



Universidad Mayor de San Andrés
Facultad de Arquitectura Urbanismo y Artes
Carrera de Artes Plásticas



Trabajo de Grado

Tema:

Diseño de Bolsas de Papel
para Supermercados de la Ciudad de La Paz

Postulante:

Luis Salomón Flores Paredes

Tutor:

Lic. Rosario Mejía Ríos

La Paz - Bolivia



Este esfuerzo va dedicado a:

*mis Padres,
a la confianza que siempre me brindaron,*

*mis Hermanas,
por su continuo respaldo*

*sobretudo a Dios,
gracias infinitas por hacerlo todo posible.*

Aquí inicia este estudio sobre el diseño de bolsas de papel para ser implementadas en los supermercados, además de ver las consecuencias del uso indiscriminado de las bolsas plásticas y los beneficios que obtendríamos si cambiamos nuestros usos por el envase de papel. Las bolsas plásticas o también llamadas de nylon son hoy el material preferido para la comercialización de productos en diferentes sitios de la ciudad, uno de ellos son precisamente los supermercados, la razón es simple: son baratas, higiénicas y muy versátiles; casi todo se puede envasar en ellas incluyendo objetos sólidos y líquidos, por cada compra las bolsas plásticas son repartidas generosamente, si bien sin mala intención, estamos llenando el planeta con basura difícil de reciclar, que tarda miles de años en biodegradarse y que se acumula sin control contaminando los ríos, drenajes y el aire que respiramos.

Precisamente este asunto debe promover un cambio de actitud sobre nuestra conducta y en que medida afecta al medio ambiente. El papel al estar fabricado a partir de materias primas renovables se convierte en un material completamente reciclable, a diferencia del plástico que está fabricado de materias primas no renovables, requiriendo un alto costo energético, mismo que se pierde en gran medida porque muchas veces se tiran tras su primer uso.

En esta época de conciencia ecológica es conveniente que las empresas no sólo se interesen por ofrecer beneficios al cliente, sino a la sociedad, de esta manera serán tomadas en cuenta como lugares donde además del consumidor se preocupan por motivar valores, como en este caso los ecológicos.

Sustituir el plástico por el papel es una buena idea para ponerla en práctica, porque así de alguna manera perjudicaríamos mucho menos a nuestro mundo. Este estudio trata de incorporar el uso del papel gradualmente sólo en los supermercados de nuestra ciudad, pudiendo ser también destinado más adelante a otro tipo de usos o comercios.



CONTENIDO

	Página
Dedicatoria	
Síntesis	
PRIMERA PARTE	1
1. INTRODUCCIÓN	2
2. JUSTIFICACIÓN	3
3. OBJETIVO GENERAL	5
4. OPERACIONALIZACIÓN DE TÉRMINOS	5
5. MÉTODO	7
SEGUNDA PARTE	8
6. METAS Y TAREAS	9
6.1. Describir el impacto del uso de ambos materiales en el medio ambiente	9
6.1.1. Papel y medio ambiente	10
6.1.2. Plásticos y medio ambiente	11
6.2. El papel contra el plástico	14
6.3. Diseño de envases	14
6.3.1. Los materiales	15
6.3.2. Las actitudes frente al diseño de envases	15
6.3.3. Investigación sobre envases	19
6.3.4. Los envases y la influencia de los colores	19
6.3.5. Envases y marcas	20
TERCERA PARTE	23
7. MARCO TEÓRICO	24
7.1. Referencia histórica sobre los envases	24
7.2. Materiales de uso	26
7.2.1. El papel	26
7.2.2. El plástico	31



	Página
7.3. Canales comerciales. Los supermercados	33
7.3.1. Análisis socio - cultural acerca de los supermercados	33
7.3.2. Factor económico	34
7.3.3. Asociación de Supermercados y Autoservicios (ADESA)	36
7.3.4. Supermercados de la Ciudad de La Paz	37
7.4. Efectos de las bolsas plásticas en el medio ambiente	38
7.5. Usos y gratificaciones de las bolsas de papel	41
7.6. Segmento poblacional que concurre al supermercado	44
CUARTA PARTE	47
8. LA PROPUESTA: DISEÑO DE BOLSAS DE PAPEL PARA SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE LA PAZ	48
8.1. Lineamientos generales	49
8.1.1. Tipo de papel	52
8.1.2. Tipografía	52
8.1.3. Isólogo	54
8.1.4. Tamaño	54
8.2. Prototipo terminado de la bolsa de papel	65
BIBLIOGRAFIA	66



PRIMERA PARTE

En esta primera parte se hace referencia al origen de los envases, que en un principio se utilizaron para contener los alimentos y la bebida, posteriormente se utilizaron para preservar los alimentos.

De esta manera el empaquetado fue desarrollándose y con la aparición de los supermercados se desarrolló aún más para permitir el autoservicio de los clientes.

Actualmente los envases de plástico son los más difundidos, existe cada vez más una serie de servicios que demandan el uso de envases plásticos, mismos que después de su uso se desechan y generan basura. Por esto es necesario implementar el uso de la bolsa de papel en los supermercados de nuestra ciudad como una opción frente a la bolsa plástica.

1. INTRODUCCIÓN

Los seres humanos siempre protegieron los alimentos y la bebida en envases como piedras, hojas y calabazas, y más tarde canastas y utensilios de loza y ya en el año 1500 AC. envases de vidrio. Se ha descubierto un envase etiquetado con el nombre del fabricante, procedente de la antigua Roma, conteniendo un ungüento.

El inicio de la industria moderna del empaquetado está ligado a los métodos de preservación de alimentos. Al principio se usaba la salazón y el ahumado, pero en 1795, conciente de que los ejércitos "avanzan con el estómago", Napoleón ofreció una recompensa a quien inventara un método de conservación. Fue un pastelero, Nicholas Appert quien ganó el premio por inventar las botellas herméticas de cristal. Más tarde utilizó envases de hojalata.¹



Envase de piedra del periodo arcaico, encontrado en Babilonia.

Con la aparición de los supermercados el empaquetado se ha desarrollado para permitir el autoservicio de los clientes. Una vez que ha cumplido la función de proteger su contenido,

¹ <http://envase y consumidor.com/htm>.



los envases se desechan como basura doméstica. Ello está provocando una concientización considerable sobre el medio ambiente. La Unión Europea y otros países han introducido legislaciones para tratar de reducir el desecho de envases y promover el uso de materiales reciclados como el papel.²

La bolsa de papel es ampliamente utilizada en otros países, esto debido a su robustez y a su elegante apariencia, sin olvidar que este envase es respetuoso con el medio ambiente, ya que es completamente reciclable. Además debido a su opacidad y a su capacidad de absorción es indicado para envasar hortalizas como por ejemplo las patatas ya que las preserva de la luz, evita la condensación en el interior y aísla parcialmente el producto de los cambios de temperatura, consiguiendo así la mejor conservación de los productos hasta su consumo.³

Esta idea es buena para ponerla en práctica, porque al sustituir el plástico por el papel contaminaríamos mucho menos ya que el papel perjudica menos al medio ambiente al ser biodegradable, mientras el plástico tarda más tiempo en descomponerse.

2. JUSTIFICACIÓN

Las bolsas plásticas son el material preferido y de más uso para la compra - venta de productos en diferentes lugares comerciales, uno de ellos son precisamente los supermercados.

Diariamente se usan y desechan cantidades innumerables de bolsas plásticas, este problema de alguna

² <http://envase y consumidor.com/htm>.

³ <http://bolsas de papel.com/htm>.

**ENVASES
PLÁSTICOS:**

*Vasos, platos, bolsas,
botellas y otros
recipientes hechos de
este material que
después de su uso son
desechados.*

manera es la raíz de fuertes contaminantes en los centros urbanos que forman parte de lo que son los desechos sólidos, por esto se hace necesaria la sustitución paulatina de las bolsas plásticas o de nylon por las bolsas de papel.

En países de Europa y en Estados Unidos se ha comenzado hace tiempo a usar el papel y abandonar totalmente el plástico, pero sólo después de un trabajo insistente.

Los centros urbanos es donde más basura se produce, la misma que es embolsada en plástico y depositada en rellenos sanitarios grandes, donde tardan muchos años en biodegradarse. La producción de basura está ligada con la producción de plásticos en el país, por tanto hay cada vez mayor cantidad de gente que utiliza una serie de servicios y para los cuales está obligada a usar los envases plásticos, por lo que el uso del papel es una alternativa.⁴

Al hablar de envases plásticos se hace referencia a toda la variedad que existe como ser vasos, platos, y bolsas plásticas que después de su uso son desechadas. Las bolsas plásticas y las bolsas de papel son una clasificación más dentro de lo que son los envases, como también lo son las botellas pett, las bolsitas de leche y jugos, los envoltorios de las galletas, papas fritas y un sinnúmero de envases hechos de plástico.

El estudio pretende ingresar al uso del papel paulatinamente solamente a supermercados, de nuestra ciudad. Más tarde se podrá extender esta práctica a otro tipo de usos o comercios, también ayudará entre otros aspectos a sensibilizar a los clientes de los supermercados de La Paz sobre el cuidado

⁴ <http://www.agua.bolivia.org/htm>.



del medio ambiente y proporcionar información de los beneficios del uso del papel.

3. OBJETIVO GENERAL

Poner en conocimiento del público las ventajas del uso del papel como material para diseñar envases de empaque y ofrecer a los clientes de los supermercados de la Ciudad de La Paz, reduciendo así, de alguna manera, el uso de bolsas plásticas que dañan el medio ambiente y generan más basura.

3.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Realizar 10 modelos de bolsas de papel orientados a los fines específicos según cada caso, para ser utilizados de acuerdo al peso y volumen de los productos que contendrán en su interior.

Hacer que el diseño no sólo cumpla una función mercadotécnica, sino que persiga un fin social que busque el beneficio de toda la población.

4. OPERACIONALIZACION DE TERMINOS.

Envase. Se denomina envase al contenedor que está en contacto directo con el o los productos mismos, que guardan, protegen, conservan e identifican al mismo. Pero además el envase facilita el manejo de los productos y su comercialización.⁵

⁵ Diccionario Enciclopédico ESPASA. (2001). España

Papel. Hoja delgada, hecha a mano o mecánicamente, con pasta fibrosa vegetal bien blanqueada, que se obtiene triturando en agua trapos de hilo o de algodón o bien otras materias fibrosas.⁹

Plástico. Fibra textil sintética que tiene muchas aplicaciones, una de ellas la fabricación de bolsas para el comercio de productos.¹⁰

Reciclar. Utilizar materiales en desuso como materia prima para fabricar a partir de los mismos, nuevos materiales o productos.¹¹



El reciclaje es la solución ideal para ahorrar energía y recursos naturales, además de preservar nuestro medio ambiente.



Supermercado. Comercio público de grandes dimensiones en que se venden productos generalmente comestibles, distribuidos por sectores.¹²

Medio Ambiente. Es el conjunto de las condiciones físicas, químicas y biológicas que rodean al hombre teniendo

⁹ Diccionario Enciclopédico ESPASA. (2001). España

¹⁰ Id.

¹¹ Id.

¹² Id.



contacto con él e influyendo en su desarrollo físico, social y cultural. El 5 de junio es el Día Mundial del Medio Ambiente.¹³

5. MÉTODO

Se va a estudiar solamente a los supermercados importantes con los que cuenta la Ciudad de La Paz y a los clientes hombres y mujeres que concurren a estos lugares comerciales a abastecerse con la variedad de productos, ya sean comestibles o de uso doméstico, que ofrecen los mismos.

¹³ <http://www.temas.ecológicos.com/htm>.



SEGUNDA PARTE

Para entender al tema de los envases es necesario saber algo acerca de su origen y desarrollo. Es así que en esta segunda parte realizaremos una descripción de lo que son los envases, además de ver las ventajas y desventajas medioambientales del papel y el plástico como materiales para elaborarlos.

