



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO/A EN DISEÑO GRÁFICO

TEMA: DISEÑO DE MARCA PRODUCTO Y PACKAGING PARA LA BEBIDA TRADICIONAL “COME Y BEBE” EN LA CIUDAD DE QUITO.

AUTOR/ A: WILSON PATRICIO LITA HEREDIA

TUTOR/ A: PhD. PAMELA VALERIA YARAD JEADA

TUTOR/A TÉCNICO: Mg. JOSÉ ALEJANDRO VERGELÍN ALMEIDA

QUITO- ECUADOR

AÑO: 2019

AGRADECIMIENTOS

Me es grato agradecer a todos los docentes que fueron parte de este proceso universitario, a todos los directivos de la Universidad Tecnológica Israel. Un gran reconocimiento a mis tutores Valeria Yarad y José Vergelín que me guiaron con su profesionalismo a la culminación de este trabajo.

Me siento agradecido con los/as vendedores de los mercados de Quito que se dedican a la venta del Come y Bebe, a la Unidad Educativa Fiscal Ricardo Rodríguez que me abrió sus puertas para obtener la información necesaria. A todas las personas y docentes que participaron de forma directa o indirecta en mi titulación.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por todas sus bendiciones, a mis padres, hermanas por su apoyo incondicional que me ayudaron a formarme como una persona de bien las mismas que también fueron un pilar importante en mi carrera universitaria y a mi pareja que siempre me apoyo para lograr este objetivo.

RESUMEN

El presente trabajo propone el diseño de marca y packaging de la bebida tradicional quiteña, Come y Bebe, este producto ha sido comercializado desde hace más de un siglo en los mercados, colegios y plazas de la capital, convirtiéndose en una de las bebidas más representativas de la identidad de la ciudad.

La bebida se prepara con frutas como: el plátano, la papaya, piña y naranja. Por lo tanto, tiene un alto valor nutricional, porque las fruta contienen vitaminas y minerales beneficiosos para la salud. Sin embargo, debido a las estrategias de mercado que usan otras bebidas, el Come y Bebe ya no es tan consumido entre los niños de la capital, quienes consumen en su mayoría gaseosas y zumos envasados altos en azúcares añadidos que no son recomendables para la salud, por ende este producto se enfoca a los niños de 5 a 7 años, para que ellos disfruten de una bebida nutritiva y con identidad quiteña.

Para la obtención de los datos y la elaboración de estrategias de marca y packaging se realizaron entrevistas a las personas que comercializan el Come y Bebe en los mercados. Además se realizó encuestas a niños y niñas de la Unidad Educativa Ricardo Rodríguez (Pifo) para conocer sus gustos en cuanto a consumo de bebidas y la preferencias de las formas y figuras, con el fin de establecer la marca y el packaging adecuados a este grupo objetivo. Con respecto a la estrategia de marca se conservó el nombre Come y Bebe, se realizó un logotipo tipográfico y se han elegido las frutas que serán parte del packaging, como la naranja, la papaya y la piña que son las preferidas de los niños.

Palabras clave

Marca producto, packaging, bebidas tradicionales, identidad quiteña, come y bebe.

ABSTRACT

The present work proposes the brand design and packaging of the Quiteña Traditional Drink, Come y Bebe, this product has been commercialized for more than a century in the markets, high schools and squares of the capital, becoming in one of the drinks more representatives of the identity of the city.

The drink is prepared with fruits like the banana, the papaya, pineapple and orange, it has a high nutritional valor, as the fruits contains vitamins and beneficial minerals for the health. However, due to the strategies of market that use other drinks. El Come y Bebe it is not so consumed among the children of the capital, who consume mostly soft drinks and packaged juices in added sugars that are not recommendable for the health, thus this product focus to the children to five to seven years old, so that they enjoy a nutritious drink and Quiteña identity.

For the obtaining of the dates to the elaboration of the brand strategy and packaging, interviews were carried out with the people who commercialized El Come y Bebe in the markets. Also interviews were carried out to children of the Unidad Educativa Ricardo Rodríguez (Pifo) to know their tastes as to consumption of drinks and the preferences as to shapes and figures, with the final purpose of stablish the right brand and packaging to this objective group.

With respect to the brand strategy was preserved the name Come y Bebe, a typographic logo was realized and the fruits have been chosen that are part of the packaging, like the orange, the papaya and the pineapple that they are the preferred of the children.

Keywords

Brand product, packaging, traditional drinks, quiteña identity, come y bebe.

Índice de contenidos

AGRADECIMIENTOS	I
DEDICATORIA	II
RESUMEN	III
ABSTRACT	IV
Introducción.....	1
Tema.....	2
Problema (evidencia y crear).....	2
Pregunta.....	2
Objetivos.....	3
Objetivo General.....	3
Objetivos específicos	3
Justificación.....	3
Capítulo I.....	4
1. Marco Teórico.....	4
1.1. Contextualización espacio temporal	4
1.1.2. Historia del surgimiento de la bebida en Quito	4
1.2. Bebidas tradicionales de Quito	5
1.2.2. Canelazo	5
1.2.3. Rosero Quiteño	6
1.2.4. Come y Bebe	7
1.2.5. Mercados de Quito	7
1.2.6. Bebida tradicional saludable.....	8
1.3. Cuerpo teórico-conceptual	9
1.3.1. Marca	9

1.3.2.	¿Qué es el diseño de packaging?	9
1.3.3.	Tipos de empaque	10
1.3.4.	Funciones de Packaging	10
1.3.5.	Funciones técnicas	11
1.3.6.	Envase y embalaje	11
	• Los envasados	11
	• Embalaje	11
	• En madera	12
	• Metálicos.....	12
	• Aluminio	13
	• Vidrio.....	13
	• Cartón.....	14
	• Plástico.....	14
1.4.	Etiqueta	15
1.4.1.	Tipos de etiquetas	15
	• Etiqueta persuasiva (promocional)	15
	• Etiquetas informativas	15
	• Etiquetas obligatoria	15
1.5.	Funciones de marketing:	16
1.6.	Investigaciones previas	16
1.6.1.	Packaging con identidad andina para la parroquia de Calderón.....	16
1.6.2.	Diseño de empaques para cereales nacionales	17
1.7.	Servicio Nacional de derechos intelectuales.....	18
1.7.1.	Patentes de invención	18
Capítulo II	19
2.	Marco metodológico.....	19

2.1.	Enfoque metodológico	19
2.2.	Población, unidades de estudio	19
2.3.	Indicadores o categorías a medir	19
2.4.	Métodos empíricos y técnicas	20
2.5.	Formas de procesamiento de la información	20
2.6.	Regularidades del diagnóstico	27
Capítulo III.....		28
3.	Desarrollo del producto	28
3.1.	Propuesta y conceptualización.....	28
3.1.1.	Fundamentación de la propuesta	28
3.1.2.	Su contenido	28
3.1.3.	Investigación del entorno.....	28
3.1.4.	Proceso de realización	29
	• Función práctica.....	29
	• Función estética	29
3.2.	Bocetos y primeras ideas	29
3.3.	Presentación de la propuesta	30
	• Color	31
	• Forma	31
	• Gráfica	32
	• Tamaño	32
3.4.	Construcción de la marca	33
3.5.	Construcción de las etiquetas	34
3.6.	Materiales y tecnología - Experimentación (probar materiales, propuestas)	36
3.6.1.	Tamaño del envase	38
3.6.2.	Propuesta pre-eliminar.....	38

3.6.3. Aplicación de las etiquetas (Simulación 3D)	39
3.7. Valoración de la propuesta: por criterio de especialistas y consumidores	39
3.8. Propuesta final.....	41
Conclusiones.....	44
Recomendaciones	45
Bibliografía.....	46
Anexos.....	48

Índice de figuras

Figura 1: Canelazo Quiteño con El Mejor Aroma.....	5
Figura 2: Rosero Quiteño	6
Figura 3: Postres y dulces ecuatorianos.....	7
Figura 4: Embalaje de madera	12
Figura 5: Envases metálicos industriales.....	12
Figura 6: Latas de aluminio envases metálicos	13
Figura 7: Envases, Frascos de Vidrio	13
Figura 8: Los envases de plástico en todas las industrias están presentes.....	15
Figura 9: Packaging con identidad andina para Calderón	17
Figura 10: Empaques para cereales nacionales	17
Figura 11: Bocetos.....	30
Figura 12: Paleta de colores	31
Figura 13: Empaque 3D.....	31
Figura 14: Propuesta gráfica.....	32
Figura 15: Tamaño del envase.....	32
Figura 16: Logo	33
Figura 17: Familia tipográfica	33
Figura 18: Cromática del logo	34
Figura 19: Prueba de material.....	37
Figura 20: Forma de las pruebas.....	37
Figura 21: Impresión 3D	38
Figura 22: Tamaño del envase.....	38
Figura 23: Aplicación de las etiquetas 3D.....	39
Figura 24: Propuesta final	42
Figura 25: Montaje tres presentaciones	42
Figura 26: Vista superior del empaque.....	42
Figura 27: Empaque de segundo orden	43
Figura 28: Etiqueta promocional	43

Índice de tablas

Tabla 1: Tabla de etiquetas.....	34
Tabla 2: Valoración de expertos.....	40

Introducción

En la ciudad de Quito entre su gastronomía tradicional ofrece ciertas bebidas que forman parte de su cultura como: canelazo, rosero quiteño y el “come y bebe”. Sin embargo, el producto artesanal no cuenta con una identidad de marca y empaque que permita proyectarse en el mercado como otros productos comerciales. Por lo tanto, en la presente investigación se desarrolla una propuesta de diseño de marca producto y packaging.

El proceso inicia con la recopilación de información de tipo primaria a través de bibliografías, documentos físicos y digitales que sustentan o argumentan la investigación. Partiendo de esta perspectiva se puede abordar la identificación del problema, la justificación, el desarrollo de los objetivos generales y específicos que permiten identificar el propósito del estudio. Además, comprende el marco teórico fundamentado mediante referencias de autores que permiten analizar sobre la importancia del diseño de packaging en las bebidas tradicionales específicamente del “come y bebe”.

A continuación, se procede en el segundo capítulo con el levantamiento de información secundaria, mediante encuestas y entrevistas a un sector debidamente seleccionado para conocer sus preferencias y necesidades, puesto que estos aspectos son importantes en el desarrollo de la marca producto y packaging.

Finalmente, se desarrolla la propuesta de diseño que consta del bocetaje y el prototipo que representan los resultados con sus características propias, por ende se evidencia el proceso de realización detallando cada función. Para afinar la investigación se plantea las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Tema

Diseño de marca producto y packaging para la bebida tradicional “come y bebe” en la ciudad de Quito.

Problema (evidencia y crear)

Quito es una ciudad arraigada en múltiples tradiciones que son representativas de su identidad, una de esas costumbres se centran en las comidas y bebidas típicas de la capital como es el “Come y Bebe” bebida que se comercializa en los mercados y parques de la ciudad, esta bebida es apreciada su composición saludable a comparación de otras, puesto que al contener frutas es considerada nutritiva, sin embargo, con el transcurso del tiempo las personas se han dedicado a vender y producir otros productos.

