



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL
ECUADOR SEDE ESMERALDAS

UNIDAD ACADÉMICA
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

TEMA :
METODOLOGÍA PARA DISEÑO DE PACKAGING
SUSTENTABLE DE MICROEMPRESAS DE
GOLOSINAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS

PREVIO AL GRADO ACADEMICO DE
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

LINEA DE INVESTIGACION:
LOS CÓDIGOS VISUALES EN DIVERSOS CONTEXTOS
APLICADOS A SOPORTES TANGIBLES E INTANGIBLES DE
COMUNICACIÓN

AUTOR(A):
MEIBIS PIERINA CEDEÑO INTRIAGO

ASESOR (A):
MGT. CRISTINA MARMOLEJO

SEPTIEMBRE, 2020

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de estudio de caso aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE, previo a la obtención del título de DISEÑADOR GRÁFICO.

Presidente del Tribunal de Graduación

Lector 1: MSc. Diana Sabrina Marcillo Murillo

Lector 2: MSc. Gloria Holguín

Director de Escuela: MSc. Ladys Diana Vásquez Coisme

Asesor de tesis: MSc. Melba Cristina Marmolejo Cueva

Esmeraldas, 2020

AUTORÍA

Yo, MEIBIS PIERINA CEDEÑO INTRIAGO, con cédula de ciudadanía N° 080317564-5, estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, expongo que el presente trabajo de investigación titulado “METODOLOGÍA PARA DISEÑO DE PACKAGING SUSTENTABLE DE MICROEMPRESAS DE GOLOSINAS ARTESANALES EN LA CUIDAD DE ESMERALDAS” a excepción del contenido citado de diferentes fuentes de información, es producto de mi labor investigativa, el mismo que es original, autentico y personal.

MEIBIS PIERINA CEDEÑO INTRIAGO

C.I. 080317564-5

AGRADECIMIENTO

Me gustaría agradecer la ayuda que muchas personas me han prestado durante el proceso de investigación y redacción de este trabajo. En primer lugar, quisiera agradecer a mis padres que me han ayudado y apoyado en todo mi producto, a mi tutora, MSc.Cristina Marmolejo, por haberme orientado en todos los momentos que necesité sus consejos.

A todos mis amigos y futuros colegas que me ayudaron de una manera desinteresada, gracias infinitas por toda su ayuda y buena voluntad.

A la Universidad Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas por ser el lugar donde adquirí un sinmunero de conocimientos durante estos años.

DEDICATORIA

En primer lugar dedico este logro a mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mis hermanas (os) por estar siempre presentes, acompañandome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Pierina Cedeño

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. Presentación del tema de investigación.....	10
1.2. Planteamiento del problema.....	11
1.3. Justificación.....	13
1.4. Objetivos	14
CAPÍTULO I: MARCO DE REFERENCIA.....	15
1.4.1. Antecedentes.....	15
1.4.2. Bases teórico-científicas.....	16
1.4.2.1. La cultura esmeraldeña	16
1.4.2.2. Dulces tradicionales Esmeraldeños.....	17
1.4.2.3. Definición de Packaging	18
1.4.2.4. Funciones del packaging.....	19
1.4.2.5. Clasificación del Packaging	20
1.4.2.6. Código cromático	21
1.4.2.7. Etiqueta y etiquetado.....	22
1.4.2.8. Packaging y medio ambiente	22
1.4.2.9. Sostenibilidad.....	22
1.4.2.10. Materiales del Packaging Sustentable.....	23
1.4.2.11. Marketing	23
1.4.2.12. Estrategia de marketing centrada en el cliente	23
1.4.2.13. Estrategias de crecimiento.....	24
1.4.2.14. Metodología para el diseño de packaging.....	25
1.4.3. Marco Legal.....	27
CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS	28
2.1. Tipo de Investigación.....	28
2.2. Métodos y técnicas	28

2.3.	Población y muestra de estudio.....	31
2.4.	Técnicas de procesamiento y análisis estadístico de datos empleados	31
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....		31
3.1.	Análisis e interpretación de resultados	31
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN		43
4.1.	Discusión de los resultados.....	43
4.2.	Conclusiones y Recomendaciones.....	45
	Conclusiones	45
	Recomendaciones.....	46
5.	REFERENCIAS	47
5.1.	Referencias Bibliográficas	47
5.2.	ANEXOS.....	51
	Anexo 1: <i>Muestra del Packaging</i>	51
	Anexo 2: <i>Validación de Instrumento</i>	53
	Anexo 3: <i>Instrumento: Fichas de Observación</i>	59
	Anexo 4: <i>Matriz de datos: Ficha de Observación</i>	62
	Anexo 5: <i>Instrumento: Focus Group</i>	64
	Anexo 6: <i>Matriz de datos: Focus Group</i>	65
	Anexo 7: <i>Propuesta de packaging sustentable (Cocada)</i>	70
	Anexo 8: <i>Propuesta de packaging sustentable (Troliche)</i>	71
	Anexo 9: <i>Propuesta de packaging sustentable (Conserva)</i>	72

Resumen

Esta investigación presenta el análisis de características en las golosinas artesanales, su clasificación e impacto en el mercado, con la finalidad de conocer los componentes de los envases en donde se transportan dichos productos, para crear una metodología de packaging sustentable.

El enfoque fue cualitativo con un alcance descriptivo, se utilizaron dos métodos los cuales fueron el método lógico inductivo para recolectar información mediante revisiones bibliográficas; de la misma forma se necesitó el método analítico para realizar una segregación del empaque.

Se aplicaron tres técnicas: la observación, la revisión bibliográfica y el focus group. Los instrumentos utilizados fueron: la ficha de observación no participante y el perfil para el grupo focal se compuso por 5 emprendedores de varios géneros, entre 36 a 50 años de edad que, dedicados a la elaboración y comercialización de dulces artesanales, donde se buscó que experimenten los productos desde el punto de vista de un consumidor.

Mediante el análisis e interpretación de los datos, se pudo observar que existen deficiencias que se perciben como aspectos negativos en el envase de los dulces artesanales esmeraldeños en cuanto a legibilidad, visibilidad, conservación, transportación y falta de envase secundario.

Finalmente, con la información recopilada en esta investigación se determinan que los envases utilizados por los emprendedores presentan deficiencias estéticas y de comunicación en sus envases. Aunque los productos son de alta calidad, los recipientes no lo reflejan debido a que pretenden irse por un empaque económico.

Palabras Clave: Golosinas artesanales, packaging sustentable, emprendedores.

ABSTRACT

This research presents the analysis of characteristics in artisanal sweets, their classification and impact on the market, in order to know the components of the containers where these products are transported, to create a sustainable packaging methodology.

The approach was qualitative with a descriptive scope, two methods were used which were the inductive logical method to collect information through bibliographic reviews; in the same way, the analytical method was needed to perform a packaging segregation.

Three techniques were applied: observation, bibliographic review and focus group. The instruments used were: the non-participant observation sheet and the profile for the focus group was made up of 5 entrepreneurs of various genders, between 36 and 50 years of age who, dedicated to the elaboration and commercialization of artisan sweets, where it was sought that experience the products from a consumer's point of view.

Through the analysis and interpretation of the data, it was observed that there are deficiencies that are perceived as negative aspects in the packaging of Esmeralda artisan sweets in terms of legibility, visibility, conservation, transportation and lack of secondary packaging.

Finally, with the information collected in this research, it is determined that the containers used by entrepreneurs present aesthetic and communication deficiencies in their containers. Although the products are of high quality, the containers do not reflect it because they are intended to go for inexpensive packaging.

Key Words: Artisanal sweets, sustainable packaging, entrepreneurs.

INTRODUCCIÓN

La ecología es de vital importancia, y como consumidores debemos comprender la importancia de un producto con envase ecológico a uno que contamina al medio ambiente.

Para la realización del presente trabajo de graduación, se realizaron investigaciones correspondientes para conocer y comprender de manera más clara todos los conceptos básicos de las características más populares de las golosinas artesanales esmeraldeñas y cuales son las normas que deben tener los empaques en cuanto al cuidado del medio ambiente.

El diseño de packaging en la actualidad es una herramienta importante para generar ventas, permitiendo captar la atención que el consumidor preste al producto. En el sector de la alimentación, el envase es de interés puesto que forma parte en la decisión de compra al ayudar al cliente en la selección del producto entre diversas opciones.

Entre los diferentes productos que utilizan packaging están aquellos generados por microempresas dedicadas a la elaboración y comercialización de los dulces artesanales, percibiéndose de manera empírica como uno de los más populares la cocada y sus variedades dentro de la ciudad de Esmeraldas. Esta investigación abordará el aporte del packaging sustentable de los dulces artesanales esmeraldeños, específicamente la cocada y sus variedades, a través de la presentación del proceso metodológico para su creación.

1.1. Presentación del tema de investigación

“Metodología de diseño de packaging sustentable orientado al posicionamiento de golosinas artesanales en la ciudad de Esmeraldas.”

El packaging es un conjunto de actividades centradas en el almacenaje, distribución y venta de productos, aunque su función principal es la conservación. Al hablar de diseño gráfico, la presentación y constitución gráfica del empaque cumple un rol protagónico ya que de esto depende captar la atención de los clientes y concretar una venta.

