexografía hemos mejorado sustancialmente, podemos hacer un envase muy moderno, muy bien decorado.

Muchas veces vemos envases de cartón o plástico que simulan en sus impresiones la trama de la madera. Eso quiere decir algo.

VF. ¿Se ve un final a la crisis?

ES. Habrá final de la crisis, seguro. Además, las crisis también son épocas de oportunidades, de cambios y hay que adaptarse. Y en esta crisis la madera es la apuesta definitiva por la economía circular. Tenemos el mejor producto para envasar frutas y hortalizas. Ahora tenemos que comunicárselo al cliente y a la sociedad.

VF. ¿El mercado está respondiendo bien?

ES. Yo creo que sí, además vamos a afrontar los retos de la economía circular y en breve se publicarán estudios con los que vamos a poder demostrar todo lo que llevamos años diciendo.

VF. ¿Qué reto se marca como presidente de Fedemco?

ES. Conseguir que nuestros fabricantes solo se ocupen de fabricar y de vender y que no tengan ningún problema a nivel normativo. En definitiva, dar soluciones y posicionar el producto donde se merece.

Retos del packaging alimentario

Garantizar la seguridad alimentaria, alargar la vida comercial del producto y reducir el impacto medioambiental son los grandes desafíos del sector

► JULIA LUZ, REDACCIÓN.

Los cambios incesantes en el sector de la agroalimentación han obligado a la industria del packaging a buscar nuevas soluciones que den respuesta a las actuales demandas. Entre las más destacadas, crear envases y embalajes alineados con la economía circular, es decir, que sean sostenibles y no supongan un gran impacto medioambiental. Y no solo eso, además, deben ser capaces de salvaguardar las propiedades de los alimentos garantizando así la seguridad alimentaria e intentar, en la medida de lo posible, alargar la vida útil del alimento.

Además de estos tres retos principales, Pablo Vilanova, director de sostenibilidad, innovación y estrategia de Mercabarna, recordó en la mesa redonda organizada por Hispack, “Cómo afrontar la creación de productos para una economía circular”, que “el packaging puede ser de gran ayuda en la trazabilidad del producto, ofrece al cliente información de interés sobre el mismo y es un elemento clave de visibilidad para la marca”.

Con las nuevas exigencias, el sector del envase y embalaje ha mostrado una gran resiliencia hasta convertirse en líder de automatización y digitalización además de ser un sector intensivo en innovación y con una presencia territorial muy amplia. No obstante, dado el contexto actual, también se enfrenta a los retos de suministro, al alza de precio de las materias primas y al aumento de costes de producción.

■ **SEGURIDAD ALIMENTARIA**

El envase no solo es imprescindible para hacer llegar a los ciudadanos gran parte de los alimentos que consumen, sino que, gracias a este elemento, se pueden cumplir las normas de calidad y seguridad alimentaria. El objetivo es asegurar las máximas garantías sanitarias y durabilidad de producto en condiciones óptimas.

■ **VIDA COMERCIAL**

Desde que son recogidos por los agricultores hasta que llegan a la mesa, los alimentos pasan por diversos procesos que pueden hacer que su aspecto o calidad se vean mermados, por ello, alargar la vida comercial de los alimentos es un imperativo para los productos frescos y de primera transformación —como la fruta pelada y cortada, más perecedera que las piezas enteras— ya que, en estos casos, la funcionalidad del envase es todavía más importante.

Un ejemplo de innovación lo encontramos en Murcia, la empresa de cartonaje Saeco, que junto con la Universidad Politécnica de Cartagena han creado cajas de cartón ondulado con aceites esenciales.

A través de alta tecnología han conseguido colocar el aceite esencial —con todas sus propiedades antioxidantes intactas— en la cara interior de la caja, la que va a tener contacto directo con el producto fresco. Con esto, se alarga la vida útil del alimento porque “logra que su hidratación se mantenga durante un 30% más de tiempo y se retrase así la aparición de moho, arrugas o patógenos”, explicaba el director comercial de Saeco, Juan de Vicente.

■ **SOSTENIBILIDAD**

El intento de conjugar la sostenibilidad con el alargamiento de la



El sector del envase y embalaje ha mostrado una gran resiliencia. / ARCHIVO

vida del producto es otro de los grandes retos para el sector. “La sostenibilidad en los envases se está abordando desde diferentes perspectivas. Una de ellas es la reducción de materiales finos de origen fósil y su sustitución por materiales procedentes de fuentes más sostenibles”, explicaba Encarna Gómez, jefa del Departamento de Tecnologías de Producto y Procesos del Centro Tecnológico Ainia en la mesa redonda organizada por Hispack. Por ejemplo, materiales biodegradables a base de polímeros, cartón o madera.

■ **EL PAPEL DEL CONSUMIDOR**

Está claro que la industria de

envases y embalajes tiene un enorme compromiso en términos de sostenibilidad, pero no puede recaer todo el peso en sus manos. “El papel del consumidor también es clave”, afirmaba Miquel Campmany, responsable de Comunicación a Consumidor de Nestlé en la mesa redonda organizada por Hispack.

“No solo nos compete adaptar el packaging a una realidad más sostenible, sino también comunicar, educar y convencer al consumidor en materia de sostenibilidad. Tiene que estar educado en este tema y ponerlo en práctica”, explicaba Campmany.

FEDEMCO[®]
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEL ENVASE DE MADERA Y SUS COMPONENTES

Lo Natural es envasar en Madera

Envases 100% naturales
la solución para el envasado estandar y a medida

Plantaciones sostenibles
materia prima natural que descarboniza el planeta

DAVID PORTA / Director de estrategia de negocios y exportación de Grupo Giró

“Disponemos de una nueva gama de envases 100% celulósicos”

En la pasada edición de Fruit Logística Grupo Giró presentó su nueva gama de envases de celulosa: envases termoadhesivos (Girsac y Ultrabag celulosa) y envases grapados (con etiqueta WG y C2C de papel).

■ ÓSCAR ORTEGA. REDACCIÓN.

En palabras de David Porta, su director de estrategia de negocios y exportación, “sabemos que el envase de malla es uno de los más sostenibles que pueden encontrarse entre los productos de consumo y en particular, entre los alimentarios” y describe que “su transpirabilidad y visibilidad del producto, no solo hace que la fruta u hortaliza contenida en él mantenga sus propiedades naturales y se muestre al consumidor de la forma más atractiva, sino que además es un envase extremadamente ligero”.