Ningún diseñador debería ignorar la importancia del diseño de envases en la estrategia de marketing de un producto, tampoco debería pasar por alto la forma, tipo de material y el diseño del mismo, luego la tipografía y el color son elementos también relevantes.

Sobretudo un envase debe ser creativo, pero sin dejar de ser funcional y lo más elemental debe proteger lo que contiene en él.

6. METAS Y TAREAS

6.1. Describir el impacto del uso de ambos materiales en el medio ambiente

El envase adquiere cada vez mayor importancia. Ha dejado de ser un simple contenedor o protector del producto, a adquirir connotaciones simbólicas que lo integran al mismo, favoreciendo o deteriorando la imagen de este. Ha llegado a llamársele "el vendedor silencioso" ya que es lo primero que se observa del producto y también nos comunica las cualidades y beneficios que obtendremos si consumimos el alimento.

Los envases son un gran invento que han mejorado la calidad de vida de los seres humanos. Los avances realizados en este campo han permitido, por ejemplo, conservar frescos alimentos que de otra forma se hubieran perdido. Uno de los grandes problemas a los que se enfrenta hoy la humanidad es el hambre que sería aún mayor sin los envases, que permiten prolongar la vida de los alimentos y transportarlos lejos de su lugar de origen.¹⁴

Casi la tercera parte de la producción alimenticia de los países del Tercer Mundo se malogra por la falta de medios y la infraestructura necesaria para envasarla y conservarla para su posterior consumo. Sin embargo esta cara tiene su cruz. En la civilización de las apariencias, los envoltorios tienen tanta o más

¹⁴ <http://www.envasesyembalajes.com/htm>.

importancia que los contenidos. Y bien saben esto los comerciantes que nos venden suntuosos, excesivos y aparatosos envases.¹⁵

6.1.1. Papel y medio ambiente

La materia prima utilizada por la industria papelera es, aproximadamente, en un 70% papel recuperado, y en un 30% celulosa. Una industria utiliza en su mayor parte madera de especies de crecimiento rápido que proceden básicamente de cultivos forestales.



Cartón apilado, preparado para su reutilización o reciclado.

Existen exigencias legales que obligan a los fabricantes de pastas papeleras a controlar la emisión de gases, pero no todos los fabricantes realizan el mismo esfuerzo en medidas medioambientales. Y la causa está en que respetar las normas legalmente establecidas puede representar hasta un 30% de la inversión total necesaria para instalar una planta papelera.¹⁶

El reciclaje del cartón es una actividad cada vez más extendida en la fabricación de envases de cartón para embalaje. Se ha visto impulsada considerablemente por el inicio de las recogidas organizadas de residuos sólidos urbanos.

¹⁵ <http://www.envasesyembalajes.com/htm>.

¹⁶ <http://www.envasesyconsumidor.com/htm>.

**PROBLEMA
ECOLÓGICO:**

Las bolsas plásticas son prácticamente indestructibles, al ser baratas, livianas y abundantes, muchas veces se desechan tras su primer uso.

Todos los fabricantes utilizan, en mayor o menor medida, cartón viejo recuperado para la obtención de su producto.

El reciclaje consiste en introducir el papel viejo en un pulper. En un medio acuoso y sometido a un proceso desintegrado, el cartón viejo (o papelote) vuelve al estado pastoso y, tras pasar por otras series de fases, se convierte en pasta reciclada. En este proceso, las pérdidas de fibras son considerables por lo que la pasta obtenida pierde resistencia. También pierde calidad: es más oscura. Lo habitual es hacer cartón con una mezcla de pastas vírgenes y pastas recicladas.

La celulosa virgen como la procedente de papel recuperado es reciclable y biodegradable, con lo que no plantea en principio dificultades en el campo medioambiental. Es evidente que el envase de papel que ha de reciclarse no debe estar recubierto o impregnado con plásticos, ceras u otras sustancias que hagan inútil su recuperación.

Los envases y envoltorios son necesarios para proteger y conservar los productos, garantizar su higiene, informar al consumidor de sus señas de identidad e instrucciones de uso, y para facilitar el transporte y almacenamiento. Para nada más. El sobre empaquetado es antieconómico y antiecológico. Plástico, vidrio, metales, papel y cartón son los materiales más comúnmente empleados para embalar. Cada uno de ellos está indicado para un uso específico, cada uno presenta ventajas y desventajas medioambientales y de consumo específicas.¹⁷

6.1.2. Plásticos y medio ambiente

Los plásticos fueron el invento del siglo pasado hace tan

¹⁷ [http://www. envases y consumidor.com/htm](http://www.envases y consumidor.com/htm).

sólo unas décadas. Se pensó que resultaría el remedio para muchos problemas. Y así fue.

Pero precisamente una de sus ventajas más celebradas es su talón de Aquiles; resultan prácticamente indestructibles en la era de la fugacidad, baratas, livianas y abundantes, las omnipresentes bolsas plásticas son un problema ecológico. Y otro tanto puede decirse de las botellas y envases de plástico en general. Los tipos de plásticos se cuentan por decenas, pero todos ellos están elaborados a partir de materiales no renovables como petróleo, gas natural y carbón. Su proceso de fabricación requiere un alto coste energético. Y toda esa energía se pierde en gran medida, porque suelen tirarse tras el primer uso. Su destrucción resulta muy costosa energéticamente y es muy contaminante en la mayoría de los casos.

La incineración de determinados tipos de plásticos es una de las causas de la lluvia ácida que destruye los bosques y la salud de los seres humanos. Y abandonados a la intemperie, práctica tan abominable como extendida, sus bien trabadas cadenas moleculares se resisten a romperse por la acción de cualquier agente natural. Comienzan a extenderse las bolsas de plástico fotodegradables, que se destruyen por la acción de los rayos solares, y científicos de todo el mundo rico buscan el plástico biodegradable como los alquimistas medievales la piedra filosofal, pero este cáliz también es esquivo y no parece que su producción sea para mañana, porque los que se van encontrando resultan muy caros.¹⁸

Algunos tipos son reciclables, pero precisamente la gran variedad que existe hace este proceso inviable, al menos en el

¹⁸ [http://www. envases y embalajes.com/htm](http://www.envases y embalajes.com/htm).



RECICLAJE DE PLÁSTICOS:

Es posible, pero resulta una tarea difícil y costosa, generando problemas en la recolección, traslado y disposición final.

ámbito doméstico. ¿Cómo clasificar en casa tal exceso de modalidades? Otra cosa es en el ámbito industrial, donde podría hacerse más en ese sentido. No todo el panorama es oscuro. Los plásticos son livianos, resistentes, asépticos, duraderos "eso también es una ventaja" y baratos para el consumidor. Aunque al planeta le están resultando caros.

Muchas de las ventajas de los productos plásticos se convierten en una desventaja en el momento que desechamos ya sea el envase porque es descartable o bien cuando tiramos objetos de plástico porque se nos han roto.

Si bien los plásticos podrían ser reutilizados o reciclados en su gran mayoría, lo cierto es que hoy estos desechos son un problema de difícil solución, fundamentalmente en las grandes ciudades. Es realmente una tarea costosa y compleja para los municipios encargados de la recolección y disposición final de los residuos ya que a la cantidad de envases se le debe sumar el volumen que representan.

Por sus características los plásticos generan problemas en la recolección, traslado y disposición final. Algunos datos nos alertan sobre esto. Por ejemplo, un camión con una capacidad para transportar 12 toneladas de desechos comunes, transportará apenas 6 ó 7 toneladas de plástico compactado, y apenas 2 de plástico sin compactar.¹⁹

Dentro del total de plásticos descartables que hoy van a la basura se destaca en los últimos años el aumento sostenido de los envases de pett proveniente fundamentalmente de botellas desechables de aguas de mesa. Las empresas, buscando reducir costos y amparadas en la falta de legislación,

¹⁹ [http://www. envases y embalajes.com/htm](http://www.envases y embalajes.com/htm).

vienen sustituyendo los envases de vidrio por los de plástico retornables en un comienzo, y no retornables posteriormente.



6.2. El papel contra el plástico

En los pequeños comercios, el tradicional papel de envolver se ha visto sustituido a menudo por la bolsa de plástico, pero paralelamente han ido naciendo mil variedades de sofisticados envoltorios, más o menos impresos, más o menos adornados, cumpliendo, eso sí, normas sanitarias para contener alimentos, que, entre otras cosas sirven para que 100 gramos de jamón crudo sean 80 gramos, más 20 de papel. Y para que en algún lugar de la Tierra varios árboles caigan. Algunos envases de cartón son reutilizables y, aunque estos materiales son biodegradables, su elevado costo energético y ambiental desaconseja dejarlos perder así como así. La solución ideal es el reciclado.

Por supuesto, se puede contribuir dando a cada tipo de envase su destino lógico, y no tirando todo, sin más, al tacho de la basura. Y algo de elemental higiene, de toda la vida recomendado por los libros de urbanidad y buena crianza: "no tirar las cosas por ahí". O la basura terminará siendo el envoltorio del planeta.²⁰

6.3. Diseño de envases

Antes de la aparición de los supermercados, el principal objetivo del diseño de envases era práctico e informativo: decirle al cliente cual era el contenido del producto.

Actualmente, el estilo y forma del envase desempeñan

²⁰ <http://www.envasesyembalajes.com/htm>.

un papel fundamental en la estrategia de marketing y ningún diseñador involucrado en la creación de envases puede permitirse ignorarlos. En este capítulo se explica cómo Siebert Head (una de las mayores empresas internacionales de diseño de envases) organiza los diversos elementos de diseño de envases, tales como la forma, la tipografía, la ilustración y la estrategia de marketing que subyace a la toma de decisiones.

6.3.1. Los materiales

Como realizamos un trabajo tridimensional, hay que considerar cuidadosamente los materiales usados para los envases, tanto en términos de uso como de precio. Como la tecnología de manufactura de materia prima cambia permanentemente, es importante que nos mantengamos por delante de esos cambios y de cualquier sorpresa en lo relativo a los precios. Por ello actualizamos permanentemente un índice de precios y también evaluamos los probables costos futuros.²¹

6.3.2. Las actitudes frente al diseño de envases

La mayor parte del trabajo de diseño es bidimensional, pero como el diseño de envases es tridimensional adquiere una mayor importancia. El envase es táctil, llega a formar parte de la vida cotidiana, y la gente puede aficionarse mucho a una imagen específica. Por ejemplo, cuando llego a casa después del trabajo, me gusta tomar un gin - tonic y tónica schweppes. Para mí, la botella verde de Gin Gordons es una señal de que ha terminado el trabajo diario y puedo relajarme. Si cambiaran el diseño de la botella de gin o la de tónica me pondría furioso.

²¹ Cotton, Bob. (1994). *La Nueva Guía del Diseño Gráfico*. España. Editorial Blume (10ma. Edición)

Cuando un envase ha llegado a formar parte de nuestra cultura, hay que ser especialmente cauteloso sobre la forma de su alteración.

Cuando un envase es muy conocido, hay que ser cauteloso para poder modificarlo.



En cuanto uno acude al autoservicio como medio de vender su producto, el envase tiene que conformarse en base a criterios específicos. Hemos identificado a siete de ellos, a los que llamaremos PCIDAIL:

- P = Presencia
- C = Contenido
- I = Imagen
- D = Definición
- A = Adaptabilidad
- I = Idoneidad
- L = Legalidad

Presencia. Lo más importante es que el envase se destaque frente a todos los demás envases que también buscan lo mismo. Si le falta presencia no desempeña ninguna función.

Contenido. Lo siguiente es que debe proclamar con toda claridad que cosa es el producto. Esto parece obvio, pero hay envases que no especifican lo que contienen en su interior.

Imagen. El envase debe tener la imagen, el carácter y la atmósfera correctos para el producto. No importa exagerar cuando se trata, por ejemplo, de un detergente, porque cuanto más llamativo sea el diseño, para lograr presencia, más se venderá sin alterar por ello la esencia del producto.

