

¿Qué efectos puede tener una etiqueta?

Acabados, materiales, tintas y técnicas para elegir la combinación ideal





Las emociones ocupan un lugar clave para los seres humanos a la hora de tomar una decisión. Esto también aplica a la compra de un producto: una buena etiqueta puede terminar definiendo una venta. Ahora bien, para lograr que tenga ese efecto, que una compañía diseñe una gran idea no es suficiente. El secreto está en el trabajo conjunto con la empresa que la imprimirá, que la ayudará a optimizar los recursos para alcanzar un mejor resultado y elegir una opción acorde a sus expectativas en un sinfín de posibilidades para hacer su etiqueta.

Entonces, ¿cuáles son las principales técnicas que existen para realizar etiquetas que llamen la atención, sean innovadoras y transmitan el concepto de su marca?



Acabados tradicionales

Las terminaciones tradicionales de las etiquetas autoadhesivas se hacen con:

1. **Lacas**
2. **Laminados**
3. **Barnices**

En todos los casos pueden ser brillantes o mates. También pueden ser UV o agua, y en función de cada una de las tecnologías van a tener mayor o menor resistencia o distintas propiedades que se van a buscar para el uso final que se les dé.

Lo mismo pasa con un stamping, que se puede dar en caliente o en frío, con un acabado brillante o mate. Aunque comúnmente se eligen el oro, la plata y el bronce, existe una gama infinita de colores. Incluso si un cliente llegara a pedir por uno muy particular, algunas empresas ofrecen la posibilidad de pigmentar una base para darle un aspecto diferenciador.

El diseño es un elemento que puede ayudar a crear valor financiero para la marca.

(Fuente: Warc)



Con respecto a la serigrafía, esta puede ser plana estándar o volumétrica (en los casos en los que se da relieve y cierta textura). También está el embossing, que consiste en aplicar presión y conviene analizar en qué casos llevarlo a cabo.

Son muchas las técnicas que existen para hacer una etiqueta autoadhesiva innovadora. Veamos algunos ejemplos de terminaciones tradicionales para entender mejor los tipos de efectos que puede generar cada una y por qué muchas veces una resulta mejor que otra para el fin particular que se busque: texturas, relieves y brillos.