En esta línea de trabajo Giró hasta ahora disponía de una gama de envases muy completa, basada siempre en la malla tejida como pilar fundamental y valor diferencial, proponiendo dos grandes soluciones según el material utilizado: soluciones 100% plásticas y soluciones 100% compostables. “Ahora Giró añade un nuevo material, la celulosa y el papel para la gama de envases de celulosa”, enfatiza Porta.

Esta nueva gama de envases 100% celulósicos supone una alternativa muy interesante para aquellos clientes que buscan un envase libre de plástico y libre de PLA. Todos los materiales son de origen celulósico y disponen de la certificación FSC que garantiza que provienen de bosques con una gestión forestal sostenible.

Estos envases usan malla de celulosa certificada Home Compost e Industrial Compost que significa que estos envases pueden depositarse en el contenedor de residuos orgánicos. Como recalca David Porta, “esta información es muy útil para el consumidor que compra fruta y hortaliza en este tipo de envase”. Aún así, apunta recomendaciones concretas para cada uno de estos tipos de envase. Para el

envase grapado, compuesto por malla de celulosa y etiqueta de papel, describe que “al separarse fácilmente la etiqueta de papel de la malla, recomendamos arrancar la etiqueta, echar la malla (compostable) en el contenedor orgánico, habitualmente de color marrón, y la etiqueta (papel) en el contenedor de papel y cartón, habitualmente de color azul”. Y para el envase termoadhesivo, compuesto

Los nuevos envases de celulosa del Grupo Giró se depositan en el contenedor de papel y cartón



Los nuevos envases tienen la certificación FSC que garantiza que proceden de bosques con una gestión forestal sostenible. / GG



David Porta, director de estrategia de negocios y exportación de Grupo Giró. / ARCHIVO

por malla de celulosa y film de papel, apunta que “recomendamos depositarlo en el contenedor de papel y cartón ante las dificultades de poder separar la banda de papel de la malla y al ser el peso de banda de papel mayoritario en relación al peso de la malla celulosa. De hecho, un informe del Instituto Tecnológico del Plástico (Aimplas) sobre la reciclabilidad del envase según la norma ISO 18604:2013 avala nuestra recomendación”.

■ EN EL MERCADO

Porta explica que “el envase grapado de celulosa se ha introducido en el mercado de forma muy exitosa para paquetes pequeños, sobre todo impulsado por las ventas en el mercado francés. La legislación en Francia, que prohíbe envases plásticos de menos de 1,5Kg, ha favorecido la expansión de esta tipología de envase celulósico, sobre todo para patata, cebolla, chalota, aguacate y limón”, y argumenta que “el envase termoadhesivo ha arrancado más tarde y de forma más lenta, aunque su viabilidad técnica ha quedado demostrada y tenemos buenas expectativas de crecimiento de cara a 2023”.

■ DESCRIPCIONES

En el envase termoadhesivo se parte de una malla de celulosa y de un film 100% de papel con un adhesivo en su cara interior en las zonas de soldadura. Cuando se aplica calor con la máquina Girbagger, el adhesivo se reblandece y permite unir las dos caras del film con la malla en su interior a modo de sandwich.

El envase grapado se confecciona a partir de la misma malla de celulosa y una etiqueta 100% de papel (WG o C2C) y el cerrado tradicional a través de una grapa metálica. Puede realizarse con cualquiera de las máquinas grapadoras ya existentes en el mercado de Grupo Giró (CA-9, CA-10 y GH-20). De momento, los pesos máximos de estos envases, al tratarse de materiales más delicados, son de hasta 2 Kg (solo el envase Ultrabag permite un peso algo superior hasta 2,5Kg).

INFIA
Innovative Packaging Solutions

100% recycled plastics

R-PET 100

Itene desarrolla materiales compostables para envases de verduras, ensaladas y V Gama

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Itene está desarrollando materiales compostables para aplicaciones de envase de productos de IV y V gama, es decir, verdura fresca, ensalada y platos preparados, con una procesabilidad y unas propiedades similares a las de los convencionales.

Estos avances se llevan a cabo en el proyecto Compolist, financiado por el Ivace (Instituto Valenciano de la Competitividad Empresarial) a través de fondos Feder, con el objetivo de validar envases compostables para aplicaciones en las que no se emplean estas soluciones o en las que los materiales sostenibles disponibles no cuentan con las mismas funcionalidades que los convencionales. Este proyecto fue puesto en marcha el pasado junio y finalizará en junio de 2023.

La compostabilidad es una de las alternativas que permite cumplir con los requisitos de sostenibilidad, que, a nivel nacional, se plasman en la Ley de Residuos y suelos contaminados para una economía circular, publicada en abril de 2022, y en el Proyecto de Real Decreto de Envases y Residuos de Envase, que se espera aprobar este año, y que, a su vez, se alinean con el Plan de Acción para una economía circular en Europa de 2020. Los objetivos europeos persiguen que todos los envases sean reutilizables o reciclables de una forma económicamente viable en la Unión Europea en 2030, incluyéndose entre los segundos los compostables, dado que pueden someterse a un reciclado orgánico.

En este sentido, la jefa del proyecto, María José Jiménez, destaca que en Compolist “se trabaja en el desarrollo de materiales compostables con propiedades mecánicas, barrera y térmicas a medida para distintas aplicaciones. En el diseño de las formulaciones se han tenido en cuenta los requerimientos de los productos para garantizar que, además de la procesabilidad y la funcionalidad del envase, la vida útil de los alimentos envasados sea comparable con la que ofrecen los materiales convencionales”.

■ OPTIMIZACIÓN

Por un lado, se mejorarán materiales compostables para aplicaciones de envase flexible, como los empleados para ensaladas y verdura fresca, mediante la tecnología de extrusión soplado. Y se trabajará en la obtención de materiales para envases rígidos conformados por una bandeja y un film tapa, como los empleados en platos preparados, mediante las tecnologías de moldeo por inyección y extrusión de lámina plana.

La investigación se enfocará en la obtención de materiales compostables mediante tecnología de mezclado en fundido con configuraciones de husillo a medida y la mezcla se optimizará en cada uno de los casos. Tras una selección de materiales de partida y el correcto ajuste de los parámetros de procesado, se espera alcanzar soluciones equivalentes a las convencionales con un fin de vida más sostenible. Posteriormente, se validará

la seguridad alimentaria de los envases obtenidos en el proyecto Compolist y se analizará su compostabilidad en los propios laboratorios de Itene.

