



5 claves para lograr consistencia en el color de marca

¿Sabía que...?

Según un estudio reciente realizado por el Pantone Color Institute, el **60 %** de los compradores toman sus decisiones de selección **en la tienda**. Y **más del 65 %** de todas las decisiones de compra **incluyen el color**. ¿Se siente identificado con esto?

Una cosa es clara: el empaque es un componente cada vez más importante, no solo para la protección del producto, sino como una herramienta de marketing y un actor influyente en el punto final donde los clientes toman sus decisiones de compra, en la tienda. Y el proceso de diseño, producción y distribución de productos empacados que cumplan con este requisito, especialmente en una cadena de suministro global, es complicado.

El empaque hoy en día es más que etiquetas y cartón. Las marcas usan una variedad de sustratos como plásticos, metales, cartones para vidrios y corrugados para diferenciar los productos en la tienda, para reflejar la identidad de la marca y llamar la atención de los clientes. Para crear todos estos tipos variados de empaques, se usa una cantidad de diferentes tecnologías de impresión, incluidas la offset, flexográfica, huecogravado, pantalla y, cada vez más, digital. Lograr el color correcto con la combinación de diferentes sustratos y tecnologías de impresión puede presentar un desafío de gestión para los propietarios de marcas, especialmente cuando se trata de lograr consistencia en el color. Incluso cuando se usan las mismas tecnologías de impresión y tintas, los resultados pueden variar entre diferentes plantas, o incluso entre diferentes turnos en la misma planta.

Todos estos factores pueden incidir en la falta de consistencia en el color en la tienda que podrían afectar negativamente la imagen de la marca. Los clientes ignorarán un producto cuyo empaque luce descolorido, ya que creerán que está dañado o es viejo. Aún peor, preferirán el empaque de la competencia cuyos colores son más atractivos. En este artículo técnico, presentamos 5 claves para lograr la consistencia del color y que lo ayudarán a superar estos desafíos y garantizar la consistencia del color en incluso la cadena de suministro global más compleja. Tenemos ejemplos del mundo real en donde el aprovechamiento de estos principios ha hecho una diferencia importante en cuanto a la consistencia del color en la tienda. Explicaremos en detalle los desafíos asociados con cada uno y cómo superarlos para lograr el color como lo imaginaba.

El desafío de la consistencia del color de marca

El color es un elemento integral de la marca, y lo ha sido siempre. La mayoría de las tecnologías de impresión son maduras, o en el caso de la digital, están entrando en la fase de maduración. Entonces, ¿por qué resulta un desafío mantener la consistencia del color de marca y a veces es tan costoso conseguirlo?

Existen cinco factores que influyen en la capacidad de conseguir una consistencia en el color en los empaques:

- 1. La necesidad de imprimir en una amplia variedad de sustratos.** Las marcas usan plásticos, metales, vidrio y cartones corrugados de formas cada vez más innovadoras. Pero cada uno de estos sustratos tiene características diferentes que hacen que el color luzca diferente a la primera vez que fueron identificados. El papel marrón y el cartón corrugado absorben tinta, mientras que el metal y el vidrio no absorben nada de tinta. Además, los colores de los sustratos pueden variar ampliamente, lo que provoca que los colores luzcan diferentes si estos no se especifican de la manera adecuada.
- 2. El uso de diferentes proceso de impresión y tintas.** Cada proceso de impresión usa diferentes tipos de tinta. Algunas tintas son a base de agua; otras a base de petróleo. Incluso con la misma tecnología de impresión, por ejemplo, offset, un productor en la cadena de suministro puede usar tintas a base de soja mientras que otro usa tintas a base de petróleo. Y algunas impresoras digitales no usan tinta directamente, sino tóners, con una gama de colores completamente diferente a las impresiones offset o flexográficas. Esto puede ser un desafío en términos de consistencia

del color. Cada uno de estos puede tener un impacto en cómo se verá el resultado final. Incluso si todas las variables se abordan adecuadamente para un componente, por ejemplo, un cartón plegado, hay muchos más elementos que conforman una marca que solo ese componente. El desafío está en integrar todos los componentes de color del empaque de la marca, cartones, bolsas, estanterías de exposición listas para las tiendas, exhibidores, carteles, contenedores de transporte, para ofrecer una experiencia de marca coherente cuando se reúnen en el punto de venta.

