



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación:** técnico en impresión serigráfica
- **Código del programa de formación:** 924104 - versión 1
- **Nombre del proyecto:** IMPRESIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS Y PRODUCTOS QUE APOYEN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS
- **Fase del proyecto:** análisis
- **Actividad de proyecto:** comprender el proyecto formativo y etapas del proceso serigráfico.
- **Competencia:** gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social
- Vigente. 220601501
- Resultados de aprendizaje:
 1. Alcanzar o Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.
 2. Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social
 3. Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado
- **Duración de la Guía:** 5 Horas.

2. PRESENTACIÓN

Querido aprendiz, durante el desarrollo de esta guía usted conocerá las características más importantes para diseñar y elegir el mejor empaque o packaging para un producto.

A menudo las decisiones de compra se toman por una primera impresión, por aquello que rodea al producto. El packaging puede ser clave para diseñar un buen empaque y a la vez, adquirir conocimientos relacionados a los envases, embalajes, marcado y etiquetado.



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

¿Qué es el packaging?

El packaging es la denominación que usamos para referirnos al envoltorio, empaque, embalaje y etiquetado de un producto. Por lo tanto, bajo esta denominación podemos hablar tanto del papel que envuelve al producto, a la caja, el envase o a cualquier otro material que lo proteja en su camino de la fábrica al almacén.

¿Cuáles son las funciones de packaging?

Una primera función es la obvia de **contener, proteger y conservar y transportar al producto** en su itinerario desde la producción al consumo, de la fábrica al cliente final.

El packaging es el **soporte informativo del producto**, en él suele encontrarse los datos del fabricante y del producto, fechas de caducidad, composición y otras informaciones adicionales que suelen venir reguladas por diferentes normativas. El etiquetado forma parte, pues, del packaging.

Tiene una **función de marketing clara**. A menudo se le llama “vendedor silencioso” porque con su estructura, su forma, su material, sus colores... provocan reacciones de compra en los clientes potenciales. Es una ventana abierta de comunicación hacia el consumidor. Se reconoce, además, su utilidad como estrategia de branding (el proceso de construir una marca).

Definición del envase y embalaje, sus diferencias

Envase: Es un envoltorio que tiene contacto directo con el contenido de un producto, tiene la función de ofrecer una adecuada presentación, facilitando su manejo, transporte, almacenaje, manipulación y distribución. Esto, más las connotaciones simbólicas integradas al producto, reforzando su imagen o deteriorándola, son la meta que cubren la forma más la imagen gráfica que se le proporciona al envase.

Empaque: Es la presentación comercial del producto, contribuye a la seguridad de éste durante el desplazamiento, y logra su venta; le otorga una buena imagen y lo distingue de la competencia. El empaque es la manera de presentar el producto terminado en el punto de venta. El empaque está más orientado hacia el marketing.

Embalaje: Es una forma de empaque que envuelve, contiene, protege y conserva los productos envasados; facilita las operaciones de transporte al informar en el exterior las condiciones de manejo, requisitos, símbolos, e identificación de su contenido. El embalaje es la protección del producto durante el transporte o almacenamiento.

Etiqueta: Es cualquier imagen o descripción gráfica que identifica al producto, y va impresa, adherida, escrita, marcada, grabada, sobrepuesta, etcétera.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

Cómo diseñar un buen packaging

La primera recomendación es que **debemos conocer a fondo a nuestro público objetivo**. No será lo mismo dirigirse a niños, que a mujeres entre 20 y 40 que a hombres directivos de más de 45 años.



Debe diferenciarnos del resto de productos de la competencia. Por ejemplo, si está en el lineal, stand o vitrina, debe destacarse de los demás, llamar la atención, pero sin poner en riesgo la funcionalidad del empaque. Es el primer elemento de contacto con el consumidor. De ahí puede nacer un flechazo o una primera impresión de indiferencia.

El **packaging** debe responder a unos criterios adecuados:

1. El Tamaño, Forma, Color y Materiales

2. Debe contemplar una función estética y simbólica respecto a lo que el consumidor necesita y lo que simboliza ese producto para su público objetivo.

3. Ha de ser coherente con el posicionamiento del producto. Si se trata de una crema de lujo el packaging debería de tener como atributos la elegancia, la calidad y unos colores que se relacionen con sus características intrínsecas, su precio y otros aspectos de su promoción. Si se trata de un producto de precio bajo debería diseñarse un packaging correcto, pero no ostentoso y que fuera barato.

4. Es interesante en algunas ocasiones también aportar un valor añadido al envase. Por ejemplo, que contenga información de utilidad para el consumidor (por ejemplo, con alguna recomendación de cocina en el envase), juegos en el caso del packaging de productos dirigidos a niños, etc.