El desarrollo de nuevos materiales sostenibles y la mejora de sus prestaciones, garantizando su industrialización mediante

equipamientos convencionales del sector del envase y embalaje, representa una de las principales líneas de trabajo del centro tecnológico. En la misma línea, Itene adapta envases ya existentes a los requisitos de economía circular a través del planteamiento de diversas opciones de mejora.



Desarrollo de materiales compostables para envases de IV y V gama. / ITENE

**LOS QUE PRODUCEN
SALUDAN...**













... LOS QUE PREFIEREN
**LA CALIDAD
Y UTILIDAD
DOMPLEX**









Plásticos Industriais e Domésticos, S.A.

Apartado 105
2416-902 Leiria · PORTUGAL
Tel (+351) 244 88 01 60/1
www.plastidom.pt



El 1 de enero entrará en vigor el conocido como "impuesto al plástico". / ARCHIVO

La alimentación afronta con dudas y temor el inminente impuesto al plástico

La industria alimentaria teme el impacto económico de la nueva tasa en un momento de fuerte incremento de costes

► **LUCÍA RUIZ SIMÓN. EFEAGRO.** Si no hay cambios, el próximo 1 de enero entrará en vigor el conocido como "impuesto al

plástico", una tasa que genera "dudas legales" a la industria alimentaria que también teme por el impacto económico en un

sector que ya padece el incremento de costes en sus procesos.

Cuarenta y cinco céntimos por kilogramo de plástico de un solo uso es lo que establece esta tasa, que deriva de la Ley de Residuos y Suelos contaminados, y cuya aplicación tanto la industria alimentaria como las organizaciones de valor de la cadena del envase han pedido sin éxito que se retrase al menos un año.

"Pedimos a la administración que, en la tensionada situación económica actual, no adopte ninguna medida fiscal que perjudique la competitividad de las empresas y a los propios consumidores", apuntan fuentes de la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB).

La industria alimentaria y organizaciones del sector del envase han pedido que la aplicación de esta ley se retrase al menos un año

Además de los motivos estrictamente económicos—unos 2.000 millones según un estudio de Analistas Financieros Internacionales (AFI)—, la implementación de un impuesto de estas características es "muy complejo y necesita un desarrollo reglamentario donde se expliquen de manera detallada todos los procedimientos y trámites administrativos a seguir", añaden desde esta patronal.

Hay además que crear documentación y desarrollar aplicaciones informáticas con "casuísticas infinitas" que hacen que las dudas sobre cómo poder cumplir con las obligaciones legales se multipliquen.

En esta línea, FIAB considera que "las empresas deben de contar con un margen de tiempo suficiente para poder resolver estas cuestiones".

■ SIN PLÁSTICO RECICLADO DISPONIBLE

"El plástico es indispensable para muchos usos e insustituible", sentencia la gerente de sostenibilidad de la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores (AECOC), Cinta Bosch.

En su opinión, no hay plástico reciclado disponible ni en cantidad ni en calidad para abastecer a toda la industria alimentaria y, además, hay plásticos reciclados que no pueden tener un uso alimentario.

Bosch llama la atención sobre otra de las obligaciones que implica esta ley, como la Responsabilidad Ampliada del Productor, una medida que puede sumar 1.150 millones de impacto al sector en un contexto de incremento disparado de costes, especialmente los energéticos.

Un mundo de reducción de residuos



Descubra cómo puede reducir los residuos en su cadena de suministro trabajando con Euro Pool System. Nuestros resistentes envases se pueden utilizar una y otra vez, haciendo que los envases desechables sean cosa del pasado. Además, gracias al sólido diseño combinado con nuestros procesos de lavado higiénicos, se evita el daño y el deterioro de su producto. Nuestro objetivo es entregar sus productos frescos en perfectas condiciones, a la vez que se ahorran recursos. Puede encontrar más información en europoolsystem.com



together towards a circular supply chain



Con todo, la experta de AE-COC entiende que con todos estos costes se resta competitividad a las empresas pues solo Italia tiene un impuesto similar.

Y apunta al igual que FIAB a otro coste, el operativo, esto es la adaptación de sus sistemas y procesos a este nuevo "impuesto complicado" para el que aún hay "dudas" y que, por ello, genera "inseguridad jurídica" a muchas de las compañías.

■ EL ORIGEN DEL IMPUESTO

Un informe sobre esta ley de la consultora EY explica que es una figura novedosa que inaugura una categoría de impuestos dirigidos a fomentar la economía circular en el ámbito del plástico, con la que se trasponen tres directivas europeas.

En España, se ha "aprovechado" la obligación de trasponer estas normativas para dar "un primer paso" en la reforma del sistema de fiscalidad medioambiental con la creación de dos tributos, uno de ellos a los envases de plástico no reutilizables, señala la consultora.

Bruselas creó en 2020 una nueva categoría de recursos propios de la Unión basada en contribuciones nacionales calculadas en función de los envases de plástico que no se

La CE ha aprobado un reglamento relativo a los materiales y objetos de plástico reciclado destinados a entrar en contacto con alimentos

reciclen, recuerda el informe, y añade que desde 2021 cada país tiene que pagar 0,8 euros por kilo de residuo que no se recicle.

Así, se están generando impuestos como el que contempla esta ley en otros países como Italia —con entrada en vigor prevista para 2023—, si bien también hay casos extracomunitarios como el de Reino Unido, que tiene una tasa similar desde abril de este año.

■ NUEVO REGLAMENTO

La Comisión Europea ha aprobado un reglamento relativo a los materiales y objetos de plástico reciclado destinados a entrar en contacto con alimentos, según la normativa publicada el 20 de septiembre en el Diario Oficial de la Unión Europea.

La norma sustituye un reglamento anterior de 2008 que establecía requisitos específicos para los procesos de reciclado, pero excluía algunas tecnologías.

El nuevo reglamento fija normas sobre la introducción en el mercado de materiales y objetos de plástico; el desarrollo y la explotación de tecnologías, procesos e instalaciones de reciclado para producir plástico reciclado; y el uso en contacto con alimentos de materiales y objetos de plástico reciclado.

En concreto, exige la descontaminación de los plásticos mediante una tecnología de reciclado adecuada e incluso el uso de tecnologías de reciclado químico en su ámbito de aplicación.

Entre los requisitos que se imponen, debe presentarse una declaración de conformidad junto con los lotes de plástico



La industria alimentaria considera que esta tasa al plástico afectará a la competitividad. / ARCHIVO

reciclado para determinar la identidad del reciclador y proporcionar instrucciones sobre su uso a los transformadores y a los usuarios finales.