Definición. El envase debe ser definido y distinto del de sus competidores, a menos que diseñe una especialidad de la misma marca, en cuyo caso debería mantenerse lo más cerca posible del producto líder de dicha marca.

Adaptabilidad. Si forma parte de una gama, el diseño del envase debe ser adaptable.

Idoneidad. El diseño del envase debe ser idóneo.

Legalidad. Debe ser legal.

Después de identificar estos criterios, sacamos información del encargo, por ejemplo para encontrar lo que se pretende decir, en ese caso, al hablar de identificación del contenido.²²

En el mundo moderno de la mercadotecnia de autoservicio, el envase de los productos es mucho más que un recipiente. Es preciso diseñar el envase tomando en cuenta distintos factores:

²² Cotton, Bob. (1994). *La Nueva Guía del Diseño Gráfico*. España. Editorial Blume (10ma. Edición)

BUEN ENVASE:

Además del PCIDAIL, debe proteger su contenido, tener un costo razonable, ser sencillo de manejar y de almacenar.

- En primer lugar se tiene que proteger el contenido del envase; todas las demás consideraciones son secundarias con relación a la función práctica del envase como recipiente.

- En segundo lugar, el envase debe ajustarse a un nivel de gastos que sea razonable. Debido a que la producción de los envases alcanza costos elevados en la mayor parte de las empresas, se deben dar los pasos que sean necesarios para mantener los costos en el nivel más bajo que se pueda.

Una vez que se ha logrado cumplir con estos requisitos, de protección del contenido del envase y costos bajos en su producción, es tiempo de tomar en consideración los elementos de mercadotecnia relacionados con la producción de envases.

Entre estos elementos destaca el que exige la realización de envases que sean propicios para obtener espacio en los anaqueles en los comercios de ventas al menudeo. Los detallistas terminarán por rechazar un envase peculiar que tenga dimensiones extrañas o protuberancias pronunciadas, o superficies que no sean planas. Un envase debe ser de fácil manejo y sencillo almacenamiento. Las formas poco comunes resultan sospechosas: ¿acaso se rompen con facilidad?, los envases de mucha altura también generan dudas, ¿se caerán con facilidad?, el envase debe ser resistente a las caídas. ¿El envase cuenta con un espacio amplio y conveniente para colocar marcas e indicaciones?, el producto debe presentarse en toda la gama de tamaños y envases normales en la rama a la que pertenece.²³

²³ Kleppner, Otto. (1994). *Publicidad*. México. Esp. Editores (12va. Edición)



6.3.3. Investigación sobre envases

Hoy en día, la realización de envases eficaces es una parte vital de la mercadotecnia de un producto. Lo fundamental en las pruebas de diseño de los envases es venderlo en un entorno de mercado de pruebas. Hay distintos modos de valorar el diseño de un envase, entre los que se incluyen el reconocimiento, las imágenes y la estructura:

Reconocimiento. Un envase debe llamar la atención para que el consumidor pueda identificarlo con facilidad en el entorno de la tienda.

Imágenes. Es necesario que se reconozca con facilidad el envase, pero es relevante de igual manera que proyecte una imagen de marca que sea compatible con los objetivos corporativos de imagen de marca. Un envase puede reforzar la publicidad, pero también puede trabajar en su contra.

Estructura. El objetivo radica en la determinación de cualquier problema estructural que los consumidores señalen como factor de inhibición de compras posteriores. ¿El paquete es fácil de abrir?, ¿se le cierra con facilidad?, ¿se le puede manipular con facilidad?, ¿su uso representa alguna dificultad?

6.3.4. Los envases y la influencia de los colores

Los publicistas conocen muy bien la forma como los colores funcionan sobre el inconsciente de los seres humanos y que cada color produce una reacción psicológica especial. Las reacciones al color pueden ser agradables o desagradables. El color puede informarles a los consumidores sobre el tipo del

producto dentro del empaque e influir en las percepciones que tengan estos sobre la calidad, valor y pureza del artículo. De tal forma los colores en los envases son una herramienta muy importante para la comunicación mercadotécnica. El color influye en los seres humanos y constituye un aspecto del proceso de toma de decisiones sobre el empaque o envase.

6.3.5. Envases y marcas

Resulta esencial que el envase refuerce las expectativas del consumidor acerca de los valores físicos y emocionales del producto. Hay tres elementos que se deben tomar en cuenta, pero se les debe manejar de tal modo que sea uno solo el mensaje de ventas que se comunique al consumidor:



Para el envase de Vinos La Concepción se utilizó el colorido del arte del pintor Mamani Mamani.

La forma del envase. Puede ayudar a la identificación del producto en el punto de compra, así como a reforzar el uso del producto.

Por ejemplo la forma de los productos de limpieza puede comunicar la idea de poder, pureza y comodidad.

El tipo de material. De que está hecho el empaque puede influir en la percepción del consumidor, el tipo de material se puede asociar con ideas de calidad, frescura, fuerza, resistencia y otros atributos. Tal vez el papel no goce de popularidad entre los supermercados, pero los consumidores lo consideran un producto no dañino para el ambiente y de fácil reciclaje.

El diseño. Si la frescura es de suma importancia para la marca, entonces los sellos de seguridad y la posibilidad de volver a sellar el envase después de abierto, formarán parte de la función del envase y del mensaje que este debe portar.



Los perfumes, son uno de los tipos de envases en que se logra conjuncionar la forma, el tipo de material y el diseño de forma muy creativa en la mayoría de los casos.



Es de gran importancia el desarrollo de envases creativos que incorporen cualidades de promoción y de protección de los productos. Las compañías se han dado cuenta que los envases se han convertido en un nexo vital de la estrategia de mercadotecnia de la mayor parte de los productos que se ofrecen al consumidor.²⁴

²⁴ Kleppner, Otto. (1994). *Publicidad*. México. Esp. Editores (12va. Edición)

La importancia del envase en el campo de los objetos de consumo, sobre todo en el de los alimentos y como comenzó a dársele la relevancia que hoy tiene, con la aparición de los supermercados donde el envase debía venderse a sí mismo, es uno de los puntos a tratar en esta parte.

Así también se verá los efectos negativos de las bolsas plásticas en el medio ambiente y los usos y gratificaciones de las bolsas de papel, además del origen y desarrollo que tuvieron ambos materiales.

Por último un análisis socio - cultural acerca de los supermercados, sus beneficios, sus paradigmas y su público consumidor. Además conoceremos a ADESA, institución que congrega a los supermercados en el país y en la Ciudad de La Paz.



TERCERA PARTE



7. MARCO TEÓRICO

- 7.1. Referencia histórica sobre los envases
- 7.2. Materiales de uso
 - 7.2.1. El papel
 - 7.2.2. El plástico
- 7.3. Canales comerciales. Los supermercados
 - 7.3.1. Análisis socio - cultural acerca de los supermercados
 - 7.3.2. Factor económico
 - 7.3.3. Asociación de Supermercados y Autoservicios (ADESA)
 - 7.3.4. Supermercados de la Ciudad de La Paz
- 7.4. Efectos de las bolsas plásticas en el medio ambiente
- 7.5. Usos y gratificaciones de las bolsas de papel
 - 7.5.1. Evita la condensación de los productos hortofrutícolas
 - 7.5.2. Se vuelve a usar, es un material reciclable
 - 7.5.3. Objeto publicitario de tránsito
- 7.6. Segmento poblacional que concurre al supermercado

7.1. Referencia histórica sobre los envases

Hasta este siglo, el papel que jugaban los envases de los productos estaba confinado en general a la protección de

los productos. Sólo la etiqueta del paquete realizaba labores de promoción.

No fue sino hasta la depresión de inicios de los años 30, que el papel de los envases, como herramienta de promoción, cambió en forma drástica. La mayor parte de las compañías contaban con fondos muy limitados para publicidad a lo largo de este periodo, de modo que se decidieron a emplear los envases como un medio de promoción en el interior de los comercios. Sus esfuerzos resultaron ser tan exitosos que el papel de los envases en la mezcla mercadotécnica se convirtió en uno aceptado por los fabricantes en forma rutinaria.

En la actualidad el diseño de los envases de la mayoría de los productos se desarrolla de forma muy similar a una campaña publicitaria, el diseñador del envase tiene que tratar de obtener un equilibrio entre la creatividad y la funcionalidad.²⁵

Son los supermercados, el lugar donde se pone a prueba el diseño del envase, si es creativo y funcional, y lo más importante si logra venderse a sí mismo.



La insistencia en la importancia del envase es relativamente reciente. Su verdadera importancia en el campo de los bienes de consumo, sobre todo de los alimentos, comenzó a considerarse cuando empezaron a aparecer los

²⁵ Kleppner, Otto. (1994). *Publicidad*. México, Esp. Editores (12va. Edición)

supermercados, a fines de los años cincuenta y comienzos de los sesenta, ya que era la primera vez que los envases tenían que venderse a sí mismos. Aunque los productos alimenticios fueron los primeros en venderse de esta manera, ahora el enfoque es mucho más amplio. Los materiales de bricolaje, por ejemplo, son los últimos productos que han pasado al autoservicio.²⁶

Las compañías se han dado cuenta que los envases se han convertido en un nexo vital de la estrategia de mercadotecnia de la mayor parte de los productos que se ofrecen al consumidor.²⁷

7.2. Materiales de uso: el papel y el plástico

Para el presente estudio describiremos los materiales a usar, el papel y el plástico, sus características, sus beneficios y las consecuencias del uso de los mismos.

7.2.1. El papel

Hoja delgada, hecha a mano o mecánicamente con pasta fibrosa vegetal bien blanqueada, que se obtiene triturando en agua trapos de hilo o de algodón o bien otras materias fibrosas, como cáñamo, esparto, paja de arroz, madera de todas clases, etc., a la que suele dársele después un baño de cola para que adquiera consistencia. Las aplicaciones del papel

²⁶ Cotton, Bob. (1994). *La Nueva Guía del Diseño Gráfico*. España. Editorial Blume (10ma. Edición)

²⁷ Kleppner, Otto. (1994). *Publicidad*. México. Esp. Editores (12va. Edición)

PAPEL:

Hecho a mano ó mecánicamente a partir de materias fibrosas, el origen de su invención es variado, considerando a los chinos como sus inventores.

son muchas y variadas, pues en él se escribe, se imprime, se dibuja, se pinta y también se utiliza para otras actividades.

Los inventores del papel propiamente dicho fueron los chinos, que en un principio lo fabricaron valiéndose de las fibras de la morera, extendiéndose su fabricación por la India y el Japón, y que a principios de la Edad Media lo aprendieron los árabes. Las opiniones acerca de esta invención son muy variadas, pero con todo, se admite como hecho comprobado, que los chinos, en el año 202 a. de J.C., inventaron el modo de obtener el papel con el empleo de las materias fibrosas del bambú, los capullos de seda y la corteza del moral.

A mediados del siglo VIII los tártaros establecieron en Samarcanda una fábrica de papel valiéndose del algodón, que dió malos resultados. Los árabes en el siglo IX mejoraron mucho el procedimiento y lo pasaron a España (Játiva, Valencia y Cataluña) adaptando a la fabricación los molinos de agua. Sustituyeron después el algodón por el trapo viejo, inventaron las rejillas para que la pasta obtenida escurriera el agua, y por fin, suministraron en esta época a Europa entera el primer papel con el nombre de "pergamino de paño".

En el siglo XII apareció la fabricación del papel elaborado con el lino, cuya invención la han reclamado Maffei y Tiraboschi para Italia, y Murray y Meerman para Alemania, pero ninguno de ellos aporta en su favor documento alguno anterior al año 1270, mientras que en España, el Tratado de Paz entre Alfonso II de Aragón y Alfonso IX de León, que se conserva en el Archivo de Barcelona, tiene la fecha del año 1198, como asimismo los Fueros otorgados a Valencia por Jaime el Conquistador, lo fueron en el año 1225, y como ambos documentos se hallan escritos sobre papel elaborado con lino,

hace suponer fundadamente que también fueron los árabes quienes inventaron esta clase de papel, que se extendió después por toda Castilla en tiempos de Alfonso X el Sabio, de donde pasó a Francia, y después a Italia, Inglaterra y Alemania.

