



IMPACT

La industria del embalaje

1º artículo

Autor: Politeknika Ikastegia Txorierri

Fecha: 24/05/2022

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación (comunicación) es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

PROJECT NUMBER KA220-VET-2C41B6B6



**Cofinanciado por
la Unión Europea**

La pandemia de Covid-19 ha transformado rápidamente el comportamiento de los consumidores en varios aspectos. Entre ellas, un impulso espectacular de las compras en línea en todas las categorías y un cambio generalizado en la actitud de los consumidores hacia los envases sostenibles.

Como se ha demostrado ampliamente en diferentes estudios¹, cuando la pandemia se desató, se produjo un cierre global del comercio físico que exacerbó la expansión del comercio electrónico hacia tasas de entrega nunca vistas, acercando a los clientes a nuevas empresas y tipos de productos.

A pesar de las diferencias entre países, la crisis ha potenciado el dinamismo y ha ampliado el alcance del comercio electrónico. Ha introducido nuevas empresas, nuevos segmentos de consumidores (por ejemplo, personas mayores) y nuevos productos (por ejemplo, comestibles). En muchos países, las transacciones de comercio electrónico se han desplazado en parte desde los bienes y servicios de lujo hacia las necesidades cotidianas desde la comodidad y la seguridad del hogar del cliente. Esto se ha traducido en un gasto global de 910.000 millones de euros durante ese periodo de 2020, como muestra el informe Salesforce Holiday Shopping Report.

Sin embargo, este no ha sido el único cambio en los patrones de consumo. Los consumidores están empezando a preocuparse más por adquirir productos sostenibles, lo que se ha traducido en una mayor concienciación en materia de envases sostenibles². Los consumidores se muestran ahora dispuestos a pagar más por productos que sean respetuosos con el medio ambiente, y también se inclinan por adquirir envases más ecológicos con dichos productos.

Los cambios en el consumo han obligado a las empresas a mejorar las prácticas empresariales sostenibles, con cambios en sus procedimientos como el establecimiento de la economía circular. Al hacerlo, las empresas pueden crecer, mejorar su marca y ser más competitivas en el mercado³. A partir de ahora, tanto las empresas físicas como las que operan

¹ E.g. Ver el *Salesforce Holiday Shopping Report* <https://www.salesforce.com/resources/research-reports/retail-holiday-insights/>

O UNCTAD <https://unctad.org/news/global-e-commerce-jumps-267-trillion-covid-19-boosts-online-sales>

² McKinsey & Company (2020). <https://www.mckinsey.com/industries/paper-forest-products-and-packaging/our-insights/sustainability-in-packaging-inside-the-minds-of-us-consumers>

³ Accenture (2019). <https://newsroom.accenture.com/news/more-than-half-of-consumers-would-pay-more-for-sustainable-products-designed-to-be-reused-or-recycled-accenture-survey-finds.htm>



a través de plataformas en línea tendrán que adaptarse y adoptar prácticas sostenibles a largo plazo⁴.

¿Por qué IMPACK?

IMPACK se presenta como un proyecto innovador y ambicioso que pretende encontrar un diseño sostenible que promueva el uso de materiales respetuosos con el medio ambiente. Para ello, IMPACK reúne a organizaciones y PYMES con experiencia en el desarrollo de programas de formación y aprendizaje electrónico. El objetivo principal es desarrollar y ofrecer un programa de formación profesional que aborde un diseño de envases sostenible innovador y personalizado.

¿Cuáles son los resultados esperados del proyecto?

Como se ha mencionado anteriormente, IMPACK pretende crear un diseño de envase sostenible. Por ello, los resultados específicos esperados incluyen

1. La creación de un programa de formación de FP que promueva la educación a través de la innovación, la personalización y la sostenibilidad en el ámbito del envasado mediante el uso de recursos educativos interactivos.
2. Concienciar sobre nuevas formas de crear una cultura de diseño innovador en materia de envases sostenibles.
3. Desarrollar un diseño con el programa de formación que implique innovación, se adapte al comercio electrónico, un diseño listo para ser enviado y adaptado a las preocupaciones y preferencias actuales del consumidor.
4. Crear una comunidad de práctica para los proveedores de EFP a través de una academia virtual en la que se produzca un intercambio de colaboración de buenas prácticas y se sigan desarrollando los resultados del proyecto.

Últimas noticias del proyecto:

El consorcio del proyecto está constituido por seis socios de diferentes países: Chipre, Alemania, Grecia, Italia y España. Se reunieron por primera vez en Génova los días 15 y 16 de marzo de 2022. Discutieron todas las actividades del proyecto, centrándose especialmente en la investigación que les ayudará a definir la idea de los envases sostenibles. También se dividieron

⁴ OECD (2020). <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/>



las tareas relativas a las actividades de difusión, y la garantía de calidad, así como establecieron los próximos pasos para los próximos meses.

La descripción detallada del proyecto y sus actividades se publican en la página web del proyecto:

<https://impack.erasmusplus.space/>



EL CONSORCIO



Scuola di Robotica



POLITEKNIKA IKASTEGIA
TXORIERRI
S.COOP.



ASSERTED KNOWLEDGE
THE 101 EQUALSERS



HeartHands
— SOLUTIONS —
HANDS ON KNOWLEDGE



Cofinanciado por
la Unión Europea