



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL
ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

CARRERA:

TECNOLOGÍA EN DISEÑO GRÁFICO

TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA:

“DISEÑO DE PACKAGING PARA LA EMPRESA ONLINE DESEOS.EC
UBICADA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL-ECUADOR.”

REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO (A)
EN DISEÑO GRÁFICO.

AUTOR (A):

LESLEY MICHELLE BALÓN GONZÁLEZ

TUTOR:

VILLAVICENCIO ALVARADO, KERLY
INGENIERA EN DISEÑO GRÁFICO

GUAYAQUIL - ECUADOR

2021

RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD

Yo, Lesley Michelle Balón González, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnóloga en Diseño Gráfico, titulado: **“Diseño de Packaging para la empresa online Deseos.ec ubicada en la ciudad de Guayaquil-Ecuador.”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....

Lesley Michelle Balón González

C.C.:0928027952

Certificación del Tutor del Trabajo de Titulación

Kerly Villavicencio Alvarado, Ing. en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo (a) en Comercio Exterior, cuyo tema es: **“Diseño de Packaging para la empresa online Deseos.ec ubicada en la ciudad de Guayaquil-Ecuador.”**, fue elaborado por la Sra. **Lesley Michelle Balón González**, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

Kerly Villavicencio Alvarado, Ing.

Ingeniera en Diseño Gráfico

Tutor de Trabajo de Titulación

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a Dios que me ha permitido llegar a este momento, llenándome de sabiduría, y brindándome fortaleza en momentos difíciles que transcurrieron en el camino.

De manera especial a mis padres puesto que ellos fueron mi principal fuente de inspiración y motivación en proceso académica.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la dicha de alcanzar una de mis metas, a mis padres por su apoyo incondicional, de la misma manera agradezco a los profesores que nos brindaron todo su conocimiento al transcurrir cada ciclo académico.

INDICE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN	5
1. MARCO HISTORICO	5
1.1 Historia del packaging	5
1.2 Historia del packaging en comercio web	6
1.3 Historias de tiendas virtuales	7
1.4 Historia de la tienda La tienda Deseos.ec	8
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1 Packaging	8
2.2 Tiendas virtuales	9
3. MARCO CONCEPTUAL	9
3.1 Packaging	9
3.2 Tiendas virtuales	10
3.3 Adobe Illustrator	10
3.4 Troquel	10
3.5 After Effects	11
3.6 3D	11
3.7 Sistema de color CMYK	11
4. MARCO JURÍDICO	11
4.1 Constitución De La República Del Ecuador	11
4.2 Plan Nacional toda una vida	12
4.3 Ley de Propiedad Intelectual (Codificación No. 2006-013)	12
4.4 Ley Orgánica De comunicación	13
CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA	14
2.1 Tipos de investigación	14

2.1.1	Descriptiva	14
2.1.2	Explicativa	14
2.2	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	14
2.2.1	Enfoque Mixto: Cualitativo -Cuantitativo	14
2.3	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	14
2.3.1	Método Teóricos	14
2.3.1.1	Método Análisis – síntesis	14
2.3.1.2	Método Histórico- Lógico	15
2.3.1.3	Inductivo Deductivo.	15
2.3.2	Método empírico.	16
2.3.2.1	Encuesta	16
2.3.2.2	Observación	16
2.3.3	Métodos estadísticos	16
2.3.3.1	Universo	16
2.4	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	17
2.4.1	Análisis de la observación	17
2.4.2	Análisis de los resultados de encuesta	18
2.5	HERRAMIENTA DE ANÁLISIS	25
2.5.1	Análisis PEST	25
2.5.2	Análisis FODA	26
CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.		28
3.1.	TÍTULO DE LA PROPUESTA	28
3.2.	OBJETIVO DE LA PROPUESTA	28
3.3.	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.	29
3.3.1.	Estado Inicial del Proyecto	29
3.3.2.	Requerimientos de Desarrollo	29
3.3.2.1.	Requerimientos Técnicos.	29

