“Universidad Centroamericana

José Simeón Cañas”

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales



**Gerencia de Marca**

Sección 01

“**Envase y Etiqueta”**

 **Presentado por:**



**Catedráticos:**

 Jaime Daniel Guevara Mira

 Fidel Ernesto Zablah Coreas

San Salvador, 30 de enero de 2020

# **¿Qué es el envase?**

El **envase** es el envoltorio o contenedor que tiene contacto directo con el contenido de un producto. Tiene la función de ofrecer una presentación adecuada que facilite la venta, el manejo, transporte, almacenaje, manipulación y distribución del producto.

Teniendo en cuenta la definición de empaque, es muy sencillo hacer la distinción:

* **El envase primario**: Es el que está en contacto directo con el producto.
* **El envase secundario:**Es el que protege al embalaje primario y se desecha en el momento que es usado el producto.
* **El envase terciario:** (También llamado envase de transporte), es el que protege al producto al momento de transportarlo, generalmente utilizado para exportación o distribución, contiene muchos embalajes primarios y secundarios.

**Función de los envases:**

El envase ayuda al consumidor a dosificar la adquisición de un determinado producto en el punto de venta, al mismo tiempo que informa de las características de acuerdo con la normativa vigente.

Para cumplir con este cometido, es necesario que el envase cumpla con las siguientes funciones:

* **Permitir la manipulación y el uso** **del producto:** Dosificando las cantidades demandadas por los diferentes segmentos de clientes.
* **Aportar al producto:** Protección mecánica contra (golpes y caídas) y agentes externos que puedan alterar sus propiedades como olor y sabor.
* **Informar al consumidor sobre el producto al que acompaña.** Esta información puede ser tanto de carácter obligatorio (fecha de caducidad, identificación del fabricante, etc.) como voluntario (recomendaciones de uso, información ambiental, etc.)
* **Diferenciar y destacar el producto / servicio:** En el punto de venta con respecto a sus competidores.

# **Tipos de envases:**

* **Envases de papel y cartón:**

Aquí incluimos ambos tipos de envases porque proceden de un mismo material en común, la fibra de la madera.

* **Envases de plástico:**

Este es uno de los mejores materiales para envases, porque el plástico conserva muy bien tanto los alimentos y demás productos como medicamentos.Sin embargo no es biodegradable lo cual es contaminante para el medio ambiente.

* **Envases de vidrio:**

Destacan entre los mejores envases por la pureza del vidrio, que no interactúa con los alimentos y demás productos que hay en su interior. Es importante recalcar que el vidrio tarda aproximadamente 4000 años en biodegradarse.

* **Envases de lata:**

Los enlatados son los favoritos de muchos alimentos de larga duración, sobre todo pescados, moluscos, carnes procesadas, bebidas gaseosas, embutidos y hasta aceites. Al igual que el vidrio, los envases de lata no son muy buenos en biodegradación: se estima que el aluminio tarda alrededor de 10 años para oxidarse.

# **Evolución de Envases:**

### **Terraware:** Cucharas, tenedores y cuchillos biodegradables. La tinta en el envase es biodegradable, como todo lo que se imprime.

### **Caja de vino/lámpara:** Los envases de vino ahora pueden dar luz a tu espacio. La parte inferior de la caja contiene los conectores y pocos accesorios adicionales para convertirla en una lámpara.

## **Hanger Pack:** El concepto es bastante simple: comprar camisetas online y tener una percha para las mismas, con un diseño reutilizable, hecho con material reciclado.

### **Lite2go:** Innovadora lámpara que elimina embalaje. Cuando la lámpara está montada, el envase se convierte en el color de la bombilla y la lámpara que contiene. Este ejemplo inteligente de doble uso muestra cómo el uso de los envases puede ser optimizado.

# **Adaptación del envase al Green Marketing o (Marketing Verde):**

El Green Marketing, nace como resultado de décadas de concienciación ambiental.

aquella adaptación del Marketing convencional a temas ambientales, una disciplina que propone usar métodos y técnicas de Marketing para ensalzar las cualidades ambientales de un producto o un servicio.

Dando como resultado empresas que han adoptado conciencia ambiental, y han implementado en sus productos y sobretodo en sus envases propuestas innovadoras ecologicas tambien conocido como el **Green Packaging.**

Diseño Sostenible para Envases: Es un enfoque de diseño en que se incluyen aspectos ambientales como criterios en la toma de decisiones. Se aplica a diseño de envases, así como productos, servicios y hasta modelos de negocio pueden verse beneficiados por este enfoque (llamado también Ecodiseño).

Los criterios que se suelen utilizar en el diseño sostenible son, entre otros, algunos ejemplos:

## **Cubiertos Comestibles:**

Su fórmula no es otra que mezclar mijo, arroz y trigo, formando una pasta lo suficientemente resistente com para poder entra en contacto con líquidos como las sopas, el café, leche o las infusiones calientes, sin que se deshagan.