Los dulces artesanales constituyen parte de la identidad cultural de la sociedad porque representan características propias de una comunidad y generalmente este tipo de productos se perciben como agrado por propios y extraños, sin embargo, con la evolución de la economía, es necesario adaptarse a nuevas estrategias que otorguen competitividad a estos productos. En el caso específico de la provincia de Esmeraldas son reconocidos de manera habitual como dulces artesanales a la cocada incluyendo sus variedades

Los dulces artesanales Esmeraldeños poseen packaging para su presentación, los cuales de una u otra forma generan contaminación ambiental. Con esta investigación lo que se pretende es presentar una metodología para diseñar un packaging sustentable que además sea persuasivo a través de estrategias de comunicación visual propias de la disciplina del diseño gráfico.

A nivel mundial se perciben actitudes conscientes respecto al manejo sustentable de recursos para evitar el impacto de la contaminación y sus consecuencias, entre estas el calentamiento global y dado este interés de los ciudadanos las microempresas de dulces artesanales Esmeraldeñas deberían de optar por cambiar la presentación de sus productos dejando a un lado el plástico, esta acción generaría un impacto muy grande dentro y fuera de la ciudad de Esmeraldas.

1.2. Planteamiento del problema

Una de las tendencias que está ganando adeptos es el cuidado del medio ambiente, esta afirmación se refleja en las diferentes campañas y estrategias que están desarrollando las compañías para reflejar su interés por evitar la contaminación.

En la ciudad de Esmeraldas existen microempresas dedicadas a la creación y comercialización de dulces artesanales, a través de la experiencia se puede deducir que es poco probable que cuenten con una marca. Una de las posibles causas ante estos casos es que no todos los emprendedores tienen conocimiento sobre la importancia de comunicación visual en sus productos.

Posiblemente las preguntas que se hacen las personas antes de adquirir un producto alimenticio son: ¿Cuándo fueron elaborados? ¿Hasta cuando los puedo comer? ¿Se puede

guardar después que lo abrí?, entre otras, generando dudas y desconfianzas en sus compras.

Basicamente a los usuarios de packaging ¿Cómo les afecta la presentación y funcionalidad de los envases de los dulces artesanales Esmeraldeños?

1.3. Justificación

Esmeraldas, cuenta con miles de emprendedores artesanales, que brindan al cliente productos de calidad, algunos poseen imagen gráfica permitiéndoles posicionarse en el mercado, por otro lado, también existen otros que carecen de identidad visual, debido a esto muchos productos con gran tradición pierden su calidad.

Los consumidores de packaging en la actualidad se dedican a observar todos estos detalles, al momento de obtener un producto, es por esa razón que debemos conocer cuán importante es la imagen dentro de un producto.

Este estudio tiene como finalidad crear una metodología para diseñar packaging sustentable del producto, en este caso específico, la golosina artesanal esmeraldeña como alternativa renovadora en la estructura de los empaques.

En las golosinas como las cocadas, troches y conserva, se puede implementar un cambio en los envases de los productos artesanales esmeraldeños con la finalidad de contrarrestar contaminación medioambiental.

El objetivo de este estudio es crear la metodología para diseñar packaging sustentables que incidan en la compra del producto porque presentan características de comunicación.

1.4. Objetivos

Objetivo General

Crear una metodología para diseñar packaging sustentable de microempresas de golosinas artesanales en la ciudad de Esmeraldas.

Objetivos Específicos

- Establecer las características de los packaging correspondientes a los dulces artesanales esmeraldeños mas populares.
- Proponer el diseño metodológico de packaging sustentable.
- Aplicar la metodología en un caso determinado.

CAPÍTULO I: MARCO DE REFERENCIA

1.4.1. Antecedentes

El packaging ha incrementado muchos cambios desde la antigüedad tanto en materiales como en aceptación que poco a poco fue teniendo.

En la antigüedad un packaging solo era conocido por un contenedor o protector, a medida que tuvo aceptación se ha convertido en lo más importante de un producto, siendo este la parte fundamental que permitirá al usuario relacionarse con el producto de forma rápida y posterior a eso va a incentivar a la compra directa.

Merino (2010), en su investigación realizada estableció como objetivo realizar una propuesta de imagen y marca para los Biscochos MALHAJ, los cuales se distribuyen en diferentes rincones de Quito. En donde menciona que el envase o empaque debe estar bien elaborado y no debe perder realce debido a que el packaging hoy en día un elemento de suma importancia al momento de concretar una venta. Para el desarrollo de esta investigación se empleó el método inductivo-deductivo. Como resultado se obtuvo que mientras más expectativa se tenga va a generar como resultado el reconocimiento tanto del producto como la marca.

Sabri, O. , Doan, HV , Malek, F. y Bachouche, H. (2020) dentro de su investigación tienen como objetivo demostrar que el efecto positivo de la transparencia del empaque sobre la intención de compra está moderado por el riesgo de calidad del producto (PQR) asociado con la categoría del producto. En donde se realizaron dos experimentos separados. El Estudio 1 fue diseñado para probar el papel mediador de la calidad percibida para dar cuenta del efecto positivo de la transparencia en la intención de compra. Se examinaron dos tipos de envases (opacos frente a transparentes) para un producto asociado con un alto nivel de PQR. El estudio 2 amplió los hallazgos al presentar el papel moderador de PQR. Se utilizó un diseño 2 (tipo de empaque: opaco vs transparente) * 2 (PQR: bajo vs alto) entre sujetos. Los resultados ofrecen información para comprender mejor los beneficios potenciales de la adopción de envases transparentes. Si los principales objetivos de un gerente de marca son desarrollar las ventas, las costosas inversiones en investigación y desarrollo de envases transparentes parecen ser fructíferas solo para los productos asociados con un alto PQR.

Guevara, J. (2017) en su investigación estableció como objetivo comprobar cuanta influencia tiene la innovación dentro de los diseño de envases de la empresa Industrias de agua y filtraciones de Riobamba en el año 2015. Teniendo en cuenta que el envase es lo primero que llama la atención para concretar una determinada venta, entendiendo al packaging como el medio de información.

Se empleó una investigación con un enfoque cualitativo aplicando la observación no participativa, la que consiste en observar y seleccionar solo los datos que se van a necesitar. Obteniendo como resultados que los diferentes elementos que componen un envase pueden llamar la atención, muy aparte de su estructura.

Por otro lado, De la Torre, A. (2016) en su investigación estableció como objetivo desarrollar un proceso de diseño para la construcción de signos visuales que sirvan como elementos de reconocimiento e identifiquen a la cocada esmeraldeña. Dentro de este contexto, la identidad gráfica-visual con uno de los elementos gráficos más importante como la marca y el packaging permiten difundir, diferenciar e identificar productos populares, al igual que los servicios y productos de pequeños negocios, como parte fundamental para lograr introducirse al mercado con eficiencia. En esta investigación se desarrolló un método deductivo- inductivo. Obteniendo como resultado que las personas encuestadas están de acuerdo de que es una buena inversión realizar un proyecto de imagen, que represente este producto tradicional, para mejorar la comercialización de la cocada Esmeraldeña.

Los estudios antes mencionados son importantes para esta investigación debido a que representan al packaging y la etiqueta como componentes externos, los cuales permitirán cumplir con su objetivo principal de comunicar, preservar y conservar.

1.4.2. Bases teórico-científicas.

1.4.2.1. La cultura esmeraldeña

Esmeraldas es considerada una provincia con muchas tradiciones, habitada de gente alegre y trabajadora, la llamada "Provincia Verde" cuenta con valles coloridos y abundantes, que permiten a propios y extraños estar en un lugar acogedor.

La provincia es un lugar que se encuentra ubicado en el noreste de Ecuador, acogiendo la comunidad afroecuatoriana más grande del país. Los ríos como Quinindé, Viche, Esmeraldas y Cayapas se cruzan y estos desembocan en el mar rodeando la capital provinciana. La exuberante y hermosa provincia tiene más de 500,000 habitantes y un área de 16,132 k2 está llena de paraíso, trayendo calidez y biodiversidad cultural al mundo (Miranda. D, P 26-27, 2013).

Esmeraldas, posee un tesoro único en su gastronomía, encontrando en ella platos realizados con mariscos, platos típicos, entre otros, como también se encuentra la elaboración y comercialización de las golosinas artesanales, encontrando en ella a la cocada y sus variantes.

1.4.2.2. Dulces tradicionales Esmeraldeños

1.2.2.2.1. Cocada

La cocada es considerada la golosina artesanal más conocida de la provincia de Esmeraldas.

Este dulce es comercializado en varias ciudades del Ecuador, es consumido por propios y extraños, debido a que su sabor es inigualable.

Al pasar por las playas de Tonsupa, Atacames y Súa, es imposible dejar de percibir el encantador olor a coco y manjar que desprende este dulce tan esquivito (Miranda. D, P 29, 2013).

Desde mi experiencia puedo decir que existe un incremento en la producción de la cocada Esmeraldeña, pero no todos los productos cuentan con una imagen que permita identificarlos dentro de los que se comercializan en el mercado esmeraldeño.

1.4.2.2.2. Troliche

El troliche es una golosina tradicional que se consume en todo el Ecuador, tiene su origen en Rocafuerte (Manabí). En Esmeraldas, empezó a ser producido por familias de origen manabita, que por diversas circunstancias se encuentran viviendo en la provincia verde (Gómez y Villón, P 24, 2007).

Está elaborada a base de leche, canela, azúcar y harina, siendo de fácil disolución en la boca.

1.4.2.2.3. Conserva

El bocadillo de guineo con guayaba es considerado como uno de los mejores dulces de la ‘Provincia Verde’.

El bocadillo tiene su origen en el cantón Rioverde, ubicado al norte de la provincia de Esmeraldas, este dulce consta de una deliciosa masa elaborada con guineo y guayaba, cocidos durante cuatro horas en una paila (El comercio, 2009).