3.3.2.2. Requerimientos Operativos.....	30
3.3.2.2. Requerimientos Económicos.	30
3.3.3 Fase 1: Planificación de Desarrollo.	31
3.3.4 Fase 1: Planteamiento de la Idea	32
3.3.4.1. Investigación de información	32
3.3.4.2. Planificación de packaging.....	32
3.3.4.3. Generar ideas para Bocetos.....	33
3.3.4.4. Determinar medidas para el diseño de packaging.	33
3.3.5. Fase 2: Diseño de packaging.....	33
3.3.5.1. Vectorizar los diseños de packaging en Adobe Illustrator	33
3.3.5.2. Aplicar color a los diseños de packaging.....	33
3.3.5.3. Diseños en 3D.....	34
3.3.6. Fase 3: Implementación	34
3.3.6.1 Maquetación y Revisión final.....	34
3.3.6.2 Material Impreso y armado.	35
3.4 FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN.....	35
3.4.1 Factibilidad Administrativa	35
3.4.2 Factibilidad Económica	35
3.4.3 Factibilidad Legal.....	35
3.4.4 Factibilidad Ecológica.....	36
3.5. Resultados Esperados en la aplicación de la propuesta.	36
Conclusión	37
Recomendación	38
Bibliografía.....	39

INDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1. Pregunta #1 Encuesta.....	19
Gráfico 2. Pregunta #2 Encuesta.....	20
Gráfico 3. Pregunta #3 Encuesta.....	21
Gráfico 4. Pregunta #4 Encuesta.....	22
Gráfico 5. Pregunta #5 Encuesta.....	23
Gráfico 6. Pregunta #6 Encuesta.....	24
Gráfico 7. Pregunta #7 Encuesta.....	25

INDICE DE TABLAS.

Tabla 1: Ficha de Observación.....	17
Tabla 2: Requerimientos Técnicos.....	29
Tabla 3: Requerimientos Operativos.....	30
Tabla 4: Requerimientos Económicos.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5: Planificación de Desarrollo.....	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE ILUSTRACIONES Y ANEXO.

Ilustración 1: Carta de Autorización, Fuente: Lesley Balón, 2021.	41
Ilustración 2: Formulario de Encuesta, Fuente: Lesley Balón, 2021.	42
Ilustración 3: Formulario de Encuesta, Fuente: Lesley Balón, 2021	42
.Ilustración 4: Formulario de Encuesta, Fuente: Lesley Balón, 2021.	43
Ilustración 5: Boceto para cremas en sobre, Fuente: Lesley Balón, 2021.	43
Ilustración 6: Troquel caja para cremas, Fuente: Lesley Balón, 2021.	44
Ilustración 7: Aplicación de color en troquel Numero 1, Fuente: Lesley Balón, 2021.	44
Ilustración 8: Aplicación de 3D en cajas para cremas de la tienda online Deseos.ec, Fuente: Lesley Balón, 2021.	45
Ilustración 9: Exportación de presentación en 3D de caja para cremas, Fuente: Lesley Balón, 2021.	45
Ilustración 10: Boceto caja N° 2 Parte de atrás, Fuente: Lesley Balón, 2021.	46
Ilustración 11: Boceto caja N°2 Parte de enfrente, Fuente: Lesley Balón, 2021. ...	46
Ilustración 12: Troquel Caja Numero 2, Fuente: Lesley Balón,2021.	47
Ilustración 13: Aplicación de color a caja Numero 2, Fuente: Lesley Balón, 2021.	47
Ilustración 14: Aplicación de 3D en caja para combos, Fuente: Lesley Balón, 2021.	48
Ilustración 15: Exportación de presentación en 3D de caja para combos, Fuente: Lesley Balón, 2021.	48
Ilustración 16: Material Impreso y armado de empaque N°1, Fuente: Lesley Balón, 2021.	49
Ilustración 17: Material Impreso y armado de empaque N°2, Fuente: Lesley Balón, 2021.	49
Ilustración 18: Material Impreso y armado de empaque N°2, Fuente: Lesley Balón, 2021.	50

RESUMEN

Desde la edad antigua hasta la actualidad el packaging ha permitido la distribución, protección y venta de productos y a medida que pasa el tiempo ha ido evolucionando exigiendo a las empresas diseñar un buen empaque con el objetivo de transmitir los valores de su marca y así posicionarse en el mercado. En la actualidad existen empresas que se manejan a través de Dropshipping es decir vendiendo productos por catálogo vía online de diferentes marcas mediante redes sociales sin necesidad de una previa inversión, logrando a día de hoy personalizar el packaging para empresas que se manejan mediante este método ya sea con cajas de cartón o fundas de plástico. En torno a la investigación y resolviendo la necesidad de la empresa Deseos.ec de la ciudad de Guayaquil ya que esta se maneja mediante Dropshipping, se realizara el diseño de dos packaging personalizados de diferentes tamaños, utilizando elementos gráficos llamativos reflejando la identidad y valores de la empresa para así atraer la atención del cliente.