5. Utiliza la creatividad también para el packaging. No sólo en cuanto a innovación de tipo de envase o embalaje sino también en la estética del mismo. Equilibra esa creatividad con la claridad y simplicidad de comunicación de qué es, para qué sirve y por qué interesa el producto.

Los elementos básicos

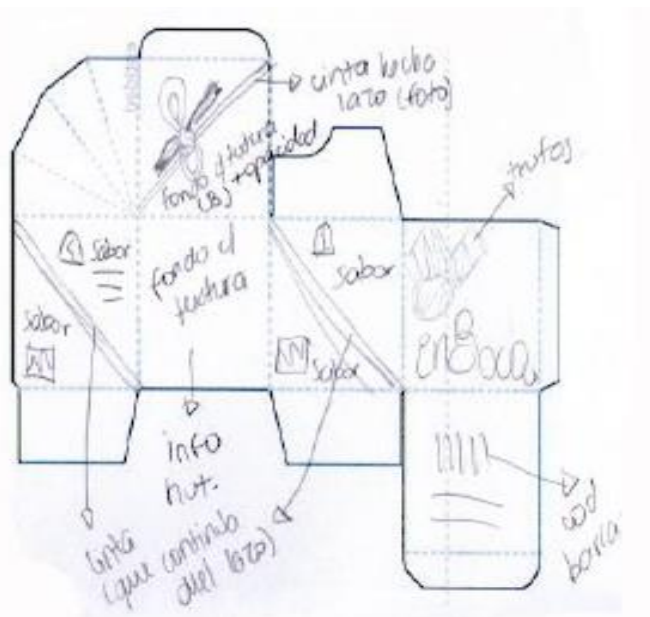
Debe tener un buen logo, tipografía, una excelente ilustración y una buena selección en la paleta de colores

Que materiales se utilizan para envase y embalaje: aluminio, cartón corrugado, hojalata, madera, papel, plástico, vidrio

3.3 Actividades de apropiación:

Cuáles son los pasos.

1. Elaboración del diseño y boceto del empaque.

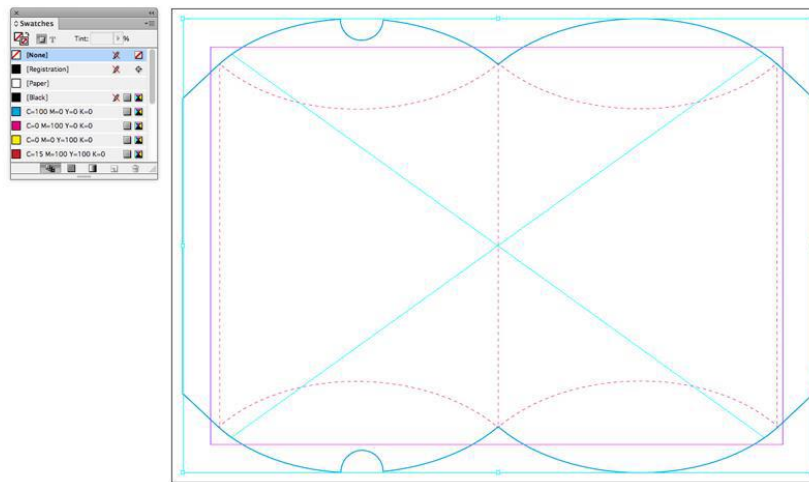




2. Selección del material en el que se va a estampar.



3. Creación del plano técnico o plantilla, debe indicar donde van los dobleces, cortes y detalles



4. Creación de la maqueta o prototipo del empaque



5. Utilización de etiquetas, código de barra, o Stickers

La **etiqueta** es una parte importante del producto que puede estar visible en el empaque y/o adherida al producto mismo y cuya finalidad es la de brindarle al cliente útil información que le permita en primer lugar,



identificar el producto mediante su nombre, marca y diseño; y en segundo lugar, conocer sus características (ingredientes, componentes, peso, tamaño...), indicaciones para su uso o conservación, precauciones, nombre del fabricante, procedencia, fecha de fabricación y de vencimiento, entre otros datos de interés que dependen de las leyes o normativas vigentes para cada industria o sector.

Este conjunto de líneas paralelas verticales de distintos anchos y espacios se conoce como **código de barras**, que sirve para codificar y comparar información de un artículo, que al ser leído por un escáner proporciona datos relacionados con las características del producto como composición, precio, datos nutricionales y hasta fecha de vencimiento.



