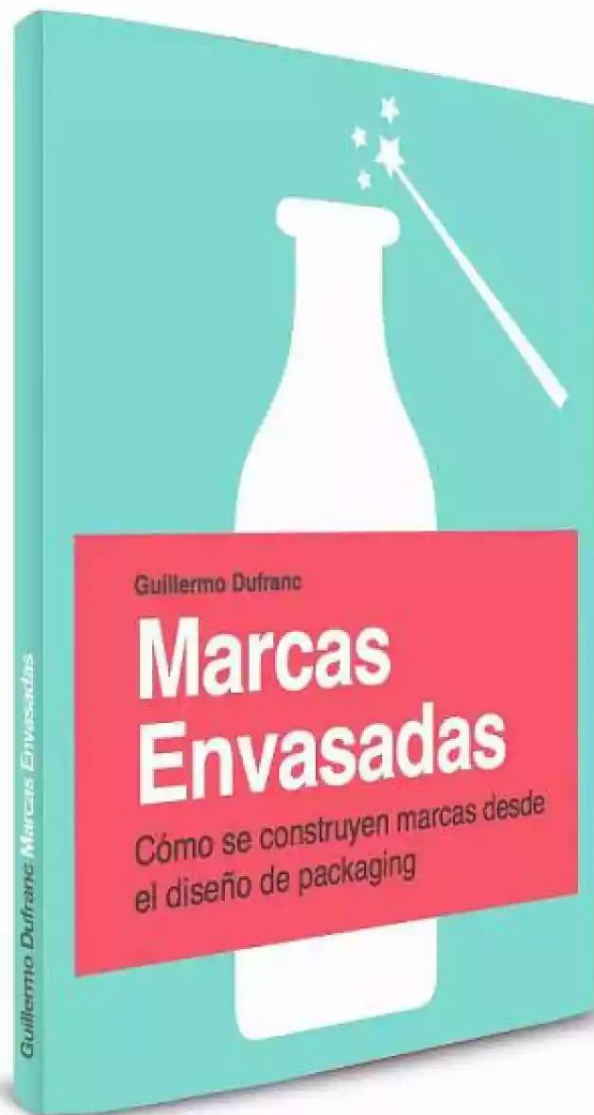


Marcas envasadas

Por Guillermo Dufranc

Un ebook gratuito sobre el diseño de packaging como parte fundamental en el proceso de construcción de marca.



Luego de mi primer libro [La comunicación del packaging](#), presento mi segunda publicación: *Marcas Envasadas*, que también se puede descargar de manera gratuita desde [iTunes](#), [Issu](#) o en formato [PDF](#). El objetivo que me propuse es contar cómo se construye marca desde el

diseño de packaging.

¿Por qué packaging?

El diseño de empaques refleja en cierta forma cómo somos, qué es lo que nos importa, dónde percibimos valor, cómo entendemos y reconocemos categorías de producto. Todos, como consumidores, sabemos mucho más de packaging de lo que creemos. Nacemos rodeados de mensajes emitidos por los envases y aprendemos a reconocer marcas y propuestas de valor aunque no lo notemos. En una media hora promedio en el supermercado, unos 30.000 productos compiten por nuestra atención y tienen pocos segundos para convencernos de que los compremos. Hoy en día hay que desencadenar el deseo instantáneamente, y eso se hace visualmente, creando diseños que hacen las promesas correctas.

¿Qué puede lograr el diseño de packaging?

La función práctica de un envase es, principalmente, contener y proteger. Pero solo con eso, ¿alcanza para concretar una venta? El diseño es la herramienta para llegar al corazón de los consumidores y despertar sus sentidos. Permite comunicar por fuera lo que hay dentro del envase, de una manera original.

Años atrás, la publicidad era el medio por excelencia que le daba voz a las marcas. Pero ahora hay muchos más casos de marcas que se construyen sin la ayuda de la publicidad tradicional. No es que las marcas no quieran hacer publicidad, sino que muchas veces no cuentan con recursos suficientes para pagarla. Las empresas sin presupuesto para anunciar sus productos necesitan diferenciarse por el diseño, de otro modo nadie notaría que están ahí, ni siquiera sabrían que existen.

Todo, absolutamente todo lo que le pasa a un envase es parte de la marca. Lo bueno y lo malo. Lo cuidado y lo descuidado. Las marcas siempre construyen su identidad mediante su diseño de packaging, sea de manera consciente o inconscientemente.

¿Por qué un nuevo libro sobre este tema?

Me propuse escribir un texto dirigido a todos: desde los que influyen en la decisión del envase, material, fabricación, estrategia, marketing, diseño estructural, diseño gráfico, hasta aquellas personas a las que les interesa entender porqué el packaging es como es. El libro trata sobre metodología, conceptos, opinión, análisis y aplicaciones prácticas que brindan soluciones reales y concretas, con muchos ejemplos que ayudan a visualizar con claridad los conceptos expuestos.

Aunque el paso del tiempo hará que los ejemplos comiencen a quedar desactualizados, mi objetivo es explicar qué motivó cada decisión de diseño y qué función cumple cada elemento, más allá de las tendencias estéticas.

¿Porqué descargarlo?

Porque es una invitación a reflexionar sobre todos los aspectos de la comunicación del envase, tomando al diseño como un aliado de todo el proceso, y no como mera decoración. El packaging genera expectativas. Espero que las expectativas generadas con este artículo sean la invitación a descargarlo y leerlo.

Busqué hacer de la lectura digital una experiencia más amigable y llevadera, utilizando párrafos cortos con ideas muy concisas y claras, distintas jerarquías de información, color, iconografía y ejemplos de casos reales. Espero que resulte interesante, tanto desde lo que expresan las palabras como desde lo que se comunica visualmente. ¿Lo habré logrado? Agradeceré comentarios, opiniones, críticas y sugerencias.

Publicado el 04/12/2017



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/marcas-envasadas>