El reglamento también exige que determinados explotadores de gestión de residuos establezcan un sistema de aseguramiento de la calidad certificado para garantizar la calidad y trazabilidad del plástico.

Asimismo, establece la participación en ensayos de aptitud a los recicladores para que hagan un seguimiento de los niveles de contaminantes dentro de sus actividades de desarrollo de tecnologías novedosas.

ecogiró

Envase de Celulosa

Hasta 30 bolsas por minuto con GirBagger

Reciclable en el contenedor de papel

Certificación FSC

Libre de PLA

Hasta 2,5 kg

GIRÓ

100% CELLULOSE

GirBagger's first plastic-free packaging

FSC C164909

DAVID VICARIO / Director comercial para España de Veripack

“Disponemos de una capacidad de respuesta y resiliencia única”

Ya son 50 años siendo innovadores, pioneros y precursores en el mundo del envase. Es la mentalidad que empuja diariamente al Grupo Guillin y a Veripack para ser los primeros en imaginar, comprometerse y actuar, protegiendo los alimentos y las personas mediante la creación de envases alimentarios responsables, siempre teniendo en cuenta la protección del medioambiente.

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. El conflicto bélico Rusia-Ucrania, la crisis de suministros, la crisis energética, el aumento de los costes.... ¿cuáles son las consecuencias más directas de esta situación en el día a día de Veripack?

David Vicario. Lo primero que me viene a la mente y, que escuche a un compañero decir, es que el mundo está “loco”. Además, añadiría a estos acontecimientos, la creciente inflación que estamos sufriendo, que habría que remontarse a 1983 para tener un nivel similar. A todo esto, se le suman las nuevas tasas al plástico y las nuevas leyes aprobadas, que tendrán sus consecuencias en el mercado de envases.

Veripack y el Grupo Guillin, como toda la industria en general, están sufriendo todos los efectos que estos acontecimientos generan y que desestabilizan diariamente el mercado. Veripack, que se encuentra dentro de la división de ‘Frutas y Hortalizas’ en el Grupo Guillin, está muy sensibilizado con la fragilidad de nuestro sector y del daño que estos acontecimientos están ejerciendo al sector primario, en definitiva, a nuestros clientes que son para nosotros lo más importante.

VF. ¿Cómo está capeando el temporal Veripack?

DV. Veripack y la estructura del Grupo Guillin hacen posible disponer de una capacidad de respuesta y de resiliencia única. La experiencia adquirida durante 50 años es la base de nuestro camino a la excelencia, y nuestra primera prioridad son nuestros clientes. Pase lo que pase, estamos y estaremos preparados para poder amortiguar cualquier acontecimiento e intentaremos que nuestros clientes puedan percibirlo.

VF. En su relación con los clientes del mundo hortofrutícola, ¿cómo se está plasmando esta realidad?

DV. Somos muy conscientes de la fragilidad del sector orto-



Veripack está ampliando su línea de envases de cartón. / VERIPACK

“Estamos ampliando la gama de referencias en cartón con algún diseño que será una nueva alternativa en el mercado”

“El servicio a nuestros clientes no puede resentirse, a pesar de los acontecimientos que estamos viviendo a nivel mundial y seguimos trabajando en esa dirección”

frutícola y estamos muy sensibilizados y preocupados por el impacto que están ejerciendo todos estos acontecimientos al sector primario, que lo forman nuestros clientes. Por tanto, nuestra exigencia a nosotros mismos es aún mayor, tanto que en muchos momentos hemos puesto a prueba todos los engranajes de nuestra estructura para dar lo mejor de nosotros mismos. El servicio a nuestros clientes no podía resentirse y seguimos trabajando en esa dirección.

VF. Recientemente se ha celebrado el 50º aniversario del Grupo Guillin. ¿Qué podemos decir de este medio siglo del grupo galo en el mundo del envase y embalaje?

DV. La historia de Guillin, que ya lo formamos cerca de 3.000 personas, es algo único y que define perfectamente el ADN que posee. Siendo actualmente una

compañía multinacional, sus raíces son familiares. Sus inicios, en el año 1972, fueron en un garaje de 15 m² en Lods, Francia con solo dos personas en producción y atención al cliente.

Son 50 años siendo innovadores, pioneros, precursores, una mentalidad que nos empuja diariamente para ser siempre los primeros en imaginar, comprometernos y actuar. En estos 50 años, nuestro desarrollo ha ido acompañado de un respeto a nuestros valores, compromisos y nuestra misión: Proteger los alimentos y las personas mediante la creación de envases alimentarios responsables, siempre teniendo en cuenta la protección del medioambiente.

Esos inicios en el año 1972 han marcado nuestras acciones dirigidas a tener un impacto positivo en la sociedad, tomando de-

cisiones con compromisos muy concretos:

- La contribución a la economía circular. Uso de mono-materiales y 100% reciclables.

- La reducción de la huella de carbono, mediante el ecodiseño y el uso de material reciclado.

- Incremento de la oferta de cartón y envases reutilizables para disponer la gama más amplia y ofrecer a nuestros clientes la solución más adecuada dentro de nuestras 21.000 referencias.

VF. El año 2021 ha sido muy activo con la presentación de Maxipack Breeze y Maxipack Carboard Lid. ¿Han cumplido con las expectativas de la propia empresa y de los clientes?

DV. Estas dos referencias son un claro ejemplo de innovaciones dirigidas a responder a una necesidad o requerimiento de nuestros clientes. En cuanto al concepto Breeze aplicado en la cesta Maxipack Breeze r-PET, su innovación radica en la mejora sustancial de la velocidad de enfriamiento de la cesta, que podría ser de hasta un 10% mayor que cualquier solución existente en el mercado. Esta cesta se ha utilizado para uva e incluso para berries como es el caso de la fresa. Además, con ella se mejora la capacidad de evacuación de la condensación que puede superar el 60% en los siete primeros días de estar termosellada. Es una cesta que está perfectamente adaptada a otros productos como el tomate cherry y el arándano, este último con requerimientos de ventilación muy elevados.

En el caso de la Maxipack Carboard Lid, es una cesta con base en cartón Kraft, con certificación FSC y una tapa r-PET. El conjunto está lleno de innovaciones, es un concepto híbrido que ha sido una revolución y que ya se ha utilizado para productos como arándanos, fresas y tomates.

