

La importancia de los empaques y los envases para los alimentos

Ismael Povea Garcerant
Ingeniero de alimentos
Universidad de la Salle, Bogotá, Colombia
ismaelpovea@gmail.com

La sociedad moderna no contempla un producto comercializado sin un buen material de envase y embalaje, indistintamente de la forma, el tamaño, el material, el diseño gráfico, etc.

Si se tiene en cuenta que la principal propiedad de un alimento es aportar energía y nutrientes para el consumidor, el envase cobra un papel fundamental durante su comercialización, ya que éste se convierte en la principal barrera entre el medio ambiente y el producto. No en vano el 60% de los materiales de envasado que se producen se destinan para los alimentos pues, desde el momento en el cual abandona su medio natural hasta su consumo, los alimentos son “atacados” por microorganismos, macroorganismos, malas prácticas de manipulación, factores físicos, químicos y fisicoquímicos, así como por los cambios propios del producto (reacciones internas) que lleva a su deterioro, fallos o cambios en sus propiedades organolépticas y microbiológicas, llevando a la terrible consecuencia del rechazo por parte del consumidor.

Según la Organización Mundial de la Salud, el deterioro de alimentos de los países en desarrollo alcanza el 35 – 40% dependiendo del producto, mientras que en los desarrollados la cifra alcanza el 2 – 3%, gracias a los sistemas de envasado y los sistemas de distribución, lo que conlleva a una mayor competitividad de sus productos en los mercados internacionales, segmento de alta importancia para la economía de todos los países. Un envase adecuado puede reducir las pérdidas de productos presentadas por magullamiento, lo que conlleva a contar con mayor disponibilidad de materias primas y puede redundar en un precio más estable del producto. Lo anterior permite deducir la importancia que tiene el envase en la cadena de comercialización de los alimentos y en el incremento de la competitividad de las empresas, ya que éste se convierte en una

herramienta fundamental para la consecución de nuevos mercados gracias a su función como "vendedor silencioso".

Sin embargo, el pequeño y mediano empresario, esa gran fuerza productiva de nuestro país, no le da la importancia que el envase se merece teniendo en cuenta que por medio de éste se puede ofrecer al mercado un producto que exceda las expectativas del consumidor.