



Manual de empaque y embalaje para exportación



PROCOLOMBIA
LA OFICINA COMERCIAL DE COLOMBIA

1. Generalidades Técnicas Del **Packaging**
2. Generalidades Comerciales Y De Mercado Del **Packaging**
3. **Sostenibilidad** Del Packaging Como Estrategia De Negocio

PACK

Función técnica del diseño y desarrollo de los Envases, Empaques y Embalajes (E+E+E)

- ✓ Características del producto a envasar
- ✓ Materiales y procesos de fabricación de envase y empaque y embalaje
- ✓ Procesos de llenado
- ✓ Almacenamiento, transporte y distribución de producto terminado
- ✓ Normatividad

AG

Función comercial de los envases
Hábitos del consumidor y tendencias del mercado.

- ✓ Metodologías modernas de diseño.
- ✓ Afinidad de los envases y los consumidores
- ✓ Estrategia de marca expresada tanto en el diseño estructural como el diseño gráfico.
- ✓ Sistemas de impresión
- ✓ Códigos de barras
- ✓ Tablas nutricionales
- ✓ Tabla de verificación de impresión de artes

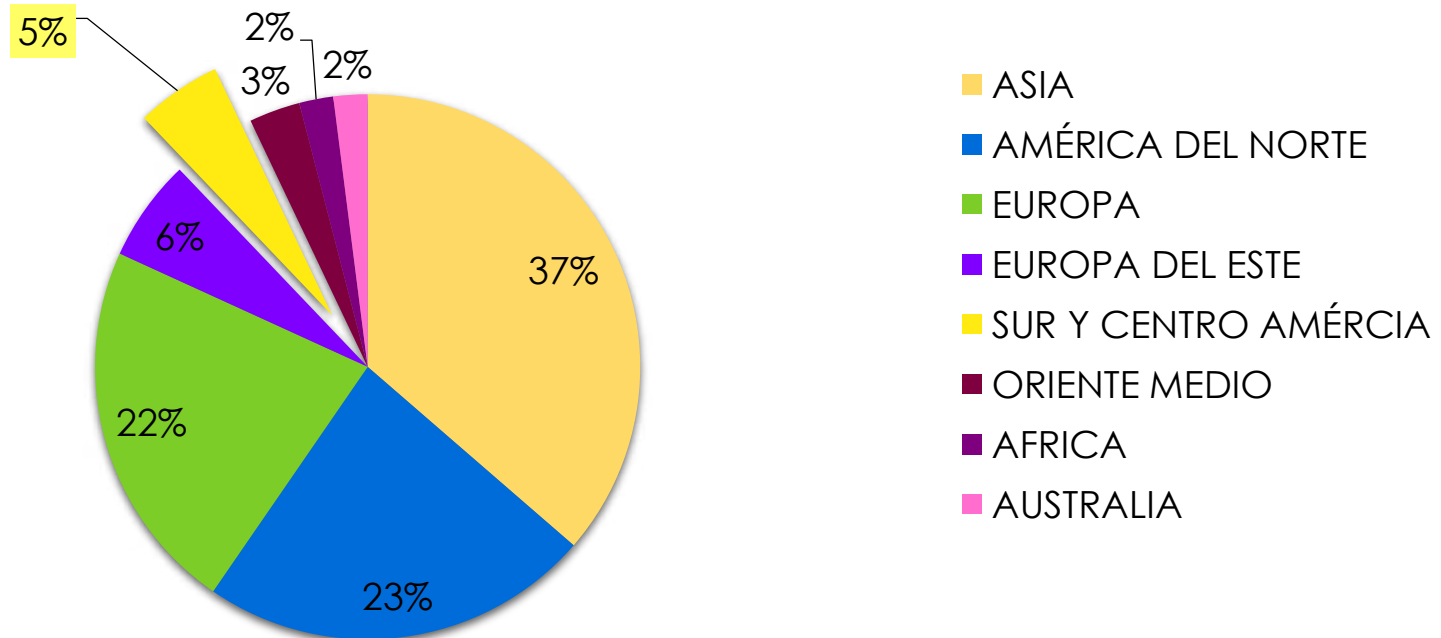
ING

1. Generalidades Desde El **Pack** Del **Packaging**

1. Cifras Mundiales
2. Definición
3. Factores Relacionados Con El Mercado Mundial De Los Envases
4. Interacción Del Envase Con Los Productos - Migración De Materiales
5. Costos De Sistemas De Envases

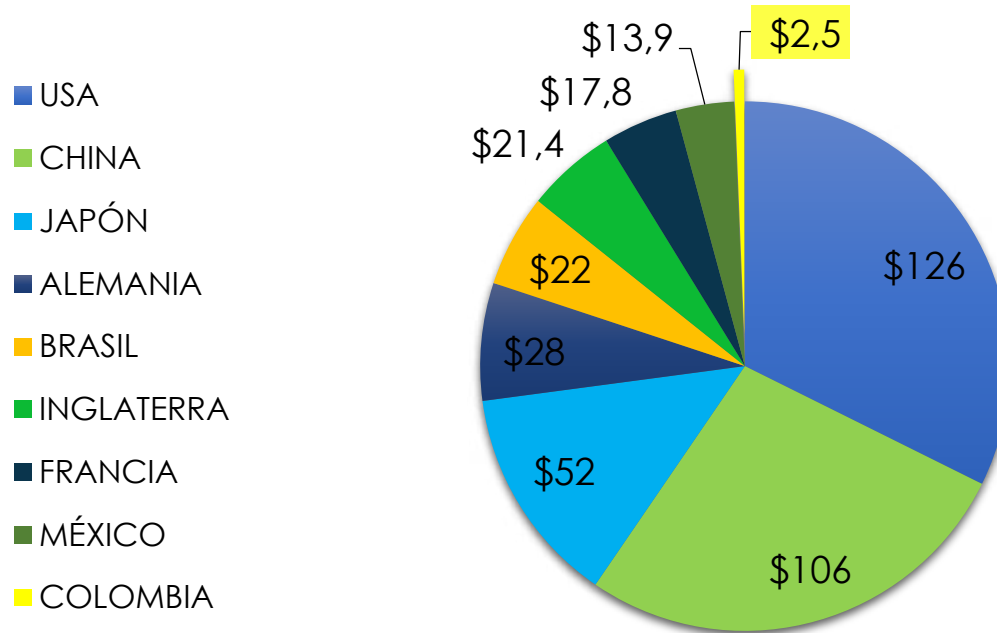
1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