Con la originalidad, por último, de haber distintas **aromatizaciones** (jengibre, ajo, menta con jengibre, pimienta negra y zanahoria con remolacha, entre otras) para que la comida sea más apetecible.

## **La taza comestible:**

Desarrollada por la compañía The Robin Collective, para la cadena de comida rápida KFC, la Scoff-ee Cup es una galleta en forma de taza, envuelta en papel de azúcar y con una capa de chocolate blanco. Debido a su textura es capaz de conservar el calor de un café y finalmente se puede comer.

## **Funda de patata:**

Este es un embalaje 100% biodegradable e isotérmico fabricado con almidón de patata, que ha sido presentado por la compañía de bebidas Veuve Clicquot y es la segunda versión del “Naturally Clicquot”.

## **Botellas de papel:**

La agencia Brandimage desarrolló una botella original, la "360 Paper Bottle", compuesta de 100% de materiales reciclados y reciclables, que incluyen una ligera capa de plástico reciclado dentro, para crear el sello perfecto.

## **Papel comestible para envolver:**

El papel comestible, elaborado normalmente con arroz, patata, maíz o trigo, es un viejo conocido, que **ya se usa en muchos restaurantes**, pero su aplicación comercial masiva solo está empezando a ser ahora una realidad.

# **La Etiqueta del Producto:**

En la actualidad, la "etiqueta" es una parte fundamental del producto, sirve para identificarlo, describirlo, diferenciarlo, dar un servicio al cliente y por supuesto, también para cumplir con las leyes, normativas o regulaciones establecidas para cada industria o sector.

# **Tipos de Etiquetas:**

Lamb, Hair y McDaniel, plantean que por lo general la etiqueta asume una de dos formas:

* **Etiquetas Persuasivas:** Aquellas que se centran en un tema o logotipo promocional, y la información al cliente es secundaria. En este tipo de etiquetas suelen incluirse declaraciones promocionales como: nuevo, mejorado, super; las cuales, a criterio de los mencionados autores, ya no resultan muy persuasivas porque los consumidores se saturaron con la "novedad".
* **Etiquetas Informativas:** Diseñadas con objeto de ayudar a los consumidores a que seleccionen adecuadamente los productos y a reducir su disonancia cognoscitiva después de la compra.

**Según Fisher y Espejo, la etiqueta se clasifica en:**

1. **Etiqueta obligatoria**: Es uno de los medios de que disponen los gobiernos para proteger al consumidor en lo concerniente a a salud y seguridad; se le protege de los informes engañosos y se garantiza una información precisa que permita una elección racional entre los productos cada vez más numerosos y complejos que se ofrecen.
2. **Etiqueta no obligatoria:** Tiene dos categorías:
	* **Etiqueta sistemática:** Informa sobre la composición y las propiedades de los productos.
	* **Etiqueta concebida:** Es aplicada por los productores y vendedores: La mayor parte de las etiquetas no obligatorias entran en ésta categoría ya que describen el contenido en forma total o parcial.

# **Características de la Etiqueta:**

A continuación, veremos algunas de las principales características de la *etiqueta*:

* Debe ser adaptable al envase en tamaño, color, forma.
* El material debe ser resistente para que perdure desde la salida del producto del almacén hasta llegar a las manos del consumidor final.
* Debe estar perfectamente adherida al producto o al empaque para evitar que se desprenda y genere confusión al pegarse accidentalmente en otro artículo.
* Debe contener la información en el formato exigido por las leyes, normativas o regulaciones del sector, si éstas hubiesen; caso contrario, deben incluir información que el cliente necesita para tomar decisiones adecuadas.
* Su diseño debe diferenciarlo de otros productos al mismo tiempo que capta la atención del público.
* De ninguna manera, debe contener información ambigua, incompleta, engañosa o falsa que induzca al consumidor al error.
* Debe incluir datos de contacto, como: teléfonos, fax, dirección, sitio web, número de línea gratuita de atención al cliente, etcétera; de tal manera, que el cliente sepa cómo comunicarse con el fabricante o distribuidor para expresar sus quejas, dudas o sugerencias.
* Dependiendo el caso, puede incluir un "plus" para el cliente, por ejemplo, consejos, tips, recetas, entre otros.

# **Funciones de las Etiquetas:**

Según Kotler y Keller, las etiquetas desempeñan diversas funciones

* En primer lugar, identifican el producto o la marca
* En segundo lugar, pueden graduar el producto (los duraznos en almíbar vienen graduados con las letras A,B y C)
* En tercer lugar, sirven para describir el producto: quién lo fabricó, dónde, cuándo, qué contiene, cómo se utiliza e indicaciones de uso seguro