



TEMA: ENVASES Y EMBALAJE PARA EXPORTACIÓN

MBA ISRAEL SANGUINETI

isanguineti@soluzioniinternational.com

Seminario Miércoles del Exportador – PromPerú

10 de agosto de 2016

Lima, Perú



"Cualquier producto de cualquier naturaleza y material que se utilice para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar mercancías así como los artículos desechables utilizados con ese mismo fin"

Envase

Recipiente que tiene contacto directo con el producto específico, con la función de envasarlo y protegerlo.



Empaque

Presentación comercial de la mercancía, contribuyendo a la seguridad de esta durante sus desplazamientos y lográndola vender dándole una buena imagen visual y distinguiéndola de los productos de la competencia.



Embalaje

Prepara la carga en la forma mas adecuada para su transporte en los modelos elegidos para su despacho al exterior y para las distintas operaciones a que se someta durante el viaje entre el exportador y el importador.



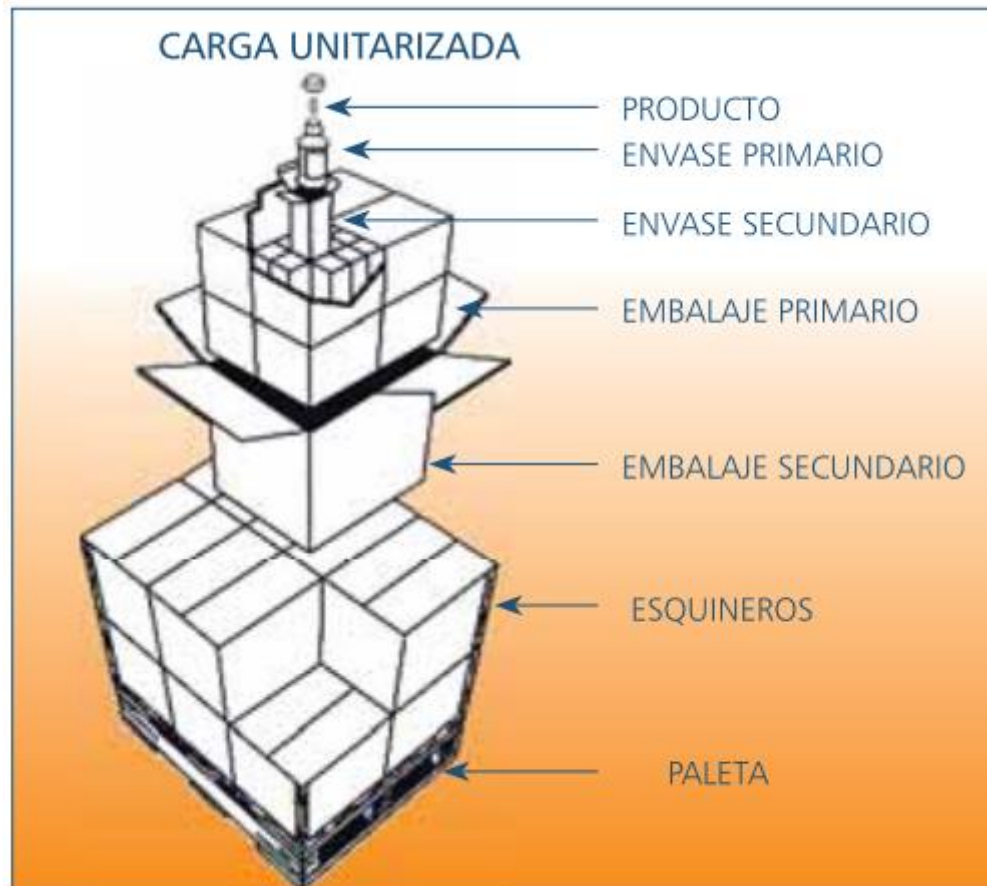
Empaque vs Embalaje

- El empaque es la manera de presentar el producto para la venta.
- El empaque esta orientado hacia el marketing.