ABSTRACT

From ancient times to the present, packaging has allowed the distribution, protection and sale of products and as time passes it has evolved, requiring companies to design good packaging in order to transmit the values of their brand and thus position themselves in the market. Currently there are companies that are managed through Dropshipping, that is, selling products by online catalog of different brands through social networks without the need for a previous investment, achieving today to customize the packaging for companies that are managed by this method either with cardboard boxes or plastic covers. Around the investigation and solving the need of the company desires.ec of the city of Guayaquil, since it is managed through Dropshipping, the design of two personalized packaging of different sizes will be carried out, using striking graphic elements reflecting the identity and values of the company. company in order to attract the customer's attention.

INTRODUCCIÓN

El diseño del packaging es uno de los aspectos más importantes a la hora de la elaboración de una marca, aunque inicialmente el objetivo principal era la protección de sus productos al momento de su almacenaje y distribución. Sin embargo, a medida que ha pasado el tiempo ha ido evolucionando desempeñando otro papel fundamental en el mercado, debido a los nuevos medios publicitarios y a la competencia entre marcas, ahora el diseño de empaque se basa en lograr una mejor estética visual transmitiendo mensajes acerca de la marca logrando así atraer la atención del cliente en medio de una sociedad cada vez más exigente.

Con respecto al packaging a nivel mundial cada vez salen a relucir nuevas novedades basadas en estrategias de posicionamiento y a suplir las necesidades del consumidor, los avances científicos la expansión acelerada de la tecnología ha permitido la fabricación de nuevos materiales y medios de impresión permitiendo así que la funcionalidad del empaque tenga más valor, uniéndose a las nuevas tendencias medioambientales.

En Latinoamérica la industria del Packaging ha crecido a gran escala en los últimos años, debido a que grandes empresas están dedicadas a desarrollar tecnología y materiales que impacten, fomentando la creatividad, investigación y planeación de nuevas estrategias comerciales, dando como resultado envases mejorados no solo funcionales sino también innovadores y sostenibles a favor del medio ambiente, entre los países que destacan teniendo avances en la fabricación de dichos empaques son Brasil, Chile, Colombia y convirtiendo a Argentina uno de los más destacados en América del sur.

En Ecuador las empresas realizan intentos para desarrollar un mejor sistema de elaboración de empaques, sin embargo, a medida que pasa el tiempo y debido a la competencia mundial ciertas empresas se orientan para una mejor elaboración del Packaging tratando de obtener consumidores leales a sus marcas.

En la ciudad de Guayaquil hay empresas que no se enfocan debidamente en la elaboración de un buen packaging que aporte a la marca de la empresa y debido a esta falencia es necesario que los diseñadores tengan visión en el desarrollo y fabricación del empaque dándole la debida importancia al aspecto y mejoramiento de este.

La tecnología digital ha roto barreras entre países permitiendo la comunicación entre personas y ha logrado facilitar intercambios de productos y servicios, gracias a esto surgieron nuevos modelos de negocios que no requieran de un espacio físico para funcionar.

El Dropshipping es un modelo de negocio basado en la venta de productos de diferentes empresas vía online mediante catálogos sin ninguna inversión previa, dado así que el proveedor es el encargado de almacenar el producto y enviarlos al consumidor final. En la actualidad ya se puede personalizar el packaging de los productos que se manejen mediante esta estrategia.

A nivel mundial el Dropshipping es uno de los modelos más exitosos creado y pensado para tiendas virtuales ya que permite tener un negocio sin tener stock concentrándose más en vender y vender.

