

Dr. Francisco Javier Soria López

Director de la División de Ciencias y Artes para el Diseño

UAM Xochimilco

Informe final de servicio social

Departamento de Métodos y Sistemas

UAM Xochimilco

Periodo del 25 de julio de 2018 al 15 de marzo de 2019

Proyecto: Diseño de envases en papel cartón

Clave: XCAD000208

Responsable del proyecto: Mtra. Silvia Ana María Oropeza Herrera

Asesor Interno: Mtra. Silvia Ana María Oropeza Herrera

Susquejana Monserrat González Iruz Matrícula: 2143064637

Licenciatura: Diseño Industrial

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Cel: 5547584837

Correo electrónico: monseiruz@gmail.com

Introducción

La imagen corporativa para las empresas es un factor que hace la diferencia para que algunas de ellas tengan éxito o se queden en el camino a pesar de que éstas ofrezcan a los clientes el mismo producto, porque para el cliente, la imagen que ve del producto, le permite identificar la calidad del mismo por medio de la atención que el empaque le dio, la primera impresión que la imagen le genera. El resultado de la atención es gracias al desarrollo de conceptos trabajados en la imagen corporativa que se imprime en los envases y/o empaques ya que lleva impregnada toda la identidad de la marca que permite a primera vista aplicar al cliente la duda en su siguiente compra y decidirse por la nuestra. Esa es la importancia del diseño de una imagen adecuada que se analiza de acuerdo con el tipo de productos que la empresa está ofreciendo en el mercado; la imagen óptima también es necesaria en cuanto al tipo de mercado en el que quieren colocarse, lo cual hará de la marca una empresa competitiva dentro del mercado al que va dirigido.

La imagen de la marca se trabaja de acuerdo con los productos que se vende, es el reflejo de cómo es la compañía, simplifica su personalidad, refleja toda una serie de valores y emociones con los que el cliente se sentirá identificado o no. Y también, hoy en día las compañías no apuestan únicamente por vender solamente un producto y cuanto más se venda mejor. Las empresas actualmente van mucho más allá que solo vender, ahora se ofrece a los consumidores auténticas experiencias, difíciles de olvidar, logrando así la calificación de boca a boca sobre la marca, el hacerse imprescindibles y, sobre todo, marcas cuyo consumo sea un orgullo.

Una imagen corporativa bien trabajada ayuda a la fidelización de los usuarios, así como al incremento de la popularidad de la marca y, por ende, el aumento de ventas y expansión en el mercado.

También la identidad dicta tipos de empleados, la apariencia de los productos, desde la etiqueta, los empaques, el embalaje del producto y las características físicas del producto mismo, así como también del almacén.

Cualquier atributo que se le añada a la marca permite que los clientes la identifiquen para poderse referir a ella como una empresa, dándole su propio reconocimiento, incluso similar a la humana y sellando sus cualidades. He ahí la gran importancia de el diseño de identidad de una empresa, la imagen que transmite es imprescindible. Visualmente es la reputación de la marca, la cual debe reflejar calidad para que el cliente ópte por ella.

La identidad de una marca en microempresas, en conjunto con el diseño de imagen del producto, la etiqueta, los envases, empaques y embalajes que imprime su marca, les

ayuda a incrementar ventas y por lo tanto, se expande el mercado de consumo; los productos de las microempresas (micro pymes) en México, tienen productos de alta calidad, en interés de éste servicio social es ayudar a que el consumo local, de productos mexicanos aumente, lo cual beneficia y ayuda mover la economía local. De consumir productos hechos en México, al impulsar microempresas de jóvenes emprendedores. Lo que hace falta es ayuda en el diseño de imagen de la marca, que va de la mano con el rediseño de etiquetas, envases y embalaje que sus productos utilizan, que incrementen sus ventas y logren la fidelidad de sus clientes y la expansión en el mercado de sus productos.

