



Erasmus+



VERiTage
International European
Cultural Heritage for LTTT

Embalaje de alimentos

Mucho más que un envoltorio



Pie de foto: Andy Warhol (1928–1987) [Latas de sopa Campbell - 1962](#)

Índice

Resumen general	2
Diseño de un nuevo embalaje	3
Resumen de la actividad	3
Hoja de descripción de la actividad	3
Paso 1	3
Paso 2	4
Paso 3	6
Paso 4	7
Paso 5	8
Reducción de residuos con el embalaje	9
Resumen de la actividad	9
Recursos	14
Embalaje de alimentos	14
Reducción de residuos con el embalaje	14

Resumen general

El embalaje es lo primero que ve el consumidor cuando mira un producto. Y, aunque a veces se subestima, es una herramienta de marketing crucial en el éxito o fracaso de la historia de un producto. En lo que se refiere al embalaje de alimentos en particular, parece evidente que el embalaje es mucho más que un elemento de conservación de alimentos: a través de ediciones especiales, artículos promocionales o descripciones de paisajes regionales y monumentos históricos, el embalaje cuenta historias y dialoga con el consumidor. Con su presencia, evoca el perfil del producto, su historia y su valor.

Además, desde el punto de vista de la economía circular, puede representar una importante herramienta en una política de reducción de residuos.

A partir de estas consideraciones, las actividades que proponemos guían al alumno hacia la reflexión y le invitan a aceptar el reto de crear nuevos modelos de embalaje en conexión con el contexto económico local.

El ejercicio presenta una actividad en detalle y describe una segunda actividad en líneas más generales que los profesores y formadores pueden finalizar mediante el modelo propuesto.

Diseño de un nuevo embalaje

Resumen de la actividad

Esta actividad invita a los alumnos a reflexionar acerca del papel del embalaje como elemento crucial en la producción y en el marketing de productos de alimentación. También les anima a pensar en el embalaje como herramienta de comunicación y expresión cultural, así como en la relación entre el embalaje y el arte. Como resultado final, la actividad propone a los alumnos crear, en colaboración con pequeñas empresas de producción local, un embalaje original para sus productos de alimentación.

Esta actividad está diseñada para cursos de programas económico-comerciales. También puede aplicarse a las ramas de hostelería y diseño técnico.

Resultado final

- Proyecto de embalaje.

Conocimientos específicos

- Las múltiples funciones del embalaje.
- Relación entre embalaje, diseño y arte.

Nivel de dificultad

Globalmente, este ejercicio tiene un nivel de dificultad medio-alto puesto que presupone un nivel de partida intermedio de las destrezas y conocimientos con los que se trabaja:

- Competencia multilingüe.
- Lectoescritura.
- Concienciación cultural y expresión.
- Competencia digital.
- Competencia emprendedora.

Hoja de descripción de la actividad

Paso 1

Descripción / Instrucciones

Esta fase está pensada para toda la clase.

A modo introductorio, puedes comenzar la actividad con la lectura del siguiente documento: [El embalaje como medio de comunicación](#) (artículo sobre la relación entre embalaje y comunicación). A continuación, pide a los alumnos que escriban un breve comentario del artículo.

Objetivos

- Aumentar la capacidad de los alumnos para comprender mensajes en inglés (Competencia multilingüe).
- Aumentar la capacidad de los alumnos para distinguir y utilizar distintos tipos de fuentes, buscar, recopilar y procesar información, utilizar herramientas de ayuda, formular y expresar argumentos escritos de forma convincente y adecuada al contexto (Lectoescritura).

Competencias clave

- Competencia multilingüe.
- Lectoescritura.

Recursos

- Persona de contacto del profesor para la actividad.
- Proponemos un grupo de profesores de la rama lingüística.
- Conexión a internet, ordenador portátil, retroproyector.

Duración

- 30 minutos - análisis del artículo.
- 30 minutos - comentario del texto.

Paso 2

Descripción

Pide a los alumnos que busquen en internet artistas famosos que hayan colaborado con empresas del sector de la alimentación y, en especial, del sector del embalaje. Pide a los alumnos que elijan un artista y describan por escrito los elementos básicos del vínculo entre el arte y el marketing. Tiene que ser un breve resumen en el que se conteste a una serie de preguntas.

A modo de ejemplo, se enumeran a continuación algunas preguntas relacionadas con la colaboración entre Sebastião Salgado e Illycaffé.