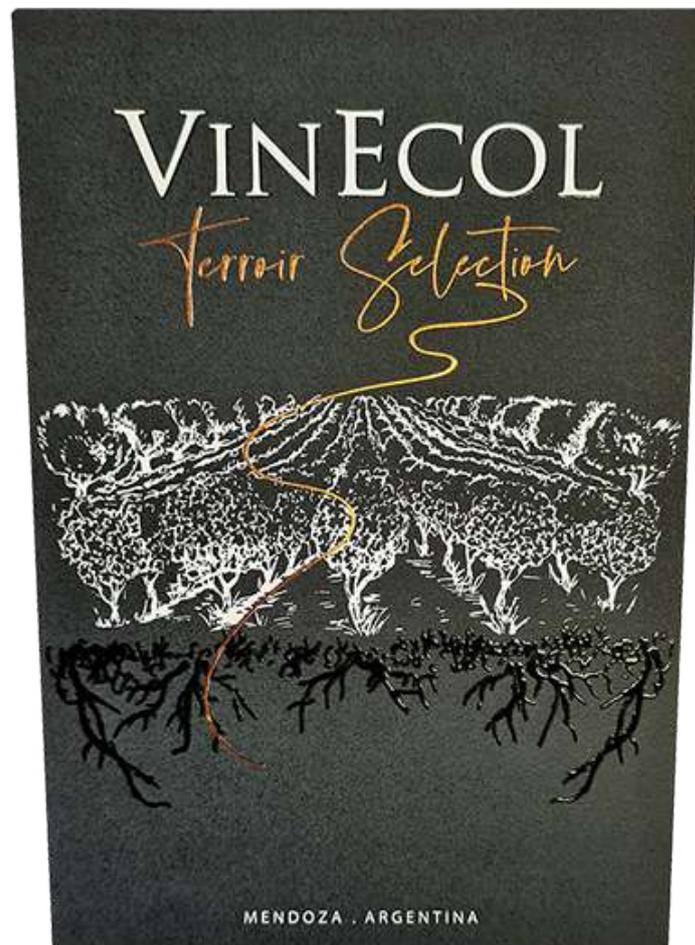


Stamping



Mientras que la etiqueta de la izquierda tiene un stamping plata y un barniz mate, la de la derecha posee tinta oro y un laminado mate por arriba. De esta manera, se logran distintas resistencias y efectos en función de lo que el cliente había requerido. Ambos constituyen casos donde se llevaron a cabo terminaciones y utilizaciones de lo estándar o tradicional.

En este caso, por ejemplo, vemos una etiqueta de vino donde se combinó un stamping en las palabras Terroir Selection con una serigrafía volumétrica en las raíces negras que aparecen debajo de los viñedos, buscando darle profundidad. Si bien el proyecto original planteaba que las raíces estuvieran hechas con un stamping negro, se le sugirió al cliente cambiarlo esta última opción para generar este efecto que de otra manera no se hubiera conseguido.



¿Cómo generar texturas y relieves?

En esta tercera etiqueta, donde observamos una serigrafía volumétrica, las gotas del vaso de cerveza están hechas con una técnica transparente y poseen textura. También se podrían haber logrado con brillo y podrían haber sido planas.



Por último, en la siguiente etiqueta se aplicó presión en un sustrato para lograr un efecto de relieve. Cuando se emplea este recurso es importante considerar que el adhesivo no va a estar en contacto con el envase al cual se pega, por lo que no podría ocupar el 80% de la superficie, ya que sino solo quedaría un 20% adherida.

Asimismo, habría que evitar que llegue a los bordes para que no entre la humedad ni se desprenda.



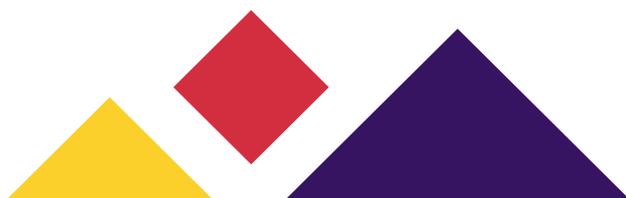
Efecto de relieve logrado con presión.

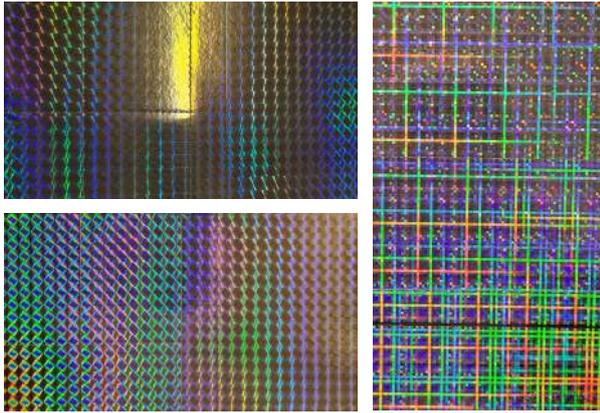
Materiales, tintas y efectos especiales

Para tomar un camino distinto al tradicional en materia de impresión existen diversos elementos que posibilitan que una etiqueta sobresalga. En el caso de los materiales autoadhesivos, cada proveedor ofrece catálogos, más o menos originales, capaces de lograr distintos efectos. Por ejemplo, con efectos perlados, film, polipropilenos metalizados (que pueden ser plata u oro, brillante o mate) o aluminio.

Esto no quiere decir que porque sean “efectos especiales” sean mejores o sus resultados no puedan lograrse de otra manera. Muchas veces existen opciones variadas para generar el mismo acabado, y la decisión de llevarla adelante depende de la empresa, del presupuesto y del buen asesoramiento que tenga.