Durante el siglo XIII se hicieron nuevas tentativas para fabricar el papel con trapos viejos. En el siglo XVI, se usaron como materias primas el cáñamo, el liquen y la ortiga, hasta que en el siglo XVIII (1798), el francés Nicolás Luis Robert inventó una máquina para la fabricación del "papel continuo". En el año 1843 se ensayó con éxito el uso de la celulosa, por lo que los países forestales de Europa, como Rusia, Bohemia y Escandinavia, y en América, los Estados Unidos y el Canadá, se elevaron a la categoría de proveedores exclusivos de la industria papelera.



Obtención del papel de manera artesanal.

En la actualidad, además de la pulpa de madera (producto de las materias fibrosas de la misma), se emplean vegetales como el esparto, la paja, la retama, la caña ordinaria y la del maíz, y también el residuo que queda en las azucareras después de obtenido el azúcar. Ante el enorme consumo que del papel se hace en todas partes, los diferentes estados se



han cuidado de proteger su industria nacional mediante gravosos derechos arancelarios para el papel importado.

El procedimiento en la preparación de las materias primas para la fabricación del papel consiste en cocer a la presión de 3 a 6 atmósferas los materiales fibrosos con agua y sosa, con el fin de lavarlos y al mismo tiempo quedar la masa libre de gérmenes de putrefacción. Obtenida en estas condiciones la materia, se desmenuza en máquinas apropiadas, sufriendo después un lavado con agua corriente para llevar esta "semipasta" a su blanqueo con cloruro de cal, lavándose de nuevo para emplearla directamente a la fabricación del papel, o bien adicionándole antes celulosa, se le añade en cantidades proporcionadas sustancias de relleno, como yeso, creta o arcilla, para eliminar los poros.

Cuando se trata de la obtención del papel de escribir o de imprimir, se "encola" la pasta para su mayor resistencia, añadiendo a la masa líquida disoluciones de jabones resinosos y después alumbre, formándose una laca de resina libre y resinato de aluminio que recubre a las fibras, gracias a lo cual, el papel, una vez seco, queda resistente a la humedad; finalmente se pasa la pasta por entre rodillos calentados y pulimentados.

Para la fabricación del papel blanco se cortan los trapos escogidos (preferentemente los blancos y limpios para el papel de superior finura) en pedazos de 3 a 6 centímetros de ancho. Cortados los trapos, se limpian para su disgregación en el llamado "cernedero" con el objeto de quitar el polvo, eliminándose el resto de las impurezas de cocción con el empleo de la "caldera rotativa" de H. Volter, pasando después al "deshilado" para convertir los trapos en fibrillas tenues que han

INDUSTRIA PAPELERA:

A través de los años su producción fue mejorando gracias al uso de maquinaria moderna y a los adelantos científicos.

Actualmente ocupa lugares destacados en el desarrollo de países de Europa, Asia y América.

de componer la "pasta de papel" en la máquina llamada "batán" y en la "refinadora centrífuga".

Obtenida la pasta, se la sujeta al blanqueo químico con el empleo de cloro gaseoso o cloruro de cal, pero como quiera que la pasta, a pesar de este blanqueo nunca queda perfectamente blanca, se añade a la pasta una pequeña cantidad de color azul en la proporción de 500 a 1000 gramos por cada 1000 kilogramos de pasta. La eliminación del agua se efectúa por filtración, después por presión y por último por evaporación, para proceder al "apresto". En las fábricas importantes es de uso corriente el empleo de las máquinas llamadas "de forma recta", que una vez obtenida la pasta como se ha dicho, efectúan las siguientes operaciones:

- Dar al refinado la consistencia conveniente
- Despojarle de los grumos
- Producir por medio de un regulador una hoja de papel continuo
- Dar bordes a la hoja de papel, perfectamente determinados
- Eliminarla por completo de agua y de humedad con el calor de un gran rodillo
- Cortar mecánicamente el papel en hojas del tamaño pedido, y por fin, satinarlo.

Gracias al uso de estas modernas máquinas y a los adelantos de la química, la industria papelera ocupa uno de los lugares más destacados en todos los países de Europa, Asia y América, siendo los Estados Unidos quienes van a la cabeza del mundo por su mayor producción.²⁸

²⁸ Diccionario Enciclopédico SOPENA. (1990). España

7.2.2. El plástico

Es un producto químico sintético de naturaleza similar a la de una proteína. Consiste en amidas poliméricas derivadas del carbono, del aire y del agua adaptándose a una gran variedad de usos, entre ellos la formación de filamentos sumamente suaves, a la vez que resistentes y elásticos que encuentran aplicación en la fabricación de tejidos diversos, especialmente adaptados a la confección de medias, paracaídas, artículos de género de punto y otros. Algunas de sus variedades se emplean también en la fabricación de papel moneda, púas para cepillos, bolsas y otras muy diversas aplicaciones.²⁹

El químico alemán Karl Ziegler, quien desarrolló el polietileno, uno de los plásticos más utilizados en la actualidad.



El plástico tiene algunas propiedades que lo hacen especialmente apetecido: la elasticidad, la maleabilidad, la resistencia química y mecánica y la resistencia al enmohecimiento lo transforman en un elemento sin igual. Por eso, el plástico se usa en muchas ramas de la ingeniería, la construcción, la electrónica, la aeronáutica, la iluminación, las

²⁹ Diccionario Enciclopédico SOPENA. (1990). España



PLASTICO:

Su elasticidad, maleabilidad y capacidad de resistencia al enmohecimiento lo convierten en un elemento sin igual y material favorito para el uso industrial y doméstico.

empresas automotrices y muchas otras. También es el material favorito para artículos de uso doméstico.

Con tantas bondades, este material ha sido considerado la estrella del siglo XX. Pero su uso intensivo está generando un problema de residuos difícil de manejar.

Aunque el uso masivo del plástico se produjo durante el siglo recién pasado, sus inicios se ubican en 1860, cuando el fabricante estadounidense de pelotas de billar Phelan and Collander ofreció una recompensa de 10 mil dólares a quien consiguiera un sustituto aceptable del marfil natural, con el que se fabricaban las bolas. Uno de los que optó al premio fue Wesley Hyatt, un inventor norteamericano que desarrolló un método de procesamiento a presión de la piroxilina, tratado previamente con alcanfor y una cantidad mínima de disolvente de alcohol. No ganó el premio, pero patentó su invento como "celuloide" y rápidamente se empezó a utilizar para fabricar objetos, desde placas dentales a cuellos de camisa.

Hacia 1920, la industria del plástico tuvo un crecimiento espectacular, con nuevos productos, como el PVC y la resina acrílica. La Segunda Guerra Mundial aceleró la investigación, por la necesidad de contar con nuevos materiales. Así surgió el nylon, el poliéster y varios tipos de caucho sintético. Tras el conflicto, se crearon los policarbonatos, los acetatos y las poliamidas.

En 1953 el químico alemán Karl Ziegler desarrolló el polietileno y en 1954 el italiano Giulio Natta creó el polipropileno, los dos plásticos más utilizados actualmente.³⁰

³⁰ <http://www.losplasticos.com/htm>.

7.3. Canales comerciales. Los supermercados

Los supermercados son los lugares comerciales donde se ofrecen una diversidad de productos tanto comestibles como de uso doméstico, permitiendo al consumidor elegir el que más le convenga.

Los supermercados son creados sobre el concepto de los mercados, pero estos quieren ofrecer al cliente confianza, seguridad y garantías en los productos que expenden en sus instalaciones. Los supermercados deben ofrecer productos que estén en buenas condiciones, esto quiere decir que se tiene que ver temas de higiene, vencimientos, peso y precio justo entre otros aspectos.

No sólo un supermercado tiene que estar abocado a lo que es el producto sino a todo lo que esta empresa proyecta a sus consumidores.³¹

7.3.1. Análisis socio - cultural acerca de los supermercados

Como dijimos en un principio los supermercados están creados bajo el concepto de los mercados, la diferencia radica en que los supermercados facilitan a sus clientes la compra individual y ofrecen servicios extras como la atención al cliente, degustaciones y promociones; cuyo costo está dividido e incluido mínimamente en el precio de los productos.

El servicio que debe ofrecer un supermercado tiene que estar adecuado a la elección del cliente por una diversidad de

³¹ Camacho, Ximena. (2000). *Identidad Corporativa para un Nuevo Supermercado*. La Paz – Bolivia. UMSA Carrera de Artes.

SUPERMERCADOS:

Confianza, seguridad, e higiene de los productos que expendan, además de la imagen que proyecta a sus consumidores son las características que deben poseer estos centros de comercio.

productos, ofreciendo para todos ellos garantías que den al consumidor seguridad y confianza en el producto que va a adquirir del supermercado.

Ahora viendo un poco sobre las instalaciones del supermercado este debe ofrecer:

- Limpieza
- Orden de los productos que ofrece
- Comodidad
- Diversidad de productos

Creemos que el público para el que está dirigido un supermercado es un público que cuenta con ciertas características, entre ellas mencionamos:

- Clientes que pertenecen a una clase social media o media alta.
- Clientes que están en la posibilidad de adquirir productos de precios elevados.
- Clientes que toman en cuenta productos importados.
- Clientes que están de acuerdo con el precio ya establecido de un producto.

7.3.2. Factor económico

Uno de los problemas con que tropieza un supermercado es el precio de sus productos, para la mayoría de las personas que no hacen uso de este servicio esta es la razón por la que no visitan ni realizan sus compras en un supermercado.

Ahora bien, nosotros sabemos que los precios que

ofrece un supermercado son más elevados que los que podemos encontrar en un mercado, ya que al hacer las compras en un mercado tenemos la posibilidad de la oferta y demanda entre la compradora y vendedora, quienes pueden llegar a un acuerdo de precios que beneficie a ambas partes, algo que dentro un supermercado no se puede hacer, porque los precios ya están establecidos de antemano y sin posibilidad de alteración. Sin embargo se ha podido comprobar que actualmente no existe mucha diferencia en el precio de algunos productos que se ofrecen en los supermercados en relación con aquellos que se ofrecen en los mercados.

En la actualidad se puede encontrar igualdad de precios tanto en un supermercado como en un mercado, la diferencia está en lo que prefieren y a que están acostumbrados los clientes o consumidores. Por otra parte tanto en los mercados como en los supermercados podemos encontrar los mismos productos ya sean nacionales o importados.



Una de las ventajas de los mercados populares, es que puede llegarse a un acuerdo de precios entre comprador y vendedor.

Otro motivo importante por el cual los consumidores empiezan a frecuentar más los supermercados es el hecho de que estos emiten factura, que sirve de descuento para el cliente

ADESA:

Institución creada hace 12 años, que congrega a los supermercados a nivel nacional, y cuyas actividades principales son proteger, representar y promover el desarrollo de sus afiliados, clientes y proveedores.

cuando uno realiza sus compras en un mercado, además de la higiene, comodidad, promociones especiales y otras ofertas que realizan las empresas proveedoras de los supermercados.³²

7.3.3. Asociación de Supermercados y Autoservicios (ADESA)

La Asociación de Supermercados y Autoservicios (ADESA) fue creada un 15 de diciembre de 1994 para defender los derechos de sus afiliados, promoviendo acciones que protejan sus actividades e intereses, los de sus clientes y proveedores.

La Asociación de Supermercados y Autoservicios (ADESA) es una institución que desarrolla actividades tendientes a defender, representar y promover el desarrollo de sus asociados en el conjunto de la economía y del comercio en particular.