3. **Gestión de múltiples proveedores necesarios para cumplir con la demanda.** Múltiples proveedores y múltiples plantas en un solo proveedor, son dos modelos que generalmente se usan para imprimir los grandes volúmenes de empaques que se requieren en un mercado global. A pesar de que las plantas usan los mismos sustratos, tintas, e incluso las mismas tecnologías de impresión, las plantas de un solo convertidor de empaques o empresas de conversión en diferentes partes del mundo hacen un gran esfuerzo por entregar el nivel de consistencia que exigen los propietarios de marcas.
4. **Uso de un idioma común para especificar el color.** El color puede ser muy subjetivo. A veces el color en un empaque es evaluado en la imprenta por una sola persona. Existen muchos factores ambientales y subjetivos que pueden jugar algún papel en esta situación: la luz, los colores en el entorno, la opinión personal de la persona que estaba en la imprenta ese día, y en definitiva todos ven el color de manera diferente. La única forma de garantizar un color consistente en toda la cadena de suministro es contar con una comunicación clara de los valores de los colores en el momento de la especificación, y en la pre prensa, la producción y el control de calidad. Al usar un idioma del color común y comunicar los valores que se almacenan en una biblioteca basada en la nube, todos tienen acceso a especificaciones precisas que pueden ser medidas y controladas por todos los que estén involucrados con el color en el proceso de empaque.
5. **Equilibrio del uso de estándares físicos y digitales del color.** Los estándares físicos, ya sea un muestrario de Pantone, una prueba de tinta o prueba de contrato, tienen un papel importante, pero en la mayoría de los casos, los estándares digitales (valores espectrales que toman en cuenta la tecnología de impresión y el sustrato objetivo) ofrecen una mejor opción para comunicar de manera consistente el color en toda la cadena de suministro de empaques. Saber cómo usar cada uno de estos estándares para optimizar su flujo de trabajo ofrece una forma valiosa y eficiente de proporcionar un color consistente.

Solución al problema de la inconsistencia del color de marca: incorporación de los estándares digitales a la mezcla

Ahora que sabemos un poco más sobre lo que provoca la inconsistencia en los colores de la marca, ¿cuáles son los próximos pasos que debería tomar para ayudarlo a obtener mayor control sobre el proceso? Muchas marcas líderes abordan estos desafíos migrando a estándares digitales y programas de cumplimiento.

Como mencionamos antes, los libros y guías Pantone, a los cuales a veces se hace referencia como estándares físicos, se usan ampliamente en la cadena de suministro de empaques, pero son más valiosos en la fase de idea original del desarrollo. Pueden servir como guías visuales para ayudar a los diseñadores a ver cómo el color se puede usar en el proceso de diseño. Estas guías también fueron producidas para el estándar XRG, lo que significa que están alineadas con el espectrofotómetro X-Rite Pantone eXact como parte del ecosistema del flujo de trabajo de color. En el siguiente diagrama verá que el uso de este proceso con estándar físico lo sitúa a mitad de camino en el continuum de la especificación del color.



Entonces, ¿cómo lleva a su organización al siguiente nivel con los estándares digitales? X-Rite Pantone ha trabajado mucho para facilitarles a las marcas la adopción de los estándares digitales en una cadena de suministro global, y además, para permitir una supervisión y control del proceso en tiempo real para garantizar que esos estándares digitales estén disponibles para todos las partes interesadas y autorizadas en su flujo de trabajo del color. El elemento central en esta estrategia es PantoneLIVE, una solución basada en la nube y diseñada para comunicar digitalmente los estándares de colores de marcas.

