



REDBAKERY

BakeryNews

Food-Pack®

RECETAS REDBAKERY

BANANA CAMEL

ACTUALIDAD EMPRESARIAL

WORLD PACK: EL TIEMPO ES UN ALIADO

Francisco Araya

GERENTE COMERCIAL FOOD-PACK

"La empresa se ha preocupado por la evolución e innovación"

**UN BUEN PACKAGING
ES UNA NECESIDAD**



**ETIENNE MARCEL
PATISSERIE
FRANCAISE;
FANTASTIQUE!**

(P. 12)





Food-Pack®

Un buen envase vende más!

EL LATIDO DEL PACKAGING EN CHILE

Por Jeannette Muñoz A.

La empresa se ha preocupado por la evolución e innovación. Buscan la solución a las necesidades de cualquier vendedor de alimentos tales como: gelaterías, panaderías, reposterías y en general en toda la industria del bakery.

Francisco Araya, Gerente Comercial, nos recibe y amablemente responde a nuestras inquietudes.

En la web ustedes señalan con mucha razón; "Un buen envase vende más" ¿Cómo se ve esta máxima en los productos de Food Pack?

Simplemente privilegiando en nuestra cartera de productos, envases que destaquen el producto que se vende. Nuestros clientes dedican gran esfuerzo y dedicación a elaborar productos de la mejor calidad y deben contar con un envase que no sólo funcione bien, sino que además potencie la experiencia del cliente e incentive su compra.

Un par de ejemplos; Línea de Tortas Lisas GALVA-NOTEK Contemporánea. El hecho de contar con una cúpula lisa definitivamente potencial la mejor exhibición de una Torta de Calidad, incrementando la venta de mesón.



Un vaso de transparencia tipo cristal, de marca FABRIKAL, en que se puede combinar el vaso, con un inserto interior, tapas planas sin ranura con una tapa Domo con o sin hoyo, permite una infinidad de combinaciones que hacen que jugos Premium, ensaladas de verduras o fruta, yogurt con cereales, smoothies o granizados se conviertan en una verdadera tentación en el exhibidor o para llevar.

¿Cómo nace Food Pack? La idea nació fuera de nuestras fronteras ¿Nos comenta el proceso?

Daniel Riadi, fundador de Food-Pack luego de ejercer como ejecutivo de Compañías de Telecomunicaciones, decide emigrar a USA, y luego a México, donde pudo constatar como la tendencia de la incorporación masiva de la mujer al mercado laboral, potenciaba el mercado del food service, así como la importancia de los envases desechables en este proceso.



En un viaje a Chile traje algunas muestras y visitó clientes, que manifestaron mucho interés en contar con mayor variedad y calidad de productos. De forma que 1994 inició este emprendimiento, que gradualmente y con mucho esfuerzo, tenacidad y trabajo, y en conjunto con nuestros clientes, proveedores y un gran equipo de trabajo, se ha logrado consolidar en lo que es Food Pack hoy.

¿Qué es para ustedes el packaging como concepto por parte de la experiencia del cliente?

¿Puedes imaginar un mundo sin envases? Imposible. Desde el inicio de los tiempos se requirió proteger la comida, conservarla, transportarla, y disponerla de forma que minimizará los riesgos y facilitara su consumo. El desarrollo industrial permitió que se lograran grandes avances, en especial de costos, que masificaron su uso. Sin embargo, la gran competencia y la evolución de la necesidad de consumir alimentos fuera del hogar, genera múltiples nuevas necesidades, como, por ejemplo, que los envases sean de un solo uso, que los alimentos se exhiban de forma atractiva a la vista, se maximice el tiempo en góndola, resistan distintos requerimientos de temperatura, etc.

Los procesos de envasado deben pasar por varios pasos para su posterior diseño. ¿Los envases los importan, se fabrican en máquinas acá? ¿Hay opción de crear de acuerdo

a requerimientos específicos?

Ante una necesidad específica, nuestra primera acción es ver los productos que mantenemos en stock, luego revisar los catálogos de nuestras 70 fábricas proveedoras de distintos países, y si no encontramos el producto adecuado, evaluamos la factibilidad de desarrollos ad-hoc, para lo cual es necesario cumplir con mínimos que justifiquen la inversión en una matriz de producción.

porciones mucho más pequeñas de pasteles individuales y postres, así como la complementación con café, té y bebidas frías para llevar. Para cada una de estas necesidades, tenemos productos que se han constituido en un gran aporte al desempeño de este tipo de negocio.