Ambos diseños tienen identidad propia y se salen de las estandarizaciones existentes en el mercado. Es algo que ya muchos clientes lo han podido comprobar.

VF. En este reto de ofrecer “envases que realmente funcionen”, ¿cuáles son las novedades para la temporada 2022/23?

DV. Por el momento adelantaré que estamos ampliando la gama de referencias en cartón con algún diseño, que seguro cubrirá las expectativas de uso de algún fruto en particular y será una alternativa nueva en el mercado.

Continuando con el cartón, también lanzaremos nuestra gama de cartón termosellable en este año.

Dentro del grupo existen además innovaciones en r-PET únicas que permitirán a nuestros clientes poder disponer de envases reciclables en todo su conjunto evitando el uso, por ejemplo, de mantillas o absorbentes que se utilizan sobre todo para los frutos rojos: fresas, moras y Frambuesas. En el caso de Veripack disponemos del concepto Ecosoft, que en los envases que lo poseen no es necesario el uso de mantillas ya que el fondo especialmente diseñado sustituye todas las funcionalidades de la tradicional mantilla de burbujas.

VF. ¿Cuál es la hoja de ruta del director comercial para España de Veripack en esta temporada 2022/2023?

DV. La hoja de ruta es muy clara para nuestra estrategia comercial: Ahora, más que nunca, estar lo más cercano posible a nuestros clientes y distribuidores. La actual dinámica del mercado demanda decisiones cada vez más rápidas y flexibles y está claro que solo aquellas empresas que trabajen con una estrategia definida y adaptable pueden reaccionar a cualquier disrupción existente en el mercado. Ahora más que nunca, el vender se convierte en un “arte” y dominarlo pasa, sí o sí, por detectar nuevas maneras de estar más cerca de nuestros clientes, detectando necesidades y anticipando conductas. Creo que ahora mismo la innovación es clave y en este sentido estoy en la mejor compañía que puede desplegarlo.



David Vicario / VERIPACK



50 Años Vistiendo la Fruta
GERVISAN S.A.
Artes Gráficas

TAMBIÉN CON MATERIAL BIODEGRADABLE

Pol. Ind. Masía de Juez • Calle Els Moliners, 12 • 46900 TORRENT, Valencia
comercial@embalajesgervisan.com • www.embalajesgervisan.com

Tel.: +34 96 155 00 21

- Cubre cajas Polietileno
- Flow pack
- Cubre cajas OPP con adhesivo
- Forros / Cubrefondos



La caída de la demanda frena el mercado de las materias primas de packaging

Los fabricantes europeos de packaging han limitado su producción mensual por la alta presión de los costes energéticos

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.**

La situación de incertidumbre actual derivada por la post pandemia, la guerra de Ucrania y la crisis energética, entre otros, han llevado a un freno en la producción global de envase y embalaje que ha derivado en nuevos cambios en el mercado de las materias primas. Se trata de una de las reflexiones de los diferentes expertos que participaron en el Diálogo Intracluster sobre evolución del mercado y disponibilidad de las materias primas, que organizó el Cluster de Innovación en Envase y Embalaje.

Y es que el sector del envase ha experimentado durante los últimos años inestabilidad de la oferta y demanda de las materias primas. “Estamos ante un escenario complejo e inesperado para todos, pues en cuestión de tres años hemos visto cómo se ha pasado de un extremo a otro, cambiando las cosas de forma inesperada”, destacaba Jaime García, managing director de Guzman Polymers.

En esta línea, García explicó que desde la pandemia, la escasez de materiales ha encarecido todo “pero que desde mayo, los clientes han ido demandando menos material al limitar su producción mensual por la alta presión de costes energéticos, volviendo la situación de las materias primas a los niveles pre-pandemia, que se va a mantener hasta final de año”.

■ **CHINA Y EUROPA**

En opinión de Jaime García, otro efecto que va a impactar es cómo va a ir la economía en China, ya que siguen con problemas del Covid y por tanto no pueden producir igual. En esta línea, ha asegurado que “Europa puede ser un mercado más atractivo y pueden llegar algunas oportunidades”.

Esta situación ha provocado que los profesionales del sector del packaging se encuentren en un momento crucial en el que temen por la disponibilidad de las materias primas. Pues, por un lado, los fabricantes europeos se encuentran bajo la presión de unos costes de industrialización muy elevados debido los costes energéticos. Mientras que, por otro lado, el mercado reclama cambios en los materiales, como ha advertido Luis Mora, sales director en Mondi Packaging Spain, y “esto provoca que las empresas quieran cambiar materiales, pero no todo es sustituible ni favorable para el mercado”, lo que podría provocar también problemas de suministro en algunos materiales.

■ **NUEVA NORMATIVA**

Y también, tras el estallido de la pandemia, descendió la oferta de materia prima virgen y el material reciclado ocupó su lugar, aumentando así su demanda y valor en el mercado. Pero en la actualidad el descenso de la demanda y el aumento de los costes

energéticos ha puesto en peligro a la industria y con ello el cumplimiento de la nueva normativa europea.

“Con toda esta situación económica estamos viendo cómo el coste de los residuos, para su reciclaje ha crecido cinco veces

más que el importe de la venta de los productos, lo que supone un problema a las empresas recicladoras”, ha incidido Óscar Hernández, director general de ANARPLA, Asociación Nacional de recicladores de Plásticos.

Para finalizar, Hernández ha remarcado que hay otros sectores como por ejemplo el automovilístico, el agrario o el de la construcción que tienen mayor capacidad de incorporar material reciclado en su producción que el sector del envase, pues “España es uno de los cinco países europeos con mayor capacidad de reciclado”.



La disponibilidad de materias primas está afectando al sector. / ARCHIVO

ALTER ECO BIO

100% eco responsable

MAXIPACK

MAXIPACK BREEZE

MAXIPACK CARDBOARD LID

¡LA PROTECCIÓN ES LO PRIMERO!

Las frutas y verduras son esenciales para nuestra dieta, son frágiles y perecederas y por tanto es nuestro deber hacer todo lo posible para protegerlas.




En **VERIPACK**, nuestra misión es garantizar la calidad y seguridad en toda la cadena de suministro con el fin de minimizar pérdidas y desperdicios.

Por esta razón nosotros fabricamos envases innovadores y responsables, fabricados en España, que combinan seguridad, solidez y respeto con el producto: ya sean de PET, PP o de cartón, ponemos la misma seriedad y exigencia para que respondan a las necesidades de protección en las frutas y verduras, desde el campo a la mesa.