Amazon es una de las empresas estadounidense liderando a nivel global manejándose mediante el modelo de Dropshipping, ofreciendo variedad en sus productos, convirtiéndose en la primera empresa de venta por correo del mercado. La expansión de la tecnología permitió que los clientes tengan más variedad y categorías de diferentes productos que se adapten a sus necesidades con precios bajos, siendo este un canal de ventas utilizado por las grandes marcas.

En Latinoamérica este modelo de negocio a medida que transcurre el tiempo va ganando más terreno en el mercado personas interesadas en emprender entran en contacto con proveedores que trabajen mediante este método, los países que trabajan con el mercado de comercio electrónico son Chile, Perú, Argentina, Colombia, México, Brasil.

En Ecuador el uso de las redes de comunicación ha logrado cambiar el método de comercialización de productos a nivel provincial y nacional, el comercio electrónico cada día gana más espacio y la gente confía un poco más al momento de realizar sus compras en tiendas vía online. Gracias a esto se han abierto muchas tiendas digitales para satisfacer la demanda del público, permitiendo que nuevos emprendedores desarrollen sus tiendas online de forma rápida ofreciendo productos de otros fabricantes sin necesidad de realizar una fuerte inversión y sin tenerlos en stock tratando de manejarse con el modelo de Dropshipping pero con la gran diferencia de que los proveedores no se hacen cargo de enviar el producto a sus clientes finales sino más bien realizan sus envíos a los respectivos

propietarios de la tienda online y que sean estos los encargados de distribuir el producto con su respectiva marca y estilo de Packaging.

En la ciudad de Guayaquil funcionan empresas, que se manejan a través de e-commerce es decir negocios tradicionales que ofrecen productos mediante una tienda online. A día de hoy aun no existen empresas que se manejen con el modelo de Dropshipping en su totalidad.

Se realizara el siguiente proyecto como propuesta diseñar dos packaging de tamaños diferentes para la empresa deseos.ec, que se maneja mediante el modelo de Dropshipping y no cuenta con dicho empaque personalizado, mediante esta implementación se logra evitar accidentes que pueden ocasionarse durante el traslado de sus productos a diferentes provincias obteniendo como resultado que los productos lleguen a su destino final en buen estado y con buena presentación, llamativos y a su vez reflejando la identidad y valores de la empresa y así atraer la atención del cliente.

A medida que pasa el tiempo existen más empresas que se van adaptando poco a poco a este sistema como lo es el modelo de Dropshipping ya que este les permite vender productos de diferentes marcas a través de catálogos vía online sin necesidad de realizar inversiones grandes, y a la vez le permite tener su propio diseño de empaque para su servicio colocando su estilo y su marca.

Con respecto a las investigaciones realizadas cuando se diseña un packaging los objetivos principales que deben ser considerados son transmitir y asimismo asegurar la protección de un producto, se conoce por qué y para que se elabora el mismo, que necesidad va a suplir, a que target va dirigido como será transportado. Hoy en día gracias a la tecnología se pueden crear diversos materiales que ayuden a disminuir el impacto de los empaques, creando así un diseño de packaging amigable con el medio ambiente.

Con respecto con los antecedentes de la tienda online deseos.ec debido a que las ventas se incrementaron a través de la red social Instagram la propietaria opto por envolver en papel craft sus productos cuando se trataba de varios adjuntándole una pegatina con su logo. A medida que transcurrió el tiempo implemento su página web y debido a una buena acogida opto por utilizar cajas cuadradas blancas ya fabricadas agregándole en el medio un adhesivo con el logo de su tienda, para que al momento de que el cliente reciba su pedido este sea atractivo y estético.

Analizando los antecedentes de la empresa se ha evidenciado que no se le da mucha importancia al diseño de empaque por ende este no genera impresión visual con el cliente y por lo tanto afecta a la tienda online por este motivo es importante aplicar las distintas tendencias de diseño que existen en la actualidad para lograr llevar un equilibrio con la empresa y el consumidor.

Debido a la aceptación de los productos y servicio de dicha empresa el packaging personalizado es una buena estrategia para atraer más la atención del cliente ya que en la actualidad la elaboración de los empaques representa un elemento fundamental a la hora de construir una marca, convirtiéndose en un distintivo de la empresa, logrando incrementar las ventas y su vez disminuir riesgos de pérdida a la hora de entregar sus productos a la puerta de su casa.