Se puede evidenciar que existen incontables marcas de bebidas que se presentan novedosas para el consumidor, por ende, relegan la costumbre de tomar una bebida tradicional. Cabe recalcar, que la bebida Come y Bebe tiene su propia historia en la ciudad, puesto que, las personas que se ubicaban en estas plazas se dedicaban a realizar esta bebida. Sin embargo, se evidencia cierto descuido en crear un empaque y una marca que lo representa, por ello surge una necesidad de estudio de diseñar una marca con su packaging respectivo, que incluya una línea gráfica que sea representativa para la bebida y logre posicionarse entre los consumidores niños/as de 5 a 7 años.

Pregunta

¿Qué aspectos de la bebida Come y Bebe deben estar presentes para la creación de marca y packaging del producto?

Objetivos

Objetivo General

Diseñar la estrategia de marca y packaging de la bebida tradicional Come y Bebe en la ciudad de Quito para niños de 5 a 7 años.

Objetivos específicos

1. Recopilar datos sobre la historia de la bebida tradicional Come y Bebe de la ciudad de Quito.
2. Determinar estrategias de marca para su posicionamiento.
3. Comunicar con características gráficas mediante el empaque para su posicionamiento.
4. Valorar por criterio de expertos en diseño gráfico y personas que están en contacto con el producto como: vendedores y consumidores.

Justificación

Las nuevas formas y estilos de consumo dentro de la sociedad generan que alimentos y bebidas tradicionales vayan siendo rezagados por productos como zumos envasados o gaseosas con alto contenido en azúcar y poco valor nutricional. El Come y Bebe es una bebida tradicional de Quito, por lo general se la consume en los mercados y tiene altas propiedades nutricionales, porque está compuesto por frutas como: papaya, piña, banano, naranja y agua. Estas frutas se cultivan en las diferentes regiones del país, por ello, cabe recalcar que la bebida Come y Bebe es tradicional en la ciudad de Quito por su nombre y contenido nutritivo, por lo tanto, se asume que los niños/as sean los principales consumidores de esta bebida, porque contribuye a su desarrollo de forma saludable.

La bebida Come y Bebe no tiene una presentación que se considere atractiva para realizar publicidad e incentivar su consumo, por lo tanto, es necesario innovar sobre la marca y packaging del Come y Bebe que tendrá una línea gráfica donde se plasmará todo el estudio realizado, con el fin de que el producto tenga una identidad propia, a la vez un envase funcional que represente esta bebida tradicional. Al crear una marca y packaging a la bebida Come y Bebe, se pretende sorprender a sus consumidores tanto visual y emocionalmente, puesto que es una bebida autóctona de la ciudad. Así, de forma implícita se impulsa al consumo de la bebida para que no sea olvidada y además se logra un posicionamiento de marca.

Capítulo I

1. Marco Teórico

1.1. Contextualización espacio temporal

1.1.2. Historia del surgimiento de la bebida en Quito

Diversos pueblos de la Real Audiencia de Quito tenían varios conocimientos sobre especias, hierbas, plantas y frutos que usaban en algunas ceremonias que ellos realizaban, incluyendo ciertas hierbas que utilizaban para bebidas que tomaban en las festividades o rituales. De acuerdo a Gomezjurado (2015) menciona que: “los pueblos americanos aprenderán a diversificar sus ocupaciones y concentraran sus actividades cotidianas y ceremoniales alrededor de comida y bebida”. (pág. 12).

Por ello, cabe recalcar que los pueblos mantienen sus tradiciones y en las festividades representan la simbología de su cultura de manera sagrada por medio de la música, cantos, comida y vestimenta. Las costumbres de los pueblos son importantes, puesto que ha sido inculcada de generación en generación, por lo tanto estos patrones culturales han sido normalizados para las personas que pertenecen a cada pueblo.

Los pueblos consideraban que las bebidas medicinales eran representativas en las ceremonias religiosas, puesto que consideraban que al mezclar alcohol y fermentos pueden comunicarse con los dioses. Cabe destacar, que en la época republicana la bebida más importante era el vino de maíz, más conocida en la actualidad como chicha. La producción de la planta de maíz fue una de la más cultivada y usada para todo tipo de bebidas y comida, por ello elaboraban y consumían variedad de productos a base de maíz, por lo tanto esta planta fue sustento en la economía y consumo local de los pueblos indígenas (Gomezjurado, 2015).

Desde esta perspectiva, se puede resaltar que debido a la abundancia de la planta de maíz la elaboración de la chicha, esta bebida ha sido representativa en el aspecto social y cultural, puesto que todavía se consume esta bebida en las festividades. Asimismo, la chicha se consideraba como símbolo de confianza y solidaridad, porque los indígenas tenían la costumbre de brindar esta bebida cuando conocían a un nuevo amigo y también como símbolo de reconciliación por alguna pelea (Gomezjurado, 2015).

A partir de estas particularidades se puede evidenciar que la primera bebida elaborada y representativa en Quito fue la chicha. Por ello, se mantiene vigente esta bebida. Sin embargo, la preparación de la chicha ha ido variando, porque las personas fueron agregando ciertos ingredientes que cambiaban el sabor tradicional de la bebida y optaron por diferentes endulzantes o procesos de producción según el gusto de cada uno. (Gomezjurado, 2015).

1.2. Bebidas tradicionales de Quito

Con el transcurso del tiempo se fueron generando diversas bebidas representativas de la ciudad de Quito, por lo tanto muchas de sus preparaciones todavía siguen conservando su receta original. Además, las personas tienen la costumbre de elaborar y consumir estas bebidas en ocasiones especiales, lo cual ha generado una tradición familiar. En las diferentes festividades quiteñas existen diversas bebidas que acompañan los platos típicos de la ciudad.

Desde esta particularidad se puede destacar que ciertas bebidas son tradicionales y tienen una fácil elaboración y por ello han considerado no elaborar un envase representativo que cause interés visual en las personas, puesto que al ser una costumbre la consumen sin visualizar la presentación.

Por ejemplo las siguientes tres bebidas tradicionales quiteñas no contienen un envase que los represente pero tienen mucho acogimiento por las personas.

1.2.2. Canelazo

En las épocas coloniales elaboraron una bebida llamada canelazo, que fue ampliamente conocida por criollos, mestizos e indígenas y la denominaban “agua gloriada”. (Gomezjurado, 2015).



Figura 1: Canelazo Quiteño con El Mejor Aroma

Fuente: https://images01.olx-st.com/ui/50/17/66/01/o_1543649852_42633c78d3fd574d3b9803ba63cc0880.jpg

Para Gomezjurado (2015) el canelazo es elaborada de siguiente manera: “con agua y canela, poniendo panela o raspadura para que endulce, incluso pimienta dulce, clavo de olor y una rama de palosanto.” (pág. 30). Cabe destacar, que esta bebida es elaborada por quien tiene conocimiento de la preparación y algunos optan por agregar un poco de alcohol. Además, el canelazo logro imponer gran prestigio en los ciudadanos quiteños, por ende la costumbre es vender y consumir en las festividades de Quito.

1.2.3. Rosero Quiteño

El Rosero Quiteño tiene una historia de siglos que se originó en el año 1767 y esta bebida la elaboraba y consumían en las celebraciones del Corpus Cristi, por ello tiene un sabor de tradición, puesto que en tiempo antaño era consumido por los religiosos y criollos. (El Comercio, 2013).



Figura 2: Rosero Quiteño

Fuente: <https://www.cocinaenlinea.com/2016/10/rosero-quiteno.html>

Además, concuerda que esta bebida era el Corpus en las casas señoriales para las familias más acomodadas, puesto que era enviado en vasijas y jarras elaboradas con joyas, gemas y bisuterías. (Gomezjurado, 2015)

El Rosero Quiteño tiene una degustación característica y ancestral que esta combinado por frutas, especias dulces, hojas de naranja, canela e ingredientes especiales como el agua de rosas (El Comercio, 2013). Cabe destacar, que los ciudadanos quiteños al preparar esta bebida patrimonial se basan en sus propias recetas, además tiene una laboriosa preparación. Asimismo, en la actualidad el Rosero Quiteño tiene gran valor de importancia en las festividades de Quito y cuando se organizan ferias de dulces.

1.2.4. Come y Bebe

El Come y Bebe es preparada en varias lugares porque es de fácil elaboración y sus ingredientes son accesible, puesto que contiene frutas picadas y jugo de naranja. Pero cabe recalcar que existen diferencias proceso de elaboración y la forma de consumirlo; por ejemplo: algunos tienen la costumbre de llamarla ensalada de frutas porque no agregan mucho jugo, en cambio los quiteños mantiene la tradición de añadir suficiente jugo de naranja en las frutas para que la puedan tomar como una bebida y por ello la denominan Come y Bebe.

Desde estas particularidades, se puede deducir que estas son las bebidas más representativas de la ciudad de Quito que no contiene un envase específico, pero como son consideradas una tradición la consumen en varias ocasiones. Sin embargo, es importante recalcar que estas bebidas al poseer un empaque pueden ser más llamativas para las personas y consumirlas a menudo.



Figura 3: Postres y dulces ecuatorianos

Fuente: <http://lossabrosospostres.blogspot.com/2014/11/articulo-1.html>

1.2.5. Mercados de Quito

En los mercados de Quito se puede evidenciar sobre la diversidad de productos y culturas que están en la ciudad. Y cabe recalcar, que existen vegetales, frutas y verduras que se producen en las diferentes regiones del país, por ello los agricultores cosechan para vender en el mercado lo cual beneficia a las personas, porque adquieren diversas cosas para el hogar como: víveres, comida preparada, conservas entre otras (Landeta, 2014).

Asimismo, los mercados quiteños se destacan por ofrecer variedad de productos como: hierbas para combatir el mal de ojo, para el amor, cura del espanto y para cualquier tipo de

enfermedades. Además, contienen un patio de comidas con platos típicos y bebidas tradicionales de Quito o de otras regiones. Los mercados más grandes y representativos de Quito son: El Mercado Ñaquito, Santa Clara y Central (Landeta, 2014).

1.2.6. Bebida tradicional saludable

Es primordial analizar el contenido de las bebidas para la salud y buen desarrollo de los/as niños/as de 5 a 7 años. Por ello, la necesidad de proporcionar una bebida adecuada y al sintetizar las bebidas quiteñas se puede profundizar que el Come y Bebe es ideal para la nutrición de los/as niños/as en pleno desarrollo, porque contiene frutas y cada una de ellas poseen propiedades nutritivas, debido a su riqueza en vitaminas y minerales, tienen pocas calorías y un alto porcentaje de agua (entre 80 y 95%), por ellos son favorables para la salud y limpieza del cuerpo (Ferrocarriles del Ecuador, 2011)

Desde esta perspectiva, es importante resaltar que los padres se preocupan por lo que comen sus hijos/as. Por ello, la niñez es el momento apropiado para adquirir un estilo de vida saludable, porque los hábitos alimenticios se crean en esta etapa de desarrollo. (Edwards, 2015).

Asimismo, la escuela es protagonista de fomentar hábitos saludables, por eso también contribuyen evitar que consuman los estudiantes comida chatarra y optan por recomendar comer frutas.