#weprotectyourfood

VERIPACK
BY GUILLIN

Tel. +34 93 729 20 10
infoveripack@veripack.es
www.groupeguillin.com

@veripack 
@groupeguillin  

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La entrada en vigor de la Ley 7/2022 de residuos y suelos contaminados está generando grandes incertidumbres en los productores y fabricantes de envases. Desde el Cluster de Innovación en Envase y Embalaje han querido resolver estas dudas del sector sobre la Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP's), los objetivos de reutilización y el impuesto al plástico, en una de sus sesiones "Diálogos Intracluster".

La normativa, cuya entrada en vigor está prevista para el 1 de enero de 2023, está afectando a diversos sectores que deberán adaptarse para cumplir con los objetivos establecidos. Uno de los aspectos que José Guaita, presidente de Heura (consultoría medioambiental especializada en asesorar a todo tipo de industria con el objetivo de gestionar residuos y ahorrar costes), resaltaba en esta sesión informativa es que "a pesar del avance de las tecnologías para envases industriales y comerciales, todavía no tenemos nada que nos ayude al cumplimiento para que sea un proceso económicamente sostenible".

Así, José Guaita señaló que la digitalización surge como "herramienta para mejorar la economía circular en la industria". Por ejemplo, en el caso español existe una cierta desconexión entre el Ministerio de Hacienda y la Agencia Tributaria que dificulta la comprensión y el desarrollo de medidas por parte de los fabricantes y productores de envase y embalaje.

Por su parte, Faysal Assakale, tax manager de Ayming, añadía que el impuesto al plástico "no solo recoge aspectos económicos, sino que también requiere una serie de formalidades de contabilidad, existencias y facturación, por lo que esta ley va a traer consigo un cambio muy importante en las empresas a nivel de gestión".

■ LA CLAVE

Mientras, el representante de Heura matizaba que "pese a que la responsabilidad recae sobre el envasador, toda la cadena productiva está dentro de esta ley", destacando la implicación de todos sus miembros para el correcto cumplimiento de la legislación.

Por tanto, el sector está cambiando y dando importancia a la información, pues la trazabilidad de los productos, según Faysal Assakale, es "vital y una oportunidad para pasar de una economía lineal a circular, que es lo que pretende la normativa". En esta línea, según destaca Mariana Reina, experta legal



El sector empieza a prepararse para poder adaptar su actividad al nuevo marco legislativo. / ARCHIVO

Una economía circular de los envases económicamente viable

El impuesto especial sobre los envases de plástico no reutilizable es una de las mayores preocupaciones del sector

de Aimplas, "la comunicación con el consumidor y toda la cadena de valor es clave, pues si este lo interpreta como desechable no conseguiremos un proceso de economía circular completo y ese residuo va a generar más peso en el recibo".

Además, otro de los pilares de la sesión que destacó Lorena Rodríguez, packaging leader group en Aimplas, ha sido la capacidad que existe de, hasta 2023, aminorar el impuesto a través de una declaración responsable. Un trámite que Rodrí-

guez remarcó como "una obligación del productor de aportar toda la información necesaria al comprador para demostrar el contenido de plástico virgen del producto, además de la es-

pecificación del impuesto en la facturación de la compra".

■ CÓMO PREPARARSE

El impuesto especial sobre los envases de plástico no re-

Pese a que la responsabilidad recae sobre el envasador, toda la cadena productiva está dentro de esta ley

La trazabilidad de los productos es vital y una oportunidad para pasar de una economía lineal a circular

utilizable es una de las mayores preocupaciones del sector del packaging. Así, los profesionales destacaron en esta jornada cómo las empresas deben prepararse ante esta nueva legislación.

Una legislación que se marca a nivel europeo, pero se aplica de manera distinta en cada país, con el fin de generar más recursos y hacer que cada estado aporte 0,8 euros por cada kilogramo de plástico generado.

Ante esto, Paula Torrijos, técnico de proyectos de la unidad de envases y economía circular en Itene, hizo hincapié en que "no todos los envases se van a poder transformar a reutilizables porque existen ciertas limitaciones".

Una variable que dificulta los objetivos europeos de reutilización marcados para el año 2030, en el que se debe conseguir que un 20% de los envases sea reciclado y se amplía hasta un 30% en 2035.

Por último, Torrijos insistió en que, pese a que no todos los envases podrán reutilizarse y volver al inicio de la cadena de valor, pueden convivir con sistemas híbridos, en los que a nivel doméstico los usuarios le darán un nuevo uso, prolongando así su vida útil.

Pese a todas las problemáticas que surgen con la aplicación de esta nueva ley, por el cambio que suponen en el sector del packaging, en España se mantienen unas limitaciones que los expertos califican como más conservadoras ante el resto de Europa.

De esta forma los fabricantes y productores de envases empiezan a prepararse para poder adaptar su producción y actividad al nuevo marco legislativo, que empezará a ser una realidad para muchas empresas a partir del próximo año para poder cumplir los objetivos de la Agenda 2030.

El Clúster de Innovación en Envases y Embalaje

El sector del Envase y Embalaje tiene unas ventas superiores a 3.200 millones de euros anuales y emplea a más de 12.000 personas en la Comunidad Valenciana. El sector representa el 10% de la facturación agregada de las industrias con sede en la Comunitat y el 2,6% del PIB valenciano. El Clúster de Innovación en Envase y Embalaje es una asociación empresarial que cuenta con más

de 70 asociados. Su objetivo es facilitar la generación de negocio entre las empresas asociadas integrando a toda la cadena de valor del envase y embalaje.

Sus asociados, entre los que se encuentran empresas de papel, cartón, plástico y madera, dan respuesta a la industria agraria y alimentaria, automovilística y azulejera. ■



- Personalizables a todo color
- Plastificado interior
- Tapa plástica
- Cierres especiales
- Celulosa termosellable



EJIDO CARTÓN®
www.ejidocarton.com

Especialistas en packaging ecológico. Ecological packaging specialized.