Consumo De Materiales Por Regiones Del Mundo



1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

Consumo De Materiales De Envase En El Mundo

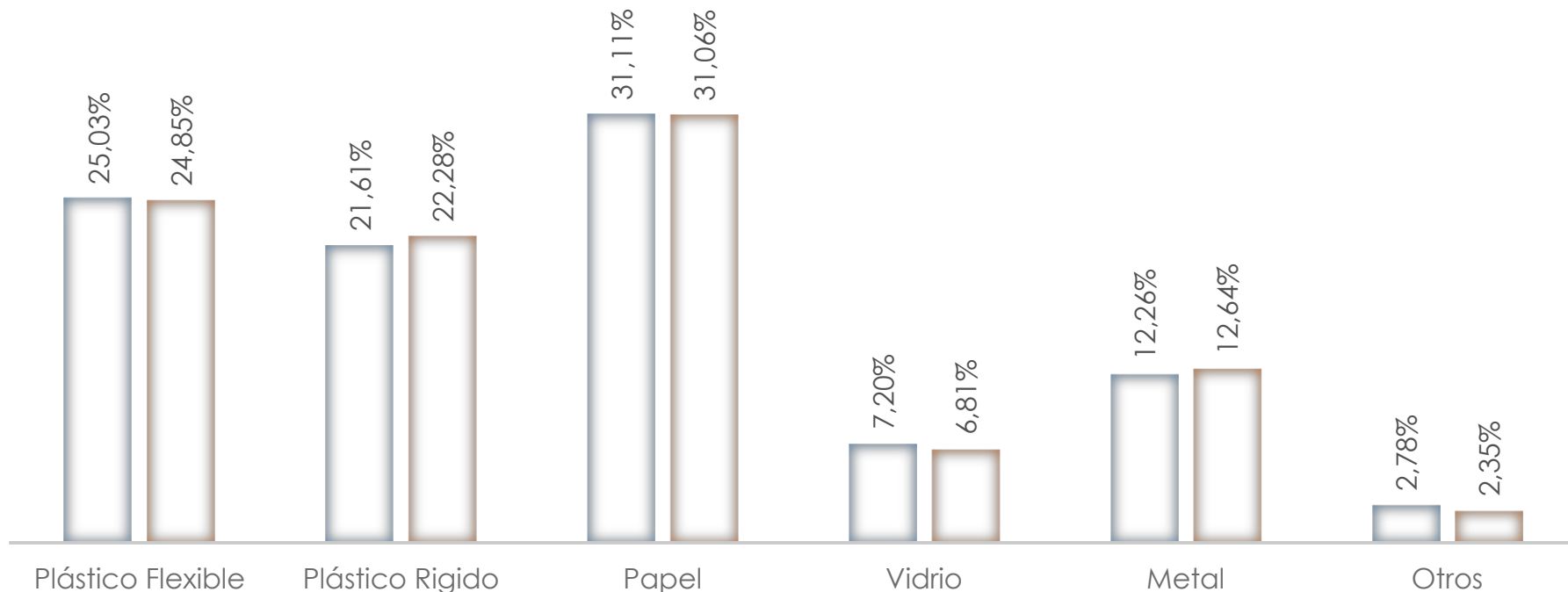


- 2014 mercado total - \$US582.9 b / 340.5 Ton Met
- 2018 estimado mercado total - \$US 975

1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

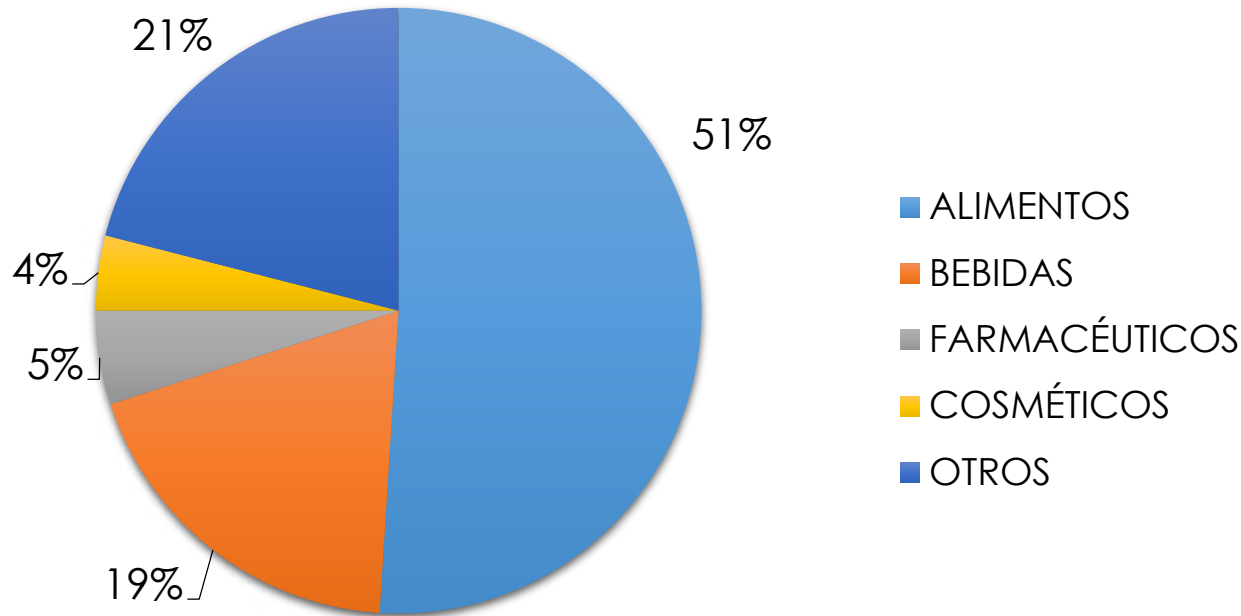
CONSUMO POR TIPO DE MATERIAL

■ 2015 ■ 2020



1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

Consumo De Materiales Por Sector Industrial



ALIMENTOS	2.8%
BEBIDAS	2.7%
FARMACÉUTICOS	4.3%
COSMÉTICOS	4.5%

% COSTO DEL EMPAQUE VS COSTO DEL PRODUCTO	
ALIMENTOS	35% - 70%
BEBIDAS	35% - 70%
FARMACÉUTICOS	8% - 12%
COSMÉTICOS	8% - 12%

1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging



1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging



DEFINICIONES

**Primario
(Envase)**

Capacidad de proteger,
contener e identificar el
producto

**Secundario
(Empaque o Colectivo)**

Contiene al envase primario,
otorgándole protección o
exhibición adicional

**Terciario
(Embalaje)**

Unificar, proteger y distribuir,
el producto a lo largo de la
cadena logística

Unidad De Carga

Carga compacta de mayor
tamaño, para ser manejada
como una sola unidad

1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

Factores Relacionados Con El Mercado Mundial De Los Envases

ECONÓMICO

\$ Materias primas

Crecimiento clase media

TECNOLÓGICO

Sistemas llenado

Aseptico –
atmósfera
modificada –
selle
ultrasonido

Rfid

Activos -
inteligentes

LOGÍSTICO

Eficiencia
cúbica

Seguridad

Identificación
inventarios

DEMOGRÁFICO

Incremento
población
mundial

Personas
mayores 60

Jóvenes
menores 14

SOCIAL

Productos
saludables

Mujeres
trabajando por
fuera del
hogar

Tendencia
on the go

RTE

AMBIENTAL

Sistemas de
gestión de
recolección

Identificación –
punto verde

Reducción
de pérdida
alimentos

1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

Interacción del envase con los productos - migración de materiales



- ✓ Resolución 4142 de 2012 para envases y equipamientos metálicos.
- ✓ Resolución 4143 de 2012 para envases y equipamientos plásticos, elastómeros y sus aditivos.
- ✓ Resolución 0834 de 2013 para envases y equipamientos celulósicos y sus aditivos.
- ✓ Resolución 0835 del 2013 para envases y equipamientos de vidrio.