Además, la escuela es protagonista de fomentar hábitos saludables, por ello debe evitar que los estudiantes consuman comida chatarra y promuevan el consumo de alimentos sanos como frutas, verduras, cereales de alta calidad y lácteos bajos en grasa, considerando que una lonchera escolar con alimentos altos en grasa y azúcar podrían aumentar las calorías de los/as niños/as y como resultado será un niño con sobrepeso u obesidad, lo que afectará a su rendimiento escolar y a su desarrollo físico (Zavala, 2018).

Además, cabe recalcar que el Come y Bebe se considera una bebida saludable porque es preparado de forma manual y sus ingredientes claves son el jugo de naranja o de mandarina con trozos de frutas de acuerdo al gusto. Incluso esta bebida la preparan en sus hogares y es la más tradicional porque la elaboran en cualquier momento, además los comerciantes acostumbran a vender el producto fuera de los colegios, escuelas, parques y mercados.

1.3. Cuerpo teórico-conceptual

1.3.1. Marca

Lodos, (2011) considera que: “marca es todo aquello que la misma tiene para decirnos: lo que es y cuáles son sus aspiraciones.” (pág. 15)

Por lo tanto, la marca es fundamental en un producto porque cuando está posicionada habla por sí misma sin la necesidad de nombrarla; como por ejemplo: al observar el logotipo de la Coca Cola se puede analizar sus atributos, su color, su gráfica y varios aspectos que permiten recordarla, además causa emociones, puesto que siempre predominará un recuerdo de esta marca en las mente de los consumidores.

Además, Lodos, (2011) plantea que: “la forma en que la organización hable a través de la marca (como comunique sus atributos) será clave para crear un vínculo con el público, y por consiguiente fundamental para el éxito de la misma.” (pág. 16)

La marca Danone ha sido un ejemplo en el manejo de branding y packaging en sus diferentes productos de distribución. Para lograrlo ha realizado varios cambios en sus estrategias de mercado y posicionamiento. La empresa Danone ha implementado nuevos productos por medio de la innovación para atraer a nuevos clientes y mejorar la experiencia de los consumidores (Universidad Zaragoza, 2014).

La empresa Danone produce varias líneas de productos, divididas según sus funciones como son: yogurts, postres y productos funcionales. Los productos que realiza Danone tienen diferentes tipos de ciclo y realización. Para el lanzamiento de un nuevo yogurt ha tenido que realizar varias investigación y apuntar el target al que va dirigido, por ello se produjo el éxito con el yogurt llamado Danet en el cual lleva un hashtag (#bbtela) para impactar en las redes sociales y ganar un posicionamiento novedosos con gran acogida. (Universidad Zaragoza, 2014)

1.3.2. ¿Qué es el diseño de packaging?

Según Ambrose y Harris (2011) consideran que: “el diseño de packaging es uno de los elementos principales de la estrategia de marketing de un producto, ya que es el aspecto visual que será promocionado, reconocido y buscado por el consumidor.” (pág. 16)

Desde esta perspectiva se puede destacar que el aspecto visual que evidenciarán los consumidores debe ser funcional en varios aspectos, por lo tanto es importante diseñar una presentación llamativa que incluya una envoltura, porque esta será la primera impresión, por ello debe impactar a los consumidores y compren el producto. El packaging es la carta de presentación, por ende procura ser llamativa para agradar a las personas y lo adquieran.

Es importante destacar que el diseño de packaging puede apreciarse de diferentes maneras y tener varias características que están conjuntamente relacionadas a la presentación, además cumplen diversas funciones como: contener, proteger, informar, conservar y vender. Por ende, es primordial comprender con claridad el lugar en que será presentado y analizar el grupo al cual va dirigido para tener conocimiento de su funcionalidad.

1.3.3. Tipos de empaque

El packaging al estar en contacto directo con los consumidores cumple la función de contener, transportar, informar y proteger, por estas variantes se puede deducir que están dividido en tres tipos: el primario cumple el papel de contenedor del producto porque está en contacto con el producto, el empaque secundario es el encargado de contener uno o varios empaques primarios cubriendo las diferentes anomalías externas que se puede colocar la información necesaria y el tercer empaque ayuda al transporte y embalaje que contendrá a los empaques secundarios (Fernández, 2015).

Después de conocer los diferentes tipos de empaques, se puede deducir que el packaging está presente y está conjuntamente relacionada con el producto, además siempre está visible y cada uno de ellos cumple una función importante, por lo tanto, se deben cuidar todos los elementos desde el empaque primario al terciario para que pueda ser distribuido y entregado en los diferentes puntos de comercialización (Fernández, 2015)

1.3.4. Funciones de Packaging

El packaging cumple varias funciones y para Devismes (1994) están divididas en dos funciones técnicas y funciones de marketing.

1.3.5. Funciones técnicas

1.- Conservación: es la compatibilidad y el contenido directamente relacionada con el packaging primario; según el aspecto alimenticio: donde se deberá elegir los materiales y las características que le distinguen.

2.- Distribución: esta tiene relación con el packaging secundario y terciario porque se deben tomar en cuenta para el transporte, apilamiento y lugares donde se presentará.

1.3.6. Envase y embalaje

El envase es una envoltura que tiene contacto directo con el contenido de un producto, tiene la función de ofrecer una adecuada presentación, facilitando su transporte, almacenaje y manipulación para ser distribuido. De esta manera estará representada la idea o connotación para agregar al producto, por lo tanto se reforzará a la imagen gráfica y forma del envase. (Perez, 2012).

- **Los envasados**

El envasado empieza desde su procedimiento, producción y por último la fase de etiquetado, de esta manera será transportado y después distribuido para ser colocados en percha y vender.

- En el envase múltiple se puede encontrar dos o más productos con una similar característica de un mismo envase.
- En el envase colectivo se encuentran distintos productos envasados en un mismo contenedor.

El empaque es la presentación del producto de forma comercial que brinda una seguridad para su transporte desplazamiento y lograr su venta. Por lo tanto, proporciona una buena imagen y lo hace distinto a la competencia. El empaque es la forma de presentar el producto ya culminado con todas sus características y formas a la venta. (Perez, 2012)

- **Embalaje**

Es una forma de empaque que sirve para envolver, contener, proteger y conservar los productos facilitando las operaciones de transporte del contenido resumiendo el embalaje es la protección del producto al momento de su transporte.

- **En madera**

Antiguamente los empaques y embalajes de madera era de gran utilidad para el transporte y distribución del producto, puesto que la mayoría de estos empaques eran elaborados por los mismos comerciantes, porque proporcionaban una mayor seguridad, en la actualidad se ha dejado de utilizar estos embalajes debido al cuidado y protección del medio ambiente, por lo tanto implementaron variantes alternativos los cuales cumplen la misma función. (Perez, 2012).



Figura 4: Embalaje de madera

Fuente: http://www.grupologipack.com/images/cats/cajamadera/sec_caja_madera_05_G.jpg

- **Metálicos**

El envase metálico es un producto rígido que sirve para contener productos sólidos líquidos, comestibles etc. En la construcción de estos envases se utiliza metal y aluminio con una base reforzada para cualquier tipo de contenido, porque este material es muy resistente como protección. (Perez, 2012)



Figura 5: Envases metálicos industriales

Fuente: http://tekcom.org/yahoo_site_admin/assets/images/LG.140165036_std.png

- **Aluminio**

Las hojas de aluminio se empiezan a construir antes de la primera guerra mundial donde empezaron aparecer los primeros envoltorios de aluminio para chocolate, chicle y otras golosinas, estos materiales eran casi impermeables y resultaron atractivos porque eran manejables. El aluminio es un material reciclable y se utiliza en la actualidad para el envasado de varias bebidas como son jugos, cerveza, gaseosas entre otras. A pesar de que es un material práctico costoso y aún más si se le quiere incluir alguna forma. (Perez, 2012).



Figura 6: Latas de aluminio envases metálicos

Fuente: https://png.pngtree.com/element_origin_min_pic/16/12/05/2deae97528a1e69bea3a10cba498de21.jpg

- **Vidrio**

Es un material que tiene una transparencia y a su vez es frágil, se construye de la unión de varios elementos silíceos con potasa y estabilizadores, estos envases son resistentes y soportan grandes presiones al ser envasados, pueden ser manipulados y adaptados a formas nuevas, pero resultan muy frágiles al momento de golpearse fuertemente con algún objeto y suele ser peligroso, porque los pedazos son como cuchillas y pueden causar herida. (Perez, 2012).



Figura 7: Envases, Frascos de Vidrio

- **Cartón**

Está construido por varias capas delgadas de papel que generan una rigidez al ser pegadas una con otra. Estos empaques son más utilizados actualmente para la protección y transportación de los productos, pero la realización de estos empaques ha decaído por la existencia de otros como es el plástico, por lo tanto se está tratando de fusionar estos dos materiales para que tengan características especiales. (Perez, 2012).

- **Plástico**

El primer plástico construido y llamado celuloide fue utilizado para películas cinematográficas, mangos para diferentes utensilios de cocina, armazones y demás artículos. Con el transcurso de los años se han ido buscando químicos para crear diferentes tipos de plásticos como es el polipropileno, polietileno, el cloruro de polivinilo el cual es utilizado en la actualidad para tuberías PVC, además de estos plásticos dedujeron que con agregar más aditivos podrían construir materiales blandos que sustituirían al caucho, otro plástico que surgió es el poliestireno, este material es usado para vasos y algunos envases. (Perez, 2012)

En la actualidad es utilizado el tereftalato de polietileno también llamado PET es utilizado para frascos y botellas, pero estos materiales hicieron que se dejara la utilización del vidrio y PVC en la construcción de envases. Según Pérez (2012) establece que: “Es importante señalar que los envases de plástico y metal han tenido su éxito en la aceptación que les han dado los consumidores, convencidos de que este tipo de envases son más limpios e higiénicos.” (pág. 12). Por lo tanto, son aquellos factores para incidir en estos tipos de materiales para la realización de un envase.



Figura 8: Los envases de plástico en todas las industrias están presentes

Fuente: <https://i0.wp.com/plastico.ebizar.com/wp-content/uploads/2017/09/cluster-plastico-Los-envases-de-pl%C3%A1stico-en-todas-las-industrias-esta-presente-C.jpg?fit=750%2C500>

1.4. Etiqueta

La etiqueta es una parte del producto que sirve para identificarlo, diferenciarlo y describirlo, por lo tanto ofrecer un servicio al consumidor y cumplir las normativas de regularización que existen en cada país según la industria, por ende puede estar incluida en el empaque o adherida sobre el mismo lo cual lleva toda la información necesaria y útil que necesita el cliente para orientar sobre el producto. (Thompson, 2009).

1.4.1. Tipos de etiquetas

- **Etiqueta persuasiva (promocional)**

Son las que se encargan y centran en el logotipo promocional incluyendo la información al cliente en segundo plano, además también contienen promociones de nuevos productos mejorados o alguna oferta para llamar la atención de más consumidores. (Allaica, 2018).

- **Etiquetas informativas**

Son las que están diseñadas para ayudar a los consumidores a seleccionar de la mejor manera en el cual se incluye recomendaciones, modo de uso, nacionalidad y fabricación en todos los productos para que no exista un arrepentimiento previo por falta de información o algún tipo de engaño. (Allaica, 2018).