Pol. Ind. La Redonda, 95 · 04710 Sta Mª del Aguila · El Ejido (Almería) SPAIN
T: +34 950 580 712 · M: comercial@ejidocarton.com



“El cartón es renovable, biodegradable, compostable, 100% reciclable y reciclado”

Joaquín Fernández, director de desarrollo estratégico de Uniq, ensalza la apuesta de AFCO de crear una caja de cartón única para el sector hortofrutícola bajo un sello de garantía de fiabilidad, con soluciones a medida, eficientes y sostenibles

■ ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

El sello de calidad agrícola Uniq es la gran apuesta de la Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado (AFCO) por desarrollar una caja de cartón pensada exclusivamente para el sector agrícola y único en Europa, que reúne eficiencia, calidad, innovación y sostenibilidad para continuar aportando valor añadido a la cadena de frutas y hortalizas frescas. “Si una caja de cartón lleva impreso el sello Uniq, tiene fiabilidad asegurada y su buen comportamiento está garantizado y avalado tanto en origen como en destino. En otras palabras, es un sello de garantía de fiabilidad, con soluciones a medida, eficientes y sostenibles, que se adaptan a los exigentes circuitos logísticos de las frutas y hortalizas”, afirma Joaquín Fernández, director de desarrollo estratégico de Uniq.

■ MENOR IMPACTO AMBIENTAL

Recientemente la Federación Europea de Fabricantes de Cartón Ondulado (FEFCO) ha publicado tres estudios que han evaluado el impacto de los embalajes de cartón ondulado reciclable en comparación con los envases reutilizables de plástico, llegando a conclusiones muy significativas. “Estos estudios concluyen y demuestran científicamente

que el uso generalizado de envases reutilizables de plástico tiene un mayor impacto climático que el uso de envases de cartón ondulado reciclable”, comenta Fernández. Así, por ejemplo, una de las conclusiones de estos estudios es que el cartón ondulado es más beneficioso que las cajas de plástico reutilizables en 10 de las 15 categorías de impacto climático analizadas y otra de las conclusiones es que los envases de cartón contienen de media hasta un 89% de material reciclado.

Los estudios han sido realizados por Ramboll (Consultora independiente danesa fundada en 1945) y el VTT (Instituto de Investigación Técnica perteneciente al estado finlandés) y analizan el ciclo de vida de las cajas de cartón ondulado frente a reutilizables de plástico y su impacto medioambiental en el transporte de productos frescos a distancias medias en Europa, y también en la cadena logística del comercio electrónico.

■ REUTILIZABLE Y RECICLABLE

Otro estudio desarrollado el pasado año por la Universidad Tecnológica de Graz (Austria) concluye que el cartón es reutilizable y sus fibras pueden reciclarse al menos 25 veces.

El estudio refleja que “cuanto más a menudo se pueda reciclar un mismo envase, más positivo



Fernández recalca que las cajas de Uniq se someten a estrictos controles. / VF

será su impacto en el medioambiente”, es decir, destaca los beneficios ecológicos del aumento del número de ciclos de reciclado. Esta afirmación encaja totalmente con la misión de AFCO de impulsar y potenciar la aplicación, medidas para alcanzar la máxima sostenibilidad y el menor impacto sobre el medioambiente entre las industrias del sector.

El estudio consistió en reciclar repetidamente cartón plegable para entender qué efecto,

si lo hubiera, tendría sobre las propiedades mecánicas del material, incluidas su fuerza innata y su resistencia a los impactos.

Este estudio vuelve a destacar la vital contribución del cartón a la economía circular y la función que puede desempeñar a la hora de mejorar las credenciales de sostenibilidad de las empresas y marcas. El director de desarrollo estratégico de Uniq, manifiesta que “el cartón es un material de envases imbatible en sostenibilidad, capaz de liderar un modelo

basado en la economía circular y descarbonización”.

■ ESTANDARIZACIÓN

Un ejemplo son las barquetas 100% cartón, un material reciclable, renovable y biodegradable; un formato estandarizado de envases que se suma a la familia de envases con tejadillo o envases de columna. Joaquín Fernández ilustra que “con las barquetas ofrecemos al mercado la estandarización de un formato de envases sostenible 100% cartón; material reciclable, renovable y biodegradable”.

Además de la familia de envases con tejadillo o envases de columna, Uniq se adapta a un mercado dinámico que demanda nuevos diseños de cajas, ofreciendo un sistema que está abierto a la innovación y no acotado a un banco de planos determinado.

La clasificación de cajas en función de los días que vayan a transcurrir desde el envasado del producto fresco hasta su llegada a destino y la estandarización de las medidas exteriores de los envases son características muy relevantes de Uniq.

■ ENSAYOS Y AUDITORÍAS

Remarcar que las cajas agrícolas Uniq se someten a estrictos ensayos dirigidos por el Comité Técnico responsable de controlar los parámetros de calidad exigidos para que un envase pueda considerarse apto para ser estampado con el sello de calidad Uniq, además de unas rigurosas auditorías.

Fernández valora que “las auditorías en origen y destino reflejan el buen trabajo realizado desde el inicio de este proyecto y nos invita a continuar por el mismo camino, además de que el producto llega al consumidor en perfectas condiciones” y añade que “desde Uniq trabajamos día tras día para mejorar y hacer nuestras cajas y barquetas más seguras, más resistentes, más responsables y mucho más sostenibles”.

SUPERCAJA



DESCUBRE MÁS EN FRUIT ATTRACTION. IFEMA
4 AL 6 DE OCTUBRE 2022 - PABELLÓN 3. STAND 3C13

100% CARTÓN
EFICIENCIA Y SOSTENIBILIDAD

SOMOS GARANTÍA, SOMOS CALIDAD, SOMOS UNIQ
grupouniq.com | afco.es

“Automatización y sostenibilidad es el binomio que gana adeptos en el sector hortofrutícola”

Francesc Pàmpols, director general de Pampols Packaging, explica que el contacto constante con sus clientes les hace estar al día con las novedades y las demandas del sector

► ÓSCAR ORTEGA. REDACCIÓN.

Una de las características de Pampols Packaging Integral, con más de 35 años en el sector de los envases y embalajes de fruta y hortaliza y expertos en implementar procesos de automatización y maquinaria final de línea en el sector, es que siempre están al día de certificaciones. Es una consecuencia directa de que, en palabras de Francesc Pàmpols, su director general, “vamos de la mano de nuestros clientes y nos adaptamos a sus peticiones”. En esta línea, puntualiza que “tras detectar un incremento de la demanda de envases hortofrutícolas sostenibles y sin plástico, este año hemos obtenido el certificado FSC de Cadena de Custodia”.

Esta certificación acredita que, como proveedores de soluciones de packaging de cartón y papel con sello FSC, los envases sostienen un modelo de gestión forestal responsable. Pàmpols defiende que “clientes y partners cada vez tienen una mayor conciencia sostenible y esta acreditación, junto con las BRC y las ISO, son un aval de garantía y confianza que trabajamos de forma segura y según unos protocolos de calidad muy exigentes”.