1.4.2.3. Definición de packaging

El packaging puede ser definido como el embalaje o empaque que contiene un producto, para ser distribuido, almacenado y vendido.

Por otro lado Suárez (2020), confirma que el packaging puede hacer referencia a un sistema que dispone mercancías para transportar, almacenar y vender.

Raffino (2020) explica que al hablar de packaging se hace referencia a una jerarquía diseñada para ir de la mano con el producto hasta su llegada al consumidor.

El trabajo de Raffino tiene relación con lo antes planteado en esta investigación, ambos cuentan con la misma finalidad de crear o plantear estrategias para llegar al público de manera objetiva.

1.4.2.4. Funciones del packaging

Tabla 1: *Funciones del packaging*

Funciones de uso Se refieren al packaging como objeto de uso (prótesis instrumental)	Prestacional: Asegura que el contenido del packaging sea conservado, protegido, transportado, almacenado, distribuido y puesto en venta. Operativa: Consiente en que el usuario interactúe físicamente con el envase.
Funciones comunicativas Se refieren al packaging como dispositivo de comunicación (prótesis comunicativa)	Apelativa: Influir en la atención del cliente para que se acerque a observar el producto Persuasiva: Hacer que el cliente elija y compre el producto. Identificadora: Ser reconocido, no solo en el punto de venta, sino en general. Expresiva: Brindarle estilo propio al producto. Informativa: Medio para transmitir información con relación al producto. Un medio capaz de transmitir mensajes relacionados con el producto. Prescriptiva: Orienta al destinatario y le permite ponerse en relación con el contenedor. Comunicativa: Permite difundir mensajes de otra naturaleza, destinados a la fidelización del consumidor, la promoción de otros productos o servicios. Massmediática: Se refiere a la capacidad del packaging de declinar sus competencias comunicativas dentro de otros medios de comunicación.

Nota: Recuperado de: Diseño de packaging. Una aproximación sistémica a un artefacto complejo, de Ciravegna, E., (2017).Revista chilena de diseño.2.p4.

1.4.2.5. Clasificación del packaging

1.4.2.5.1. Según su utilidad

Desde el punto de vista del empaque y su contacto con el producto Vidales (2003) clasifica al packaging según su utilidad en:

- Embalaje primario: protege de forma directa al producto.
- Embalaje secundario: facilita la transportación de varios productos primarios.
- Embalaje terciario: protege varios productos al momento de su transportación.

Complementando las afirmaciones de Vidales, Pérez (2012) lo clasifica como:

- Primario: tiene contacto con el producto de forma individual.
- Secundario: permite proteger varios empaques primarios para su respectiva distribución.
- Terciario: permite el transporte y almacenamiento de varios productos secundarios.

1.4.2.5.2. Según el tipo de material

SAFE LOAD (2019) clasifica al packaging según el tipo de material de la siguiente manera:

Su funcionalidad

- Materia que contienen productos líquidos. (Botellas)
- Componentes rígidos: (cartón)
- Componentes agrupación.
- Componentes amortiguamiento.
- Protección contra la luz.
- Darle una nueva utilidad.

Percepción del material

Los embalajes o envases más habituales se encuentran clasificados de la siguiente manera:

- Plástico
- El papel o cartón.
- Materiales multicapas.
- La madera.

1.4.2.5.3. Según las normas internacionales

Huerta (2012) manifiesta que actualmente que una empresa debe contar con las siguientes normas de calidad:

- ISO 9000-9001: indican las principales características para tener un sistema de calidad.
- ISO 14000: Está relacionado con el medio ambiente.
- ISO 18000: Gestión de seguridad.
- ISO 18.601-18.606: Tiene relación con el envase y la ecología, siendo guías para un mejor reciclado o uso.
- ISO 22000: Manifiesta una alimentación segura y los riesgos de contaminación que pueden existir.

Para esta investigación es importante conocer sobre la correcta clasificación del packaging, esta información será parte de los criterios que se deberán tomar en consideración para diseñar la metodología correspondiente.

1.4.2.6. Código cromático:

Es un plano de combinación de colores que sirven para representar un contexto.

Para Vidales (2003) la buena aplicación de los colores puede mejorar la comunicación visual, pero al aplicarlo de manera incorrecta puede resultar erróneo.

Mientras que la Escuela Superior de Diseño de España (ESDESIG, 2018) indica que los diseñadores deben tener muy en cuenta las sensaciones o ideas que cada color suele transmitir, de forma general. Teniendo este elemento en cuenta se conseguirá definir, de un modo más preciso, las primeras sensaciones de nuestros posibles futuros clientes al observar el packaging de un producto.

1.4.2.7. Etiqueta y etiquetado

La etiqueta permite identificar al producto y es uno de los factores que permite la venta del mismo. Según Vidales (2003) existen diferentes tipos que son:

- **Etiqueta frontal:** Cubre solo una porción del envase.
- **Etiqueta Envoltente:** Envuelve por completo al envase.
- **Fajas Retráctiles:** Debido al material se adhieren a la forme que está hecho el envase.

1.4.2.8. Packaging y medio ambiente

Una gran cantidad de consumidores prefiere que el packaging contenga un factor ecológico para ayudar a minimizar el impacto medioambiental.

Los estudios realizados en Nielsen revelan que los consumidores prefieren un packaging reciclado, biodegradable y que se pueda desechar de manera fácil sin causar daños ambientales (Nielsen, 2008b).

1.4.2.9. Sostenibilidad

La sostenibilidad consiste en proteger y conservar el medio ambiente de forma indefinida.

Existen estudios o investigaciones que confirman que los recursos naturales se destruyen en menos de 100 años.

Es por eso que se debe crear un cambio positivo dentro de la industria del packaging para ello Gaibor (2018) clasifica algunos objetivos del packaging sostenible:

- Ahorro en material: Emplear la cantidad justa de materia prima.
- packaging reutilizable: Consta de dos destinos, el primero es considerado como el envoltorio del producto y el segundo es encontrarle otra vida útil.
- Reconocimiento de marca y producto: No se debe dejar de lado al envase y la publicidad.

1.4.2.10. Materiales del packaging sustentable

El material más utilizado a la hora de crear un packaging sustentable es kraft o papel de estraza. Para el packaging de los alimentos la variedad de materiales es más amplia, se puede llevar a cabo con la caña de azúcar, con el maíz como materia prima.

La Escuela Superior de Diseño de España (ESDESIGN, 2018) asegura que un envase al ser ecológico no quiere decir que resista menos, en muchos casos suelen resistir más que los materiales comunes.

1.4.2.11. Marketing

Kotler y Armstrong (2008) definen el término marketing como: “Un proceso social y de gestión, a través del cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos u otras entidades con valor para los otros”(p.5).

1.4.2.12. Estrategia con relación al cliente

Las empresas no pueden satisfacer a todos los consumidores de la misma manera debido a que algunos cuentan con necesidades distintas. En efecto, cada organización debe segmentar su mercado total, Kotler y Armstrong (2008) lo divide de la siguiente manera:

- **Segmentación del mercado**
Segmentar el mercado dependiendo de sus características, necesidades y comportamientos.

- **Determinación del mercado meta**

Proceso que permite evaluar y seleccionar el segmento que le pertenece dependiendo de sus necesidades.

- **Posicionamiento en el mercado**

Permite que un producto sea reconocido, frente a la competencia y usuario meta. (p.50).

1.4.2.13. Estrategias de crecimiento

Monferrer (2013) afirma que existen tres tipos de estrategias para aumentar las ventas en el mercado:

- **Estrategias de crecimiento intensivo:** consiste en perseguir el crecimiento de los productos que se comercializan en la empresa y/o negocio.
 - **Estrategia de penetración:** tener crecimiento con productos que ya existen en el mercado.
 - **Estrategia de desarrollo de mercado:** tener crecimiento en cuanto a la comercialización del producto.
 - **Estrategia de desarrollo de producto:** tener crecimiento en el mercado ya sea con productos existentes o nuevos.
- **Estrategias de crecimiento por diversificación:** Aprovechar las oportunidades de otros mercados.
 - **Estrategia de diversificación no relacionada (pura):** Actividad que emprenden las empresas sin tener relación a las estrategias existentes.
 - **Estrategia de diversificación relacionada (concéntrica):** Actividad que emprenden las empresas con relación a las estrategias existentes.
- **Estrategias de crecimiento por integración:** consta de tres direcciones:
 - **Estrategia de integración vertical hacia atrás:** Incluir participaciones de otros proveedores.
 - **Estrategia de integración vertical hacia delante:** Incluir participaciones de otros distribuidores.

- **Estrategia de integración horizontal:** Incluir participaciones de otros competidores.

1.4.2.14. Metodología para el diseño de packaging

Al hablar de metodología de envases y embalajes, se está hablando de un proceso anticipado de un producto, que consta de investigaciones sistematizadas y orientadas para crear una propuesta a base de los resultados que se obtuvieron (Brizuela, s/f).

