

# Manual de empaque y embalaje para exportación



PROCOLOMBIA  
LA OFICINA COMERCIAL DE COLOMBIA

# Contenido

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

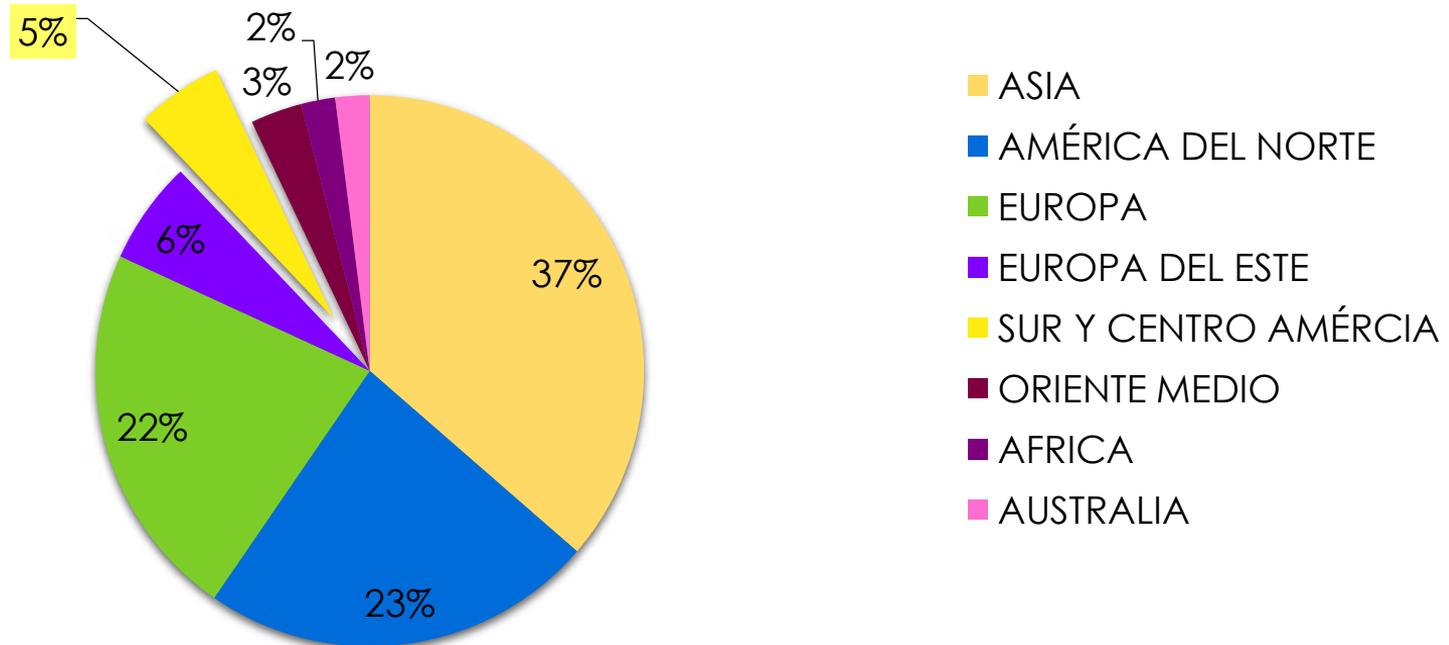
## ING

# 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

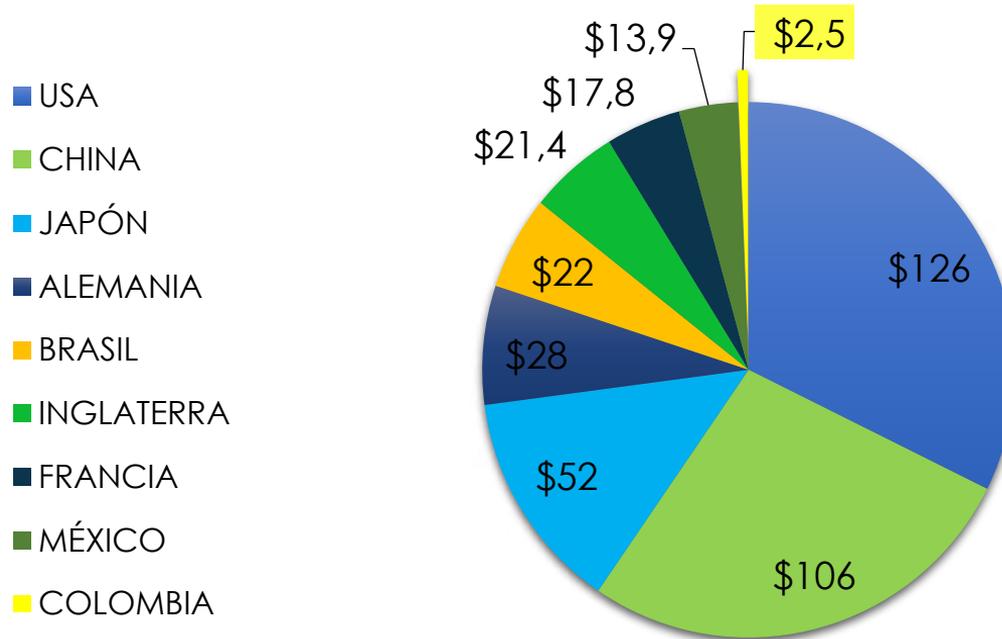
# 1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