En la Asociación de Supermercados y Autoservicios (ADESA) existen cuatro categorías que son: supermercados, autoservicios, micromercados y socios adherentes. Cuentan con dieciséis asociados a nivel nacional, de los cuales siete son supermercados:

- Supermercados Zatt, Ketal Hipermercados, Gava Market e Hipermaxi en la Ciudad de La Paz
- IC Norte en Cochabamba
- Supermercados Tarija en Tarija
- Superabasto del Sur en Sucre

³² Camacho, Ximena. (2000). *Identidad Corporativa para un Nuevo Supermercado*. La Paz – Bolivia. UMSA Carrera de Artes.

7.3.4. Supermercados en la Ciudad de La Paz

Como se mencionó inicialmente en la Ciudad de La Paz existen cuatro supermercados importantes: Zatt, Ketal Hipermercados, Gava Market e Hipermaxi. El sector que ocupa este servicio en los últimos tiempos se ha visto afectado por la incorporación de Ketal Hipermercados, esto quiere decir que los micromercados o supermercados que no ofrecían buenos servicios tuvieron que retirarse del mercado.

A continuación un listado de los supermercados que se encuentran en la Ciudad de La Paz:

Supermercados Zatt

Es uno de los supermercados que se encuentra en nuestra ciudad, actualmente cuenta con una sola instalación ubicada en la Zona de Sopocachi, anteriormente contaba con dos instalaciones, pero por motivos económicos tuvo que cerrar una de sus sucursales, (la que se encontraba en Obrajes).



Ketal Hipermercados

La Cadena de Hipermercados Ketal cuenta con tres sucursales en la Ciudad de La Paz en las zonas de San Miguel, Calacoto y Sopocachi, esta cadena ha llegado a ser una de las

cadenas de hipermercados más grandes e importantes de Bolivia.



Gava Market

El Gava, como lo llaman sus clientes, es uno de los supermercados más antiguos de la ciudad y cuenta con una sola instalación en la Zona Sur.

Hipermaxi

Este supermercado cuenta con tres instalaciones en las zonas de Miraflores, Sopocachi y Calacoto. Es uno de los supermercados de más reciente apertura que tiene la ciudad.³³



7.4. Efectos de las bolsas plásticas en el medio ambiente

Las bolsas plásticas no son más que una parte de la gran cantidad de basura que generamos desperdiciando

³³ Asociación de Supermercados y Autoservicios (ADESA)

"BOLSA DE PROBLEMAS":

Debido a que las bolsas plásticas son baratas, limpias y eficientes, su uso proliferó en todos los centros de comercio, a cada compra la bolsita correspondiente.

Sin sentirlo y sin quererlo estamos llenando el planeta de basura difícil de reciclar, contaminando nuestro aire, drenajes, ríos y mares y a los seres que allí viven, inclusive a nosotros mismos.

muchos recursos y contaminando la naturaleza. Tal es la dimensión del problema, que algunos ya lo comparan con una enfermedad que puede acabar con nuestra vida en el planeta: el infarto de los desperdicios. Las bolsas plásticas son prácticas, eficientes, limpias... ¡y son gratis! Claro que es agradable ir al supermercado, comprar y salir con todo el contenido en bolsas. Pero el plástico se acumula, llenando de basura nuestro planeta.

Nuestras abuelas tenían que andar con su propia bolsa de género cada vez que se les ocurría salir de compras o bien tirar de esos carritos con ruedas cuando las adquisiciones pesaban más de la cuenta.

Para nosotros, es mucho más fácil. Por cada compra, nos regalan la bolsita correspondiente. Pero todos los adelantos tienen un lado oscuro. Y en este caso, estamos llenando nuestro planeta de basura difícil de reciclar.

El mundo tiene una gran bolsa de problemas. Las bolsas plásticas están por doquier, miles y miles de millones de ellas se encuentran colonizando nuestra tierra, nuestros drenajes, ríos y mares. Cuando todos estemos muertos, ellas seguirán ahí todavía, ya que tienen la capacidad de durar por siempre.

Ahora en los supermercados y hasta en los comercios más pequeños, las bolsas plásticas se reparten generosamente. Salvo excepciones, son muchas las ocasiones en las que podríamos prescindir de la bolsa que se nos ofrece. Basta un simple: "No hace falta que me de bolsa, gracias".³⁴

³⁴ <http://www.planeta-plastico.com/htm>.

Contaminación de los ríos, una de las causas son las bolsas plásticas.



En las antiguas visiones del Apocalipsis las cucarachas eran usadas como el último símbolo de la supervivencia. Ahora no hay escenario del Juicio Final completo sin una multitud de pequeñas criaturas atravesando tierras con desechos nucleares, conversando a través de sus teléfonos celulares mientras, ocupadamente, heredan la Tierra. El que la cucaracha "dura de matar" haya sido sustituida por un símbolo de perdurabilidad nuevo y de mayor fortaleza es causa de celebración. Luego de que todos los vermicidos hayan muerto, que todo el uranio se haya disuelto, incluso, luego de que el último correo electrónico haya desaparecido del disco de respaldo de la última supercomputadora, seguirá existiendo un remanente de la civilización. La historia humana será llevada a través de la nueva era de hielo en una bolsa plástica.

La esperanza de vida de una bolsa plástica no se conoce en forma precisa. El polietileno fue inventado en la década del treinta y no se expandió a la industria de los supermercados hasta los setenta; las estimaciones sobre su durabilidad oscilan entre 100 años, hasta la más reciente declaración del supermercado irlandés Musg de "un millón de años".³⁵

³⁵ <http://www.la bolsa de plástico.com/htm>.

7.5. Usos y gratificaciones de las bolsas de papel

La palabra papel deriva de “papiro”, lámina utilizada por los egipcios para la escritura, obtenida por prensado de tiras de la caña *Cyperus Papyrus* que crece a las orillas del Nilo.

Hoy el papel es un material imprescindible en nuestra sociedad. Sus usos fundamentales son:

- Como vehículo de comunicación y cultura (periódicos, revistas, libros, documentos administrativos y de gestión).
- Como envase y embalaje.
- Para usos domésticos (servilletas, pañuelos, etc.)

La alta demanda de papel ha llevado a la búsqueda de otras fuentes como la obtención de celulosa a partir de papel recuperado. Hoy prácticamente todos los países combinan en su materia prima fibra virgen con fibra recuperada.

Su gran versatilidad y el constante desarrollo de nuevos productos y aplicaciones han hecho del papel el mejor aliado de las nuevas tecnologías. La electrónica y la informática están dando un impulso sin precedentes a la comunicación y al comercio y en estos campos, como en el de la educación, la higiene y la sanidad, el papel tiene cada vez mayor presencia.

El papel, un producto natural, reciclable y fabricado a partir de una materia prima renovable, es además por sus ventajas medioambientales el material del futuro.³⁶

³⁶ <http://www.elpapel/actualidad/ecologia.com/htm>.

ELEMENTO FUNDAMENTAL:

Es el papel un material versátil, indicado para muchos usos como ser la impresión de periódicos y libros, material para fabricar envases y embalajes o para el uso doméstico.

Al ser un producto natural, reciclable y fabricado a partir de materias primas renovables, reúne ventajas medio ambientales, por lo que es respetuoso con el medio ambiente.

La combinación PC - impresora, ha convertido los hogares y la oficina en pequeñas imprentas y los internautas reciben en su domicilio convenientemente embalados en papel y cartón los productos comprados en la red.

Internet está demostrando ser un magnífico canal de venta de libros y revistas y las últimas tecnologías abren nuevas posibilidades al mundo editorial mientras el desarrollo del periódico electrónico incrementa los lectores de prensa escrita.

Existen muchos tipos de papel, nombraremos algunos y para que sirven:

Papel prensa

Utilizado para la impresión de diarios, está fabricado mayoritariamente a base de papel recuperado o pasta mecánica. Puede ser blanco o ligeramente coloreado y su gramaje habitual oscila entre 40 y 52 g/m², aunque puede llegar a 65 g/m².

Papel para impresión y escritura

Utilizado para revistas, libros, cuadernos, agendas, sobres, folletos, carteles, papeles de oficina..., puede ser estucado o no estucado, dependiendo del uso a que esté destinado.

El estucado es un proceso mediante el que se adicionan al papel por una o por las dos caras productos como caolín o carbonato cálcico, que permiten mejorar las características de impresión, haciendo el papel más brillante, más opaco y más uniforme.

Papel higiénico y sanitario

Fabricados a base de fibra virgen o papel recuperado o una mezcla de ambos, se utilizan en la higiene personal (papel higiénico, compresas, pañales, pañuelos...), en el ámbito doméstico (rollos de papel de cocina, servilletas, manteles, filtros de café...) y como material sanitario y de limpieza industrial.

Papel para envases y embalajes

Utilizados en las distintas capas de las cajas de cartón ondulado, se fabrican básicamente con papel recuperado, si bien pueden incorporar, en distinta proporción, pasta virgen. En este grupo se incluyen: papeles para ondular (fluting, semiquímico, etc.), kraftliner, testliner y biclases.



Los usos del papel son muchos y muy variados, en él se imprime, se dibuja, se escribe y tiene muchas aplicaciones más.

Papel kraft sacos

Papel de gran resistencia empleado en la fabricación de sacos de gran tamaño para materiales de construcción, alimentación animal...

Cartoncillo

Empleado en la fabricación de estuches plegables o envases, es un material compacto hecho a base de pasta virgen y/o papel recuperado, con varias capas y normalmente acabado con recubrimiento de una capa de estuco.

Papeles especiales.

La industria papelera fabrica una amplísima gama de productos de alta tecnología: papel impermeabilizado para embalaje de productos hortofrutícolas, papel micronizado de gran extensibilidad, papel inter leaving de excelente comportamiento frente a elevadas temperaturas para intercalar en usos industriales como el laminado en frío de acero, papel cushion para usos industriales como sustituto del poliuretano, papel moneda, papel metalizado directamente por alto vacío, papel auto adhesivo inhibidor del moho, papel acetato de celulosa transparente...³⁷

7.6. Segmento poblacional que concurre al supermercado

El servicio que tiene que ofrecer un supermercado debe estar adecuado a la elección del cliente por una variedad de productos, ofreciendo para las mismas garantías que den al consumidor confianza y seguridad en el producto que va a obtener del supermercado.

Ahora viendo un poco sobre la infraestructura del supermercado este debe dar higiene, orden de los productos que ofrece, comodidad y variedad de productos para elegir.

³⁷ <http://www.tiposdepapel.com/htm>.



Entendemos que el público para el que está dirigido un supermercado es un público que cuenta con ciertas características, entre ellas señalamos:

- Consumidores que pertenecen a una clase social media o media - alta, es por esta razón que los supermercados están ubicados estratégicamente en zonas donde habitan precisamente personas que pertenecen a estas clases sociales, zonas de la ciudad como Miraflores, Sopocachi, o la Zona Sur.
- Consumidores que están en la posibilidad y estén dispuestos a adquirir productos de precios elevados.
- Consumidores que toman en cuenta productos importados y que sólo pueden encontrarlos en este tipo de comercios.
- Consumidores que están de acuerdo con el precio ya establecido de un producto, esto quiere decir que no va a existir la oferta y demanda entre el comprador y cliente tal como ocurre en los mercados populares.

Una de las dificultades con que se encuentra un supermercado es el precio de sus productos, para la mayoría de las personas que no hacen uso de este servicio esta es la razón por la que no visitan ni realizan sus adquisiciones en un supermercado.

Sin embargo se ha podido comprobar que actualmente no existe mucha diferencia en el precio de algunos productos que se ofrecen en los supermercados en relación con aquellos

**PREFERENCIAS DEL
PUBLICO:**

Higiene, orden, comodidad y variedad de productos, son las características por las que concurren los consumidores a los supermercados.

Anteriormente el precio era un obstáculo para muchos clientes que no lo concurrían, actualmente no hay mucha diferencia en precios comparado con los mercados populares.

que se ofrecen en los mercados, inclusive la publicidad de algunos supermercados da cuenta de que los precios de sus productos son "más baratos que los de la caserita", además que tienen garantías, higiene, peso exacto y trato cordial del personal entre otras ventajas como degustaciones, promociones o sorteos de premios.