- ¿Cuándo empezó a colaborar el artista con la empresa?
- ¿Cuáles son los resultados principales de la colaboración?
- ¿Qué valores comparten la empresa y el artista?
- ¿Qué impacto tiene la colaboración en la estrategia de marketing de la empresa?
- ¿Qué impacto tiene la colaboración en la reputación del artista?

Objetivos

- Aumentar la capacidad de los alumnos para comprender mensajes orales, leer y entender textos en inglés (Competencia multilingüe).
- Aumentar la capacidad de los alumnos para distinguir y utilizar distintos tipos de fuentes, buscar, recopilar y procesar información, utilizar herramientas de ayuda, formular y expresar argumentos escritos de forma convincente y adecuada al contexto (Lectoescritura).
- Mejorar la comprensión del desarrollo de la identidad propia a través del patrimonio cultural en un mundo de diversidad cultural. Entender cómo el arte y

la expresión artística son maneras de ver el mundo y transformarlo a la vez (Concienciación cultural y expresión).

Competencias clave

- Competencia multilingüe.
- Lectoescritura.
- Concienciación cultural y expresión.

Recursos

- Persona de contacto del profesor para la actividad.
- Proponemos un grupo de profesores compuesto por profesores de la rama lingüística y un experto en arte.
- Conexión a internet, ordenador portátil, lápiz y papel.

Duración

- 30 minutos - búsqueda de información.
- 60 minutos - comentario del texto.

Paso 3

Descripción

Esta fase está pensada para toda la clase. Como resultado final y en colaboración con pequeñas empresas locales del sector de la alimentación, la actividad propone el diseño de un embalaje original para uno de sus productos. En este punto de la actividad, los alumnos tienen que seleccionar una empresa y concertar una reunión para presentar su propuesta. La presentación puede hacerse con distintas herramientas. Sugerimos utilizar una herramienta que los alumnos ya conozcan, como PowerPoint. La tarea del profesor es ayudar a los alumnos a seleccionar la empresa y apoyarlos en la toma de contacto y presentación de la propuesta.

Objetivos

- Aumentar la capacidad de los alumnos para comunicarse tanto oralmente como por escrito en distintas situaciones y adaptar la comunicación a las circunstancias de la situación (Lectoescritura).
- Aumentar la capacidad de los alumnos para distinguir y utilizar distintos tipos de fuentes, buscar, recopilar y procesar información, utilizar herramientas de ayuda,

formular y expresar argumentos escritos de forma convincente y adecuada al contexto (Lectoescritura).

- Aumentar la capacidad de los alumnos para pensar de forma crítica (Lectoescritura).

Competencias clave

- Lectoescritura.

Recursos

- Persona de contacto del profesor para la actividad.
- Conexión a internet, ordenador, teléfono y dirección de correo electrónico.

Duración

- No se puede prever una duración concreta ya que depende de elementos externos.

Paso 4

Descripción

Esta fase está pensada para grupos pequeños. Tras la reunión preliminar con la empresa seleccionada, pide a los alumnos que hagan un análisis de la empresa en el que se incluyan sus productos, los métodos de venta que utiliza y los factores que afectan al proyecto de embalaje. Sugerimos seguir las indicaciones propuestas en la sección «Ejemplos». Para realizar el análisis, puedes consultar el ejercicio correspondiente en «El origen de todo» en el que se proporciona información e instrucciones para usar el lienzo de modelo de negocio (Business Canvas Model). Una vez hecho el análisis, utiliza toda la información seleccionada y los resultados del análisis para ayudar a los alumnos a diseñar un embalaje original para el producto seleccionado. Si dispones de software de creación digital para este tipo de productos, puedes diseñar un modelo o *mockup* con los alumnos. Si no, puede ser simplemente un boceto en papel.

Objetivos

- Mejorar la capacidad de los alumnos para utilizar, acceder a, filtrar, evaluar, crear, programar y compartir contenido digital (Competencia digital).
- Aumentar la creatividad de los alumnos, lo que incluye la imaginación, el pensamiento estratégico, la resolución de problemas, la reflexión crítica y constructiva en el marco de los procesos creativos, y la innovación (Competencia emprendedora).