Claramente, la Panadería-Pastelería tradicional está evolucionando como consecuencia de fenómenos que afectan a todos los rubros del retail. Escasez de personal, necesidad de maximizar ventas por M2, minimizar el tiempo de compra en el local, etc. Por esto, vemos la tendencia a ir incorporando en los locales exhibidores de autoservicio, que requieren envases que luzcan el producto, y que el cliente pueda tomar y llevar directamente a caja, sin pasar por el proceso de empaque. Asimismo, la venta de



¿Nos presenta sus líneas de productos, los materiales con los cuáles están confeccionados y sus usos específicos?

Nuestros productos los clasificamos según su uso: Para la Mesa, Para Envasar, Para envolver y llevar, Para manipular y Productos de Higiene Industrial. Dentro de cada clasificación hay una gran variedad de opciones, según el uso específico.

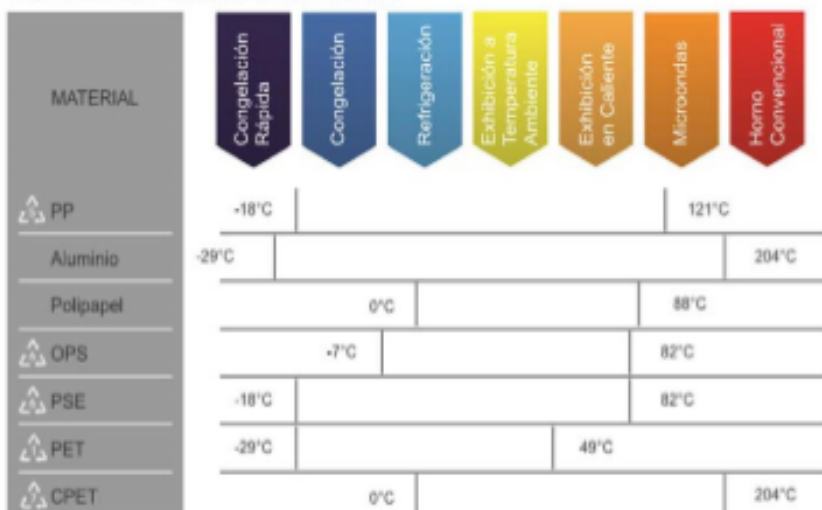
Los materiales son los diversos tipos de plástico según la funcionalidad que busquemos puede ser PET, PP, PS, PSE, PLA. En Bolsas plásticas están básicamente los PEAD y PEBD y PP. En papel y cartón hay una gran variedad de grosores y calidades. Hay otros materiales como madera (Cubiertos, revolvedores); Vinilo o Látex para los guantes; Papel tissue para productos de Higiene: PVC en film de alimentos o paletizador, etc.

Para facilitar la elección del envase adecuado, confeccionamos un cuestionario se asesoría que permite acotar la selección y ser más asertivo en proponer una solución de envase.

¿Cantidades de producción diaria o mensual? ¿Nos pueden dar algunas cifras que nos orienten?

En Food Pack contamos con más de 1.500 productos a disposición de nuestros clientes, para satisfacer un amplio rango

PAUTAS DE TEMPERATURA POR MATERIALES



de necesidades. Tenemos instalaciones e infraestructura logística en permanente desarrollo que nos permiten distribuir 2 millones de cajas al año. Atendemos un amplio rango de clientes, destacando una amplia cobertura de sub distribuidores, todas las empresas del retail, plantas de alimentos, y cientos de emprendedores, muchos ya consolidados, que convirtieron su pasión en un negocio de sustento familiar. Con ellos nos sentimos identificados y hacemos nuestro mejor esfuerzo por proveerlos de buenos productos, y un mejor servicio.

¿Se estudia el comportamiento de los usuarios con los envases de transporte? ¿Hay feedback útil de los clientes directos de Food Pack?

Hemos realizado estudios de servicio y mercado, pues estamos empeñados en construir indicadores que nos permitan ir midiendo la satisfacción de

nuestros clientes, que para parámetros de esta industria son muy altos, pero que nosotros siempre consideramos insuficientes. Hemos detectado aún existe un concepto generalizado que el trabajo del restaurant prácticamente termina al envasar el producto, y no al momento de consumo en el hogar o en la oficina. Mantener la temperatura en bebidas frías o calientes, en las comidas preparadas, evitar que la humedad distorsiones el producto, evitar derrames con vasos y envases con un cierre hermético, etc. Aún hay un gran potencial de productos que optimizan dicha experiencia y que sólo los más innovadores están adoptando para diferenciarse y potenciar su venta.

¿Los clientes de Food Pack los consideran como socios estratégicos de sus negocios? ¿Hay evolución en esta relación?

