

¿EL DISEÑO DE EMPAQUES PUEDE CONTRIBUIR AL DESARROLLO LOCAL? **Packaging design can contribute to local development?**

Laura Melissa Ortiz Tamayo¹

SÍNTESIS:

En este artículo se describirá el proceso desarrollado para dar una solución de diseño en la Asociación de Pequeños Cafeteros de Quinchía (APECÁFEQ). Se planteó un empaque para café como apoyo al sector agroindustrial. El café es el recurso con el que puede hacerse competitivo el país y generar ingresos estables, para no ser arrollados por la explosión de la globalización.

DESCRIPTORES: Responsabilidad social, diseño industrial, industria cafetera, agroindustria.

ABSTRACT:

For this particular article will be described the process developed for solving a design solution in the Association of Small Coffee Growers of Quinchia (APECÁFEQ), a coffee package was proposed to support the agribusiness sector. The coffee is the resource that the country can become competitive and generate stable income to avoid being overwhelmed by the explosion of globalization.

DESCRIPTORS: Local development, packaging, design and social responsibility, industrial design

El aprovechamiento de los recursos propios de la región es la excusa para el desarrollo local y la mejor opción para entrar en el mercado internacional actual; es allí donde se evidencia la necesidad de la intervención del diseño. El país y el Eje Cafetero tienen grandes potencialidades a nivel agroindustrial; en estos ámbitos, el diseñador puede apoyar directamente hacia el desarrollo local y regional. El proyecto final de sexto semestre de diseño industrial se basó en un método etnográfico para evaluar necesidades de una comunidad seleccionada, y a partir de este recurso, se ofreció una solución pertinente planteada desde el diseño.

La Asociación de Pequeños Cafeteros de Quinchía, APECÁFEQ, es una comunidad minifundista, conformada por 508 cafeteros. Se formó en 1994, cuando los agricultores locales se unieron para tener un mejor acceso

al mercado internacional del café y aumentar el nivel de vida para sus familias.

Por medio del método Investigación - Acción - Participativa (IAP), se conoce, analiza y comprende la comunidad desde su punto de vista, teniendo en cuenta sus opiniones, necesidades y tradición a respetar. Así, se generan soluciones que no solo cumplen técnicamente con sus requerimientos, sino que además, por medio de la unión de vínculos sentimentales y culturales, se desarrollan respuestas integrales. A propósito, Fals Borda y Rodríguez (1987) establecen que una de las características propias de este método es la forma colectiva en que se produce el conocimiento, y a la vez, la colectivización misma de dicho saber.

Luego de plasmar y organizar las necesidades planteadas en un cuadro de requerimientos, se

¹ Colectivo VI semestre. 2012-I

empiezan a contemplar posibles soluciones que abren el panorama a respuestas innovadoras y que corresponden a las necesidades específicas de la comunidad.

El diseño de empaques es un proceso que debe cumplir con múltiples determinantes; cada uno de ellos repercute en que la solución final sea eficiente o no, puesto que no es solo responder a necesidades técnicas de conservación, transporte, exhibición y venta para que el usuario final reciba su producto sin sufrir daños. Se trata también de un proceso donde se construye un vendedor silencioso, que además de comunicar la información de la mercancía, tiene la tarea de seducir al consumidor y acelerar la decisión de compra. Tal como lo señala Sekiguchi (2009), el envase es el vendedor del producto, pues el consumidor no ve el producto, pero se hace una idea del mismo asociando el envase con su contenido; también garantiza la trazabilidad de los procesos dados desde la metrología, de manera que el consumidor pueda estar seguro de lo que compra, asegurando su calidad y confiabilidad.

Un empaque para café debe permitir conservar el producto, cumpliendo con las características necesarias de aislamiento a la luz, la humedad y el oxígeno, que son los agentes que influyen en el deterioro de las características organolépticas del café.

A la vez, un empaque debe crear un vínculo entre el consumidor y la marca, pues como afirma Sekiguchi, (2009), este es un auténtico intermediario entre el productor y el consumidor de la mercancía. Es por eso que se requiere el desarrollo de estrategias de marketing apropiadas, donde se tienen en cuenta las 4P como herramientas de mercadeo, que aclaran los factores claves para tener éxito comercial, como lo son el

producto, el precio, la plaza y la promoción, las cuales hacen posible definir un diseño de empaque viable y responsable con las necesidades de la comunidad.

Para el empaque de Café Quinchía se determina el público objetivo, la iconografía y el color, con el fin de llegar al sector de mercado definido (plaza). También se hace necesario evaluar los productos existentes en el mercado, los precios que manejan y sus presentaciones, para proponer un empaque completamente innovador, que se salga del código del mercado actual, creando una nueva categoría de producto (Figura 1).

Luego de tener claros los conceptos necesarios para calificar las alternativas propuestas con anterioridad, a partir del cuadro de requerimientos planteados, se evalúan las soluciones desde diferentes puntos de vista: la viabilidad y costos de producción, la protección requerida del producto, la satisfacción de los requerimientos legales y la respuesta gráfica. El resultado de esta evaluación es una propuesta de diseño integral que abarca las soluciones a los requerimientos planteados, desde cada uno de sus puntos contemplados.

Un diseño de empaque integral debe corresponder a la cadena de valor del empaque actual generando cambios en los eslabones, que no afecten el proceso de fabricación del producto, pero que a su vez permitan generar un cambio positivo en el mercado.



Figura 1. Render del producto final entregado a la comunidad

Para culminar esta etapa de diseño es fundamental tener en cuenta la opinión de la comunidad. Para tal efecto, se hace una presentación donde se exponen los costos, bondades del empaque y atractivo formal, donde el cliente luego toma decisiones, basado en el cumplimiento de las necesidades planteadas al iniciar la actividad.

Después de este ejercicio de interacción con la comunidad, se evidencia la necesidad del diseño industrial en el campo agroindustrial. Las necesidades están todas por solucionar y estos pequeños cambios que se pueden plantear desde el diseño industrial se transforman en grandes pasos hacia el desarrollo local en el panorama internacional.

Conclusiones

Estos ejercicios de diseño social permiten conocer el impacto que se puede generar desde la práctica de un desarrollo consciente y éticamente responsable de la interacción entre el diseño y la sociedad. El diseño social tiene como objetivo estudiar lo que representa a una sociedad, grupo o individuo, y cómo impactar esa representación social con el

diseño, por medio de la comunicación de los conocimientos adquiridos en el proceso etnográfico.

Permitirse entrar en una comunidad y conocer su labor, lo que los representa y sus metas a futuro es una actividad muy gratificante y que deben ejercer todos los diseñadores, para producir diseños conscientes que cumplan realmente con las necesidades de la sociedad. Además, se busca dirigirse al consumismo inconsciente que la sociedad y la población local hacen frente a la decisión de compra, donde se prefieren productos importados, sin ser conscientes de que la región produce estos bienes de consumo, con una mejor calidad.

Referencias

Fals Borda, O. y Rodríguez, C. (1987). *Investigación Participativa*. Montevideo: Ediciones de la Banda Oriental.

Sekiguchi, D. (2009). *Todo lo que necesita saber sobre el Packaging y los Negocios*. Disponible en http://images.fedex.com/images/ar/pymex/ToDo_lo_que_2009.pdf