1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

Costos De Sistemas De Envases



ITEM	DETALLE	VALOR X UNIDADES	UNIDADES X CAJA	VALOR TOTAL
Envase	Tapa			
	Botella (Lata, película flexible en forma de bolsa)			
Empaque	Etiqueta			
	Capuchón seguridad			
	Plegadiza			
	Proceso de marcado, fecha de vencimiento			
	Separadores			
Embalaje	Elementos de amortiguamiento			
	Caja Corrugada (bandeja – lámina de cartón)			
	Film termoencogido			
	Etiquetas adicionales			
Unidad de carga	Procesos de marcado			
	Estiba			
	Stretch			
	Esquineros			
	Láminas			
Mano de obra	Zuncho			
	Mano de obra adicional			
Almacenamiento	Valor almacenamiento por caja o estiba. Definir el tiempo.			
Transporte	Costo del flete promedio de transporte en relación al número de unidades transportadas hasta el punto de destino.			
Otros Costos				
	Valor total			

1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

Costos de sistemas de envases - Otras consideraciones

Costos tangibles

Costo del producto dañado

Costo de reemplazo o reparación del producto dañado

El costo de devolución del producto dañado a la fábrica de origen y nueva entrega

Costos administrativos de devolución

Costo de gestión de los desechos

Descuentos por venta de mercancía de segunda

Costos intangibles

Retrasos y demoras en la entrega del producto en caso de que haya que sustituirlo.

Pérdida de imagen ante el cliente

TENER EN CUENTA SIEMPRE:

- Costos de diseño gráfico y desarrollo de envases.
- Costo de moldes de soplado e inyección, en el caso de botellas y tapas.
- Costos de pruebas de transporte. Considerar al menos una prueba
- Costos de sellos, como puede ser el punto verde.

1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

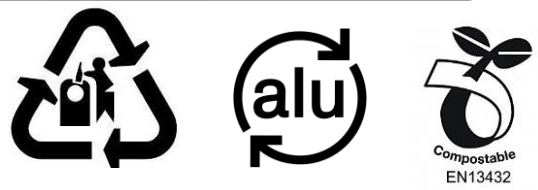
Materiales de envase y empaque - Principales consideraciones medioambientales

METAL & VIDRIO

100% Reciclable

Ahorro Recursos Naturales No Renovables

Energía - Agua



PLÁSTICO

Degradabilidad

Foto-hidro-oxo

Biodegradable

Compostaje

PAPEL & CARTÓN

100% Reciclable

Ahorro Recursos Naturales No Renovables

Energía - Agua

Certificación



Fuente imagen 1a: <http://www.ecointeligencia.com/wp-content/uploads/2013/04/vidrio.jpg> - Fuente imagen 1b: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/9/9d/CEN_recycling_aluminium.svg/2000px-CEN_recycling_aluminium.svg.png - Fuente imagen 2: <http://ie.vivagreenstore.com/wp-content/uploads/2015/03/Seedling-218x300.jpg> - Fuente imagen - 3: <http://sibleygrove.com/wp-content/uploads/2013/12/FSC-Sibley-Grove-Design-London.jpg>

2. Generalidades Desde El **ing** Del Packaging

1. Misiones Del Diseño Del Packaging
2. Brief
3. Listas De Verificación

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging



PROCOLOMBIA
CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO PRODUCTIVO

Misiones Del Diseño



1. Clasificación Rápida Y Confiable
2. Localización Precisa Y Acertada
3. Expresión De Marca
4. Mostrar El Valor Del Producto
5. Información Y Contenido
6. Experiencia De Consumo
7. Cumplir Todas Las Anteriores

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging



PROCOLOMBIA
CONTRIBUYENDO A UNA ECONOMÍA MÁS PRODUCTIVA



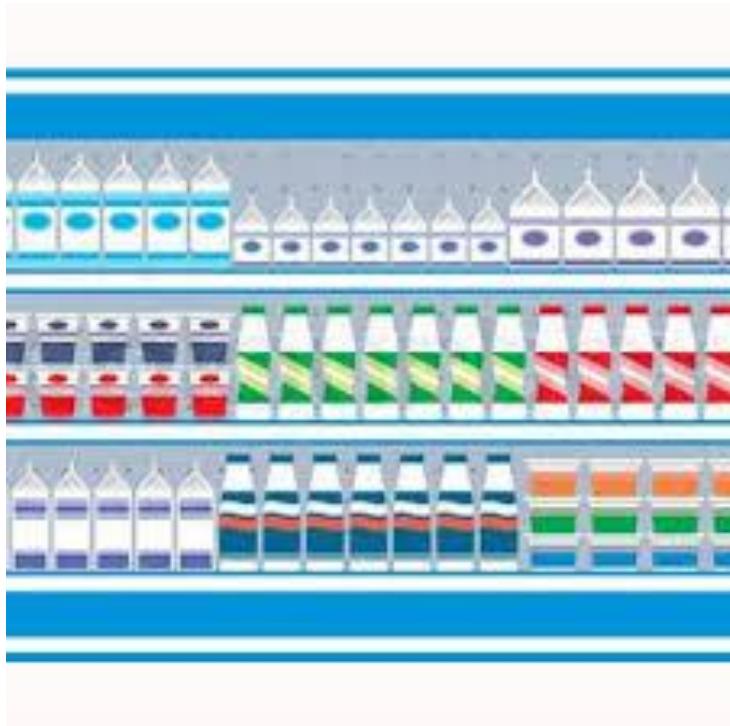
Inmersión para entender el comportamiento del packaging en la vida diaria de los consumidores

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging



PROCOLOMBIA
CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO PRODUCTIVO

1. Clasificación + 2. Localización



2. Generalidades Desde El ing Del Packaging

3. Expresión De Marca

1. Posicionamiento y diferenciación
2. Congruencia y consistencia
3. Auténtico interés en el consumidor (Cambio de foco)

ESTRATEGIA

XXXXX es el **único** _____
que _____
Para (a) _____
A quiénes (necesidad o gusto) _____
Cuando _____

