



Actividad 4: ESTRATEGIA DE MARCA, ENVASE, ETIQUETA Y EMBALAJE

Para crear el nombre de tu **marca** o de tu producto debes seguir los siguientes 6 pasos

1. Crear una nube de términos con todas las palabras relacionadas a tu marca o producto.

Pueden ser palabras que describan el servicio que brinda, la forma de realizarlo, lo que quieras comunicar o simplemente lo que se te venga a la mente. No importa. Lo relevante es empezar a listar términos y tener una base donde comenzar a formar el nombre.

2. Eliminar los términos que no nos sirven, no nos gustan o no podemos utilizar.

Van a surgir decenas, cientos, miles de términos y muchos de esos los anotamos porque sí, para tenerlos ahí y que nos ayuden a seguir la línea de pensamiento. El próximo paso es leerlos nuevamente y empezar a elegir los que no tienen sentido.

Como resultado parcial nos quedarían solo las que nos sirven.

3. Agrupar los términos por similitud y categorizarlos

Tomamos el listado anterior y los empezamos a agrupar, los que nos parezcan que tienen que ir juntos los vamos acomodando uno al lado de otro, algo que por lo general suele estar a medio armar porque un término nos va llevando a pensar en el siguiente. Esto nos va a dar como resultado pequeñas nubes de palabras con algún factor común entre ellas.

4. Priorizar los grupos y las palabras dentro de ellos, eliminar lo menos relevante

Ya que tenemos nuestros hermosos círculos de términos categorizados, vamos a ordenarlos por prioridad. ¿Qué categoría nos interesa más para identificar a nuestro equipo? Y dentro de esas categorías, ¿qué palabras?

5. Traducir las palabras a distintos idiomas

Tomamos las palabras resultantes y la traducimos a otros idiomas,

6. Combinar e inventar nuevas palabras tomando las del listado

Ahora llegó la parte más divertida. Con todas estas palabras podemos formar el nombre eligiendo una o más o combinando para formar una palabra nueva. Los nombres resultantes siempre tienen que verificar que en otros países no tengan un significado no querido.

II. Elección del envase

Para seleccionar el envase de nuestro producto, es necesario que evalúes y analices algunos aspectos que te permitirán hacer una buena elección.

1. Comunicación

Un envase puede tener influencia sobre el producto que contiene ya que se debe brindar información sobre las principales características y también sobre los cuidados al momento de consumirlo.

Una propiedad muy importante del envase es el color, que lo hace reconocible y recordable. Su principal misión es llamar la atención, por lo tanto la selección de un color para un producto debe tener en cuenta, entre otras cuestiones, el perfil de los consumidores.

2. Morfología

Este punto hace referencia a la forma del envase, aspecto que puede expresar de antemano el tipo de producto que contiene (de acuerdo al material seleccionado), así como las propiedades que lo caracterizan. Según el tipo de producto, se debe seleccionar un volumen y un tamaño específico que cumpla con su función de envase.

3. Ergonomía

La ergonomía es la relación entre el hombre y el producto. En cuanto a los envases y embalajes, ser ergonómicos tiene que ver con ofrecer comodidad de manejo, facilidad de apertura y cierre, de acceso al contenido, de almacenamiento, de capacidad, y tener formas adecuadas

4. Ecología

Debido a la preocupación de los últimos años por el cuidado del medio ambiente se estableció una serie de reglamentaciones que regulan la fabricación y gestión de envases y embalajes. Lo que se pretende es frenar el abuso en materia de desechos e intentar reducir el derroche innecesario de materias primas, ya que su destrucción origina problemas a muchos niveles: ecológico, económico, logístico y de convivencia social. Las disposiciones obligan básicamente a cumplir con cuatro condiciones esenciales, conocidas como las 4R: reducción, reutilización, recuperación, reciclaje.

5. Limpieza

El envase debe ser limpio y no transmitir olores ni sabores a los productos que contiene, ya que pueden constituir un vehículo o una fuente de contaminación.

Los recipientes aptos deben estar contruidos o revestidos con materiales resistentes al producto que contienen y no deberán permitir el ingreso de sustancias nocivas.

Por eso mismo, con el fin de evitar contaminaciones (sobre todo si se trabaja con alimentos) se realizan controles sanitarios que inspeccionan tanto al producto como a los envases y embalajes.

