

PROYECTO DISEÑO DE PACKAGING Y EXHIBIDORES SUSTENTABLES PARA COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

SEMESTRE 6

Nivel Logro del semestre

Diseño de soluciones en packaging, embalajes y sistema de exhibición como componentes de un sistema producto integral para una marca existente, basado en la Economía Circular para la comunicación y adopción de hábitos y conductas de consumo responsables y amigables con el entorno.

Tipología de proyecto: Diseño de envases, packaging, embalajes y exhibidores para distintos tipos de productos y/o servicios, en el que se apliquen criterios de sustentabilidad de acuerdo a análisis de ciclo de vida del producto.

1. INTRODUCCIÓN AL PROYECTO SEMESTRAL

El proyecto semestral aborda el diseño y desarrollo de una solución articulada de diseño de envases, packaging, embalajes y sistema de exhibición como componentes de un sistema producto (producto, servicio y comunicación) basado en la Economía Circular.

Se contempla trabajar con marcas y/o clientes reales, relevando la identidad de la marca en la propuesta y desarrollo de envases, packaging, embalajes y sistema de exhibición que respondan tanto requerimientos comunicacionales y funcionales como a criterios sostenibles vinculados al sistema de economía circular.

Se integran en el desarrollo del proyecto los conceptos de **sostenibilidad, sustentabilidad, economía circular, eco diseño, ciclo de vida, sistema producto, Marketing estratégico.**

La articulación de las asignaturas en torno al proyecto, se relacionan de la siguiente forma:

El proyecto semestral será liderado por la **asignatura Taller de Packaging & Exhibición** la que desarrollará de manera progresiva soluciones en el ámbito del packaging y exhibidores que responda a las necesidades de la marca. Este proyecto integra aprendizajes de la asignatura del semestre anterior, **Ética & Sostenibilidad** los que se aplican en el diseño y desarrollo de soluciones.

En la primera unidad de aprendizaje se realizará propuesta de rediseño de sistema de packaging para los productos de una pyme existente, mejorando aspectos comunicacionales y funcionales. En esta unidad se sentarán las bases en los aspectos comunicacionales, estructurales y funcionales del packaging, que se aplicarán en las siguientes unidades con otro cliente real.

La segunda unidad de aprendizaje se abordará el desarrollo de propuesta de Estrategia de Marketing para el posicionamiento de los productos de la pyme y el diseño de sistema de packaging para la línea de productos que esta oferta, para lo cual se aplicarán tanto los aprendizajes adquiridos en la primera unidad, como aprendizajes nuevos asociados al marketing estratégico.

En tanto la tercera unidad de aprendizaje abordará el diseño de exhibidores para el sistema de packaging antes diseñado, respondiendo a requerimientos comunicacionales y a requerimientos técnico productivos.

Por su parte la asignatura **Conducta del consumidor** en su primera unidad de aprendizaje aportará al proyecto, a través de la caracterización de comportamiento de compra del segmento de usuarios asociado a la marca pyme con la que se trabajará en la segunda unidad de aprendizaje del Taller, para posteriormente indagar con mayor profundidad en este grupo de consumidores identificando insight y aplicando modelo de Engagement & Emotion para potenciar la marca y productos de la pyme y mejorar la relación del consumidor con los productos.

Por último, la asignatura **Laboratorio Proyectos Digitales** responsable de la implementación de un proyecto digital en el ámbito del diseño gráfico, aportará al proyecto semestral en su tercera unidad de aprendizaje a través del desarrollo de proyecto crossmedia para comunicar atributos de la marca y/o productos de la Pyme del taller, integrando distintos lenguajes tecnológicos para diversos canales de comunicación.

Recursos para el aprendizaje (favorecer recurso digital)

- Título: Packaging : aprehender el envase
Autor: Somoza, Emilce / Alejandro Gandman
Año: 2004
ISBN: 9781512933130 (e-book)
Editorial: Nobuko
Recurso Digital: e-libro
- Título: Envases & medio ambiente
Autor: Pardavé Livia, Walter
Año: 2004
OCLC: 929365039