XXXXXXXXXX es el único café colombiano
Que vincula al consumidor con el caficultor
Para personas que disfrutan tomar café,
Quienes buscan un producto premium y confiable
En entornos urbanos donde el tiempo es escaso pero se valoran cortos momentos de indulgencia

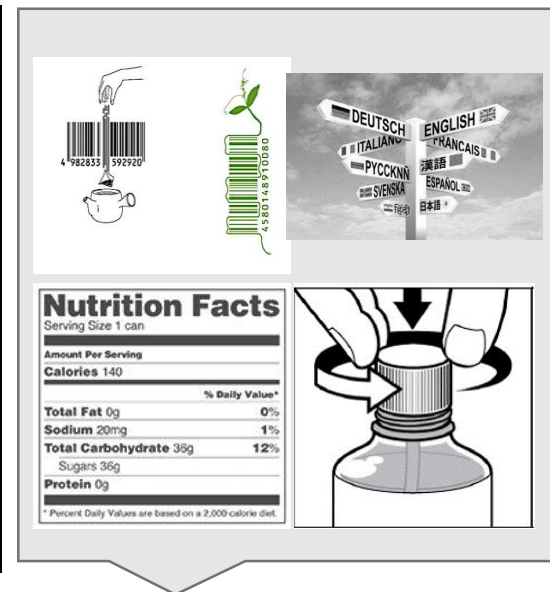
2. Generalidades Desde El ing Del Packaging



PROCOLOMBIA
CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO PRODUCTIVO

4. Mostrar El Valor Del Producto + 5. Información Y Contenido Que Debe Ser Incluida En Una Etiqueta

CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA	?
Se ha expresado correctamente en otro idioma las instrucciones de manejo adicionales que se requieran?	?
Se encuentra el texto impreso correctamente en el idioma exigido, en el tamaño requerido, y posicionado cumpliendo con los reglamentos vigentes	?
Ofrece el texto información sobre el origen del producto, su fabricante, sus tradiciones, métodos de fabricación, etc., que pudieran ser de interés para el consumidor?	?
Incluye el texto instrucciones completas y comprensibles sobre el uso del producto, recetas, etc.?	?
Indica el texto claramente cómo debe almacenarse el producto?	?
Debe el empaque o la etiqueta llevar codificación de fecha? Se ha reservado espacio para este fin en el esquema general de diseño?	?
Ha validado el número del código de barras y corresponde al asignado para su producto?	?
Se ha revisado la información obligatoria a tener en cuenta?	?
El valor nutricional de los alimentos empacados	?
El contenido e minerales, vitaminas, etc., de los alimentos	?
La cantidad y el tamaño de las porciones	?
La fecha de producción y/o la fecha de vencimiento del producto	?
El precio unitario del producto	?
Garantía del productor	?
Lote de producción	?



2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging



PROCOLOMBIA
CONTRIBUYENDO A UNA ECONOMÍA MÁS PRODUCTIVA

6. Experiencia De Consumo – Marketing Sensorial - Neurociencias



Cómo funciona?

Porqué yo?

Me ahorrará tiempo?

Pago por el?

Me hará la vida mas fácil?

Que hay adentro?

Es realmente mejor? Qué es lo diferente?

Por que lo cambiaron?

Qué son todos estos ingredientes?

A qué sabrá?

Durará?

Es bueno para mi?

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging

7. Cumplir Con Todas Las Misiones



1. Clasificación Rápida Y Confiable
2. Localización Precisa Y Acertada
3. Expresión De Marca
4. Mostrar El Valor Del Producto
5. Información Y Contenido
6. Experiencia De Consumo
7. **Cumplir Todas Las Anteriores**

2. Generalidades Desde El Ining Del Packaging



PROCOLOMBIA
EXPORTACIÓN Y PROMOCIÓN INDUSTRIAL

BRIEF GRÁFICO & ESTRUCTURAL

DESCRIPCIÓN DE
LA MARCA

PÚBLICO
OBJETIVO

EL MERCADO

COMPETENCIA

COMUNICACIÓN

OBJETIVOS DEL
DISEÑO

INFORMACIÓN
DE EXHIBICIÓN

1. Nombre y definición
2. Imagen actual de la marca o producto
3. Otros productos bajo la misma marca
4. Tamaño, volumen y valor estimado de los componentes del packaging (Por ejemplo, envase, tapa, etiqueta, plegadiza)
5. Estacionalidad del producto que va a contener

2. Generalidades Desde El ing Del Packaging



PROCOLOMBIA
EXPORTACIÓN Y PROMOCIÓN INDUSTRIAL

BRIEF GRÁFICO & ESTRUCTURAL

DESCRIPCIÓN DE
LA MARCA

PÚBLICO
OBJETIVO

EL MERCADO

COMPETENCIA

COMUNICACIÓN

OBJETIVOS DEL
DISEÑO

INFORMACIÓN
DE EXHIBICIÓN

1. Definición del público objetivo (target) comprador
2. Edad, sexo, grupo socioeconómico, características especiales.
3. Hábitos de compra del consumidor
4. Definición del público objetivo (target) consumidor
5. Hábitos de consumo

2. Generalidades Desde El ing Del Packaging



PROCOLOMBIA
EXPOSICIÓN DE MUESTRA DE PRODUCTOS

BRIEF GRÁFICO & ESTRUCTURAL

DESCRIPCIÓN DE
LA MARCA

PÚBLICO
OBJETIVO

EL MERCADO

COMPETENCIA

COMUNICACIÓN

OBJETIVOS DEL
DISEÑO

INFORMACIÓN
DE EXHIBICIÓN

1. Principales mercados o segmentos de mercado
2. Volumen de ventas, precio, condición de la competencia frente a estos aspectos
3. Objetivos de marketing a corto plazo
4. Canales de distribución. Venta al por mayor o al detalle

2. Generalidades Desde El ing Del Packaging



PROCOLOMBIA
CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO INDUSTRIAL

BRIEF GRÁFICO & ESTRUCTURAL

DESCRIPCIÓN DE
LA MARCA

PÚBLICO
OBJETIVO

EL MERCADO

COMPETENCIA

COMUNICACIÓN

OBJETIVOS DEL
DISEÑO

INFORMACIÓN
DE EXHIBICIÓN

1. Productos competidores
2. Similitudes y diferencias con otras marcas
3. Ventajas sobre los competidores.

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging



PROCOLOMBIA
EXPORTACIÓN Y PROMOCIÓN INDUSTRIAL

BRIEF GRÁFICO & ESTRUCTURAL

DESCRIPCIÓN DE
LA MARCA

PÚBLICO
OBJETIVO

EL MERCADO

COMPETENCIA

COMUNICACIÓN

OBJETIVOS DEL
DISEÑO

INFORMACIÓN
DE EXHIBICIÓN

1. Estrategia general de comunicación
2. Personalidad de la marca o productos

2. Generalidades Desde El ing Del Packaging



PROCOLOMBIA
CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO PRODUCTIVO

BRIEF GRÁFICO & ESTRUCTURAL

DESCRIPCIÓN DE
LA MARCA

PÚBLICO
OBJETIVO

EL MERCADO

COMPETENCIA

COMUNICACIÓN

OBJETIVOS DEL
DISEÑO

INFORMACIÓN
DE EXHIBICIÓN

1. Publicidad y promociones
2. Posicionamiento
3. Beneficio principal, lo que hace único al producto
4. Beneficio secundario
5. Otros mensajes

