

Sostenibilidad en el sector del *packaging*: avances, retos y el camino hacia un futuro más responsable

El sector del *packaging* vive un momento de transformación crucial. A medida que la sostenibilidad deja de ser una opción para convertirse en una necesidad imperativa, las empresas que diseñan y producen envases y etiquetas tienen el desafío de reinventar sus procesos y productos. Esta transición no es sencilla, pero representa una oportunidad única para contribuir al cuidado del medio ambiente, a la vez que se genera valor para los clientes y la sociedad.

Por *Sandra Mercé*, RESPONSABLE DE MARKETING Y COMUNICACIÓN DE FERLICOM GROUP

Los envases y etiquetas juegan un papel esencial en el comercio global, desde proteger productos hasta comunicar mensajes de marca y asegurar la trazabilidad. Sin embargo, su impacto ambiental ha sido objeto de creciente escrutinio. El uso de plásticos de un solo uso, los residuos no reciclables y el elevado consumo energético asociado a la producción han situado al sector como uno de los focos de la crisis ambiental. Frente a esta realidad,

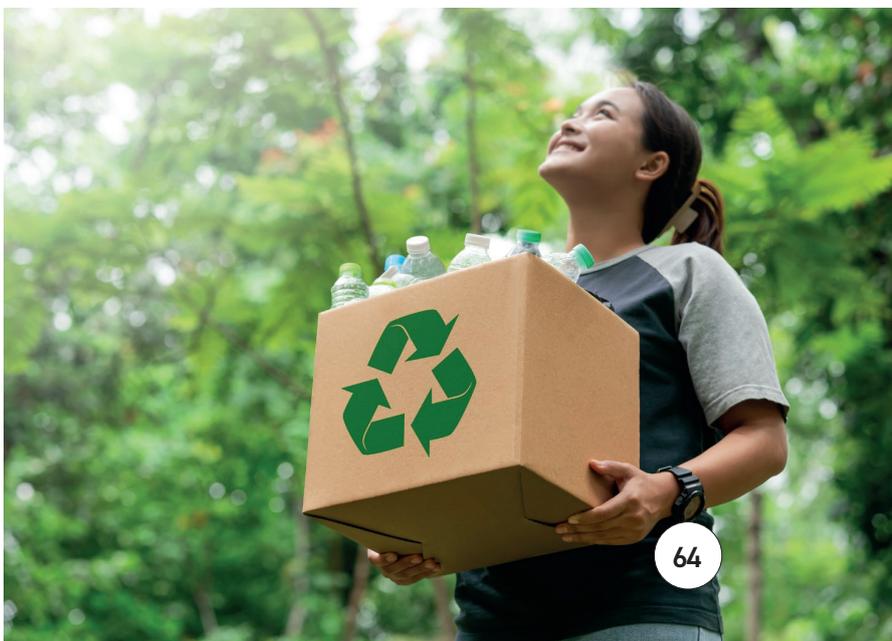
la sostenibilidad emerge como una hoja de ruta para minimizar estos efectos y garantizar un equilibrio entre las necesidades del mercado y la protección del planeta.

MATERIALES SOSTENIBLES: UNA APUESTA NECESARIA, PERO DESAFIANTE

Uno de los pilares de la sostenibilidad en el sector del *packaging* es la selección de materiales que reduzcan la carga ambiental.

Los plásticos, que han dominado la industria por décadas debido a su bajo coste y versatilidad, son también una de las mayores amenazas para el medio ambiente. Gran parte de los envases plásticos terminan en vertederos o, peor aún, contaminando los océanos.

En respuesta, muchas empresas están optando por materiales reciclados, biodegradables o compostables, desarrollados para cumplir funciones similares a los plásticos tradicionales pero con un impacto ambiental reducido. Esta transición, aunque prometedora, no está exenta de retos. Los materiales alternativos suelen ser más costosos y, en algunos casos, tienen propiedades técnicas limitadas en comparación con los plásticos convencionales. Además, asegurar que estos materiales sean realmente reciclables o compostables en la práctica y no solo en teoría requiere inversiones en infraestructura y sensibilización a lo largo de la cadena de valor.



HUELLA DE CARBONO: MEDIR PARA ACTUAR

En el camino hacia un modelo más sostenible, la medición del impacto ambiental es esencial. Conocer y reducir la huella de carbono se ha convertido en una de las prioridades del sector. Este indicador mide las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) asociadas a las actividades de producción, distribución y disposición final de los productos.

En empresas como Ferlicom, el cálculo de la huella de carbono no solo se aplica a nivel corporativo, sino también a proyectos específicos. Cada producción es analizada teniendo en cuenta todas las variables involucradas: el tipo de



material, las cantidades utilizadas, los procesos empleados y la logística asociada.

El resultado se traduce en toneladas equivalentes de CO₂, ofreciendo una base científica

para evaluar alternativas y tomar decisiones.