Actualmente se puede encontrar igualdad de precios tanto en un supermercado como en un mercado, la diferencia está en lo que prefieren y a que están acostumbrados los clientes o consumidores. Por otra parte tanto en los mercados como en los supermercados podemos localizar los mismos productos ya sean nacionales o importados.

Otro motivo importante por el cual los consumidores empiezan a visitar más los supermercados es el hecho de que este emite factura por cada compra que se realiza, la misma que sirve de descuento para el cliente en el momento de declarar sus impuestos, algo que no sucede cuando uno efectúa sus compras en un mercado.³⁸

³⁸ Camacho, Ximena. (2000). *Identidad Corporativa para un Nuevo Supermercado*. La Paz – Bolivia. UMSA Carrera de Artes.



CUARTA PARTE

Antes de ver el diseño de bolsas de papel para supermercados, y ahora que conocemos los efectos negativos del uso indiscriminado de los plásticos, es propicio que nos detengamos a pensar en el futuro de la Tierra, cómo cada uno de nosotros podemos contribuir a reducir el problema de los desperdicios que generamos innecesariamente, llenando nuestro planeta de basura.

En algunos casos la gente argumenta que este tipo de propuestas no son factibles o que quienes deberían ocuparse del tema son las autoridades o las organizaciones ecológicas, pero ellas nada o muy poco podrán hacer sin la participación de cada uno de nosotros.

El punto es tratar de evitar el desastre que todos ya iniciamos.

8. LA PROPUESTA: DISEÑO DE BOLSAS DE PAPEL PARA SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE LA PAZ

Sobre todo el diseño de bolsas de papel para supermercados debe ser sencillo pero funcional y representar la propuesta de sustituir el plástico por el papel.

El papel protege el contenido del envase contra la condensación del calor y ayuda a mantener los productos más frescos, además no es dañino para el medio ambiente y es de fácil reciclaje.

Es importante el desarrollo de envases creativos que incorporen cualidades de promoción y de protección de los productos.

Es por esta razón que creemos que los supermercados al ser el centro de abastecimiento que ofrece a sus consumidores calidad, garantía de sus productos, precio y peso justos, higiene y promociones, debe también ofrecer envases que no dañen el medio ambiente, educando así de alguna manera a sus consumidores para que estos coadyuven en reducir el uso de las bolsas plásticas.

De esta forma los supermercados serán tomados en cuenta como lugares comerciales en los que se preocupan por el bienestar del medio ambiente y del planeta.

BUENA IMAGEN:

Calidad, garantía, higiene y comodidad son cualidades que los consumidores reconocen de los supermercados.

Ahora toca educar al público, de alguna manera, para reducir el uso de bolsas plásticas, ofreciéndoles envases ecológicos. Así también los supermercados serán reconocidos como lugares donde se preocupan por el bienestar del medio ambiente y del planeta.

8.1. Lineamientos generales

Para diseñar las bolsas de papel, se han tomado en cuenta diversos factores, para hacer de las mismas no sólo un recipiente sino que además ofrezcan beneficios a quienes las vayan a usar, en este caso clientes del supermercado:

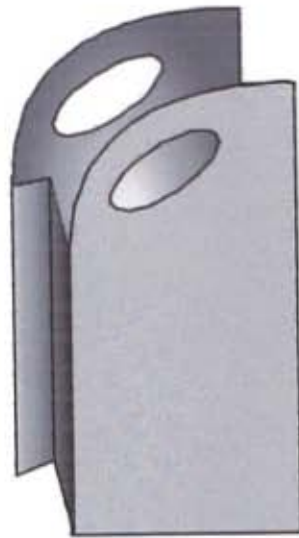
- En primer lugar se debe proteger el contenido del envase, y debe ser un envase práctico y funcional.
- En segundo lugar debe contar con un espacio amplio para poder contener muchos productos en él.
- En tercer lugar no debería tener formas poco comunes como triangulares u ovaladas porque son sospechosas.

Por último el nivel de gastos debe ser razonable, se deben mantener los costos en el nivel más bajo que se pueda. Para esto es posible lograr el patrocinio de las empresas proveedoras que venden sus productos mediante los supermercados, haciendo imprimir sus logotipos en la bolsa de papel y mediante la Asociación de Supermercados y Autoservicios (ADESA) congregar a todos los supermercados asociados para abaratar los costos.

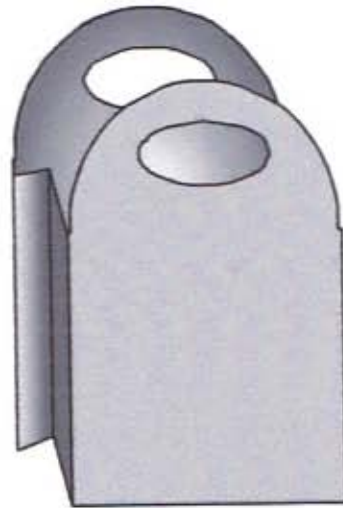
Se elaboraron varios pre - bocetos de la bolsa de papel, pero descartamos a muchos de ellos porque no son funcionales, tienen formas poco comunes y esto sólo ocasionaría que su costo fuera más elevado.

Como ya se mencionó el envase no debe dejar de ser funcional a cambio de ser creativo, se debe mantener un

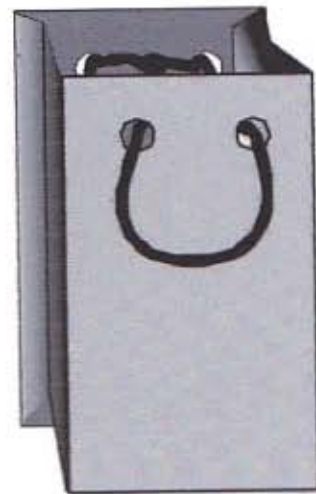
equilibrio entre estas dos características. A continuación se muestran los diseños elaborados:



Modelo 1



Modelo 2

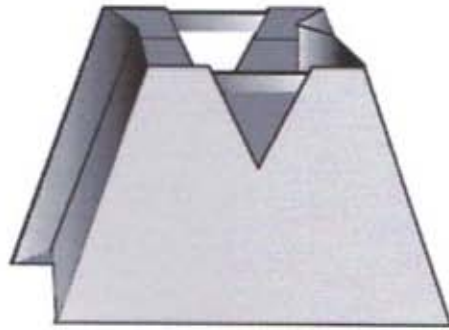


Modelo 4

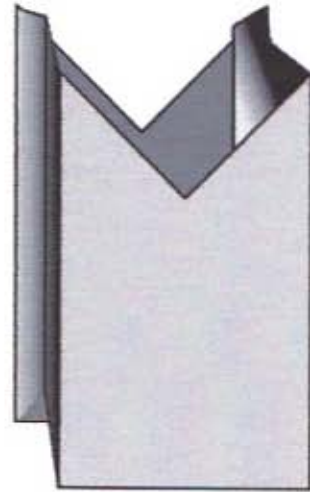
Algunos de los modelos de bolsas de papel, diseñados para su implementación en los supermercados.



Modelo 3



Modelo 5



Modelo 6



Modelo 7



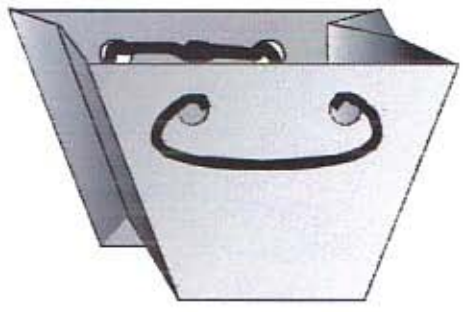
Modelo 8

Algunos de los modelos de bolsas de papel, diseñados para su implementación en los supermercados.

Algunos de los modelos de bolsas de papel, diseñados para su implementación en los supermercados.



Modelo 9



Modelo 10

8.1.1. Tipo de papel

El papel a utilizarse en todos los casos será kraft porque ofrece gran resistencia, además para la impresión de textos y logotipos de los supermercados y de las empresas proveedoras que quieran adherirse a esta causa. Se usará color verde para la impresión de logotipos y texto porque es un color que se identifica con la ecología, además al sobreponerse al fondo que es el color del papel kraft se le da un sentido más ecológico.

8.1.2. Tipografía

El rótulo debe presentarse en tipografía **HELVETICA**, en negrita, siendo todas mayúsculas para el nombre de ADESA, y bajo la misma estructura que se muestra a continuación:

Helvética negrita **ABC**
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890



El rótulo a emplearse será: "Envase ecológico. ADESA, Asociación de Supermercados y Autoservicios. Calidad, servicio e higiene para usted y nuestro mundo".

Envase ecológico. Decimos envase ecológico porque como ya se mencionó el papel es un material reciclable y está fabricado a partir de materias primas renovables.

Además puede ser utilizado más de una vez, es un material que respeta el medio ambiente.

ADESA. El nombre de la Asociación de Supermercados y Autoservicios, porque congregará y representará a sus afiliados en esta causa.

Calidad, servicio e higiene para usted y nuestro mundo. Calidad, servicio e higiene, porque son los beneficios que el consumidor percibe y a la vez recibe al concurrir a estos centros de comercio a abastecerse con productos de uso comestible y doméstico.

Pero la idea principal es crear el concepto de que los supermercados al mismo tiempo que ofrecen los mejores productos, garantía, precio y peso justos, tengan la imagen que refleje hacia fuera que ellos se preocupan y están en constante servicio por el bienestar de sus clientes y del medio ambiente.

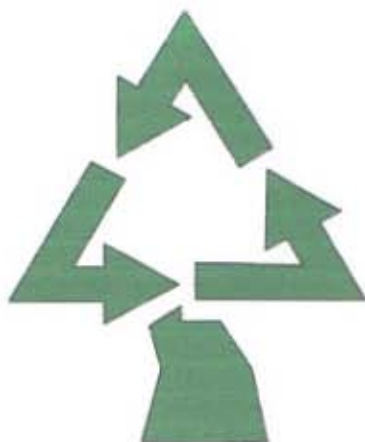
Al decir nuestro mundo, queremos sensibilizar aún más al cliente, hacerlo parte de una nueva forma de ver el problema de los desechos sólidos para que contribuya a reducirlos y comprenda que no se trata de esperar que los demás solucionen los problemas, todos podemos ayudar a hacerlo.

8.1.3. Isólogo

El isólogo tiene mucha importancia porque nos permite identificar a la bolsa de papel y el objetivo ecológico que persigue, que es el de reducir el uso de bolsas plásticas. En este caso el isólogo será del mismo color del rótulo, que es verde (C100% – M50% – Y100% – K0%), y será aplicado sobre el fondo del papel kraft.

La forma del isólogo es la misma que el icono mundial del reciclado, el triángulo equilátero con tres flechas que giran e indican la posibilidad de reutilizar un material. Pero con una modificación, le agregamos por debajo una especie de tronco, todo el conjunto tiene la forma de un árbol, mismo que representa por excelencia al tema ecológico.

Isólogo que simbolizará a la bolsa de papel, además de reflejar el tema ecológico que se persigue.

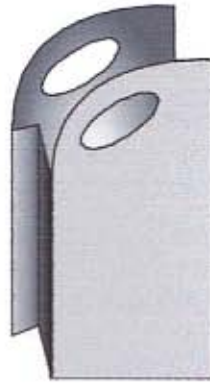


8.1.4. Tamaño

En cada uno de los diez modelos de bolsas de papel diseñados para su implementación en los supermercados de nuestra ciudad, los tamaños varían.