- El embalaje es la protección del protección del producto durante el transporte y/o almacenamiento.
- El embajale esta orientado hacia la logística.

Los empaque, teniendo en cuenta sus características, se pueden clasificar en:





- Contiene cierta cantidad de producto.
- Conserva la permanencia de las características del producto durante la vida del mismo.
- Protege el contenido del producto de alteraciones por la acción de agentes externos.
- Promueve la venta.
- Facilita el uso del producto.
- Proporciona valor de reutilización al comprador.
- Facilita el almacenamiento, la distribución y el manejo del producto.

EMBALAJE

Proteger las características de la carga y preservar la calidad de los productos que contiene.

Facilitar el traslado de la carga y permitir su transporte en las mejores condiciones, según el modo que se utilice.

Facilita:

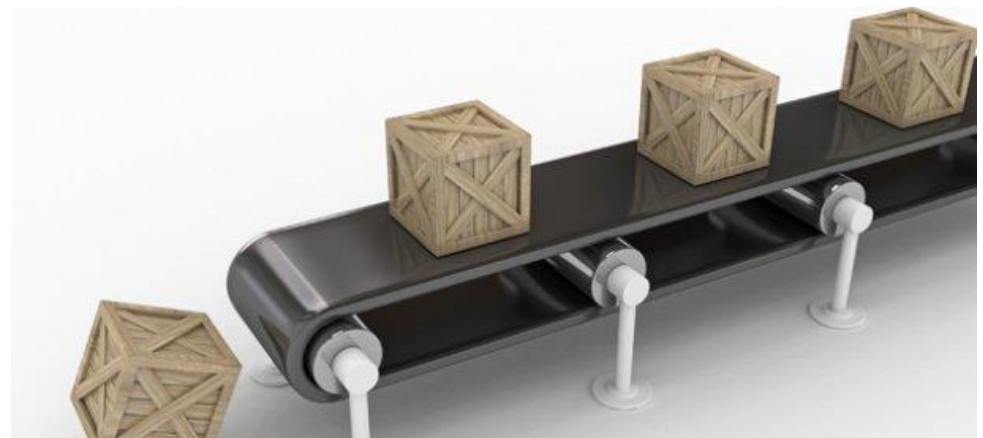
- Manipuleo de la carga.
- Almacenamiento.
- Unitarización.
- Distribución.
- Tarifas de fletes.
- Primas de seguro.

FUNCION SOCIAL

- Reducen las pérdidas de productos.
- Mejoran la eficacia de la distribución de todo tipo de bienes de capital y consumo, reduciendo los costos de transporte.
- Facilitan al consumidor la información necesaria sobre las características del producto y la forma de utilización del mismo.
- Han permitido el acceso de todo tipo de mercancías a cualquier punto del mundo, facilitando el advenimiento de nuevos modelos de comercialización.

TÉCNICA

- Contención.
- Protección y conservación.
- Comunicación.
- Facilidad de fabricación.
- Comodidad y uso.
- Almacenamiento y distribución



MERCADOLÓGICA

Función de Localización:

Tiene que ver con la forma y con el aspecto gráfico del empaque, de forma que sus colores lo hagan visible y destacable desde lejos, en función de una marca.

Función de Identificación:

Facilitar al consumidor para descifre los signos visibles del empaque y similares a los que está acostumbrado a ver en productos de la misma categoría.

MERCADOLÓGICA

Función de Información:

Incluye, además de la incita al deseo para producir etiqueta, de su contenido la compra. Un bonito habitual y las informaciones empaque atrae la mirada y legales obligatorias, otros vende. Datos complementarios.