- **Etiquetas obligatoria**

Es información que dispone el gobierno para proteger la salud de los consumidores, para que no sean engañados con informes falsos y se incluya una indagación verdadera acerca del contenido del producto. La bebida Come y Bebe se basará a la norma (INEN, 2008) en la cual establece que: “debe incluir los ingredientes, tabla de nutrición y valores

diarios a consumir”. (pág. 8). Por lo tanto, se realizaran las tablas respectivas que se incluirá en la etiqueta con esa información.

1.5. Funciones de marketing:

1. Alerta: se refiere a la atracción de los consumidores, por lo tanto existirá visibilidad con respecto a su forma, colores, materiales, línea gráfica etc.

2. Atribución: se contextualizará la representación. El empaque tiene que representar algo natural o químico.

3. Información: se colocará la respectiva información que necesite el empaque y estas pueden ser: legales, informativas, sobre el uso, prevención, etc.

4. Posicionamiento: el empaque se presentará con su propia personalidad puede causar varias percepciones como: de seguridad, psicológicas o causar algún sentimiento etc.

5. Servicio: se refiere a cómo será trasladado, almacenado, colocado en percha y el modo de utilización.

1.6. Investigaciones previas

1.6.1. Packaging con identidad andina para la parroquia de Calderón

Cabe recalcar, que para la realización de este estudio se indagó varios referentes de packaging, uno de ellos presentado en la Universidad Tecnológica Israel Cuamacás (2018), en el cual considera que el packaging es una herramienta de comunicación visual, porque destaca la importancia que los productos deben ser atractivos para los consumidores. Por ello, la carta de presentación influye en la decisión de comprar los productos debido a que su función, diseño de identidad y diseño emocional atrae a las personas.

En este trabajo de empaque para las artesanías se ha desarrollado una línea diferente para cada uno de ellos debido a que se elaboró varias fundas y contendrán las figuras que han sido realizadas por los artesanos. Para la elaboración ha existido un análisis sobre el tamaño, forma, color y textura para llevar acabo las características y requerimientos del empaque según la simbología agregada para el desarrollo de la imagen obteniendo el producto para las artesanías de la parroquia de Calderón.

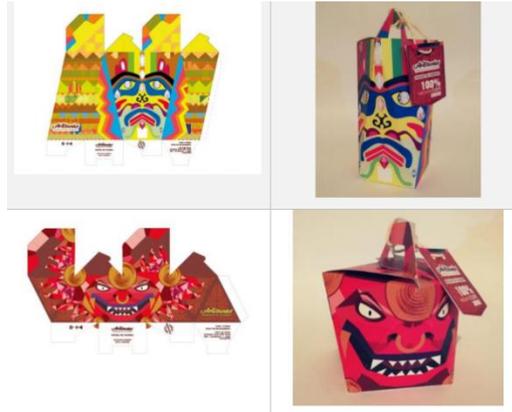


Figura 9: Packaging con identidad andina para Calderón

Fuente: Foto Cuamacás C.

1.6.2. Diseño de empaques para cereales nacionales

Pérez (2016) diseñó un sistema de empaques que cumplen una función doble para cereales nacionales, por lo tanto, esta investigación evidencia el problema que existe en la producción de empaques para estos alimentos que generan gran cantidad de desechos. En este producto nacional aplica un cambio de línea para este tipo de productos proponiendo un sistema creativo de diseño, llamativo y funcional promoviendo la reutilización del empaque.



Figura 10: Empaques para cereales nacionales

Fuente: Foto Pérez E.

1.7. Servicio Nacional de derechos intelectuales.

1.7.1. Patentes de invención

Una patente es el conjunto de derechos que concede el Estado ecuatoriano a un inventor, a cambio de la divulgación de una invención, tener una patente permite que el producto se pueda explotar durante ciertos años que concede esta ley, de la misma manera se puede utilizar para comercial directamente el invento realizado y para impedir que un tercero copie o comercialice sin una autorización del propietario. (IEPI, 2010)

Se puede patentar toda invención de cualquier campo, que cumpla con ciertos requisitos como son: sea nueva, tenga un nivel inventivo y una aplicación industrial. Para el producto que se va realizar se puede aplicar esta normativa si el caso lo amerita para evitar que un competidor más fuerte comercialice el producto no protegido y haga lucro sin otorgar ningún mérito a su creador.

Capítulo II

2. Marco metodológico

2.1. Enfoque metodológico

El enfoque metodológico que se utilizará en la investigación es mixto porque se aplicará los métodos cualitativo y cuantitativo para la recopilación de datos que se necesitaría para la indagación como: la obtención de opiniones, valoración de producto y distinción de parte de los consumidores.

2.2. Población, unidades de estudio

Para las unidades de investigación se realizara entrevistas a los vendedores de Come y Bebe en los mercados de Quito y encuestas a 240 estudiantes de 5 a 7 años en la Institución Fiscal “Ricardo Rodríguez” ubicado en el sector de Pifo; se ha seleccionado a esta población de forma específica para poder analizar sus necesidades y crear el packaging de la bebida Come y Bebe.

2.3. Indicadores o categorías a medir

Para la realización de la investigación se utilizaran los siguientes indicadores:

Indicadores vendedores

- Realización del producto
- Identidad de la marca
- Packaging de la bebida
- Estrategias de marketing
- Ventas y consumo
- Relación con el consumidor

Indicadores a consumidores (niñas y niños)

- Consumo y hábitos
- Empaques
- Materiales
- Preferencias

- Percepción gráfica
- Conocimiento del producto

2.4. Métodos empíricos y técnicas

Se utilizarán las siguientes técnicas para la recopilación de datos y opiniones.

Se realizará entrevistas a dos personas que venden en los mercados de Quito la bebida Come y Bebe, puesto que ellos tienen conocimiento sobre la historia y el proceso de preparación de esta bebida tradicional, por lo tanto permite conocer la opinión y la importancia que predomina el empaque de esta bebida. Al realizar esta recopilación de datos ayuda ampliar la información de la investigación,

Las encuestas se realizarán a niños de 5 a 7 años, puesto que son los principales consumidores de esta bebida, por lo tanto permite conocer sus hábitos de consumo, gustos de colores, su perspectiva de los empaques, el conocimiento de marca, opinión de lo que quieren ver y comprar; por lo tanto se utilizará un muestreo no probabilístico intencional para investigar sus necesidades.

2.5. Formas de procesamiento de la información

Entrevista N° 1

Entrevista a la señora María Flores tiene 50 años de edad pertenece al grupo del Mercado Ñaquito y ha trabajado durante 20 años en la venta de bebidas incluido el Come y Bebe.

“Él Come y Bebe es una bebida tradicional siempre preparábamos en la casa con mi madre y después salimos a vender y todas las personas compran, porque contiene frutas y es saludable.” María Flores (08 de enero del 2019).

Asimismo, la señora María Flores comentó que debido a la gran acogida que tiene la bebida Come y Bebe, continuó con el negocio de su madre antes se ubicaban afuera del Colegio Mejía y después realizó trámites para pertenecer al Mercado Ñaquito y seguir con la venta de Come y Bebe e incremento más bebidas para su negocio. También destacó que

específicamente que las familias que compran esta bebida lo hacen específicamente para sus hijos/as.

Al proponerle un empaque al Come y Bebe a la señora María Flores le resulto muy interesante porque dedujo que esta bebida es muy saludable para las personas y que probablemente aumentaría las ventas, porque llamaría la atención de los compradores.

Entrevista N ° 2

Entrevista al señor Carlos Benítez tiene 60 años de edad y pertenece al Mercado de Santa Clara y ha trabajado 20 años en la venta de bebidas.

“Me encanta mucho trabajar vendiendo estas bebidas sobre todo el Come y Bebe mi madre me enseñó a preparar y a todas las personas les gusta como realizo les parece refrescante por el jugo de naranja y acabo vendiendo todo lo que preparo en el día”
Carlos Benítez (09 de enero del 2019).

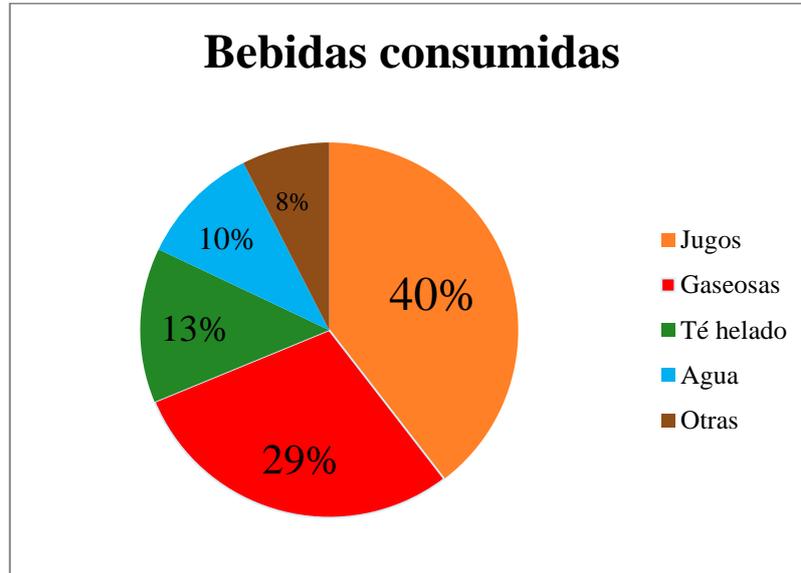
Este emprendedor comento que continuó con el negocio familiar del Come y Bebe, puesto que antes vendían por el sector del Parque de la Carolina solo picaditas de frutas, pero después aumento el jugo de naranja considerando que sería refrescante en los días de calor. Su tía Luisa vendía bebidas en el mercado Santa Clara y después le cedió el puesto a la madre de Don Carlitos la acogida fue espectacular porque todas las personas consumían el Come y Bebe, aclaro que de todas las edades compran esta bebida.

Asimismo, detalló que el Come y Bebe sirve en envase de plástico y le resultó interesante que exista un recipiente llamativo, porque sería más atractivo para los compradores, pero que debido al tiempo no ha puesto empeño para crear un empaque.

Encuestas

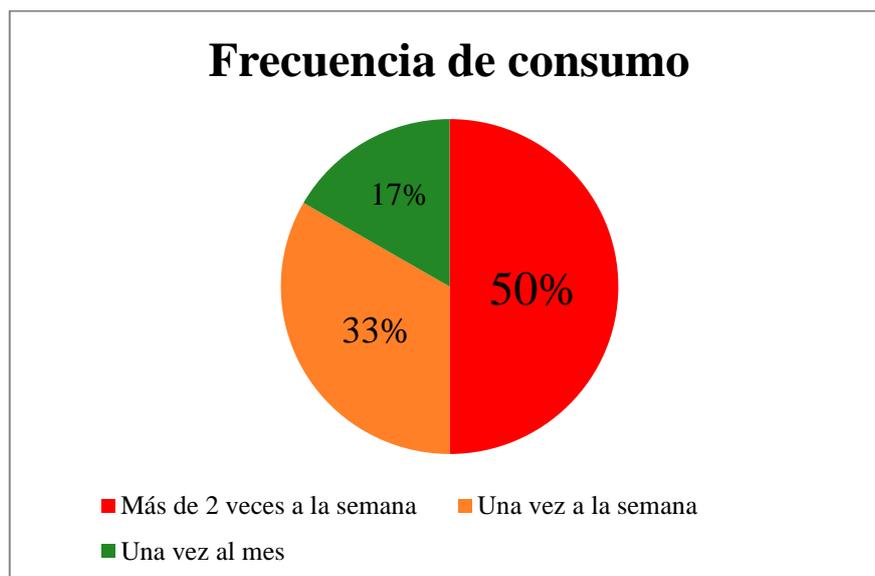
Tabulación de datos

1. ¿Qué tipos de bebidas consumes?