## Consumo De Materiales Por Regiones Del Mundo



# 1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

## Consumo De Materiales De Envase En El Mundo

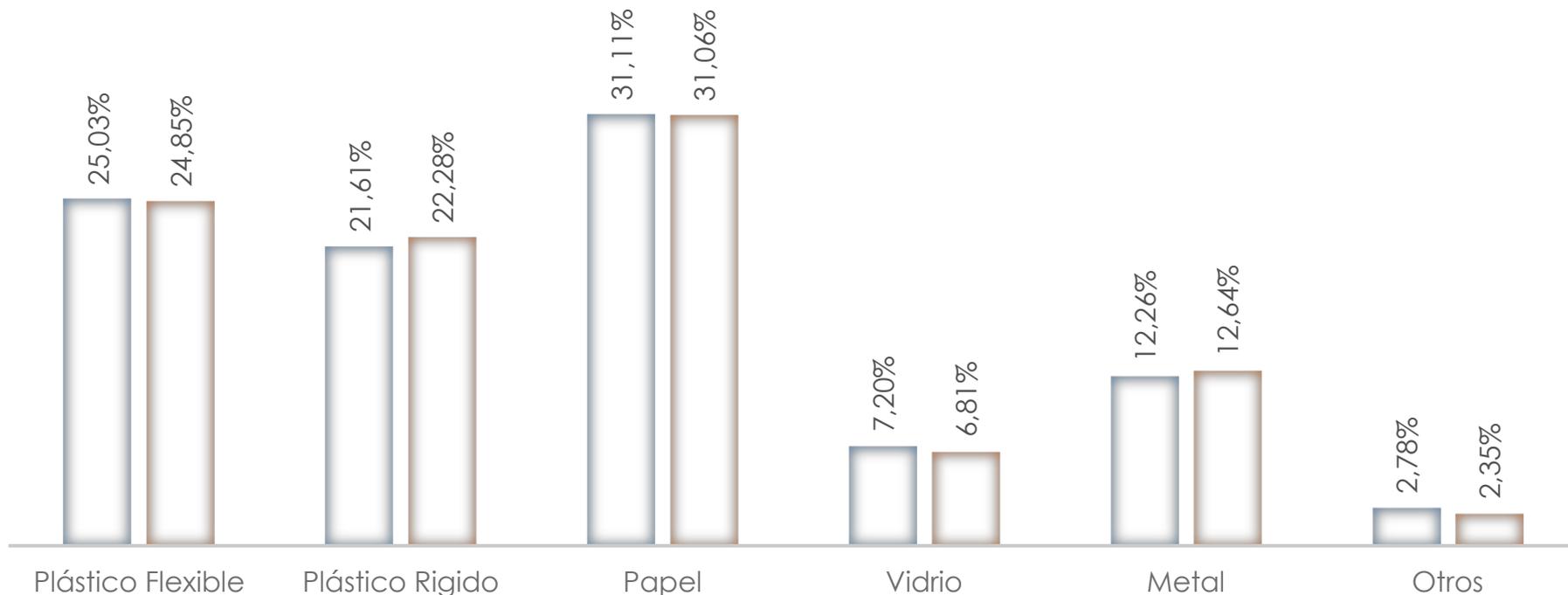


- 2014 mercado total - \$US582.9 b / 340.5 Ton Met
- 2018 estimado mercado total - \$US 975