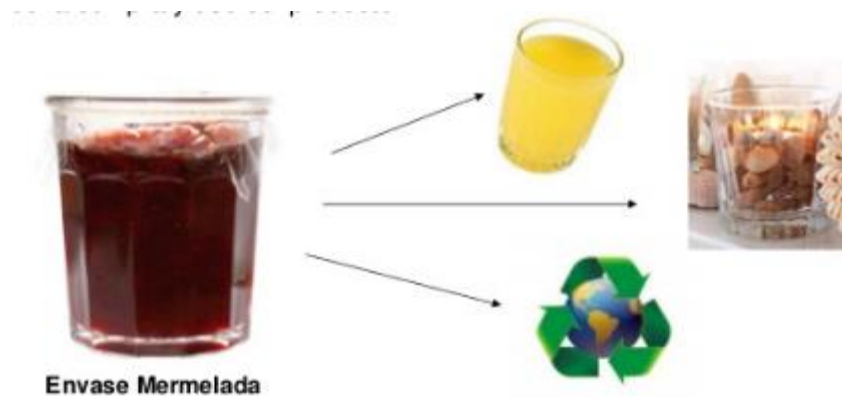
Función de Seducción:

Incita al deseo para producir la compra. Un bonito empaque atrae la mirada y vende.

MERCADOLÓGICA

Función de Servicio:

Conjunto de cualidades de uso o de facilidades de empleo que debe tener un empaque desde el punto de vista del consumidor. Se percibe después de la compra y uso del producto.



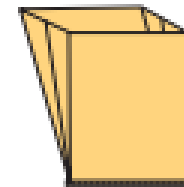
Empaques de papel

Se utiliza principalmente como envoltorios, dentro o fuera de otros empaques o embalajes.

Ejemplos: bolsas, botes y cajas plegables de cartoncillo. Ofrecen protección frente a la luz y el polvo.

El papel absorbe la humedad del aire y pueden servir para retrasar el deterioro del producto debido a este factor. No ofrecen protección mecánica.

Saco cosido con fuelle



Saco con fondo traslapado, engomados



Saco con fondo escalonado, engomados



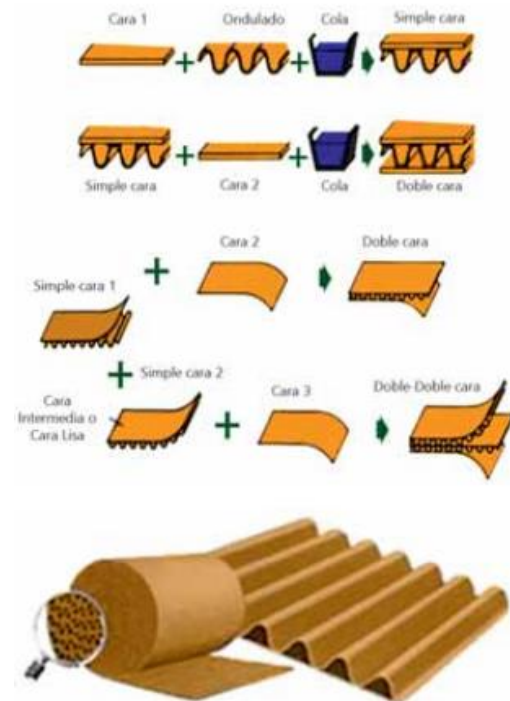
Empaques de cartón corrugado

Material de celulosa, que consiste de una hoja de papel con la cual se forma una “flauta” (papel ondulado) en una máquina corrugadora.

En ambos lados de la flauta se adhieren hojas planas de papel, conocidas como “liner”. La resistencia del cartón varía de acuerdo con el tipo de onda utilizado: A (5.0mm), B (3.0 mm), C (4.0 mm), E (1.5 mm). Son los más utilizados para el transporte y protección de productos a nivel local y para exportación.

Envasado de calzado, frutas y hortalizas, artesanías, decoración, maquinaria industrial, electrodomésticos, mercancías a semi granel, entre otros.

Diagrama de cómo se fabrica el cartón corrugado



Empaques de plástico

Encontramos empaques plásticos con materias como el PET, PEAD, PP, PVC, entre otros.

Estos recipientes tipo bolsas, frascos, tubos, cajas, botes, bandejas, etc., son normalmente utilizados para el envasado de alimentos, cosméticos, productos de aseo, aceites, etc.