PantoneLIVE elimina la posible variación de confiar solo en los estándares físicos, lo que reduce la posibilidad de que exista una gestión subjetiva del color. Permite la optimización y consolidación de los colores de marca, que luego se pueden digitalizar para que todos los puedan usar en su cadena de suministro de empaques.

Como los estándares de PantoneLIVE son definidos por usted, el propietario de marca, estos estándares digitales comunican sus expectativas de manera efectiva. PantoneLIVE es compatible con un flujo de trabajo de empaques que cumple con las cinco claves para la consistencia del color de marca.



Clave 1: Defina y digitalice sus estándares de color

Para comprender mejor el impacto de la variabilidad del color en toda la cadena de suministro de empaques, veamos algo a lo que hacemos referencia como "la pila de errores". La práctica común para igualar colores se basa en una prueba física aprobada. La aprobación se hace mediante una evaluación visual, lo que hace que sea potencialmente impreciso desde el comienzo. Como se puede ver en el diagrama a continuación, mientras que cada paso se encuentra dentro de los estándares, la variación del proceso total puede resultar en menos que el resultado deseado. Cada paso en la línea productiva crea otra copia de una copia para la siguiente persona con la que se debe trabajar, y el color cada vez se vuelve menos preciso.



Aquí es donde entra en juego el poder de los estándares digitales. En lugar de darle a cada proceso una copia nueva para trabajar, todos necesitan acceso a los datos de colores originales. Los estándares digitales permiten exactamente eso. Cada miembro de la línea productiva, desde la igualación de tintas hasta la impresión, pueden hacer referencia al color exacto especificado por el diseñador. Esto resulta en la mejor igualación del color posible en toda la línea.

En PantoneLIVE, los colores de marca, y de hecho todos los colores Pantone, se definen como Estándares maestros, valores espectrales que son el ADN del color. El uso de datos espectrales es de importancia crítica ya que es la única forma de comunicar la identidad única de cada color. Los colores personalizados también se pueden desarrollar para su inclusión en la biblioteca PantoneLIVE de su marca.

Cuando cualquier proveedor en la cadena de suministro de empaques necesita usar uno de sus colores de marca, todos hacen referencia al mismo estándar digital. Como cada actor hace referencia a la misma fuente de definiciones de colores original, la pila de error se reduce de manera significativa.



Clave 2: Garantice las posibilidades de lograrlo estableciendo las expectativas correctas

Una vez que se definen y digitalizan los estándares maestros de su marca, es de importancia crítica considerar cómo se verán esos colores maestros en los sustratos particulares en los que se aplicarán. Como se comentó antes, los empaques se producen en una amplia variedad de sustratos con muchos procesos de impresión diferentes. A veces el Estándar maestro no se puede igualar en una combinación específica de sustrato y proceso de impresión. Por ejemplo, un color de marca impreso en un cartón plegado muy blanco no se verá igual si se imprime en un cartón corrugado marrón, incluso si usa la misma tinta y proceso de impresión.

Para ayudarlo a superar las diferencias en el sustrato y los procesos de impresión, PantoneLIVE también define y comunica "Estándares dependientes". Los Estándares dependientes son una

representación del Estándar maestro, que toma en cuenta el sustrato en el que se imprime y la tecnología de impresión que se usa para imprimir, digital, flexográfica, huecograbado, offset, etc.

Para imprimir en un cartón plegado blanco con una imprenta offset, el Estándar dependiente para ese sustrato y el proceso de impresión define la mejor igualación posible con el Estándar maestro. Al usar Estándares dependientes acordados, sus expectativas son claras y también se sabe que son posibles. Ahora todos pueden conseguir el objetivo de color de marca solicitado, independientemente del sustrato o tecnología de impresión que se use para producir su empaque.