- Aumentar la capacidad de los alumnos para trabajar tanto individualmente como en equipo, movilizar los recursos (personas y cosas) y mantener la actividad (Competencia emprendedora).
- Aumentar la capacidad de los alumnos para tomar decisiones financieras relacionando los conceptos de coste y valor. Aumentar la capacidad de los alumnos para comunicarse y negociar con los demás de forma efectiva, para aceptar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo como parte esencial del proceso de toma de decisiones informadas (Competencia emprendedora).
- Aumentar la comprensión del uso de la tecnología digital como apoyo a la comunicación, la creatividad y la innovación; ser consciente de las oportunidades, limitaciones, consecuencias y riesgos (Competencia digital).
- Mejorar los conocimientos sobre las funciones básicas y el uso de diferentes dispositivos, software e internet (Competencia digital).

Competencias clave

- Competencia digital.
- Competencia emprendedora.

Recursos

- Persona de contacto del profesor para la actividad.
- Proponemos un grupo de profesores en el que haya un técnico, en caso de que se utilice un programa de dibujo, y un experto en marketing.
- Conexión a internet, ordenador, copias impresas del lienzo de modelo de negocio (Business Canvas Model).

Duración

- 90 minutos - análisis del modelo de negocio.
- 120 minutos - diseño del modelo de embalaje.

Paso 5

Descripción

Esta fase está pensada para toda la clase. Junto a los alumnos, haz una selección de los resultados obtenidos. Una vez elegido el modelo que mejor representa las necesidades potenciales de la empresa, invita a los alumnos a escribir una breve descripción del proyecto. El documento tiene que estar disponible digitalmente (mediante, por ejemplo, las herramientas de Google Drive).

Ponte en contacto con la empresa otra vez e invítales a escuchar la propuesta. Apoya a los alumnos con la presentación. Tras la reunión, evalúa de forma colectiva los comentarios recibidos, así como cualquier problema que haya surgido.

Objetivos

- Aumentar la capacidad de los alumnos para comunicarse tanto oralmente como por escrito en distintas situaciones y adaptar la comunicación a las circunstancias de la situación (Lectoescritura).
- Aumentar la capacidad de los alumnos para crear y compartir contenido digital (Competencia digital).
- Aumentar la capacidad de los alumnos para pensar de forma crítica (Lectoescritura).

Competencias clave

- Lectoescritura.
- Competencia digital.

Recursos

- Persona de contacto del profesor para la actividad.
- Conexión a internet, ordenador, retroproyector.

Duración

- 60 minutos - creación de la presentación.
- 60 minutos - presentación de la propuesta a la empresa.

Reducción de residuos con el embalaje

Resumen de la actividad

El embalaje puede desempeñar un papel crucial en la reducción de los residuos. Para comenzar la reflexión sobre este punto, proponemos hacer un viaje virtual a Japón y aprender una antigua técnica japonesa basada en el uso del *furoshiki*: una tela para envolver, tradicional y ecológica.

En esta actividad los alumnos tienen que hacer lo siguiente: ver algunos vídeos, leer un breve artículo en inglés (con el que en 2006 la antigua ministra de Medioambiente de Japón fomentó el uso del *furoshiki* para intentar promocionar la conciencia

medioambiental y reducir el uso de plásticos), poner a prueba la técnica y, como resultado final, grabar un breve vídeo.

El embalaje desempeña un papel crucial en la cadena de producción y marketing de un producto, no solo como herramienta de comunicación y ventas, sino como medio para reducir residuos.