Objetivos generales

- Este servicio social apoya el desarrollo en todos los conceptos de diseño del producto, de imagen corporativa, del diseño de etiquetas, envase y embalaje para las micro pymes que tienen gran potencial de generar beneficios con sus productos y de innovación en el mercado actual.
- Establecer la identidad de las microempresas, dándoles cualidades que identifiquen a la marca para que los clientes le reconozcan en el mercado, y que poco a poco tenga un mayor crecimiento.
- Reasignar objetivos de la marca, las cualidades que desee notar en el mercado
- Creación de una nueva imagen y logotipo que permita a los clientes reconocer de inmediato la marca y productos, establecer una nueva combinación de colores óptimos de acuerdo con los productos que ofrecen.

Crear una identificación física y las características, permiten a los clientes identificar fácilmente el producto de una empresa en donde vivimos en un mercado saturado para las decisiones de compra.

El objetivo al reconstruir la imagen de la marca, es poder crear la imagen de etiquetas, envases, empaques y embalajes que ayuden a crear una eficaz identidad, lo cual ayuda a que la imagen de la empresa que se posicionen en la mente del consumidor.

Actividades realizadas

- Se creó el Branding de la microempresa. Ayudará a los consumidores a elegir los productos. Consiste en la configuración de una identidad positiva, comunicando esta identidad a las audiencias significativas.

- Creación del brief para lograr un logotipo, el cual es la primera aproximación visual del target group de la empresa y de los productos que ofrece, por este motivo es importante manejar una imagen definida y con estética.
- Se gestionó la marca de acuerdo con las expectativas de la marca y culminarlas en expectativas de marca relevantes para que el cliente los reconozca visualmente, que satisfagan promesas que generen vínculos estrechos con la marca, las percepciones se convierten en el branding, el cual es el responsable de conseguir la conexión emocional con la marca, lo que genera la compra pues está en conexión con las emociones que se le provocan al cliente.
- Se mejoró la identidad de la empresa mediante la modificación de su antigua imagen con un rediseño o diseño total, administrando la comunicación corporativa y la reconfiguración de la identidad de la empresa a través de la creación de diferentes propuestas de logotipos que nacieron de la mano del branding definido por los valores con los que la empresa desea identificarse.
- Se realizaron distintos cambios de imagen con citas planificadas para presentar cada cambio nuevo de los logotipos, estableciendo tipografías legibles a cierta distancia y tamaños que sean los adecuados para el tamaño de los productos. El juego de paletas de colores, combinaciones con color de los productos y la identificación de éstos con el logotipo en el mismo producto, como en el caso de jabones artesanales, el logotipo debía ir dentro del molde para que, sin etiqueta pudiera ser visible la marca.

El cambio de imagen se da también por la legalización por el tipo de productos que maneja la empresa.

- Algunos de los productos de las empresas requieren especificaciones legales en la etiqueta o envase, por los diferentes ingredientes y químicos que deben ser detallados en las etiquetas y siguiendo la normatividad que se requiere de acuerdo con las normas mexicas (NOM). Se realizaron etiquetas de acuerdo con las normatividades de cada segmentación de productos (aseo, productos de limpieza, productos de belleza, etc.)
- Aquellos productos para aseo y cuidado personal, en conjunto con el branding y la imagen que se desea reflejar, como en los productos de limpieza y aseo personal, del usuario que vean la imagen del producto, debe ser un logotipo refinado, limpio y con trazos bien marcados. Colores frescos y juveniles, pues ese es el mercado al que la empresa desea llegar. De esta manera se logró la combinación de colores, la forma del logotipo, la tipografía, el diseño del logotipo o logotipo.
- Se hizo que la imagen corporativa fuera compatible con los productos que ofrece y que las imágenes de la marca alcancen el nivel de los productos de ese mercado, por lo tanto, el precio del producto tiene la capacidad de cambiar y justificarse ya que la imagen del producto está al nivel de ese mercado.

- Se realizó el diseño completo de la marca, se vectorizaron las ideas para tener material para crear moldes con el logotipo, corte láser en productos de madera que maneja la microempresa.
- Diseño de la impresión en las etiquetas, la estructura de éstas con las normas legales para el producto en mercado mexicano.

Un elemento fundamental, que a veces pasa desapercibido, es la importancia del packaging o diseño de envase. Ya que éstos constituyen la primera imagen que el consumidor o cliente recibe de los productos o servicios de la empresa.