URL: <https://elibro-net.ezproxy.dnb-inacap.cl/ereader/inacap/69004>

Editorial: Bogotá : Ecoe Ediciones

Recurso Digital: e-libro

- Título: Diseño de espacios comerciales : manuales de diseño interior
Autor: Mesher, Lynne
Año: 2009
ISBN: 9788425225604
Editorial: Editorial Gustavo Gili
Recurso Digital: e-libro
- Título: 5 principios básicos para un embalaje más sostenible
<https://www.rajapack.es/blog-es/embalaje/principios-basicos-embalaje-sostenible/>
Autor: RAJA BLOG
Año:2020
- Título: Microeconomía intermedia : conductas del consumidor y productor en los diferentes mercados
Autor: Alexander de Jesús Anaya Campo.
Año: 2018
ISBN: 9789587460988 (e-book)
Editorial: Santa Marta : Universidad del Magdalena, 2018.
Recurso Digital: e-libro
- Título: Economía circular : un nuevo modelo de producción y consumo sostenible
Autor: Belda Hériz, Ignacio
Año: 2018
ISBN: 9788473606417 (e-book)
Editorial: Madrid : Editorial Tébar Flores, 2018.
Recurso Digital: e-libro
- Título: Cómo se estructura la trama de un guión audiovisual?
Autor: Daniel Aranda, Cristina Pujol.
Año: 2015
ISBN: 9788490648728 (e book)
Editorial: Barcelona : Editorial UOC, 2015
Recurso Digital: e-libro
- Título: Guión audiovisual [recurso electrónico]
Autor: Daniel Aranda, Fernando de Felipe.
Año: 2006
- SBN: 9788497884570
9788490293584 (e book)

Editorial: Barcelona : Editorial UOC, 2006.
Recurso Digital: e-libro

2. PLANIFICACIÓN ASIGNATURAS DEL SEMESTRE ASOCIADAS AL PROYECTO

ASIGNATURAS	HR/S	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5						
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
TALLER DE PACKAGING Y EXHIBICIÓN	126 /7		U1 Rediseño de sistema de packaging (imagen gráfica y packaging) para los productos de una pyme existente.				U2 Diseño de estrategia de Marketing y sistema de packaging para posicionamiento de los productos de una Pyme existente				U3 Diseño de exhibidor para sistema de packaging de Pyme													
CONDUCTA DEL CONSUMIDOR	72/4		U1 Caracterización de comportamiento de compra del segmento de usuarios asociado a la marca pyme.								U2 Propuesta de mejora en la relación del consumidor con los productos a través de la identificación de insight y aplicando modelo de Engagement & Emotion													
LABORATORIO DE PROYECTOS DIGITALES	72/4		U1 Diseño de storyboard de una animación 2D.								U2 Elaboración y planifica para proyecto digital.				U3 Desarrollo de proyecto cross-media para sistema producto de la pyme									

3. ACTIVIDADES ASOCIADAS AL PROYECTO SEMESTRAL.

ETAPAS DEL PROYECTO	ACTIVIDADES CLAVES	EVIDENCIAS	TALLER DE PACKAGING Y EXHIBICIÓN	CONDUCTA DEL CONSUMIDOR	LABORATORIO DE PROYECTOS DIGITALES
Rediseño de packaging para producto de baja complejidad que considera aspectos, funcionales, volumétricos comunicacionales e integra criterios éticos y de sostenibilidad.	Identificar personalidad de la marca y los conceptos relevantes a comunicar .	Presentación de brief de proyecto con caracterización y propuesta de mejora a aplicar en packaging.	U1		
	Definir el perfil de usuario/consumidor de este producto, aplicando técnicas de empatía sobre usabilidad y experiencia de usuario.				
	Identificar mejoras del packaging actual, analizando aspectos funcionales, visuales, formales y de jerarquía de información relacionados con el producto y el consumidor				
	Especificar las cualidades del producto a contener relevantes a comunicar.				
	Especificar requerimientos funcionales y estéticos de acuerdo a las características del producto a contener y los conceptos a comunicar de acuerdo a identidad de la marca y perfil de usuarios.				
	Desarrollar propuestas volumétricas de packaging integrando aspectos comunicacionales, funcionalidad, usabilidad y estéticos asociados a los requerimientos del proyecto.	Maqueta digital y análoga de rediseño de packaging con gráfica aplicada .			
Estrategia de Marketing, diseño de sistema de packaging, y exhibidor en punto de venta para productos de una marca pyme existente del mercado local.	Identificar personalidad de la marca y los conceptos relevantes a comunicar .	Presentación de brief de proyecto con caracterización y requerimientos del proyecto.	U2	U1	
	Definir el perfil de usuario/consumidor de este producto, aplicando técnicas de empatía sobre usabilidad y experiencia de usuario.				
	Definir características del producto a contener y comunicar.	Presentación Estrategia de Marketing a aplicar en sistema packaging.			
	Proponer estrategia de marketing para posicionamiento del producto, aplicables al diseño de packaging que favorezcan aspectos comunicacionales y de persuasión.				
	Diseñar sistema de packaging para una línea de productos, considerando las condiciones determinadas por el mercado y los acciones de marketing.	Presentación digital y Maquetas análogas sistema de packaging			
	Diseñar exhibidor para sistema de packaging, considerando estrategia de marketing y aspectos técnicos y tecnológicos de producción.	Maqueta de exhibidor a escala real que contenga el sistema de packaging.			
	Ejecutar propuesta de comunicación efectiva y estrategia Crossmedia para línea producto, de acuerdo a sus atributos diferenciadores	Presentación completa de sistema producto y estrategia crossmedia desde la experiencia usuario.	U3	U2	U3
	Aplicar modelo de engagement para el posicionamiento y relación de marca, producto y consumidor.				