Ofrecen mayor resistencia y protección al producto. No son fácilmente reciclables. Afectan el medio ambiente.



Empaques metálicos

Los dos principales materiales para la elaboración de empaques y embalajes metálicos son el acero y el aluminio. En el enlatado de alimentos predomina el uso de empaques en acero; en el envasado de bebidas con gas predomina el uso de empaques en aluminio.



Empaques metálicos

Como lámina, el aluminio es un componente para los envases de los tarros y cajas de chocolates, galletas, dulces, tubos flexibles de cremas dentales y los empaques de aerosoles, etc. En la industria alimentaria el uso de bandejas, platos y vasos en acero es muy usual, sobretodo en el subsector de restaurantes.

Ofrecen mayor resistencia y protección al producto. Son de fácil reciclabilidad. Reutilizables. Se utilizan para empacar alimentos tales como: Atunes, sardinas, patés, conservas de verduras, entre otros.



Empaques de vidrio

Cuerpo transparente, sólido y frágil, que proviene de la fusión de arena silíceo con potasa o soda cáustica. En este material, los empaques más usuales son las botellas y los frascos.

Sirven para contener una gran variedad de productos como bebidas, alimentos (salsas, compotas), cosméticos, farmacéuticos, entre otros. Ofrecen mayor resistencia y protección al producto. Son de fácil reciclabilidad. Visibilidad del contenido. Reutilizables.



Empaques en madera

Funcionan más como embalajes y son una alternativa para la exportación de bienes pesados y como envases a la medida para algunos productos que requieren una protección adecuada en el momento del transporte.

Utilizados para embalar material CKD, repuestos y maquinaria pesada. Sirven también para la elaboración de estuches de lujo. Ofrecen mayor resistencia y protección al producto. Reutilizable. Sensible a plagas. Control sanitario.



Paleta de madera de doble entrada

Paleta estándar de dos entradas

Empaques con material textil

Los textiles que se usan para embalajes y empaques, provienen de fibras vegetales como el yute, fique, cáñamo, algodón y sisal. Normalmente se usan para elaborar bolsas y sacos, y su finalidad es guardar productos a granel. Bajo costo. Alta disponibilidad en el mercado. Sensible a plagas. Control fitosanitario.



Empaques con materiales complejos o compuestos

Materiales formados por 2 o más componentes que aportan alguna cualidad específica al producto que se va a empacar. Los materiales usados para realizar éstas combinaciones son: El papel, la hoja de aluminio y los plásticos. Un ejemplo de estos son los empaques tetrapack que contienen leche, jugos, etc.



PALLETS

Éstas son una plataforma para transporte sobre la cual puede depositarse una cantidad determinada de mercancías o unidades de carga, y que para efectos de manejo se desplaza con dispositivos mecánicos como grúas, carretillas o montacargas motorizados. Se componen de dos entablados unidos entre sí, portravesaños separados.

Existen las combinaciones “paleta caja”, en la que la paleta puede sustituir el piso de una caja y convertirse en parte intrínseca del embalaje; se puede combinar con cajas de madera, metal o cartón.



Ventajas de la paletización

- Aumento de productos almacenados para un área determinada por mejor utilización del espacio del piso y el espacio vertical o aéreo.
- Ahorro en costo de manipuleo en alrededor de 40 a 45%.
- Eliminación de pérdidas por roturas y daños.
- Los accidentes personales se reducen al sustituir el manipuleo y carga manual por manipuleo mecánico.
- Facilita el control de inventario en almacenamiento.
- Reduce costo en etiquetado al necesitarse una a dos etiquetas por carga paletizada en lugar de una etiqueta por cada unidad individual.
- Reducción de los tiempos totales de carga, descarga y distribución.
- Mejor protección contra robos.

ETIQUETAS

Una etiqueta es un elemento que se adhiere a otro elemento para identificarlo o describirlo.