6. Costo

Cuando se va a adoptar un envase se debe hacer una evaluación económica en la que se tendrán en cuenta los costos de su adaptación al sistema de distribución y a la comercialización utilizada.

7. Aspectos legales

Y sobre todo, se debe tener en cuenta las leyes aplicables a cualquier producto industrial, existe una legislación específica que incide directamente sobre ciertos

aspectos a tener en cuenta en la fabricación de los envases y embalajes, como así también sobre su etiquetado, distribución y comercialización.

Como ejemplo, en México, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial ofrece medidas para proteger tus diseños de envases, entre muchos más.

Como ejemplo, en México, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial ofrece medidas para proteger tus diseños de envases, entre muchos más.

Después de haber considerado los 7 puntos antes mencionados elabora el envase que acompañar al producto.

III. Estrategia de etiquetas

Las **etiquetas informativas** de un producto prefieren informar al cliente ante todo, ofrecerle datos y consejos para la utilización del mismo, así como su contenido y otros aspectos técnicos, sin buscar la persuasión del cliente. Objetivo que sí tiene la **etiqueta persuasiva**, definida como aquella que muestra de forma predominante un logotipo u otra técnica promocional al cliente, con frases como "¡Novedad!" o "Versión mejorada".

Es muy frecuente que coexistan en el mismo embalaje o envase estos dos tipos de etiquetas. Por ejemplo, una caja de patatas fritas o "chips", donde la parte frontal se destina a frases promocionales ("Las patatas de toda la vida"...) y en la parte trasera se ofrece la información nutricional.

Consejos al elegir la etiqueta para un producto

A la hora de saber qué tipo de etiqueta es mejor para un producto y de qué forma presentarla, conviene primeramente informarse de las normativas y regulaciones que cada país dispone, eso consistirá la información obligatoria que deberá aparecer sí o sí.

Una vez realizado esto, es recomendable crear varios tipos de etiquetas (unas más promocionales, otras menos, otras mezclando ambos tipos, de distintos colores, etc.) y presentárselas a amigos y posibles consumidores para que nos den sus impresiones.

Después de haber considerado la información anterior diseña las etiquetas para tu producto, envase y embalaje

IDENTIFICAR LAS PARTES DE UN PRODUCTO

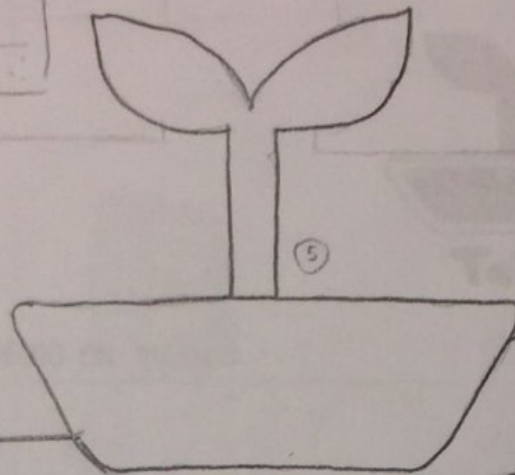


RETO

Elabora un prototipo de tu producto el cual presente la marca, logotipo, etiquetas, envase y embalaje

SIN NECESIDAD
DE TIERRA

CULTIVA TUS
ALIMENTOS



Talpi®

CONTENIDO:
- KIT HIDROPONICO
- SEMILLAS
- 5 MACETAS

MÉXICO, EDMX. ②

KIT HIDROPONICO PARA HOGAR ③

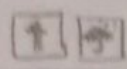
- 1 - Denominación del producto
- 2 - Contenido neto
- 3 - País de procedencia
- 4 - Código de barras
- 5 - Nombre del producto
- 6 y 7 - Descripción del producto

120 cm

cara
frontal



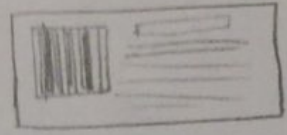
Talpi



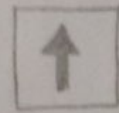
HECHO EN MÉXICO

30 cm

cara
trasera



30 cm



KIT HIDROPONICO PARA
HOGAR
esp. bomba
Materiales de tubos
" mallas
tipo de semilla
dimensiones de tubos
especificaciones de uso
...

Talpi

30 cm

50 cm 50 cm

