



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y
TECNOLOGÍAS**

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

Título:

Guía didáctica sobre técnicas aplicadas a nuevas tendencias de packaging con materiales reciclables.

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Autor:

María Belén Orozco Valle

Tutora:

PhD. Margarita Pomboza Floril.

Riobamba, Ecuador.2023

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, María Belén Orozco Valle, con cédula de ciudadanía 060474666-9, autor (a) del trabajo de investigación titulado: Guía didáctica sobre técnicas aplicadas a nuevas tendencias de packaging con materiales reciclables, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a la fecha de su presentación.



María Belén Orozco Valle

C.I: 0604746669



DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

En la ciudad de Riobamba, a los 25 días del Noviembre de 2022, luego de haber revisado el Informe Final del trabajo de investigación presentado por el estudiante **MARIA BELÉN OROZCO VALLE** con CI: **0604746669**, de la carrera **DISEÑO GRÁFICO (R)** y dando el cumplimiento a los criterios metodológicos exigidos, se emite el **ACTA FAVORABLE DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN** titulado, “**GUÍA DIDÁCTICA SOBRE TÉCNICAS APLICADAS A NUEVAS TENDENCIAS DE PACKAGING CON MATERIALES RECICLABLES**”, por lo tanto se autoriza la presentación del mismo para los trámites pertinentes.

MARGARITA DEL
ROCIO POMBOZA
FLORIL

Firmado digitalmente por
MARGARITA DEL ROCIO
POMBOZA FLORIL
Fecha: 2022.11.25
11:39:20 -05'00'

PhD. Margarita Pomboza Floril.

C.I: 0603861022

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación **Guía didáctica sobre técnicas aplicadas a nuevas tendencias de packaging con materiales reciclables**, presentado por Maria Belén Orozco Valle, con cédula de identidad número 0604746669, bajo la tutoría de PhD. Margarita Pomboza Floril; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos en Riobamba, jueves 27 de Julio de 2023.

Mgs. Mariela Samaniego.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Marcela Cadena.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Jessica Martínez.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Dra. Margarita Pomboza
TUTOR(A)





CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Que, **OROZCO VALLE MARÍA BELÉN** con CC: **0604746669**, estudiante de la Carrera **DISEÑO GRÁFICO**, Facultad de **CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y TECNOLOGÍAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **”GUÍA DIDÁCTICA SOBRE TÉCNICAS APLICADAS A NUEVAS TENDENCIAS DE PACKAGING CON MATERIALES RECICLABLES”**, cumple con el 6%, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **OURIGINAL**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 25 de noviembre de 2022

MARGARITA DEL
ROCIO POMBOZA
FLORIL

Firmado digitalmente por
MARGARITA DEL ROCIO
POMBOZA FLORIL
Fecha: 2022.11.25
11:39:20 -05'00'

PhD. Margarita Pomboza
TUTOR(A)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ser mi guía y mi fortaleza, a mis padres Ángel Orozco y Carmen Valle por su apoyo incondicional, gracias a su esfuerzo y sacrificio que me han brindado en el transcurso de mi formación como profesional, por enseñarme los mejores valores el respeto y la humildad. A mis hermanos por su apoyo y consejos que me sirvieron para cumplir mis sueños.

Mi más profundo agradecimiento a todos mis profesores que me impartieron sus conocimientos y enseñanzas en especial a mi tutora Margarita Pomboza por su paciencia, enseñanza y apoyo incondicional durante todo el proceso de este proyecto de investigación.

Agradezco en general a todas las personas que han estado en todo este transcurso de mi formación académica y que han sido un pilar fundamental, brindándome sus fuerzas para seguir adelante y luchar por lo que quiero.

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación está dedicado a Dios por tener unos padres maravillosos quienes me han formado con el mejor ejemplo de vida superación y humildad, gracias por su amor y por enseñarme a valorar cada detalle que se presenta en la vida.

A mis hermanos Adrián, David, Diego, Edith y a mi familia porque me enseñaron a luchar por mis sueños y que siempre nos tendremos unos a otros para lo que necesitemos.

A mi abuelita Iris porque es una de las personas más importantes en mi vida, gracias por sus consejos, cariño y motivaciones para seguir adelante.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I.....	20
1.1. Introducción.....	20
1.2. Definición del problema de investigación.....	21
1.3. Justificación.....	22
1.4. Objeto de estudio de la investigación.....	23
1.5. Campo de Acción.....	23
1.6. Objetivos.....	23
1.6.1 Objetivo general.....	23
1.6.2. Objetivos específicos:.....	23
1.7. Planteamiento hipotético.....	23
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	24
2.1. Antecedentes de la investigación.....	24
2.2. Marco Teórico.....	25

2.2.1. Packaging	25
2.2.2 Historia del packaging	25
2.2.3 Concepto del packaging	25
2.2.4 Tipología del packaging	26
2.2.4.1 Tipos de packaging según su utilidad.....	26
2.2.5 Funciones del packaging	27
2.2.5.1 Funciones de uso	27
2.2.5.2 Funciones comunicativas.....	28
2.2.6 Características generales del diseño de packaging	29
2.2.7. Materiales del packaging	30
2.2.7.1 Materiales reciclables del packaging.....	33
2.2.7.2 Empresas que trabajan con materiales reciclables.....	35
2.2.8 Concepto de tendencia.....	36
2.2.8.1 Tipos de tendencias	36
2.2.8.2 Tipos de tendencia en el packaging.....	37
2.2.9 Técnicas en el packaging.....	38
2.2.10 Métodos de impresión enfocado en el packaging.....	39
2.2.11 Métodos de troquelado	41
2.2.13. Concepto de una guía didáctica.....	42
2.2.13.1 Características de la guía didáctica.....	42
2.2.13.2 Funciones básicas de la guía didáctica	43
2.2.13.3 Estructura de una guía didáctica.....	44
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	46
3.1 Enfoque de Investigación	46
3.1.2 Tipo de alcance de investigación.....	46

3.1.2.1 Investigación Descriptiva	46
3.1.2.2 Investigación bibliográfica	46
3.2 Tipo de diseño de investigación	46
3.2.1 Diseño no experimental	46
3.2.2 Diseño Etnográfico	47
3.2.3 Metodología de Robert Scott.....	47
3.3 Población de estudio y tamaño de muestra.....	47
3.3.1 Población	47
3.3.1 Muestra estadística	48
3.4 Técnicas e instrumentos a utilizar para la recopilación de datos.....	51
3.4.1 Encuesta.....	51
3.4.2 Guía estructurada de Observación.....	51
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	52
4.1 Resultados de la encuesta a emprendimientos de línea de ropa y bisutería en la ciudad de Riobamba.	52
4.2 Resultados de la guía estructurada de observación a los egresados de la carrera de Diseño Gráfico.....	62
4.3 Desarrollo de la Propuesta	74
4.3.1 Título	74
4.3.2 Presentación.....	74
4.3.3 Objetivos.....	74
4.3.4 Introducción.....	74
4.3.5 Ejecución de la propuesta	75
4.3.6 Metodología Aplicada	75
4.3.6.1 Causa primera (necesidad)	75

4.3.6.1.1 Especificaciones del producto	76
4.3.6.2 Causa formal (fundamentación teórica)	76
4.3.6.2.1 Análisis de tendencias de packaging	76
4.3.6.2.2 Diseño Estructural	80
4.3.6.3 Causa material	87
4.3.6.3.1 Análisis de tendencias de materiales, cromática y tecnologías.	87
4.3.6.3.2 Elección del material ecológico.....	96
4.3.6.3.3 Materiales Sostenibles	96
4.3.6.4 Causa técnica	97
4.3.6.4.1 Colores complementarios	97
4.3.6.4.2 Tipografía recomendada	98
4.3.6.4.3 Tecnologías recomendadas para la creación del packaging	100
4.3.7 Resultados	100
4.3.7.1 Tamaño y Medidas	100
4.3.7.2 Línea Base de Diseño	111
4.3.7.3 Aplicaciones: Packaging 1.....	112
4.3.7.5 Rúbrica de evaluación del emprendimiento	114
4.3.7.6 Rúbrica de evaluación del Usuario.....	115
4.3.7.7 Ciclo de Vida del packaging.....	116
4.3.7.8 Aplicaciones: Packaging 2.....	118
4.3.7.9 Rúbrica de evaluación del emprendimiento	120
4.3.7.10 Rúbrica de evaluación del Usuario.....	120
4.3.8 Conclusiones de la Guía Didáctica	123
4.3.9 Recomendaciones de la Guía Didáctica	123
4.3.10 Glosario	123

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	125
5.1 Conclusiones.....	125
5.2 Recomendaciones	125
BIBLIOGRAFÍA	127
ANEXOS	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Emprendimientos de la muestra	48
Tabla 2. Los productos más adquiridos en la categoría masculino	52
Tabla 3. Los productos más adquiridos en la categoría femenino.....	53
Tabla 4. Señale que tipos de packaging utiliza en su emprendimiento.	55
Tabla 5. ¿Qué tipo de material utiliza en sus packaging?	56
Tabla 6. ¿Cómo invierte el presupuesto para el packaging de sus productos?.....	57
Tabla 7. Los clientes requieren un packaging con material ecológico	58
Tabla 8. Conoce los beneficios de utilizar un packaging ecológico.....	59
Tabla 9. Aporta al cuidado del medio ambiente al utilizar packaging ecológico.....	60
Tabla 10. Sus clientes traen sus propias fundas.....	61
Tabla 11. Guía de observación	63
Tabla 12. Resultados de la Guía de observación del packaging Pasarela 51	64
Tabla 13. Resultados de la Guía de observación del packaging del emprendimiento Éxtasis.....	66
Tabla 14. Resultados de la Guía de observación del packaging Verho accesorios bisutería	68
Tabla 15. Resultados de la Guía de observación del packaging Toty Boutique	70
Tabla 16. Resultados del packaging del emprendimiento Boutique Justin	72
Tabla 17. Análisis de la tendencia minimalista	77
Tabla 18. Análisis de la tendencia color.....	77
Tabla 19. Análisis de la tendencia fotografía	78
Tabla 20. Análisis de la tendencia de etiquetas simples.....	78
Tabla 21. Análisis de la tendencia de eco - diseño.....	79
Tabla 22. Análisis de la tendencia de ilustración	79

Tabla 23. Datos de análisis de tendencias de materiales	88
Tabla 24. Análisis del material cartón	89
Tabla 25. Análisis del material papel	90
Tabla 26. Análisis del material madera	91
Tabla 27. Análisis del material tela ecológica	92
Tabla 28. Análisis del material vidrio	93
Tabla 29. Análisis del material bagazo de caña de azúcar	94
Tabla 30. Datos de análisis de tendencias de materiales	95
Tabla 31. Características de la línea Base de Diseño	111
Tabla 32. Rúbrica de evaluación del emprendimiento pasarela 51	114
Tabla 33. Rúbrica de evaluación del usuario para packaging de pasarela 51	115
Tabla 34. Ciclo de Vida del packaging pasarela 51	117
Tabla 35. Tabla 32. Rúbrica de evaluación del emprendimiento Enigma.....	120
Tabla 36. Rubrica de evaluación del Usuario para packaging Enigma	121
Tabla 37. Ciclo de Vida del packaging Enigma	122

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultados de la encuesta para conocer el producto más vendido. (Masculino).....	53
Figura 2. Resultados de la encuesta para conocer el producto más vendido. (Femenino)	54
Figura 3. Resultados de la encuesta para conocer qué tipo de packaging utilizan en cada emprendimiento.....	55
Figura 4. Resultados de la encuesta para conocer qué tipo de material utilizan en su packaging.....	56
Figura 5. Resultados de la encuesta para conocer como invierten el presupuesto en el packaging.....	57
Figura 6. Resultados de la encuesta para conocer si los clientes solicitan que les entreguen en un packaging con material ecológico.....	58
Figura 7. Resultados de la encuesta para conocer si conocen sobre los beneficios de utilizar un packaging ecológico.....	59
Figura 8. Resultados de la encuesta para conocer si considera que aporta al cuidado del medio ambiente al utilizar un packaging ecológico.	60
Figura 9. Resultados de la encuesta para conocer si sus clientes traen sus propias fundas	61
Figura 10. Moodboard	82
Figura 11. Boceto N.-1	82
Figura 12. Boceto N.-2	83
Figura 13. Boceto N.-3	83
Figura 14. Boceto N.-4	84
Figura 15. Retícula	84
Figura 16. Etiqueta en la retícula.....	85

Figura 17. Sobre en la retícula.....	86
Figura 18. Sobre plantilla en la retícula.....	86
Figura 19. Plantilla segundo packaging.....	87
Figura 20. Combinación con el color Marrón	97
Figura 21. Combinación con el color Blanco	97
Figura 22. Combinación con el color Fucsia	97
Figura 23. Combinación con el color Azul.....	98
Figura 24. Combinación con el color Amarillo	98
Figura 25. Combinación con el color Negro	98
Figura 26. Tipografías lisas	99
Figura 27. Tipografías con toques pincelados	99
Figura 28. Tipografías que simulan textos escritos a mano	99
Figura 29. Tipografías con serifa.....	99
Figura 30. Medidas de la etiqueta de cartón de la blusa.....	100
Figura 31. Medidas de la etiqueta de cartón del pantalón	101
Figura 32. Medidas del sobre	102
Figura 33. Medidas del sobre especificados	103
Figura 34. Medidas de la plantilla	104
Figura 35. Medidas del packaging bolsa	105
Figura 36. Resultados	106
Figura 37. Resultados del sobre.....	107
Figura 38. Resultados de la etiqueta.....	108
Figura 39. Resultados y montaje con la prenda de vestir	109
Figura 40. Resultados del packaging	110
Figura 41. Resultados de las aplicaciones para el emprendimiento pasarela 51	112

Figura 42. Características de tendencia y colores del packaging emprendimiento pasarela 51	113
Figura 43. Ciclo de Vida del packaging emprendimiento pasarela 51	116
Figura 44. Resultados de las aplicaciones para el emprendimiento Enigma.....	118
Figura 45. Características de tendencia y colores del packaging emprendimiento Enigma.....	119

RESUMEN

La presente investigación “Guía didáctica sobre técnicas aplicadas a nuevas tendencias de packaging con materiales reciclables”, nace como solución a la falta de diseño de packaging en la ciudad de Riobamba y se enfoca en público de alta demanda que son los emprendimientos de línea de ropa y bisutería, a su vez también la falta de utilización de técnicas, tendencias y materiales reciclables.

La guía cuenta con contenidos que describen las diferentes técnicas, tendencias y materiales reciclables para la construcción del diseño packaging. La metodología proyectual que se propone es la de Robert Scott que se basa en una sucesión de pasos para definir el orden del proceso de diseño. Consta de cuatro causas, la causa primera donde se identifica la necesidad del entorno donde utilizamos instrumentos como fichas de observación y encuestas, en la causa formal realizamos el análisis de tendencias, moodboard, diseño estructural y realizamos los primeros bocetajes, en la causa material realizamos el análisis y la elección del material reciclable y por último en la causa técnica analizamos colores, tipografía y medios tecnológicos para impresión y acabado.

La presente guía pretende promover y fortalecer la conciencia ambiental para la creación de envases sostenibles, reciclables y respetuosos con el medio ambiente. Disminuir el impacto ambiental que provocan los materiales convencionales para la creación de packaging en línea de ropa y bisutería.

Palabras Claves: packaging, guía didáctica, tendencia de packaging, técnicas, materiales reciclables.

ABSTRACT

The present investigation, "Didactic guide on techniques applied to new packaging trends with recyclable materials," was born as a solution to the lack of packaging design in the city of Riobamba and focuses on a high-demand public that are clothing line ventures and costume jewelry, as well as the lack of use of techniques, trends, and recyclable materials.

The guide has contents that describe the different techniques, trends, and recyclable materials for the construction of packaging design. The proposed project methodology is that of Robert Scott, which is based on a succession of steps to define the order of the design process. It consists of four causes. The first cause is where the environment's need is identified using instruments such as observation sheets and surveys. In the formal cause, we carry out the analysis of trends, mood board, and structural design, and we make the first sketches in the material cause, we carry out the analysis and choice of recyclable material, and finally, in the technical case, we analyze colors, typography and technological means for printing and finishing.

This guide promotes and strengthens environmental awareness for creating sustainable, recyclable, and environmentally friendly packaging. Reduce the environmental impact caused by conventional materials for creating packaging in clothing and jewelry lines.

Keywords: packaging, didactic guide, packaging trend, techniques, recyclable materials.



Reviewed by:
Lic. Dario Javier Cutiopala Leon
ENGLISH PROFESSOR
c.c. 060458106

CAPÍTULO I.

1.1. Introducción

El estado actual del uso de materiales reciclables en envases y embalajes en la ciudad de Riobamba no es muy notorio. Donde en un futuro los usuarios puedan reciclar y así ayudar al medio ambiente. Los consumidores cada vez se interesan más por llevar un comportamiento medioambiental adecuado. Es por eso por lo que se inclinan más a elegir productos donde sus envases sean reciclables.

El packaging es el medio que se conecta al consumidor con el producto por eso es muy importante generar un buen impacto porque eso puede generar el éxito o el fracaso del producto. Para que el packaging llame la atención debe ser cien por ciento funcional, además que contenga un valor agregado, el diseño debe ser divertido, atractivo y debe ser fácil de utilizarlo. “La gráfica de un envase no sólo seduce, también comunica, comunica su contenido, su cantidad, características, color, densidad, sabor etc.” (Somoza & Gandman, 2004, pág. 19). Un buen diseño es capaz de comunicar lo que podemos esperar del producto, de esta forma facilitar la decisión de compra del cliente.

El diseño de nuevos packaging exige cada día ser más creativo ya que es la primera impresión que tiene el cliente con el producto, al utilizar nuevas técnicas y tendencias en el packaging da un realce al producto. La tendencia “Es un punto de mira o de referencia hacia el cual avanzan muchas personas, hasta que se convierte en un eje central de la mirada colectiva.” (Saldarriaga , 2008, pág. 145). Gracias a las tendencias el packaging puede llegar a más personas a que reconozcan o se inclinen hacia al producto. En un mundo tan avanzado como en el que nos encontramos actualmente, las empresas tienen un gran desafío lograr idear algo novedoso o apegarse a las tendencias que terminan siempre en buenos resultados.

El problema son los materiales de apoyo que necesitan temas actuales que puedan ayudar a la creación de un buen packaging. En la actualidad se conoce muy poco de nuevas tendencias y técnicas que pueden aplicar al packaging. Un tema importante que se necesita conocer son nuevos materiales, que estos sean reciclables y ayuden al medio ambiente. Estos materiales de apoyo son recursos para la orientación y la guía de nuevos temas que siempre para los usuarios serán de interés.

El presente proyecto tiene como finalidad dar a conocer nuevas técnicas y tendencias, aplicadas al packaging desde el aspecto ecológico mediante una guía didáctica. Esta guía pretende orientar y fomentar el uso de materiales reciclables ya que en la actualidad este tema ha sido de tendencia y los clientes buscan cada vez más envases sostenibles, reciclables y respetuosos con el medio ambiente. Así mismo los consumidores buscan marcas que estén comprometidas a la preservación del medio ambiente, pero también que contengan

características que hagan único a ese producto y no dejando de un lado la característica principal de contener y proteger al producto.

Tras lo expuesto se pretende diseñar y crear una guía didáctica sobre técnicas aplicadas a nuevas tendencias de packaging con materiales reciclables. Por lo tanto, ayudará como un material de apoyo para incentivar el interés de utilizar materiales reciclables en el packaging.

1.2. Definición del problema de investigación

Actualmente el uso de materiales reciclables en envases y embalajes en la ciudad de Riobamba no es muy notorio y tampoco la influencia de tendencias de packaging. Por eso se realiza esta investigación para solucionar vacíos o carencias de técnicas, tendencias y nuevos materiales reciclables que ayudan al medio ambiente. En emprendimientos a fines que puedan ajustarse a estos materiales. Por eso esta investigación estará inclinado a emprendimientos de ropa y bisutería.

Entre lo que se ha podido identificar en la ciudad de Riobamba los emprendimientos de ropa y bisutería son muy populares ya que la mayoría de las personas necesitan vestimenta y accesorios. Esta investigación está enfocada más en este sector de emprendimientos porque la mayoría de las personas compran estos productos, primero por necesidad, vestirse adecuadamente para el cada día, otro de los motivos es por satisfacción personal estar en moda y ser uno de los primeros en comprar esos productos. Según Martínez (2014) “La moda es un comportamiento, objeto o actividad que es asumido por una sociedad que se encuentra en continuo movimiento; son sucesos que afectan al cambio de la sociedad” (pág. 93). Es por eso por lo que el mercado de ropa y bisutería son muy demandados porque la sociedad está en constante movimiento de comprar nuevas cosas que estén en moda.

El problema en estos emprendimientos son sus empaques, con esto nos referimos a que despachan sus productos utilizando bolsas plásticas.

Según López, Pomaquero, & López (2020), El plástico, en todo el planeta, es el material más contaminante del ambiente y solo el 9% de este se recicla. El resto va a los mares en forma de basura y micropartículas que limitan la generación de oxígeno en los seres vivos y son el alimento de la fauna marina (pág. 732).

El consumo de plástico se ha convertido en un problema ambiental, debido el uso excesivo de la humanidad de usar y tirar las bolsas plásticas. La mayoría de estos emprendimientos lo utilizan es más por su bajo costo y por economizar el dinero.

Estos emprendimientos requieren de un packaging amigable con el medio ambiente, ya que se puede evidenciar que despachan sus productos de una forma sencilla disminuyendo la

calidad de sus productos. Actualmente existen pocos materiales de apoyo que indiquen cuales son las técnicas, tendencias y materiales apropiadas de usar en el packaging. Tras lo dicho se pretende analizar materiales reciclables, técnicas y tendencias que se evidenciaran en una guía didáctica dirigida a estos emprendimientos, en especial para mejorar la utilización de packaging e incentivar la ayuda al medio ambiente.

1.3. Justificación

En base a Cuarán & Enríquez, (2021, pág. 501) menciona que es erróneamente visto como normal y aún aceptado en el Ecuador en donde el 78.4% de los hogares utiliza bolsas de plástico desechables al momento de realizar sus compras. Esto se debe a que los emprendimientos no utilizan materiales reciclables en su packaging cuando despachan sus productos. Un packaging ecológico ayuda mucho a la conservación del medio ambiente y con la ayuda del reciclado se reduce el desperdicio de recursos naturales. Entre lo que se ha podido identificar no existen materiales de apoyo que indiquen puntualmente cual son esos materiales reciclables, técnicas o tendencias que ayuden a la creación de un packaging.

Esta investigación tiende al cuidado del medio ambiente aportando a la no utilización de empaques con materiales contaminantes. Contribuyendo con un material de apoyo que es la creación de una Guía didáctica, donde aportará con componentes, metodologías, estrategias y diferentes materiales reciclables. Esta guía didáctica ayudará con contenidos de interés facilitando a estos emprendimientos a tener buenos resultados ofreciendo orientación necesaria al crear un packaging.

De acuerdo con la autora Samaniego, (2016) en la revista caribeña de Ciencias Sociales, realizó un diagnóstico de los emprendimientos del cantón Riobamba donde se llevó a cabo una investigación de campo encuestando y entrevistando a 387 emprendedores de 20.116 patentados en el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Riobamba. De esa muestra calculada a 387 emprendimientos se encuentran liderando con el 24,6 las actividades de comercialización de productos de primera necesidad, con el 16,2 % a los servicios de internet y cabinas. Por seguido con el 7,6 a emprendimientos con las actividades dedicadas a la venta de ropa, calzado y accesorios. Son actividades muy concurridas donde las personas compran muchos estos productos porque son necesarios y útiles.

En comparación con otras actividades con menor demanda y poco concurridas como son las ferreterías y materiales de construcción con el 6,6 %, librería y útiles escolares con el 5,1%, farmacias con el 4,1%, muebles con el 1,3% y electrodomésticos con el 1%. Es por eso por lo que esta investigación está enfocada a un público objetivo de alta demanda que son los emprendimientos dedicados a ropa y bisutería para poder llegar así a más personas a incentivar a la concienciación de utilizar un packaging ecológico.

1.4. Objeto de estudio de la investigación

Las técnicas, tendencias, materiales reciclados y guía didáctica que podemos aportar al diseño funcional-packaging.

1.5. Campo de Acción

Técnicas, tendencias y materiales reciclables.

1.6. Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Diseñar una guía didáctica sobre las diferentes técnicas aplicadas a nuevas tendencias de packaging con materiales reciclables.

1.6.2. Objetivos específicos:

- Diagnosticar el estado actual del uso de materiales reciclables en envases y embalajes en emprendimientos de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba.
- Analizar nuevas tendencias de materiales, cromática, y tecnologías aplicables al packaging.
- Determinar los materiales reciclables a utilizar para packaging de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba.
- Crear una guía didáctica sobre técnicas aplicadas a nuevas tendencias de packaging con materiales reciclables.

1.7. Planteamiento hipotético

- ¿Qué porcentaje de empresas de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba, utilizan en la actualidad materiales reciclados para sus envases?
- ¿En qué medida es utilizado las nuevas tendencias de colores, materiales, en el packaging?
- ¿Cómo poder determinar los materiales reciclables a utilizar para packaging de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba?
- ¿En qué medida es utilizado las guías de técnicas para la creación de un buen packaging?

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

En torno al proyecto de la presente investigación se ha buscado información referente al tema: **La Guía Didáctica, componentes estructurales**. Por autoría de: (Panchi, 1999). En esta investigación se da a conocer sobre el significado y los componentes de la guía didáctica. Este proyecto de investigación sirve para obtener los principales conceptos y el propósito que tiene una guía didáctica como son ayudar, guiar y orientar a la transferencia del contenido de un tema. Por lo tanto, esta investigación aporta de forma teórica para la construcción del marco teórico y conocer para la construcción las partes de una guía didáctica.

En torno al proyecto de la presente investigación se ha buscado información referente al tema: **Tendencias de diseño de packaging por perfil de usuario, vinculados a la generación de una línea gráfica**. Por autoría de: (Pomboza, Ortega, & Merizalde, 2017). En esta tesis se da a conocer una investigación sobre tendencia por perfil de usuario dando a conocer que existe mucha falta de diseño de packaging en la ciudad de Riobamba. Este proyecto de investigación sirve para obtener los principales conceptos de que es tendencia, las principales características de una tendencia, lineamientos gráficos con los cuales un diseñador puede empezar a trabajar. Los autores definen a la tendencia al conjunto de elementos visuales que reúnen características homogéneas, ligadas a un estilo o corriente artística clásica o contemporánea y/o que presenta una línea gráfica determinada. Esta investigación aporta con conceptos de forma teórica sobre tendencias y presenta de una manera clara las características de perfil de usuario las cuales corresponde a cada tendencia.

En torno al proyecto de la presente investigación se ha buscado información referente al tema: **Diseño y técnicas de packaging**. Por autoría de: (Tordesillas, Desvaux, & Gómez, 2015). En esta tesis se da a conocer una amplia investigación de técnicas de packaging. Este proyecto de investigación sirve para obtener conceptualizaciones de técnicas, packaging y las principales características, propiedades de cada material. Los autores definen el packaging que se ha convertido en algo complejo puesto que hoy en día llega abarcar infinidad de disciplinas, pero siempre cumplirá con la capacidad de contener y proteger al producto, añadiendo capacidad de originalidad y diseño. Esta investigación aporta con conceptos de forma teórica de técnicas para mejorar los acabados del packaging.