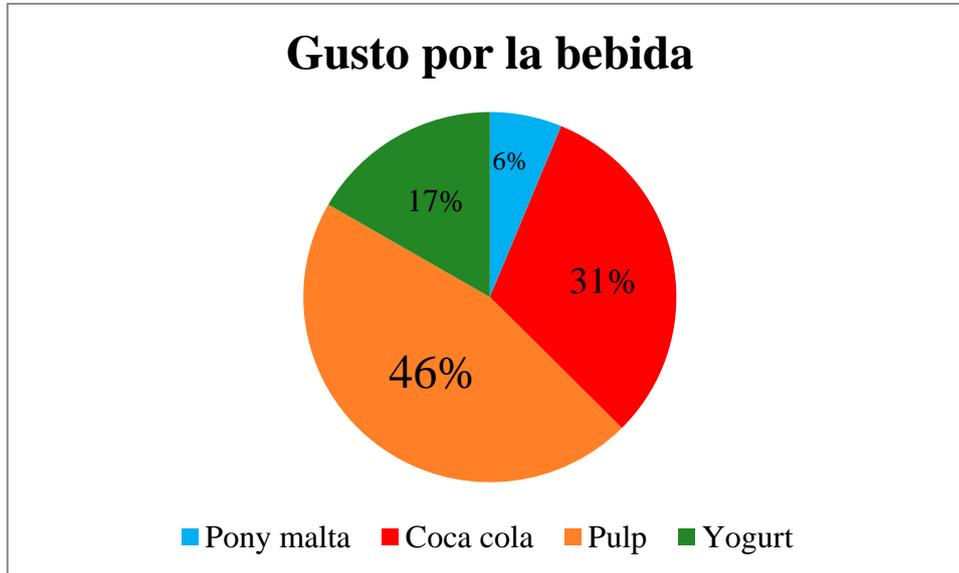
Según los gustos por las bebidas de los estudiantes, se puede observar que los jugos son los más consumidos, puesto que se refleja con un porcentaje del 40%, seguido por las gaseosas con un 29% y el resto de bebidas alcanzan porcentajes relativamente bajos a las primeras opciones.

2. ¿Con qué frecuencia bebes estas bebidas?



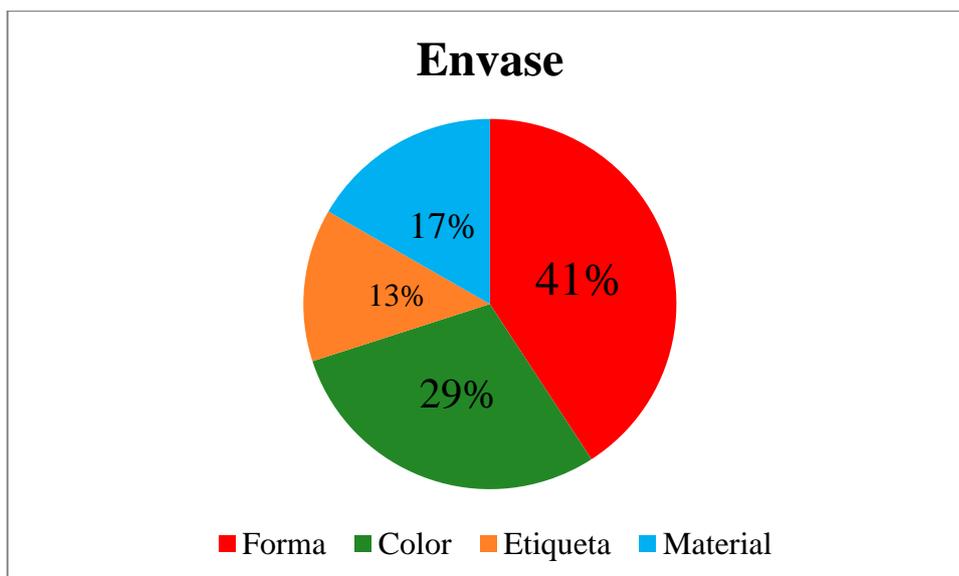
La mitad de consumidores disfrutan de las bebidas de su preferencia más de dos veces a la semana, mientras el 33% sólo una vez y el 17% consumen al mes en una sola ocasión.

3. ¿Cuál es la bebida que más te gusta?



El gráfico nos indica que es mayor el consumo de la bebida llamada Pulp, seguida por la Coca cola, de forma minoritaria el yogurt y la Pony Malta.

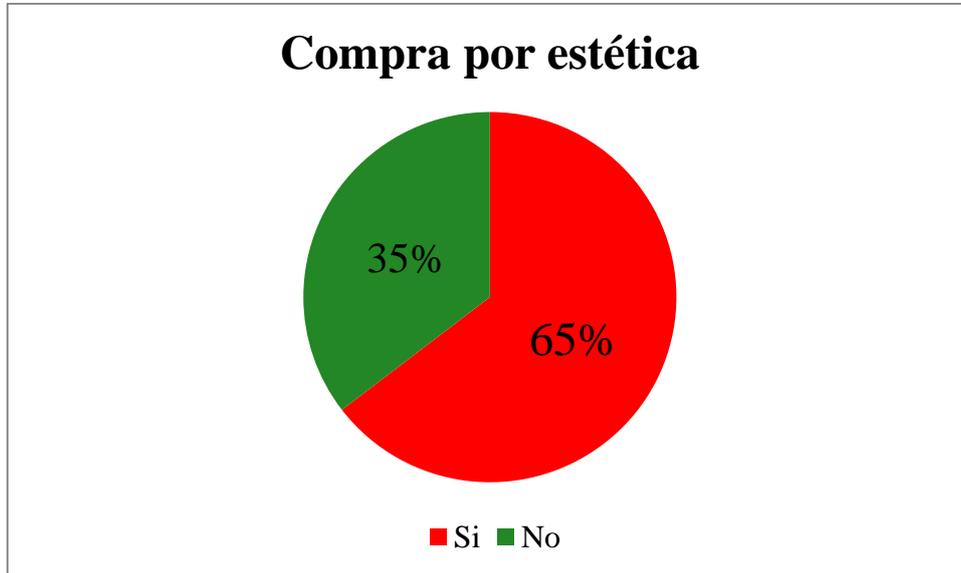
4. ¿Qué es lo que más te atrae en un envase de bebida?



El resultado indica claramente que la mayoría de usuarios les atrae la forma del envase, obteniendo un 41%, continua la simpatía por lo colorido, dejando porcentajes reducidos

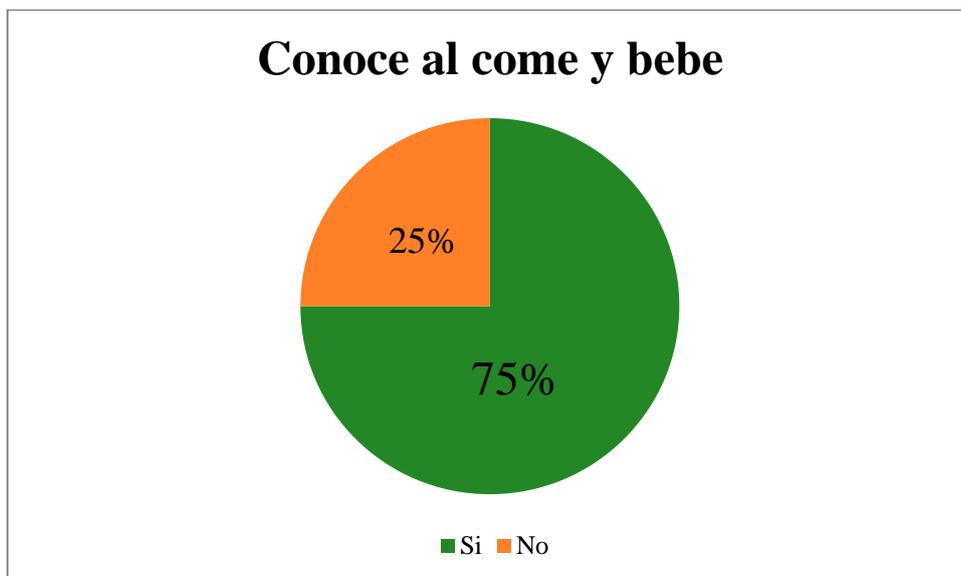
para el material y la etiqueta. Este resultado nos indica que un envase bien diseñado llama la atención masiva de los consumidores.

5. ¿Ha comprado Ud. algún producto por la estética del empaque?



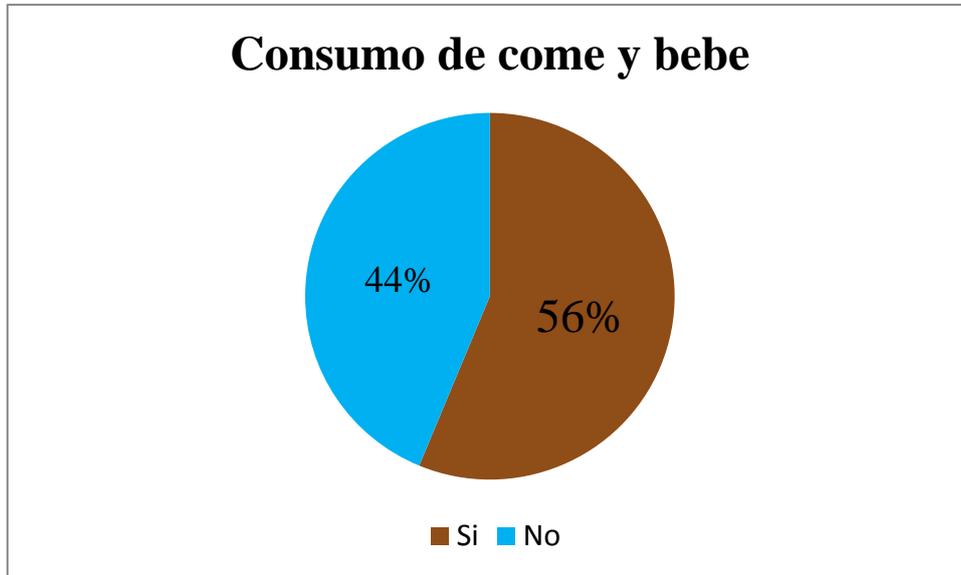
Se tiene como resultado que más de la mitad de consumidores han comprado los productos por su empaque, por lo tanto se puede interpretar que tal vez lo hagan por coleccionar los envases o que los utilizarán como adorno en sus casas.