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging



PROCOLOMBIA
EXPORTACIÓN Y PROMOCIÓN INDUSTRIAL

BRIEF GRÁFICO & ESTRUCTURAL

DESCRIPCIÓN DE
LA MARCA

PÚBLICO
OBJETIVO

EL MERCADO

COMPETENCIA

COMUNICACIÓN

OBJETIVOS DEL
DISEÑO

INFORMACIÓN
DE EXHIBICIÓN

1. Posición en la estantería y productos que compiten
2. Uso de planogramas, altura de estanterías, iluminación
3. Cómo se manipula el producto a la hora de comprarlo?
4. Ventanas de producto
5. Orientación del panel: frontal, trasera, lados, superior, trasera.
6. Expositor según el tipo de producto o marca.
7. Posición relativa con respecto al ojo del consumidor (superior o inferior).



PROCOLOMBIA
ESTABLECIMIENTO PARA EL COMERCIO EXTERNO

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging

Tips De Diseño Gráfico De Una Etiqueta

DISEÑO GRÁFICO

Consideraciones
De Diseño

Información A
Contener

Consideraciones
De Impresión

1. Nombre, logotipo, tipografía
2. Uso de fotografía o ilustración
3. Colores y acabados a utilizar
4. Textos legales, tabla nutricional, código de barras, símbolos locales que se requieran , como el punto verde

ASESORESE



Evalue Con Métricas Adecuadas

- Gusto Personal Vs Estrategia De Marca



PROCOLOMBIA
CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO PRODUCTIVO

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging

Tips De Diseño Gráfico De Una Etiqueta

DISEÑO GRÁFICO

Consideraciones
De Diseño

Información A
Contener

Consideraciones
De Impresión

1. Legislación aplicable a nivel nacional, y del país de exportación.
2. Pesos y medidas, ingredientes, tamaños, nombre y dirección del fabricante y distribuidor, teléfono de contacto para sugerencias y reclamos.
3. Otros temas a tener en cuenta: no hacer ilustraciones o comunicación engañosa al consumidor

ASESORESE

TIPOGRAFÍA

ESTRATEGIA

IMAGENES

ACABADOS

Evalue Con Métricas Adecuadas

- Gusto Personal Vs Estrategia De Marca



PROCOLOMBIA
ESTABLECIMIENTO PARA EL COMERCIO EXTERNO

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging

Tips De Diseño Gráfico De Una Etiqueta

DISEÑO GRÁFICO

Consideraciones
De Diseño

Información A
Contener

Consideraciones
De Impresión

1. Cantidad de colores y barniz
2. Sistema de impresión a ser utilizado
3. Área disponible para la impresión
4. Cantidad de unidades a producir
5. Áreas de reserva, barnizado o terminados especiales
6. Costos de impresión

ASESORESE

TIPOGRAFÍA

ESTRATEGIA

IMAGENES

ACABADOS

Evalue Con Métricas Adecuadas

- Gusto Personal Vs Estrategia De Marca

2. Generalidades Desde El ing Del Packaging



PROCOLOMBIA
Asociación de Promotores Comerciales

Tips Diseño Estructural De Un Envase

BRIEF ESTRUCTURAL

Usabilidad Del
Producto

Información Producto

Producción

Almacenamiento

Distribución

Consideraciones
Ambientales

1. Tamaño apropiado para el uso (envase adaptable a distintos tipos de agarre).
2. Beneficios que podría ofrecer el diseño.
3. Portabilidad y facilidad de transporte.
4. Apertura, cierre y resellado.
5. Protección frente a peligros del producto.
6. Uso simple e intuitivo (eliminar complejidades innecesarias)

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging



PROCOLOMBIA
Asociación de Empresas Exportadoras y Productoras

Tips Diseño Estructural De Un Envase

BRIEF ESTRUCTURAL

Usabilidad Del
Producto

Información Producto

Producción

Almacenamiento

Distribución

Consideraciones
Ambientales

1. Compatibilidad materiales con el producto
2. Vida útil del producto y degradación
3. Forma, volumen, peso dimensiones y capacidades del producto
4. Protección necesaria, tipo de barrera a gases, olores, riesgos de contaminación microbiológica, protección a la luz ultravioleta
5. Temperaturas de llenado, almacenamiento, transporte y exhibición

2. Generalidades Desde El ing Del Packaging

Tips Diseño Estructural De Un Envase

BRIEF ESTRUCTURAL

Usabilidad Del
Producto

Información Producto

Producción

Almacenamiento

Distribución

Consideraciones
Ambientales

1. Posibilidad de utilizar la planta existente o necesidad de un equipo adicional
2. Maquinaria y líneas disponibles, estudiar si hay restricciones del proceso
3. Tipo de proceso de: llenado o envasado, sellado o cierre, etiquetado, paletizado, etc.

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging



PROCOLOMBIA
Asociación de Empresas Exportadoras y Productoras

Tips Diseño Estructural De Un Envase

BRIEF ESTRUCTURAL

Usabilidad Del
Producto

Información Producto

Producción

Almacenamiento

Distribución

Consideraciones
Ambientales

1. Definición si la carga va o no paletizada
2. Condiciones de temperatura de almacenamiento
3. Tipo y tamaño del pallet
4. Tiempos de almacenamiento, incluyendo las condiciones en la cadena de distribución
5. Posibilidad de estandarización y optimización
6. Sistemas de identificación en pallets

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging



PROCOLOMBIA
Asociación de Empresas Exportadoras y Productoras

Tips Diseño Estructural De Un Envase

BRIEF ESTRUCTURAL

Usabilidad Del
Producto

Información Producto

Producción

Almacenamiento

Distribución

Consideraciones
Ambientales

1. Exigencias del transporte y la distribución
2. Métodos de distribución, transporte ordinario
3. Formas de carga y descarga del vehículo:
4. Mezcla o no de productos en un pallet
5. Carga lateral o carga trasera de los vehículos
6. Métodos de seguridad y antirrobo

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging



PROCOLOMBIA
Asociación para el Mejoramiento del Comercio Exterior

Tips Diseño Estructural De Un Envase

BRIEF ESTRUCTURAL

Usabilidad Del
Producto

Información Producto

Producción

Almacenamiento

Distribución

Consideraciones
Ambientales

1. Evaluación de la cantidad de materiales de envase, empaques y embalaje utilizados
2. Evaluación de la energía utilizada.
3. Condiciones de reciclabilidad y reutilización.
4. Sistemas de gestión de manejo de materiales post consumo
5. Correcto uso de los símbolos. De cuáles símbolos?