Veamos algunos ejemplos. En la primera imagen se ven imágenes de materiales autoadhesivos holográficos con patrones estandarizados, interesantes para ciertos mercados. En la segunda, una lámina muy fina de madera que, si bien está pensada para la industria enológica, se puede aplicar en otras. Sus vetas son azarosas, lo que permite que cada etiqueta sea única.





Materiales autoadhesivos holográficos



Lámina de madera

Las tintas, por su parte, permiten jugar con los colores y hacer mezclas que generen resultados diferenciadores. Como los tonos de dorado que se pueden observar en el ejemplo de abajo, uno más mate y amarillento y el otro más bronce. El acabado es muy similar a de un **stamping** y tiene un costo mucho menor.



**Los colores y su impacto visual son fundamentales por dos razones:
generan emociones y conectan con la marca y su identidad**

(Fuente: El envase como elemento de marketing, Centro Superior de Diseño IED Madrid)

Otro efecto interesante que se logra con el uso de las tintas es el glow in the dark, que vuelve a las etiquetas fosforescentes, permitiendo que se vean en la oscuridad. Este recurso se emplea sobre todo en el sector de la seguridad, pero también se podría llevar a otros ámbitos (por ejemplo, aplicarlo en juguetes infantiles o linternas).



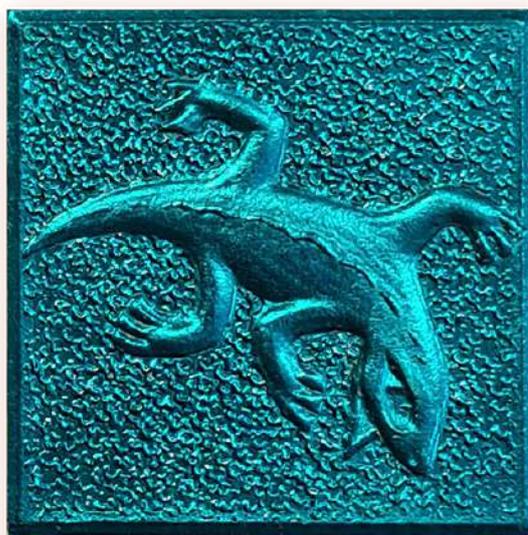
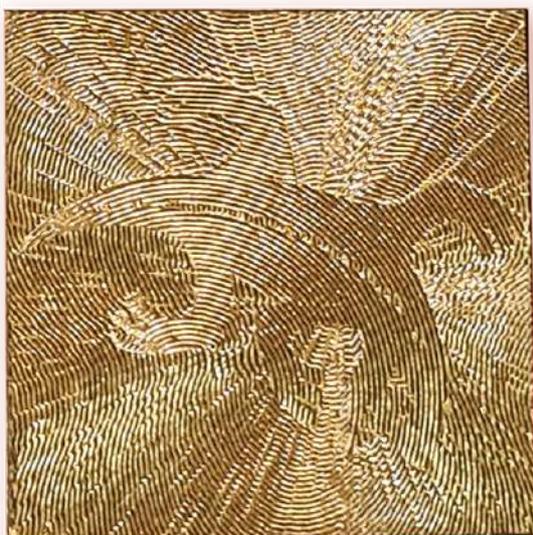
Efecto glow in the dark

Si, en cambio, para innovar se elige el recurso de los efectos, esto implica la combinación de las técnicas mencionadas para lograr un mejor el producto final. A continuación, se puede observar una etiqueta hecha sobre un material holográfico, impresa a dos colores, que consigue generar un efecto de frescura para un cliente que busca vender agua de montaña.



Material holográfico

Ahora bien, en las siguientes etiquetas vemos stampings texturados. El de la izquierda es plano y el de la derecha incluye relieves. Las texturas de líneas y de roca se generan cuando esta técnica se aplica en caliente.