Se aplicara un diseño de packaging que sea acorde a la esencia e imagen corporativa de la empresa, que a su vez cumpla con los requisitos de costo y fortalecimiento de la marca, acoplándose a la gama y variedad de tendencias actuales, fácil de utilizar, reutilizable, reciclable, con la finalidad de que el cliente quede satisfecho de haber realizado su compra en la tienda online y que a su vez este sea el medio que genere algún tipo de deseo, ya que el empaque es el primero en tomar contacto con el consumidor permitiendo crear una imagen en el interesado añadiéndole un valor final al servicio o producto.

Observando esta necesidad se propone diseñar dos packaging secundarios determinando que material se utilizará, también se detallará el proceso de la creación de los dos empaques como idea desde lápiz y papel, hasta utilizar herramientas digitales como Ilustrador siendo este el que permitirá vectorizar y determinar medidas, formas, tamaños, colores y decoraciones para los empaques, eligiendo así el más adecuado para él envío de varios o un solo producto de dicha empresa. También se mostrará el trabajo final mediante 3D.

La plataforma Adobe Illustrator es una de las herramientas más utilizada por los diseñadores al momento de bosquejar y crear sus piezas graficas en la mesa de trabajo y una vez terminado el proyecto este sea usado para impresión, videos, publicaciones en redes sociales, etc.

El tipo de Packaging que se utilizara es el secundario ya que este tipo de embalaje consiste en transportar dentro de un mismo empaque iguales o varios productos.

Con respecto al color asignado este se asoció con los colores e imágenes de la marca o servicio que brinda la empresa con la finalidad de crear sensaciones y a la vez también ser llamativos acoplándose a la necesidad de la tienda online, ya que el consumidor asocia los colores e imágenes a la marca o servicio que brinda una empresa.

Tomando en consideración los hechos de la tienda online y teniendo en cuenta la era digital se observa que el comprador no solo evalúa el producto sino la forma en la que recibe el pedido, llegando a la conclusión y tomando referencia las investigaciones realizadas se observó que un buen diseño de packaging es mucho más eficiente y beneficioso para el reconocimiento de una marca o servicio de entrega de productos.

¿Qué problema existe al no tener una caja personalizada para entregar productos de diferentes lugares a través de un solo envase de la tienda online deseos.ec?

Evidenciando el problema al no poder entregar sus productos en un solo empaque personalizado que identifique a la marca y a su vez ser reconocida por su servicio se menciona el siguiente objetivo del proyecto.

Diseñar un empaque innovador, representativo y sostenible a favor del medio ambiente para el servicio de entrega de productos de belleza y cuidado de la piel de la tienda online deseos.ec de la ciudad de Guayaquil, logrando disminuir accidentes previos con sus pedidos teniendo más posibilidades de ser reconocida.

CAPITULO I. FUNDAMENTACIÓN

1. MARCO HISTORICO.

1.1 Historia del packaging

El packaging ha evolucionado a medida que transcurre el tiempo y a su vez ha sufrido un sinnúmero de cambios consiguiendo adaptarse a las necesidades de la sociedad. En la prehistoria surgió la necesidad de conservación tanto de su cuerpo, alimentos y medicinas dado que el ser humano deseaba tener un método de preservación, gracias a esto logro nacer el packaging como medio de conservación y protección de alimentos.

Antiguamente en el paleolítico el ser humano utilizo materiales provenientes de la naturaleza tales como troncos de árboles, hojas, conchas, rocas con huecos consecutivamente también utilizaron pieles y huesos de animales permitiéndoles almacenar y preservar mejor sus alimentos. Ya en el mesolítico surgieron las canastas

hechas por hierbas entrelazadas y vasijas de barro sin cocer también empezaron a utilizar madera, huesos de animales y moluscos. Mientras que las vasijas de barro cocido, envases de metal aparecieron en el neolítico producidos en grandes cantidades y diferentes formas.

Mucho después lo griegos y romanos utilizaron sacos de cuero, botas de tela, y barriles de madera, hasta la aparición del vidrio que permitió nuevas técnicas de envasado logrando almacenar perfumes, ungüentos y demás, pero por su fragilidad se limitaban a utilizarlo debido al material.