5. Diseño final del empaque.



Simbología utilizada en los envases y embalajes

Todo envase y embalaje debe ir marcado con algunos símbolos para indicar las especificaciones del producto que contiene, el símbolo original del reciclaje nace en 1970 en un concurso para celebrar el Día Mundial de la Tierra, es así como surge este símbolo formado por un círculo que une tres flechas que indican el proceso de reciclaje, que son recolectar, procesar y comprar estos productos reciclables, los símbolos son:

Símbolos de reciclaje: los que forman un triángulo con flechas y un número dentro de éste indicando el número de veces que puede o ha sido reciclado. Y las letras debajo de éste especifican el tipo de plástico usado para ese envase.



3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Responda las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es el packaging y cuáles son sus funciones?
2. ¿Cuáles son las diferencias entre un envase, un empaque y un embalaje?
3. ¿Qué materiales se utilizan en el packaging? ¿Investigue sus cualidades?
4. ¿Para qué sirve el uso de etiquetas, código de barra, o stickers en un empaque?

3.4 ACTIVIDAD INDIVIDUAL

1. ¿Cuáles son los pasos para el diseño en un empaque?
2. Realice la elaboración del diseño y boceto del empaque, en una hoja carta y excelente presentación. Tenga en cuenta la tipografía, paleta de colores, y selección del material del empaque, para la propuesta de diseño.
3. Realice el diseño de la etiqueta del empaque.
4. investigue que otros símbolos se pueden utilizar en un empaque.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
FASE DE ANALISIS	Alistar herramientas, equipos y áreas de trabajo teniendo en cuenta los requerimientos técnicos especificados en la orden de producción.	Imprimir piezas gráficas y diferentes productos de acuerdo a la orden de producción y fichas Técnicas.	1. Identificar y analizar las fichas técnicas de los productos de recuperado de la pantalla. 2. Evaluar el estado de la pantalla para proceder con la limpieza. 3. Determinar los insumos de trabajo para recuperar la pantalla según el tipo de tinta trabajada. 4. Utilizar los elementos de protección personal de manera adecuada antes y durante el proceso de recuperado de la pantalla. 5. Verificar la limpieza de la	• Determinar los recursos necesarios para la recuperación de la pantalla de impresión serigráfica de acuerdo con los protocolos técnicos de producción • Limpiar las imágenes de la pantalla considerando la naturaleza del flujo del proceso, según los manuales de limpieza y la ficha técnica de los productos. • Almacenar la pantalla de imagen y los productos químicos de acuerdo con las indicaciones de producción y la	Instrumento: Lista de chequeo Instrumento: Trabajo escrito



			mallá después del proceso de recuperado. 6. Proponer métodos para disponer los residuos de impresión de acuerdo su clasificación y normatividad de seguridad industrial. 7. Almacenar los productos de limpieza y marco recuperado según las normas de seguridad.	ficha del fabricante. • Revisar la efectividad de la limpieza de la mallá según protocolos técnicos de producción • Analizar las condiciones de limpieza de la pantalla serigráfica de acuerdo con los protocolos técnicos de producción • Utilizar los elementos de protección personal de acuerdo con la normatividad vigente y las características químicas del contenido de los procedimientos establecidos por la empresa. • Disponer de los residuos de impresión de acuerdo con la clasificación de los mismos y la normatividad vigente cuenta las necesidades y segmentación del mercado.	
--	--	--	--	--	--

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Packaging: Denominación que usamos para referirnos al envoltorio, empaque, embalaje y etiquetado de un producto.

Envase: Es un envoltorio que tiene contacto directo con el contenido de un producto, tiene la función de ofrecer una adecuada presentación, facilitando su manejo, transporte, almacenaje, manipulación y distribución.

Empaque: Es la presentación comercial del producto, contribuye a la seguridad de éste durante el desplazamiento, y logra su venta; le otorga una buena imagen y lo distingue de la competencia.



Embalaje: Es una forma de empaque que envuelve, contiene, protege y conserva los productos envasados; facilita las operaciones de transporte al informar en el exterior las condiciones de manejo, requisitos, símbolos, e identificación de su contenido.

Etiqueta: Es cualquier imagen o descripción gráfica que identifica al producto, y va impresa, adherida, escrita, marcada, grabada, sobrepuesta, etcétera.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Cawthray, Richard, Denison, Edward, Packaging. Envases y sus desarrollos, México, Mc Graw Hill, 1999.
- William, Stanton, Etzel, Michael Etzel, Walker, Bruce, Walker, Fundamentos de marketing, Editorial Mc Graw Hill, 2004.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Shirley Alonso Silva	Instructor Serigrafía	CENIGRAF	Marzo 20 de 2020

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Gloria Palacios Zaque	Instructor serigrafía	Cenigraf	Agosto 2024	Actualización de formato.