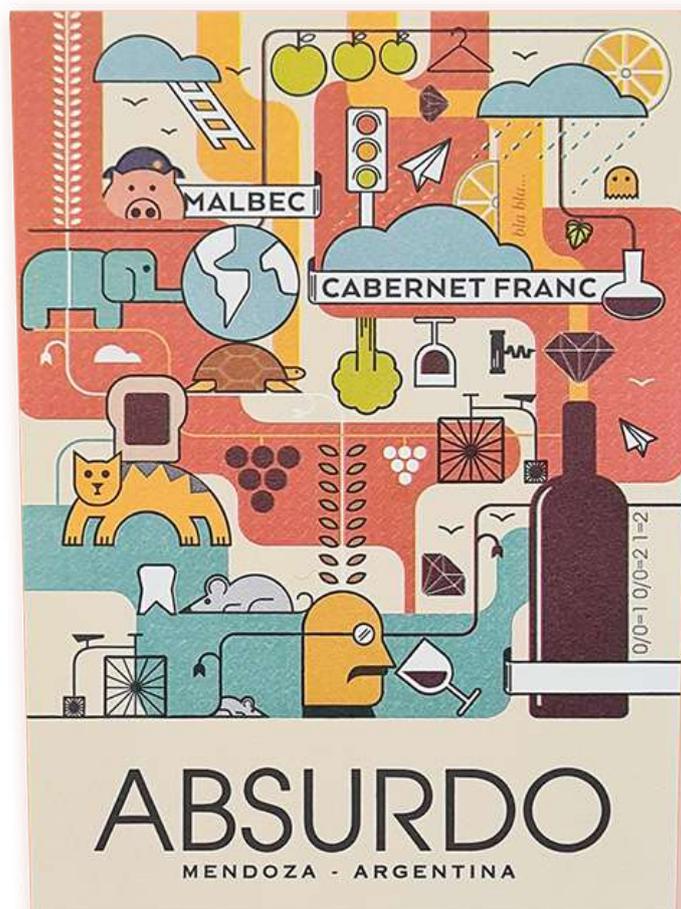
¿Cómo hacer para diferenciarse sin aumentar demasiado los costos?

Ante la pregunta de cómo se puede generar una etiqueta innovadora, la respuesta rápida sería que se apliquen recursos. Sin embargo, esto no significa que aquellas empresas que no puedan acceder a determinados precios no tengan la posibilidad de diferenciarse, ya que existen alternativas que les permitirán conseguir excelentes resultados sin necesidad de invertir una gran cantidad de dinero.

Un ejemplo se observa en las siguientes etiquetas de aceite, que están hechas con material polipropileno metalizado placa brillante. En la de la izquierda se pudo lograr una gran gama de colores (dorados, plateados y verdes), jugando con el fondo del metalizado del sustrato, consiguiendo así un resultado de alto efecto a un bajo costo. En la de la derecha, en cambio, se utilizó un papel metalizado brillante, impreso en negro y mateado por arriba, alcanzando de esta manera un resultado delicado y fino para un producto **premium**.



En cambio, la siguiente etiqueta está hecha con un papel estándar para vino y una impresión arriba con fotocromo. Con pocos recursos y partiendo de un diseño innovador, se pudo lograr un resultado sumamente atractivo. Esto sucede porque el diseño destaca, es disruptivo y logra llamar la atención. El poder de una etiqueta siempre está en la perfecta combinación entre la idea y los recursos utilizados para lograr el efecto deseado, no sólo en un gran presupuesto en impresión.



Emociones, el objetivo de una etiqueta ideal

Generar el efecto buscado a través de una etiqueta bien lograda, que sea capaz de transmitir el mensaje del producto y captar la atención de los clientes resulta clave en un mercado altamente competitivo. Para ello, trabajar de la mano de una empresa que cuente con el **expertise** para explotar al máximo los recursos, ofrecer un abanico de posibilidades y adaptarse a las necesidades de cada marca puede dar resultados extraordinarios a corto y a largo plazo.



Grafica 
IMPRESS s.a.
Etiquetas Autoadhesivas

VISÍTENOS

Dr. Adolfo Dickman 1330, Buenos Aires

LLÁMENOS

+5411 4582 6938

ENVÍENOS UN EMAIL

ventas@graficaimpres.com.ar