En torno al proyecto de la presente investigación se ha buscado información referente al tema: **Diseño en Packaging Ecológico**. Por autoría de: (Orduña & Gómez, 2020). En esta tesis se da a conocer una amplia investigación de los diferentes materiales a utilizar en el packaging detallando sus principales ventajas y desventajas. Este proyecto de investigación sirve para obtener conceptualizaciones de los diferentes materiales reciclables de forma teórica para la construcción del marco teórico.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. Packaging

2.2.2 Historia del packaging

La historia de la humanidad del hombre ha evolucionado constantemente, así también ha sucedido con el packaging. Desde la antigüedad siempre existió la necesidad de la conservación, estuvo familiarmente vinculado a la comida y medicina, la necesidad de transportar alimentos, medicamentos y agua. Con esta necesidad las personas pensaron en envases como medio de ayuda para la preservación de cosas y alimentos en el transcurso del tiempo. Esta forma de conservación ha evolucionado con el tiempo creando envases innovadores dándole al packaging distintas funciones, pero sin olvidar el objetivo principal que es la conservación del producto. En la antigüedad se utilizaban las hojas, pieles de animales, las cáscaras de las frutas y verduras como un envase para conservar los alimentos. El packaging en sus principios:

La historia del envase y embalaje va unida –como vemos- a la de la humanidad, y por consiguiente, a la de su tráfico comercial. Desde la antigüedad el hombre necesitó explorar, descubrir, conquista y comerciar. Y para ello necesitaba disponer de herramientas que le permitieran transportar y conservar provisiones, así como proteger sus mercancías. Todas estas actividades tenían que ver, de forma directa o indirecta, con el envase y embalaje. (Cervera, 2003, pág. 20)

De este modo, el hombre en un principio siempre tuvo la necesidad de un envase. La conservación de alimentos de nuestros antepasados fue mucho más complicada ya que lo hacían mediante la sal, soluciones azucaradas (miel) y variados métodos para poder conservar y transportar sus alimentos. Nuestros antepasados se ingeniaban o buscaban métodos para utilizar elementos que pudieran servir como envases naturales obtenidos de los vegetales, hojas, vidrio, algodón, para la protección de su comida. Algunos problemas que existía es que a veces el envase no era el adecuado causaba molestia y fastidio hacia las personas de ese tiempo. Los accesorios de la mujer como perfumería se conservaban en cerámica en vasijas de alabastro, y sus cosméticos los guardaban en conchas del mar.

2.2.3 Concepto del packaging

Packaging es una palabra de origen inglés que traducida al español significa envase. El packaging puede definirse como todo producto diseñado y fabricado, se considera al packaging como una carta de presentación hacia al consumidor. “Tiene como objetivo contener, proteger, manipular, distribuir, almacenar y presentar el producto, desde materias primas hasta artículos acabados.” (Cervera, 2003, pág. 30). El packaging debe contener estas características para que llame la atención y el consumidor se fije en el producto.

Al hablar sobre el packaging se refiere a estrategias empleadas para la experiencia del producto. La cual sigue diversas estrategias de presentación que añade al producto un valor estético y funcional. El packaging tiene contacto directo entre el producto y consumidor. “El envase actúa como vendedor silencioso, transmitiendo la imagen del producto y la firma del fabricante.” (Cervera, 2003, pág. 27). Nos referimos a que el packaging impacte y se diferencie de su competencia, los consumidores buscan un producto que llame la atención, sea estético y atractivo. El packaging engloba su significado con varias palabras que hacen referencia a varias etapas en la etapa de la comercialización de un producto, palabras como empaque, envase, embalaje.

Según Stanton, Etzel y Walker (2003), el empaque "consiste en todas las actividades de diseño y producción del contenedor o envoltura del producto". El empaque está diseñado para proteger, conservar, durante el transporte del producto, almacenarlo y entregarlo. Asegura que el producto no se dañe al momento de transportarlo para que se mantenga limpio. Para que el empaque logre una buena apariencia y cumpla el principal objetivo vender el producto.

Al embalaje lo definimos como una forma de empaque donde contiene, resguarda y conserva los productos ya conservados, está más orientado a proteger el producto al momento de transportarlo. Existe una clasificación de embalajes el primario, está en contacto directo con el producto el secundario es el que protege al embalaje primario y el terciario es el que protege a los dos al momento de transportarlo.

El envase o envoltorio tiene conexión directa con la cantidad de un producto, el envase puede ser una botella de licor, funda de unas papas, etc. Tiene que ofrecer una buena presentación para convencer al usuario, puede estar fabricado en una gran cantidad de materiales.

2.2.4 Tipología del packaging

2.2.4.1 Tipos de packaging según su utilidad

Actualmente nos encontramos con un mercado cada vez más competitivo. Esto obliga a las empresas a buscar distintas alternativas de diferenciarse ante la competencia, haciendo que la importancia del packaging sea mayor. La mente del usuario asocia colores e imágenes de la marca y el packaging que le impactaron o le llamaron la atención. Un packaging acorde y llamativo atribuye importancia al producto final por lo que el consumidor también estará dispuesto a pagar más.

Según Fernández (2015), menciona que debido al rápido crecimiento de producción que está experimentando el sector del packaging la Comunidad Europea ha establecido una clasificación con el objetivo de diferenciar los diferentes tipos de envase y embalaje:

Packaging primario: está en contacto directo con el producto y lo protege de forma natural. Por ejemplo, una bebida para llevar está reservada en el packaging, el consumidor escoge directamente en las casillas de un supermercado o de un restaurante. El diseño escogido, por lo tanto, debe ser llamativo e impactar al público, parte fundamental del mismo para conseguir diferenciarse de la competencia.

Packaging secundario: son aquellos que están dentro de un mismo packaging, transportan algunos productos. Incluye al packaging primario como ayuda de defensa y control en el manejo de la mercadería. Por ejemplo, un licor almacenado en un envase es la caja que la envuelve a la botella, permiten transportar al cliente una o varias unidades de este producto. Este es, por lo tanto, un claro ejemplo de packaging secundario.

Packaging terciario: es la caja de cartón cuya única función es proteger el packaging existente. Un packaging de tamaño grande contiene muchas cantidades de producto es guardado en un almacén hasta venta. Es el primer elemento tangible sobre el que los usuarios tienen contacto con una marca. Su principal objetivo es proteger y transportar las mercancías para garantizar que lleguen en buen estado a su destino durante todos los procesos.

2.2.5 Funciones del packaging

La principal función del packaging es contener y proteger al producto en su transporte. Algunas otras funciones del packaging son el vender, garantizar e informar. El producto debe captar la atención del consumidor a través de un envase atractivo y llamativo. Conservando y protegiendo de algunos factores externos, teniendo como objetivo garantizar que el producto este en buen estado. Las funciones del packaging se han reproducido y han avanzado notablemente, con el tiempo, se ha seguido asignándole funciones, referidas no solamente al contenedor y a su contenido, sino también a la relación con el consumidor.

2.2.5.1 Funciones de uso

De acuerdo con el autor (Ciravegna, 2017, pág. 4) las funciones de uso se refieren al packaging como objeto de uso y según su artículo menciona que hay dos funciones de uso:

Función prestacional: Asegura que el contenido del packaging sea conservado, protegido, transportado, almacenado, distribuido y puesto en venta, sin ser dañado o deteriorarse por efecto de las agresiones a las que está sometido el producto a lo largo de su ciclo de vida.

Función operativa: Permite que un usuario independientemente de sus habilidades, condiciones físicas y psicológicas interactúe físicamente con el envase, y a través de eso con su contenido, de forma segura y sin desgaste de recursos el tiempo, atención, fuerza, energía, etc.

2.2.5.2 Funciones comunicativas

De acuerdo con el autor (Ciravegna, 2017, pág. 4) se refieren al packaging como conector de comunicación y según su artículo menciona a las funciones comunicacionales las siguientes:

Función apelativa: Según (Ciravegna, 2017) “Asegura que el producto, después de llegar al punto de venta, se haga visible, notoria y emerja de la góndola, para llamar la atención del comprador potencial y hacerlo acercar al estante.”

Función persuasiva: Según (Ciravegna, 2017) afirma que “El packaging hace posible que, en el punto de venta, el producto sea efectivamente elegido y comprado, una vez que haya entrado en contacto con el comprador potencial y que éste último se haya acercado a la góndola.”

Función identificadora: Según (Ciravegna, 2017) “La identificabilidad del packaging alude a la capacidad de hacerse reconocer por medio del conjunto de sus propiedades sensoriales y semánticas tanto en el punto de venta como en el hogar y en otros contextos, de manera más o menos inmediata.”

Función expresiva: Según (Ciravegna, 2017) “El packaging, a través de sus componentes comunicativos diseñados, permite atribuir al producto un determinado estilo expresivo, junto con, haciendo alusión a ciertos universos asumidos como referencia y expresando, a través de ellos, valores intangibles de tipo simbólico y afectivo.”

Función informativa: Según (Ciravegna, 2017) “se refiere a la naturaleza del packaging como un medio capaz de transmitir mensajes relacionados con el producto o el mismo contenedor, brindando conocimientos, conceptos e información objetiva.”

Función prescriptiva: Según (Ciravegna, 2017) “El packaging, a través de su función prescriptiva, orienta al destinatario y le permite ponerse en relación con el contenedor y, a través de ello, con su contenido; de esta forma, el envase se transforma en un sistema de interfaz.”

Función comunicativa extra-producto: Según (Ciravegna, 2017) “Entre los contenidos comunicativos extra-producto se encuentran los mensajes destinados a la fidelización del consumidor, a través de juegos, concursos y recolección de puntos, así como la promoción de otros productos o servicios, sobre la base de acuerdos de co-marketing o partnerships comunicativos con otras empresas (por ejemplo, para el lanzamiento de una película o un videojuego).”

Función massmediática: Según (Ciravegna, 2017) “La función massmediática se refiere a la capacidad del envase de declinar sus competencias comunicativas dentro de otros medios de comunicación (en comerciales televisivos, vallas publicitarias y campañas de prensa, entre otros), cargándose así de nuevos roles y funciones.”

2.2.6 Características generales del diseño de packaging

De acuerdo con (Brizuela, 2014, pág. 161) manifiesta que para un mejor resultado del packaging y lograr mantener la atención del público se debe tomar en cuenta algunas características en el diseño. Características como el sistema de Packaging + Producto, el diseño de packaging, la influencia del packaging en el punto de venta, packaging y el medio ambiente, requerimientos generales para el diseño de packaging. Mediante el estudio de características en el diseño de packaging se lleva un proceso de mejora en las presentaciones, así podemos conseguir buenos resultados y productos de calidad.

Sistema (Packaging + Producto): “El packaging soporta, contiene, presenta, comunica con el cliente y establece la imagen no sólo del producto sino de la propia empresa que lo fabrica.” (Brizuela, 2014, pág. 161). El packaging es un mecanismo de persuasión en la decisión del consumidor en la compra, el diseño es un factor fundamental proporciona un valor estratégico al producto. Entre el producto y el packaging se debe crear una fuerte relación con armonía y solidez. Los dos ocasionarán emoción y un resultado impactante al usuario donde el público podrá recordar la imagen del producto y la propia empresa que lo fabrica.

El diseño de packaging: “El diseño del envase, por otra parte, incrementa el valor de un producto, ya que añade calidad en diferentes niveles.” (Brizuela, 2014, pág. 162). En un mercado tan grande el público se ve abordado por una inmensidad de estímulos que quiere siempre captar su atención. El buen diseño de un envase debe poseer una función diferenciadora, el producto debe ser único y diferente ante la competencia. Contar con un

buen diseño en el packaging se puede asegurar el éxito del producto ya que el proceso de diseño ya no se centra exclusivamente en el diseño. Comprende todo lo que tiene que ver con la fabricación, comenzando desde una pequeña idea, una previa investigación, la planificación, creación de prototipos, montajes, pruebas, distribución, comercialización y la valorización del producto, dando como resultado un producto final llamativo.

La influencia del packaging en el punto de venta: “La mayoría de las decisiones de compra son tomadas en el punto de venta, donde el packaging es la herramienta clave de comunicación de la marca.” (Brizuela, 2014, pág. 162). Los consumidores al momento de realizar las compras en el punto de venta la mayoría cuenta con poco tiempo, un diseño creativo e innovador puede captar la atención del consumidor. Los buenos diseños logran la lealtad del cliente con la marca, tienen el poder de inducir a la conducta de cambio de marca o reforzar el compromiso con la propia marca.

Packaging y medio ambiente: “La mayoría de los consumidores quiere que el empaquetado añada un factor ecológico que les haga sentirse bien consigo mismos, minimizando el impacto medioambiental.” (Brizuela, 2014, pág. 162). En la actualidad los mercados buscan empaquetados con un impacto ambiental mínimo, la mayoría de las empresas deciden utilizar un packaging amigable con el medio ambiente. Cuando una organización utiliza un packaging ecológico beneficia a sus consumidores y al medio ambiente. La empresa puede ser beneficiada aumentando sus ventas y teniendo una buena imagen de la organización siendo una empresa responsable con el reciclaje.

Requerimientos generales para el diseño de packaging: De acuerdo (Brizuela, 2014, pág. 163) el diseño de un packaging se puede cambiar de acuerdo con las características del producto. Las principales consideraciones para resaltar en el proceso del diseño son un alto grado de impacto visual, resistencia suficiente para la protección del producto. En el embalaje se debe tomar en cuenta un manejo cómodo en la transportación e información de almacenamiento.

2.2.7. Materiales del packaging

El uso de envases, y los diferentes métodos de comercialización y protección del producto hacen que sea necesaria la utilización de diferentes materiales. El material se usa para fabricar el packaging, es un punto fundamental y un parámetro muy importante. No sólo afecta la calidad y la conservación del producto que contiene, sino que también marca una tendencia en la actualidad. El envase ecológico es uno de los temas que se habla al momento el usar envases reutilizables o reciclables que tiene como objetivo minimizar la generación de residuos. Este punto es muy clave porque da mucho reconocimiento a las empresas que ayudan a cuidar el medio ambiente.

Según Travieso, (2017). Para la fabricación del packaging que se transportan en el comercio internacional, se utilizan materiales principalmente como la madera, plástico, papel, cartón, vidrio y metal.

Madera: es un material encontrado como principal comprendido del tronco de un árbol. Tiene numerosas ventajas es muy resistente, incluso ante el fuego, por lo que puede ser empleado para transportar o envolver productos delicados. Procede de la naturaleza y no requieren las transformaciones químicas de otros productos.

Vidrio: Sustancia transparente o translúcida, dura y frágil a la temperatura ordinaria. Al estar en contacto directo con el producto no interfiere en el sabor de alimentos y bebidas o en la composición de perfumes y medicamentos. El hecho de que el envase de vidrio se pueda reciclar permite la no generación de residuos. Contribuye a la mejora y defensa del medio ambiente.

Plástico: es un material orgánico, ideal para una amplia gama de aplicaciones industriales y de consumo. Se ha convertido en el material preferido de los consumidores en los últimos tiempos. Su creciente producción y uso amenazan con contaminar cada rincón del planeta.

“La contaminación por plástico es una de las más significativas en la actualidad, ya que una botella plástica tarda alrededor de 700 a 1000 años en degradarse; resulta difícil convencer a las personas que no utilicen botellas de plástico, así que actualmente la mejor idea es fomentar el reciclaje de todas esas botellas o por el contrario que sean reemplazadas por algo mejor. La idea es reducir el impacto ambiental que causan las grandes cantidades de desechos plásticos con la previa implementación y posterior empleo de botellas hechas a partir de reciclable.” Álvarez, (2012).

Las personas cada vez más se dan cuenta de la contaminación por los desechos plásticos. El mundo está obligado a buscar nuevas alternativas de nuevos materiales que no contaminen el planeta. Encontrar nuevas soluciones sostenibles con el packaging serían alternativas muy creativas que llamarían la atención al público.

Según Research & Markets el mercado de los filmes de plásticos alcanzará los 200 mil millones de dólares en 2026. La creciente demanda de plásticos impulsa a buscar nuevas alternativas de utilizar otros materiales reciclables que no dañen el medio ambiente, esta tendencia está llegando también al mundo del diseño. El diseñador Gráfico también busca alternativas, incorporar materiales ecológicos al diseño de packaging poco a poco. El utilizar el packaging y después utilizar de nuevo para otra actividad es darle una segunda función al envase, es uno de los propósitos que se tiene presente en la actualidad reciclar el packaging.

Papel y cartón: Según El papel y el cartón ocupan un lugar privilegiado en los propósitos por volver a los materiales reciclables, en favor de la ecología. Según Juárez, (2022) menciona que de acuerdo con el Centro de Envases y Embalajes, el reciclado de papel está ampliamente extendido en todo el mundo, y la industria cartonera es el principal destino de los papeles reciclados. Son materiales constituidos por una delgada lámina elaborada a partir de pulpa de celulosa. Materiales muy utilizados en la actualidad, en favor de la ecología. El cartón está formado por diversas capas de papel cubiertas y encoladas a partir de material virgen o papel reciclado. Así que el papel y el cartón son materiales recomendados para reducir la contaminación, ayudando al medio ambiente.

Clasificación del papel

Según Colprinter, (2018) existen una variedad de papeles para la fabricación de packaging cada uno con diferentes características como gramaje, acabados como brillantes o mate que se adaptan a las distintas industrias, a continuación se describe la clasificación de papel:

- **Papel Bond**
Se emplea usualmente en la elaboración de agendas y material corporativo como bolsas empresariales y publicitarias, en este caso, es recomendable optar por un gramaje alto, superior a 115 gr, que garantiza resistencia y calidad.
- **Papel Propalcote**
Es papel esmaltado, recubierto por varias capas de productos que le otorgan el brillo por el cual se caracteriza. Se logran impresiones impecables, destaca la suavidad, el secado rápido y la capacidad de absorción limitada de tintas.
- **Papel Kraft**
Es uno de los papeles empleados en la elaboración de bolsas, envoltorios comerciales gracias a su buen rendimiento para impresión. Sus propiedades son la firmeza y la resistencia a la atracción, al alargamiento y a la rotura.
- **Cartulina**
Un material de alta calidad que se emplea en la fabricación de, empaques para juguetes, artículos de consumo, bisutería, alimentos y bebidas.

Clasificación del cartón

Según Alvarez, (2015) existen varios tipos de cartón cada uno con diferentes características como grosor, espesor y material que se adaptan a las distintas industrias, a continuación se describe la clasificación de cartón:

- **Cartón corrugado u ondulado**
Una o varias láminas de papel ondulado que se colocan en la parte central. Planchas de cartón que se ubican entre las capas de flautas, ejerciendo como separadores de estas.
- **Cartoncillo**
Material que se sitúa a medio camino entre la cartulina y el cartón. Es más grueso y resistente que la primera, pero más fino y dúctil que el segundo.
- **Cartón compacto**
Material elaborado mediante el prensado de varias capas de papel, por lo que es habitual que en su fabricación predomine la elección de papel reciclado.
- **Cartón gris**
Se utiliza principalmente para encuadernación. Se fabrica a partir de papel reciclado. Se fabrica en su totalidad a partir de fibras vegetales recicladas
- **Cartón couche**
Es un material con una capa de papel satinado brillante, normalmente blanca. Tiene diferentes cualidades, incluyendo peso, superficie, brillo, suavidad o reducción a la absorción de tinta.

2.2.7.1 Materiales reciclables del packaging

Los materiales que se utilizaran en el packaging del futuro son claves e importantes para las empresas. Usuarios buscan e impulsan los cambios en el packaging sostenible en diferentes productos. Buscan materiales que sean prácticos para embalar, facilitar su transporte y que ayuden a proteger el medio ambiente. El material se debe elegir de acuerdo con el producto porque no todos te ofrecen las mismas características ni opciones diferentes de diseño de personalización.

En la actualidad ya existen tendencias que siguen este parámetro del reciclaje ayudando al medio ambiente. Es el producto eco-friendly es aquel que ha sido diseñado y fabricado respetando el medioambiente. Este material pone el freno al ritmo frenético de producción excesiva. Pensando más en los beneficios de la funcionalidad del producto para el medio ambiente y su posterior reciclaje y dándole una segunda utilidad al packaging. Existen algunos materiales que ayudan al medio ambiente:

De acuerdo con el autor (Gómez C. , 2020, pág. 14) detalla algunos materiales reciclables en su investigación:

- **Plásticos Biodegradables**

Son biopolímeros a base de Hidroxibutirato o Hidroxivalerato, que se producen en la naturaleza durante la biosíntesis. Otro tipo de plásticos biodegradables son las mezclas de polímeros sintéticos como el almidón (patata, arroz, maíz) o celulosa. Mecanismos naturales que se descomponen en oxígeno y agua o agua y metano, el componente sintético sólo se rompe en diminutas porciones y se desvanece en el suelo.

- **Bagazo de caña de azúcar**

Es una fibra alternativa y natural resistente al calor, liviana y que se emplea en los empaques de alimentos y productos farmacéuticos. De igual modo, garantiza calidad de impresión por cada cara, gracias a su tonalidad clara.

- **Roca cálcica**

Es una roca compuesta principalmente por carbonato de calcio. Que ofrece a los empaques alto grado de blancura, elasticidad y resistencia.

- **Tela**

Tejido de red que forman algunos animales con un hilo muy fino que producen ellos mismos. Las bolsas y empaques en tela son elaborados en tejidos naturales que le otorgan gran resistencia y funcionalidad, ya que son reutilizables. Los packaging de tela enriquecen aún más el reciclaje ya que podemos volver a utilizar.

- **Cartón**

Está compuesto por varias capas de fibra virgen. Entre mayor sea el calibre, la resistencia se incrementa, permitiendo soportar gran peso. Una de sus grandes ventajas en cuanto a sostenibilidad, es que es un material totalmente biodegradable.

- **Papel Reciclado**

Puede ser el papel molido, que son los trozos, recortes de papel sobrantes en la industria y reciclaje en la fabricación de papel. Los desechos posconsumo, son aquellos papeles ya utilizados que el consumidor desecha, como pueden ser revistas, diarios y papel de oficina.

- **Papel Ecológico**

Se refiere aquel que resulta de un proceso de fabricación en el que se han tomado medidas para reducir el impacto medioambiental. Reducir el consumo de recursos naturales y de energía.

2.2.7.2 Empresas que trabajan con materiales reciclables

Según en la página de Conexión Noticias en el Ecuador (2017), existen 48 empresas que trabajan con materiales reciclables y ayudan al medio ambiente. Su principal objetivo en la mayoría de las empresas es preservar el Medio Ambiente y generar bienestar al ecosistema. Son empresas comprometidas al mejoramiento, reciclando materiales inorgánicos, como son el cartón, papel, plástico y residuos electrónicos. La mayoría de estas empresas generan trabajo a familias de escasos recursos, contribuyendo a las microempresas que se dedican al reciclaje de todo el país.

Entre las empresas más importantes de Ecuador que se dedican al reciclaje se encuentra Intercia una empresa de Guayaquil. Crea materia prima de calidad para la industria nacional e internacional contribuyendo al desarrollo del país. Dedicada también al reciclaje de equipos tecnológicos, cuentan con una planta para recoger y desensamblar equipos electrónicos. Bioreciclar es una empresa de Quito dedica a la venta por mayor de minerales metalíferos ferrosos y no ferrosos. Su propósito es la comercialización de chatarra tales como aluminio, cobre, bronce, acero inoxidable, baterías, etc., los metales son reciclados indefinidamente sin desperdiciar sus propiedades.

Ecuaplastic es la única empresa ecuatoriana que transforma materiales laminados de difícil reciclaje en tableros aglomerados. El tetra pack, empaques de leche o jugos están compuestos en 75% de cartón, 20% de polietileno (plástico) y 5% de aluminio. Estos materiales son aprovechados en Ecuaplastic para crear productos como son los tableros para interiores de cartón, polietileno y aluminio que reemplazan a la madera natural. Las cubiertas resultan ser más resistentes a la humedad y las condiciones climáticas como existen en la Amazonía hoy su principal mercado. Sus productos cumplen un riguroso proceso de control de calidad para asegurar la satisfacción de los clientes.

Una empresa líder en Ecuador en creación de packaging con materiales reciclados es Biodegradables Ecuador. Sus productos están fabricados con diversos materiales amigables con el medio ambiente. Algunos de estos materiales son papel Kraft, almidón de maíz, fibra de bambú, bagazo de trigo, bagazo de caña, fibras de madera, pepa de aguacate, cascarilla de arroz. Materiales que generan un menor impacto en el medio ambiente y sustituyen de manera eficaz a los materiales convencionales. Sus productos son fundas, recipientes, vasos, cubiertos, platos y sorbetes.

En la ciudad de Riobamba existen 22 empresas que trabajan con materiales reciclables que ayudan al medio ambiente. Entre una de las más importantes Partiplast, está enfocada al diseño de componentes plásticos polipropileno, polietileno. Sus principales productos, armadores plásticos, tapas plásticas, mangueras de luz. En la mayoría de sus productos utilizan material plástico reciclado para reducir la contaminación ambiental.

2.2.8 Concepto de tendencia

La tendencia busca siempre algo novedoso, referencia o inclinación, hacia lo más nuevo e innovador. La tendencia en el packaging se ha convertido en una de las características principales para así poder llegar a más personas a que reconozcan o se inclinen hacia nuestro producto ya que brinda a las personas “necesidad de un sentido de seguridad y normalidad, deseo de lograr la integración cultural, necesidad de vivir en armonía con la naturaleza.” (Moscoso, 2006).

Un buen packaging informa las características del producto e efectúa propuestas creativas con un doble uso del packaging agregándole valor a su elección y que se extiende su vida útil, esta propuesta llama mucho la atención a los consumidores buscando la finalidad de comprar de nuevo el producto para encontrarse de nuevo con esa buena experiencia, brinda más posibilidades al cliente sumando valor atractivo e incentiva la diferenciación de la marca frente a la competencia, es una gran estrategia y una tendencia en la actualidad.

2.2.8.1 Tipos de tendencias

Según Mora, (2022) las tendencias se pueden agrupar en tres grandes grupos según su dirección: tendencia alcista, tendencia bajista y tendencia lateral o sin tendencia y se detalla a continuación:

Tendencia Alcista: una tendencia alcista se refiere a un movimiento ascendente de precios de manera sostenida en un periodo de tiempo determinado. Se caracteriza por un sentimiento de optimismo, de confianza, porque la presión de la demanda supera a la de la oferta.

Tendencia Bajista: se refiere al momento en el que el precio comienza a descender de manera sostenida. El pesimismo se extiende y los inversores buscan salir rápidamente del mercado.

Tendencia Lateral o Mercado sin tendencia: cuando el mercado no se decide entre una tendencia alcista o una tendencia bajista. No se suelen lograr grandes rentabilidades, como es lógico, ya que el precio apenas se mueve en un rango muy pequeño.

2.2.8.2 Tipos de tendencia en el packaging

La tendencia en el packaging en la actualidad está en plena revolución. Los consumidores buscan inclinarse a cosas novedosas que impacte y que llame la atención. Etiquetas simples donde el producto tenga la importancia de decir más con menos. Sea cómodo de llevar sin tener dificultades al momento de abrir el packaging, fácil de utilizarlo y poder reciclar. El packaging debe ser muy reconocible y fácil de memorizar para que varias personas compren el producto.