Es la parte del producto donde se encuentra contenida la información del producto, la marca del producto y todas las características del mismo

ORIGEN DE LAS ETIQUETAS

Las etiquetas tuvieron su origen 200 años A.c.. mediante el desarrollo de papel a partir de hojas vegetales. Sin embargo, la fabricación de papel no llegará a Oriente hasta el año 750 d.C. El papel llega a España en el año 1200 d.C.

Las etiquetas se realizaron hasta el siglo XVIII utilizando papel hecho a mano e imprimiéndolas con una rudimentaria técnica consistente en la presión de dos tablillas de madera entre las cuales se situaba éste. En 1798, dos grandes inventos revolucionaron la proliferación de las etiquetas: la invención de la máquina de papel y el invento de la litografía.

FUNCIÓN DE LA ETIQUETA

- Describir el contenido de los envases.
 - Facilitando su gestión en el comercio.

 - La forma y fabricación del envase podían insinuar su contenido (ánforas, vasijas, etc.) pero no era algo cierto por lo que se hicieron necesarios algunos mensajes externos.

- Decoración u ornamentación del envase.
 - Enfoque al consumidor

FUNCIÓN DE LA ETIQUETA

- ✓ Actualmente, otro elemento imprescindible en toda etiqueta comercial es el código de barras que almacena información encriptada sobre el producto lo que resulta necesario para la gestión automática de almacenes y puntos de venta.
- ✓ En la industria textil las etiquetas son de tela y se sitúan en el interior de la prenda. Contienen información sobre la talla, composición y forma recomendada de lavado y planchado.

REQUISITOS DE ETIQUETADO

- ✓ Velar por la observancia de las normas y reglamentaciones técnicas obligatorias impuestas a un producto.
- ✓ Restringir y controlar el uso de los agentes de conservación, colorantes y otros aditivos.

REQUISITOS DE ETIQUETADO

- ✓ Impedir que se utilicen inscripciones e ilustraciones falsas o ambiguas.
- ✓ Establecer criterios uniformes para definir la composición del producto.
- ✓ Tener en consideración los derechos de marca y logos distintivos

REQUISITOS DE ETIQUETADO

La legislación sobre etiquetado suele exigir que figuren en la etiqueta por lo menos los siguientes datos:

- Nombre y dirección del fabricante o importador del producto
- Descripción clara de la composición del producto
- Peso , volumen neto
- Tiempo durante el cual se puede utilizar el producto (fecha de caducidad)
- Condiciones de conservación que se requieren una vez que se ha abierto el envase.
- Instrucciones para la preparación o el uso del producto.

TRANSMITIR INFORMACIÓN

- ✓ **Diseño de identidad.** Marca, logotipo de la compañía y otros elementos distintivos como puede ser el color corporativo, el estilo gráfico utilizado por la empresa, etc.
- ✓ **Diseño emocional.** Los colores y las formas también tienen la función de atraer la atención del cliente para lo que hay que desarrollarlas atendiendo a criterios de marketing.
- ✓ **Diseño de la información a contener.** El envase refleja gran cantidad de información sobre su contenido, ingredientes, origen, utilidad, instrucciones de uso, etc.



MOTIVAR AL POTENCIAL USUARIO

- ✓ El envase y empaque es el punto final en el esfuerzo de marketing hacia el consumidor final, es donde la publicidad, la promoción, la campaña televisiva, lo grandes contratos de representación confluyen.
- ✓ Donde el Consumidor Cierra el TRATO

COLOR

El color es un arma mercadológica de mucha fuerza que tiene el diseñador para motivar al consumidor; el color influye sobremanera para llamar la atención, para agradar, para gustar, para asociar, para provocar al ser humano.



COLOR Y ENVASES

La mayoría de los consumidores recuerdan un envase mas por su forma o color que por su nombre comercial o marca.