6. ¿Conoces que es él come y bebe?



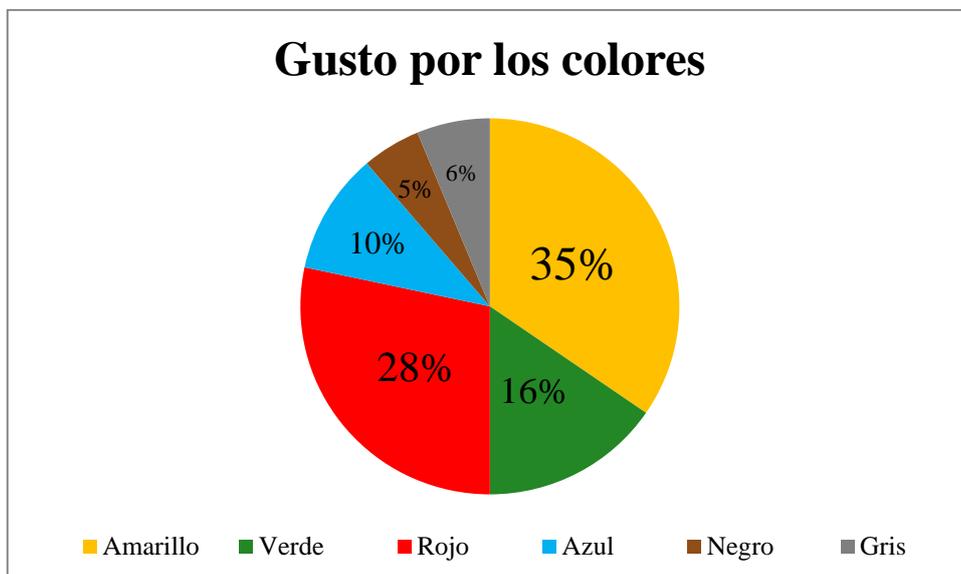
La gráfica indica las tres cuartas partes de los encuestados conocen el producto, esto evidencia que al ser empacado en un envase llamativo, se conseguiría llegar mucho más al resto de consumidores.

7. ¿Has consumido él come y bebe?



El resultado en esta pregunta indica que más de la mitad de consumidores han comprado el producto alcanzando un 56%, entonces al diseñar un envase atractivo, económico y que se lleve con el medio ambiente aumentaría considerablemente el consumo de esta bebida comestible.

8. ¿De los siguientes colores, escoja dos que más le gusten?



Este resultado indica que a los consumidores les atraen los colores vivos, en su mayoría, alcanzado entre el amarillo primero, luego el rojo un porcentaje considerable que sobrepasa la mitad, dejando a los colores oscuros por debajo, con esto se puede aseverar que el consumidor prefiere la apariencia del envase.

9. ¿Señale que figura más le gusta?



Es interesante resultado para un diseñador, debido a que el interés del consumidor está siempre en la presentación tipográfica del envase, lo que lleva a ser siempre creativos e innovadores para lanzar al mercado productos que obtengan gran demanda.

10. ¿Si venden en la tienda un jugo con frutas lo comprarías?



El resultado indica la fuerte demanda que obtendría un producto que gusta y que tiene una presentación impecable y muy atractiva estéticamente.

2.6. Regularidades del diagnóstico

Las encuestas se realizaron en la Institución Fiscal “Ricardo Rodríguez” ubicado en el sector de Pifo a niños/as de 5 a 7 años. Por lo tanto, se evidenció que los estudiantes consumen más de una o dos veces a la semana jugos de diferentes tipos como: la gaseosa, yogurt, Coca cola y Pulp. Asimismo, aseguran que les parece más atractivo la forma y el color del empaque. Además, se pudo constatar que todos los/as niños/as han consumido la bebida Come y Bebe, por ende comprarían un jugo de frutas.

La mayoría de estudiantes escogieron para el empaque el color amarillo, verde y rojo considerando que son llamativos, además seleccionaron el diseño de tipografías y formas complejas

Desde este análisis de encuesta se realizó el diseño de la bebida Come y Bebe considerando cada detalle para que resulte impresionante para los consumidores, por lo tanto aumente las ventas.

Con respecto a la opinión de los vendedores entrevistados se puede deducir que los ellos han mantenido la tradición de la preparación de la bebida Come y Bebe considerando todos los ingredientes fundamentales que fueron aprendidos por su familiares y debido a la gran acogida de los consumidores pudieron establecer sus negocios de bebidas, además cabe recalcar que les resultó interesante el diseño de un empaque para el Come y Bebe, puesto que resaltaron que sería atractivo para los compradores y probablemente incrementen las ventas.

Capítulo III

3. Desarrollo del producto

3.1. Propuesta y conceptualización

3.1.1. Fundamentación de la propuesta

El packaging en la actualidad es un elemento importante para crear una comunicación con los compradores, puesto que sirve para que la comunidad se apropie de la marca y lograr que sean fieles seguidores de la misma, por ende se pretende crear una experiencia única a simple vista tratando de conseguir que el consumidor se sienta atraído por el producto.

3.1.2. Su contenido

El tipo de empaque utilizado para la bebida Come y Bebe será primario porque estará en contacto directo con el producto, por ende se encuentra la etiqueta con la información requerida según las normas establecidas, asimismo se aplicarán tres líneas gráficas de recubrimiento que cubrirán el empaque primario del Come y Bebe, sin embargo se determinará las características necesarias que debe poseer cada uno.

Desde esta perspectiva, cabe recalcar que debido al contenido del Come y Bebe se escogió el plástico PET porque la resistencia y maleabilidad permiten acoplarse a las formas, asimismo el costo y la estética implanta más confianza de salubridad a los consumidores y no es peligroso para los niños.

Para la introducción al mercado se propone también el uso de un empaque de segundo orden encontrando las tres variantes de empaques la misma que servirá como presentación de imagen, por lo tanto se representará en forma de una caja de madera, puesto que las frutas al mercado se adquiere en un cajón de frutas, por lo tanto a los niños les resultará fácil el transporte de la caja porque su peso y tamaño está acorde a sus necesidades.

3.1.3. Investigación del entorno

Desde estas particularidades, cabe destacar que es importante que el producto provoque gran atracción a los consumidores, por ello se ha combinado diferentes ilustraciones con las frutas y las cascaras, puesto que son las más características en la bebida Come y Bebe,

además se incluyen colores exclusivos de esta bebida para lograr la atracción necesario para los compradores.

3.1.4. Proceso de realización

- **Función práctica**

El packaging está diseñado para cumplir la función de contener proteger, conservar el producto, por lo tanto estará proporcionado al consumidor tanto en forma y tamaño para que el comprador pueda manejarlo de forma apropiada y sin ningún inconveniente. Cabe recalcar, que esta bebida contiene frutas, por ende se incluirá una cuchara que estará adecuada dentro del cubrimiento de la tapa del empaque para que puedan consumirla.

- **Función estética**

Lo más importante de esta etapa es llamar la atención a simple vista y provocar un interés para que sea adquirida. Cabe recalcar, que en las encuestas realizadas se evidenció que los/as niños/as prefieren las formas y colores, por lo tanto estos aspectos influyen en la elaboración del empaque y la marca. Además, se proporcionará un tamaño adecuado para que sea sujetado sin ningún problema.

3.2. Bocetos y primeras ideas

Se han realizado varios bocetos de cómo se quiere desarrollar el producto, por ende se obtuvieron las primeras ideas impregnadas en papel sobre las formas y su simulación. Como lo antes mencionado se pensó en una vasija para lo cual se hicieron pruebas en masa moldeadora pero cabe recalcar, que según los datos recopilados a los/as niños/as les intereso la forma de las frutas, por ende se representará al empaque como una fruta cortada y cada envoltura será diferente conteniendo una gráfica distinta, además la envoltura tendrá el aspecto de cáscara de una fruta para lo cual el empaque se realizará en una simulación 3d de impresión que estará cubierto por su respectiva etiqueta.

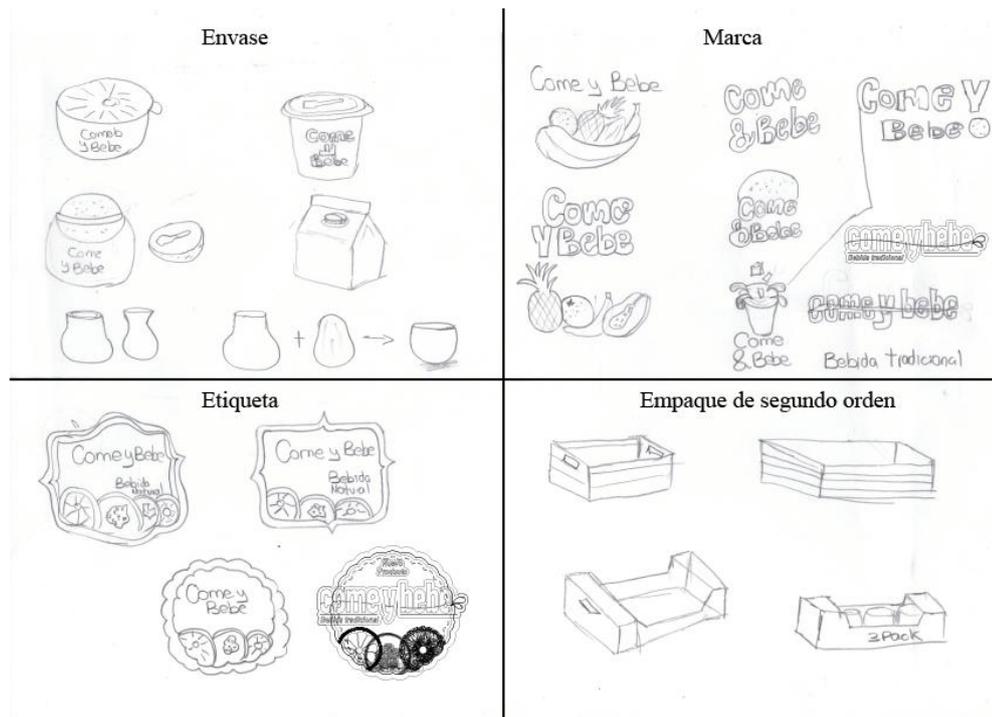


Figura 11: Bocetos

Fuente: Foto Lita W.

3.3. Presentación de la propuesta

Para la realización del empaque se ha utilizado las características que se evidenció en las encuestas realizadas a los/as niños/as que serán los principales consumidores.

En un principio se ha tomado la idea de realizar un envase en forma de vasija, porque fue la primera forma en que comenzaron a servirse las iniciales bebidas según la historia mencionada en el primer capítulo, pero con el pasar de los años han ido evolucionando los envases, como en la actualidad el come y bebe se degusta en un vaso de plástico o en uno de vidrio las personas se sienten bien deleitando esta bebida.

Por medio de los datos recopilados según las encuestas lo más atractivo para los niños es una fruta, por ello se optó realizar un envase que tiene la forma de una fruta partida en la mitad, además se ha realizado gráficas para promocionar ese aspecto. Se pretende que el consumidor al momento de adquirirlo sienta la sensación de tener una media fruta.