Basándome en la investigación metodológica de Brizuela, que tiene como título: “El diseño de packaging y su contribución al desarrollo de pequeños y medianos emprendimientos”, desarrollé una metodología para crear un packaging sustentable el cual consta de los siguientes pasos:

Tabla 7: Metodología de packaging sustentable

#	Metodología a seguir
1	Tener claros cuales son los objetivos tanto del mercado, como de la marca y a partir de esos aspectos crear un brief.
2	Indagar al mercado meta a través de estas preguntas para conocer al usuario. ¿Qué materiales son de su agrado? ¿Cuáles son sus necesidades frente a este producto? ¿Qué aspecto diferenciador puedo utilizar frente a la competencia? ¿Qué aspecto innovador puedo dar a conocer? Mediante estas preguntas se puede generar un punto de partida a lo que sería un envase innovador.
3	Se recomienda diagnosticar el envase actual que contiene al producto, analizar y reconocer las características de estos, de manera que luego se pueda proceder a investigar sobre los diversos materiales biodegradables que se puedan utilizar para elaborar un packaging sustentable.
4	Para la elaboración del packaging sustentable se deben tener en cuenta las siguientes áreas:

•	Considerar materiales hechos de materia prima renovable (bioplásticos hechos de maíz o caña de azúcar).
•	Utilizar materiales reciclados (Papel, vidrio y Pet).
•	Proponer segundo uso.

5	Se deben considera las siguientes características en cuanto al envase: <ul style="list-style-type: none"> • Reutilización posterior. • Capacidad de volverse a llenar. • Reciclado fácil.
----------	--

6	Brainstorm: En este paso se empieza a realizar algo innovador o ingenioso, con la finalidad de crear ideas nuevas.
----------	--

7	Teniendo en cuenta las ideas que surgieron en el Brainstorm, se deben seleccionar propuestas que vayan en relación al brief y el mercado meta.
----------	--

8	Elaborar las propuestas ya antes seleccionadas, sin dejar a un lado la estructura base de un producto: debe ser resistente, estar sellado y envasado correctamente.
----------	---

9	Construir propuestas en función gráfica y estructural.
----------	--

10	Se realiza un seguimiento del producto dentro del mercado, tomando en cuenta si es aprobado o no por el público.
-----------	--

Fuente: Elaboración Propia.

1.4.3. Marco Legal

Las bases legales se fundamentarán en las normas establecidas en el Art. 395 por la constitución de la república de Ecuador.

- 1) Será presentado por parte del estado una base sustentable para garantizar un ambiente que respete la diversidad cultural, permitiendo satisfacer las necesidades de las generaciones existentes y por existir.
- 2) El estado deberá cumplir con todas las políticas a aplicarse de manera transversal.
- 3) Se permitira por parte del estado que las personas que generen mediante su empresa impactos ambientales, ser incluida en toda planificacion de la misma.
- 4) Se aplicaran las disposiciones legales con el fin de favorecer la protección medioambiental.

Por otro lado, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2015) en el artículo 10 señala que:

Toda informacion o dato que este escrito en las etiquetas, publicidades, o anuncios sobre el producto, deben contener la moneda legal en curso y estar en el idioma castellano. (p. 5)

Es indispensable investigar la legislación actual para los sistemas de empaque, embalajes y su estado para el reciclaje respectivo.

La ISO 9001 (2015) se basa en un sistema gestión de calidad en donde expresa que:

Las empresas se interesan por obtener esta certificación para garantizar a sus clientes la mejora de sus productos o servicios y estos a su vez prefieren empresas comprometidas con la calidad.

La ISO 4001 (2015) con relacion al Sistema de Gestión de Medioambiental expresa que:

Es certificable y se puede aplicar a cualquier organización, independientemente del tamaño o sector, que busque en su trabajo diario la minimización de los impactos sobre el entorno y el cumplimiento con la legislación ambiental vigente.

Uno de los requisitos de la Norma ISO 9000, el 7.5.5, sobre la conservación del producto dice:

La organización tiene la obligación de sobreguardar al producto en todo momento, hasta llegar a su destino, manteniendo los requisitos constructivos del envase(p. 32)

Las normativas mencionadas anteriormente presentan que el packaging y la etiqueta deberán someterse a diferentes leyes de etiquetado de alimentos destinados a la sociedad.

CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de Investigación

Según el enfoque

La investigación consta de una metodología con enfoque cualitativo, en donde Lerma (2009) señala que en esta exploración llama la atención el pensamiento del usuario junto a todo lo que lo representa como persona. Teniendo como función principal generar teorías en base a la información obtenida.

El estudio cualitativo permitirá determinar los atributos del empaque para diseñar una metodología de packaging sustentable, basándonos en otras metodologías o procesos ya existentes.

Según el alcance

La presente investigación tiene un alcance descriptivo que ayudará conocer los elementos del packaging que intervienen en la decisión de compra de las golosinas artesanales Esmeraldeñas.

2.2. Métodos y técnicas

2.1.1. Método

Según el carácter de estudio, Gómez (2012) describe al método inductivo con enfoque cualitativo como:

Un razonamiento de conocimientos generales que permita generar otra teoría en base a lo anteriormente estudiado.

Esta investigación consta de dos métodos: analítico, este permitirá realizar una segregación del empaque, para de esta manera obtener las características que formarán parte de la metodología del empaque sustentable.

para determinar las características necesarias que tendrá el diseño de metodología de packaging sustentable.

El método inductivo, permitirá recolectar información mediante revisiones bibliográficas para de esta manera conocer cuáles son los factores influyentes en la compra de los dulces artesanales.

Definición conceptual y operacionalización de variables

Tabla 2: *Matriz de Variables*

VARIABLES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	DESGLOSE DE LAS VARIABLES	INSTRUMENTOS
Packaging sustentable	Estudiar las características de los packaging correspondientes a los dulces artesanales esmeraldeños mas populares.	<ul style="list-style-type: none">• Materiales• Tipografía• Color• Ergonomía• Forma• Etiqueta	Ficha de Observación

	Proponer el diseño metodológico de packaging sustentable.	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar metodologías existentes • Normas del packaging • Materiales sustentables • Clasificación del packaging 	Revisión bibliográfica
Microempresas artesanales	Aplicar la metodología en un caso determinado.	<ul style="list-style-type: none"> • Cocadas • Troches • Conserva 	Focus Group

Fuente: Elaboración Propia.

2.2.1. Técnica

Ficha de Observación

La técnica de observación es una pieza clave, nos permitirá cumplir el primer objetivo específico, mediante la ficha de observación se establecerán las características del packaging correspondiente a los dulces artesanales Esmeraldeños más populares.

Ficha de revisión bibliográfica

El segundo objetivo específico se ejecutará mediante el instrumento de revisión bibliográfica aplicada en libros o artículos que permitan determinar cuáles son parámetros que se utilizarán para crear la metodología de empaque ecológico.

Focus Group

Permitirá comprobar los indicadores de calidad del diseño de metodología del packaging sustentable para comunicar visualmente el producto en este caso específico a la cocada y sus variedades dentro de la ciudad de Esmeraldas.

2.3. Población y muestra de estudio

La población estará constituida por 5 emprendedores dedicados a la elaboración y comercialización de los dulces tradicionales, que actualmente se encuentran ubicados en la vía Atacames.

2.4. Técnicas de procesamiento y análisis de datos empleados

Domínguez (2007), expresa que el análisis de información forma parte del proceso de adquisición y apropiación de los conocimientos latentes acumulados en distintas fuentes de información.

Para analizar los datos y sacar las diferentes conclusiones se realizará un análisis cualitativo mediante la ficha de observación, revisión bibliográfica y focus group, en donde se comparó y analizó cada ítem, para de esta manera categorizar la información y encontrar relaciones entre las respuestas, con la finalidad de cumplir cada uno de los objetivos propuestos.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Análisis e interpretación de resultados

Características de los packaging

Tabla 3: Categorización Ficha de Observación

Materiales	Bandeja de poliestireno con cierre de película plástica, plástico
Forma	E1-E3: Rectangular E2: Circular
Tipografía	E1,E2,E3: Contraste medio y visible solo la marca

Color	E1: Bicromático E2-E3: Monocromo
Ergonomía	E1-E3: Baja dificultad en abrir, alta en cerrar y transportar E2: Baja dificultad en abrir, cerrar y transportar
Etiqueta	E1: Estética coherente, posición correcta, distribución de la información equilibrada E2: Estética adaptable, posición correcta, distribución de la información equilibrada E3: Estética clara, posición correcta, distribución de la información equilibrada
Tiempo de Conservación	E1-E3: 3 a 5 días una vez abierta E2: 5 a 20 días hasta un mes de refrigeración
Envase	E1: Primario y envoltura E2-E3: Primario

Fuente: Elaboración Propia.

Se aplicaron fichas de observación a los envases comunes de los dulces (cocada, troliche y conserva), que permiten transportar sus productos, dando respuesta al primer objetivo específico de la investigación: Establecer las características de los packaging correspondientes a los dulces artesanales esmeraldeños considerados empíricamente como los más populares. Los aspectos considerados para realizar las fichas de observación son: materiales, forma, tipografía, color, ergonomía, etiqueta, tiempo de conservación y envase, obteniendo los siguientes resultados:

- Materiales; se observó que se utiliza bandeja de Poliestireno cerrada con película plástica para las cocadas y plástico para el caso de troliches y conservas. Estos materiales son los más utilizados debido a que son económicos y fáciles de conseguir para los emprendedores.