Estudiar el segmento de mercado al que nos dirigimos para saber qué quieren y qué necesitan. Esto hará más efectivo elegir diseño estructural y gráfico del packaging, sin olvidar las especificaciones y necesidades del producto al envasarse.

- Se diseño del empaque, la estructura y se propuso materiales que convienen para el producto y que estos también fueran económicos.
- Se realizó el presupuesto de la compra de empaques con preforma que sean adecuados para cada producto y vaya de acuerdo con la imagen corporativa.
- Presupuestos para la personalización de productos de bambú en corte láser.
- Realizar en Rhinoceros/Solidworks el corte láser para los productos y etiquetas en material rígido.
- Elaboración de manual que se presenta antel el IMPI para registrar la marca con su nueva imagen y logotipos, medidas, paleta de colores y con todos los requerimientos que pide la institución.
- Elaboración de etiquetas de MDF.
- Elaboración de cajas MDF con diseño personalizado para libretas de cuero.
- Diseño gráfico del packaging y etiquetado de productos de belleza.
- Medidas establecidas por Cofepris para etiquetas de productos de aseo personal y belleza, de acuerdo con las NOM para esos segmentos del mercado.
- Diseño de logotipos de acuerdo con la empresa, mínimo 10 propuestas por cada propuesta y con cada una asignando las paletas de colores posibles.
- Diseño de corte láser de otros productos.
- Diseño de imagen para página web y redes sociales de las marcas con los respectivos cambios de imagen realizados en los meses anteriores.
- Estudio de cada producto para realizar adecuadamente la información legal de los ingredientes de acuerdo con las normatividades.
- Elaboración de manuales en formato PDF para el llenado fácil y accesible para los propietarios de la empresa, esto con el fin de llevar una administración adecuada de cada producto y el rediseño de imagen individual.
- Diseño de moldes con su nueva imagen corporativa.

- Integración de logotipos con cada envase, tamaños de información legal, e información necesaria que requiere por parte de normativas de Cofepris.

Un packaging fácil de utilizar, reutilizable, inteligente o reciclable aportará mayor valor al producto. Además, será un compromiso ECO por parte del vendedor y aportará mejor imagen a la empresa en general. Por ejemplo: cajas de cartón más baratas son hechas con papel reciclado, pero no tienen la misma resistencia que si no lo fueran.

- Se resaltaron las características del producto, contenido y beneficios para crear en el consumidor la disposición de comprarlo.

La originalidad para crear la forma, los colores y su coherencia con la imagen corporativa les hablan a los consumidores de la empresa y del valor que tienen los productos, y eso es lo que se reflejó en cada identidad de cada microempresa o micro pyme que se estudió para que se viera el cambio en el diseño de la imagen y atrape a mayor sector a su nicho de venta.

Metas alcanzadas

Se logró que las empresas tuvieran una nueva imagen de acuerdo al brief que indicaron. Los logotipos creados fueron, después de diferentes revisiones, modificaciones y adecuaciones de paleta de colores, fueron satisfactorios para las microempresas con las que se trabajaron porque refleja la verdadera identidad a la que querían llegar, lo cual se logró porque se les dio el apoyo a través del diseño.

Los resultados de estos cambios en la imagen corporativa de las micro pymes, hicieron que tuvieran mejor presencia dentro del mercado actual, y también en el que la empresa quería posicionarse y no habían podido ingresar a ese nicho porque carecían de una imagen corporativa adecuada para ese sector de venta.

Las microempresas cumplieron los requisitos legales para la venta de sus productos, de acuerdo con las normas mexicanas (NOM) que especifican cómo debe ser la información obligatoria de productos de aseo, limpieza personal, de belleza, entre otros, que requieren especificar el orden de los ingredientes, beneficios que se obtienen al usar los productos, evitando la publicidad engañosa, resaltando aquellos ingredientes alérgenos sobre la piel, cuidados y precauciones del producto, instrucciones y contenido claro para que el consumidor pueda tener esta información clara para su uso adecuado.

Se logró realizar el diseño de etiquetas y dimensiones con la nueva imagen de la empresa en cada uno de sus productos. El diseño de las etiquetas va de acuerdo con el tamaño de cada producto, algunas empresas manejaban más de 20 distintos envases,

por lo que a cada uno de ellos se diseñó el tamaño adecuado de venta y por lo tanto también cambian las dimensiones de la etiqueta, cintillo o empaque.