COLOR Y ENVASES

El uso de colores persigue

- ✓ Crear un estímulo de Venta
- ✓ Mejorar la presentación
- ✓ Diferenciar de la competencia
- ✓ Posicionar el Producto

ATRIBUTOS DEL COLOR : VISIBILIDAD

Los mas visibles:

- ✓ Rojo
- ✓ Rojo Anaranjado
- ✓ Naranja
- ✓ Amarillo
- ✓ Amarillo Verde
- ✓ Verde
- ✓ Azul- Verde
- ✓ Azul
- ✓ Violeta

ATRIBUTOS DE COLOR: PERCEPCIÓN

- ✓ **Amarillo**
- ✓ **Azul**
- ✓ **Gris**
- ✓ **Verde**
- ✓ **Rojo**

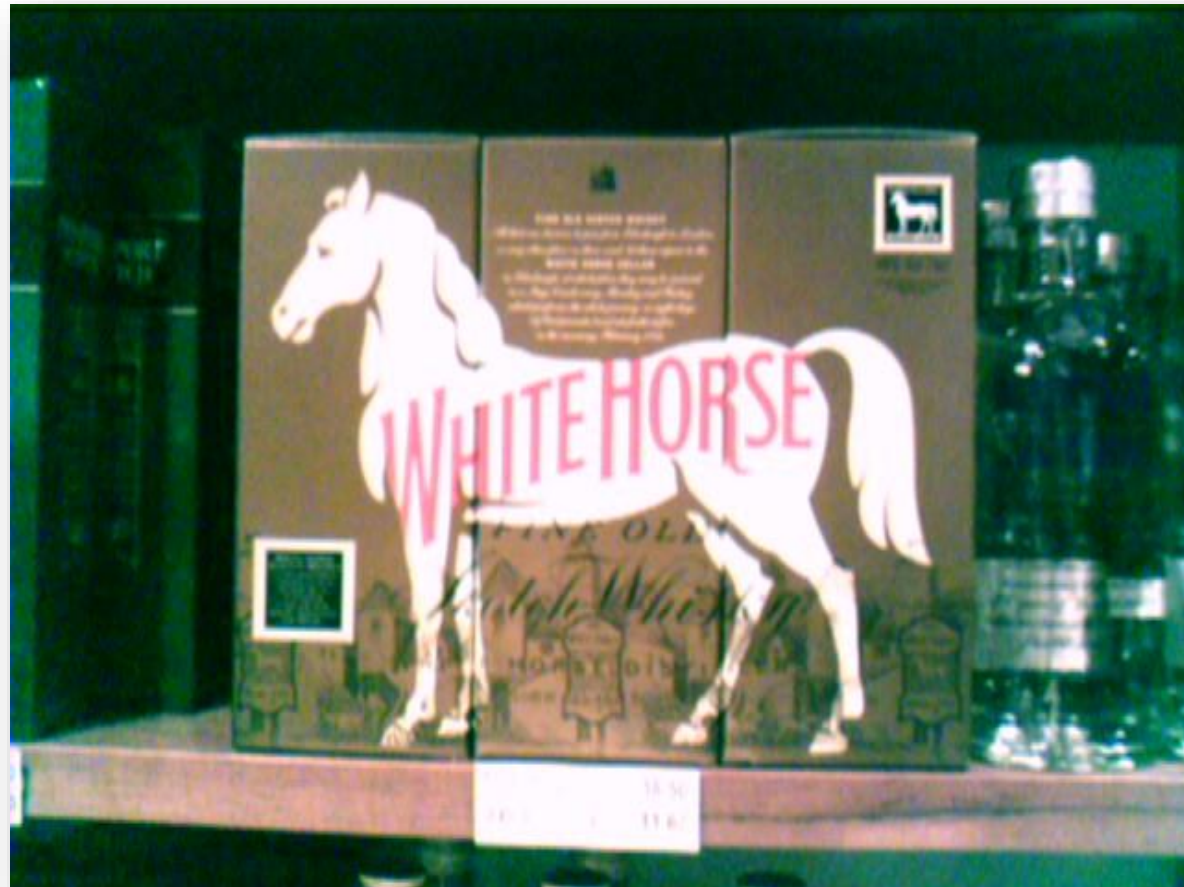
ATRIBUTOS DEL COLOR: CONTRASTE

Efecto resultado de la asociación de dos o mas colores.