Asimismo, se ha optado en realizarla en plástico PET debido a que es un material confiable y económico se efectuaran los prototipos en impresión 3d puesto que la producción de estos envases solo lo hacen en grandes cantidades y no por unidades.

A continuación se detallará las características:

- **Color**

Se manejará una paleta de colores con sus respectivos CMYK según la línea del producto con los colores de las frutas y preferidos por los consumidores.



Figura 12: Paleta de colores

Fuente: Foto Lita W.

- **Forma**

Será construida a un modelo en forma de una media fruta, que a su vez es también una vasija por ende es el contenedor del Come y Bebe.



Figura 13: Empaque 3D

Fuente: Foto Lita W.

- **Gráfica**

La propuesta gráfica busca simular una fruta, por lo tanto representa a través de la aplicación de texturas visuales y color. Además, está acompañada de propuestas de marca y etiqueta inspirada en referentes gráficos de marca aplicadas a frutas.

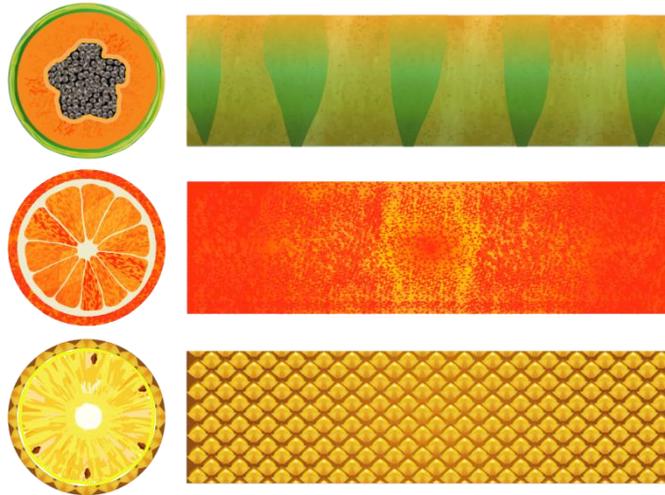


Figura 14: Propuesta gráfica

Fuente: Lita W

- **Tamaño**

Se considerará que sea adecuado para fácil manipulación y pueda ser consumido.



Figura 15: Tamaño del envase

Fuente: Lita W

3.4. Construcción de la marca

Para la realización de marca se realizó el estudio del mercado en los diferentes sectores donde se consume la bebida come y bebe, por ende se estableció encuestas a los consumidores para la elaboración del logotipo en el cual se encontraron rasgos importantes para su producción, por lo tanto se utilizó como medio principal la fuente tipográfica Heading Pro Trial, puesto que sus caracteres se acoplan a la legibilidad y fácil comprensión, denotando con un toque de seguridad y felicidad. Además, es minimalista en su estructuración y está acompañada por la fuente secundaria Arial Italic que es una de las populares en todo el ámbito comercial, también representa el logotipo cierto modernismo, puesto que incluye unas gotas de jugo que sobresalen al final provocando una pequeña armonía en la marca. Esta presentación está basada a los atributos conseguidos por los consumidores en los resultados obtenidos.

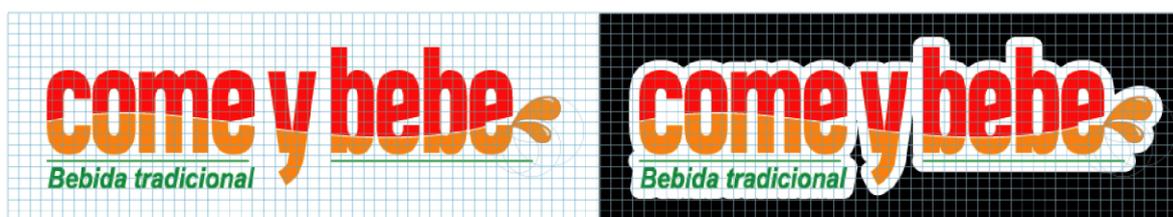


Figura 16: Logo

Fuente: Foto Lita W.

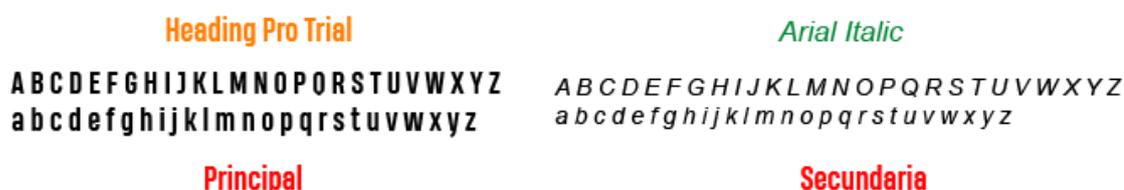


Figura 17: Familia tipográfica

Fuente: Lita W.

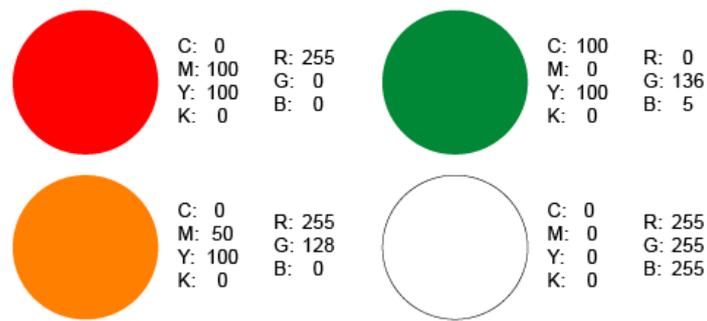


Figura 18: Cromática del logo

Fuente: Lita W.

3.5. Construcción de las etiquetas

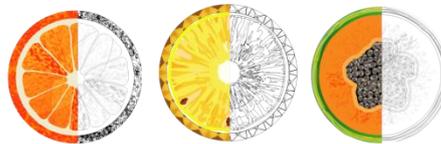
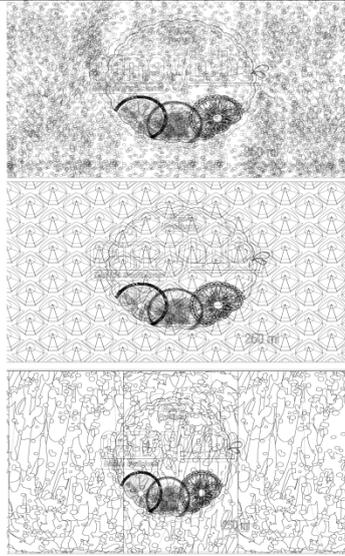
Las etiquetas identifican al empaque y funciona como un medio visual para la información del producto, por lo tanto todos los productos tienen una etiqueta que representan una identidad con diversa información. Por ello, se realizó etiquetas con diferentes gráficas que simularán la cáscara de una fruta en el cual se encontrará la marca y la información necesaria según la normativa, también se desarrollará una etiqueta que se ubicará en la parte superior del empaque para simular que es una fruta partida, además se adicionará una etiqueta extra para conocer sobre este nuevo producto que estará en el mercado.

Las etiquetas fueron realizadas con la fuente tipográfica Arial tanto en la información obligatoria como en la parte promocional, de tal manera que se puede establecer en la línea gráfica y tipográfica que se está utilizando, se aplica los colores distintivos de cada fruta y los antes mencionados en los datos obtenidos, el tamaño de la etiqueta es de 33 cm x 8,5 cm la cual cubrirá todo el empaque para termo sellarle y adquiera su forma en donde se ubicaran de la misma manera las etiquetas obligatorias para productos comestibles.

Tabla 1: Tabla de etiquetas

Información	Procesos de construcción	Modelos finales
-------------	--------------------------	-----------------

Se colocará la información necesaria según la norma Inen (información nutricional, ingredientes y contenido) para las bebidas naturales, adicional se pondrá los datos sobre la bebida, como marca.



INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño por porción:	250 ml
Porción por envase:	1
Cantidad por porción	
Calorías	188kJ (45kcal)
	% Valor Diario
Grasa total	0 g
Ácidos grasos saturados	0 g
Colesterol	0 mg
Sodio	9 mg
Carbohidratos totales	10 g
Azúcares	10 g
Proteínas	1 g
Fibra dietaria	1 g
Vitamina B6	9 %
Vitamina B12	12 %
Vitamina C	18 %



INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño por porción:	250 ml
Porción por envase:	1
Cantidad por porción	
Calorías	188kJ (45kcal)
	% Valor Diario
Grasa total	0 g
Ácidos grasos saturados	0 g
Colesterol	0 mg
Sodio	9 mg
Carbohidratos totales	10 g
Azúcares	10 g
Proteínas	1 g
Fibra dietaria	1 g
Vitamina B6	9 %
Vitamina B12	12 %
Vitamina C	18 %



3.6. Materiales y tecnología - Experimentación (probar materiales, propuestas)

Los materiales con los que se realizará el producto serán plástico que se amoldara a la forma del empaque que estará cubierta con la etiqueta que tendrá una gráfica similar a la cascara de la fruta, se efectuara un modelado en 3d para el empaque y las pruebas necesarias se han elaborado con arcilla y yeso, puesto que es moldeable lo cual permitió manejarlo de forma adecuada también más rápido de secar y que las figuras de las frutas obtengan detalles en su acabado. Asimismo, la masa moldeadora servirá para la representación del producto que se quiere lograr, por ende el trabajo se realizara manualmente buscando la manera que se acople el producto, porque debido a que es un prototipo los centros de impresión no pueden realizar una sola reproducción, por tal razón se ha optado realizar en una material como la masa moldeadora para lograr un prototipo similar.

Se realizaron las pruebas de materiales para la realización de los prototipos:



Figura 19: Prueba de material

Fuente: Foto Lita W.



Figura 20: Forma de las pruebas

Fuente: Foto Lita W.

Después de las pruebas realizadas con los materiales de yeso y masa pan se ha decidido realizar una impresión 3D debido a la estética y la exactitud en la impresión del empaque. Cabe recalcar, que no se obtuvo la forma esperada como son materiales flexibles antes de que llegue a su cuajado y secado este fue perdiendo forma y exactitud fácilmente, por lo tanto al ser una producción grande se realizaría un proceso manual, lo cual retardaría la elaboración y sería más costoso.



Figura 21: Impresión 3D

Fuente: Foto Lita W.

3.6.1. Tamaño del envase

Las medidas del envase se han establecido según la cantidad que llevará el producto que será de 250 ml para cada uno de los tres empaques, puesto que es una porción adecuada para el consumo de los niños.

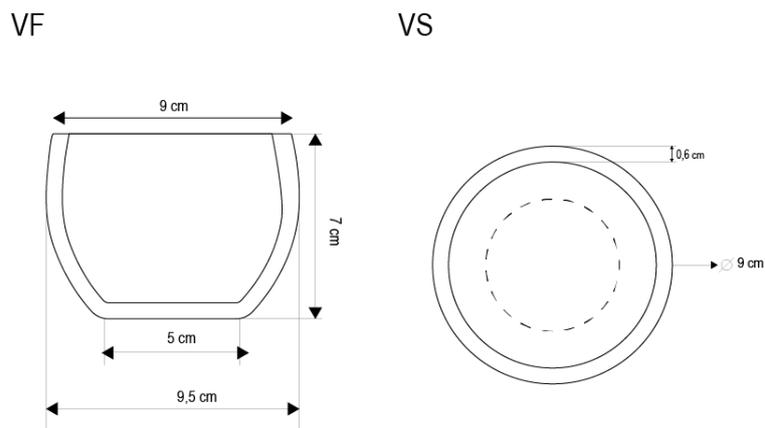


Figura 22: Tamaño del envase

Fuente: Lita W.