2. Generalidades Desde El Ingreso Del Packaging

Listas De Verificación Para La Aprobación De Artes

LISTA DE VERIFICACION PARA LA APROBACION DE ARTES			
Referencia	Día		Año
	Mes		
1. Documento que se deben tener en el momento de la impresión	SI	NO	
- Arte aprobado por mercadeo			
- Cromalin, Sherpa o documento equivalente			
- Envase actual, para hacer pruebas			
- Plano mecánico de la etiqueta			
- Ficha técnica del material			
2. Información que debe compararse contra el arte aprobado:			
Logos de la marca	Tabla nutricional	Nombre y dirección del fabricante	
Nombre del producto	Lista de ingrediente	Nombre y dirección del distribuidor	
Descriptorios de la marca	Textos legales	Número registro sanitario	
Contenido neto	Lote/Fecha vencimiento	Número Código barras	
3. Información que debe validarse		4. Aprobación de la impresión	
Colores, se debe revisar con un Pantone (Fondo, fotografías, ilustraciones, textos, etc)		Mercadeo	
Fuerza de la impresión		Mercadeo	
Registro de la impresión		Proveedor	
Legibilidad del código de barras		Otro	
Si se trata de una etiqueta termo contraíble, aplíquela al envase.			
A tener en cuenta:			
Aprobar con luz de día			
Aprobar con mercadeo, la agencia y proveedor			

2. Generalidades Desde El Ing Del Packaging



PROCOLOMBIA
CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO PRODUCTIVO

PRECIO
PRODUCTO
PROMOCIÓN
PLAZA

P

REALES
RÁPIDOS
RENTABLES
REPRODUCIBLES

R



3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

1. Ciclo De Vida
2. Ecodiseño
3. Eco-etiquetado
4. Consumo Responsable
5. Save Food
6. Legislación

3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio



PROCOLOMBIA
CORPORACIÓN TECNOLÓGICA DE INVERSIÓN PARA P&D

NO

- X Es opcional
- X Es por salvar al planeta
- X Es una moda
- X Es una excusa para promociones

3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

SI

- ✓ Es por preservar la vida humana
- ✓ Es una necesidad y un compromiso
- ✓ Es necesaria una política que dicte prioridades
- ✓ Es válido empezar para mejorar y no parar
- ✓ Es un factor de competitividad
- ✓ Es indispensable actuar ya

3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio



2014
Eco – Efectividad: The Big Pivot

2003
Producción Y Consumo Sustentable
Marrakech

1994
Triple Bottom Line
People – Planet – Profit

1992
Rio - Desarrollo Sustentable

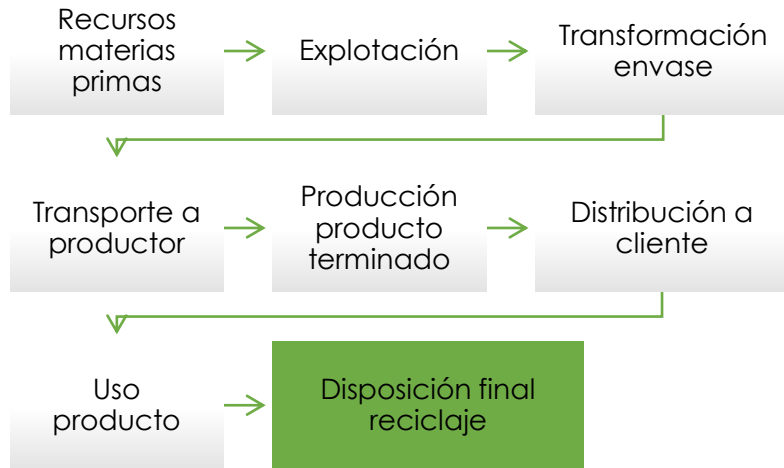
1989
Producción Mas Limpia
Eco – Eficiencia

1820
Revolución Industrial

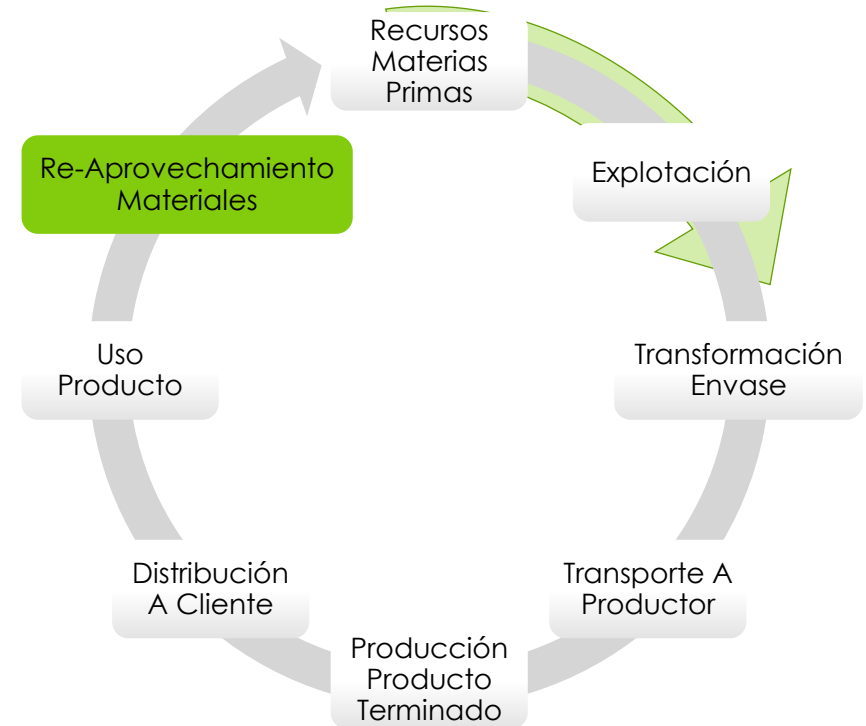
3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

Proceso Ciclo De Vida De Envases, Empaques Y Embalajes

1. De La Cuna A La Tumba



2. De La Cuna A La Cuna



3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio



Eco Diseño

ECODISEÑO

Materias Primas

Diseño De Envase

Proceso Logístico

Gestión De Residuos

Peso

Relación cúbica

Proceso de transformación

Eficiencia cúbica

Eco Etiquetado

Consumo energía + agua

Generación co2 – residuos

Responsabilidad extendida al productor

3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

Eco – Etiquetado Para Envases, Empaques Y Embalajes

TIPOS DE ECO - ETIQUETAS

Sistemas De Gestión

Clasificación Materiales

Fomentar La Correcta Disposición Final



3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

ECO – ETIQUETAS TIPO I



- ✓ Sistema voluntario - Etiqueta con muy alta credibilidad.
- ✓ Concedidas por una tercera entidad de carácter imparcial - Global Ecolabelling Network (GEN).
- ✓ Norma ISO 14024 - Etiquetas ecológicas y declaraciones medioambientales
- ✓ Diversos criterios de cumplimiento medioambiental
- ✓ Criterios exigidos contemplan: ciclo de vida de un producto
- ✓ Excluidos alimentos, bebidas y productos farmacéuticos, sustancias o preparados peligrosos.