- La forma de los packaging de las cocadas y las conservas son rectangular, mientras que por otro lado la tarrina que contiene los troches tiene forma circular. Esto debido a la densidad de los productos
- El análisis tipográfico se centra en el color (contraste) y en el tamaño (legibilidad) en donde se pudo constatar que todos cuentan con un contraste medio y que el tamaño tipográfico no es visible, solo se evidencia la marca. Los colores elegidos por los emprendedores dificultan la legibilidad de la información dentro de la etiqueta, haciendo que solo resalte la marca.
- El color del packaging de las cocadas es Bicromático mientras que el de los troches y conservas es monocromo.
- Ergonomía del envase; se pudo observar que el envase tipo tarrina utilizado para los troches es ergonómico, mientras que el utilizado para las cocadas y conservas posee dificultad al cerrar y trasportar, esto se debe a que el envase para las cocadas y conservas es un material de baja calidad, es por eso que tienden a romperse y no conservan su forma inicial.
- Una vez realizada la observación de la etiqueta se pudo constatar que todas las etiquetas están colocadas de manera correcta, y que cuentan con una distribución de información equilibrada, por otro lado, el envase de las cocadas (bandeja de poliestireno) tiene una estética coherente, la bandeja de plástico utilizada en los troches tiene estética adaptable y por último la estética de las conservas es clara.
- El tiempo de conservación de los dulces artesanales puede durar de 5 días hasta un mes sin ser abiertos, una vez abierto el producto reduce su conservación especialmente en el caso de los envases de las cocadas y de las conservas por lo que

sería de 3 a 5 días. El tiempo de conservación de las cocadas y de las conservas no pasa de 5 días, debido a que el producto tiende a perder su sabor original.

- Los envases de los dulces artesanales (cocadas, troches y conservas) son primarios, teniendo en cuenta que las cocadas también cuentan con una envoltura. Concuenda con lo anteriormente dicho, los emprendedores buscan lo económico, es por eso que prefieren que sus productos no contengan tantas envolturas.

Ficha de Revisión Bibliográfica

Las fichas revisiones bibliográficas que se llevaron a cabo permitieron determinar las normativas del packaging de alimentos en el contexto ecuatoriano/esmeraldeño así como los materiales sustentables para la metodología del estudio, por otro lado, es importante conocer sobre la correcta clasificación del empaque. Esta información es parte de los criterios considerados para diseñar la metodología correspondiente.

Tabla 4: Categorización Ficha de Observación

Nombre del documento (Título de la publicación)	Las normativas de etiquetado, envasado y embalaje que deben cumplir los productos ecuatorianos para ingresar al mercado de Bolivia
Tipo de publicación (Artículo, libro, revista, conferencia)	Artículo
Autor	Córdova Garcés Steeven Josue
Referencia Bibliográfica (Normas APA)	Córdova,S.(2019). Las normativas de etiquetado, envasado y embalaje que deben cumplir los productos ecuatorianos para ingresar al mercado de Bolivia. Recuperado de http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13502/1/EUACE-2019-CI-DE00259.pdf

Palabras claves del artículo	Normativas, productos procesados, etiquetado, embalaje, exportación
Ubicación (dirección electrónica, y/o clasificación tipográfica de la biblioteca en donde se encuentra	http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/13502/1/ECUACE-2019-CI-DE00259.pdf
Resumen	Debido a que en la actualidad existe competencia en un gran porcentaje, las empresas han optado por expandirse internacionalmente adentrándose a un mercado distinto, creando así estrategias para informar a distintos clientes sobre los requerimientos y normativas de etiquetado y embalaje. Esta investigación es de tipo cualitativa con una revisión documental en revistas científicas, páginas oficiales y demás documentos online que brinden información sobre la normalización de etiquetado de productos procesados.
Conceptos abordados	Productos procesados, exportación de productos, etiqueta, envase y embalaje.
Relevancia de este artículo para el proyecto de investigación	Este artículo tiene relevancia con mi investigación debido a que me permitió conocer o estar al tanto sobre las normas de regulación y etiquetado que necesitaba tener en cuenta al momento de elaborar la metodología de packaging sustentable.

Fuente: Elaboración Propia.

Materiales Sustentables

El material más utilizado a la hora de crear un packaging sustentable kraft o papel de estraza. Para el packaging de los alimentos la variedad de materiales es más amplia, se puede llevar a cabo con la caña de azúcar, y el maíz como principal elemento.

La Escuela Superior de Diseño de España (ESDESIGN, 2018) asegura que la presentación no quiere dar a entender que debido al material que están elaborado los packaging ecológicos son menos resistentes. En algunos casos han superado las expectativas, siendo más resistentes que los habituales.

Clasificación del packaging

Según su utilidad

Desde el punto de vista del empaque y su contacto con el producto Vidales (2003) clasifica al packaging según su utilidad en:

- Embalaje primario: protege de forma directa al producto.
- Embalaje secundario: facilita la transportación de varios productos primarios.
- Embalaje terciario: protege varios productos al momento de su transportación.

Según el tipo de material

SAFE LOAD (2019) clasifica al packaging según el tipo de material de la siguiente manera:

Su funcionalidad

- Materia que contienen productos líquidos. (Botellas)
- Componentes rígidos: (cartón)
- Componentes agrupación.
- Componentes amortiguamiento.
- Protección contra la luz.
- Darle una nueva utilidad.

Percepción del material

Los embalajes o envases más habituales se encuentran clasificados de la siguiente manera:

- Plástico
- El papel o cartón.
- Materiales multicapas.

- La madera.

1.4.2.14.1. Según las normas internacionales

Huerta (2012) manifiesta que actualmente que una empresa debe contar con las siguientes normas de calidad:

- ISO 9000-9001: indican las principales características para tener un sistema de calidad.
- ISO 14000: Está relacionado con el medio ambiente.
- ISO 18000: Gestión de seguridad.
- ISO 18.601-18.606: Tiene relación con el envase y la ecología, siendo guías para un mejor reciclado o uso.
- ISO 22000: Manifiesta una alimentación segura y los riesgos de contaminación que pueden existir.

Focus Group

Para la presente investigación se realizaron dos focus groups, en una primera instancia se realizó virtualmente para conocer la perspectiva de los emprendedores frente al envase habitual de los dulces artesanales, y en una segunda instancia se le hizo llegar a cada emprendedor una propuesta de envase ecológico con la finalidad que dentro de una semana se llevaría a cabo un segundo focus group para ver si el envase realizado cumple o no su función.

Focus Group virtual:

Tabla 5: Categorización de focus group

Primer pensamiento	<ul style="list-style-type: none"> – 100% visibilidad de los productos. – 60% muestra facilidad al transportar (E2-E3), mientras que el 40% (E1) corre con el riesgo de que el envase se rompa a la hora de ser transportado – 100% visibilidad de las marcas.
---------------------------	---

Manipulación del envase	El 100% no tiene problemas al manipularlo.
Dificultad al abrir y cerrar	El 60% son fáciles de abrir y difícil de cerrar (E1-E3), mientras que el otro 40% tiene facilidad al abrir y cerrar (E2).
Guardar sobrantes	El 40% (E-2) permite guardar sobrantes por un tiempo estimado de 5 a 20 días, mientras que el 60% (E1-E3) una vez abierto el envase el producto debe consumirse de 3 a 5 días.
El envase refleja la calidad del producto	El 100% del envase no refleja la calidad que tiene el producto.
Contaminación que producen los envases	El 100% están conscientes de la contaminación que causan sus envases al medio ambiente.
Cambiar la presentación de los envases	Un 60% ha pensado cambiar la presentación de los envases, mientras que el otro 40% prefiere no hacerlo debido a que generarían más gastos al cambiar su presentación.
Experimentar envase ecológico	Al 100% le gustaría experimentar un envase ecológico.

Fuente: Elaboración Propia.

El presente Focus Group se realizó a 5 emprendedores de varios géneros (tres mujeres y dos hombres) dedicados a la elaboración y comercialización de los dulces artesanales esmeraldeños, que están en un rango de edad de entre 36 a 50 años. A continuación, se detallará el análisis del focus group:

- Lo primero que pensaron los emprendedores cuando observaron el producto envasado es: la facilidad al transportar, la visibilidad del producto como punto fuerte a la hora de la compra, la presentación es importante, y que un buen producto siempre debe llevar consigo una buena marca que lo identifique y diferencie en el mercado.

- La manipulación de los envases para los emprendedores no genera complicaciones, debido a que están diariamente en contacto con él, una de las cosas que casi todos rescataron es que como comerciantes pocas veces se identifican con el consumidor, y mediante esta experiencia se dieron cuenta que existen empaques que generan dificultades, tanto al transportar, como al abrir y cerrar, por otro lado, generan contaminación ambiental.
- Al momento de abrir los envases no se encuentran complicaciones, lo complicado se da al momento de cerrar los envases en el caso específico de las cocadas y las conservas.
- Se pueden guardar sobrantes en el caso de las tarrinas para los troches de 5 a 20 días, por otro lado, para las cocadas y conservas el tiempo estimado de preservación es de 3 a 5 días una vez abierto el empaque.
- Los envases a pesar de tener su respectiva marca que los identifique no reflejan la calidad del producto que contiene, sin embargo, este factor no incide al momento de una venta.
- Es verdad que los envases que se utilizan para comercializar los dulces artesanales esmeraldeños generan en parte contaminación ambiental, pero como emprendedores optan o ven como una opción un empaque económico.
- La presentación de los envases es fundamental para concretar una venta, es por eso que también se ha pensado en cambiarla por algo que no contamine al medio ambiente, pero hay un factor fundamental en todos los emprendedores y que sabemos que al cambiar el empaque se generarían más gastos.

- Se sugiere experimentar, esto permitiría conocer si cambiando el empaque actual por uno de menor grado de contaminación, incide en el volumen de ventas para los emprendedores.