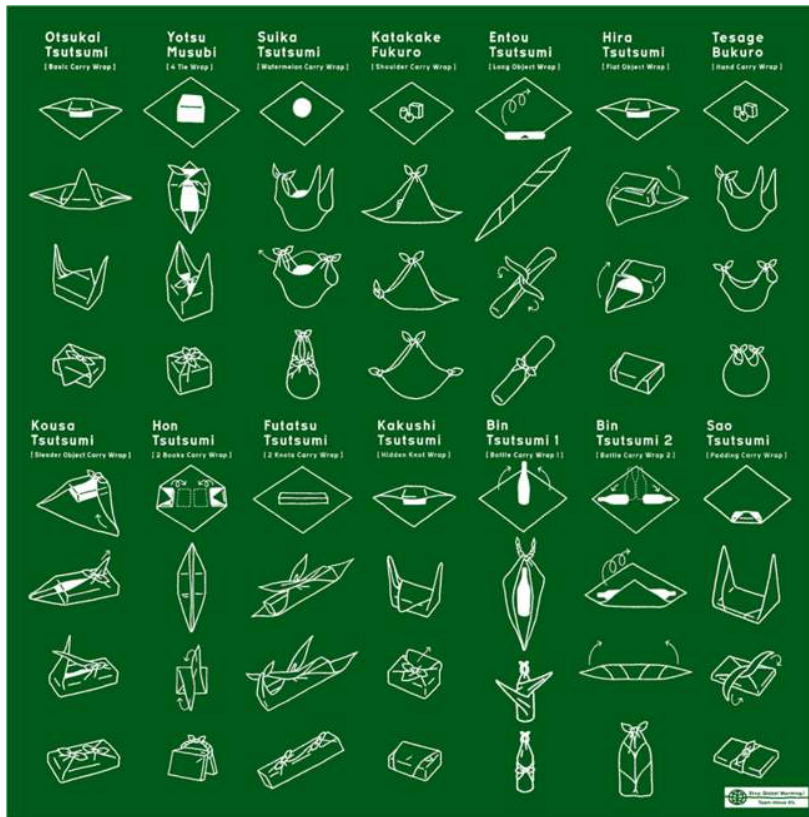
A partir de esta reflexión, la actividad propone un «viaje» a Japón para aprender la antigua técnica tradicional basada en el uso del *furoshiki*: un tejido que se lleva utilizando desde hace siglos para envolver y transportar objetos cotidianos o regalos.

Antes de empezar a trabajar en el producto, los alumnos tienen que ver unos vídeos ilustrativos de la técnica y leer un breve artículo de 2006 en inglés, en el que la entonces ministra de Medioambiente de Japón, Yuriko Koike, promueve el uso del *furoshiki*.

Para terminar la actividad, los alumnos pueden experimentar con la técnica y grabar vídeos para contar y compartir la experiencia.

Los pasos propuestos para esta actividad son:

- Busca vídeos que describan la técnica del *furoshiki*. Puedes encontrar muchos en Youtube.
- Visita la página dedicada a esta técnica en la página web del Ministerio de Medioambiente de Japón ([Ministerio de Medioambiente de Japón](#)).
- Lee y traduce el mensaje de Yuriko Koike, ministra japonesa de Medioambiente y creadora del *mottainai furoshiki* como símbolo de la cultura de reducción de residuos en Japón (ver los recursos adjuntos).
- En la siguiente tabla puedes aprender más acerca de esta técnica.



Pie de foto: [Ministerio de Medioambiente de Japón](#)

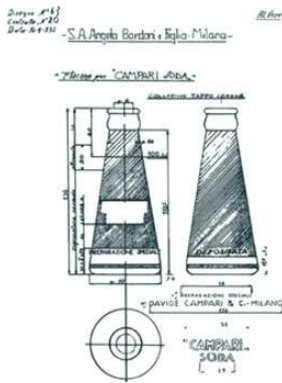
- Diseña y realiza algunos *mottainai furoshiki* para envolver distintos objetos (un libro, una botella, una camiseta, etc.).
- Graba vídeos de la actividad.
- Recopila los vídeos y edítalos para montar un vídeo promocional de tu colegio. Recuerda que el vídeo debe incluir los siguientes elementos: Qué es un *furoshiki*: elementos históricos y culturales, significado contemporáneo de esta antigua técnica (desde el punto de vista del reciclaje); presentación del proyecto; materiales necesarios; fases de la actividad; presentación del producto final.

Ejemplos

- Como ejemplo de la conexión entre el embalaje y el arte, hemos seleccionado tres obras de artistas que trabajaron con embalajes. [Alphonse Mucha](#), [Fortunato Depero](#), [Sebastião Salgado](#).



Pie de foto: Alphonse Mucha, Lata para galletas Lefèvre-Utile, 1899.

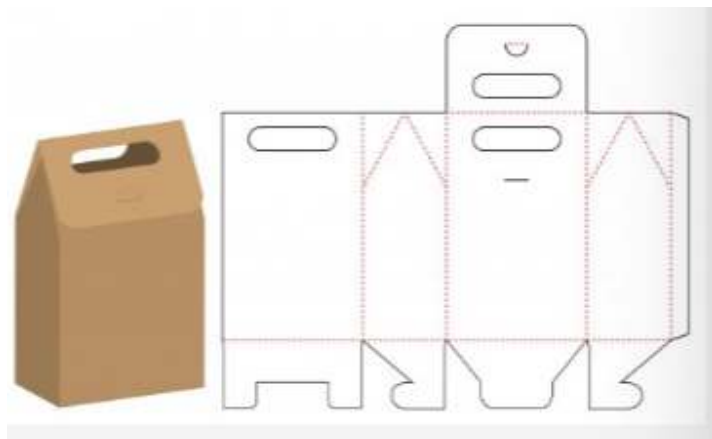


Pie de foto: Fortunato Depero, Botella de Campari soda, 1932.