Se puede concebir que tendencia es una inclinación o interés en las personas hacia una cosa o actitud, se lo asimila con la moda porque son gustos o costumbres que se usan por un determinado tiempo, al igual que una tendencia que marca una época pero la tendencia organiza la dirección de la moda (Pomboza, Ortega, & Merizalde, 2017).

Se puede comprender que una tendencia es un interés en las personas hacia una cosa, producto, actitudes o comportamientos de las personas. Los Influencers son grupo de personas que la mayoría quiere imitar para llamar la atención. Se lo compara con la moda porque son usos, gustos o costumbres que se usan por un determinado tiempo, al igual que una tendencia que marca una época. Donde varias personas buscan imitar cosas, actitudes o comprar productos, que está en moda y varias personas lo compran o lo siguen.

Según (Horcajo, 2019, pág. 10) entre las principales tendencias en el packaging se encuentran las siguientes:

Fotografía: Es uno de los medios más conocidos debido a su fácil identificación. Se caracteriza en ser uno de los más utilizados, ya que el producto se beneficia de una atractiva apariencia. Como una de las tendencias es un recurso que rara vez falla ya que si se acierta con una buena fotografía se podrá tener éxito con el producto.

Ilustración: Es una tendencia que tiene un alto lenguaje visual, es un espacio que se abierto para más ilustradores. La ilustración es el protagonista de la imagen del producto ya que le da un toque de exclusividad. Puede llegar hacer muy reconocible y generar la atención de los consumidores.

Color: La elección del color tiene un peso psicológico muy importante ya que, si se hace una buena elección del color, puede convertirse en una tendencia donde todos se apeguen a ese producto. En si el color marca estilos de tendencias, en los últimos años los colores en auge han sido colores pasteles.

Etiquetas Simples: Esta tendencia no solo se enfoca en el diseño, también en la optimización de costes en producción. Una etiqueta minimalista aporta personalidad y el usuario puede recordarlo con facilidad. Diseños de etiqueta simples nos referimos a diseños precisos y altamente a lo que se quiere comunicar. Transmite mensajes claros y concisos sin distraer al consumidor.

Tipografía: Esta tendencia trata de no poner la imagen del producto sino, el nombre de la marca y descripción del producto. Se convierte en una pieza clave porque los consumidores ven en el producto honestidad y carácter. Un packaging sin imágenes que nos distraiga la atención.

Online Packaging: Es la comunicación causada por las conexiones de usuarios en las redes sociales mediante el uso del packaging. Es una de las herramientas más reconocidas y potentes para la comunicación. Destinadas a crear una buena experiencia e incentivar la compra.

Packaging Poligráfico: Una tendencia que juega con los colores, novedosa en el ámbito de cosméticos, ropa.

Producto Eco-Friendly: Muchas empresas buscan crear envases que un futuro podemos reciclar y ayudar al medio ambiente. Algunas marcas ya están adaptando a sus packaging 100% sostenible. Buscan materiales que sean de origen natural para sustituir al plástico.

Minimalismo: Esta tendencia trata de reducir a lo más esencial donde el usuario pueda recordar. Abstractar elementos más importantes, dar más sentido a partir de lo mínimo. Ampliando colores puros, líneas y figuras simples y una tipografía sencilla.

Forma: La importancia de los detalles caracteriza al producto en generar atención, entretener. Estos detalles hacen la diferencia para que el producto sea elegido. De hecho, las primeras impresiones importan mucho ya que ayuda a que, si el packaging genera una buena impresión, los consumidores se inclinarán más por ese producto.

2.2.9 Técnicas en el packaging

Las técnicas son un conjunto de procedimientos y herramientas que permiten a los usuarios buscar estrategias para presentar un producto en las mejores condiciones. Las técnicas deben permitir al usuario adentrarse y motivarse en los nuevos aportes. A la hora de lanzar un nuevo producto al mercado, trabajar en un buen diseño de packaging es fundamental. Entonces aplicar técnicas al proceso es aportar con un valor añadido al diseño. Por eso las técnicas,

con buenos acabados marcan la diferencia, generan sensaciones y aportan calidad al packaging.

Según (Joce, 2021) menciona que es muy importante conocer diferentes técnicas y elegir la más adecuada para el packaging. Con el paso del tiempo prevalecen ilimitadas posibilidades de ideas y técnicas. La sencillez es fundamental para que el público capte rápidamente la idea, el diseño minimalista ayuda al usuario a focalizarse en el producto. La elegancia de un packaging ya no se define por el exceso, sino la refinada sencillez, conseguir la armonía de usar menos palabras para que el público entienda más rápido el mensaje, a continuación, se detalla las diferentes técnicas del packaging:

Fotografía: La fotografía en el packaging se convierte en una técnica fundamental para mejorar el mensaje visual. La imagen tiene el poder de capturar la atención al usuario, es un recurso para la identificación de cualquier producto. En los últimos años esta tendencia la ha llevado a otro nivel más creador y artístico, el diseñador tiene la libertad de crear collages creativos, modernos e impresionantes. La técnica hace que el producto se vende por sí mismo, brinda mucho orden a la composición del diseño.

Ilustraciones: Esta técnica es una de las más dinámicas, dibujadas manualmente o digitalizadas. Un cambio de estilo más ilustrativo, llevando al packaging hacer un elemento con suficiente fuerza para comunicar el mensaje de forma más clara. La ilustración tiene la capacidad de conmovir y llamar la atención, despertando emociones a los usuarios.

Color: Una de las técnicas que se debe prestar más atención ya que el color atrae y capta la atención de los usuarios. La elección de un buen color llamativo e inspirador puede ser la primera opción para que el producto se escogido por el usuario. Es importante estudiar al público objetivo para la elección del color en el packaging y con el previo estudio considerar la psicología del color. Debemos considerar las emociones y las ideas que cada color suele transmitir.

2.2.10 Métodos de impresión enfocados en el packaging

Según (Gómez C. , 2015, pág. 28) mencionada que existen algunos procesos, en los cuales están el grabado directo, que se trata de trabajar directamente sobre la plancha, con su mano y los materiales. En el grabado indirecto interceden procesos ácidos que se trabajan en la plancha, utilizando productos químicos para marcar la plancha. La impresión en el packaging es una técnica que brinda confianza al usuario, ya que el producto debe destacar, debe brindar un aspecto innovador y diferente. Es por eso por lo que existen varios tipos de impresión y elegir uno de ellos, depende de lo que queremos imprimir. A continuación, los sistemas de impresión más usados.

Tipografía y flexografía: La Tipografía es un tipo de impresión de formas en relieve, se añade tinta sobre la plancha y se ejerce presión sobre el papel para así quedar impresos. El sustento del papel puede ser hojas o en bobinas, las formas pueden ser cilíndricas o planas. La flexografía a si mismo es un sistema de impresión en relieve la plancha transfiere directamente la tinta al soporte, con rodillos y material en bobinas en diferentes tamaños. Esta técnica de impresión se aplica en una variedad de materiales como cartón ondulado, corrugado, plásticos, etiquetas adhesivas, etc. La flexografía es uno de los sistemas de impresión más utilizados en el área de packaging ya que trabaja con materiales muy diversos.

Huecograbado: Es un sistema de impresión directa, funciona mediante una calcografía, calcando tinta sobre el producto. Su tipo de impresión es en bajo relieve, trabaja con planchas o cilindros de cobre, durante el proceso el cilindro gira, donde las celdas están llenas de tintas. Los cilindros del sistema rotativo recogen y transfieren tinta, mediante la presión, queda impresa en el soporte. El material va pasando sucesivamente en el cilindro de esa forma reciben el color y el diseño.

Impresión digital: Es un sistema de impresión directa donde funciona de un archivo digital a papel, sin que exista ningún problema en el proceso. Sus amplias ventajas son su rapidez, su alta calidad, su facilidad de manejo, su costo muy inferior al de las otras impresoras. La gran variedad de impresoras en impresión digital, utilizan cartuchos individuales de cada color, esto ayuda mucho al usuario ya que le permite solo sustituir el color que se le agote. Una amplia ventaja es que no requiere de tiempo de secado o enfriamiento al no trabajar con tintas, no exige mayor esfuerzo de forma que facilita en la fabricación del packaging.

Serigrafía: Es un sistema de impresión que permite transferir o estampar imágenes diseñadas en una plantilla encima de una malla con color. Esta técnica se considera una de las más antiguas ya que antes se utilizaba una técnica parecida, pero en hojas de plátanos o papel. Esta habilidad con el paso del tiempo ha ido modernizándose con nueva tecnología, pero en si es una técnica muy manual donde se utiliza más en grabados donde interviene la mano del hombre. Se utiliza más para camisetas personalizadas, su aplicación es en tiradas cortas debido al tiempo demorado en el secado de la tinta. Es una técnica muy utilizada en el packaging para personalizar el embalaje con la marca, la serigrafía puede ser una solución asequible y respetuosa con el medio ambiente ya que no utiliza procedimiento de preimpresión.

Offset: Es un sistema de impresión indirecta es una de las más conocidas y populares, su sistema se basa en que la tinta es transferida por presión con diferentes rodillos. El diseño de la impresora no toca el papel, la tinta es trasladada a través de un elemento terciario. El caucho es ese intermediario que permitirá transmitir de forma impecable la tinta al papel. Una de las grandes ventajas de esta impresión es que reproduce la imagen exactamente al papel, y para la reproducción también utiliza toda clases de papeles.

2.2.11 Métodos de troquelado

Según (Gómez C. , 2015, pág. 31) las técnicas de troquelado se basan en los cortes y hendidos sobre las planchas de cartón. La principal función de estos métodos sería determinar y proporcionar guías, puntos o líneas de doblado y así tener un adecuado trabajo sobre el diseño del envase. Se basa en un modelo de trabajo, con forma y diseño para así crear una extensa escala de empaques. Gracias a estos métodos se cortan de forma automática el material, generando gran cantidad de empaques, con medidas exactas en muy poco tiempo. Existen varios métodos detallados a continuación:

Corte: Se basa en un corte que se realiza en la plancha de cartón de acuerdo con las líneas que delimitan el envase. El corte se efectúa con flejes, bandas de alta resistencia, maneja una gran diversidad de aplicaciones de embalaje. Contiene un extremo afilado que facilita el corte con el material, domina una variedad de cortes, que conjugan con el espesor, forma y altura.

Hendido: Son marcas que se realizan en las planchas de cartón, su función en las cajas es doblarse bien. Para realizar estos hendidos se realizan con flejes del troquel, que permiten al packaging tener buenos acabados. Existen una gran variedad de anchos y formas de hendidos para lograr que marquen bien los dobleces. Es necesario conocer ciertas técnicas para lograr buenos hendidos. Como trabajar con el troquel caliente, con flejes redondeados para así que se puedan doblar una y otra vez sin romperse.

Corte-Hendido: Este método de troquelado adopta dos técnicas la de corte y hendido. Esta técnica sustituye al hendido por ser los dobleces muy complicados, ayudando a una mayor desenvoltura del doblado. Se realiza con flejes que continúan con una secuencia de corte y hendido. Los trayectos que determinan las distancias de corte y hendido se las conoce como paso y son elementos muy delicados ya que la altura del corte es constante.

Semicorte: Este método se basa en pequeños cortes que no excede el espesor. Se realiza con flejes de corte posicionados de manera frágil que el momento de realizar presión no atraviese totalmente. Esta técnica se aplica más para etiquetas cuando solo se desea cortar la parte adhesiva.

Perforado: Este método se basa en reducidos cortes, para sellar las solapas donde se deposita la goma y así poder conseguir un buen pegado. Esta técnica se realiza con flejes que alcanzan una secuencia de corte y no corte. Se utiliza más para asegurar la transpiración de los productos envasados.

2.2.12 Acabados

Según (Gómez C. , 2015, pág. 32) para tener buenos resultados en el packaging se necesitan de varios acabados. Estas técnicas dependerán del uso que se le vaya a dar al packaging, para poder marcar la diferencia en el mercado. Contar con una de estas técnicas es brindar una buena imagen para así obtener muchas ventajas sobre el producto. Los acabados contribuyen con un valor añadido al diseño de envase aportando calidad y generando sensaciones en los usuarios, por eso se debe conocer cada uno de los acabados y elegir las más apropiada.

Laminado: Este acabado ayuda al producto a estar totalmente protegido de factores externos como polvo, agua, humedad. El proceso de laminado es aplicado con una película de plástico mediante presión y calor. Su objetivo es proporcionar una capa protectora al packaging, que ayude a que el resultado es más resistente. Esto ayudara a tener un realce más resistente y elegante en el envase finalizado.

Acoplado: Este acabado se basa en la conexión de algunas láminas de cartón que cuenta con un material adhesivo perdurable en el tiempo. Ayuda a la construcción para formar una plancha más resistente. Este desarrollo se lleva acabo de la unión de varias capas de cartulina y cartón corrugado. Esto ayudará a tener más resistencia y durabilidad en los finalizados para dar un valor añadido al producto.

Muecscas: Este acabado ayuda a los apartados no troquelados, a que las poses no resulten muy separadas. Los lugares de unión son las muecscas que se realizan en el fleje de corte. Las muecscas ayudan asegurar una orientación concreta de los separadores, evitando el obstáculo de líneas de producción de alta velocidad.

2.2.13. Concepto de una guía didáctica

Según (Panchi, 1999, pág. 2), una guía didáctica es un instrumento que dirige técnicamente a los usuarios, donde contiene información eficaz. Debe orientar de manera precisa, optimizar el tiempo de proceso de enseñanza. Indica lo que necesita aprender, cómo puede aprenderlo y cuándo lo aprenderá. Va dirigido a un público objetivo con información técnica al usuario, con la utilización de estrategias de enseñanza innovadoras y creativas. Simula y sustituye la existencia del maestro, brinda a los usuarios diversas posibilidades, mejora la comprensión y la capacidad de autoaprendizaje.

2.2.13.1 Características de la guía didáctica

Según (Panchi, 1999, pág. 2), propone características deseables las siguientes:

- Ofrecer información acerca del contenido y su relación con el programa de estudio de la asignatura para el cual fue elaborado.
- Presentar orientaciones en relación con la metodología y enfoque de la asignatura.
- Presentar instrucciones acerca de cómo lograr el desarrollo de las habilidades, destrezas y aptitudes del educando.
- Definir los objetivos específicos y las actividades de estudio independiente para:
 - Orientar la planificación de las lecciones.
 - Informar al alumno de lo que ha de lograr.
 - Orientar la evaluación.

Lo que caracteriza a una guía didáctica es ofrecer información real del tema del que se va a hablar. Orientar siempre al usuario con la relación de una metodología. Esto ayuda a definir procedimientos que sigue una investigación científica, empleados para conseguir un objetivo. Presenta también instrucciones de cómo desarrollar la creatividad, habilidades y destrezas para conseguir lo que se está buscando. Por último, se define los objetivos específicos, materiales, lo que el usuario debe conseguir y la evaluación.

2.2.13.2 Funciones básicas de la guía didáctica

La guía didáctica se puede emplear en diversas situaciones de aprendizaje, tanto dentro como fuera del aula. En casos diferentes en el ámbito laboral, guiar a un usuario a construir un producto, con mejores propuestas innovadoras y creativas. La guía didáctica cumple varias funciones desde brindar sugerencias hasta acompañar al usuario al previo estudio.

Según (Arocha, 2010, pág. 5), identifica como principales funciones las siguientes:

a) Orientación.

- ✓ Establecer las recomendaciones oportunas para conducir y orientar el trabajo del estudiante.
- ✓ Aclarar en su desarrollo dudas que previsiblemente puedan obstaculizar el progreso en el aprendizaje.
- ✓ Especificar en su contenido la forma física y metodológica en que el estudiante deberá presentar sus productos.

b) Promoción del aprendizaje auto sugestivo.

- ✓ Sugiere problemas y cuestiona a través de interrogantes que obliguen al análisis y reflexión.
- ✓ Propicia la transferencia y la aplicación de lo aprendido.

- ✓ Contiene previsiones que permite al estudiante desarrollar habilidades de pensamiento lógico que impliquen diferentes interacciones para lograr su aprendizaje.

c) Auto evaluación del aprendizaje.

- ✓ Establece actividades integradas de aprendizaje en que el estudiante hace evidente su aprendizaje.
- ✓ Propone estrategias de monitoreo para que el estudiante evalúe su progreso y lo motive a compensar sus deficiencias mediante el estudio posterior. Usualmente consiste en una evaluación mediante un conjunto de preguntas y respuestas diseñadas para este fin. Esta es una función que representa provocar una reflexión por parte del estudiante sobre su propio aprendizaje.

Las Funciones básicas ayudan a comprender que deberá contener una guía didáctica. Las posibles incógnitas o dudas que podemos solventar al usuario con la ayuda de la creación de una guía. Recomendaciones oportunas que el usuario requiera, comprender que pasos seguir para obtener el producto deseado. Sugerir posibles errores ayuda al usuario a no caer en posibles problemas que pueda ocurrir en la construcción del producto. Ayuda a la posible reflexión de cuál es la causa de estos errores, propone estrategias para la evaluación del producto.

2.2.13.3 Estructura de una guía didáctica

Según (Arocha, 2010, pág. 6), los componentes básicos de una guía didáctica que posibilitan sus características y funciones son los siguientes:

a. Índice

En él debe consignarse todos los títulos ya sean de 1°, 2° o 3° nivel, y su correspondiente página para que, cómo cualquier texto, el destinatario pueda ubicarse rápidamente.

b. Presentación

Antecede al cuerpo del texto y permite al autor exponer el propósito general de su obra, orientar la lectura y hacer las consideraciones previas que considere útiles para la comprensión de los contenidos de la guía.

c. Objetivo (s) General (es)

Permite identificar los requerimientos conceptuales procedimentales y actitudinales básicos a los que se debe prestar atención, a fin de orientar el aprendizaje.

d. Objetivos Específicos

La selección de contenidos y la forma de la presentación que pueda adoptar un autor debe estar orientada siempre por la definición previa de objetivos explícitos. Enuncia de manera clara y precisa las conductas de salida de los destinatarios.

e. Esquema resumen de contenidos.

Presentar en forma esquemática y resumida al estudiante, en un solo “golpe de vista”, todos los puntos fundamentales de que consta el tema correspondiente, facilitando así su acceso o bien su reforzamiento.

f. Desarrollo de contenidos.

Se hace la presentación general de la temática, ubicándola en su campo de su estudio, en el contexto del curso general y destacando el valor y la utilidad que tendrá para el futuro de la labor profesional.

g. Temática de estudio

Los contenidos básicos se presentan a manera de sumario o bien de esquema según sea el caso, con la intención de exponer de manera concisa y representativa, los temas y subtemas correspondientes a las lecturas.

h. Actividades de aprendizaje.

Es indispensable incluir actividades para que el estudiante trabaje y actúe sobre los contenidos presentados, a fin de desarrollar las competencias o las capacidades planteadas en los objetivos generales y/o específicos.

i. Ejercicios de autoevaluación.

Tiene como propósito ayudar al estudiante a que se evalúe por sí mismo, en lo que respeta a la comprensión y transferencia del contenido del tema.

j. Bibliografía de apoyo.

No se debe olvidar la pertinencia de proponer bibliografía tanto básica como la complementaria, en el cual el destinatario pueda encontrar, en caso de necesitarlo, otras Explicaciones sobre lo que se está estudiando.

La estructura ayuda a cómo debemos construir la guía didáctica brindando un orden específico, permite seguir una determinada dirección. Obedece a las condiciones que requiera el usuario aprender y lo que el autor requiera impartir. Las características y la metodología de enseñanza son de acuerdo con un estudio realizado previamente para promover aprendizajes significativos a distancia.

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de Investigación

Dentro del diseño de esta investigación se requiere utilizar el enfoque mixto debido a que es un proceso que analiza y recolecta datos cuantitativos y cualitativos. Es necesario primero realizar una investigación previa de tendencias y materiales reciclables en la actualidad. Trabajando de forma conjunta para comprender la realidad de lo que se requiere investigar. A través de esto encontrar los efectos y causas para dar posibles soluciones a nuestro proyecto de tesis. Los mismos que tendrán buenos resultados, donde el envase y el material reciclado ayude a reciclar y llame la atención.

Para (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 19), la investigación mixta no tiene como meta remplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. Utilizando la fuerza de las dos investigaciones fortaleceremos el proyecto de tesis. Considerando que la realidad cada vez evoluciona constantemente y las personas nos adaptamos al momento y a la tendencia.

3.1.2 Tipo de alcance de investigación

3.1.2.1 Investigación Descriptiva

Según (Tamayo, 2006, pág. 3), la investigación descriptiva comprende la descripción, análisis de una población, entorno o área que se esté interesado. Este tipo de investigación no se interesa en comprobar explicaciones, ni en probables hipótesis. El enfoque se hace sobre las conclusiones de como actualmente funciona esa población, grupo o persona. Esta investigación permite analizar materiales de los envases de cada emprendimiento a estudiar haciendo una recopilación detallada de sus características.

3.1.2.2 Investigación bibliográfica

Según (Barraza, 2014, pág. 1) la investigación bibliográfica es el grupo de elementos detallados que permite la identificación de la fuente. Recopila información de diferentes problemáticas de las distintas fuentes bibliográficas. Esta investigación permite recolectar datos relevantes entorno al material reciclado utilizado en el diseño de packaging y su impacto ambiental.

3.2 Tipo de diseño de investigación

3.2.1 Diseño no experimental

Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 245) “En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador.” Se basa en conceptos, sucesos, entidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador. Esta investigación se sitúa dentro del diseño no experimental ya que permite observar los hechos o sucesos en su contexto natural, para así conocer la situación actual de los cuales son los materiales para usar en el packaging.

3.2.2 Diseño Etnográfico

Según (Lievanos, 2006). “La etnografía surge como elemento clave para la comprensión de la cultura a través de la realización de una descripción densa que permita una interpretación adecuada a la realidad.” El diseño etnográfico se enfoca en el estudio de un determinado grupo o conjunto en comprender e interpretar la forma que viven y perciben la vida dichos grupos. Esta investigación se sitúa dentro del diseño etnográfico ya que permite la observación para analizar características de distintos diseños de packaging de sus materiales y técnicas implementadas.

3.2.3 Metodología de Robert Scott

Según (Rodas, 2009) la metodología de diseño de Robert Scott es un proceso de diseño en la que nos permite definir el orden del proceso de diseño y se basa en cuatro causas.

Causa primera: se identifica la necesidad o carencia del entorno.

Causa formal: empezamos con la idea y los primeros bocetos.

Causa material: se analiza y se selecciona el material de acuerdo con nuestra propuesta.

Causa técnica: se selecciona las técnicas, acabados y métodos de impresión.

3.3 Población de estudio y tamaño de muestra

3.3.1 Población

Según la autora (Samaniego , 2016) en la revista caribeña de ciencias sociales, realizo un diagnóstico de los emprendimientos del cantón Riobamba donde realizo una investigación de campo encuestando y entrevistando a 387 emprendedores de 20.116 patentados en el Gobierno Autónomo Descentralizado del canto Riobamba. De esa muestra calculada a 387 emprendimientos se encuentra con el 7.6% los emprendimientos dedicados a ropa, calzado y accesorios. Calculando el porcentaje de 7,6% de 387 = 29.41. Dando como resultado a 30 emprendimientos dedicados a ropa y bisutería.

3.3.1 Muestra estadística

Como el número de población es muy reducida se aplicará la muestra a los 30 emprendimientos. A continuación, se detalla cada uno de ellos.

Tabla 1. Emprendimientos de la muestra

N.	Nombre del Emprendimiento	Ubicación	Tipo de producto que ofertan	Características del Cliente
1.	Enigma	Cristóbal Colón y 10 de Agosto	Chaquetas, vestidos, blusas, chompas.	Mujeres de 15 a 45 años que buscan comodidad, estilo y moda.
2.	Almacén de Ropa Éxtasis	Olmedo y España	Ropa de hombre para ocasiones, formales y casual.	Hombres de 15 a 50 años que buscan conjuntos cómodos.
3.	La casa del deporte	Juan Larrea y Guayaquil	Calentadores, camisetas, shorts, dividi, accesorios deportivos.	Mujeres, hombres y niños que buscan comodidad en sus prendas deportivas.
4.	Boutique Justin	Espejo y Nueva York	Camisa, pantalones, camisetas, calentadores, chompas.	Mujeres y hombres de 15 a 40 años que buscan comodidad en sus prendas deportivas.
5.	Discovery Boutique	10 de Agosto y Vicente Rocafuerte	Chaquetas, vestidos, blusas, chompas, pantalones.	Mujeres de 15 a 55 años que buscan conjuntos semiformales y casuales.
6.	Dani Ropa Riobamba	Vicente Rocafuerte, Riobamba 060102	Camisetas	Hombres que buscan la comodidad en una camiseta.
7.	D' Vine Boutique	Cristóbal Colón y Luz Elisa Borja	Chaquetas, blusas, pantalones.	Mujeres de 15 a 30 años que buscan comodidad, estilo y moda.
8.	Exquisit Boutique	88JX+25F, Vicente Rocafuerte	Chaquetas, vestidos, blusas, chompas,	Mujeres de 15 a 40 años que buscan

			chompas, pantalones.	comodidad, estilo y moda.
9.	Urbano Boutique	10 de Agosto y García Moreno	Busos, camisetas, pantalones, chaquetas.	Mujeres y Hombres que buscan comodidad en el estilo Urbano.
10.	Pasarela 51	Carabobo y Veloz	Chaquetas, vestidos, blusas, chompas, pantalones.	Mujeres de 15 a 30 años que buscan comodidad, estilo y moda.
11.	Rio Moda Chic	Espejo y Junín	Ropa para Damas	Mujeres de 15 a 30 años que buscan comodidad, estilo y moda
12.	Boutique 777	Primera Constituyente y Vicente Rocafuerte	Chaquetas, vestidos, blusas, chompas, pantalones.	Mujeres de 15 a 30 años que buscan comodidad, estilo y moda
13.	Mega fashion	Carabobo y Olmedo	Ropa para Damas	Mujeres de 15 a 30 años que buscan comodidad, estilo y moda
14.	DCOMPRAS RIO	Guayaquil y España	Ropa para Damas y Caballeros	Mujeres y Hombres buscan comodidad, estilo y moda.
15.	Scandalo	10 de Agosto y Eugenio Espejo	Vestidos, blusas, pantalones, chaquetas	Mujeres de 15 a 55 años que buscan vestirse con elegancia y conjuntos más formales.
16.	Fabys Moda Boutique	Mariana de Jesús y Luz Elisa Borja	Ropa para Damas y Caballeros	Mujeres y Hombres
17.	DM by Estilo Urbano	Av. Unidad Nacional y Carabobo	Camisetas, chaquetas, pantalones, blusas, vestidos.	Mujeres y Hombres que buscan comodidad en el estilo Urbano.