Debido al surgimiento de la revolución industrial a mediados del siglo XVIII y comienzos del siglo XIX los envases de cartón y papel tuvieron buena aceptación y a su vez se produjeron envases de distintos materiales como frascos de vidrio, cajas de madera y cartón, bolsas de papel o tejidas, contenedores metálicos permitiendo almacenar, apilar y etiquetar, el producto final, manteniendo los alimentos protegidos de insectos y polvo permitiendo suplir la necesidad dada debido a la transformación de la vida rural a urbana y al traslado de sus productos.

De ahí en adelante gracias a la ciencia y el desarrollo de nuevas tecnologías se desarrollaron materiales nuevos que aporten al cuidado del medio ambiente y a la vez suplan las necesidades de cada tiempo transcurrido.

1.2 Historia del packaging en comercio web

El packaging ha evolucionado a medida que transcurre el tiempo y a su vez ha sufrido un sinnúmero de cambios consiguiendo adaptarse a las necesidades de la sociedad. La disponibilidad del internet cambio la forma de realizar una compra de un producto.

Desde el 2012 que surgió el auge del comercio electrónico superando 1 billón en volumen de negocios según la empresa eMarketer debido a estas cifras el packaging se volvió un elemento importante al momento de la compra de un producto ya que a diferencia de las tiendas físicas que tenían una relación cercana entre el cliente y producto, las tiendas virtuales colocaron su mayor esfuerzo en el atractivo del empaquetado que hable mucho más de la marca reflejando confianza y seguridad y a su vez cautiven al consumidor rigiéndose más por la atracción y la estimulación visual.

Con el surgimiento de la venta minorista vía online el desafío de hallar una solución de packaging que funcione bien en todos los canales, utilizando materiales como cartón ondulado y plásticos permitiendo así mostrar un trabajo final como un packaging liviano, duradero y sostenible.

Debido a la pandemia se dispararon las ventas en el comercio electrónico logrando así que el packaging tenga un impacto significativo, estudios realizados en Europa revelaron que el 98% de la población quería un embalaje que proteja los productos, el 82% menciona que el diseño del packaging fomente el reciclaje, y 85% señalaron que sean packaging reutilizables.

1.3 Historias de tiendas virtuales

En 1970 emergieron las primeras relaciones comerciales que utilizaban un ordenador ofreciendo un servicio limitado, ya en 1980 en estados unidos surgió la venta por catálogo en el cual aparecían fotos mostrando características del producto y por medio de la televisión con la tele ventas utilizaban este medio como sistema de distribución. Estas ventas se realizaban utilizando llamadas telefónicas y el pago se realizaba a través de las tarjetas de crédito.

La tecnología avanza y por ende floreció un nuevo servicio que permitió la transmisión de información entre computadoras cambiando no solo la forma de comunicarse sino también de comercializar, llamado www que significa world wide web, web.

A finales de los años 90 el comercio creció y es así como surgieron las primeras tiendas online como ebay y Amazon las cuales se conservan hasta hoy. A medida que transcurrió el tiempo las ventas en línea se incrementaron y permitieron la creación de nuevas tiendas online que suplieran las necesidades de los seres humanos.

El mercado en Ecuador crece cada día más y así mismo el uso del internet y por ende el uso de dispositivos móviles y computadoras aumentan y a su vez estos le permiten tener acceso y realizar compras de todo sin necesidad de ir a los establecimientos o tiendas para adquirir un producto dándole facilidades al consumidor y dándole distintas formas de pago.

1.4 Historia de la tienda La tienda Deseos.ec

La tienda online Deseos.ec se originó el 19 de julio del 2020 en cuarentena este emprendimiento sugirió debido a la necesidad de la propietaria por la situación que estaba atravesando el país, debido a la cuarentena tenía pocas ventas pero sin embargo escogió lunes y viernes para realizar las entregas de sus pedidos a domicilio, los productos eran promocionados vía red social como WhatsApp y Facebook ofreciendo productos varios tanto para el cuidado de la piel y utensilios del hogar, a medida que transcurrió el tiempo tubo más acogida con los productos de cuidado de la piel y opto solo por vender dichos productos junto con aros de luz y Foreos posteriormente ofreció sus productos mediante Instagram y se creó su propia página web.