Se estableció el tipo de material adecuado para el producto y se propuso también el material económico y que también es óptimo para el contenido.

Se logró que todos sus productos tuvieran el rediseño de imagen, estándares y tamaños óptimos, consiguiendo también un ahorro de materiales y monetario para la elaboración de etiquetas, envases y embalaje.

Resultados y conclusiones

El diseño de empaque elaborado para las microempresas fue acorde a la imagen corporativa rediseñada. Los productos atraerán al cliente y se diferenciarán de aquellos de la competencia. Tanto en la venta online como en venta física, es una estrategia primordial del marketing ya que es la primera toma de contacto con el cliente, lo que creará la imagen en el consumidor y el factor que añadirá un valor final a sus productos.

El objeto principal de un envase y embalaje es contener, proteger y transmitir a través de las etiquetas toda la información del producto. El resultado es que los productos alcanzaron la competitividad en el mercado, reflejando la calidad del producto y de la marca. Permitió la expansión de su negocio.

La imagen corporativa es de gran importancia, pues es el primer contacto con el cliente, el cual puede hacer una conexión inmediata con el producto si le transmite incluso experiencias a través de la imagen, y eso hace la diferencia en la selección y compra del producto.

El manejo adecuado de la imagen de las marcas logra que productos locales tengan un crecimiento constante por la calidad del producto reflejada también en su imagen, los beneficios de establecer un brief correcto y especificar un sector en el mercado hacen de la marca un éxito y poco a poco la expansión de las micro pymes en México. De ahí la importancia del diseño desde la imagen y sus elementos que la caractericen, de la selección adecuada del envase y embalaje. De etiquetas que transmitan más que solo información y que cumplan con las normativas, es esencial el diseño que está en contacto constante con el cliente, es la parte decisiva al momento de la compra del producto, por eso es necesario enfocar esfuerzos en el packaging, las experiencias que quiere vender, acercarse al cliente a través de la imagen, la ideología de la empresa, desde la forma hasta la información de cada envase y empaque. Y por supuesto de el

embalaje de los productos para no tener pérdidas y/o devoluciones en la entrega del producto.

Recomendaciones

El diseño de envase, empaque y embalaje es complejo, mucho más de lo palpable, requiere de conocimientos básicos de ingeniería del envase, de normativas, conocimiento de materiales, saber de software para diseñar, tanto en modelado, pero en especial para realizar planos y dimensiones de corte. Se requiere saber elaborar diseños y vectorizado para la elaboración de logotipos, por ende, de conocimientos gráficos, manejo de colores, proporciones, etc. El cambio de imagen de una marca, hasta llegar al envase y embalaje, es un sistema integral de diseño que requiere desde el diseño de la identidad de la marca, como valores, visión y principios, que se refleja en la imagen gráfica que va impresa en los envases, empaque y etiquetas. Se debe tomar en cuenta que el producto debe ser cuidadosamente analizado pues es un producto que sale a la venta y estará en contacto con muchas personas, de forma que se debe ser responsable de las instrucciones que se le da al consumidor de manejar el producto y qué hacer con el envase después de su uso. Toda la información debe ser correctamente vaciada en la etiqueta y por supuesto con todas las normativas que requieren ciertos productos para salir a la venta al mercado por el bien de los consumidores y, en ciertos casos por higiene y salubridad.

Bibliografía y/o referencias electrónicas

Rodríguez Tarango, José Antonio. (2008). Tecnología de materiales de envase I: pulpa y papel, cajas plegadizas, cajas de cartón corrugado, envases de vidrio, envases metálicos, tapas y cierres, adhesivos. México: IMPEE.

Rodríguez Tarango, José Antonio. (2010). Manual para elaboración de especificaciones técnicas para materiales de envase y embalaje. México: IMPEE.

Oropeza Herrera, Silvia. Sánchez Saucedo, Ana Karina. (2010). Manual de diseño de envases: consideraciones de diseño. México: IMPEE.

Rodríguez Tarango, José Antonio. (2007). Embalajes de cartón corrugado: ingeniería y diseño. México: IMPEE.