18.	Estilo y Moda Riobamba	Juan Montalvo y México	Ternos formales, camisas y accesorios.	Hombres que buscan elegancia y formalidad.
19.	Mundo Stores	Carabobo y Chile	Camisetas, gorras, pantalones, camisas, chaquetas, chompas.	Hombres más juveniles que buscan conjuntos de moda.
20.	Boutique Sofí	Carabobo y Olmedo	Camisetas, gorras, pantalones, camisas, chaquetas, chompas.	Hombres más juveniles que buscan conjuntos de moda.
21.	Top Model Boutique	10 de Agosto y García Moreno	Camisetas, busos, pantalones.	Hombres y Mujeres que buscan prendas para el uso diario.
22.	La casa del uniforme	Colombia y Juan Montalvo	Calentadores, camisetas, shorts, dividi, accesorios deportivos.	Mujeres, hombres y niños que buscan comodidad con sus prendas deportivas.
23.	Pasarela 51 (sucursal)	Carabobo y Villarroel	Camisetas, chaquetas, pantalones, blusas, vestidos.	Hombres y mujeres que buscan comodidad, estilo y moda.
24.	Jimmy Sport	Guayaquil y Vicente Rocafuerte	Calentadores, camisetas, shorts, dividi, accesorios deportivos.	Mujeres, hombres y niños que buscan comodidad con sus prendas deportivas.
25.	London Boutique	Ayacucho y Tarqui	Ropa para damas, caballeros y niños como chaquetas, busos, camisetas.	Hombres, Mujeres y niños que buscan prendas para el uso diario.
26.	Nicoleth Boutique Riobamba	Primera Constituyente y Carlos Zambrano	Vestidos largos, chaquetas, blusas, camisetas, trajes de baño	Hombres y Mujeres que buscan comodidad en sus prendas de vestir.
27.	Diva Divo Boutique	Avenida Daniel León Borja y Uruguay	Blusas, conjuntos, vestidos	Mujeres de 15 a 30 años que buscan formalidad,

				elegancia en sus outfits.
28.	Toty Boutique	10 de Agosto y García Moreno	Chaquetas, pantalones, accesorios, top, vestidos, blusas	Mujeres de 15 a 45 años que buscan comodidad, estilo y moda.
29.	Verho accesorios bisutería	Rocafuerte entre 10 de Agosto y Guayaquil	Accesorios	Mujeres de 15 a 30 años que buscan accesorios para sus outfits.
30.	Bisutería y accesorios Aguamarina	Eugenio Espejo y 10 de Agosto	Accesorios	Mujeres de 15 a 30 años que buscan accesorios para sus outfits.

Elaborado por: María Belén Orozco

3.4 Técnicas e instrumentos a utilizar para la recopilación de datos

3.4.1 Encuesta

Según Caceres, (1998:33). “Las organizaciones contemporáneas, políticas, económicas o sociales, utilizan esta técnica como un instrumento indispensable para conocer el comportamiento de sus grupos de interés y tomar decisiones sobre ellos.” La encuesta ayuda a obtener información de personas, para saber la opinión pública de un tema determinado. En este caso se utiliza para obtener información de los emprendimientos para saber la opinión sobre el packaging.

3.4.2 Guía estructurada de Observación

Según (Campos & Lule, 2012) la observación es uno de los instrumentos más sistematizadas para el registro visual. Capta de la manera más objetiva lo que ocurre en el mundo para poder describirlo y analizarlo. El objeto de la observación se compone por hechos o fenómenos que se observan cualidades y características. Se utiliza esta técnica para la observación y un registro visual de las características de distintos diseños de packaging de sus materiales y técnicas implementadas.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se realiza el análisis de los datos recogidos mediante los instrumentos aplicados.

4.1 Resultados de la encuesta a emprendimientos de línea de ropa y bisutería en la ciudad de Riobamba.

La presente encuesta fue realizada a los 30 emprendimientos de la muestra para diagnosticar el estado actual del uso de materiales en envases y embalajes en emprendimientos de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba.

Pregunta 1. ¿Qué productos son los más adquiridos por los clientes en sus emprendimientos?

Tabla 2. Los productos más adquiridos en la categoría masculino

Masculino		
Datos	Valor	Porcentaje
Camiseta	5	19%
Pantalón	7	27%
Camisa	5	19%
Chaqueta	1	4%
Chompa	5	19%
Saco	1	4%
Accesorios	2	8%
TOTAL		100%

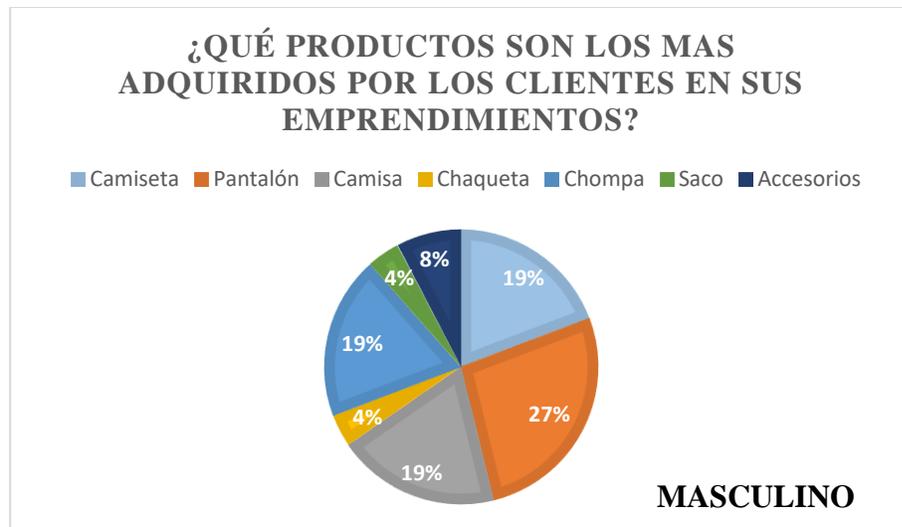
Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 3. Los productos más adquiridos en la categoría femenino

Femenino		
Datos	Valor	Porcentaje
Vestido	10	24%
Blazer	1	3%
Saco	0	0%
Pantalón	10	24%
Blusa	15	37%
Chompa	1	2%
Accesorios	4	10%
TOTAL		100%

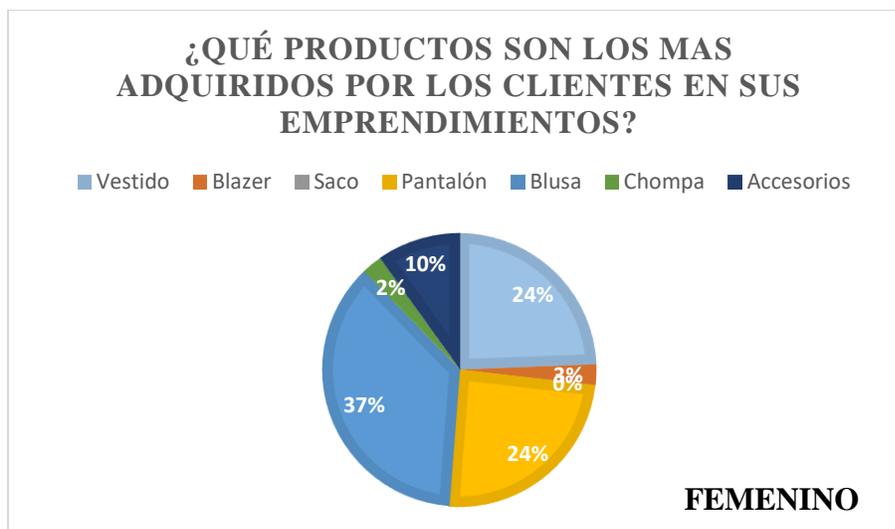
Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 1. Resultados de la encuesta para conocer el producto más vendido. (Masculino)



Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 2. Resultados de la encuesta para conocer el producto más vendido. (Femenino)



Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la figura 1 los datos obtenidos dentro de la categoría masculino son: en el primer lugar lidera el pantalón con el 27%, en segundo lugar, los productos como la camiseta, camisa y la chompa con el 19 %, en tercer lugar, se encuentran los accesorios con el 8% y por último con el 4% se encuentran los productos chaqueta y saco.

En la figura 2 los datos obtenidos de la categoría femenina son: en el primer lugar lidera la blusa con el 37%, en segundo lugar, el pantalón y vestido con el 24%, en tercer lugar, se encuentran los accesorios con el 10% y por último con el 3 y 2 % el blazer y la chompa.

Estos datos obtenidos ayudarán a trabajar en los diseños de packaging como apoyo a los contenidos de la guía didáctica para que sirva como ejemplo en la visualización del packaging con el material reciclable. Con lo investigado se permite seguir determinando el tipo de tendencia entorno a la línea de ropa y bisutería para así plantear un diseño específico siguiendo la tendencia definida para los productos liderados de la encuesta el pantalón y la camiseta.

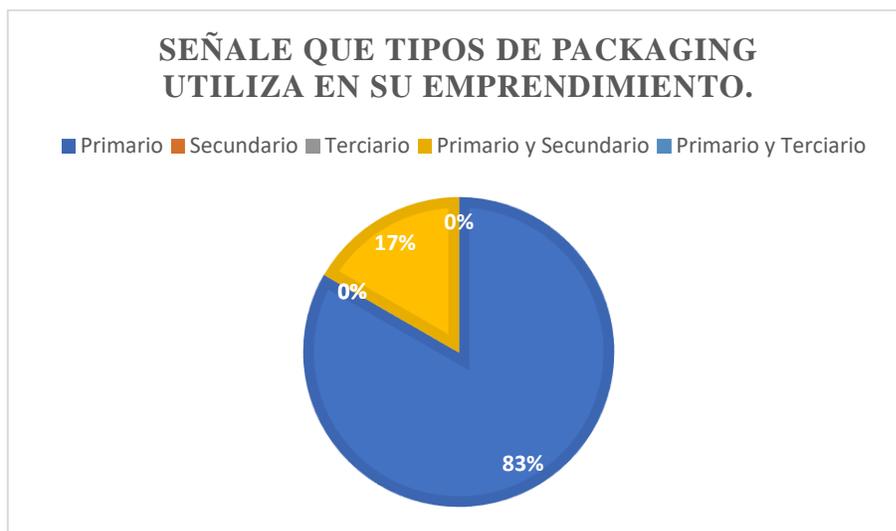
Pregunta 2. De acuerdo con el autor Fernández menciona que existen tres tipos de packaging según su utilidad, señale que tipos de packaging utiliza en su emprendimiento.

Tabla 4. Señale que tipos de packaging utiliza en su emprendimiento.

Datos	Valor	Porcentaje
Primario	25	83%
Secundario	0	0%
Terciario	0	0%
Primario y Secundario	5	17%
Primario, Secundario y Terciario	0	0%
Primario y Terciario	0	0%
TOTAL		100%

Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 3. Resultados de la encuesta para conocer qué tipo de packaging utilizan en cada emprendimiento.



Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la figura 3 se obtuvo como resultados que el 83% señaló que utilizan más el packaging primario y seguido con el 17% la utilización de packaging primario y secundario.

Estos datos obtenidos ayudarán a trabajar en los tipos de diseño de packaging como apoyo a los contenidos de la guía didáctica para que sirva como ejemplo en la construcción de cada tipo de packaging con su respectivo producto. Se trabajará en los tipos de packaging más utilizados que lideraron la encuesta ya que son los más utilizados y reconocidos por los clientes ya que esto dependerá del tipo de producto.

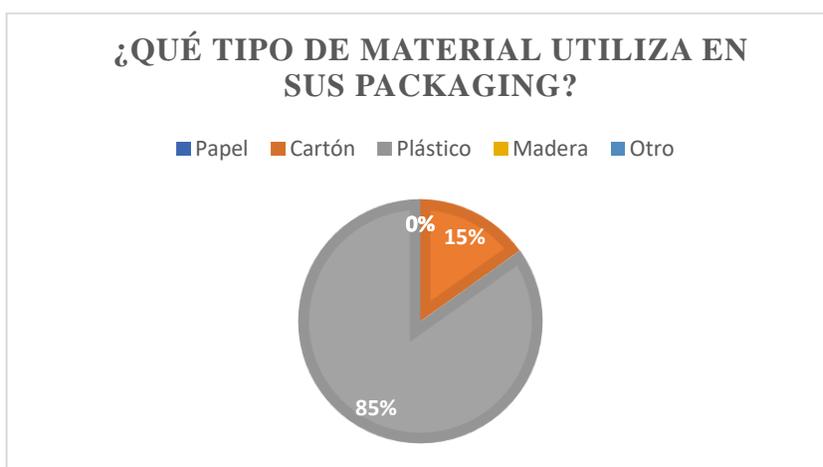
Pregunta 3. ¿Qué tipo de material utiliza en sus packaging?

Tabla 5. ¿Qué tipo de material utiliza en sus packaging?

Datos	Valor	Porcentaje
Papel	0	0%
Cartón	5	15%
Plástico	28	85%
Madera	0	0%
Otro	0	0%
TOTAL		100%

Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 4. Resultados de la encuesta para conocer qué tipo de material utilizan en su packaging



Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la figura 4 se obtuvo como resultados que el 85% de los emprendimientos utilizan una funda plástica, y con el 15 % utilizan un packaging primario que es con material cartón y un packaging secundario que es una funda plástica.

Con esto se demuestra que en los emprendimientos de estudio los packaging utilizados en la actualidad no utilizan materiales reciclables para despechar sus productos. En lo que se pudo observar en los emprendimientos cuenta con fundas de tipo de plástico LDPE o PEBD de color blanco que es un polietileno de baja densidad, polímero utilizado para la fabricación de fundas o envolturas, con espesor de 50 micras habitualmente para utilizar en boutiques de ropa. Estos datos obtenidos nos ayudan a tener una referencia para buscar materiales eco amigables para los respectivos productos.

Pregunta 4. ¿Cómo invierte el presupuesto para el packaging de sus productos?

Tabla 6. ¿Cómo invierte el presupuesto para el packaging de sus productos?

Datos	Valor	Porcentaje
Mensualmente	27	90%
Anualmente	1	3%
Semanalmente	2	7%
TOTAL		100%

Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 5. Resultados de la encuesta para conocer como invierten el presupuesto en el packaging.



Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la figura 5 se obtuvo como resultados que el 90% de los emprendimientos de estudio invierten el presupuesto para su packaging mensualmente, en segundo lugar, con el 7% invierten semanalmente, y por último con el 3% invierte anualmente en su packaging. Con esto se demuestra que los propietarios de los emprendimientos consideran al packaging como un valor agregado de su producto, invirtiendo dinero para la elaboración de un packaging personalizado para dar una buena imagen de la marca.

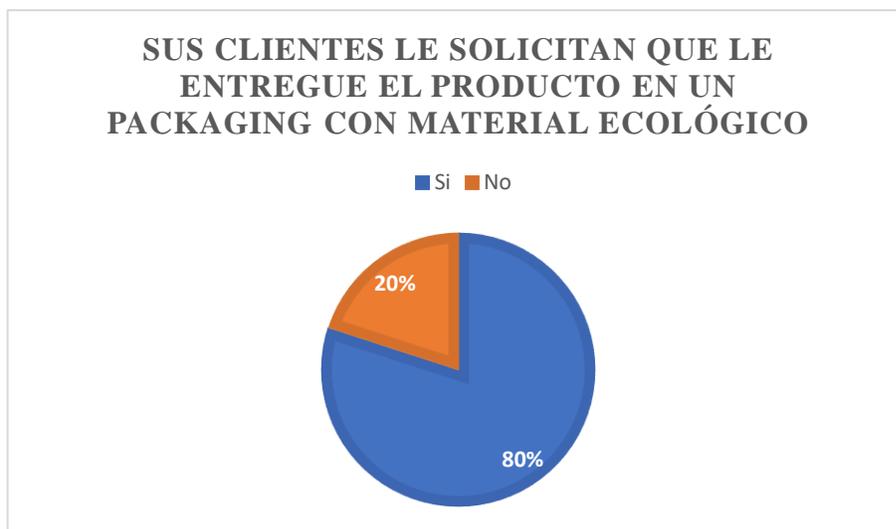
Pregunta 5. Sus clientes le solicitan que le entregue el producto en un packaging con material ecológico

Tabla 7. Los clientes requieren un packaging con material ecológico

Datos	Valor	Porcentaje
Si	24	80%
No	6	20%
TOTAL		100%

Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 6. Resultados de la encuesta para conocer si los clientes solicitan que les entreguen en un packaging con material ecológico.



Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la figura 6 se obtuvo como resultados que el 80% si solicitan que le entregue su producto en un packaging con material ecológico y el 20% no solicita que le entregue su producto en un packaging con material ecológico. Con esto se demuestra que para los clientes sería una buena alternativa realizar packaging con materiales reciclables.

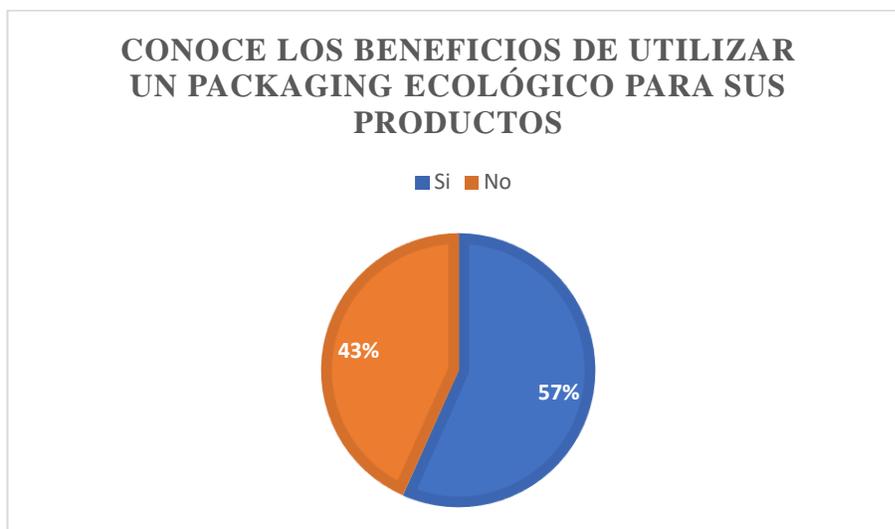
Pregunta 6. Conoce los beneficios de utilizar un packaging ecológico para sus productos

Tabla 8. Conoce los beneficios de utilizar un packaging ecológico

Datos	Valor	Porcentaje
Si	17	57%
No	13	43%
TOTAL		100%

Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 7. Resultados de la encuesta para conocer si conocen sobre los beneficios de utilizar un packaging ecológico.



Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la figura 7 se obtuvo como resultados que el 57 % si conoce los beneficios de utilizar un packaging ecológico y el 43% no conoce los beneficios de utilizar un packaging ecológico. Con esto se demuestra que la falta de un packaging ecológico para los clientes es por desconocimiento de los beneficios de un packaging amigable con el medio ambiente.

Pregunta 7. Considera que aporta al cuidado del medio ambiente al utilizar packaging ecológico para sus productos.

Tabla 9. Aporta al cuidado del medio ambiente al utilizar packaging ecológico

Datos	Valor	Porcentaje
Si	29	97%
No	1	3%
TOTAL		100%

Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 8. Resultados de la encuesta para conocer si considera que aporta al cuidado del medio ambiente al utilizar un packaging ecológico.



Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la figura 8 se obtuvo como resultados que el 97% consideran que si aporta al cuidado del medio ambiente al utilizar un packaging ecológico y el 3% desconoce que un packaging ecológico podría ayudar al cuidado del medio ambiente. Con esto se demuestra que los emprendimientos consideran que es una propuesta innovadora, que podrían optar en adquirir este packaging ecológico con la finalidad de mejorar su estética, aumentar su clientela en la venta de sus productos ya que es una idea nueva en tendencia que aporta al cuidado del medio ambiente.

Pregunta 8. Sus clientes traen sus propias fundas o le piden un envase para llevar el producto.

Tabla 10. Sus clientes traen sus propias fundas

Datos	Valor	Porcentaje
Si	5	17%
No	25	83%
TOTAL		100%

Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 9. Resultados de la encuesta para conocer si sus clientes traen sus propias fundas



Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la figura 8 se obtuvo como resultados que el 83% no traen sus propias fundas al comprar la prenda de vestir el encargado de despachar los productos le ofrece la funda para que lleve el producto. El 17% opta por llevar su propia funda o bolso para llevarse el producto.

Con esto se demuestra que si en los emprendimientos su packaging es de plástico va a generar una gran afectación medio ambiental, sin embargo, el 17% muestra una tendencia a reciclar ayudando a la disminución de las emisiones de gases para reducir así el calentamiento global.

4.2 Resultados de la guía estructurada de observación a los egresados de la carrera de Diseño Gráfico.

La presente guía de observación se consideró a un focus group de 10 diseñadores al azar de la carrera de diseño gráfico para obtener los diferentes criterios profesionales sobre aspectos generales como forma, tipo de packaging, funciones básicas y comunicacionales, colores y tipografía de los 5 packaging que se tomó en consideración para obtener los diferentes criterios de diseño.

GUÍA ESTRUCTURADA DE OBSERVACIÓN

Para analizar los packaging actuales de los diferentes emprendimientos se aplicó la técnica de observación, se solicitó a 10 egresados y diseñadores de la carrera de diseño gráfico de la Universidad Nacional de Chimborazo, que observen e indiquen los diferentes aspectos que ellos consideren a los 5 packaging escogidos para analizar el diseño y funcionalidad a continuación se detalla los diferentes aspectos a evaluar sobre el packaging

Forma del packaging: en estos emprendimientos de línea de ropa y bisutería utilizan en su packaging formas como rectangular con asas, circular con cordón o cuadrado con cordón, con en el resultado de esta observación se podrá analizarlas nuevas tendencias de formas que generen una mejor experiencia de compra.

Tipo de forma: ergonómica o no ergonómica, con este aspecto nos ayudara a entender si estos emprendimientos cuentan con un packaging de fácil manejo y con estos resultados analizar nuevas formas ergonómicas.

Tipo de packaging: primario, secundario, terciario, este criterio nos servirá para determinar si el tipo de packaging actual este acuerdo con el producto.

Función básica: contener, proteger, mantener, estos criterios nos ayudan a entender si el packaging actual está cumpliendo con estas funciones de evitar daños durante el proceso de traslado.

Función comunicacional: identificar, informar y persuadir, estos criterios nos ayudan a entender si el packaging actual está cumpliendo con estas funciones comunicacionales de que el producto sea elegido y comprado, de que el packaging sea conocido tanto en el punto de venta como en el hogar y si el packaging está informando sobre el producto.

Colores: opacos, brillantes, llamativos, la función de los colores en el packaging nos ayuda identificar la marca, los colores transmiten muchas ideas y mensajes sobre el producto, este criterio nos ayudara a demostrar si el packaging cuenta con colores apropiados.

Tipografía: alta legibilidad, media legibilidad, baja legibilidad, la elección de una adecuada tipografía es muy importante en el packaging, se debe considerar que sea una fuente fácil de leer sin ningún problema, en este criterio nos ayuda a entender si el packaging cuenta con una tipografía apropiada.

A continuación, se muestra la tabla de observación que se aplicó a los 10 diseñadores para valorar sus diferentes criterios:

Tabla 11. Guía de observación

Nombre del observador:									
Fecha de observación:									
Packaging (foto)									
Tipo de Producto		Vestido	Pantalón	Blusa	Camiseta	Chaqueta	Camisa	Buzo	Otro
	ASPECTOS	OBSERVACIONES							
1.	Tipos de plástico	Son fácilmente reciclables			Es posible reciclarlos		Son difícilmente reciclables		
		PET o PETE	HDPE o PEAD	LDPE	PP	V o PVC	PS	OTROS	
2.	Forma del packaging	Rectangular con asas		Circular con cordón		Cuadrada con cordón			
3.	Tipo de Forma	Ergonómica (De fácil manejo)				No Ergonómica (Difícil manejo)			
4.	Tipo de Packaging	Primario		Secundario		Terciario			
5.	Función Básica	Contener		Proteger		Mantener			
6.	Función Comunicacional	Identificar		Informar		Persuadir			
7.	Colores	Opacos		Brillantes		Llamativos			
8.	Tipografía	Alta legibilidad		Media legibilidad		Baja legibilidad			

Elaborado por: María Belén Orozco

1.- Resultados de la guía de observación del packaging del emprendimiento Pasarela 51

Tabla 12. Resultados de la Guía de observación del packaging Pasarela 51

Fecha de observación:		05/07/2022							
Packaging (foto)									
Tipo de Producto		Vestido	Pantalón	Blusa	Camiseta	Chaqueta	Camisa	Chompa	Otro
		x	x	x					
	ASPECTOS	OBSERVACIONES							
1.	Tipos de plástico	Son fácilmente reciclables			Es posible reciclarlos		Son difícilmente reciclables		
		PET O PETE	HDPE o PEAD	LDPE	PP	V o PVC	PS	OTROS	
				x					
2.	Forma del packaging	Rectangular con asas			Circular con cordón		Cuadrada con cordón		
		x							
3.	Tipo de Forma	Ergonómica (De fácil manejo)				No Ergonómica (Difícil manejo)			
		70%				30%			
4.	Tipo de Packaging	Primario			Secundario		Terciario		
		70%			20%		10%		
5.	Función Básica	Contener			Proteger		Mantener		
		100%			100%		100%		
6.	Función Comunicacional	Identificar			Informar		Persuadir		
		90%			80%		40%		
7.	Colores	Opacos			Brillantes		Llamativos		
		0%			50%		70%		
8.	Tipografía	Alta legibilidad			Media legibilidad		Baja legibilidad		
		30%			50%		20%		

Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la tabla 11 se obtuvo como resultados que este packaging es de tipo de plástico LDPE ya que es un polietileno de baja densidad como especifica en la propia funda, la forma del packaging es rectangular con asas.

Según el criterio de los diseñadores los resultados de los aspectos fueron: en el tipo de forma con el 70% señalo que es ergonómica y con el 30% señalo que no es ergonómica. En el tipo de packaging el 70% señalo que el packaging es primario, con el 20% señalo que es secundario y con el 10% señalo que es terciario. En las funciones básicas el 100% señalo que este packaging contiene, mantiene y protege al producto. En la función comunicacional el 90% señalo que en el packaging identifica, el 80% señalo que informa y con el 40% señalo que persuade. En los colores el 50% señalo que son colores brillantes y el 70% señalo que son colores llamativos. En la tipografía el 30% señalo que es de alta legibilidad, el 50% es de media legibilidad y el 20% señalo que es de baja legibilidad.

Con los resultados se pudo concluir que en este packaging su principal material es el plástico de tipo LDPE, un plástico de baja densidad que emite gases de efecto invernadero que afecta al medio ambiente en este punto se puede comenzar para buscar nuevos materiales eco amigables para el packaging en línea de ropa y bisutería, este packaging cuenta con una forma de fácil manejo ergonómica, es un packaging que actúa como un envase primario, en sus funciones básicas si contiene, protege y mantiene al producto ya que es un plástico durable y de alta calidad, en sus funciones comunicacionales el packaging si identifica e informa sobre la marca y producto, pero no persuade para que el producto sea de preferencia comprado y elegido, sus colores son llamativos ya que son colores de tonos fuertes referentes a la marca, su tipografía es de mediana legibilidad, en este aspecto se debe considerar un tipografía que sea de fácil leer sin ningún problema, con estos resultados se puede analizar nuevas tendencias de materiales, formas, tipografía y colores que vaya de acuerdo al producto y la marca.