PantoneLIVE tiene 28 bibliotecas dependientes que cubren cerca del 80 % de las necesidades de producción de empaques y sigue creciendo. Los estándares dependientes personalizados se pueden desarrollar según sea necesario. Además, los expertos en color de X-Rite Pantone están disponibles para trabajar con marcas para racionalizar las bibliotecas de color existentes, esto incluye convertir los sistemas de color basados en papel a una biblioteca digital de fácil acceso.

En la transición hacia estándares de color digitales, una marca grande con la que trabajamos pudo asignar sus propios colores a los colores Pantone mediante valores digitales, con el resultado de haber obtenido una reducción del 33 % en la cantidad de colores en su biblioteca. Un portavoz de la empresa dijo: "Comprendimos que con nuestra exclusiva biblioteca de colores, estábamos prácticamente reinventando el trabajo que Pantone ha estado haciendo durante más de 50 años para estandarizar la especificación y la comunicación del color. Parecía que cada vez que teníamos un proyecto nuevo, estábamos inventando un nuevo color, y eso generaba incertidumbre en toda la cadena de suministro global".

Durante el trabajo con X-Rite Pantone para asignar los colores personalizados a los colores Pantone, esta marca encontró tres posibles resultados:

1. El color personalizado y el color de Pantone eran una buena coincidencia; se aprobó la sustitución del color Pantone.
2. No había un color Pantone que coincidiera con el color personalizado dentro del Delta E aceptable y el gerente de la marca no quería cambiar un color de equidad. En esos casos, de los que había cien, se creó un nuevo color Pantone; sesenta de estos se importaron a la Biblioteca Pantone para convertirse en colores Pantone estándar, y cuarenta permanecieron exclusivos de la empresa.
3. El color personalizado y el color Pantone no coincidían, pero las personas que tomaban las decisiones prefirieron el color Pantone y se aprobó su sustitución.

Los colores se evaluaron mediante la comparación de muestras impresas de todos los colores, los libros de colores de la empresa y las guías Pantone, bajo condiciones de iluminación controlada. Los diseñadores recibieron acceso a PantoneLIVE Visualizer, una aplicación que les permite ver de manera virtual cómo un color seleccionado aparecerá en diferentes sustratos y bajo diferentes condiciones de iluminación, ayudando a determinar en una etapa temprana del proceso si el intento de diseño se podría lograr en el sustrato objetivo y con el proceso de impresión deseado antes de que incluso una gota de tinta tocara el sustrato.

Clave 3: Comunicación efectiva

Ahora que ha implementado una biblioteca digital, y que todos los proveedores en la cadena de suministro de empaques trabajan con el mismo estándar digital, ha podido eliminar la subjetividad para obtener cuál debería ser el color de marca deseado. Todos están alineados con las mismas expectativas, sin importar cuántos proveedores estén involucrados, dónde se encuentren o lo que estén produciendo.

Los cambios o agregados en su paleta de colores de marca se comunican a todos de manera instantánea. No existe la necesidad de reproducir y enviar nuevos estándares físicos a los proveedores de empaques, ellos reciben las actualizaciones automáticamente. Se pueden agregar nuevas

combinaciones de sustratos y procesos de impresión a PantoneLIVE según sea necesario. El uso de Estándares dependientes le permite comunicar la mejor igualación posible con sus colores de marca, en un sustrato específico y con un proceso de impresión específico.

Una de las primeras empresas grandes de productos de consumo que adoptó PantoneLIVE pudo aprovechar sus beneficios:

"PantoneLIVE es una tecnología eficiente, efectiva y sin problemas que ahorra tiempo y dinero, y ayuda a garantizar que la intención del diseño llegue a la tienda, ya sea que estemos creando un nuevo diseño de empaque, evaluando una etiqueta, mezclando tinta para la impresión de empaques o evaluando la calidad de los empaques en la imprenta. PantoneLIVE es una excelente solución para simplificar la forma en la que accedemos a las paletas de color digital para diseñar, evaluar e imprimir. Una vez que se haya implementado completamente, los beneficios de la productividad serán significativos, tanto internos para nosotros mismos como para nuestros proveedores".