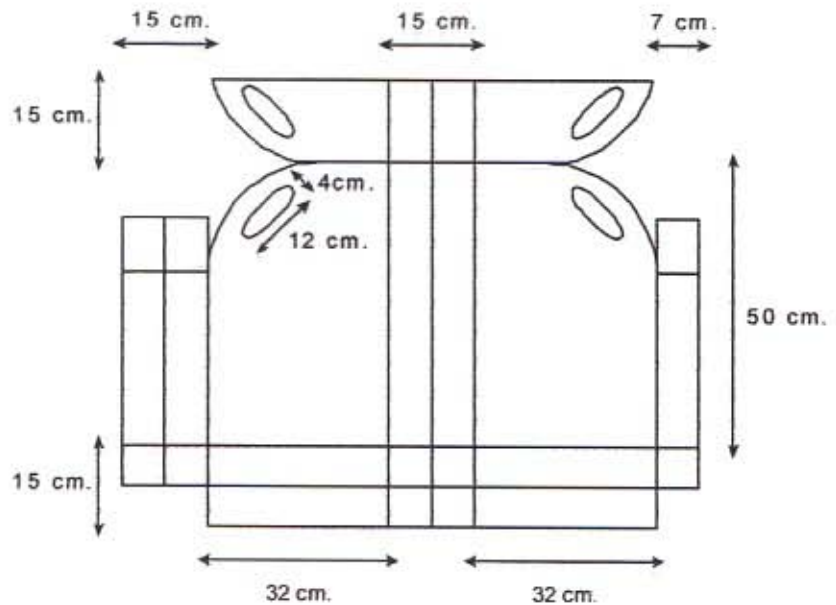
A continuación daremos las medidas para cada una de las bolsas:

Modelo 1

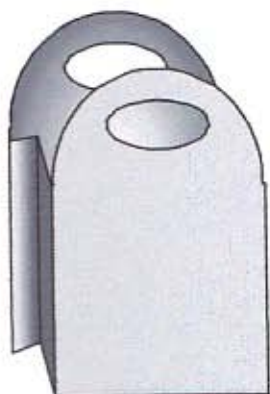


El modelo 1 de bolsa de papel tendrá la forma normal de rectángulo vertical, pero con el lado izquierdo truncado en forma curva. Su medidas serán 50 cm. de altura, 32 cm. de ancho y 15 cm. de espesor. Tendrá una costura por la parte de abajo y otra por la parte lateral.

Su asa será troquelada de forma ovoide, en la parte izquierda donde se forma la curva, con una medida de 12 x 4cm.

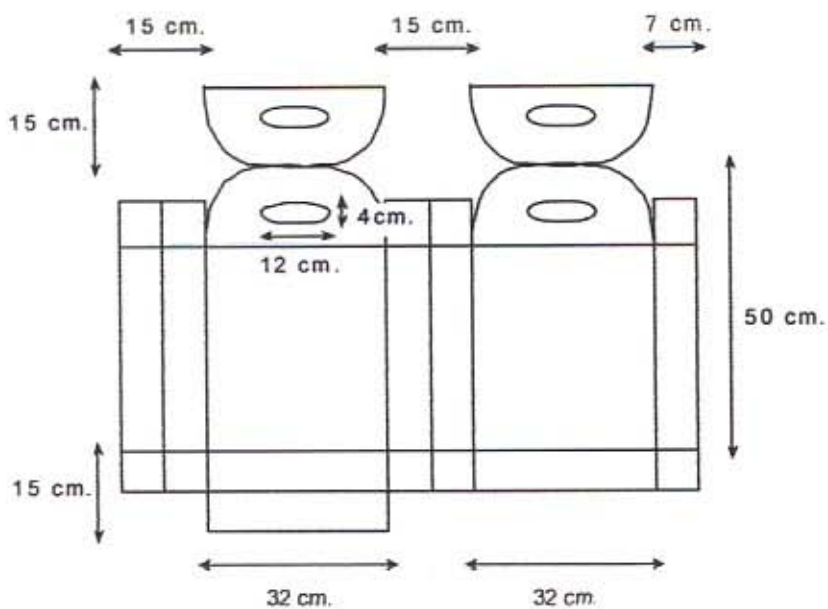


Modelo 2



El modelo 2 de bolsa de papel tendrá la forma normal de rectángulo vertical, pero con el lado superior truncado en forma semicircular. Su medidas serán 50 cm. de altura, 32 cm. de ancho y 15 cm. de espesor. Tendrá una costura por la parte de abajo y otra por la parte lateral.

Su asa será troquelada de forma ovoide, en la parte central donde se forma el semicírculo, con una medida de 12 x 4 cm.



Modelo 3

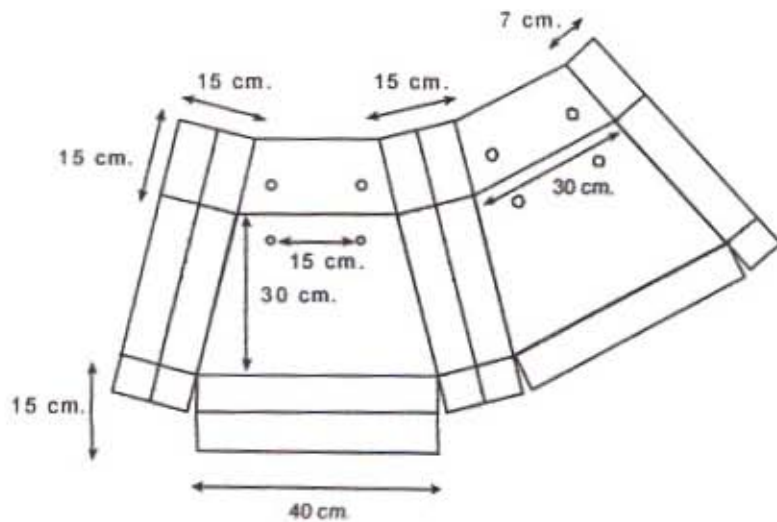


El modelo 3 de bolsa de papel tendrá la forma normal de triángulo equilátero, pero con el lado superior truncado.

Sus medidas serán 30 cm. de altura, 30 cm. de ancho en la parte superior y 40 cm. en la parte inferior, y 15 cm. de espesor.

Tendrá una costura por la parte de abajo y otra por la parte lateral.

Su asa será con cuerdas atadas en cada uno de los lados por la parte superior, con una medida de separación de 15 cm.

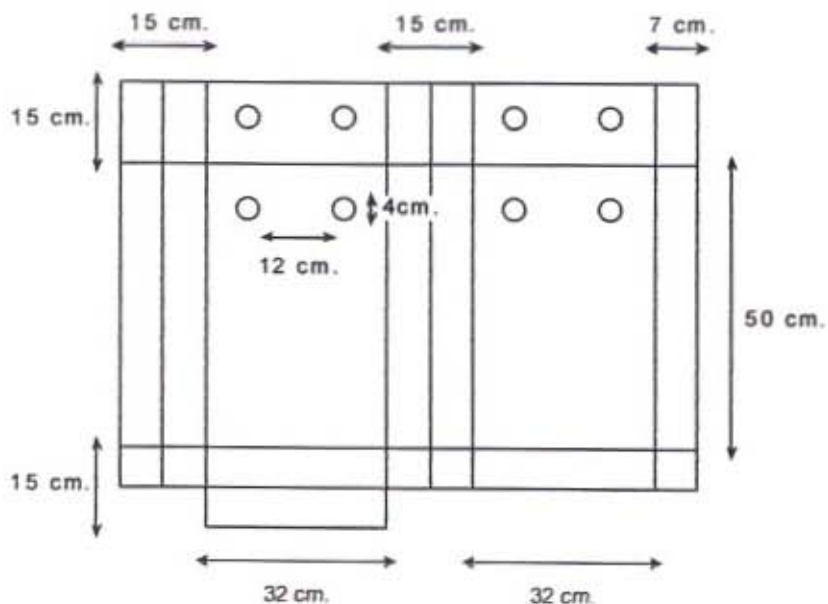


Modelo 4



El modelo 4 de bolsa de papel tendrá la forma normal de rectángulo vertical.

Sus medidas serán 50 cm. de altura, 32 cm. de ancho y 15 cm. de espesor. Tendrá una costura por la parte de abajo y otra por la parte lateral. Su asa será con cuerdas atadas en cada uno de los lados por la parte superior, con una medida de separación de 12 cm.



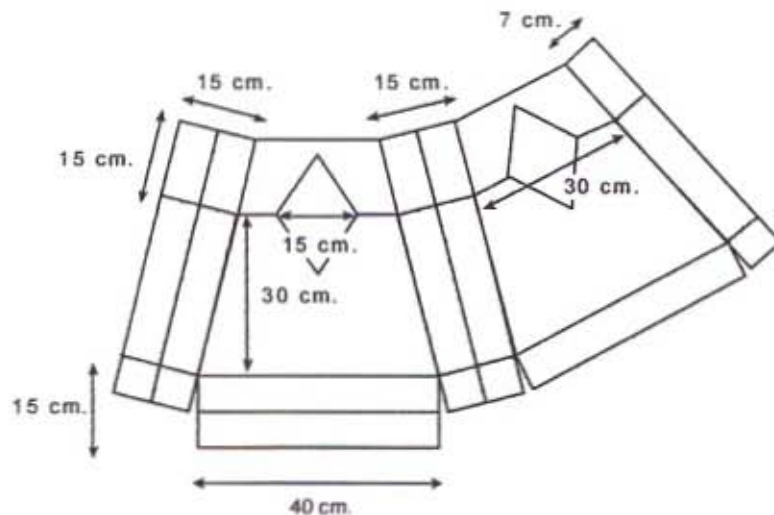
Modelo 5



El modelo 5 de bolsa de papel tendrá la forma normal de triángulo equilátero, pero con el lado superior truncado y troquelado en forma de V, todo el diseño se asemeja a la letra M por mercado.

Sus medidas serán 30 cm. de altura, 30 cm. de ancho en la parte superior y 40 cm. en la parte inferior, y 15 cm. de espesor.

Tendrá una costura por la parte de abajo y otra por la parte lateral. Su asa será con barras de madera pegadas en cada uno de los lados, por la parte superior.

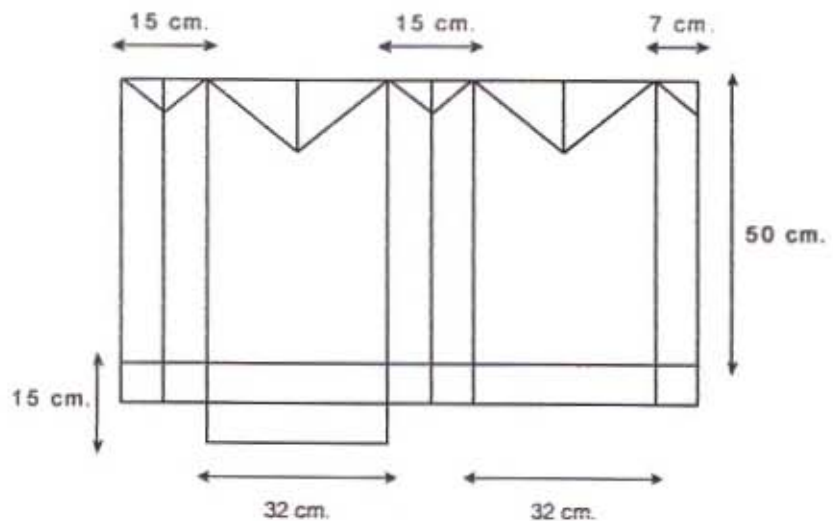


Modelo 6



El modelo 6 de bolsa de papel tendrá la forma normal de rectángulo vertical, pero con la parte superior troquelada en forma de V. Sus medidas serán 50 cm. de altura, 32 cm. de ancho y 15 cm. de espesor. Tendrá una costura por la parte de abajo y otra por la parte lateral, todo el conjunto se asemeja a la letra M por mercado.

Este modelo no cuenta con asa, por lo que debe sostenerse con ambas manos por la base de la bolsa.