2.- Packaging del emprendimiento Almacén de Ropa Éxtasis

Tabla 13. Resultados de la Guía de observación del packaging del emprendimiento Éxtasis

Fecha de observación:		05/07/2022							
Packaging (foto)									
Tipo de Producto		Vestido	Pantalón	Blusa	Camiseta	Chaqueta	Camisa	Chompa	Otro
			x					x	
ASPECTOS		OBSERVACIONES							
1.	Tipos de Plástico	Son fácilmente reciclables		Es posible reciclarlos		Son difícilmente reciclables			
		PET O PETE	HDPE o PEAD	LDPE	PP	V o PVC	PS	OTROS	
				x					
2.	Forma del packaging	Rectangular con asas		Circular con cordón			Cuadrada con cordón		
		x							
3.	Tipo de Forma	Ergonómica (De fácil manejo)				No Ergonómica (Difícil manejo)			
		80%				20%			
4.	Tipo de Packaging	Primario		Secundario			Terciario		
		80%		10%			10%		
5.	Función Básica	Contener		Proteger			Mantener		
		90%		90%			80%		
6.	Función Comunicacional	Identificar		Informar			Persuadir		
		90%		10%			10%		
7.	Colores	Opacos		Brillantes			Llamativos		
		10%		50%			40%		
8.	Tipografía	Alta legibilidad		Media legibilidad			Baja legibilidad		
		30%		70%			0%		

Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la tabla 12 se obtuvo como resultados que este packaging es de tipo de plástico LDPE ya que es un polietileno de baja densidad como especifica en la propia funda, la forma del packaging es rectangular con asas.

Según el criterio de los diseñadores los resultados de los aspectos fueron: en el tipo de forma con el 80% señalo que es ergonómica y con el 20% señalo que no es ergonómica. En el tipo de packaging el 80% señalo que el packaging es primario, con el 10% señalo que es secundario y con el 10% señalo que es terciario. En las funciones básicas el 90% señalo que este packaging contiene y protege al producto y el 80% señalo que mantiene al producto. En la función comunicacional el 90% señalo que en el packaging identifica, el 10% señalo que informa y persuade. En los colores el 50% señalo que son colores brillantes, el 40% señalo que son colores llamativos y el 10% señalo que son opacos. En la tipografía el 30% señalo que es de alta legibilidad, el 70% es de media legibilidad y el 0% señalo que es de baja legibilidad.

Con los resultados se pudo concluir que en este packaging su principal material es el plástico de tipo LDPE, un plástico de baja densidad que emite gases de efecto invernadero que afecta al medio ambiente en este punto se puede comenzar para buscar nuevos materiales eco amigables para el packaging en línea de ropa y bisutería, este packaging cuenta con una forma de fácil manejo ergonómica, es un packaging que actúa como un envase primario, en sus funciones básicas si contiene, protege y mantiene al producto ya que es un plástico durable y de alta calidad, en sus funciones comunicacionales el packaging si identifica pero no informa ni persuade sobre la marca y tampoco del producto sus colores son poco llamativos nada brillantes ya que son colores débiles y no referentes a la marca, su tipografía es de mediana legibilidad, en este aspecto se debe considerar una tipografía que sea de fácil leer sin ningún problema, con estos resultados se puede analizar nuevas tendencias de materiales, formas, tipografía y colores ya que es un packaging que no representa a la marca y no va de acuerdo con los productos.

3.- Packaging del emprendimiento Verho accesorios bisutería

Tabla 14. Resultados de la Guía de observación del packaging Verho accesorios bisutería

Fecha de observación:		05/07/2022							
Packaging (foto)									
Tipo de Producto		Vestido	Pantalón	Blusa	Camiseta	Chaqueta	Camisa	Buzo	Otro
									x
ASPECTOS		OBSERVACIONES							
1.	Tipos de Plástico (no aplica)	Son fácilmente reciclables			Es posible reciclarlos		Son difícilmente reciclables		
		PET O PETE	HDPE o PEAD	LDPE	PP	V o PVC	PS	OTROS	
2.	Forma del packaging (no aplica)	Rectangular con asas		Circular con cordón		Cuadrada con cordón			
3.	Tipo de Forma	Ergonómica (De fácil manejo)				No Ergonómica (Difícil manejo)			
		50%				50%			
4.	Tipo de Packaging	Primario		Secundario		Terciario			
		40%		60%		0%			
5.	Función Básica	Contener		Proteger		Mantener			
		90%		80%		80%			
6.	Función Comunicacional	Identificar		Informar		Persuadir			
		80%		0%		20%			
7.	Colores	Opacos		Brillantes		Llamativos			
		30%		60%		30%			
8.	Tipografía	Alta legibilidad		Media legibilidad		Baja legibilidad			
		20%		80%		0%			

Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la tabla 13 se obtuvo como resultados que este packaging es de tipo cartón cartulina con grosor de 180 gramos, el tipo de caja es de una sola pieza.

Según el criterio de los diseñadores los resultados de los aspectos fueron: en el tipo de forma el 50% señalo que es ergonómica y el otro 50% señalo que no es ergonómica. En el tipo de packaging el 40% señalo que el packaging es primario, con el 60% señalo que es secundario y con el 0% señalo que es terciario. En las funciones básicas el 90% señalo que este packaging contiene y el 80% señalo que mantiene y protege al producto. En la función comunicacional el 80% señalo que en el packaging identifica, el 0% señalo que no informa y el 20% persuade. En los colores el 60% señalo que son colores brillantes y el 30% señalo que son colores llamativos y opacos. En la tipografía el 20% señalo que es de alta legibilidad, el 80% es de media legibilidad y el 0% señalo que es de baja legibilidad.

Con los resultados se pudo concluir que en este packaging su principal material es el cartón cartulina, el tipo de caja es de una sola pieza pero no cuenta con una forma de fácil manejo no es ergonómica, es un packaging que actúa más como un envase secundario y tiene la necesidad de contar con un envase primario también, en sus funciones básicas si contiene, protege y mantiene al producto ya que el cartón es de buena resistencia, en sus funciones comunicacionales el packaging si identifica pero no informa ni persuade sobre la marca ni el producto para que sea de preferencia por sus clientes, sus colores son poco brillantes y nada llamativos ya que son colores de tonos débiles propios de la marca, su tipografía es de mediana legibilidad, en este aspecto se debe considerar un tipografía que sea de fácil leer sin ningún problema, con estos resultados se puede analizar nuevas tendencias de formas, tipografía, colores y considerar al cartón como un material ecológico cien por ciento reciclable y reutilizable.

4.- Packaging del emprendimiento Toty Boutique

Tabla 15. Resultados de la Guía de observación del packaging Toty Boutique

Fecha de observación:		05/07/2022							
Packaging (foto)									
Tipo de Producto		Vestido	Pantalón	Blusa	Camiseta	Chaqueta	Camisa	Buzo	Otro
		x		x					
ASPECTOS		OBSERVACIONES							
1.	Tipos de Plástico (no aplica)	Son fácilmente reciclables		Es posible reciclarlos		Son difícilmente reciclables			
		PET O PETE	HDPE o PEAD	LDPE	PP	V o PVC	PS	OTROS	
2.	Forma del packaging	Rectangular con asas		Circular con cordón		Cuadrada con cordón			
						x			
3.	Tipo de Forma	Ergonómica (De fácil manejo)				No Ergonómica (Difícil manejo)			
		80%				20%			
4.	Tipo de Packaging	Primario		Secundario		Terciario			
		60%		30%		10%			
5.	Función Básica	Contener		Proteger		Mantener			
		90%		80%		80%			
6.	Función Comunicacional	Identificar		Informar		Persuadir			
		80%		10%		20%			
7.	Colores	Opacos		Brillantes		Llamativos			
		0%		80%		40%			
8.	Tipografía	Alta legibilidad		Media legibilidad		Baja legibilidad			
		0%		90%		10%			

Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la tabla 14 se obtuvo como resultados que este packaging es de tipo cartón ondulado con un grosor de 240 gramos, el tipo de packaging es un bolso con cordón.

Según el criterio de los diseñadores los resultados de los aspectos fueron: en el tipo de forma el 80% señalo que es ergonómica y el otro 20% señalo que no es ergonómica. En el tipo de packaging el 60% señalo que el packaging es primario, con el 30% señalo que es secundario y con el 10% señalo que es terciario. En las funciones básicas el 90% señalo que este packaging contiene y el 80% señalo que mantiene y protege al producto. En la función comunicacional el 80% señalo que en el packaging identifica, el 10% señalo que informa y el 20% persuade. En los colores el 80% señalo que son colores brillantes y el 40% señalo que son colores llamativos y el 0% señalo que son opacos. En la tipografía el 0% señalo que es de alta legibilidad, el 90% es de media legibilidad y el 10% señalo que es de baja legibilidad.

Con los resultados se pudo concluir que en este packaging su principal material es el cartón ondulado, el tipo de packaging es un bolso con cordón, cuenta con una forma de fácil manejo es ergonómica, es un packaging que actúa más como un envase primario, en sus funciones básicas si contiene, protege y mantiene al producto ya que el cartón es de buena resistencia, en sus funciones comunicacionales el packaging si identifica pero no informa ni persuade sobre la marca ni el producto para que sea de preferencia por sus clientes, sus colores son brillantes un tono rosa fuerte, su tipografía es de media legibilidad, en este aspecto se debe considerar un tipografía que sea de fácil leer sin ningún problema, con estos resultados se puede analizar nuevas tendencias de formas, tipografía, colores y considerar al cartón como un material ecológico cien por ciento reciclable y reutilizable.

5.- Packaging del emprendimiento Boutique Justin

Tabla 16. Resultados del packaging del emprendimiento Boutique Justin

Fecha de observación:		05/07/2022							
Packaging									
Tipo de Producto		Vestido	Pantalón	Blusa	Camiseta	Chaqueta	Camisa	Buzo	Otro
			x						
ASPECTOS		OBSERVACIONES							
1.	Tipos de Plástico	Son fácilmente reciclables		Es posible reciclarlos		Son difícilmente reciclables			
		PET O PETE	HDPE o PEAD	LDPE	PP	V o PVC	PS	OTROS	
				x					
2.	Forma del packaging (no aplica)	Rectangular con asas		Circular con cordón			Cuadrada con cordón		
3.	Tipo de Forma	Ergonómica (De fácil manejo)				No Ergonómica (Difícil manejo)			
		70%				30%			
4.	Tipo de Packaging	Primario		Secundario			Terciario		
		70%		0%			30%		
5.	Función Básica	Contener		Proteger			Mantener		
		90%		30%			40%		
6.	Función Comunicacional	Identificar		Informar			Persuadir		
		40%		0%			0%		
7.	Colores	Opacos		Brillantes			Llamativos		
		80%		20%			1%		
8.	Tipografía	Alta legibilidad		Media legibilidad			Baja legibilidad		
		0%		50%			50%		

Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

En la tabla 15 se obtuvo como resultados.

Según el criterio de los diseñadores los resultados de los aspectos fueron: en el tipo de forma con el 70% señalo que es ergonómica y con el 30% señalo que no es ergonómica. En el tipo de packaging el 70% señalo que el packaging es primario, el 0% señalo que es secundario y con el 30% señalo que es terciario. En las funciones básicas el 90% señalo que este packaging contiene, con el 30% protege y el 40% señalo que mantiene al producto. En la función comunicacional el 40% señalo que en el packaging identifica y con el 0% señalo que no informa ni persuade. En los colores el 20% señalo que son colores brillantes, el 1% señalo que son colores llamativos y el 80% señalo que son opacos. En la tipografía el 0% señalo que es de alta legibilidad, el 50% es de media legibilidad y el otro 50% señalo que es de baja legibilidad.

Con los resultados se pudo concluir que este packaging es tipo camiseta fabricada con el 50% de material reciclado con polímeros biodegradables a partir de almidón natural, se puede disolver en agua y no causa residuos tóxicos, cuenta con una forma de fácil manejo, ergonómica, es un packaging que actúa como un envase primario, en sus funciones básicas si contiene, pero no protege ni mantiene al producto, en sus funciones comunicacionales en el packaging no se identifica la marca ni informa y tampoco persuade al producto, sus colores no son nada llamativos ni brillantes, son colores opacos y nada referentes a la marca, su tipografía es media y baja legibilidad, en este aspecto se debe considerar una tipografía que sea de fácil leer sin ningún problema, con estos resultados se puede analizar nuevas tendencias de materiales, formas, tipografía y colores ya que es un packaging que no representa a la marca y no va de acuerdo con los productos.

4.3 Desarrollo de la Propuesta

4.3.1 Título

Guía didáctica sobre técnicas aplicadas a nuevas tendencias de packaging con materiales reciclables.

4.3.2 Presentación

Esta Guía Didáctica se presenta como un material de apoyo a estudiantes o profesionales que requieran conocer sobre técnicas aplicadas a nuevas tendencias de packaging con materiales reciclables. Se enfoca en público objetivo de alta demanda que son los emprendimientos de línea de ropa y bisutería, teniendo como finalidad facilitar a estos emprendimientos con nuevos diseños de packaging con materiales reciclables. La guía contiene componentes como técnicas, recursos, tendencias, materiales que estará orientada a mejorar el packaging de estos emprendimientos. Se procura incentivar la ayuda por el medio ambiente donde los emprendedores pueden ser partícipes de una mejor gestión de residuos, poniendo en práctica iniciativas para ayudar a la disminución de desechos, donde es necesario seguir una tendencia con packaging ecológico.

4.3.3 Objetivos

- **Objetivo General**

Diseñar un packaging ecológico para los emprendimientos de línea de ropa y bisutería basado en las tendencias de packaging del sector.

- **Objetivos Específicos**

- Analizar nuevas tendencias de materiales, cromática, y tecnologías aplicables al packaging.
- Establecer fichas técnicas sobre tendencias del diseño aplicadas al packaging.
- Determinar los materiales reciclables a utilizar para packaging de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba.
- Desarrollar propuestas gráficas sustentadas en las tendencias del diseño con el aspecto medio ambiental.

4.3.4 Introducción

El estado actual del uso de materiales reciclables en envases y embalajes en la ciudad de Riobamba no es muy notorio, los consumidores cada vez se interesan más por llevar un comportamiento medioambiental adecuado, es por eso por lo que se inclinan más a elegir productos donde sus envases sean reciclables. El presente proyecto tiene como finalidad dar a conocer nuevas técnicas y tendencias para packaging de ropa y bisutería desde el aspecto ecológico.

Esta guía pretende orientar y fomentar el uso de materiales reciclables ya que en la actualidad este tema ha sido de tendencia y los clientes buscan cada vez más envases sostenibles, reciclables y respetuosos con el medio ambiente. Así mismo los consumidores buscan marcas que estén comprometidas a la preservación del medio ambiente, pero también que contengan características que hagan único a ese producto y no dejando de un lado la característica principal de contener y proteger al producto.

4.3.5 Ejecución de la propuesta

Para el desarrollo de la siguiente propuesta se utiliza la metodología de Robert Scott basada en 4 causas:

Causa primera: Permite identificar la necesidad de un packaging ecológico en emprendimientos de línea de ropa y bisutería en la ciudad de Riobamba.

Causa formal: Análisis de materiales, cromática, y tecnologías aplicables al packaging.

Causa material: Determinar los materiales reciclables a utilizar para packaging de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba.

Causa técnica: Plantear diseños específicos siguiendo las tendencias y tecnologías usadas para la creación del packaging.

4.3.6 Metodología Aplicada

4.3.6.1 Causa primera (necesidad)

- **Antecedentes de la propuesta**

Basándose en los resultados previos de la investigación se determinó que en la actualidad los emprendimientos de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba existe carencia de packaging ecológico en lo que se pudo observar en estos emprendimientos cuenta con packaging con materiales que afectan al medio ambiente como plástico LDPE o PEBD estos tipos de plástico de baja densidad al descomponerse emiten gases de efecto invernadero lo que aumenta potencialmente el calentamiento global. La falta de necesidad de un packaging ecológico por los usuarios es por desconocimiento de los beneficios que puede generar al medio ambiente. Con lo investigado se permite tener un punto de partida para poder determinar un análisis de tendencias de materiales, cromática y tecnologías para así poder plantear diseños específicos siguiendo las tendencias. Para diagnosticar el estado actual del uso de materiales reciclables en envases y embalajes en emprendimientos de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba nos guiamos en fichas de observación de los diferentes packaging de 5 emprendimientos para verificar los criterios de diseño y funcionalidad. Sus principales materiales son plástico y cartón, sin ninguna tendencia de material, diseño y cromática, todos estos aspectos hacen valida a la propuesta por lo que se debe analizar tendencia de materiales, cromática y tecnologías.

4.3.6.1.1 Especificaciones del producto

La ropa es un producto de primera necesidad que sirve para cubrir y abrigar al cuerpo. No es un producto muy delicado y se puede transportar fácilmente. En virtud del análisis que se realizó en el capítulo IV, en la tabla 2 y 3 se puede evidenciar que las prendas de vestir más vendidas son la blusa y el pantalón por eso este packaging ecológico está destinado para estas prendas casuales que son los más compradas en los emprendimientos de ropa en la ciudad de Riobamba, sin embargo, puede ser utilizada por varios tipos de prendas tales como camisas, camisetas, vestido, sacos, shorts y accesorios.

✓ **Blusa**

Las blusas se confeccionan con diferentes materiales como son telas de algodón o de seda donde se puede agregar cuellos de diferentes estilos, mangas o detalles como botones, decoraciones bordadas y cierres.

✓ **Pantalón**

Los pantalones se confeccionan con materiales como algodón, poliéster, pana y mezclilla, sus tamaños varían de acuerdo con las necesidades de los usuarios pueden ser largos llegando hasta la altura de los tobillos, y cortos llegando hasta las rodillas.

✓ **Packaging para ropa y bisutería**

La industria de ropa y bisutería es un sector vinculado con la moda, donde comienzan las tendencias, esto involucra ser original y exclusivo, lo mismo sucede con el packaging de ropa debe ser creativo y funcional, cumplir con pautas y características ya que las prendas de vestir tienen necesidades diferentes a otros tipos de productos. La ropa no es un producto muy delicado por eso se puede optar con un packaging fabricado con una variedad de materiales.

4.3.6.2 Causa formal (fundamentación teórica)

En esta causa realizamos el análisis de tendencias de packaging, diseño estructural, moodboard, funciones, para tener un punto de partida en la realización de los primeros bocetajes dando forma a los diseños y planteando la idea que vamos a efectuar.

4.3.6.2.1 Análisis de tendencias de packaging

En la actualidad las tendencias del packaging están en plena revolución los consumidores buscan inclinarse a cosas novedosas, este análisis se realiza para conocer las diferentes técnicas, características y significado de cada tendencia.

Tabla 17. Análisis de la tendencia minimalista

MINIMALISTA		
Concepto	Características	Técnicas
Esta tendencia trata de reducir a lo más esencial donde el usuario pueda recordar y abstraer elementos importantes.	<ul style="list-style-type: none"> - Tipografías de palo seco. - Paletas de tonos cálidos y suaves. - Formas simples y puras. - Predomina el equilibrio y la armonía. -Empaque fácil de abrir y simple de cerrar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar símbolos y signos que muchas personas puedan identificar. - Utilizar la técnica con mucho espacio en blanco con logotipos de palo seco. - Utilizar una paleta de colores con tonos suaves y pasteles.

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 18. Análisis de la tendencia color

COLOR		
Concepto	Características	Técnicas
La elección de color tiene un peso psicológico muy importante en el packaging, si se hace una buena elección de color se puede convertir en una tendencia donde todos se apeguen a ese producto, en si el color marca estilos de tendencias.	<ul style="list-style-type: none"> - Colores llamativos. - Combinaciones de colores que impacten a los consumidores. - El color verde en los últimos años se ha convertido en tendencia es un color que significa respeto al medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar un solo color es una técnica muy sofisticada y llamativa. - Los colores pasteles es una de las mejores opciones para los diseños minimalistas. - Utilizar colores degradados es una de las mejores técnicas que estimula estados de ánimo de calma y paz hacia los consumidores.

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 19. Análisis de la tendencia fotografía

FOTOGRAFÍA		
Concepto	Características	Técnicas
Esta tendencia trata de que los productos más fotogénicos se venden por sí mismo, los consumidores hacen una conexión especial con esta tendencia debido a su fácil identificación.	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografía atractiva - Representar de mejor manera al producto. - Fotografía que transmita emoción, nostalgia y ternura. - Fotografía original del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar photocollages destaca mucho al producto. - Utilizar una buena fotografía es aportar con un valor añadido. - Utilizar buenas técnicas de edición como regular la saturación, ajustar la iluminación y el contraste. -Eliminar elementos innecesarios que opaquen al producto.

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 20. Análisis de la tendencia de etiquetas simples

ETIQUETAS SIMPLES		
Concepto	Características	Técnicas
Esta tendencia se enfoca en el diseño, una etiqueta minimalista aporta personalidad donde el usuario pueda recordar con facilidad la etiqueta del packaging, transmite mensajes claros y concisos sin distraer al consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> - Etiquetas sencillas - Etiquetas con tipografía clásica. - Etiquetas con paletas de colores naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar matices de colores brillantes para las etiquetas.

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 21. Análisis de la tendencia de eco – diseño

ECO - DISEÑO		
Concepto	Características	Técnicas
Esta tendencia trata de crear packaging sostenibles amigables con el medio ambiente, el compromiso por las marcas está cada vez más valorado y requerido por el compromiso medioambiental.	<ul style="list-style-type: none"> - Empaques fabricados a partir de materiales amigables con el medio ambiente. - Tipografía ecológica. - Cromática con colores como verde, blanco y tonalidades como marrones más oscuros y cercanos al negro es una gran combinación con materiales ecológicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar un espacio adecuado del packaging hacia al producto y trabajar en no contar con espacios vacíos. - Utilizar técnicas como emplear tintas de bajo impacto ambiental. - Realizar un packaging de fácil reciclaje.

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 22. Análisis de la tendencia de ilustración

ILUSTRACIÓN		
Concepto	Características	Técnicas
Esta tendencia le da un toque de exclusividad al packaging, puede llegar hacer muy reconocible una ilustración colorida a mano o digitalmente un cambio de estilo menos realista que le lleva al packaging hacer más creativo y divertido.	<ul style="list-style-type: none"> - Ilustración original. - Formas e iconos naturales. - Ilustraciones coloridas. - Dibujadas a mano o digitalmente. - Menos realista y más ilustrativo. - Colores planos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Utilizar la técnica vectorial para la ilustración de packaging. - Utilizar bien las herramientas de programas recomendadas para ilustración como el pincel, goma, degradados, filtros, máscaras de capas, etc.

Elaborado por: María Belén Orozco

4.3.6.2.2 Diseño Estructural

En esta etapa se debe tener en cuenta el producto que va a contener para la construcción del tipo y forma del packaging, la ergonomía y funciones son muy importantes para un buen diseño de packaging y así comenzar a crear bocetos con estructuras compositivas.

✓ **Tipo de Packaging**

La creación del empaque debe cumplir con las necesidades de los usuarios y del producto mismo. De acuerdo en ahorrar espacio y conservar el medio ambiente la idea comienza con un packaging primario que es básicamente un tipo envoltorio que contiene a la prenda de vestir. Para enrollar la prenda de vestir se debe tomar los extremos de cada lado hacia el centro, posteriormente, se enrolla la prenda desde la parte superior hasta el dobladillo dando firmeza. Este tipo de envoltorio es una etiqueta de cartón que está en primer contacto con el producto.

El packaging secundario contiene al primario y está inspirado en la forma de un sobre que es una cubierta que tiene por objetivo contener y proteger mercancía textil.

✓ **Forma del packaging**

Packaging Primario: La forma de la etiqueta de cartón es rectangular con un diseño de cierre al final para enrollar la prenda de vestir siendo un packaging de tipo envoltorio.

Packaging Secundario: La forma es tipo sobre (manila) con un asa en la mitad, agregando una tapa con cierre para que los usuarios puedan llevar el empaque tranquilamente a sus destinos.

✓ **Ergonomía del packaging**

El diseño es atractivo, cómodo y práctico permite transportarlo, cargarlo, destaparlo y manipularlo de forma segura. Entre el movimiento y la postura del cliente fue trabajado el asa del packaging que sea cómodo y práctico para la mano y así no cansar al cliente al llevar el empaque hacia su destino. El packaging y el cliente tendrá una buena comunicación dando a entender como abrir, cerrar y conservar al empaque e incluso darle una nueva funcionalidad después de cumplir su objetivo.

✓ **Funciones del packaging**

Las principales funciones del packaging primario y secundario es contener, proteger y mantener al producto hacia su destino, este packaging innovador atrae la atención del consumidor ya que es un empaque ecológico que será trabajado con materiales que no afecten al medio ambiente.

✓ **Funciones de Uso**

- **Función Prestacional**

Esta función asegura que el packaging no será deteriorado ni dañado ya que el cartón es un material de resistencia para cualquier adversidad.

- **Función Operativa**

Esta función se basa en la interacción física con el packaging sin desgaste de tiempo, fuerza y energía, etc.

- **Funciones Comunicacionales**

Se refiere a que el packaging es un conector de comunicación para el usuario, se debe conseguir transmitir al consumidor lo que espera obtener del producto.

- **Función Operativa**

Capacidad del packaging en hacerse conocer tanto en el punto de venta como en el hogar.

- **Función Informativa**

Esta función es un medio de transmitir mensajes relacionados con el producto.

- **Función Persuasiva**

Esta función se basa en persuadir al usuario con el packaging que sea elegido y comprado.

Moodboard

Buscamos ejemplos de packaging para conocer que ha hecho la competencia y se toma como ejemplo empaques de preferencia que nos guste, sin importar el sector, para ofrecer un packaging atractivo, único y práctico.

Figura 10. Moodboard

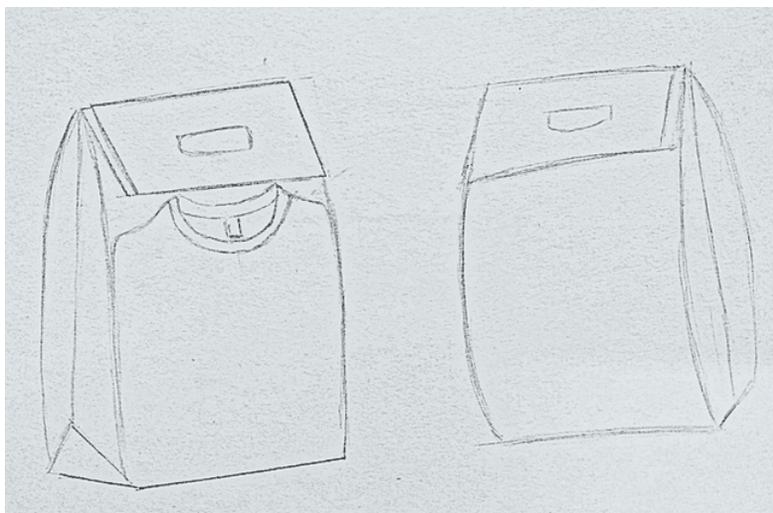


Elaborado por: María Belén Orozco

✓ **Bocetos**

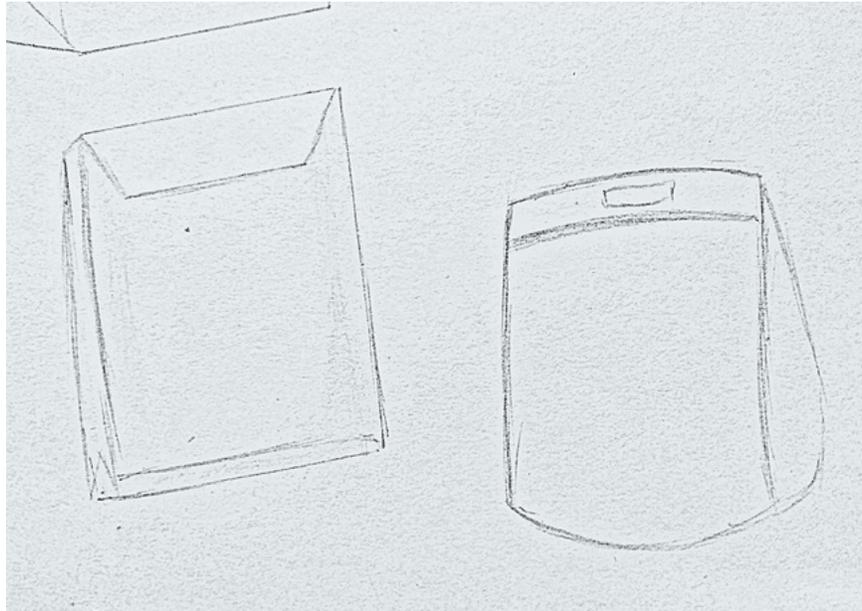
Se comienza con una idea general y se realiza primeras líneas y trazos para definir la estructura del empaque, se dibuja varios bocetos rápidos, al tener un gran número de bocetos se analiza cual es el que se busca para comenzar a trabajar detalladamente.

