



Hoy en día comercializar un producto con altos estándares de calidad ya no es suficiente, pues los consumidores se han vuelto cada vez más exigentes y, si a esto le sumamos que las ventas a distancias se volvieron más populares, ha orillado a las empresas a crear empaques innovadores y al mismo tiempo seguros.

Por otro lado, tenemos también las exigencias ambientalistas a las que nos orillados a respetar, pues dentro de las normativas actuales, se debe considerar el impacto ambiental que puede tener el empaque electo.

En muchas ocasiones, el éxito de un producto recae en la elección de un empaque que contine mas bondades que solo el resguardo del artículo, sino que también, procure un estatus, facilidad de transpor-tación, cuidado ambiental, economía, etc.

Una planeación adecuada del diseño del empaque, permitirá para la organización poder planificar también el tipo de alma-cenamamiento y su manipulación, con la finalidad de garantizar el resguardo del producto. El encargado de dicho diseño, deberá considerar no solo las condiciones del producto, sino también las necesida-des del distribuidor, el tipo de transporte y las estrategias de marketing que se implementaran para su comercialización.

Luis Enrique Flores Cantú

# FACTORES A CONSIDERAR EN EL DISEÑO DE UN EMPAQUE

Para proceder con el diseño de un empaque, la organización debe tener presente la funcionalidad de éste, y para ello puedo identificar tres tipos, siendo los siguientes:

- **Empaque mínimo**

Este empaque no es llamativo, pues procura que el centro de atención sea el producto.

- **Empaque integrado**

Como todo empaque, busca el resguardo del producto, pero al mismo tiempo contiene valor agregado, generalmente contribuye en el uso del producto por el consumidor.

- **Empaque de identidad**

Este empaque tiene como función ser representante del producto y la marca. El correcto diseño de empaque traerá como consecuencia proporcionar una mejor experiencia al consumidor final.

Para poder desarrollar un diseño adecuado del empaque, considero que las etapas que se deben seguir son:

- **Características del producto:**

Es necesario tener claro el tipo de producto que comercializa la organización, sobre todo si es alimentario, pues el empaque debe contribuir en su conservación, asegurando su integridad hasta su consumo.

- **Proyección de ventas:**

Se debe considerar el volumen de ventas, pues con ello se determina la resistencia del empaque, tipo de material, ergonomía, peso, etc.; esto, considerando que se necesite apilar el producto.

- **Planeación financiera:**

Se sabe que el diseño del empaque puede aumentar considerablemente al precio final del producto, es por ello que se debe establecer un recurso económico, basado en números reales, considerando los materiales más adecuados para el producto, así como su diseño; en este punto también se debe tener claridad con los recursos con los que posiblemente ya cuenta la organización.

- **Mercado meta:**

Escuchar a las necesidades de su mercado, ayudará mucho en la toma de decisiones en cuanto al diseño del empaque, lo que provocará agregar puntos positivos al producto; esto se logrará mediante el análisis de las características de los clientes, sus hábitos, ubicación geográfica, nivel socioeconómico, etc.

- **Valor agregado:**

Algunas organizaciones han optado por integrar su valor agregado a su empaque, y esto es debido a que dicho contenedor puede ser conservado para múltiples usos para el cliente, después de concluir con el consumo de su producto; vale la pena determinar si esto sería funcional para su producto.

Considero que es muy aclarador realizar el estudio adecuado del empaque, pues permite que el diseño se lleve a cabo de manera más sencilla, siendo determinantes las ventajas y desventajas que el producto pueda tener; y a su vez, este planteamiento facilita la introducción del producto a un mercado extranjero, pues ya se contará con un proceso de diseño al cual solo le agregará el apartado normativo del país al que se desea ingresar.

Inicialmente este proceso puede ocasionar cierto gasto, sin embargo, a la larga podremos darnos cuenta de cuánto se puede ahorrar una organización al minimizar el error de diseño en su empaque.