Además, la medición de la huella de carbono va más allá de una simple cifra. Es una herramienta educativa que impulsa

EXOSOME-LIKE SYSTEMS

INdermal
by Nanovex Biotechnologies

- ✓ Penetración no invasiva y liberación controlada
- ✓ Tecnología biomimética para una afinidad celular probada
- ✓ 1 millón de veces más concentrado que las fuentes naturales

Hasta **20x** incremento de la eficacia



cosmetUP
Distribuidor Exclusivo España



Descarga Brochure

la concienciación ambiental tanto dentro como fuera de la empresa. Al traducir el impacto a un lenguaje común (toneladas de CO₂), facilita la comparación y comprensión de los efectos reales de nuestras actividades, marcando el punto de partida para implementar mejoras concretas.

ECONOMÍA CIRCULAR Y GESTIÓN DE RESIDUOS: CERRAR EL CICLO

La economía circular es otro pilar clave en el camino hacia la sostenibilidad del *packaging*. Este modelo busca maximizar el valor de los recursos al reutilizarlos y reciclarlos, evitando que se conviertan en residuos. En un sector donde la producción masiva genera inevitablemente mermas, implementar estrategias de economía circular no solo reduce el impacto ambiental, sino que también optimiza el uso de materiales y costes.

Un ejemplo destacado es la iniciativa *Zero Waste* del grupo, que garantiza que el 100 % de sus residuos se reciclen o valoricen energéticamente. En 2023, la empresa gestionó más de 278 toneladas de residuos, logrando que el 64 % se destinara a la creación de nuevas materias primas secundarias y el 36 % se usara para generar energía. Este tipo de prácticas no solo minimizan el impacto ambiental, sino que fomentan una economía más equilibrada y responsable.

Otra iniciativa que refuerza la economía circular es el proyecto Escola Imprenta, que reutiliza materiales sobrantes del proceso de impresión para donarlos a escuelas y organizaciones sociales. Este enfoque no solo reduce el

desperdicio, sino que genera un impacto positivo en comunidades vulnerables, demostrando cómo la sostenibilidad puede ir de la mano con la responsabilidad social.

REGULACIONES Y EXPECTATIVAS DEL CONSUMIDOR

El marco normativo también está impulsando cambios significativos en el sector. A nivel global, gobiernos y organismos internacionales están implementando leyes más estrictas para reducir el uso de plásticos y promover el reciclaje. Estas regulaciones, aunque necesarias, suponen un reto para las empresas, que deben adaptarse rápidamente para cumplir con los nuevos estándares sin comprometer la calidad o la competitividad de sus productos.

Por otro lado, la presión del consumidor juega un papel fundamental. Los clientes exigen cada vez más productos sostenibles y están dispuestos a premiar a las marcas que adoptan prácticas responsables. Sin embargo, esto también ha llevado a un aumento de prácticas de *greenwashing*, donde algunas empresas exageran o falsifican sus credenciales ecológicas. Combatir este fenómeno es esencial para preservar la integridad de los avances en sostenibilidad y garantizar que los cambios sean genuinos y efectivos.

INNOVACIÓN Y RENTABILIDAD: ENCONTRAR EL EQUILIBRIO

Adoptar prácticas sostenibles puede implicar una inversión significativa, especialmente en las etapas iniciales. Sin embargo, estos esfuerzos generan un retorno que va más allá de lo económico.

La sostenibilidad se está convirtiendo en un factor de diferenciación en el mercado. Las empresas que adoptan prácticas responsables no solo ganan en reputación, sino que también fortalecen la fidelidad de sus clientes y aseguran su relevancia en un mercado cada vez más competitivo.

Además, la sostenibilidad impulsa la innovación, desde el desarrollo de nuevos materiales hasta la optimización de procesos. Este enfoque, aunque desafiante, abre la puerta a nuevas oportunidades de negocio y colaboración en la industria.

UN FUTURO EN CONSTANTE EVOLUCIÓN

El camino hacia un *packaging* más sostenible es un proceso continuo de aprendizaje, adaptación e innovación. Las empresas del sector tienen la responsabilidad, pero también la oportunidad, de liderar este cambio. La combinación de avances tecnológicos, políticas públicas y conciencia social ofrece un escenario prometedor para construir un futuro donde el *packaging* no sea solo un problema, sino parte de la solución.

La experiencia demuestra que es posible integrar la sostenibilidad en el modelo de negocio, generando beneficios tangibles e intangibles para todas las partes interesadas. Medir, reducir y actuar son los pasos esenciales para garantizar que el progreso económico no comprometa la salud del planeta. En definitiva, el sector del *packaging* tiene ante sí un reto ambicioso, pero imprescindible: equilibrar sus objetivos comerciales con la protección del entorno que todos compartimos 🌱