NO ES

- × No es una normalización uniforme, confusiones.
- × Proceso complejo, hay que revisar cada condición en particular
- × El consumidor identifica la etiqueta, sin embargo no le queda claro lo que realmente representa.

3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

ECO – ETIQUETAS SEMI TIPO I



- ✓ Etiquetas ambientales importantes, han adquirido un gran peso dentro de los sistemas de reconocimiento ambiental de producto.
- ✓ Pertenecen a organizaciones sociales, asociaciones sectoriales, agrupaciones de empresas fabricantes, entidades independientes, etc.
- ✓ Objetivo – conseguir la mayor cantidad de productos posibles se, para lograr el mayor reconocimiento posible por parte de los consumidores.
- ✓ Al igual que los sistemas de ecoetiquetado tipo I se basan en una serie de criterios públicos.
- ✓ Aquellos productos que así lo demuestren tienen la posibilidad, previa validación y adhesión al sistema, de incluir esta etiqueta en sus productos.

➤ **No se encuentran reguladas por el sistema ISO**



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TOGETHER MOVING BUSINESS FORWARD

3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

ECO – ETIQUETAS TIPO II



Reciclable



Contiene Reciclado

- Términos que no se debe utilizar:
 - Amigable, verde, ambientalmente seguro, amigable con la tierra, no es contaminante, etc.
 - Sostenibles, ya que es un término complejo para caracterizarse.
 - Sin..., libre de... a no ser que sea demostrable.

- ✓ Diagrama de Möbius - Conocidas como autodeclaraciones
- ✓ Sistema voluntario - Propias del productor responsable de la evaluación y de facilitar los datos necesarios para la verificación
- ✓ Etiqueta reconocida por el consumidor, alto grado de confusiones.
- ✓ Norma ISO 14021 - Etiquetas Ecológicas y declaraciones medioambientales. Autodeclaraciones medioambientales
- ✓ Símbolos son opcionales, requisitos que deben :
 - ✓ Ser simples - Distinguirse fácilmente de otros símbolos
 - ✓ No deben utilizarse símbolos de objetos naturales
- ✓ Afirmaciones que se pueden utilizar:
 - ✓ Usen afirmaciones exactas y no engañosas.
 - ✓ Aspectos ambientales - fases del ACV
 - ✓ Información sustanciosa, verificada y verificable.
 - ✓ Afirmación - todo el producto o sólo a partes del mismo.
 - ✓ Consideran el traspaso de impactos ambientales entre las distintas etapas del ciclo de vida.

3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

Consumo Responsable



3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

Consumo Responsable

CONSUMIDOR

Consumo Responsable

Iniciativas Supermercados

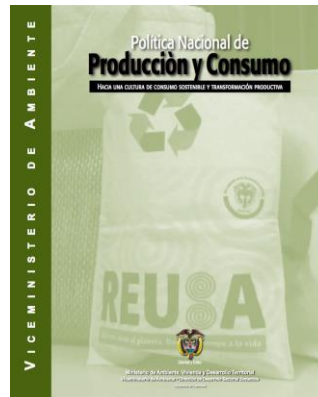
Acuerdo De Marakech

Política Nacional De Producción Y Consumo Sostenible - Colombia

Plan A – Marks & Spencer

Score Card – Walmart

Tesco – Metro – Casino - Loblaw – Grupo Pao De Azúcar



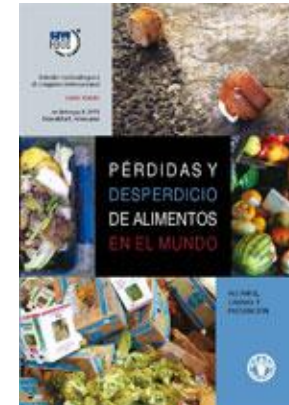
3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

Pérdida de alimentos

FAO

Soluciones Apropriadas Para El Envasado De Alimentos En Los Países En Desarrollo

Pérdidas Y Desperdicios De Alimentos En El Mundo



3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio



Pérdida de alimentos



.....el **derecho a la alimentación** es el derecho a tener acceso regular, permanente y sin restricciones a la alimentación, ya sea directamente o a través de la compra, a un nivel suficiente y adecuado, tanto en términos cualitativos como cuantitativos, que corresponda a las tradiciones culturales de la población a la que el consumidor pertenece, y que garantice una vida psíquica y física, individual y colectiva, satisfactoria, digna y libre de temor.....



Naciones Unidas **Derechos Humanos**

Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos

ENGLISH FRANÇAIS ESPAÑOL РУССКИЙ العربية 中文

DERECHOS FUNDAMENTALES DEL SER HUMANO

3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

Pérdida De Alimentos Por Empaques Inadecuados

**Más De 1000
Millones De Personas
Están muriendo De
Hambre**

***Empaques
Inadecuados***

**Desequilibrio En La
Distribución**



3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

Pérdida De Alimentos Estimados En El 2009



40 – 55%
Frutas y verduras
US\$ 750 MIL MILLONES

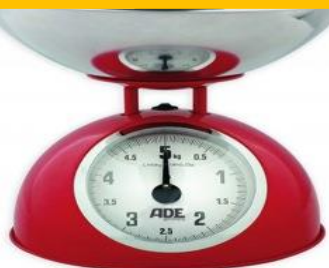


59% SE PUEDE EVITAR
Tamaños personales
Facilidad de cerrar
Best Before
Tecnología