La forma moderna de relacionarse

 **Food-Pack.**
Envases del Mundo...
a tu disposición!



con clientes, proveedores y colaboradores internos, ha evolucionado de enfocarse en cuánto es el poder negociador con cada uno de ellos, a un foco en la colaboración, cómo lograr satisfacer en forma sustentable en el tiempo las necesidades del cliente final. Para ello se requiere de un trabajo conjunto de todos los involucrados, buscando elevar la satisfacción a niveles de excelencia. Este tremendo desafío es algo que desde la fundación de Food Pack, ha estado presente. Hemos construido relaciones de largo plazo, hemos colaborado y asesorado a nuestros clientes en su desarrollo, y nos esforzamos en que dichas relaciones se mantengan en el tiempo, involucrando a toda la cadena de abastecimiento en el éxito del cliente final a través de la satisfacción del usuario final del producto.

Acerca de la responsabilidad ambiental, ¿Cuál es la filosofía de Food Pack?

Nuestra filosofía es que estamos comprometidos con el objetivo de disminuir el impacto ambiental que producen los envases, una vez que son desechados. Desde hace años nos hemos relacionado en conjunto con nuestros proveedores, especialistas, asociaciones gremiales, gestoras de Puntos Limpios, y recicladores, de forma de entender cuáles son las restricciones prácticas en detalle para impulsar el reciclaje de todo tipo de materiales. Sin embargo, existe un "piso" que no se ha impulsado como corresponde en nuestro país y en el mundo en general, que es la conciencia de que la mayor contaminación se produce cuando el usuario final ni siquiera es capaz de utilizar un basurero. En eso, todos somos responsables como usuarios, y ese solo punto, evitaría la existencia de la "Isla de Plástico"; En segundo lugar, disponer el envase para que sea reciclado. Hoy existen muchas opciones de "Puntos Limpios", pero

esperamos un gran impulso con la implementación práctica de la Ley de Gestión de Residuos y Responsabilidad Extendida del Productor (Ley N° 29.920) aprobada el año 2016, restando sólo la emisión de los Decretos Supremos que regularán la actividad. En ella nos corresponde asumir un rol relevante, para impulsar la actividad de la recolección y reciclaje de los productos plásticos, de cartón y papel. En tercer lugar, la incorporación de productos "compostables". Pese a que existen hace varios años, la preferencia de los usuarios finales por estos productos es muy débil aún, en especial porque tienen un mayor costo.



Del mismo modo, la actividad de compostar residuos, ya sea en forma doméstica, como industrial, es muy exigua en Chile. Sin embargo, ya hace unos 5 años que contamos con este tipo de productos en nuestra cartera y creemos que la preferencia por ellos es creciente en el tiempo. En paralelo, estamos atentos a los nuevos materiales, diseños, y políticas, que impacten positivamente en la disminución de la huella de carbono, y nos permitan heredar un mejor futuro a nuestros descendientes.

¿Novedades en packaging para el 2017?

Los clientes están buscando mayor diferenciación en sus productos. ¡Hay que conseguir que el cliente final te prefiera!: Los productos de kraft, de apariencia más natural, están tomando fuerza de a poco en el mercado. Y los productos de "take and Go", de exhibidor en todo tipo de tiendas, restaurantes, cafeterías, pastelerías están en un verdadero boom.



¿Cómo ven el mercado del envase en Chile? ¿Se innova, se copia?

Como un país abierto al mundo, en el mundo de los envases las empresas fabricantes locales se han enfocado en lo que son más eficientes. Básicamente, los envases para frutas de exportación. En esto, Chile es líder mundial en calidad, costos, innovación, tecnología, etc. Por lo mismo, las importaciones están orientadas a nichos de productos en que otros países se han especializado. Por ejemplo, en Pastelería el líder es Brasil. Con un mercado interno enorme, han desarrollado diseños atractivos y soluciones creativas para los grandes supermercados y empresas pasteleras locales.

En envases de ensaladas, y para comidas frías, hay un gran aporte de la Industria Colombiana. Si es para productos masivos, el liderazgo de costos de la industria China es una gran ventaja. Cuando se requiere productos de vanguardia, recurrimos al

mercado norteamericano, que tiene una infinita variedad de envases, materiales para los usos más específicos, etc.

Desde el punto de vista de los clientes finales, hay clientes innovadores, y clientes más tradicionales, que no toman riesgos, como en todo mercado. Sin embargo, la presión por vender más en una economía de escaso crecimiento, pone el foco en la diferenciación y potenciar la marca de sus negocios, utilizando envases impresos.

Desde 1994, el foco de Food Pack ha estado en atender con productos innovadores a todos quienes proveen de alimentos que requieran de un envase descartable. Ellos están enfocados en seguir desarrollando e incrementando el número de productos, clientes y servicio que prestan por muchos años más, manteniendo un lazo de colaboración y apoyo mutuo por un largo tiempo. 🌈

www.foodpack.cl