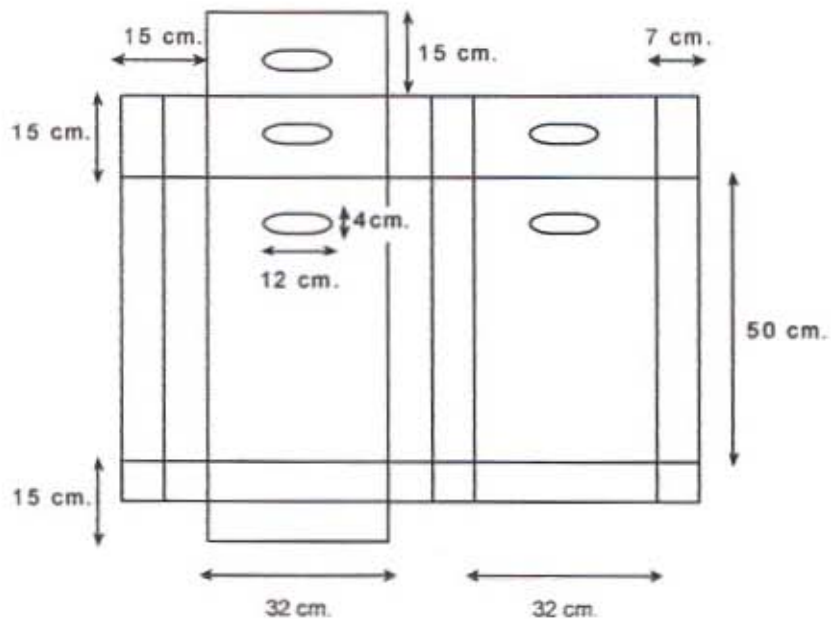


Modelo 7



El modelo 7 de bolsa de papel tendrá la forma normal de rectángulo vertical, pero con la diferencia que este cuenta con una tapa en la parte posterior. Sus medidas serán 50 cm. de altura, 32 cm. de ancho y 15 cm. de espesor. Tendrá una costura por la parte de abajo y otra por la parte lateral.

Su asa será troquelada de forma ovoide, en la parte central, con una medida de 12 x 4cm., la misma medida será para la tapa.

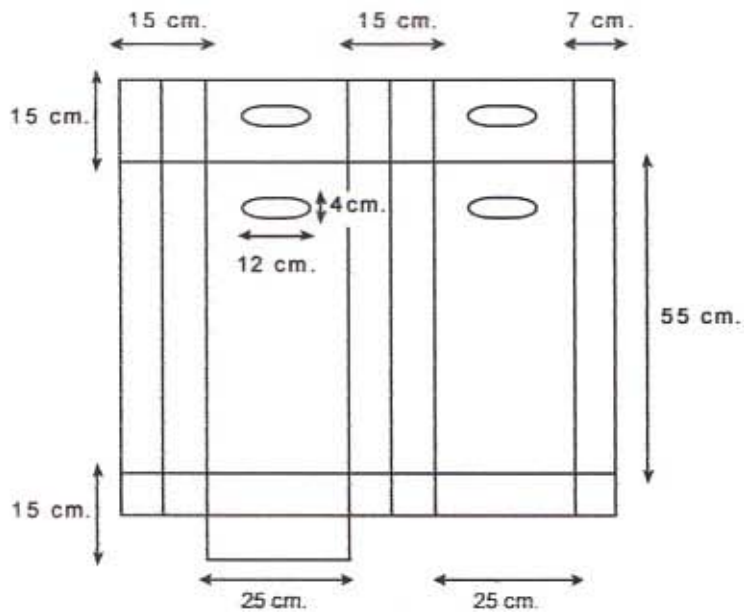


Modelo 8



El modelo 8 de bolsa de papel tendrá la forma normal de rectángulo vertical, un tanto más alargado. Sus medidas serán 55 cm. de altura, 25 cm. de ancho y 15 cm. de espesor. Tendrá una costura por la parte de abajo y otra por la parte lateral.

Su asa será troquelada de forma ovoide, en la parte central, con una medida de 12 x 4 cm.



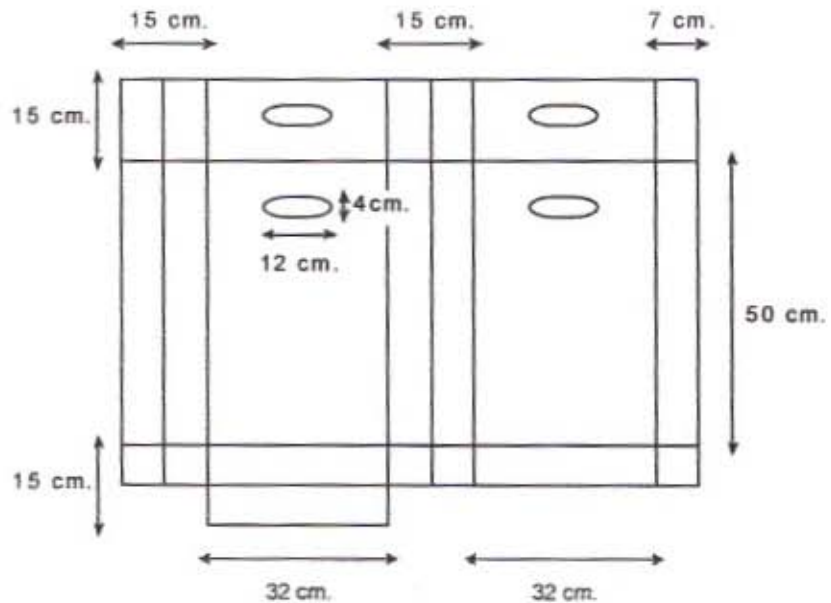
Modelo 9



El modelo 9 de bolsa de papel tendrá la forma normal de rectángulo vertical. Sus medidas serán 50 cm. de altura, 32 cm. de ancho y 15 cm. de espesor.

Este modelo contará con una costura por la parte de abajo y otra por la parte lateral.

Su asa será troquelada de forma ovoide, en la parte central, con una medida de 12 x 4 cm.



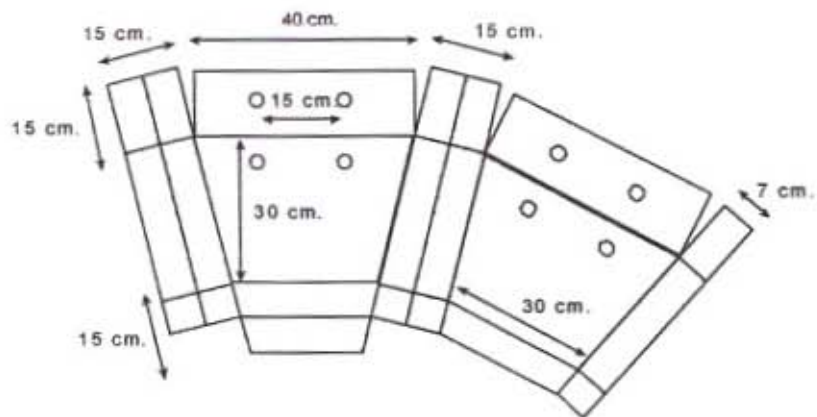
Modelo 10



El modelo 10 de bolsa de papel tendrá la forma normal de triángulo equilátero invertido, pero con el lado inferior truncado.

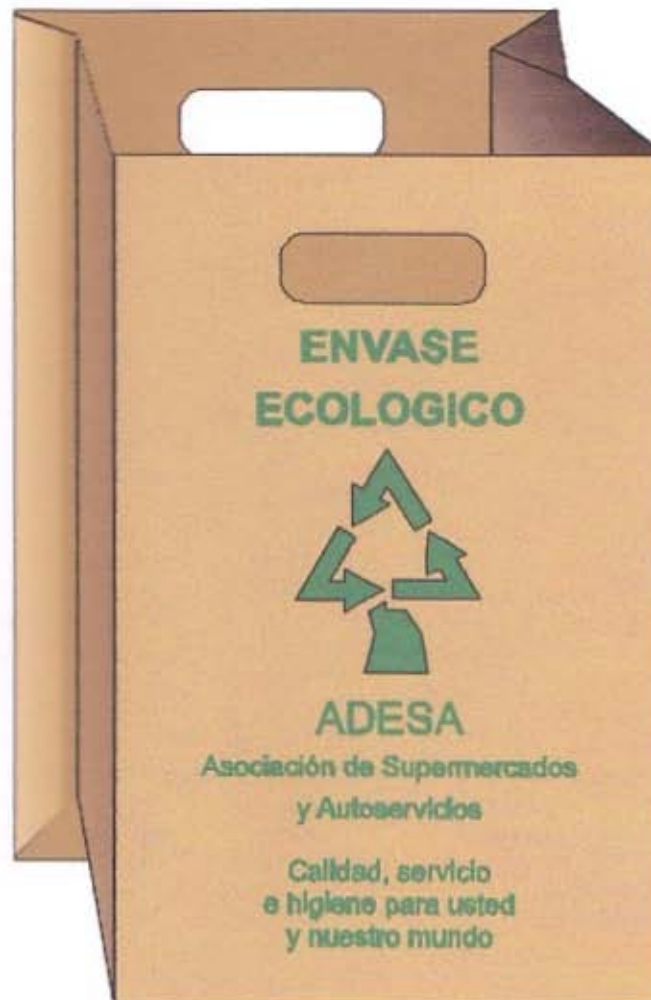
Sus medidas serán 30 cm. de altura, 40 cm. de ancho en la parte superior y 30 cm. en la parte inferior, y 15 cm. de espesor.

Tendrá una costura por la parte de abajo y otra por la parte lateral. Su asa será con cuerdas atadas en cada uno de los lados por la parte superior, con una medida de separación de 15 cm. Entre ambos orificios.



8.2. Prototipo terminado de la bolsa de papel

Finalmente escogimos al modelo número 9 por ser el más realizable y a la vez sencillo, pero no por ello deja de ser funcional. Este será entonces el modelo de bolsa de papel, acabado, a emplearse en los supermercados de nuestra ciudad que contribuirá de algún modo a reducir el uso de bolsas plásticas que tanto perjuicio le están ocasionando a nuestro medio ambiente. Ser un inicio para la solución de este problema.



Modelo final escogido de entre 10 prototipos. Esta será la bolsa de papel a ser implementada en los supermercados de La Paz, su objetivo es reducir el uso de bolsas plásticas.



8.3. Conclusiones

1. Por el estudio realizado se ha visto pertinente implementar paulatinamente el uso de las bolsas de papel como una estrategia para preservar el medio ambiente

2. Así mismo será necesario una educación del público consumidor y dar una mayor atención a las amenazas que constituyen las bolsas plásticas para el planeta

3. La información al respecto debería estar dirigida a nivel nacional y planificada por políticas gubernamentales

4. Los 10 modelos de bolsas de papel han sido propuestos según la demanda de los consumidores

5. No se han realizado mayores estudios de mercado en cuanto a la presente propuesta que va dirigida específicamente a la Asociación de Supermercados y Autoservicios ADESA y las instituciones defensoras del medio ambiente

6. Además el diseño, en este caso, no sólo cumple una función mercadotécnica, sino que persigue un fin social, que beneficiará al conjunto de la población.



BIBLIOGRAFIA

1. Diccionario Enciclopédico ESPASA.(2001). España
2. Cotton, Bob. (1994). *La Nueva Guía del Diseño Gráfico*. España. Editorial Blume. (10ma Edición)
3. Kleppner, Otto. (1994). *Publicidad*. México. ESP Editores. (12va Edición)
4. Diccionario Enciclopédico SOPENA. (1990). España
5. Camacho, Ximena. (2000).
Identidad Corporativa para un Nuevo Supermercado.
La Paz - Bolivia. UMSA Carrera de Artes
6. Asociación de Supermercados y Autoservicios (ADESA)

PAGINAS WWW.

1. <http://www.envase y consumidor.com/htm>.
2. <http://www.bolsas de papel.com/htm>.
3. <http://www.agua bolivia.org/htm>.
4. <http://www.envases y embalajes.com/htm>.
5. <http://www.planeta plástico.com/htm>.
6. <http://www.los plásticos.com/htm>.
7. <http://www.el papel/actualidad/ecologia.com/htm>.