En primera instancia los productos eran entregados solo con una pegatina con el nombre de la empresa y sus redes sociales, pero a medida que incrementaron las ventas la propietaria opto por comprar unas cajas blancas para colocar los productos que ella ofrece agregándole una pegatina con datos de la empresa para que sea la entrega más agradable y su emprendimiento sea reconocido un poco más.

2. MARCO TEÓRICO

En el siguiente proyecto se mostrarán definiciones de diferentes autores que tienen relación con el proyecto a realizar.

2.1 Packaging

A medida que ha transcurrido el tiempo cuando se habla sobre el packaging ya no solo se piensa en un elemento que cumpla como función principal proteger y conservar un producto sino también hace referencia a un término que engloba todas las funciones que este cumple y a la vez se adapta a las necesidades de cada persona.

“Un término anglosajón muy general que significa al mismo tiempo los elementos físicos: los envases, embalajes, etiquetas, envolturas y precintos de los productos, así como las operaciones que se hacen con ellos (envasar, embalar, etiquetar, envolver y precintar)”. (Costa, 2005)

Se trata de una expresión americana proveniente de los términos en inglés: package que significa paquete, paca, mientras que packing significa envase o empaquetado, por lo que packaging hace referencia al proceso completo de envase y embalaje. Para entender la etimología de este término, es importante tener en cuenta que la palabra envase se refiere como algo perceptible, entretanto el packaging no lo es, pretende ser más comunicativo, puesto que se empeña en: atraer, informar, sugerir y convencer, de manera que quien estime el producto lo priorice. (Jarrín Ramos, 2019)

Como menciona Jarrin el packaging es una herramienta que no solo sirve como medio de protección al producto a su vez también permite que el empaque comunique e informe, con el objetivo de conquistar y convencer al interesado para que este sea adquirido.

2.2 Tiendas virtuales

Las tiendas virtuales son un espacio web y una herramienta tecnológica para comercializar productos y/o servicios en internet, que generen grandes cambios en los negocios desde el ámbito comercial hasta la captación de consumidores. (MULFORD, 2019)

Esto nos muestra que desde que surgió el internet las tiendas virtuales emergieron y se dio paso a la comercialización de productos y servicios convirtiéndose en un modelo de negocio viable y rentable permitiendo que el consumidor realice compras más simples y de manera más cómoda. |

3. MARCO CONCEPTUAL.

3.1 Packaging

En su definición más estricta vendría a ser la ciencia, el arte y la tecnología de inclusión o protección de productos para la distribución, el almacenaje, la venta, y el empleo. Como diseñadores, creativos y publicitarios debemos considerar que el packaging tiene como objetivo primario de atraer la atención de los clientes y ser la principal ventana de comunicación hacia el consumidor.

Cuando se habla de Packaging se refiere al empaquetado que permite la protección y distribución de un producto y siendo este la carta de presentación ante un comprador, logrando ser atractivo e impactante y diferente de la competencia.

3.2 Tiendas virtuales

Una tienda virtual (o tienda online) es un sitio web donde los vendedores ponen a disposición de sus clientes los productos o servicios mostrándolos a través de imágenes o vídeos y explicando en detalle las características que estos ofrecen. (Pendino, 2021)

Desde que surgió el internet esto permitió que las tiendas virtuales salgan a flote tomando lugar en la web, logrando ofrecer y vender productos o servicios a través de catálogos con información importante del producto.

3.3 Adobe Illustrator

Es un software creado por Adobe Systems especializado en el tratamiento de dibujo vectorial tanto para trabajar en el nivel doméstico como en el profesional. (Andrades)

Es una de las plataformas más utilizada por diseñadores, software de gráficos vectoriales estándar que permite crear desde gráficos, logotipos, iconos, tipografías, ilustraciones para libros, troqueles para empaques de productos y afiches desde dibujo a mano alzada a trazos tanto para sitios web y dispositivos móviles.

