



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de titulación en la modalidad artículo académico  
previo a la obtención del Título de  
Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Packaging en funda target en crecimiento  
en la industria de refrescos”**

**AUTOR: Rómulo Xavier Ramos Morales**

**TUTOR: Ing. Nora Isabel Santiago Chávez, Mg.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Noviembre 2021**



## **APROBACION DEL TUTOR**

**Ing. Nora Isabel Santiago Chávez, Mg.**

### **CERTIFICA:**

En mi calidad de tutor del trabajo de titulación “**Packaging en funda target en crecimiento en la industria de refresco**” presentado por el señor **Rómulo Xavier Ramos Morales** para optar por el Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 9 de noviembre de 2021

---

**Ing. Nora Isabel Santiago Chávez, Mg.**  
**C.I. 0601351745**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Rómulo Xavier Ramos Morales**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



---

**Rómulo Xavier Ramos Morales**

**C.I. 180399850-7**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

**Ing. Edwin Javier Santamaría Freire, Mg.**

**C.I. 1802931426**

**Ing. Marcelo Javier Mancheno Saá, Mg.**

**C.I. 1803549219**

Ambato, 9 de noviembre del 2021

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



---

**Rómulo Xavier Ramos Morales**

**C.I. 1803998507**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente estudio se propone realizar un acercamiento teórico sobre nuevos mecanismos que ayuden a vender productos a precios más asequibles sin bajar la calidad del producto.

El packaging se refiere a los envoltorios y embaces en general que cubren los productos y es de suma importancia dentro del marketing ya que es una herramienta que permite atraer nuevos clientes dentro del target objetivo (Shaoqiang, 2017).

También permite dar a conocer las características físicas del producto, su marca, su constitución entre otras cosas es por todo lo antes mencionado que los productores de los refrescos y bebidas han optado por buscar otras alternativas de empaques para la distribución de sus productos esto permitiendo abaratar costos sin tener que bajar los estándares de calidad de sus productos.

El packaging en funda ha ido ganando puntos dentro del mercado de refrescos y bebidas en gran medida por su versatilidad y fácil manejo, siendo el preferido por deportista y estudiantes debido a que pueden llevar en sus maletas sin ocupar mucho espacio ni peso.

**PALABRAS CLAVE:** ARTÍCULO ACADÉMICO, PACKAGING, PACKAGIN EN FUNDA, TARGET, EMPAQUE Y EMBALAJE, INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, MARKETING, BRANDING.

## **ABSTRACT**

In the present study it is proposed to carry out a theoretical approach on new mechanisms that help sell products at more affordable prices, without lowering the quality of the product.

Packaging refers to the packaging and packaging in general that cover the products and is of utmost importance within marketing since it is a tool that allows attracting new customers within the objective target (Shaoqiang, 2017).

It also makes it possible to publicize the physical characteristics of the product, its brand, its constitution, among other things, because of all the aforementioned that the producers of soft drinks and beverages have chosen to look for other packaging alternatives for the distribution of their products, this will allow for cheaper costs without having to lower the quality standards of their products.

The packaging in sleeve has been gaining points within the soft drinks and drinks market largely due to its versatility and easy handling, being preferred by athletes and students because they can be carried in their suitcases without taking up much space or weight.

**KEY WORDS:** ACADEMIC ARTICLE, PACKAGING, SLEEVE PACKAGING, TARGET, PACKAGING AND PACKAGING, TECHNOLOGICAL INNOVATION, MARKETING, BRANDING.

**LINK DE LA PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO**

URL: <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1630>