Focus Group físico:

Tabla 6: Categorización de focus group

Primer pensamiento	<ul style="list-style-type: none"> – Innovación. – Calidad.
Manipulación del envase	El 100% no tiene problemas al manipularlo.
Dificultad al abrir y cerrar	No existen dificultades al abrir y cerrar.
Guardar sobrantes	Permite guardar sobrantes durante 5 a 8 días.
El envase refleja la calidad del producto	El 100% del envase refleja la calidad que tiene el producto.
Contaminación que producen los envases	El 100% están conscientes que el envase propuesto permite contrarrestar de cierta manera la contaminación ambiental.
Cambiar la presentación de los envases	Después de manipular el envase ecológico todos los emprendedores quieren implementarlo dentro de sus productos.
Comodidad al utilizar el nuevo envase	El 100% de los emprendedores tienen comodidad al utilizar el envase ecológico.

Entre el envase ecológico y el habitual, ¿Con cuál seguirían emprendiendo? ¿Por qué? Los emprendedores consideran que el envase ecológico ayudaría a aumentar sus ventas, es por eso que lo implementarán poco a poco.

Fuente: Elaboración Propia.

El segundo Focus Group se realizó a los mismos emprendedores con la finalidad de conocer si el envase ecológico cumple o no la función.

A continuación, se detallará el análisis del segundo focus group:

- Lo primero que pensaron los emprendedores cuando observaron el producto envasado es que existe innovación, un cambio radical en el envase, presentando a los clientes calidad a la hora de adquirir el producto.
- La manipulación del envase ecológico para los emprendedores no genera complicaciones, debido a que está elaborado pensando en la comodidad del cliente.
- El nuevo envase está elaborado a tal punto que no genera complicaciones al cliente al momento de abrir o cerrar el envase.
- Se pueden guardar sobrantes una vez abierto el envase de 5 a 8 días máximo.
- El nuevo diseño de envases refleja la calidad del producto que contiene, considerándolo como factor fundamental al momento de una venta.
- Los emprendedores consideran que la implementación de un envase ecológico permitirá de cierta manera contrarrestar un poco la contaminación ambiental.

- La presentación de los envases es fundamental para concretar una venta, es por eso que una vez manipulado los emprendedores han considerado implementarlo dentro de sus productos.
- Con una semana de manipulación del envase llegaron a la conclusión de que el envase ecológico es fácil de manipular.
- Los emprendedores consideran que el envase ecológico ayudaría a aumentar sus ventas, es por eso que lo implementarán poco a poco.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

4.1. Discusión de los resultados

El diseño del packaging de los productos se percibe en envases primarios transparentes, con formas básicas, tipografía no legible y resaltando de la etiqueta solo la marca. Mediante la observación se obtuvo que el material más utilizado por emprendedores es el plástico debido a que son económicos y fáciles de conseguir. A pesar de este resultado los emprendedores han pensado en cambiar la presentación de los envases por uno ecológico teniendo en cuenta que esta acción de alguna manera les permitiría resaltar en el mercado. Esto corrobora lo que dice en su investigación Guevara (2017), la imagen del envase debe llamar la atención del cliente para generar una venta, siendo el packaging un distribuidor de información llevando consigo imágenes, provocando emociones e impacto a los clientes. Por otro lado, argumentando a lo anteriormente expuesto De la Torre (2016) menciona que los elementos gráficos más importante como la marca y el packaging permiten difundir, diferenciar e identificar productos populares, al igual que los servicios y productos de pequeños negocios, como parte fundamental para lograr introducirse al mercado con eficiencia.

Los emprendedores tienen como primer pensamiento que el producto mientras más vistoso sea (transparencia en su envase) influye decisivamente en la elección de compra. Esto corrobora la investigación de Sabri, Doan, Malek, y Bachouche (2020), al mencionar que “el empaque transparente mejora la calidad percibida del producto y la intención de compra”, por otro lado también se obtuvieron resultados en donde ellos consideran que los envases (E2-E3) muestran facilidad al transportar, mientras que el (E1) por ser un material de baja calidad tienden a romper y a no conservar su forma inicial.

De otra manera, se pudo constatar que para ellos los materiales que más se utilizan son de tipo tarrina y bandeja de poliestireno, en donde todos expresaron que el envase no refleja la calidad del producto, generando muchas veces desinterés en los consumidores. Según Merino (2010), expresa que “el envase o empaque debe estar bien elaborado y no

debe perder realce debido a que el packaging hoy en día un elemento importante a la hora de vender un producto”, este aspecto es considerado por los emprendedores como su punto débil.

A partir de la información recopilada, se pudo evidenciar que, debido a la existencia de aspectos negativos en cuanto al envase de los dulces artesanales esmeraldeños, los emprendedores quisieran optar por un envase sustentable que le brinden al usuario facilidad al momento de transportar, consumir e interactuar con él.

4.2. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

En el siguiente capítulo se exponen las conclusiones resultantes de la investigación en función a los objetivos planteados.

Una vez establecidas las características del packaging de los dulces artesanales esmeraldeños más populares se evidenció que contienen deficiencias en cuanto a calidad. A partir de esa información se concluye que:

- Los emprendimientos cuentan con marca y registro sanitario de sus diversos productos (cocadas, trolices y conservas) mediante el ARCSA, cumpliendo así con las normas establecidas para el consumo humano.
- El estudio realizado a los emprendedores dieron resultados poco favorables en cuanto al packaging de sus productos, es así que un 60 % indica que existen dificultades al cerrar los envases.
- Los materiales utilizados por los emprendedores al momento de transportar sus productos son el plástico y la bandeja de poliestireno con cierre de película plástica. Resaltando que el producto entre más visible sea, llamará más la atención del público.
- Dentro del estudio realizado el total de la población indicó que el envase no refleja la calidad del producto, esto se debe a que las etiquetas están realizadas de una manera que le genera al consumidor dificultad a la hora de ver la información del producto, resaltando del envase solo lo marca.

Recomendaciones:

Una vez planteada las conclusiones se procede a dar las siguientes recomendaciones:

- Recomiendo a los emprendedores, registrar todos sus productos, esto le permitiría generar una estrategia de marketing dentro del mercado que se encuentra.
- Se sugiere a los emprendedores considerar la metodología planteada en esta investigación, con la finalidad de contrarrestar de cierta manera la contaminación ambiental.
- Sería recomendable cambiar la jerarquía de la información de los envases que comercializan los dulces artesanales esmeraldeños, teniendo en cuenta que el tamaño tipográfico debe ser más grande para lograr mayor visibilidad de la información.
- Se recomienda a los emprendedores investigar sobre lo importante que es implementar el diseño gráfico dentro de sus productos y el gran impacto que podría generar dentro del mercado, debido a que la imagen gráfica de cualquier emprendimiento va más allá de elementos decorativos, debe ser capaz de transmitir un mensaje concreto y de consolidar la imagen de marca.

5. REFERENCIAS

5.1. Referencias Bibliográficas

Ciravegna, E. (2017). Diseño de packaging. Una aproximación sistémica a un artefacto complejo. *RChD: creación y pensamiento*, 2(3). doi: 10.5354/0719-837X.2017.47825

Constitución del Ecuador (2008). Constitución del Ecuador. Recuperado de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

De la Torre, A. (2016). *Desarrollo y Posicionamiento de la Marca Cocada Esmeraldeña*. Recuperado de: <http://157.100.241.244/bitstream/47000/1225/1/UISRAEL-EC-DIS-378.242-52.pdf>

Dominguez, Y,(2007).El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa . Recuperado de [:http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662007000300020](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662007000300020)

Escuela Superior de Diseño de Barcelona. (2018). La influencia del color en el packaging. Recuperado de: <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/la-influencia-del-color-en-el-packaging>

Gaibor, L. (2018). “DISEÑO DE PACKAGING SOSTENIBLE PARA DULCES ARTESANALES TRADICIONALES DE LA CIUDAD DE GUARANDA. (Tesis de pregrado). ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL CHIMBORAZO, Riobamba. Recuperado de: <http://dspace.espace.edu.ec/bitstream/123456789/9396/1/88T00278.pdf>

Gómez, S., (2012). *Metodología de la investigación*. Recuperado de: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf

- Gómez, V., & Villón, E. (2007). PROYECTO DE DESARROLLO PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCES COMO IMPULSADOR DEL DESARROLLO DEL CANTÓN ROCAFUERRTE-MANABI. (Tesis de pregrado). ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, Guayaquil. Recuperado de:
<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3696/1/6223.pdf>
- Guevara, J. (2017). *LA INNOVACIÓN EN EL PACKAGING Y SU INFLUENCIA EN LA FUNCIONALIDAD DE ENVASES PARA BEBIDAS DE CARÁCTER DOMÉSTICO*. Recuperado de
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/6604/1/88T00215.pdf>
- Huerta,P.(2012). Calidad en packaging para la industria. Recuperado de:
<http://www.packaging.enfasis.com/articulos/65289-calidad-packaging-la-industria>
- ISO (2015). Organismo Internacional de Estandarización. Recuperado de
<https://www.iso.org/publication/PUB100080.html>
- Kotler,P., y Amstrong, G. (2008): *Fundamentos del Marketing*. Recuperado de :
file:///C:/Users/Personal/Downloads/Kotler_P_and_Armstrong_G_2008_Fundamento.pdf .
- Lerma,H., (2014). Metodología de la investigacion: Propuesta, anteproyecto y proyecto. Recuperado
de:<file:///C:/Users/Personal/Downloads/ERIKA%20CEDE%20C3%91O/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION%20PROPUESTA%20ANTEPROYECTO%20Y%20PROYECTO.pdf>
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2015). Recuperado de
<http://www.industrias.gob.ec/wpcontent/uploads/2015/09/LEYORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>