# 1. Generalidades Desde El Pack Del Packaging

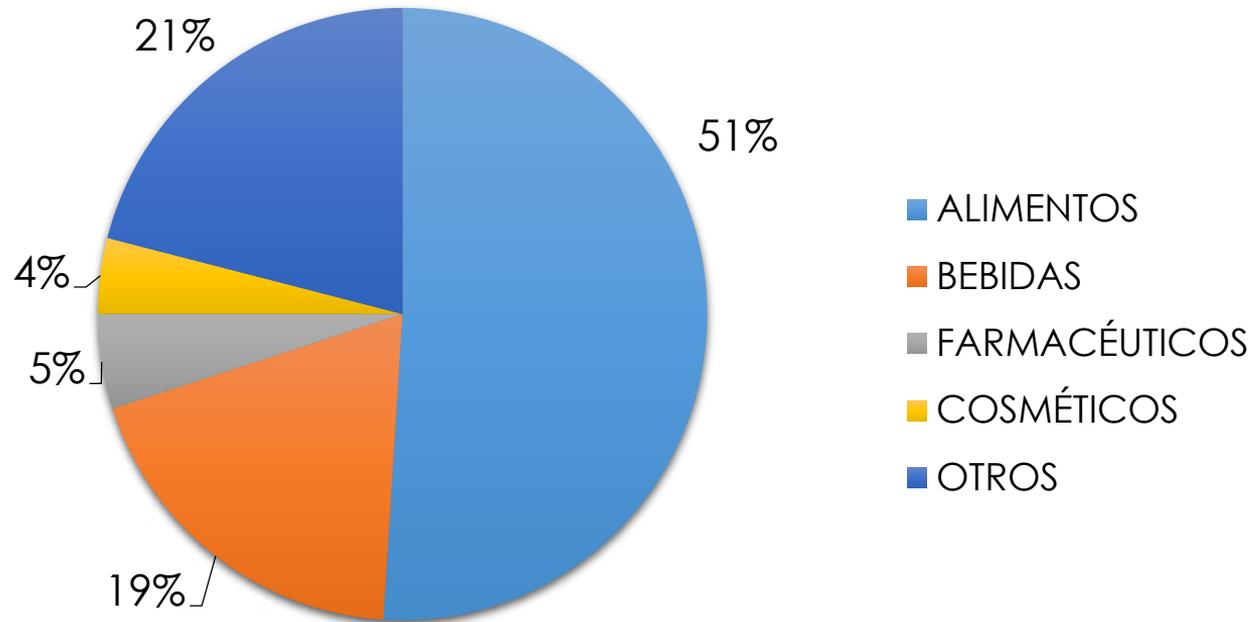
## CONSUMO POR TIPO DE MATERIAL

■ 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%
OTROS	8% - 12%
FARMACÉUTICOS	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
<b>Envase</b>	Tapa			
	Botella (Lata, película flexible en forma de bolsa)			
<b>Empaque</b>	Etiqueta			
	Capuchón seguridad			
	Plegadiza			
	Proceso de marcado, fecha de vencimiento			
	Separadores			
<b>Embalaje</b>	Elementos de amortiguamiento			
	Caja Corrugada (bandeja – lámina de cartón)			
	Film termoencogido			
	Etiquetas adicionales			
<b>Unidad de carga</b>	Procesos de marcado			
	Estiba			
	Stretch			
	Esquineros			
	Láminas			
<b>Mano de obra</b>	Zuncho			
	Mano de obra adicional			
<b>Almacenamiento</b>	Valor almacenamiento por caja o estiba. Definir el tiempo.			
<b>Transporte</b>	Costo del flete promedio de transporte en relación al número de unidades transportadas hasta el punto de destino.			
<b>Otros Costos</b>				
	<b>Valor total</b>			