Figura 11. Boceto N.-1



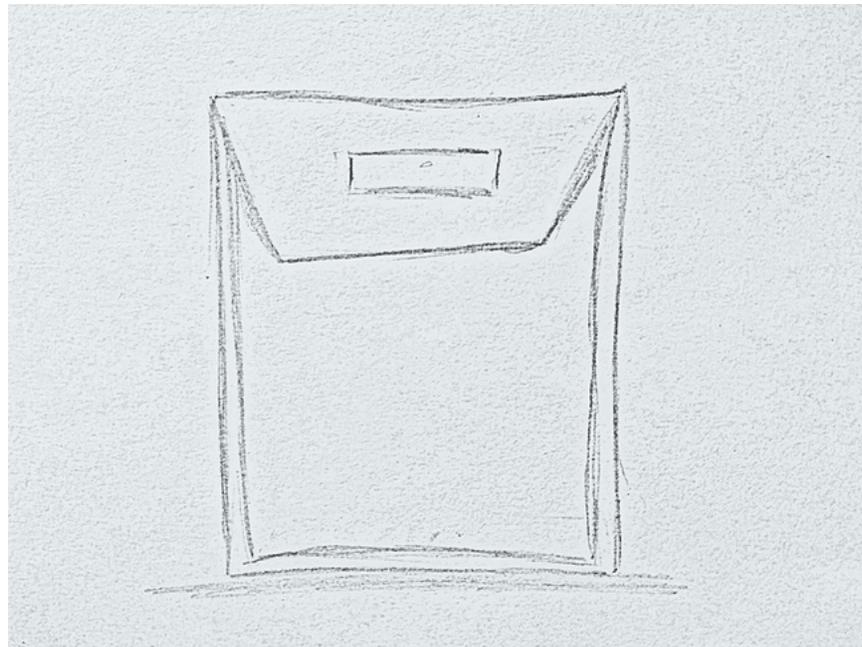
Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 12. Boceto N.-2



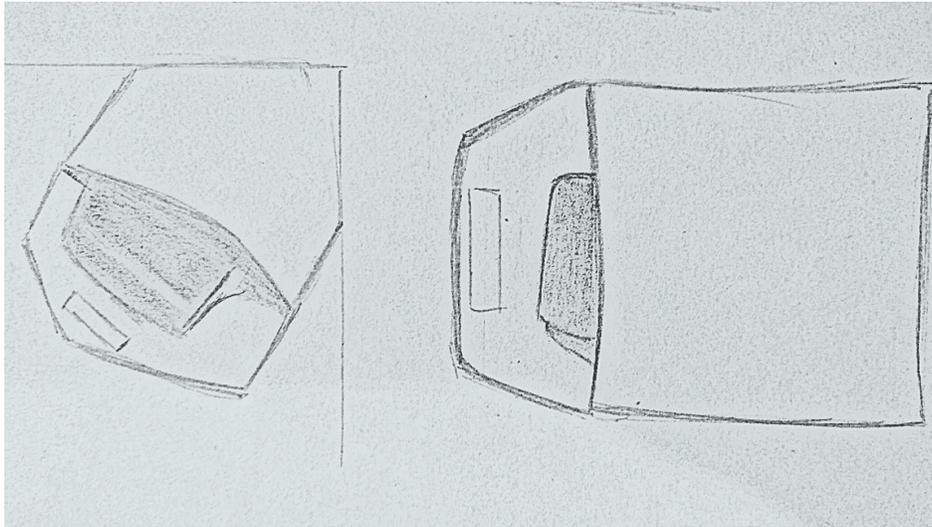
Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 13. Boceto N.-3



Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 14. Boceto N.-4



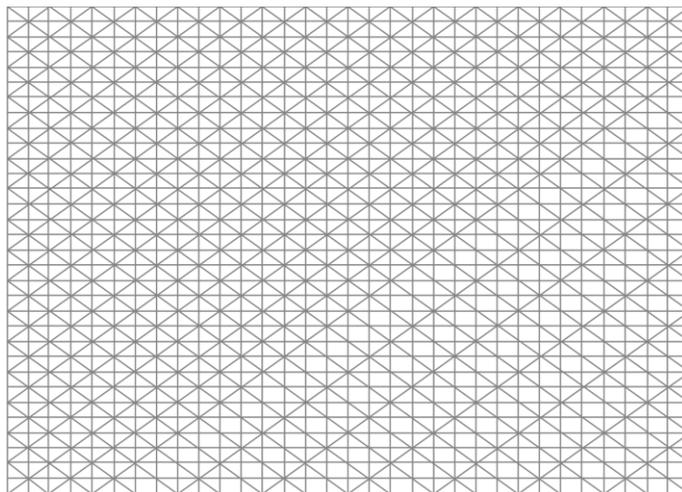
Elaborado por: María Belén Orozco

✓ **Estructura compositiva**

Para la creación de packaging se recomienda utilizar estructuras como medias y diagonales esta estructura permiten el orden de elementos dentro de un área de trabajo.

Medias y Diagonales

Figura 15. Retícula



Elaborado por: María Belén Orozco

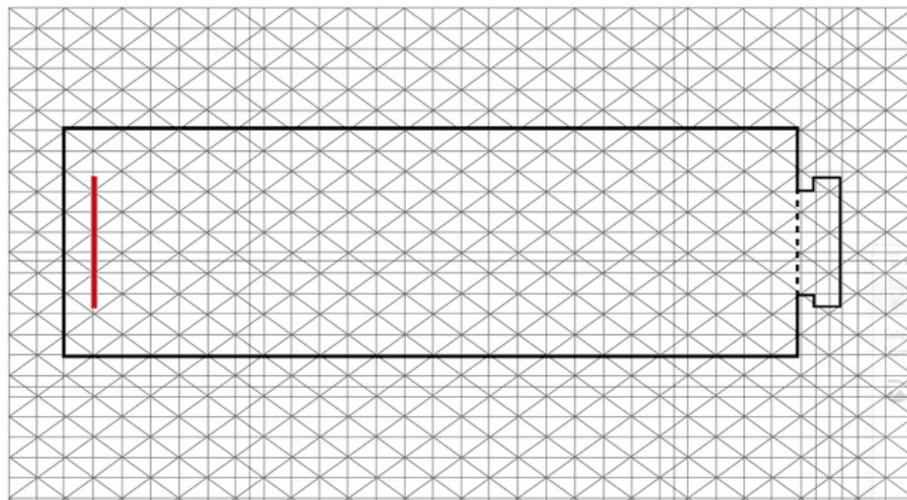
Líneas horizontales, verticales y diagonales estas líneas ayudan para una mejor distribución de elementos para una composición con equilibrio.

✓ **Packaging primario**

▪ **Etiqueta**

Para definir la forma de la etiqueta bajo la investigación mencionada, primero se analiza la forma y el tamaño de la prenda de vestir, esta etiqueta puede variar las medidas según la prenda, la etiqueta es elaborada con la necesidad de ajustar la prenda enrollada y es construida bajo la composición reticular medias y diagonales.

Figura 16. Etiqueta en la retícula



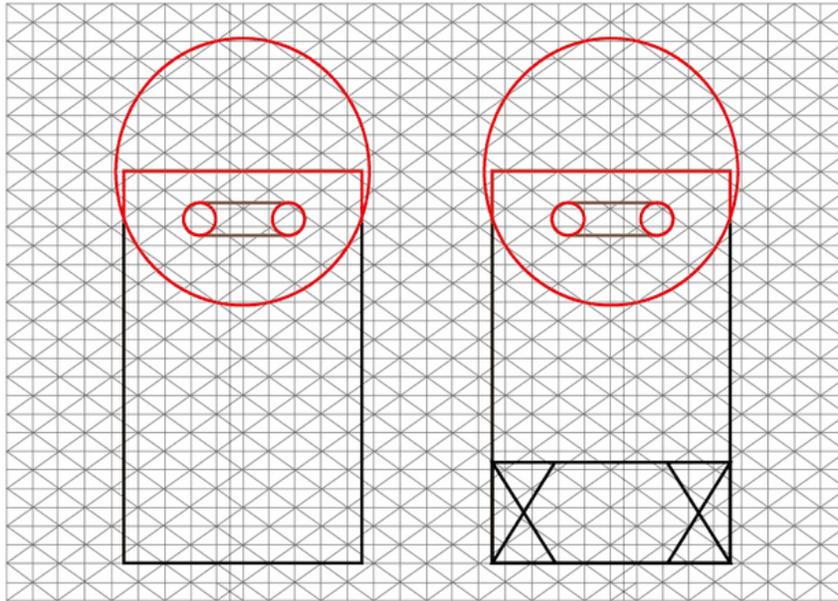
Elaborado por: María Belén Orozco

✓ **Packaging secundario**

▪ **Sobre**

Para definir la forma de la forma del tipo sobre se analiza la forma de la prenda enrollada y se trabaja en los detalles con ayuda de la estructura compositiva medias y diagonales, se incrementa un asa en la mitad, agregando una tapa con cierre para que los usuarios puedan llevar el empaque tranquilamente a sus destinos.

Figura 17. Sobre en la retícula

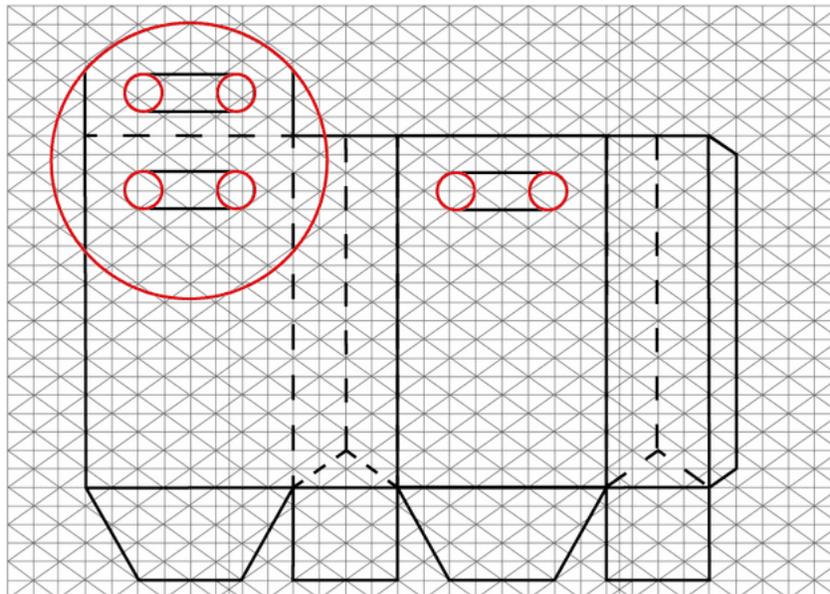


Elaborado por: María Belén Orozco

▪ **Sobre Plantilla**

Con la ayuda de las medias y diagonales se trabaja en la plantilla del sobre, construyendo un armado de forma fácil y sencilla, pensando en la forma de la prenda enrollada, el tamaño se adapta para que se fácil de manejar y manipular.

Figura 18. Sobre plantilla en la retícula

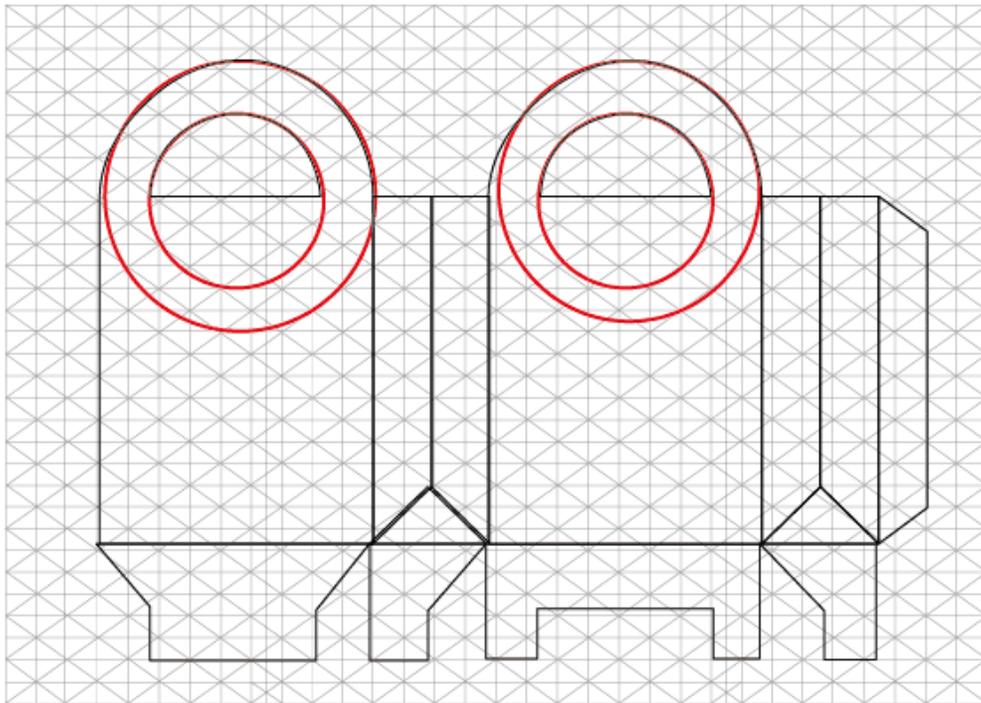


Elaborado por: María Belén Orozco

- **Segunda opción: Packaging primario**

Con la ayuda de las medias y diagonales se trabaja en la plantilla de la bolsa, construyendo un armado de forma fácil y sencilla, pensando en la forma de la prenda envuelta, el tamaño se adapta para que se fácil de manejar y manipular.

Figura 19. Plantilla segundo packaging



Elaborado por: María Belén Orozco

4.3.6.3 Causa material

En esta causa realizamos el análisis de los materiales reciclables a utilizar para packaging de línea de ropa y realizamos la elección del material ecológico tomando en cuenta que se debe cumplir las principales funciones conservar, proteger y transportar siendo un material resistente y agradable a la vista.

4.3.6.3.1 Análisis de tendencias de materiales, cromática y tecnologías.

Este análisis se realiza para conocer los diferentes materiales ecológicos en tendencia, análisis de criterios como descripción, tipos de cada material, durabilidad, los usos en las diferentes industrias, impacto ambiental, colores que combinan con el material, tecnologías que se puede aplicar según el material.

✓ **Elementos de la ficha de Análisis de materiales**

- 1.- Nombre: nombre del material.
- 2.- Material (foto): foto de la tendencia del material.
- 3.- Descripción: Explicación del material de cómo es, rasgos o características.
- 4.- Tipos de Cartón: los materiales se clasifican en tipos según sus diferentes grados de pureza o características se toma de un conjunto general y se reparte en tipos más pequeños.
- 5.- Impacto Ambiental: efectos medioambientales que provoca el material.
- 6.- Cromática: colores que combinan y contrastan con el material.
- 7.- Tecnologías: tipos de impresión apropiadas para el material.
- 8.- Durabilidad: capacidad del material o resistencia de permanecer el tiempo de uso.
- 9.- Usos: diferentes usos o aplicaciones en las diferentes industrias.

✓ **Datos de la ficha de Análisis de materiales**

Tabla 23. Datos de análisis de tendencias de materiales

ANÁLISIS DE TENDENCIAS DE MATERIALES, CROMÁTICA Y TECNOLOGÍAS					
Nombre	Material (foto)		Descripción		
Cromática	Impacto Ambiental	Tecnologías	Tipos de Cartón	Durabilidad	Usos

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 24. Análisis del material cartón

ANÁLISIS DE TENDENCIAS DE MATERIALES, CROMÁTICA Y TECNOLOGÍAS					
Nombre	Material (foto)	Descripción			
Cartón	 <p>Tipos de Cartón Fuente: Raja (2020).</p>	El cartón es un material que está hecho por varias capas de papel superpuestas. El papel puede estar hecho de fibra virgen y así de misma forma se puede fabricar usando papel reciclado.			
Cromática	Impacto Ambiental	Tecnologías	Tipos	Durabilidad	Usos
<p>Colores que combinan con el marrón del cartón.</p> <p>Marrón: variar con las tonalidades hacia otras como el beige, o marrones más oscuros y cercanos al negro es una gran combinación con el cartón.</p> <p>Blanco: opción que siempre va bien con todo.</p> <p>Fucsia: Aunque los dos son colores fuertes, el marrón y el fucsia combinan muy bien.</p>	<p>Para la elaboración del cartón no se utilizan maderas nobles, ni especies exóticas de zonas tropicales, sino maderas de rápido crecimiento. Eso refuerza la idea de que el cartón es el material más sostenible y con un impacto menor en el Medio Ambiente.</p>	<p>La flexografía: es uno de los tipos de impresión en cartón más utilizados. Se trata de una técnica que aporta una gran versatilidad y que permite optimizar de forma muy relevante el presupuesto del diseño.</p>	<p>Cartoncillo: También conocido como folding, es el más fino, parecido a la cartulina.</p> <p>Cartón compacto: Muy duro y resistente, el proceso de elaboración es complejo y costoso.</p> <p>Cartón ondulado: formado por dos capas de papel liso y una capa intermedia de papel ondulado.</p> <p>Cartón couché: Tiende a usarse con menos frecuencia para el diseño de embalajes, ya que cuenta con un acabado en blanco brillante.</p>	<p>El cartón es resistente a los pinchazos y no se rompe con facilidad. El cartón reciclado no pierde durabilidad ni resistencia.</p> <p>Después del reciclaje, el cartón corrugado no pierde su calidad ni propiedades y también resulta más económico.</p>	<p>Se utiliza para industrias como ropa, alimentación, cosméticos, etc. Que necesiten un packaging más sofisticado y con un acabado de mayor belleza.</p>

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 25. Análisis del material papel

ANÁLISIS DE TENDENCIAS DE MATERIALES, CROMÁTICA Y TECNOLOGÍAS					
Nombre	Material (foto)		Descripción		
Papel	 <p>Tipos de Papel Fuente: Sheedo Papers (2021).</p>		<p>El papel es un material formado por una delgada lámina que es hecha a partir de pulpa de celulosa, preparada con una pasta de fibras vegetales molidas suspendidas en agua, en general blanqueada, y seguidamente secada y endurecida.</p>		
Cromática	Impacto Ambiental	Tecnologías	Tipos	Durabilidad	Usos
<p>Colores de tendencias para el papel: Clásico y elegante: el negro nos hace pensar en productos exclusivos. Colores Naturales: colores vibrantes y ruidosos Colores Vintage: estilos y colores retro.</p>	<p>El embalaje de papel es un recurso sustentable y renovable que proviene de los árboles.</p>	<p>Estampación: se trata de un método que permite la transferencia por calor de una película sobre un papel gracias al contacto de dos placas. Serigrafía: Consiste en la transferencia de una tinta a cualquier material, mediante una pantalla que contiene el dibujo a obtener.</p>	<p>Papel Ecológico: Este tipo de papel no necesita de blanqueadores o químicos, una buena alternativa para elaborar empaques ecológicos. Papel Kraft: Se fabrica con celulosa y se determina por su resistencia y color oscuro. Papel de envolver: Es un papel traslúcido, impermeable a las grasas.</p>	<p>Un papel puede ser perdurable al resistir un uso intensivo, mediante un tiempo corto, pero no intacto debido a la presencia de ácidos que degradan lentamente las cadenas celulósicas.</p>	<p>Se utiliza para industrias como alimentos, prendas de vestir, libros, artículos de regalo, juguetería etc.</p>

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 26. Análisis del material madera

ANÁLISIS DE TENDENCIAS DE MATERIALES, CROMÁTICA Y TECNOLOGÍAS					
Nombre	Material (foto)		Descripción		
Madera			Packaging elaborado en madera Fuente: Júlia Black Mask (2022).	Las cajas de madera son materiales que proceden de la naturaleza y no requieren las transformaciones químicas de otros productos. En el packaging de madera sostenible son empleadas maderas procedentes de bosques controlados, gestionados de forma responsable.	
Cromática	Impacto Ambiental	Tecnologías	Tipos	Durabilidad	Usos
Combinación de estos colores con la madera: Negro: Clásico y elegante Café: Confiable y seguro Verde: Estabilidad emocional inspiración de un embalaje ecológico.	La madera se descompone en la naturaleza sin emitir ningún ejemplo de residuo tóxico y los materiales son utilizados una y otra vez para crear nuevos productos, con el ahorro y la contribución al medioambiente que ello supone.	El grabado: se trata de la talla de la madera con una variedad de instrumentos, como lo son cuñas, escalpelos, exactos y buriles, con los que se le dará forma a la obra que se desee. La Xilografía: es en esencia el uso de gubias para la talla de madera a mano con una gubia o buril en la madera.	Para la construcción de embalajes de madera se usa principalmente la madera de pino blanda. -Pino Silvestre -Pino Oregón -Pino Radiata -Pino Pinaster -Pino del Caribe -Pino Laricio	El packaging de madera es muy resistente, incluso ante el fuego, por lo que puede ser empleado para transportar o envolver productos delicados y que necesiten no estar expuestos a la luz. Es un eficaz aislante tanto cálido como acústico y soporta impactos.	Se utiliza para la protección de productos pesados como cajas de frutas, hortalizas, pescado, vinos ya sea un almacenamiento de larga duración.

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 27. Análisis del material tela ecológica

ANÁLISIS DE TENDENCIAS DE MATERIALES, CROMÁTICA Y TECNOLOGÍAS					
Nombre	Material (foto)	Descripción			
Tela Ecológica	 <p>Bolsas Personalizadas Fuente: RIBEL IDEAS (2022).</p>	Confección de tela a partir de tejidos ecológicos, fibras que desde sus plantaciones estén libres de productos químicos, la moda sostenible comienza a utilizar telas ecológicas para sus creaciones gracias a que estas telas se pueden reutilizar y darles usos diferentes.			
Cromática	Impacto Ambiental	Tecnologías	Tipos	Durabilidad	Usos
<p>Combinación de estos colores con la tela ecológica.</p> <p>Rojo: Es usado para impulsar las ventas.</p> <p>Azul: Incrementa la productividad.</p> <p>Amarillo: es usado para atraer la atención.</p>	<p>Su siembra se lleva a cabo en campos libres de químicos como pesticidas y fertilizantes que son nocivos para el medio ambiente y la salud, el algodón se puede desgarrar mediante máquinas y se vuelve a elaborar tejido para crear tela nueva.</p>	<p>Sublimación: Funde químicamente la tinta al material.</p> <p>Serigrafía textil: imprime imágenes transfiriendo tinta a través de un bastidor con una malla.</p> <p>Impresión digital: inyección de tinta, imprime cientos de colores.</p> <p>Vinilo textil: vinilo delgado que se aplica sobre una prenda empleando calor.</p>	<p>Las telas ecológicas pueden ser confeccionadas de:</p> <p>Algodón orgánico: Su siembra se lleva a cabo en campos libres de químicos como pesticidas.</p> <p>Seda: hecha por gusanos de seda de forma natural durante su ciclo de vida.</p> <p>Tencel: fibra artificial fabricada a partir de pulpa celulosa considerada muy natural y biodegradable.</p>	<p>Estas telas ecológicas son firmes, duras, resistente, muy difícilmente que se arruguen y se rompan. Además, en sus propiedades son livianas y versátiles.</p>	<p>Se utiliza para la creación de bolsos reutilizables, se utiliza para muchos productos son bastante cómodas y muy suaves.</p>

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 28. Análisis del material vidrio

ANÁLISIS DE TENDENCIAS DE MATERIALES, CROMÁTICA Y TECNOLOGÍAS					
Nombre	Material (foto)	Descripción			
Vidrio	 <p>Packaging de Vidrio Fuente: gráfica (2022).</p>	<p>El vidrio se origina a partir de materia prima natural, sostenible hecho de arena de sílice, carbonato de sodio y caliza, su principal ingrediente es el vidrio reciclado, se emplea de un material que no se degrada durante el proceso de reciclado, pudiendo repetirse infinitas veces, sin pérdida de calidad ni cantidad, y para convertirse de nuevo en lo que era, un envase apto y seguro para alimentos y bebidas.</p>			
Cromática	Impacto Ambiental	Tecnologías	Tipos	Durabilidad	Usos
<p>Blanco: color con luminosidad que transmite limpieza y pureza.</p> <p>Negro: ideal para representar elegancia y poder.</p> <p>Antique: es un caramelo grisáceo muy claro con un matiz bronce.</p> <p>Verde: es un color que transmite calma, asociado con la ayuda al medio ambiente.</p>	<p>El vidrio es cien por ciento reciclable, en un kilo de vidrio permite producir un kilo de vidrio nuevo, con economía sustancial de energía en el proceso de fusión.</p>	<p>Impresión digital: imprime en áreas complejas y grandes por encima de relieves del vidrio.</p> <p>Serigrafía: a través de pantallas serigráficas permite la impresión de esmaltes sobre el vidrio.</p> <p>calcomanía: se trata de una impresión por una imagen en un plano que se aplica de forma manual.</p>	<p>Vidrio reciclado: cuando el envase ya es utilizado y situado para su reciclaje empieza un proceso nuevo para la nueva elaboración de vidrio.</p> <p>Vidrio de tipo sodo - cálcicos: el peso del vidrio en una de las desventajas, pero sobre todo eso posee claridad y rigidez.</p>	<p>El vidrio acopla durabilidad y elegancia, mantiene su composición original en los productos envasados. Aporta elegancia y exclusividad en todos sus envases.</p>	<p>Se utiliza para envases principalmente para tarros, vasos para bebidas, equipos de vidrio para laboratorios químicos y botellas. El vidrio se ha convertido en tendencia en los productos de cosméticos.</p>

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 29. Análisis del material bagazo de caña de azúcar

ANÁLISIS DE TENDENCIAS DE MATERIALES, CROMÁTICA Y TECNOLOGÍAS					
Nombre	Material (foto)		Descripción		
Bagazo de caña de azúcar			<p>Papel Biodegradable Fuente: García (2021).</p>	<p>Un material formado a partir de los residuos de la caña de azúcar, este bagazo se ha convertido en materia prima para la fabricación de papel biodegradable. También se emplea para cajas de cartón, donde se emplea el papel para corrugar.</p>	
Cromática	Impacto Ambiental	Tecnologías	Tipos	Durabilidad	Usos
<p>El color de este papel se caracteriza por un tono crema natural y se puede combinar con colores como:</p> <p>Marrón: Combinan con una total armonía.</p> <p>Negro: Perfecto para mostrar elegancia con el color crema.</p> <p>Gris: Combinan para aportar elegancia y estilo.</p>	<p>Este material es una solución amigable para la conservación del planeta ya que permite reducir la deforestación, la caña de azúcar se renueva cada año, un material totalmente natural fácil de reciclar.</p>	<p>Estampación: se trata de un método que permite la transferencia por calor de una película sobre un papel gracias al contacto de dos placas.</p> <p>Serigrafía: Consiste en la transferencia de una tinta a cualquier material, mediante una pantalla que contiene el dibujo a obtener.</p>	<p>Existen dos tipos de bagazos para envases que se utilizan:</p> <p>Bagazo de caña de azúcar: Proviene del proceso de extracción de la caña de azúcar.</p> <p>Bagazo de fibra de trigo: Proviene de los residuos vegetales separados de la semilla de la espiga.</p>	<p>Resistente a la temperatura no se afecta el interior del envase por ningún tipo de contaminación.</p>	<p>Se puede emplear en industrias de comida, los restaurantes utilizan envases con este material, fabricación de cajas y empaques de cartón.</p>

Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 30. Datos de análisis de tendencias de materiales

ANÁLISIS DE TENDENCIAS DE MATERIALES, CROMÁTICA Y TECNOLOGÍA					
Nombre	Material (foto)	Descripción			
Papel Piedra	 <p>Papel Piedra Fuente: El correo del sol (2022).</p>	Se trata de una combinación de polvo mineral 80% de carbonato cálcico y de resina no tóxica 20% que actúan las dos asociadas. Material resistente al agua, grasa y aceite.			
Cromática	Impacto Ambiental	Tecnologías	Tipos	Durabilidad	Usos
<p>Negro: ideal para representar elegancia y poder.</p> <p>Antique: es un caramelo grisáceo muy claro con un matiz bronce.</p> <p>Verde: es un color que transmite calma, asociado con la ayuda al medio ambiente.</p> <p>Azul: genera confianza, lealtad y armonía.</p>	Material altamente respetuoso con el medio ambiente ya que este material no requiere talar ningún árbol, no consume agua ni contamina y ahorra un 50% de energía y un 30% de tinta ya que no contiene fibra.	<p>Flexografía: Tipo de impresión que utilizan tintas líquidas.</p> <p>Huecograbado: Se realiza con planchas adaptables a la maquinas rotativas.</p> <p>Serigrafía: imprime imágenes transfiriendo tinta a través de un bastidor con una malla.</p>	<p>Conocido como</p> <ul style="list-style-type: none"> -Papel de piedra caliza -Papel de roca -Papel mineral 	Su textura es más resistente y durable, es una opción perfecta soportar condiciones difíciles.	Se puede emplear para fabricar bolsas ecológicas, etiquetas autoadhesivas y packaging de productos, entre otros usos.