- Merino,C. (2010). *Propuesta Comunicacional Gráfica de Packaging para Productos de Cerámica de Biscocho de la Empresa MALHAJ*. Recuperado de http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/9613/41033_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Miranda, D. (2013). *Diseño de Marca y Packaging, aplicado a la “COCADA”, dulce tradicional esmeraldeño, para promoción de su identidad, en un nuevo contexto de mercado*. Proyecto final de Graduación. Universidad de Cuenca. Recuperado de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5165/1/tdis106.pdf>
- Monferrer, D. (2013). Fundamentos de marketing. Recuperado de: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
- Nielsen. (Abril de 2008a). *El poder del Packaging: Cambiar la disposición de la marca de PreStore a In-Store*. Recuperado de <http://ar.nielsen.com/news/pr20051208.shtm>
- Perez,C.(2012). Empaques y embalajes. Recuperado de: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Empaques_y_embalajes.pdf
- Raffino, M. (2020). Packaging. Recuperado 25 de junio de 2020, de concepto.de website: <https://concepto.de/packaging/>
- SAFE LOAD.(2019).Tipos de materiales de embalaje: características para el almacenamiento y transporte. Recuperado de: <https://www.safeloadtesting.com/es/tipos-de-materiales-de-embalaje-para-almacenamiento-y-transporte/>
- Suarez, G.(2009), ¿Qué es el Packaging? Recuperado en: <http://codigovisual.wordpress.com/2009/07/06/que-es-el-packaging/>

Una gira por los dulces tradicionales.(17 de Octubre de 2009). *El comercio*. Recuperado de: [https://www.elcomercio.com/actualidad/gira-dulces-tradicionales.html#:~:text=El%20bocadillo%20de%20guineo%20con,de%20la%20'Provincia%20Verde'.&text='La%20esquina%20del%20sabor'%2C,del%20cant%C3%B3n%20Bol%C3%ADvar%20\(Carchi\)](https://www.elcomercio.com/actualidad/gira-dulces-tradicionales.html#:~:text=El%20bocadillo%20de%20guineo%20con,de%20la%20'Provincia%20Verde'.&text='La%20esquina%20del%20sabor'%2C,del%20cant%C3%B3n%20Bol%C3%ADvar%20(Carchi)).

Vidales, Ma. Dolores. (2003). *El mundo del envase*. Vol. 1. Págs. 5-193. México. Editorial Gustavo Gili S.A. Recuperado de <https://tecnologia3bunlp.files.wordpress.com/2015/03/libro-disec3b1o-industrial-el-mundo-del-envase.pdf>

Sabri, O. , Doan, HV , Malek, F. y Bachouche, H. (2020), "¿Cuándo son beneficiosos los envases transparentes?", *Revista internacional de gestión de distribución y venta al por menor* , vol. 48, núm. 8, págs. 781-801. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2019-0097>

5.2. ANEXOS

Anexo 1: *Muestra del Packaging*

E1: Bandeja de Poliestireno



E2: Tarrina



E3: Plástico



Anexo 2: Validación de Instrumento

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Yo, Luis Alberto LLuilema, CI: 0603167917

de profesión Diseñador Gráfico y ejerciendo actualmente como

Docente de la carrera de Diseño Gráfico, en la institución Pontificia Universidad Católica, hago constar que he revisado, con fines de validación el instrumento diseñado por el investigador Cedeño Intriago Meibis Pierina, y luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

PARÁMETROS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	EXCELENTE
Congruencia ítem-dimensión			x
Amplitud de contenidos			x
Redacción de los ítems			x
Ortografía			x
Presentación			x

En Esmeraldas, a los 04 días del mes de Diciembre del 2020



Firma del validador

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

ÍTEM	CRITERIOS QUE EVALUAR										OBSERVACIÓN
	Claridad en la redacción		Coherencia Interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje claro con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	x		X		X		x		x		
2	x		X		X		x		x		
3	x		X		X		x		x		
4	x		X		X		x		x		
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIÓN
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									x		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									x		Aclarar a que objetivo tributa
Los ítems están distribuidos de forma lógica y secuencia									x		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir.									x		Organizarlos jerárquicamente
VALIDEZ											
APLICABLE							X	NO APLICABLE			
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES											
VALIDADO POR:			Luis LLuilema								
CÉDULA DE IDENTIDAD:			0603167917								
FECHA:			04/12/2020								
FIRMA:											

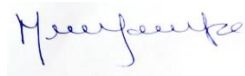
CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Yo, Mercedes Sarrade Peláez, CI 1703050409

de profesión Comunicadora, y ejerciendo actualmente como Docente en la institución PUCESE, hago constar que he revisado, con fines de validación el instrumento diseñado por el investigador MEIBIS PIERINA CEDEÑO INTRIAGO , y luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

PARÁMETROS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	EXCELENTE
Congruencia ítem-dimensión			X
Amplitud de contenidos			X
Redacción de los ítems			X
Ortografía			X
Presentación			X

En Esmeraldas, a los cuatro días del mes de diciembre de 2020



Firma del validador

Mercedes Sarrade Peláez

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

ÍTEM	CRITERIOS QUE EVALUAR										OBSERVACIÓN
	Claridad en la redacción		Coherencia Interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje claro con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X				
8	X		X			X	X				
9	X		X			X	X				
10	X		X			X	X				
11	X		X			X	X				
12	X		X			X	X				
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIÓN
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos de forma lógica y secuencial									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir.									X		
VALIDEZ											
APLICABLE							x		NO APLICABLE		
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES											
VALIDADO POR:			Mercedes Sarrade Peláez								
CÉDULA DE IDENTIDAD:			1703050409								
FECHA:			4 de diciembre de 2020								
FIRMA:											

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Yo Selena Gutiérrez Mosquera, CI 0850279993 de profesión diseñadora gráfico, hago constar que he revisado, con fines de validación el instrumento diseñado por la investigadora Meibis Pierina Cedeño Intriago, y luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

PARÁMETROS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	EXCELENTE
Congruencia ítem-dimensión		X	
Amplitud de contenidos		X	
Redacción de los ítems		X	
Ortografía		X	
Presentación			X

En Esmeraldas, a los 10 días del mes de Diciembre del 2020



Firma del validador

Selena Gutiérrez

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

ÍTEM	CRITERIOS QUE EVALUAR										OBSERVACIÓN	
	Claridad en la redacción		Coherencia Interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje claro con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	X		X		X		X		X			
2	X		X		X		X		X			
3	X		X		X		X		X			
4	X		X		X		X		X			
5	X		X		X		X		X			
6	X		X		X		X		X			
7	X		X		X		X		X			
8	XX		X		X		X		X			
9	X		X		X		X		X			
10	X		X		X		X		X			
11	X		X		X		X		X			
12	X		X		X		X		X			
ASPECTOS GENERALES										SI	NO	OBSERVACIÓN
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										x		
Los ítems están distribuidos de forma lógica y secuencia										x		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir.											X	Tiempo de conservación Tipos de envases
VALIDEZ												
APLICABLE							x		NO APLICABLE			
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES										SI	X	NO
VALIDADO POR:			Selena Gutiérrez Mosquera									
CÉDULA DE IDENTIDAD:			0850279993									
FECHA:			10/12/2020									
FIRMA:												

Anexo 3: Instrumento: Fichas de Observación

TITULO ESTUDIO: METODOLOGÍA PARA DISEÑO DE PACKAGING SUSTENTABLE ORIENTADO AL POSICIONAMIENTO DE MICROEMPRESAS DE GOLOSINAS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS

AUTORA: MEIBIS PIERINA CEDEÑO INTRIAGO

CARRERA: DISEÑO GRÁFICO PUCESE

PERÍODO DE INVESTIGACIÓN: El presente instrumento se ha construido a partir de otros ya existentes, y permitirá analizar packagings de dulces artesanales de la ciudad de Esmeraldas (cocadas, troliches y conservas), como parte del estudio presentado. La información obtenida tiene el propósito de responder al primer objetivo específico de la investigación: Establecer las características de los packaging correspondientes a los dulces artesanales esmeraldeños más populares.

Ficha de Observación 1

MICROEMPRESAS DE DULCES ARTESANALES (TROLICHE)									
TIPO DE ENVASE									
N°	ASPECTOS DEL PACKAGING	CRITERIOS						OBSERVACION	
1	Materiales	Plástico	Cartón	Vidrio	Metal	Bandeja Policarbono	Madera Otros		
2	Forma	Cuadrada	Rectangular	Circular		Triangular	Otros		
3	Tipografía	Color tipográfico (contraste)			Tamaño Tipográfico (legibilidad)				
		Alto			Alta				
		Medio			Media				
		Bajo			Baja				
4	Color	Monocromo	Escromático	Tricromáticos		Multi o Policromático			
5	Ergonomía	Dificultad al abrir		Dificultad al cerrar		Dificultad al transportar			
		Alta		Alta		Alta			
		Media		Media		Media			
		Baja		Baja		Baja			
6	Etiqueta	Estética			Posición		Distribución de la información		
		Coherente			Correcta		Equilibrada		
		Claro							
		Adaptable			Incorrecta		Desequilibrado		
		Armónico							
		Simétrico							