# 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](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



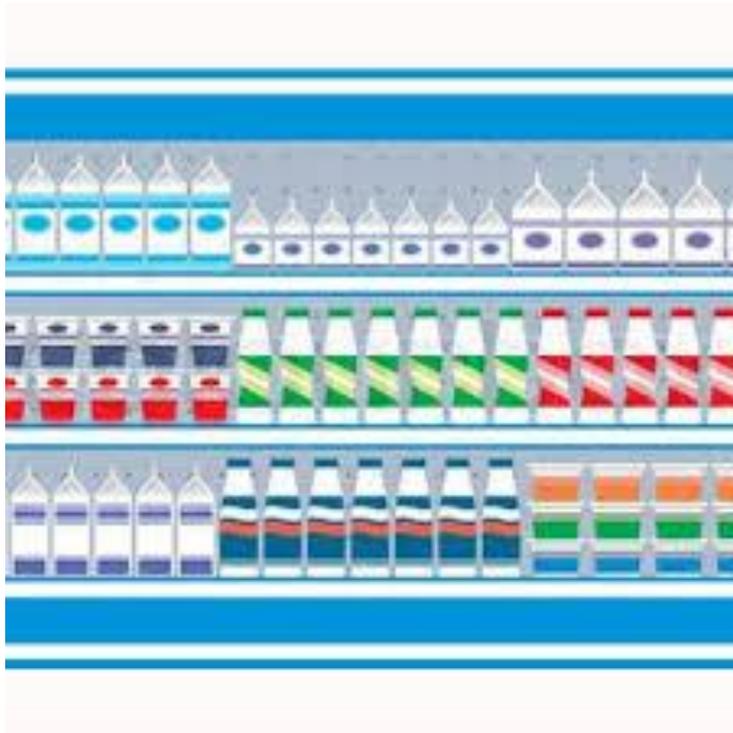
Inmersión para entender el comportamiento del packaging en la vida diaria de los consumidores

# 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,  
**Quiénes** buscan un producto premium y confiable  
**En entornos** urbanos donde el tiempo es escaso pero se valoran cortos momentos de indulgencia

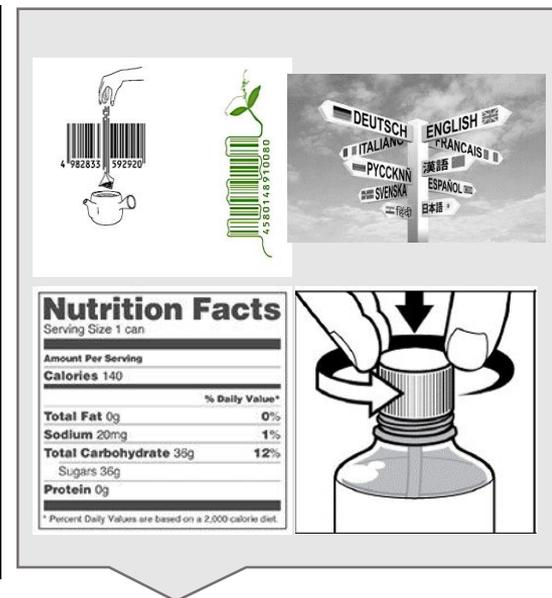
# 2. Generalidades Desde El ing Del Packaging



**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 NUESTRO DESARROLLO PRODUCTIVO

### 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  
CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO PRODUCTIVO

### 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 COMERCIAL

### 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  
CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO ECONÓMICO DEL PAÍS

### 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 Inging 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 A SU 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

# 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

### 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



PROCOLOMBIA  
Asociación de Ingenieros de Colombia

### 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		
<b>1. Documento que se deben tener en el momento de la impresión</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
- Arte aprobado por mercadeo			
- Cromalin, Sherpa o documento equivalente			
- Envase actual, para hacer pruebas			
- Plano mecánico de la etiqueta			
- Ficha técnica del material			
<b>2. Información que debe compararse contra el arte aprobado:</b>			
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	
<b>3. Información que debe validarse</b>		<b>4. Aprobación de la impresión</b>	
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.			
<b>A tener en cuenta:</b>			
Aprobar con luz de día			
Aprobar con mercadeo, la agencia y proveedor			

## 2. Generalidades Desde El ing Del Packaging



PROCOLOMBIA  
CONTRIBUYENDO A UNA ECONOMÍA MÁS PRODUCTIVA

PRECIO  
PRODUCTO  
PROMOCIÓN  
PLAZA

P

R

REALES  
RÁPIDOS  
RENTABLES  
REPRODUCIBLES



### 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 TÉCNICA DE INVERSIÓN PÚBLICA

# 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

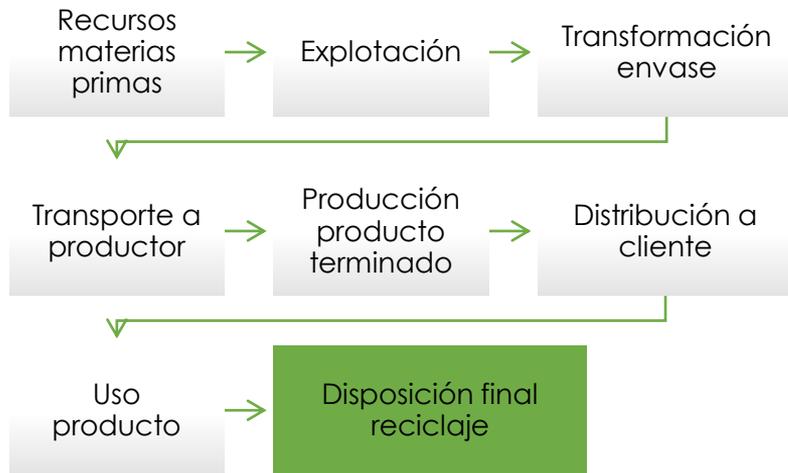
1989  
Producción Mas Limpia  
Eco – Eficiencia