Elaborado por: María Belén Orozco

4.3.6.3.2 Elección del material ecológico

Para determinar el material sostenible para el packaging analizaremos el producto.

- ✓ **Producto**

La ropa es un producto de primera necesidad que sirve para cubrir y abrigar al cuerpo, es un artículo no delicado que se puede transportar fácilmente.

- ✓ **Consumidor del producto**

Por lo general los consumidores de ropa son fieles si la marca satisface al consumidor o le llama mucho la atención el packaging. Tipos de consumidores que les encanta las tendencias y siempre compran prendas nuevas y exclusivas.

- ✓ **¿Dónde se comercializa el producto?**

El producto se comercializa en las tiendas de ropa y boutiques.

4.3.6.3.3 Materiales Sostenibles

Los materiales más idóneos que se considera para el packaging en línea de ropa y bisutería son el cartón prensado, el papel Kraft, telas ecológicas de algodón orgánico, seda o Tencel, papel piedra, para la construcción de sobres, bolsas, cajas y etiquetas. Son materiales con menor impacto ambiental que provienen de recursos sostenibles, se descomponen sin dejar restos tóxicos y de forma rápida. En su elaboración son una de las mejores alternativas para conseguir resultados deseados, estos materiales tienen una estructura sólida, fácil de embalar a cualquier producto.

Para la construcción de este packaging utilizamos estos dos materiales:

- ✓ **Cartón Prensado**

El cartón es un material con el menor impacto medioambiental, en su elaboración no se utilizan maderas nobles, ni especies exóticas de zonas tropicales, sino maderas de rápido crecimiento. Eso refuerza la idea de que el cartón es el material más sostenible y con un impacto menor en el Medio Ambiente.

- ✓ **Papel Kraft**

El papel Kraft es un material fácil de reciclar, biodegradable que proviene de recursos sostenibles como la pulpa de madera, se descompone sin dejar restos tóxicos y de forma rápida, es un material ideal para envolver productos de ropa y accesorios ya que es un papel resistente y de larga duración. En producción es un producto económico y de buena calidad que no requiere de grandes inversiones, este material ayudará a que los usuarios noten el compromiso de la marca con la ayuda del medio ambiente.

4.3.6.4 Causa técnica

Culminamos la propuesta de diseño con esta causa seleccionando colores, tipografía y medios tecnológicos para impresión o acabados.

4.3.6.4.1 Colores complementarios

Los colores complementarios son los que combinan con el material, sirven para lograr buenos contrastes y matices, generando armonía y emociones al usuario, estos son los colores recomendados para combinar con el cartón.

- **Marrón:** variar con las tonalidades hacia otras como el beige, o marrones más oscuros y cercanos al negro es una gran combinación con el cartón.

Figura 20. Combinación con el color Marrón



Elaborado por: María Belén Orozco

- **Blanco:** opción que siempre va bien con todo, toque moderno de elegancia.

Figura 21. Combinación con el color Blanco



Elaborado por: María Belén Orozco

- **Fucsia:** aunque los dos son colores fuertes, el marrón y el fucsia combinan muy bien.

Figura 22. Combinación con el color Fucsia



Elaborado por: María Belén Orozco

- **Azul:** Es una combinación perfecta con el marrón del cartón dando un toque de alegría.

Figura 23. Combinación con el color Azul



Elaborado por: María Belén Orozco

- **Amarillo:** combinación que aporta energía y fuerza, pero no todos los tonos quedan muy bien con el marrón.

Figura 24. Combinación con el color Amarillo



Elaborado por: María Belén Orozco

- **Negro:** combinación perfecta para generar elegancia, las personas lo asocian con atractivo y sofisticado.

Figura 25. Combinación con el color Negro



Elaborado por: María Belén Orozco

4.3.6.4.2 Tipografía recomendada

Dentro del diseño de packaging la tipografía es un elemento fundamental, es el instrumento para mostrar la marca o un mensaje al usuario, es importante elegir una buena tipografía ya que es la imagen que se va a proyectar en el packaging se debe mostrar un estilo único y original. Estas son algunas de las tipografías recomendadas.

- 1.- Utilizar tipografías lisas con puntas redondeadas en los bordes es una buena opción minimalista para ofrecer un packaging natural y ecológico.

Figura 26. Tipografías lisas

PACKAGING PACKAGING

Elaborado por: María Belén Orozco

2.- Utilizar tipografías con toques de pincelados con la técnica de brocha de pintura ofrece un efecto novedoso y fresco.

Figura 27. Tipografías con toques pincelados

PACKAGING PACKAGING

Elaborado por: María Belén Orozco

3.- Utilizar tipografías que simulan textos escritos a mano da un toque muy exclusivo, elegante y minimalista.

Figura 28. Tipografías que simulan textos escritos a mano

PACKAGING PACKAGING

Elaborado por: María Belén Orozco

4.- Utilizar tipografías con serifa da una textura interesante para packaging con materiales reciclados.

Figura 29. Tipografías con serifa

PACKAGING PACKAGING

Elaborado por: María Belén Orozco

4.3.6.4.3 Tecnologías recomendadas para la creación del packaging

Para el proceso de diseño desde la investigación hasta la estructura del packaging es necesario disponer de una computadora y un software que centralice toda la información. Para el proceso de cortes y acabados se recomienda utilizar una guillotina o cúter para el material ecológico escogido que es el cartón. Para la impresión en cartón se recomienda la flexografía es uno de los tipos de impresión en cartón más utilizados, trata de una técnica que permite optimizar de forma muy relevante el presupuesto del diseño.

4.3.7 Resultados

4.3.7.1 Tamaño y Medidas

- **Etiqueta de Cartón**

Para definir las medidas del empaque primario, bajo la investigación mencionada, primero se analiza el tamaño de las prendas enrolladas.

- ✓ **Blusa Enrollada**

Largo: 17 cm

Ancho: 8 cm

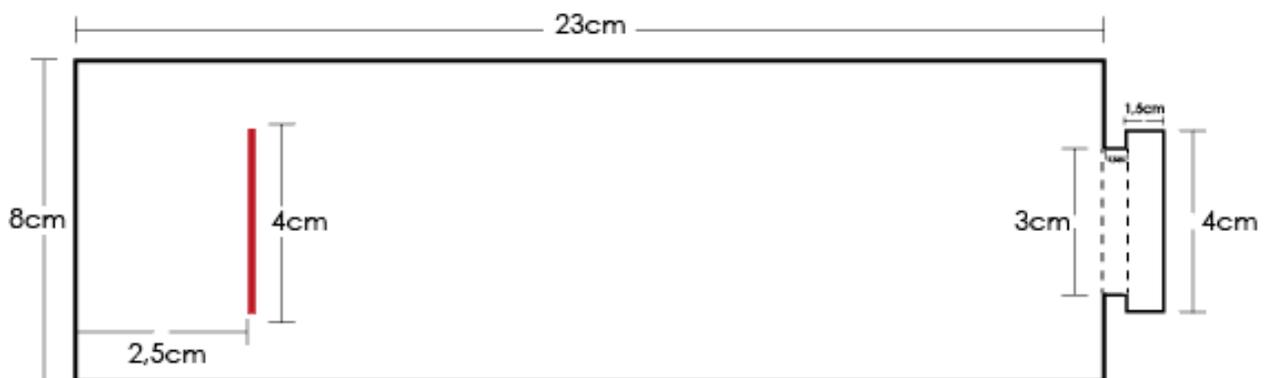
- ✓ **Pantalón Enrollado**

Largo: 27 cm

Ancho: 11 cm

Blusa

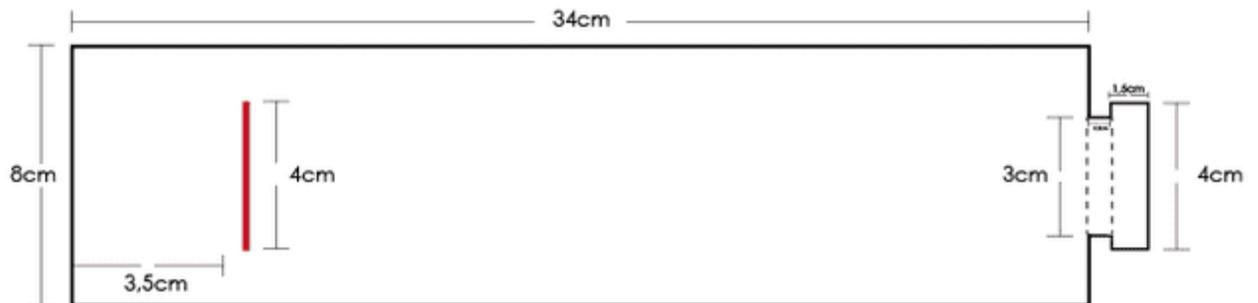
Figura 30. Medidas de la etiqueta de cartón de la blusa



Elaborado por: María Belén Orozco

Pantalón Enrollado

Figura 31. Medidas de la etiqueta de cartón del pantalón



Elaborado por: María Belén Orozco

- **Packaging Sobre**

Para definir las medidas del empaque secundario, se analiza el tamaño de la prenda enrollada con la etiqueta.

- ✓ **Blusa Enrollada**

Largo: 17 cm

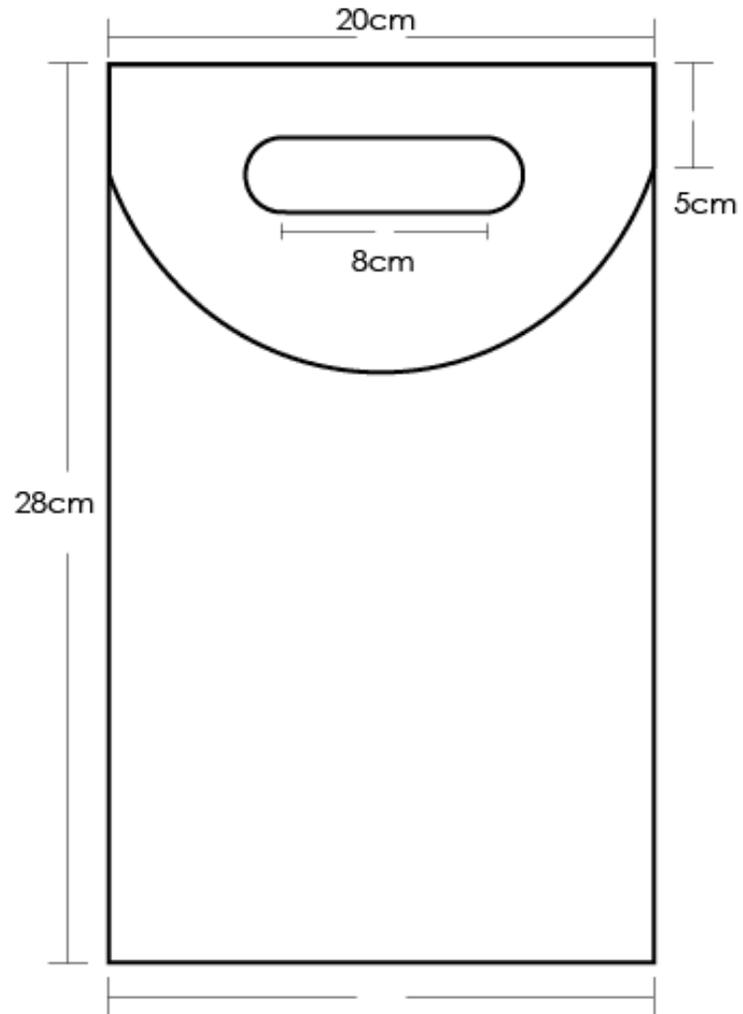
Ancho: 8 cm

- ✓ **Pantalón Enrollado**

Largo: 27 cm

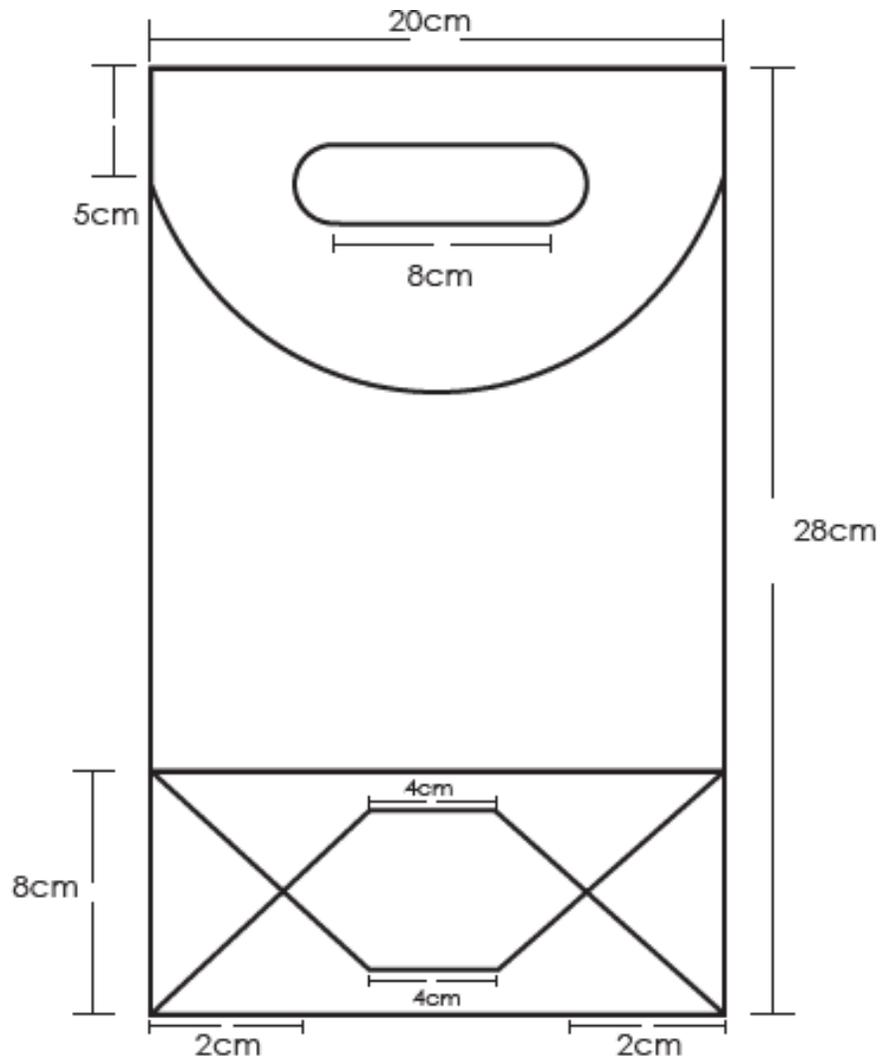
Ancho: 11 cm

Figura 32. Medidas del sobre



Elaborado por: María Belén Orozco

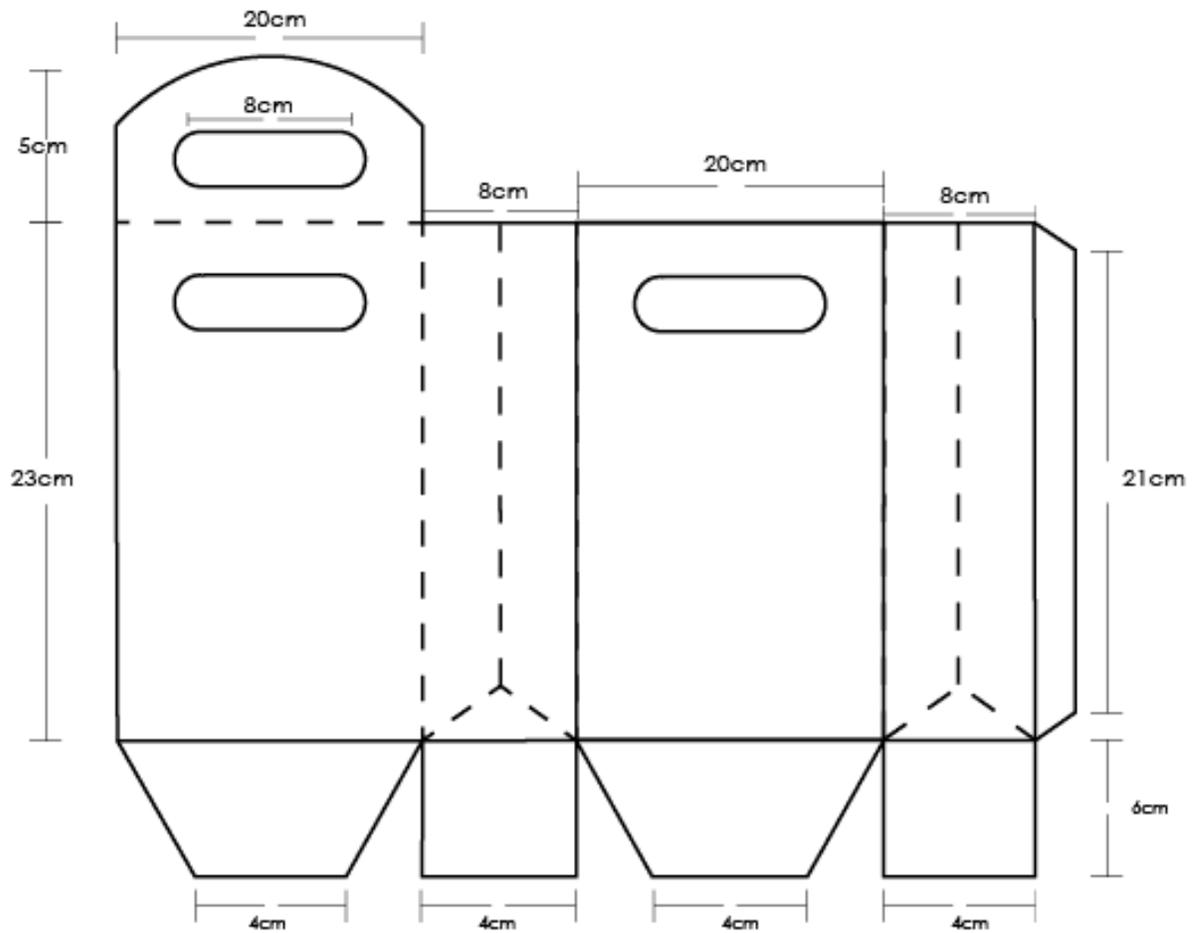
Figura 33. Medidas del sobre especificados



Elaborado por: María Belén Orozco

- **Packaging Sobre Plantilla**

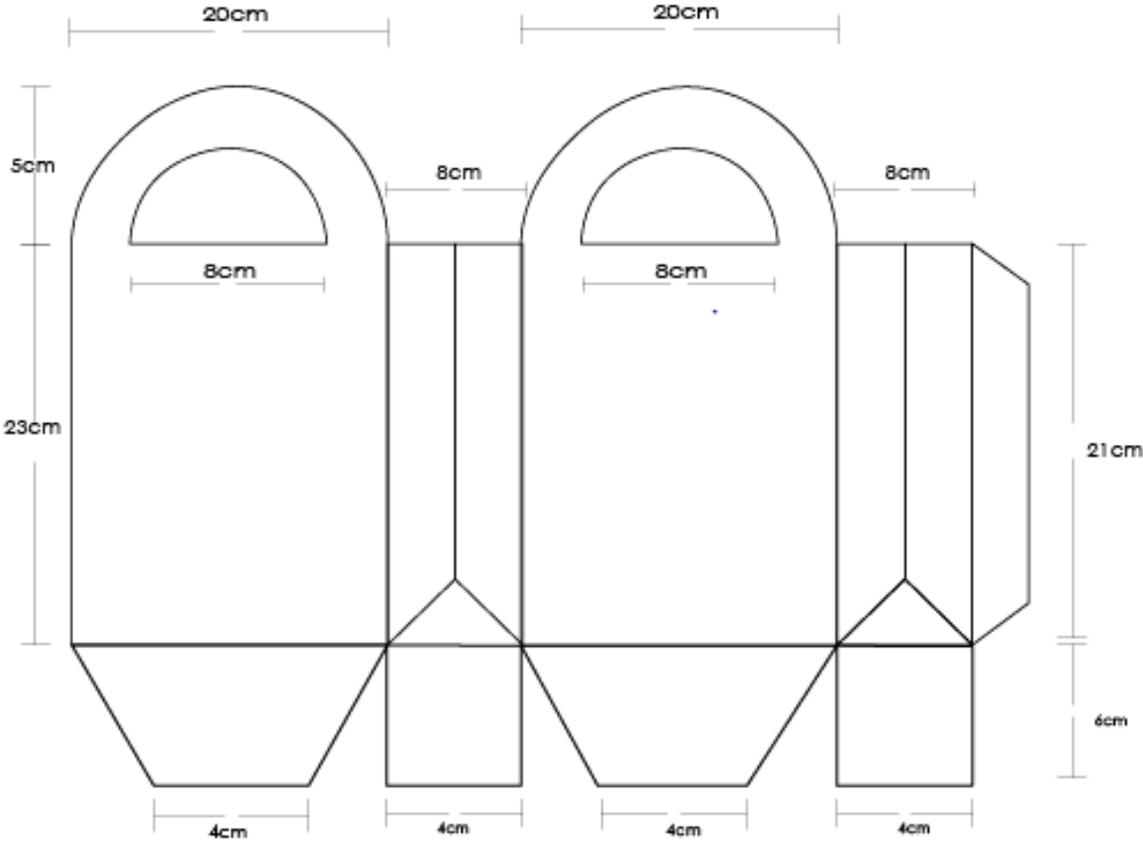
Figura 34. Medidas de la plantilla



Elaborado por: María Belén Orozco

- **Packaging bolsa**

Figura 35. Medidas del packaging bolsa



Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 36. Resultados



Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 37. Resultados del sobre



Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 38. Resultados de la etiqueta



Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 39. Resultados y montaje con la prenda de vestir



Elaborado por: María Belén Orozco

Figura 40. Resultados del packaging



Elaborado por: María Belén Orozco

4.3.7.2 Línea Base de Diseño

- Para la creación y funcionalidad de packaging de ropa y bisutería se debe considerar ciertas características en virtud del usuario, producto y el aspecto medio ambiental.

Tabla 31. Características de la línea Base de Diseño

CARACTERÍSTICAS		
Usuario	Producto	Medio Ambiente
<ul style="list-style-type: none"> - Los consumidores de ropa asocian y prefieren cada vez más la utilización de tendencias. - El usuario busca algo creativo, divertido y llamativo. - Les llama mucha la atención colores en tendencias y que combinen con el material. - El usuario al comprar un producto ecológico influye en su estado emocional, se siente feliz por crear conciencia ambiental. - El usuario debe asociar la marca de la empresa en el packaging. 	<ul style="list-style-type: none"> - El packaging debe contener y proteger al producto. - El packaging debe ajustarse a las condiciones climáticas para el transporte y distribución. - Para la creación de packaging se debe conocer y estudiar al producto. - El producto define la forma, material y capacidad del packaging. - Es importante conocer: <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el producto? ¿Características del producto? ¿Cuáles son sus dimensiones o medidas? Es decir, la descripción del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> - El diseño de un packaging ecológico debe utilizar materiales reciclables. - Su diseño debe tener un doble uso, donde el usuario le dé una nueva vida. - La construcción también debe estar apoyada en el uso de tecnologías de producción limpia y mejores prácticas como tintas reciclables. - El diseño de packaging que se emplee debe estar pensado en optimizar los recursos y energías.

Elaborado por: María Belén Orozco

4.3.7.3 Aplicaciones: Packaging 1

- Línea Gráfica

Figura 41. Resultados de las aplicaciones para el emprendimiento pasarela 51



Elaborado por: María Belén Orozco

- **Características del packaging**

Figura 42. Características de tendencia y colores del packaging emprendimiento pasarela 51



Elaborado por: María Belén Orozco

4.3.7.5 Rúbrica de evaluación del emprendimiento

- Esta rúbrica es construida para verificar si el packaging que se va a entregar está acorde a sus gustos del emprendimiento.

Tabla 32. Rúbrica de evaluación del emprendimiento pasarela 51

RÚBRICA DE EVALUACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO			
Criterios	Cumple	No Cumple	Observaciones
¿ El packaging contiene y protege a su producto ?	X		
¿ El material ecológico del packaging es adecuado para prendas de vestir ?	X		
¿ El packaging representa a la marca de su emprendimiento ?	X		
¿ El packaging es creativo y diferente a los empaques convencionales ?	X		
¿ Los colores, tendencias y tipografía son acordes con la marca de su empresa ?	X		

Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

Con esta rúbrica se logró conocer el criterio del emprendimiento, el packaging contiene y protege al producto se debe trabajar un packaging para prendas más grandes como chompas o abrigos, el material es muy apropiado para las prendas, es futuras investigaciones se recomienda evaluar las condiciones climáticas en el transporte del packaging, el emprendimiento supo manifestar que es un packaging muy innovador que no lo han visto en Riobamba y que lo invertirían si no tiene un costo muy elevado para ayudar a mejorar el impacto ambiental.