4. EJEMPLOS EVIDENCIAS PROYECTO SEMESTRAL

Packaging

SUPREMO Concepto de Rediseño



Rediseño Gráfica y Materiales

Aprovechando esta renovación de la marca, se propone en paralelo un cambio en la identidad gráfica, lo cual logrará una mayor cohesión y elevará la calidad visual al público.

Entre los cambios propuestos está la elección de una familia tipográfica serif de fácil lectura, el uso de los colores sobretónicos por la estructura de estilo grabado, impresión limitada a uno o dos colores y utilizar técnicas de sobrepapel para darle un aspecto **hecho a mano** y **sencillo**, sin perder el estilo **hogareño**.



Vista frontal y lateral



También se incluirá información acerca de cómo se pueden reutilizar los restos de packaging está asociado por entidades de protección forestal y medio ambiente.

Los nuevos sobres de papel incluirán tipo, línea con o con línea para preparar el té y como utilizarlo para hacer compost para plantas.

De esta manera no solo se hará un cambio sustentable en el producto, sino que **se influenciará al consumidor a cambiar su estilo de vida** a uno más responsable y cooperativo con el ambiente y las políticas de reciclaje.

Sobre, interno y externo

Rediseño Gráfica y Materiales



El cartón utilizado para la caja será **CMPC Natural Kraft** (distribuido por la empresa forestal CMPC), cartulina reciclable con certificaciones forestales de la FSC y la PEFC, sin estuque, lo cual reduce la cantidad de tinta y químicos utilizada en el proceso, además de darle una estética más natural y ecológica.

Impresión limitada a solo 1 o 2 colores, a base de tintas vegetales.

Entre las alternativas para esto, está la tinta **CT 2580 BIO de Inkis Kingwood**, tinta offset con un contenido de 30-35% aceite vegetal distribuido en Chile por Antalis.



En cuanto a los sachets individuales y las etiquetas, estas serán impresas en papel de acabado mate **Cyclus Print** hecho con fibras recicladas 100% post-consumo, siendo certificado por la FSC, NAFA 100% reciclado, Ecobel, Angel Azul y CMAS, actualmente distribuido en Chile por Antalis.

Proyecto alumna de DGP Valeria Di Nisia



Proyecto integrado envases, exhibidores y crossmedia

5. OBSERVACIONES

La asignatura común de Escuela **Metodología de la Innovación**, no se articula directamente al proyecto semestral, ya que instala en los estudiantes capacidades transversales asociadas a técnicas de innovación para identificar un problema y proponer soluciones con foco en las fases de diagnóstico, selección de oportunidades y generación de ideas, las que se aplicarán en ejercicios como antesala al proceso de titulación.

Esta guía corresponde al ciclo profesional de la carrera por lo que se debe potenciar, la **metodología de diseño con enfoque sistémico** para abordar los proyectos. Esto significa propiciar en los estudiantes la aplicación de resolución de problemas y pensamiento crítico para el desarrollo de propuestas de solución circunscritas en un **sistema producto**. Esto implica comprensión acabada del caso de estudio, definición del problema; dimensiones y actores, proyección de fuentes y acciones de solución multidisciplinarias, en la cada asignatura aporta soluciones y acciones concretas y no tan sólo información para enriquecer la solución planteada en taller.

Para la implementación del proyecto de integración semestral, contemplar no solo el trabajo y avance articulado de las asignaturas del mismo nivel para el desarrollo de una solución a un problema o temática, sino también considera la articulación de procesos de retroalimentación y evaluación, para lo cual se espera que los docentes de coordinen para generar o adaptar instrumentos de evaluación integrados.

Para casos de estudiantes que no vayan al día con las asignaturas que se articulan en este sexto semestre, cada Sede definirá la estrategia de integración del proyecto para estos casos.

