

EMPAQUETADO Y LOGÍSTICA:

DOS MERCADOS ACCESORIOS, INNOVADORES Y SOSTENIBLES

El envasado y packaging de los productos lácteos, así como su logística y distribución, se encuentran mucho más cerca y vinculados al ganadero (y al cliente) de lo que puede parecer. Aunque se trate de mercados accesorios, determinan cuestiones tan relevantes como la conservación de la calidad del producto, el precio final o el marketing de producto que lo relaciona con el consumidor final.

Ambos sectores se encuentran en una espiral de revolución, que los está impulsando a superarse en el día a día para adaptarse a las exigencias y competitividad que no dejan de crecer desde inicio de siglo.

En el caso del primero de ellos, la optimización y la sostenibilidad son las principales líneas directrices de este desarrollo. Cada vez son más y más productores o industriales los que optan por soluciones rompedoras como pueden ser los bioplásticos y films biodegradables, los cartones totalmente reciclados o la eliminación de la capa de aluminio interior.

En el caso de esta última opción, la solución a la que se opta se logra gracias al empleo de cartones asépticos que cumplen la misma función. Con esta innovación, no solo se ahorra en términos económicos, sino que se reduce la huella de carbono total del producto y, sobre todo, se evita uno de los grandes problemas del tetrabrik y similares: la separación de ambas capas de material para su reciclaje.

Otra tendencia que se encuentra a la orden del día son los pouches. Y aunque para muchos por su nombre no se reconozcan, todos los conocemos. Se trata de esas bolsas flexibles y pero resistentes, fabricadas en material plástico, y normalmente con un tapón roscado.

Entre otras ventajas que pueden aportar, sobre todo, permiten optimizar las cargas y el almacenaje por su flexibilidad, ocupan menos espacio cuando se encuentran vacíos y su fabricación es más barata pues, normalmente, la cantidad de material a emplear es menor.

Sin embargo, la tecnología supera la barrera de la sostenibilidad, y todavía aporta aún más posibilidades al sector. Es el caso, por ejemplo, de los recubrimientos antimicrobianos, para evitar añadir conservantes (o minimizarlos) en la composición de algunos productos.



O de películas inteligentes que recubren el envase para dejar pasar cierto tipo de luz, y frenar otro, controlar la cantidad de humedad que llega o se disipa del producto, o de igual manera, de oxígeno. Para los casos más avanzados, y menos económicos, incluso se encuentran a disposición las soluciones anteriores, vinculadas a unos lectores sobre el propio envase que indican alguna de las magnitudes citadas. Por ejemplo, a través de un código de colores.



Las demandas de la sociedad para adaptar el producto a su estilo de vida e ideales de la actualidad son la otra pata que, también, se deja ver a través del ojo del empaquetado.

Así pues, se percibe que cada vez las familias son más pequeñas, hay hogares de tan solo una persona, y aún en los que se convive, la vida es mucho más independiente y desapegada de la propia casa. Los envases mono-dosis y que pueden abrirse y cerrarse para consumir durante el día, llamados on-the-go (sobre la marcha), son muy demandados y exitosos.

En el plano de la logística y la distribución, transporte incluido, de los productos lácteos, desde siempre las cuestiones relacionadas con la refrigeración para mantener la cadena de frío han sido un tópico y una prioridad por razones evidentes.

Durante los últimos años, y se espera que continúe la misma tendencia por algunos otros más, el crecimiento en plantas de almacén refrigerado y de su tipología y posibilidades es un hecho, y en parte se explica por el crecimiento de las peticiones de productos a domicilio directamente.

El mercado D2C (Direct To Consumer), siglas que en inglés hacen referencia a “directo al consumidor” tiene un mayor demanda gracias a la preocupación por los productos más naturales y de mayor calidad y porque el valor llegue hasta el productor.





Así, aunque se logren los objetivos del cliente descritos, se plantean retos para la distribución, como la necesidad de hacer un mayor número de entregas en las que la temperatura del producto no puede verse comprometida, los vehículos deben ser lo más ágiles posibles y la complejidad de las rutas es una realidad.

En el caso de la logística, la optimización gracias a la inteligencia artificial y la tecnología, el ahorro económico y la sostenibilidad van de la mano. Por ello, los principales proveedores del mercado concentran sus esfuerzos en la monitorización de transporte y estado de la mercancía en tiempo real, la IA predictiva para estimar la demanda de productos y para la creación de rutas optimizadas, y los sistemas de gestión integrada de almacenes junto con transporte.

Dada la nueva realidad con múltiples entregas urbanas, durante este año se espera que crezcan más y más los almacenes urbanos, como microcentros de distribución que permiten agilizar las entregas individuales o de pequeño volumen.

También continuarán creciendo los vehículos ligeros refrigerados, es decir, furgonetas refrigeradas que distribuyen un menor volumen de mercancía pero son mucho más rápidas en los casos descritos en el párrafo anterior.

Además, estos cada vez se persigue que sean más sostenibles puesto que, es una exigencia de la normativa y estándares de calidad y medioambientales que gobiernos implementan o etiquetas de calidad exigen para su concesión (como es el caso de algunas normas ISO).

Así, cada vez es más frecuente encontrarse con soluciones eléctricas en su motorización, y equipos de refrigeración acoplados con menores consumos y aislamiento de la caja más eficaz. Los gases refrigerantes utilizados se están sustituyendo por otros menos contaminantes o de menor impacto ambiental si es que fugan o en la destrucción del equipo.

En consecuencia de todo lo anterior, el producto llega al cliente en mejores condiciones que nunca, e intentando hacerlo de la forma más rápida y eficiente posible para poder no incrementar los costes totales de éste y poder rentabilizar al máximo cada eslabón de producto o servicio que se da en la cadena de los lácteos.