Ficha de Observación 2

MICROEMPRESAS DE DULCES ARTESANALES (COCADA)								
TIPO DE ENVASE								
Nº	ASPECTOS DEL PACKAGING	CRITERIOS						OBSERVACIÓN
1	Materiales	Plástico	Cartón	Vidrio	Metal	Bandeja Poliestireno	Madera	Otros
2	Forma	Cuadrada	Rectangular	Circular		Triangular	Otros	
3	Tipografía	Color tipográfico (contraste)			Tamaño Tipográfico (legibilidad)			
		Alto			Alta			
		Medio			Media			
		Bajo			Baja			
4	Color	Monocromo	Bicromático	Tricromáticos			Multi o Policromático	
5	Ergonomía	Dificultad al abrir		Dificultad al cerrar		Dificultad al transportar		
		Alta		Alta		Alta		
		Media		Media		Media		
		Baja		Baja		Baja		
6	Etiqueta	Estética			Posición		Distribución de la información	
		Coherente			Correcta		Equilibrada	
		Claro					Desequilibrado	
		Adaptable			Incorrecta			
		Armonico						
		Simétrico						

Ficha de Observación 3

MICROEMPRESAS DE DULCES ARTESANALES (CONSERVA)										
TIPO DE ENVASE										
Nº	ASPECTOS DEL PACKAGING	CRITERIOS							OBSERVACION	
1	Materiales	Plástico	Cartón	Vidrio	Metal	Bandeja Poliestireno	Madera	Otros		
2	Forma	Cuadrada	Rectangular	Circular		Triangular	Otros			
3	Tipografía	Color tipográfico (contraste)			Tamaño Tipográfico (legibilidad)					
		Alto			Alta					
		Medio			Media					
		Bajo			Baja					
4	Color	Monocromo	Bicromático	Tricromáticos			Multi o Policromático			
5	Ergonomía	Dificultad al abrir			Dificultad al cerrar		Dificultad al transportar			
		Alta			Alta		Alta			
		Media			Media		Media			
		Baja			Baja		Baja			
6	Etiqueta	Estética			Posición			Distribución de la información		
		Coherente			Correcta			Equilibrada		
		Claro								
		Adaptable			Incorrecta			Desequilibrado		
		Armonico								
		Simétrico								

Anexo 4: Matriz de datos: Ficha de Observación

Matriz Ficha de Observación			
	E1	E2	E3
	(Cocadas)	(Troliches)	(Conservas)
Materiales	Bandeja de poliestireno con cierre de película plástica	Plástico	Plástico
Forma	Rectangular	Redonda	Rectangular
Tipografía	Contraste medio Legibilidad baja (Solo visualiza la marca)	Contraste medio Legibilidad baja (Solo visualiza la marca)	Contraste medio Legibilidad baja (Solo visualiza la marca)
Color	Bicromático	Monocromo	Monocromo
Ergonomía	Dificultad en abrir bajo. Dificultad en cerrar alto.	Dificultad en abrir bajo. Dificultad en cerrar bajo	Dificultad en abrir bajo. Dificultad en cerrar alto.

	Dificultad al transportar alta	Dificultad al transportar alta	Dificultad al transportar baja
Etiqueta	Estética	Estética	Estética
	Coherente	Adaptable	Claro
	Posición	Posición	Posición
	Correcta	Correcta	Correcta
	Distribución de la información	Distribución de la información	Distribución de la información
	Equilibrada	Equilibrada	Equilibrada
Tiempo de Conservación	De 5 días hasta un mes sin ser abierta una vez abierto de 3 a 5 días	5 - 20 días en refrigeración hasta un mes. Temperatura adecuada.	De 3-5 días una vez abierta.
Envase	Primario /Envoltura	Primario	Primario

Anexo 5: Instrumento: Focus Group Virtual

FOCUS GROUP (GRUPO FOCAL)

Saludos Cordiales y bienvenidos, de antemano les agradezco por su colaboración.

El objetivo de este grupo focal es conocer su opinión respecto a los envases de los dulces artesanales (cocadas, troches y conserva). Se requiere que sean sinceros con sus apreciaciones. Lo primero que haré será entregarles diversos envases con sus respectivos productos para que puedan interactuar con ellos y posteriormente, les preguntaré al respecto.

1. ¿Qué fue lo primero que pensó cuando vio el producto envasado?
2. ¿Podría mostrarme cómo tomó el envase?, ¿Por qué lo hizo así?
3. ¿Cómo fue la experiencia de la manipulación de los envases?
4. ¿Existió alguna dificultad a la hora de abrir y cerrar los envases?
5. ¿Se puede guardar sobrantes en caso de que no se quiera consumir todo el producto?
6. Para ustedes ¿El envase refleja la calidad del producto?
7. ¿Es consciente usted de la contaminación que producen los envases de los dulces artesanales?
8. ¿Ha pensado alguna vez en cambiar la presentación de los envases?
9. ¿Le gustaría experimentar un envase ecológico en sus productos artesanales?

Anexo 6: Instrumento: Focus Group Físico

Preguntas de la segunda sesión:

1. ¿Qué fue lo primero que pensó cuando vio el producto envasado?
2. ¿Podría mostrarme cómo tomó el envase?, ¿Por qué lo hizo así?
3. ¿Existió alguna dificultad a la hora de abrir y cerrar los envases?
4. ¿Se puede guardar sobrantes en caso de que no se quiera consumir todo el producto?
5. Para ustedes ¿El envase refleja la calidad del producto?
6. ¿Es consciente usted de la contaminación que producen los envases de los dulces artesanales?
7. ¿Ha pensado alguna vez en cambiar la presentación de los envases?
8. ¿Se sienten cómodos utilizando el nuevo envase?
9. Entre el envase ecológico y el habitual, ¿Con cuál seguirían emprendiendo? ¿Por qué?

Anexo 7: Matriz de datos: Focus Group Virtual

Matriz de datos del Focus Group (grupo focal)

Nº	Miembros	Nilieth	Michael	Maryuri	Juan	Katherine
		Variable				
1	Primer pensamiento	E1,E2,E3: Visibilidad del producto	E1,E2,E3: Visibilidad del producto	E1,E2,E3: Visibilidad del producto	E1,E2,E3: Visibilidad del producto	E1,E2,E3: Visibilidad del producto
		E1,E3: Facilidad al transportar	E2: Dificultad al transportar	E2: Dificultad al transportar	E1,E3: Facilidad al transportar	E1,E3: Facilidad al transportar
		E1,E2,E3: Visibilidad de la marca	E1,E2,E3: Visibilidad de la marca	E1,E2,E3: Visibilidad de la marca	E1,E2,E3: Visibilidad de la marca	E1,E2,E3: Visibilidad de la marca
2	Manipulación del envase	E1,E2,E3: facilidad de manipulación de los envases	E1,E2,E3: facilidad de manipulación de los envases	E1,E2,E3: facilidad de manipulación de los envases	E1,E2,E3: facilidad de manipulación de los envases	E1,E2,E3: facilidad de manipulación de los envases

3	Dificultad al abrir y cerrar	E1-E3: Solo tiene dificultad al cerrar	E2: Facilidad al abrir y cerrar	E1-E3: Solo tiene dificultad al cerrar	E1-E3: Solo tiene dificultad al cerrar	E2: Facilidad al abrir y cerrar
4	Guardar sobrantes	E1-E3; Una semana	E2: Hasta un mes	E1-E3; Poco tiempo	E2: Si	E1-E3; Pocos días una vez abierto
5	El envase refleja la calidad del producto	E1,E2,E3: No	E1,E2,E3: No	E1,E2,E3: No	E1,E2,E3: No	E1,E2,E3: No
6	Contaminación que producen los envases	Consciente de la contaminación de los envases.	Consciente de la contaminación de los envases.	Consciente de la contaminación de los envases.	Consciente de la contaminación de los envases.	Consciente de la contaminación de los envases.
7	Cambiar la presentación de los envases	Si, sería bueno e innovador	No, generaría más gastos	Si	No, no tendría capital para adquirir esos envases para mis productos	Si

8	Experimentar envase ecológico	Si, para generar más ventas	Si	Si	Si	Si
----------	--------------------------------------	-----------------------------	----	----	----	----

Anexo 8: Matriz de datos: Focus Group Física

Matriz de datos del Focus Group (grupo focal)

Nº	Miembros	Nilieth	Michael	Maryuri	Juan	Katherine
	Variable					
1	Primer pensamiento	Calidad	Innovación	Innovación	Calidad	Innovación Calidad
2	Manipulación del envase	facilidad de manipulación de los envases	facilidad de manipulación de los envases	facilidad de manipulación de los envases	facilidad de manipulación de los envases	facilidad de manipulación de los envases

3	Dificultad al abrir y cerrar	No	No	No	No	No
4	Guardar sobrantes	Si	Si	Si	Si	Si
5	El envase refleja la calidad del producto	Si	Si	Si	Si	Si
6	Contaminación que producen los envases	El nuevo envase permitirá contrarrestar la contaminación ambiental.	El nuevo envase permitirá contrarrestar la contaminación ambiental.	El nuevo envase permitirá contrarrestar la contaminación ambiental.	El nuevo envase permitirá contrarrestar la contaminación ambiental.	El nuevo envase permitirá contrarrestar la contaminación ambiental.
7	Cambiar la presentación de los envases	Si	Si	Si	Si	Si

8	Comodidad con el envase actual.	Si	Si	Si	Si	Si
9	Entre el envase ecológico y el habitual, ¿Con cuál seguirían emprendiendo? ¿Por qué?	Ecológico, representa calidad	Ecológico, es innovador	Ecológico, representa calidad	Ecológico, representa calidad	Ecológico, representa calidad

Anexo 9: Propuesta de packaging sustentable (Cocada)



Anexo 10: Propuesta de packaging sustentable (Troliche)



Anexo 11: Propuesta de packaging sustentable (Conserva)