ANEXO

En el contexto de un año académico particular se plantean las siguientes orientaciones asociadas a la metodología de implementación de clases en modalidad remota.

Dinámica implementación clases en plataformas de comunicación remota

La implementación de clases requiere de una estructura que defina momentos de **inicio, desarrollo y cierre** con el fin generar una experiencia ordenada y clara para los estudiantes que les permita gatillar su atención, relacionar y aplicar los conceptos en juego y propiciar instancias para el planteamiento de consultas a través de espacios de retroalimentación individual o grupal.

Atendiendo a que esta condición también debemos aplicarla dentro de plataformas de comunicación remota ya sea de manera sincrónica o asincrónica, se hace necesario especificar aspectos que el docente debe considerar en la planificación e implementación de su clase:

- ✓ **Horario:** Se debe establecer un horario de las clases virtuales sincrónica que permita tener contacto directo con los estudiantes correspondiente a un 20% o 50 % de las horas presenciales de la asignatura. Para las asignaturas que tienen programadas 3 horas pedagógicas presenciales semanales corresponderá una conexión sincrónica de 80% a 100%. La clase estará estructurada para que el contacto sincrónico (reunión virtual) tenga un horario fijo, dentro de la clase.
- ✓ **Canales de Comunicación:** Se deben explicitar los canales formales de comunicación con los estudiantes: Microsoft Teams Correo electrónico AAI (Ambiente Aprendizaje Inacap)
- ✓ **Metodología de Trabajo:**

Respecto a las dinámicas de trabajo es necesario consideré el nivel de autonomía de los estudiantes en relación al nivel que cursan junto a las características de las asignaturas, aquellas que demandan un trabajo dirigido y aquellas que se pueden desarrollar con mayor autonomía.

 - Cargar material en archivos del grupo creado en plataforma teams previo a la clase. Los videos estarán en la pestaña Stream (también se pueden encontrar en aplicaciones Office 365)
 - Las tareas, su información y forma de entrega estarán ubicadas en la pestaña "Tareas" de Teams, con la fecha y horario designado para cada tarea.
 - La forma de realizar la clase, corresponderá a módulos, que tendrán objetivos específicos los cuales deben ser explicados a los estudiantes.
 - La información principal siempre estará en publicaciones, del canal general.

- Las consultas se realizarán en el chat del video streaming, en el horario que el docente especifique durante la clase.
- Las correcciones evaluación formativa, se harán en la pestaña archivos.
- El resultado y la retroalimentación de la evaluación sumativa se entregará a través de la pestaña "Tareas" de Teams. Además, el resultado de la evaluación estará en el sistema de Inacap.

*Si algún alumno tiene problemas de conexión, los archivos, publicaciones y los videos estarán en el equipo de la asignatura. Además, los podrán encontrar en el AAI de la asignatura y también será enviados por correo.

✓ **Roles y reglas de comportamiento:**

- Contemplar saludo de inicio con cámara para conectar y romper el hielo.
- El estudiante es responsable de revisar todos los archivos y las tareas asignadas, ya que, aunque no se pueda conectar en el horario establecido, toda la información estará disponible en Teams, correo electrónico y Ambiente de Aprendizaje Inacap.
- Si se detecta algún comentario fuera de lugar u ofensivo en "publicaciones" o el "chat de streaming", el alumno será bloqueado para intervenir y solo quedará como oyente. Se darán dos advertencias y se procederá al bloqueo. En ese caso deberá enviar un correo, para activarlo nuevamente.
- Para las clases sincrónicas, contemple mini recreos de 5 a 10 minutos, para realizar una pausa activa.

Modelo didáctico Clase Invertida

Aplicar modelo de clase invertida en la planificación de cada asignatura, para privilegiar el trabajo dinámico e integrador en sala de clase, junto con favorecer el rol activo del estudiante en su proceso de aprendizaje.

A continuación, algunos lineamientos para el diseño de este modelo de clases:

- El tiempo en sala de clases se centra en la interacción y aplicación de los contenidos en el desarrollo de proyectos, debates o ejercicios.
- Los contenidos o demostraciones que tradicionalmente se exponen en clases, se presentan a los estudiantes en formato video, podcast, presentaciones, guías etc.



Sitios web recomendados:

<https://www.theflippedclassroom.es/>

<https://www.aulaplaneta.com/2015/05/12/recursos-tic/40-herramientas-para-aplicar-la-metodologia-flipped-classroom-en-el-aula-infografia/>

<https://www.u-planner.com/es/blog/aula-invertida-6-tipos>