Pie de foto: Illycaffè - Latas de café decoradas con fotos de Sebastião Salgado.

Ejemplo de la lista de actividades necesarias para diseñar un embalaje.



1. Información inicial (*briefing*).
2. Planificación de las actividades y plazos para la realización del proyecto.
3. Investigación sobre el producto y recopilación de datos.
4. Creación del concepto.
5. Fabricación de un modelo (*mockup*).
6. Realización de una prueba de mercado con pequeñas cantidades.

Notas al punto 3

Investigación sobre el producto y recopilación de datos.

En este punto es necesario recabar información acerca de los elementos siguientes:

Características materiales del producto (talla, peso, volumen, forma...).

Características intangibles del producto (precio, posicionamiento en el mercado, canales de venta, tipo de producto, categoría de producto...).

Modos de distribución (modos de transporte y distribución del producto, por ejemplo, ventas en tiendas físicas o virtuales, transporte en palés, almacenaje...).

Características del consumidor final: maneras y horas de consumo, singularidad del producto y público objetivo. Es decir, si el producto puede usarse en momentos distintos y de diferentes formas, se puede crear un embalaje distinto para cada ocasión.

Normativa (cualquier requisito legal que deba cumplir el embalaje). Ejemplo: tablas nutricionales, presencia de alérgenos, etc.

Competencia (características tangibles e intangibles de los productos de la competencia).

Notas al punto 4

Modelo.

Una vez hemos definido la idea de embalaje, tenemos que crear un modelo: una herramienta que nos permitirá mostrar al cliente el futuro embalaje. Existen dos tipos de modelo.

Modelo impreso: un modelo impreso en alta calidad con los mismos materiales que se usarán en la producción definitiva nos permite probar los aspectos estructurales, estéticos y funcionales del embalaje.

Modelo virtual en 3D: el modelo virtual en 3D nos permite visualizar el embalaje y girarlo 360° para observarlo desde distintos ángulos.

Recursos

Embalaje de comida

1. Andy Warhol (1928–1987) [Latas de sopa Campbell - 1962](#)
2. [Alimentarium](#)
3. “The Package Design Book” [Julius Wiedemann](#) ofrece una selección de cientos de obras procedentes de los ganadores del Pentawards de 2008 a 2016, con ejemplos de creatividad en distintos tipos de embalaje.
4. [El embalaje como medio de comunicación](#)
5. Este hipervínculo lleva a la [sección de alumnos](#) de la página web de la organización Pentawards. Pentawards es una de las principales redes dedicadas a compartir y dar visibilidad al diseño de embalajes global.
6. [Canva](#) herramienta de diseño en línea que permite crear fácilmente diseños gráficos sencillos.

Reducción de residuos con el embalaje

- El *mottainai furoshiki* de Yuriko Koiké: «He creado lo que podríamos denominar un *mottainai furoshiki*. La palabra japonesa *mottainai* significa que es una pena tirar algo sin haberle sacado todo su potencial. Este *furoshiki* está confeccionado a partir de una fibra reciclada de botellas PET y tiene un motivo de pájaros y

flores diseñado por Itoh Jakuchu, pintor de mediados del período Edo. Se cree que la tela japonesa para envolver conocida como *furoshiki* se usó por primera vez en el período Muromachi (1392-1573), como toalla de baño o para envolver la ropa. El *furoshiki* es tan cómodo que, con un poco de ingenio y doblándolo correctamente, puedes envolver casi cualquier cosa independientemente del tamaño y la forma. Es mucho mejor que las bolsas de plástico de los supermercados o el papel de envolver, puesto que es muy resistente, reutilizable y vale para muchas cosas. De hecho, es uno de los símbolos de la cultura tradicional japonesa y subraya la preocupación por limitar los residuos. Sería maravilloso que el *furoshiki*, símbolo de la cultura tradicional japonesa, nos ayudara a reconsiderar las posibilidades de la economía circular en la sociedad. De todo corazón, me gustaría difundir la cultura del *furoshiki* por todo el mundo».

- Este [Blog](#) puede servirte de inspiración para trabajar con *furoshiki*.