4.3.7.6 Rúbrica de evaluación del Usuario

- Esta rúbrica es construida para verificar si el packaging que se va a entregar está acorde a los gustos del usuario y se lo reutilizaría para futuras compras.

Tabla 33. Rúbrica de evaluación del usuario para packaging de pasarela 51

RÚBRICA DE EVALUACIÓN DEL USUARIO			
Criterios	Cumple	No Cumple	Observaciones
¿ El packaging contiene y protege a su producto ?	X		
¿El peso del packaging es adecuado para usted ?	X		
¿ El packaging es atractivo, cómodo y práctico ?	X		
¿ Los colores y tipografía le llaman la atención ?	X		
¿ El packaging identifica, informa y persuade a la marca del emprendimiento?	X		

Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

Con esta rúbrica se logró conocer el criterio del usuario, el packaging contiene y protege al producto, el packaging logró la atención del usuario, ya que es una idea innovadora la utilización de un material ecológico, el usuario supo manifestar que le gusta los emprendimientos que tienden ayudar el medio ambiente.

4.3.7.7 Ciclo de Vida del packaging

Figura 43. Ciclo de Vida del packaging emprendimiento pasarela 51



Elaborado por: María Belén Orozco

Tabla 34. Ciclo de Vida del packaging pasarella 51

CICLO DE VIDA					
Obtención de las materias y componentes	Producción	Distribución	Uso	Reutilización	Fin de Vida
<p>En la etapa de obtención de materiales estudiamos el material ecológico para elegir el apropiado, la fabricación del cartón ondulado aparece de la combinación de varias capas de papel, a partir de fibras recicladas, ahorra 40% de emisiones de CO2. El cartón es uno de los materiales más sostenibles por su fácil reutilización.</p>	<p>Para el desarrollo de la producción del packaging se define primero el prototipo teniendo el formato y medidas, se elige el método de impresión, la flexografía es uno de los tipos de impresiones más utilizados, para el proceso de cortes y acabados se recomienda utilizar una guillotina o cúter para el cartón, en el proceso de encolado lo realizamos en la parte interior y por último supervisamos cada una de las fases con un control de calidad de esta manera revisamos y garantizamos un buen packaging.</p>	<p>En la etapa de distribución el transporte de las prendas de vestir requiere de grandes viajes desde centros comerciales, boutiques y tiendas de ropa hacia sus destinos. El packaging debe ser seguro y cómodo para el usuario por eso fue necesario ahorrar espacios vacíos, la optimización de espacio cuenta con una etiqueta que será envuelta la prenda y para su transporte un sobre de cartón para que el packaging sea de fácil transporte.</p>	<p>En la etapa de uso, el packaging debe crear una experiencia satisfactoria para el consumidor, debe ser clara en el uso y en su reutilización el usuario busca soluciones que le hagan la vida más fácil y por eso se valora el packaging con estilo minimalista y por último la buena experiencia de la marca poniendo en evidencia los valores de la empresa un packaging amigable con el medio ambiente con ello hablara con su entorno bien de la marca.</p>	<p>En la etapa de reutilización para ampliar el ciclo de vida y la usabilidad del packaging podemos darle otro tipo de uso, como contenedores de otros objetos más pequeños, lo que va permitir organizar cosas como joyas, gafas, bolígrafos, marcadores, etc.</p>	<p>Una vez que el envase es utilizado y reutilizado por el usuario pasa a su etapa de fin de vida, el tiempo de degradación del papel y cartón tarda 1 año, si se encuentra en un ambiente lluvioso su biodegradación se acelera. El gran problema que afecta en esta degradación son las tintas que se emplea pueden demorar en el proceso por eso se recomienda la utilización de tintas ecológicas. Una de las razones por cual elegir cartón es su mínima huella de carbono es una de las más bajas en comparación a otras industrias.</p>

Elaborado por: María Belén Orozco

4.3.7.8 Aplicaciones: Packaging 2

- Línea Gráfica

Figura 44. Resultados de las aplicaciones para el emprendimiento Enigma



Elaborado por: María Belén Orozco

- **Características del packaging**

Figura 45. Características de tendencia y colores del packaging emprendimiento Enigma



Elaborado por: María Belén Orozco

4.3.7.9 Rúbrica de evaluación del emprendimiento

- Esta rúbrica es construida para verificar si el packaging que se va a entregar está acorde a sus gustos del emprendimiento.

Tabla 35. Tabla 32. Rúbrica de evaluación del emprendimiento Enigma

RÚBRICA DE EVALUACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO			
Criterios	Cumple	No Cumple	Observaciones
¿ El packaging contiene y protege a su producto ?	X		
¿ El material ecológico del packaging es adecuado para prendas de vestir ?	X		
¿ El packaging representa a la marca de su emprendimiento ?	X		
¿ El packaging es creativo y diferente a los empaques convencionales ?	X		
¿ Los colores, tendencias y tipografía son acordes con la marca de su empresa ?	X		

Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

Con esta rúbrica se logró conocer el criterio del emprendimiento, el packaging contiene y protege al producto, se debe trabajar en la propuesta del color blanco en el material ya que fue a gusto del emprendimiento, en futuras investigaciones se recomienda evaluar las condiciones climáticas en el transporte del packaging, el emprendimiento supo manifestar que es un packaging muy atractivo y nuevo, que lo invertirían si no tiene un costo muy elevado para ayudar a mejorar el impacto ambiental.

4.3.7.10 Rúbrica de evaluación del Usuario

- Esta rúbrica es construida para verificar si el packaging que se va a entregar está acorde a los gustos del usuario y se lo reutilizaría para futuras compras.

Tabla 36. Rubrica de evaluación del Usuario para packaging Enigma

RÚBRICA DE EVALUACIÓN DEL USUARIO			
Criterios	Cumple	No Cumple	Observaciones
¿ El packaging contiene y protege a su producto ?	X		
¿El peso del packaging es adecuado para usted ?	X		
¿ El packaging es atractivo, cómodo y práctico ?	X		
¿ Los colores y tipografía le llaman la atención ?	X		
¿ El packaging identifica, informa y persuade a la marca del emprendimiento?	X		

Elaborado por: María Belén Orozco

Conclusiones:

Con esta rúbrica se logró conocer el criterio del usuario, el packaging contiene y protege al producto, el packaging logró la atención del usuario, ya que es una idea innovadora, el usuario supo manifestar que es muy cómodo para llevarlo y que le gusta como la prenda está envuelta y puesta en el packaging y le agrada también la forma de ayudar al medio ambiente.

4.3.7.11 Ciclo de Vida del packaging

Tabla 37. Ciclo de Vida del packaging Enigma

CICLO DE VIDA					
Obtención de las materias y componentes	Producción	Distribución	Uso	Reutilización	Fin de Vida
<p>En la etapa de obtención de materiales estudiamos el material ecológico para elegir el apropiado, el papel kraft es una solución de packaging ecológico que proviene de las fibras de madera de bosques sostenibles es fabricado sin pasar el proceso de blanqueamiento, este papel es versátil y adaptable para muchas industrias.</p>	<p>Para el desarrollo de la producción del packaging se define primero el prototipo teniendo el formato y medidas, se elige el método de impresión, la serigrafía es uno de los tipos de impresión en papel más utilizados, para el proceso de cortes y acabados se recomienda utilizar una guillotina o cúter para el papel, en el proceso de encolado lo realizamos en la parte interior y por último supervisamos cada una de las fases con un control de calidad de esta manera revisamos y garantizamos un buen packaging.</p>	<p>En la etapa de distribución el transporte de las prendas de vestir requiere de grandes viajes desde centros comerciales, boutiques y tiendas de ropa hacia sus destinos. El packaging debe ser seguro y cómodo para el usuario por eso fue necesario ahorrar espacios vacíos, la optimización de espacio cuenta con un tipo de envoltura que será envuelta la prenda y para su transporte una funda de papel kraft para que el packaging sea de fácil transporte.</p>	<p>En la etapa de uso, el packaging debe crear una experiencia satisfactoria para el consumidor, debe ser clara en el uso y en su reutilización el usuario busca soluciones que le hagan la vida más fácil y por eso se trabaja el packaging con la tendencia de color centrando la atención del usuario y por último la buena experiencia de la marca poniendo en evidencia los valores de la empresa un packaging amigable con el medio ambiente con ello hablará con su entorno bien de la marca.</p>	<p>En la etapa de reutilización para ampliar el ciclo de vida y la usabilidad del packaging existen ideas imaginativas del papel, se puede utilizar para cubrir juguetes, regalos y otras prendas de vestir para transportarla.</p>	<p>Una vez que el envase es utilizado y reutilizado por el usuario pasa a su etapa de fin de vida, el tiempo de degradación del papel tarda 1 año, si se encuentra en un ambiente lluvioso su biodegradación se acelera. El gran problema que afecta en esta degradación son las tintas q se emplea pueden demorar en el proceso por eso se recomienda la utilización de tintas ecológicas. Una de las razones por cual elegir cartón es su mínima huella de carbono es una de las mas bajas en comparación a otras industrias.</p>

Elaborado por: María Belén Oroz

4.3.8 Conclusiones de la Guía Didáctica

- La guía didáctica sobre packaging para ropa y bisutería, brinda información relevante para que futuros diseños cumplan las especificaciones técnicas de las tendencias y sobre todo aporten al cuidado del medio ambiente.
- Las fichas de análisis de los materiales ecológicos brindan información relevante de las características del material aportando con varias alternativas sostenibles para la creación del packaging.
- El diseño de packaging ecológico requiere de creatividad y sostenibilidad, tiene que ser reutilizado y recordado por los usuarios, se debe crear una conciencia para mejorar los packaging con materiales convencionales que afectan al medio ambiente.

4.3.9 Recomendaciones de la Guía Didáctica

- Fomentar la utilización de la guía didáctica como recurso para mejorar la creación de packaging ecológico tomando en cuenta materiales, técnicas, composición reticular y tendencias que ayuden a tener buenos resultados.
- Es importante seguir estudiando más materiales ecológicos y la implementación de fichas de análisis para conocer el material y su impacto ambiental.
- Proponer un diseño de packaging ecológico en los emprendimientos de las diferentes industrias de la ciudad de Riobamba que reduzca el impacto ambiental de los residuos que generan los envases o embalajes convencionales que afectan el medio ambiente.

4.3.10 Glosario

Ecológico: Productos amigables con el medio ambiente, provienen de la producción agrícola, libre de restos químicos. Pensar en ecología tiende a incentivar una forma más saludable para las personas y el mundo.

Envase: Sirve para contener, proteger, mantener y presentar el producto a la venta.

Embalaje: Protege a un producto o varios productos para que sean transportados.

Ergonomía: Facilidad de manejo del packaging, en cuento a los usuarios puedan transportarlo en sus manos.

Etiqueta: Ofrece una mirada sobre la marca, capta la atención del público para así lograr un producto llamativo.

Ecodiseño: Diseño de producto que tiene como objetivo reducir el impacto ambiental a lo largo del ciclo de vida.

Prototipo: Primer diseño o plantilla del packaging, para mejorarlo antes del producto final.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Los packaging en los que se comercia la ropa y la bisutería de los emprendimientos estudiados carecen de una tendencia de diseño aplicadas en los mismos, más bien están pensado solo como transporte más no como identidad de marca ni para el cuidado medioambiental.
- Las fichas de análisis de los materiales ecológicos permiten conocer diferentes características del material relacionado al packaging, como la durabilidad, usos, impacto ambiental, colores y tecnologías, brindando información relevante para conocer una amplia variedad de materiales ecológicos para la elección del material adecuado con el producto que ayude a la conservación del medio ambiente.
- Los materiales convencionales del packaging de ropa de los emprendimientos estudiados son fabricados con plásticos que contaminen al medio ambiente para determinar un nuevo material se estudió las características de los materiales, se analizó el producto, el consumidor y donde se comercializa, se determina que los materiales adecuados para ropa y bisutería son el cartón prensado, papel Kraft, telas ecológicas de algodón orgánico, seda o Tencel y papel piedra, son materiales con menor impacto ambiental que provienen de recursos sostenibles, se descomponen sin dejar restos tóxicos y de forma rápida.
- La guía didáctica sobre técnicas aplicadas a nuevas tendencias de packaging con materiales reciclables, ofrece información relevante para que futuros diseños de packaging cumplan las especificaciones técnicas de las tendencias y sobre todo aporten al cuidado del medio ambiente utilizando materiales ecológicos.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda a futuros estudiantes que se extienda el diagnóstico de materiales reciclables en envases y embalajes en las distintas industrias de los emprendimientos de Riobamba.
- Recopilar más materiales ecológicos para el estudio de sus características para poder tener una variedad de materiales a escoger y así ayudar a los emprendimientos con diferentes opciones ecológicas.

- Para poder determinar el material adecuado se recomienda recopilar más información sobre el producto, el consumidor, donde se comercializa, condiciones que pueden deteriorar el producto y realizar rúbricas de evaluación con el usuario y emprendedor para conocer la eficacia del packaging.
- Por último, extender la investigación de la guía didáctica con mejores alternativas ecológicas y también proponer presupuestos y un control de calidad para la eficacia del packaging.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, J. (2015). *Encaja*. Obtenido de Principales Tipos De Cartón: <https://blog.cajaeco.com/principales-tipos-de-carton-solido-grafico-couche-cartoncillo/>
- Arocha, G. (2010). *Guía para la elaboración de una Guía Didáctica*. Universidad Nacional Experimental. Obtenido de <https://es.slideshare.net/iriana/guia-didactica-tecnologia>
- Barraza, M. (2014). *Investigación Bibliográfica*. Universidad Tecnológica Metropolitana. Obtenido de https://www.utemvirtual.cl/plataforma/aulavirtual/assets/asigid_1090/contenidos_ar_c/57730_inv_bibliografica.pdf
- Brizuela, L. (2014). *El diseño de packaging y su contribución del desarrollo de pequeños y medianos emprendimientos*. Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño de Objetos y Productos en la Facultad de Diseño y Comunicación. Obtenido de [file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-ElDisenoDePackagingYSuContribucionAlDesarrolloDePe-5232280%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-ElDisenoDePackagingYSuContribucionAlDesarrolloDePe-5232280%20(2).pdf)
- Campos, G., & Lule, N. (2012). *LA OBSERVACIÓN, UN MÉTODO PARA EL ESTUDIO DE LA REALIDAD*. Universidad La Salle Pachuca. Obtenido de <file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/Dialnet-LaObservacionUnMetodoParaElEstudioDeLaRealidad-3979972.pdf>
- Cervera, A. (2003). *Envase y Embalaje la venta silenciosa*. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=Yzha4dQ10yoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Ciravegna, E. (2017). *Diseño de packaging. Una aproximación sistémica a un artefacto complejo*.
- Colprinter. (2018). *Colprinter*. Obtenido de TIPOS DE PAPEL PARA LA FABRICACIÓN DE EMPAQUES: <https://www.colprinter.com/blog/tipos-de-papel-para-fabricar-empaques>
- Cuarán, M., & Enríquez, J. (2021). *IDEAS DE NEGOCIOS ECOLÓGICAS, UN APORTE AL DESARROLLO SUSTENTABLE*. Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Ecuador. Obtenido de https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:VOU9HnMUNcoJ:scholar.google.com/&hl=es&as_sdt=0,5&scioq=Ecuador+en+donde+el+78.4%25+de+los+hogares+utiliza+bolsas+de+pl%C3%A1stico+desechables+al+momento+de+realiza+r+sus+compras
- Ec, C. N. (2017). *Conexión Noticias Ec*. Obtenido de Conexión Eco- verde: <https://conexionnoticiasec.com/reciclaje-en-ecuador-51-empresas-que-trabajan-por-el-medio-ambiente/>
- Fernández, A. (2015). *Anales Sectoriales*. Obtenido de ENVASE Y EMBALAJE: <https://www.interempresas.net/Envase/Articulos/144645-La-importancia-del-packaging-y-su-clasificacion.html>

- Gómez, C. (2015). *Diseño y técnicas de Packaging*. ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR de ARQUITECTURA Grado en Fundamentos de la Arquitectura. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/211097667.pdf>
- Gómez, C. (2020). *DISEÑO EN PACKAGING ECOLÓGICO*. Facultat de Belles Arts de Sant Carles. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/149865/G%20Dise%20en%20packaging%20ecol%20aplicado%20al%20sector%20de%20la%20alimentaci%20n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2010). *Selección de Muestra*. Espacio de Formación Multimodal.
- Horcajo, M. (2019). *TENDENCIAS CREATIVAS EN EL DISEÑO Y ELABORACIÓN DE PACKAGING*. UNIVERSIDAD DE VALLADOLID FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/36918/TFG-N.1099.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Joce, V. (2021). *gráfica*. Obtenido de 8 tendencias y técnicas inmortales en diseño de packaging: <https://grafica.info/8-tecnicas-y-tendencias-de-packaging/>
- Lievanos, J. (2006). *Academia.edu*. Obtenido de El abordaje etnográfico en la investigación social: https://www.academia.edu/36186802/3_El_abordaje_etnogr%C3%A1fico_en_la_investigaci%C3%B3n_social
- López, J., Pomaquero, J., & López, J. L. (2020). *Polo del Conocimiento*. Obtenido de Análisis de la contaminación ambiental por plásticos en la ciudad de Riobamba: <file:///C:/Users/PERSONAL/Downloads/2139-11589-2-PB.pdf>
- Martínez, N. (2014). *Situación y Evolución del Mercado de la Moda: Análisis de la Percepción del Consumidor de E- fashion*. Universidad de León. Obtenido de https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/3845/71453105V_GMIM_julio2014.pdf
- Mora, C. (2022). *Admiral Markets*. Obtenido de Cómo identificar Tendencias en Forex y otros mercados Tipos de tendencias: <https://admiralmarkets.com/es/education/articles/trading-instruments/tendencias-mercado>
- Moscoso, Y. (2006). *Universidad de Palermo*. Obtenido de Tendencia en diseño: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/actas_de_diseno/detalle_articulo.php?id_libro=13&id_articulo=5411
- Orduña, E., & Gómez, C. (2020). *DISEÑO EN PACKAGING ECOLÓGICO APLICADO AL SECTOR DE LA ALIMENTACIÓN*. Universidad Politécnica de Valencia.
- Panchi, V. (1999). *LA GUÍA DIDÁCTICA, COMPONENTES ESTRUCTURALES*. Universidad Autónoma del Estado de México. Obtenido de <https://docplayer.es/10055805-La-guia-didactica-componentes-estructurales.html>

- Pomboza, M., Ortega, B., & Merizalde, S. (2017). *TENDENCIAS DE DISEÑO DE PACKAGING POR PERFIL DE USUARIO.* UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4119/1/UNACH-FCEHT-TG-DS%c3%91-GRF-2017-000006.pdf>
- Rodas, R. (2009). *Estímulo*. Obtenido de El proceso de diseño y su relación con la investigación cualitativa: <https://estimulo.wordpress.com/2009/03/18/el-proceso-de-diseno-y-su-relacion-con-la-investigacion-cualitativa/#:~:text=El%20proceso%20de%20dise%C3%B1o%2C%20seg%C3%BAn,la%20t%C3%A9cnica%20y%20a%20los%20recursos.>
- Saldarriaga, J. (2008). *Gestión humana: tendencias y perspectivas.* *ScienceDirect*. Obtenido de <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0123592308700408?token=F3D027CE20FDFA802ED023564C155647627CA7E8D1AA9865AC8A07761B4D05BE1DA3C89AF904BBCE1E5A27653447A798&originRegion=us-east-1&originCreation=20220517142839>
- Samaniego, F. (2016). *DIAGNÓSTICO DE LOS EMPRENDIMIENTOS: CASO CANTÓN RIOBAMBA-ECUADOR.* *Revista: Caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/07/emprendimientos.html>
- Santiago, S., & Flores, M. (2020). *La publicidad y la contaminación por uso de bolsas plásticas en la ciudad de Ambato [Tesis de ingeniería, Universidad técnica de Ambato]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30780/1/Flores%20Santiago.pdf>
- Somoza, E., & Gandman, A. (2004). *Packaging Aprender el envase*. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=_N4jimo8VdUC&oi=fnd&pg=PT4&dq=que+es+packaging&ots=tY46l4cZp7&sig=QTYKxPIOrVELTherDI2Bj1Oz6Uk
- Tamayo, M. (2006). *Tipos de Investigación*.
- Tordesillas, A., Desvaux, N., & Gómez, C. (2015). *Diseño y técnicas de Packaging.* ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR de ARQUITECTURA. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/211097667.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

Guion estructurado de la encuesta a realizarse

GUIÓN DE LA ENCUESTA

Nombres: _____

Nombre del emprendimiento: _____

Fecha: _____

Objetivo: Diagnosticar el estado actual del uso de materiales reciclables en envases y embalajes en emprendimientos de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba.

1. Qué productos son los más adquiridos por los clientes en su emprendimiento.

Masculino		Femenino	
Camiseta		Vestido	
Pantalón		Blazer	
Camisa		Saco	
Chaqueta		Pantalón	
Chompa		Blusa	
Saco		Chompa	
Accesorios		Accesorios	

2. De acuerdo con el autor Fernández menciona que existen tres tipos de packaging según su utilidad, señale que tipos de packaging utiliza en su emprendimiento.



Packaging Primario

Es aquel envoltorio que está en contacto con el producto.



Packaging Secundario

Formato de carga que ayuda a la reserva y traslado del producto.



Packaging Terciario

Caja de gran tamaño que contiene en su interior paquetes más pequeños con productos.

Primario	
Secundario	
Terciario	
Primario y Secundario	
Primario, Secundario y Terciario	
Primario y Terciario	

3. ¿Qué tipo de material utiliza en sus packaging?

Papel	
Cartón	
Plástico	
Madera	
Otro	

4. ¿Cómo invierte el presupuesto para el packaging de sus productos?

Mensualmente	
Anualmente	
Semanalmente	

5. Sus clientes le solicitan que le entregue el producto en un packaging con material ecológico

Si	
No	

6. Conoce los beneficios de utilizar un packaging ecológico para sus productos

Si	
No	

7. Considera que aporta al cuidado del medio ambiente al utilizar packaging ecológico para sus productos.

Si	
No	

Porque: _____

8. Sus clientes traen sus propias fundas o le piden un envase para llevar el producto.

Si	
No	

Anexo 2

Guía estructurada de observación

Objetivo: Diagnosticar el estado actual del uso de materiales reciclables en envases y embalajes en emprendimientos de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba.

Nombre del emprendimiento:									
Fecha de observación:									
Packaging:									
Tipo de Producto		Vestido	Pantalón	Blusa	Camiseta	Chaqueta	Camisa	Buzo	Otro
	Aspectos	Observaciones							
1.	Material	Plástico	Madera	Cartón	Vidrio	Otro			
2.	Forma	Ergonómica (De fácil manejo)				No Ergonómica (Difícil manejo)			
3.	Tipo de Envase	Primario		Secundario		Terciario			
4.	Función Básica	Contener		Proteger		Mantener			
5.	Función Comunicacional	Identificar		Informar		Persuadir			
6.	Colores	Opacos		Brillantes		Llamativos			
7.	Tipografía	Alta legibilidad		Media legibilidad		Baja legibilidad			

Anexo 3:

Encuestas para diagnosticar el estado actual del uso de materiales en envases y embalajes en emprendimientos de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba.

GUIÓN DE LA ENCUESTA

Nombres: Gonzalo Carrillo

Nombre del emprendimiento: Almacén de Ropa Extasis

Fecha: 23/06/2022

Objetivo: Diagnosticar el estado actual del uso de materiales reciclables en envases y embalajes en emprendimientos de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba.

1. Qué productos son los más adquiridos por los clientes en su emprendimiento.

Masculino		Femenino	
Camiseta		Vestido	
Pantalón		Blazer	
Camisa		Saco	
Chaqueta		Pantalón	
Chompa	X	Blusa	
Saco		Chompa	
Accesorios		Accesorios	

2. De acuerdo con el autor Fernández menciona que existen tres tipos de packaging según su utilidad, señale que tipos de packaging utiliza en su emprendimiento.



Packaging Primario

Es aquel envoltorio que está en contacto con el producto.



Packaging Secundario

Formato de carga que ayuda a la reserva y traslado del producto.



Packaging Terciario

Caja de gran tamaño que contiene en su interior paquetes más pequeños con productos.

Primario	X
Secundario	
Terciario	
Primario y Secundario	
Primario, Secundario y Terciario	
Primario y Terciario	

3. ¿Qué tipo de material utiliza en sus packaging?

Papel	<input type="checkbox"/>
Cartón	<input type="checkbox"/>
Plástico	<input checked="" type="checkbox"/>
Madera	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cómo invierte el presupuesto para el packaging de sus productos?

Mensualmente	<input type="checkbox"/>
Anualmente	<input type="checkbox"/>
Semanalmente	<input checked="" type="checkbox"/>

5. Sus clientes le solicitan que le entregue el producto en un packaging con material ecológico

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input checked="" type="checkbox"/>

6. Conoce los beneficios de utilizar un packaging ecológico para sus productos

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

7. Considera que aporta al cuidado del medio ambiente al utilizar packaging ecológico para sus productos.

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Porque: no es muy contaminante y es biodegradable

8. Sus clientes traen sus propias fundas o le piden un envase para llevar el producto.

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input checked="" type="checkbox"/>

GUIÓN DE LA ENCUESTA

Nombres: Johana Pila
 Nombre del emprendimiento: Río Moda Chic
 Fecha: 24/06/202

Objetivo: Diagnosticar el estado actual del uso de materiales reciclables en envases y embalajes en emprendimientos de línea de ropa y bisutería de la ciudad de Riobamba.

1. Qué productos son los más adquiridos por los clientes en su emprendimiento.

Masculino		Femenino	
Camiseta		Vestido	X
Pantalón		Blazer	
Camisa		Saco	
Chaqueta		Pantalón	X
Chompa		Blusa	X
Saco		Chompa	
Accesorios		Accesorios	

2. De acuerdo con el autor Fernández menciona que existen tres tipos de packaging según su utilidad, señale que tipos de packaging utiliza en su emprendimiento.



Packaging Primario

Es aquel envoltorio que está en contacto con el producto.



Packaging Secundario

Formato de carga que ayuda a la reserva y traslado del producto.



Packaging Terciario

Caja de gran tamaño que contiene en su interior paquetes más pequeños con productos.

Primario	X
Secundario	
Terciario	
Primario y Secundario	
Primario, Secundario y Terciario	
Primario y Terciario	

3. ¿Qué tipo de material utiliza en sus packaging?

Papel	<input type="checkbox"/>
Cartón	<input type="checkbox"/>
Plástico	<input checked="" type="checkbox"/>
Madera	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cómo invierte el presupuesto para el packaging de sus productos?

Mensualmente	<input checked="" type="checkbox"/>
Anualmente	<input type="checkbox"/>

5. Sus clientes le solicitan que le entregue el producto en un packaging con material ecológico

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

6. Conoce los beneficios de utilizar un packaging ecológico para sus productos

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

7. Considera que aporta al cuidado del medio ambiente al utilizar packaging ecológico para sus productos.

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Porque: es una idea innovadora que algunos
clientes les interesa

8. Sus clientes traen sus propias fundas o le piden un envase para llevar el producto.

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input checked="" type="checkbox"/>

Anexo 4: Toma de encuestas a los emprendimientos de línea de ropa y bisutería en la ciudad de Riobamba.







Anexo 5: Guía de observación a un focus group de 10 diseñadores al azar de la carrera de Diseño Gráfico.

Anexo 6: Pieza Gráfica - Guía Didáctica