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

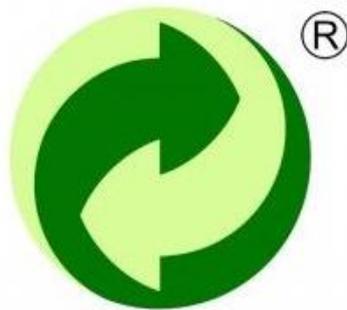
Responsabilidad extedida al productor

### 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 INVESTMENT MARKETS FIRST

### 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

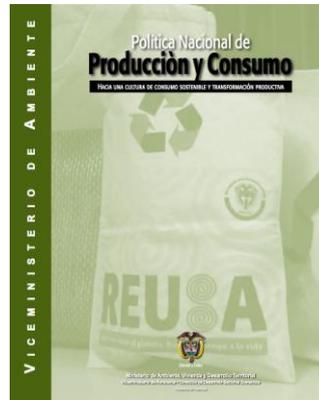
Acuerdo De Marakech

Política Nacional De Producción Y Consumo Sostenible - Colombia

Plan A – Marks & Spencer

Score Card – Walmart

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



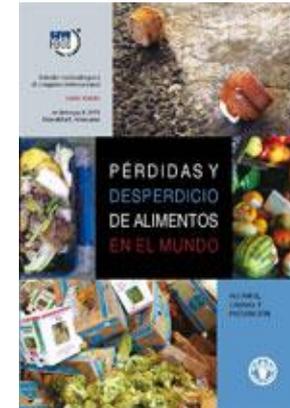
# 3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

## 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

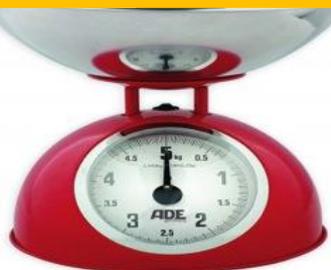


59% SE PUEDE EVITAR  
Tamaños personales  
Facilidad de cerrar  
Best Before  
Tecnología



65% SE PUEDE EVITAR

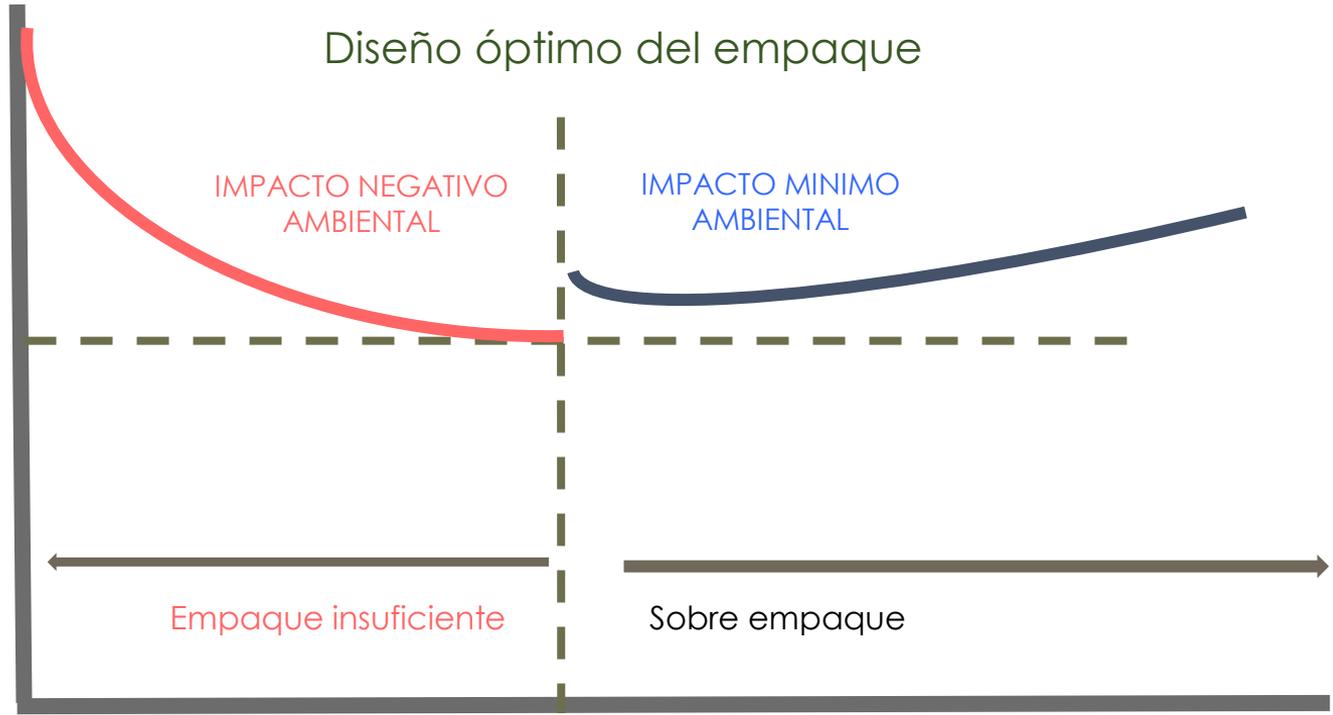
- Campo
- Transporte
- Comercio
- Infraestructura
- Materiales