3.6.2. Propuesta pre-eliminar

En la investigación realizada se determinó que para la bebida come y bebe no existe un empaque y las vendedoras que preparan esta bebida en el mercado no tienen interés en crear un empaque para los consumidores, por lo tanto según los datos encontrados desde

años anteriores estas bebidas se servían en jarros y se usaban solo para ceremonias importantes y con el transcurso del tiempo fueron adecuando el empaque hasta servirse en un vaso de plástico. Por medio, de las encuestas cabe resaltar que lo más atractivo para los niños es la forma y frutas, por ende se realizará un empaque de plástico PET que tiene forma de un vaso la cual llevará una envoltura de frutas como: la piña, papaya y naranja que tendrá una gráfica de textura similar a la real, por ello se pretende que los consumidores sientan la sensación de sostener una frutar similar a una real y degustarla satisfactoriamente.

3.6.3. Aplicación de las etiquetas (Simulación 3D)

En la aplicación de las etiquetas en el modelo 3D se demostrará como estarán los tres envases aplicadas las etiquetas tanto a sus lados y en su tapa, puesto que se necesita una manga termo encogible. Por ello, se realizó una simulación del producto para su proceso final, aplicando la etiqueta en el lugar correspondiente y asemejándonos al producto final en su totalidad.



Figura 23: Aplicación de las etiquetas 3D

Fuente: Lita W.

3.7. Valoración de la propuesta: por criterio de especialistas y consumidores

Para realizar la respectiva valoración de la propuesta del problema científico se ha utilizado el criterio de consumidores y especialistas (diseño gráfico, marketing, chef) que se dedique a la profesión, por ello tenga relación con diseño de empaques y conocimiento en alimentos.

Tabla 2: Valoración de expertos

Indicador	Ing en Diseño Gráfico. Jorge Pino	Chef. Juan Gomez	Sra comerciante: María Flores	Observación
Innovación	Excelente	Excelente	Excelente	Pensar si se puede realizar un cambio periódico.
Diseño y composición	Excelente	Excelente	Excelente	Equilibrio en los espacios y etiquetas
Materiales y construcción	Excelente	Muy bueno	Excelente	Los materiales utilizados son los adecuados.
Viabilidad	Excelente	Excelente	Excelente	Ver la oportunidad para implementar este empaque

Se realizó una validación con una niña de 6 años se le ofreció el empaque del Come y Bebe en lo visual le pareció muy atractivo lo cual comentó “que los colores y dibujos le parecen muy bonitos”, por lo tanto, cogió con sus manos el envase sin problema lo cual lo quiso destapar y simuló como lo comería con su respectiva cuchara que se encuentra en el interior de la cubierta.

Las sugerencias expuestas por los expertos fue revisar que tan factible sería cambiar la forma periódicamente del empaque, verificar la colocación de las etiquetas para que tengan un espacio proporcionado logrando un mejor equilibrio, además se validó el material utilizado para este tipo de alimentos, puesto que permite una buena conservación del producto y destacaron sobre la implementar de estos empaques en los diferentes mercados de Quito.

Desde esta particularidad, cabe recalcar que en el proceso de investigación algunas formas fueron descartadas porque no se obtuvo resultados adecuados, por lo tanto se realizó cambios periódicos. Asimismo, la proporción de los espacios de las etiquetas es un punto que se pudo corregir para lograr mejor equilibrio y se podría implementar este producto al mercado para comercializar la bebida del Come y Bebe.

Por la validación realizada por los expertos se evidencia a que existe gran acogida resaltando que es un trabajo realizable con mucha iniciativa.

3.8. Propuesta final

Para finalizar con todas las pruebas necesarias físicas y digitales se concluyó que el envase primario tendrá la forma de una fruta partida y de una vasija que representará las costumbres que se aplicaban en siglos pasados en la ciudad donde se repartía las bebidas resaltando el valor tradicional de la localidad, además que se ha integrado los gustos de los consumidores tanto en color, tipografía y formas.

Al concluir con el envase y la forma adecuada se aplicaron las tres diferentes envolturas que tienen distintas gráficas, por lo tanto estas simularan que son la cáscara de las frutas, para ello se necesita una manga termo incogible para que se acople al envase, la tapa se representará como una fruta partida y en su interior se encontrará una protección con una cuchara para que puedan consumir el producto.

La forma del envase es adecuada para contener la bebida Come y Bebe, puesto que contendrá la porción necesaria para el consumo, el material que se utilizará es polipropileno, porque es un envase muy resistente que se amolda a cualquier tipo de forma y es un material transparente, por ello atrae a los compradores porque resalta más confianza por su estética y duración.

Para su presentación se realizó un empaque de segundo orden que contendrá a las tres representaciones del empaque, por ello se realizó una caja cartón que incluye una gráfica de madera para simular una cajón de frutas.



Figura 24: Propuesta final

Fuente: Lita W.



Figura 25: Montaje tres presentaciones

Fuente: Lita W.



Figura 26: Vista superior del empaque

Fuente: Lita W.



Figura 27: Empaque de segundo orden

Fuente: Lita W.



Figura 28: Etiqueta promocional

Fuente: Lita W.

Conclusiones

Este análisis permitió evidenciar que la bebida Come y Bebe en Quito carece de un empaque funcional, puesto que esta bebida es servida en un vaso plástico o de vidrio en los mercados y carece de una estética. Por ende, la marca es un déficit que muestra la identidad de esta bebida.

El resultado del trabajo de titulación está fundamentado en la investigación que se realizó a las personas que comercializan la bebida del Come y Bebe en los mercados de Quito y a los consumidores específicamente a los niños.

La realización de un empaque para la bebida Come y Bebe es un aporte para las bebidas tradicionales de la ciudad de Quito, puesto que no existe un espacio en el mercado comercial y en las grandes empresas, por ello se cumple las diferentes funciones del packaging sobre técnicas y de marketing.

Al indagar sobre la bebida tradicional del Come y Bebe con el aporte de los vendedores y consumidores se evidenció datos importantes para el desarrollo tanto del empaque y de la marca, por ello se destacó las características más importantes para su realización.

La validación de los profesionales y consumidores, se demostró que el proyecto es útil y viable, añadiendo que es un aporte de identidad y tradición para la ciudad de Quito.

Recomendaciones

Utilizar e implementar los empaques del Come y Bebe que poseen una identidad y tradición de la ciudad de Quito, para ser comercializados en grandes mercados y sean un aporte de comunicación de esta bebida para nuevas generaciones.

Generar el interés de los consumidores por estética, forma e innovación del diseño del empaqué con identidad, para ser un aporte potencial en el mercado e información importante rescatando esta tradición.

Proponer estos tipos de trabajos sobre la identidad y tradición tanto en bebidas como en comidas para que siempre esté presente en las generaciones del futuro y mantener dicha costumbre.

Bibliografía

- Allaica, L. (2018). *Manual de diseño de etiquetas bajo la normativa ecuatoriana*. Quito: Universidad Tecnológica Israel.
- Ambrose, G. Y Harris, P. (2011). *Packaging de la marca*. Barcelona: Parramón.
- Cuamacás, C. (2018). *Diseño de packaging con identidad andina para promocionar artesanías de la parroquia de Calderón*. Quito: Universidad Tecnológica Israel.
- Devismes, P. (1994). *Packaging: manual de uso*. Barcelona: MARCOMBO, S.A.
- Edwards. (2015). *El Desarrollo de Niños y Niñas de 4 a 10 años*. Chile: La mandrágora Ltda.
- El Comercio. (2013). El Rosero nació entre muros de conventos. *El Comercio*.
- Fernández, A. (09 de Septiembre de 2015). La importancia del packaging y su clasificación. (C. d. Nortpalet, Ed.) *Enfasis*, 2.
- Ferrocarriles del Ecuador. (2011). *Ruta de lo Sabores del Tren*. Quito: GM Laser.
- Gomezjurado, J. (2015). *Las Bebidas de Antaño en Quito*. Quito: Ediecuatorial.
- IEPI. (2010). *Servicio Nacional de derechos intelectuales*. Obtenido de Servicio Nacional de derechos intelectuales: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/>
- INEN. (17 de 12 de 2008). Norma Técnica Ecuatoriana. *NTE INEN 2 337:2008 Jugos, pulpas, concentrados, nectares, bebidas de frutas y vegetales. Requisitos*. Ecuador.
- Landeta, D. (2014). Recorriendo los mercados de Quito . *El Comercio* .
- Lodos, H. (Abril de 2011). Lo emocional en las marcas. *Open DC Universidad de Palermo*, 11.
- Montaguano, M. (2012). *Investigación de Bebidas Tradicionales del Ecuador*. Quito.
- Perez, C. (2012). Empaques y Embalajes. *Red Tercer Milenio S.C.*, 109.
- Pérez, E. (2016). *Diseño de un sistema de empaques con doble función*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Thompson, I. (15 de septiembre de 2009). *Marketing - Free.com*. Obtenido de Marketing - Free.com: <http://www.marketing-free.com/producto/etiquetas.html>

Universidad Zaragoza. (2014). *Estrategias de marca de Danone*. España.

Zavala. (4 de 12 de 2018). Loncheras saludables: refrigerios ideales para estudiantes de inicial y primaria. *El Comercio*, pág. 1.

Anexos

Anexo #1



Anexo #2



Anexo #3



Anexo #4

Encuesta

Edad:

Lea cada pregunta detenidamente y encierre con un círculo la respuesta

1. ¿Qué tipos de bebidas consumes?

a) Jugos b) Gaseosas c) Te helado d) Agua e) otras

2. ¿Con que frecuencia bebes estas bebidas?

a) Mas de 2 veces a la semana b) Una vez a la semana c) Una vez al mes

3. ¿Cuál es la bebida que más te gusta?

a) Pony malta b) Coca cola c) Pulp d) Yogurt

4. ¿Qué es lo que más te atrae en un envase de bebida?

a) Forma b) Color c) Etiqueta d) Material (vidrio, plástico, cartón, tetra pack)

5. ¿Ha comprado Ud. algún producto por la estética del empaque?

Sí No

6. ¿Conoces que es él come y bebe?

Sí No

7. ¿Has consumido él come y bebe?

Sí No

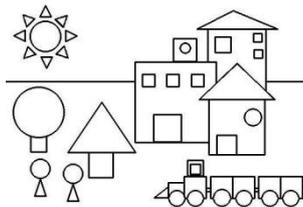
8. ¿De los siguientes colores, escoja dos que más le gusten?

a) Amarillo b) Verde c) Rojo d) Azul e) Negro f) Gris

9. ¿Señale que figura más le gusta?



a



b



c

10. ¿Si venden en la tienda un jugo con frutas lo comprarías?

Sí No