— Responsable de diseño global

Clave 4: Estandarización y cumplimiento



El costo del control del color

Pruebas de tintas físicas: \$250
Pruebas de contrato: \$500
Pruebas de impresión en el sustrato: más de \$5000
Aprobaciones de impresión en la empresa: más de \$5000

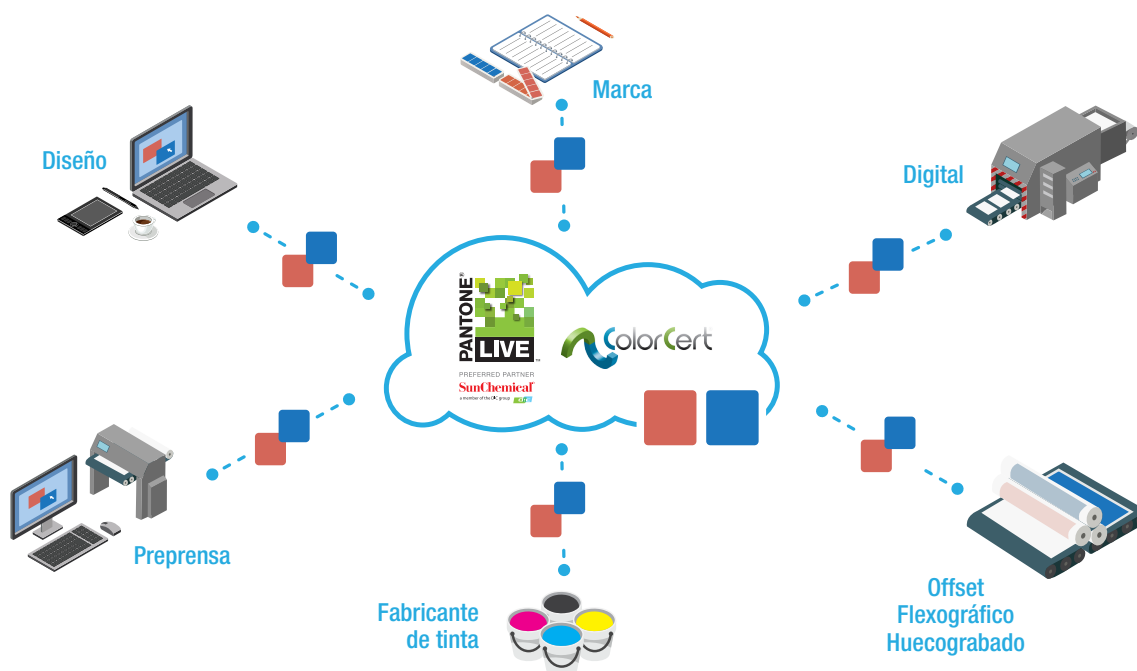
"Estos procesos comunes son costosos e insumen tiempo. Un flujo de trabajo digital puede eliminarlos casi en su totalidad".

Con PantoneLIVE, las paletas de colores de marca están optimizados y consolidados en un conjunto digital de estándares de colores de marca que todos pueden cumplir. Proporciona un acceso instantáneo a áreas fácilmente identificables de mejora de la calidad de impresión y reduce la necesidad de realizar visitas a la imprenta y obtener aprobaciones que son costosas y demandantes en términos de tiempo, al igual que otros aspectos de una muestra física y proceso de evaluación.

PantoneLIVE hace que sea fácil verificar y gestionar el cumplimiento de los proveedores en su cadena de suministro de empaques y en todo el mundo. Obtiene resultados consistentes, sin importar cuándo, dónde ni cómo se produzca su empaque.