Negro sobre fondo Blanco
Blanco sobre rojo, etc.

La legibilidad es mayor cuando se usan
minúsculas y mayúsculas.

FACING



FACING



IMPRESIÓN OPTICA Y EFECTO ACUMULACION

Consiste en situar numerosos envases de un mismo tipo, por ejemplo, en el lineal de una gran superficie o en la estantería de un supermercado creando un fenómeno de repetición visual, o de macro envase.

FACETEADO Continuo y Discontinuo

MERCHANDISING

- ✓ Ciertos artículos cosméticos es preferible usar formas curvas.
- ✓ Alimentos, Fotos del producto
- ✓ Facing: Vertical, horizontal o lateral.
Velocidad de desplazamiento 1 metro por segundo, el producto debe ocupar al menos 30 cm. de Ancho

MERCHANDISING: NIVELES DE PERCEPCIÓN

- ✓ Nivel de los Ojos- Nivel 3: Lo primeros que se observa (125-180 CMS)
- ✓ Nivel de las manos – Nivel 2: Donde dirige sus manos (80-125 CMS)
- ✓ Nivel del suelo – Nivel 1: Es difícil tomar el producto (Menos de 80 CMS)

MERCHANDISING: AIDA

- ✓ **A: Atraer**
- ✓ **I: Interesar**
- ✓ **D: Desear**
- ✓ **A: Actuar**



Amarrar (atar) aquí: Muchos de los daños que sufren las grandes cajas en el transporte se deben a la mala colocación de las eslingas o amarras empleadas para levantarlas.

Proteger de la humedad: muchas cajas no tienen forro interior impermeable; los materiales utilizados para la construcción de una caja pueden no haber sido fabricados con pegamentos resistentes a la humedad.



Centro de gravedad: este dibujo debe reproducirse por stencil en la localización correcta, en las dos caras largas de la caja, por lo menos. Esta información se comunica normalmente por el fabricante del producto embalado.

Límite de carga en la estiba: la carga máxima que puede soportar un embalaje, debe insertarse, en kg, sobre la flecha.



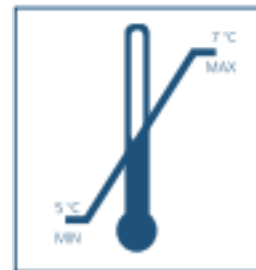
Sujétese aquí: (puede levantarse por sujeción lateral): la posición de este símbolo debe ser en la parte alta, en cada una de las caras largas, en los lugares en que están colocadas en las barras de refuerzo en el interior de la caja.

No usar ganchos: Para levantar una caja o reja. La concepción del embalaje de las mercancías pesadas puede no resistir que sea levantada con ganchos por la parte superior.



Frágil: manéjese con cuidado. Los embalajes estándar para productos frágiles, fabricados a gran escala, deben llevar este símbolo preimpreso en las dos caras cortas. Si el embalaje ha de utilizarse también para productos que no son frágiles, puede usarse una etiqueta engomada para el marcaje. En este caso, debe colocarse en la cara menor de identificación del producto.

Este lado hacia arriba: ciertos modelos de embalaje no permiten distinguir el lado superior del inferior. El método de marcado más simple es la preimpresión, pero también puede utilizarse etiquetas autoadhesivas. Si se procede por preimpresión, la indicación puede figurar en las dos caras cortas y, si es preciso, en todas las caras. Si se emplea el método variable (etiqueta autoadhesiva), el marcado sólo debe figurar en una de las caras del embalaje.



Limitaciones de temperatura: las indicaciones apropiadas para el producto durante el transporte y el almacenaje deben darse, siempre que sea posible, mediante el uso del símbolo ISO del rango de temperaturas. El uso de términos generales, tales como "Manténgase frío" debe evitarse, dada su imprecisión.



MUCHAS GRACIAS

MBA ISRAEL SANGUENTI

isanguineti@soluzioniinternational.com