# 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

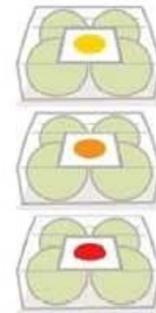
## Pérdida De Alimentos – Nuevos Desarrollos De Materiales Y Tecnologías



Ascéptico – MAP<sup>(1)</sup>



Inteligentes <sup>(2)</sup>



Sellado ultrasónico<sup>(3)</sup>

### 3. Sostenibilidad del Packaging como estrategia de negocio

#### Economía Circular

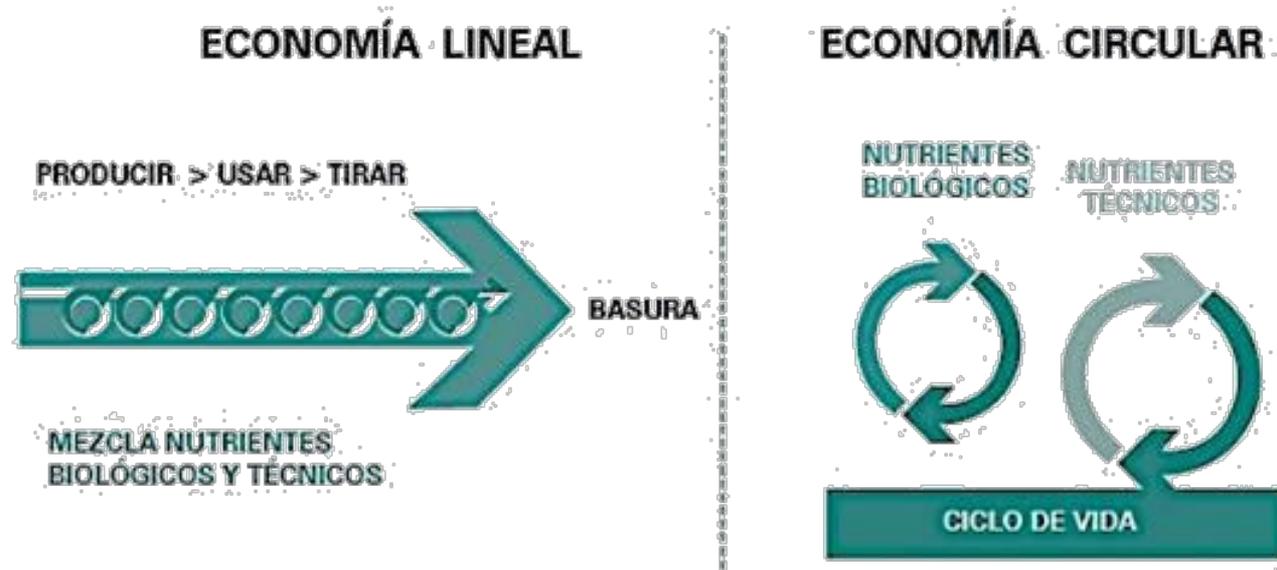


Figura 2. Comparación entre economía lineal y economía circular.

### 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