65% SE PUEDE EVITAR

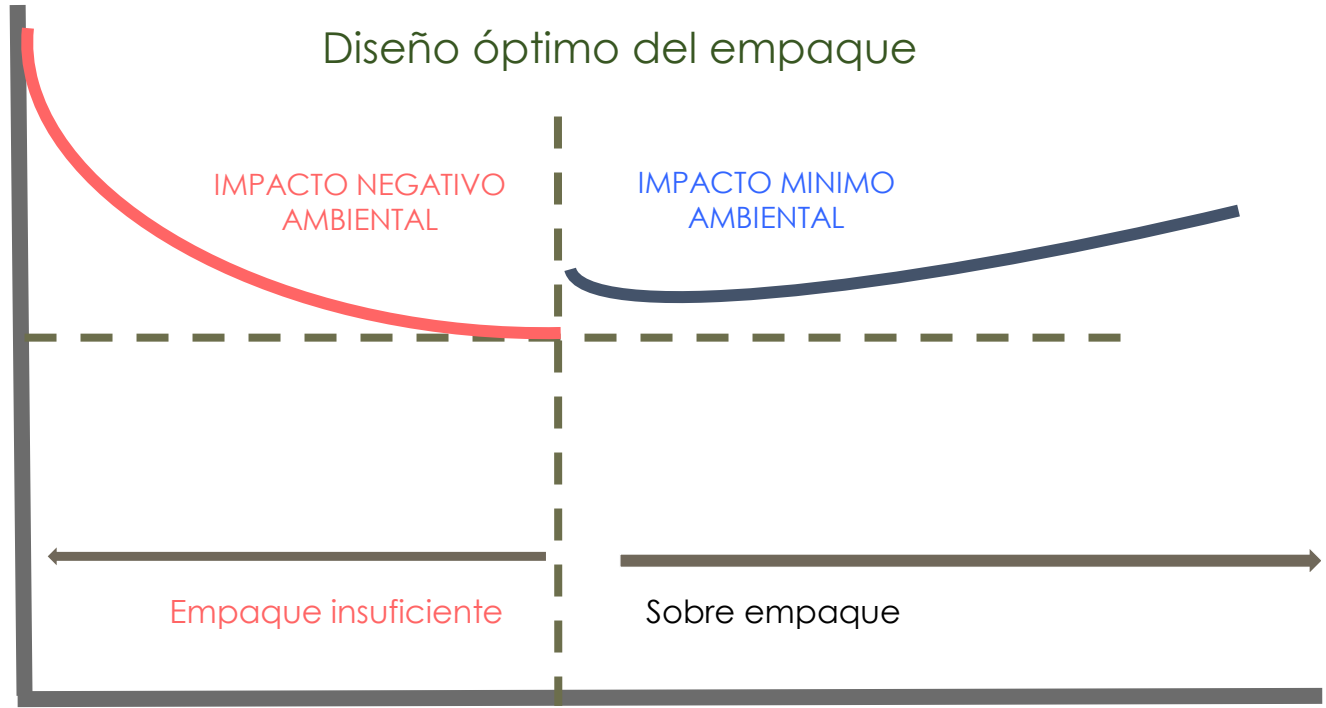
- Campo
- Transporte
- Comercio
- Infraestructura
- Materiales



3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio



Pérdida De Alimentos Y Su Relación Con Materiales De Envase



Fuente :The consumer goods forum (The inventia ab model) 2009

3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

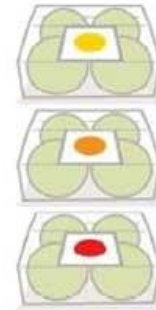
Pérdida De Alimentos – Nuevos Desarrollos De Materiales Y Tecnologías



Ascéptico – MAP⁽¹⁾



Inteligentes ⁽²⁾



Sellado ultrasónico⁽³⁾

3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

Economía Circular

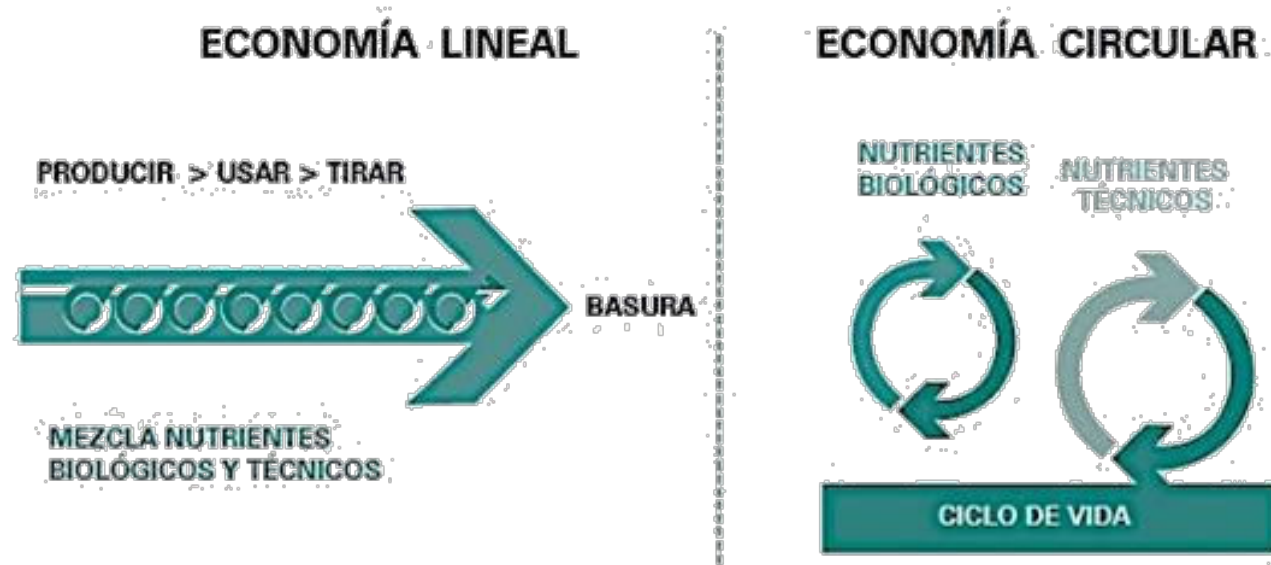


Figura 2. Comparación entre economía lineal y economía circular.

3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

Legislación Ambiental

EUROPA

Directiva 94/62/Ce De 20 De Diciembre De 1994

Decisión de la comisión 97/129/ce de 28 de enero de 1997 identificación

ESTADOS UNIDOS

Ley De Recuperación Y Conservación De Recursos (Resources Conservation And Recovery Act) De 1976

Federal Trade Commission(ftc) Environmental Protection Agency (EPA)

Regulación estado de California

JAPON

1995 Programa Basura Cero

Impuesto x envase de 0.01 \$US

Desde abril de 1997 cuenta con la ley de reciclado de envases

CANADA

Oct 2012 Acuerdo Con La Industria Para La Reducción

Menor uso de materiales de envase

Reducción GHG
Incremento Material Reciclado
Eliminación del PVC

TAIKU PALDIES ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ TANAN благодаря
SHUKRAN DANKE TERMA KASSIH DÍKY
GRATIAS 감사합니 MATONDO МААКЕ NANNI DIAKUIU
HVALA THANK YOU MERCI MOCHCHAKKERAM DIOLCH
TÄNAN SPASIBO дякую FALEMINDERIT

GRACIAS

תודה ASANTE CHOKRANE ESKERRAK MISAOTRA GRAZIE
谢谢 OBRIGADO ARIGATO VINAKA
SULPÁY SPASIBO
DIOLCH ACIU DIOLCH WELALIN TAK KÖSZÖNÖM
EKELE NGIYABONGA MATUR NUWUN KIITOS DZIĘKUJĘ