Clave 5: Recepción de comentarios y resultados de supervisión

Una vez que se establecen los estándares de color digitales, necesitará una forma confiable para verificar que estos estándares se logren de manera consistente. ColorCert Suite permite la comunicación digital del color exacto y los requisitos de impresión, lo que produce datos casi en tiempo real para cada una de las pasadas de impresión en un panel fácil de comprender. Los datos de calidad del trabajo se muestran como una tarjeta de evaluación informativa, la cual otorga un nivel o puntaje al trabajo según las tolerancias. El uso de estas tarjetas de evaluación les permite a las marcas establecer expectativas claras, supervisar la calidad de la impresión en la imprenta y ver los informes de los datos de manera instantánea. Como resultado, tanto las marcas como los convertidores pueden aprovechar ColorCert para realizar un enfoque más estratégico y holístico de la gestión del color.



Asda, una subsidiaria de WalMart, adoptó este programa con un proyecto piloto en el Reino Unido. Además de usar las especificaciones de PantoneLIVE, la empresa introdujo ColorCert Suite en su cadena de suministro para que sus socios convertidores pudiesen supervisar sus propias producciones en tiempo real, lo que también le dio a Asda una perspectiva de la calidad de la producción entre todos los proveedores.

Otra clave importante para tener éxito es obtener información a tiempo y consistente para supervisar de manera remota el rendimiento del color de sus proveedores durante el proceso productivo. Las marcas y los convertidores cada vez más aprovechan el enfoque ScoreCard de ColorCert para un abordaje más estratégico para la gestión del color, mediante la visualización del rendimiento del color de manera holística en lugar de basado en una única imprenta.



Bienvenido al nuevo mundo de la producción de empaques

Mientras que lo introducimos al valor que la adopción de estándares digitales le da al flujo de trabajo del color, existen beneficios adicionales que puede experimentar debido a este nuevo proceso personalizado.

El primero y quizás más importante es la reducción del tiempo que toma obtener un concepto mediante el proceso de aprobación, y en definitiva mejorar su capacidad de salir al mercado más rápido. El flujo de trabajo digital permite una devolución de conceptos mucho más rápida, lo que permite que los productos lleguen a la tienda hasta cuatro veces más rápido. Existen ahorros en los costos que se pueden lograr también mediante la incorporación de este nuevo flujo de trabajo. Con estándares de color digital, existen mucho menos ciclos de revisión y una menor demanda de producción de pruebas físicas. De manera adicional, como tiene la confianza en el hecho que se produce el color correcto, minimiza la necesidad de viajar para inspeccionar o supervisar las tiradas de impresión y minimizar el desperdicio. Es un momento interesante para integrar tecnología con la finalidad de mejorar el proceso de todo su ecosistema de empaques.

Para obtener más información sobre cómo X-Rite Pantone puede ayudarlo a lograr mejor el color como lo imaginaba, lo invitamos a hablar con uno de nuestros expertos en color de marca en www.xrite.com/ContactUs.

PANTONE®, PantoneLIVE y otras marcas comerciales de Pantone son propiedad de Pantone LLC. Todas las demás marcas comerciales o registradas pertenecen a sus respectivos propietarios. Pantone es una subsidiaria al 100 % de X-Rite, Incorporated. Uso con licencia de Sun Chemical Corporation. La tecnología patentada por Sun Chemical permite comunicar digitalmente y de manera consistente el aspecto deseado de un producto. – [Números de patentes en los Estados Unidos 7.034.960; 7.202.976; 7.268.918; 7.417.764 y sus equivalentes extranjeros.] © Pantone LLC, 2016. Todos los derechos reservados.

X-Rite es una marca registrada o comercial de X-Rite, Incorporated en los Estados Unidos y/u otros países. PANTONE®, PantoneLIVE y otras marcas comerciales de Pantone son propiedad de Pantone LLC. Todas las demás marcas comerciales o registradas pertenecen a sus respectivos propietarios. © X-Rite, Inc. 2017. Todos los derechos reservados.

www.xrite.com

AMÉRICAS: 800-248-9748
EUROPA / ÁFRICA / MEDIO ORIENTE + 800-700-300-01
ASIA: + 86-21-6448-1155