■ ECONOMÍA CIRCULAR

Aunque los clientes piden alternativas de envasado respetuosas con el medio ambiente y biodegradables, Francesc Pàmpols matiza que “el plástico también es un buen aliado para según qué tipo de envases y funcionalidades en la industria hortofrutícola. No se trata de dejar de utilizarlo, sino de encontrar fórmulas para fomentar la economía circular de este material y optar por soluciones de packaging fabricadas a partir de



Para Pàmpols, la automatización ayuda a ser más eficiente. / PAMPOLS

materiales reciclados y respetuosos con el medio ambiente”.

Ganan peso envases fabricados con materiales biodegradables como los envases hortofrutícolas de cartón microcanal, nanocanal o en kraft.

“Una de las ventajas del cartón es su sinfín de posibilidades de personalización que ofrece este material con respecto a envases de plástico”.

■ AUTOMATIZACIÓN

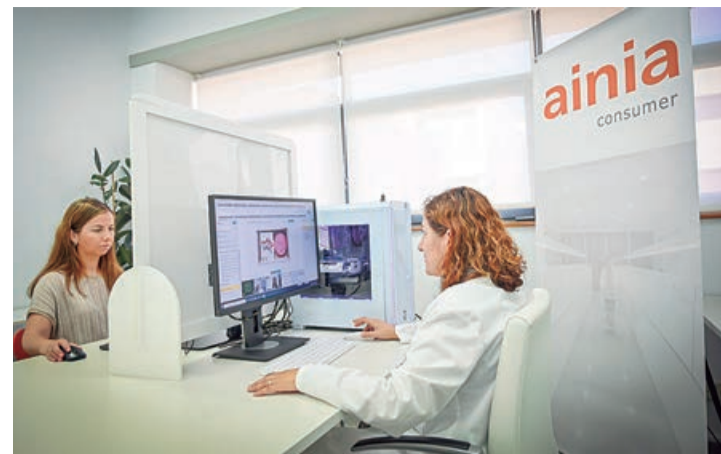
Una realidad de las centrales hortofrutícolas es su automatización del ciclo de envasado y presentación de los productos con equipos de llenado automático, pesadoras, enmulladoras... La automatización es una herramienta que ayuda a ser más eficiente, reducir costes, aumentar la calidad y mejorar la presentación de los productos. Aunque automatizar toda una central pueda requerir una gran inversión económica, “un aspecto muy positivo es que la automatización se puede implantar por fases de forma progresiva, instalando diferentes módulos a la maquinaria. De hecho, es la opción que escogen la mayoría de empresas según

sus necesidades” describe el director general de Pampols Packaging Integral.

Más allá del propio envase y embalaje, “desde el año pasado ofrecemos automatización del proceso de etiquetaje y trazabilidad de productos y embalajes, clave en la industria hortofrutícola, gracias a la alianza con Markem-Imaje, empresa puntera en soluciones de identificación y trazabilidad de productos”.

■ SERVICIO 360º A CLIENTES

Con la mayor implantación de procesos de automatización, esta compañía impulsa los contratos de mantenimiento preventivo con el fin de garantizar que los equipos instalados en centrales hortofrutícolas estén siempre operativos y reducir, así, los imprevistos o incidencias técnicas. “Consideramos que es primordial dar un servicio 360º a los clientes a los que hemos instalado equipos de automatización y maquinaria de final de línea. Y esto solo es posible con un equipo técnico potente, cualificado y formado continuamente”, argumenta Pàmpols.



El objetivo del proyecto es predecir el comportamiento del consumidor. / AINIA

La neurociencia en el diseño de envases

El proyecto Eyetrackpack del Ainia ofrece métodos de información sobre las expectativas, percepciones, emociones y procesos de decisión de los consumidores

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Ainia está desarrollando una metodología de técnicas biométricas observacionales, basadas en la neurociencia, para investigar la atención visual real del consumidor ante los productos alimenticios, envases y etiquetas. El objetivo es diseñar envases que maximicen el impacto del producto en el consumidor.

La tecnología Eye-tracking se utiliza con frecuencia en la investigación científica en campos como la psicología, la investigación clínica, el rendimiento humano, en productos de software, el marketing, la publicidad y las marcas, y en el comportamiento del comprador, examinando la ubicación del producto en el lineal y la experiencia de usuario.

Con su aplicación al consumo alimentario Eyetrackpack “pretende cubrir la necesidad de disponer de métodos que proporcionen información fiable y válida sobre las expectativas, percepciones, recuerdos, emociones y procesos de decisión de los consumidores con el fin de explicar y predecir su comportamiento a la hora de comprar alimentos para obtener un mayor éxito en la comercialización de productos”, apunta Verónica Trapero de la Unidad de investigación sensorial y del consumidor de Ainia.

Para su aplicación se han identificado y seleccionado las variables métricas que requieren ser tenidas en cuenta en el diseño de envases y etiquetas. Los resultados obtenidos se han materializado en diferentes prototipos de envases y etiquetas, cuyo diseño ha estado orientado a partir de un estudio previo con 300 consumidores sobre la detección de oportunidades en el desarrollo de envases sostenibles.

“Las medidas inconscientes de la percepción del consumidor, como el Eye-tracking, combinadas con cuestionarios, son una buena alternativa para orientar la comunicación al consumidor de manera más eficaz y así apoyar en el diseño de envases en la fase de desarrollo de la comunicación del producto”, añade Verónica Trapero de la Unidad de investigación sensorial y del consumidor de Ainia.

El rastreador ocular mide dónde, cómo y en qué orden se dirige la mirada, en un vínculo denominado ojo-mente (Eye-mind). Estos movimientos oculares están formados por fijaciones, que es el periodo de tiempo en el que los ojos se fijan en un objetivo visual, y en los movimientos rápidos en los que cambiamos momentáneamente la dirección de visualización de una fijación a la siguiente.



ENVASES SOSTENIBLES Y PERSONALIZADOS, LA NUEVA TENDENCIA



PERSONAL PACK
EUROPEAN COMPANY

Arquitecto Arnau, 24 • 46020 Valencia
Phone: +34 664638395
info@personalpack.es
www.personalpack.es

TU EMBALAJE Y MATERIAL PROMOCIONAL EN MATERIAL ECOLÓGICO. SIN PEDIDO MÍNIMO