3.4 Troquel

El troquel es un molde específico que se plasma y se corta sobre el papel o cartulina formatos variados y también geométricos clásicos como formas rectangulares y cuadradas para productos de artes gráficas. Es decir es una impresión directa de figuras y formas irregulares. (AbcImprenta, 2021)

3.5 After Effects

Este programa proporciona un entorno y unas herramientas dirigidas a crear una extensa variedad de efectos de posproducción de la imagen. Está pensado especialmente para la composición de imágenes de vídeo mediante la acumulación de capas de transparencia. (Molina, 2009)

After Effects es usado especialmente para crear efectos especiales para imágenes en movimiento, permitiendo crear, componer animaciones y alterarlas en espacios 2D y 3D con sus herramientas internas, y es excelente para post- producción de películas caseras o independientes.

3.6 3D

Con el diseño de packaging en 3D el fabricante puede ver el producto y acabado con lujo de detalle, en el cual se consigue apreciar texturas, acabados y volúmenes. De esta forma, no sólo jugamos con el sleeveado, sino que también puede ser combinado con las formas del envase externo o del propio blíster.

Es una Representación gráfica que hace referencia a imágenes que son tridimensionales que constan de alto, ancho y profundidad realizados mediante programas específicos que permiten la elaboración de estos trabajos.

3.7 Sistema de color CMYK

CMYK es el acrónimo de los colores básicos (Cian, Magenta, Amarillo y Negro) que se utilizan en las impresiones a cuatro colores (Color Completo).

4. MARCO JURÍDICO

4.1 Constitución De La República Del Ecuador

TITULO II

Derechos.

Capítulo Segundo.

Derechos del buen vivir

Sección Novena

Personas usuarias y consumidoras.

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

4.2 Plan Nacional toda una vida

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

Se eligió el objetivo 5 con respecto al plan nacional de toda una vida porque se asocia con el aporte de la implementación del packaging hacia la empresa permitiendo así que a través de este empaque aporte al desarrollo y productividad de la tienda virtual deseos.ec de la ciudad de Guayaquil.

4.3 Ley de Propiedad Intelectual (Codificación No. 2006-013)

Título I

De Los Derechos De Autor Y Derechos Conexos

Capítulo I

DEL DERECHO DE AUTOR

Sección II

Objeto Del Derecho De Autor

Art. 8.- La protección del derecho de autor recae sobre todas las obras del ingenio, en el ámbito literario o artístico, cualquiera que sea su género, forma de expresión, mérito o finalidad. Los derechos reconocidos por el presente Título son

independientes de la propiedad del objeto material en el cual está incorporada la obra y su goce o ejercicio no están supeditados al requisito del registro o al cumplimiento de cualquier otra formalidad.

Las obras protegidas comprenden, entre otras, las siguientes:

a) Libros, folletos, impresos, epistolarios, artículos, novelas, cuentos, poemas, crónicas, críticas, ensayos, misivas, guiones para teatro, cinematografía, televisión, conferencias, discursos, lecciones, sermones, alegatos en derecho, memorias y otras obras de similar naturaleza, expresadas en cualquier forma;

f) Las esculturas y las obras de pintura, dibujo, grabado, litografía y las historietas gráficas, tebeos, comics, así como sus ensayos o bocetos y las demás obras plásticas;

g) Proyectos, planos, maquetas y diseños de obras arquitectónicas y de ingeniería.

4.4 Ley Orgánica De comunicación

CAPITULO II

Derechos a la comunicación

SECCIÓN I

Derechos de Libertad

Art.17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

CAPITULO II. METODOLOGÍA EMPLEADA.

2.1 Tipos de investigación

2.1.1 Descriptiva

Este proyecto contiene una investigación descriptiva porque se determinó cuál es la necesidad de implementar un empaque, por qué optamos por esas medidas y tamaño, colores y el tiempo que se elaboró cada troquel.

2.1.2 Explicativa

El siguiente proyecto está basado en el método explicativo ya que muy aparte de analizar la falta de un diseño de empaque y la carencia de reconocimiento del servicio de la tienda deseos.ec se explica la importancia del packaging a beneficio de la empresa.

2.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

2.2.1 Enfoque Mixto: Cualitativo -Cuantitativo

Este proyecto se elaboró mediante un enfoque mixto, en el cual se realizó un análisis cualitativo que se encuentra dentro del marco teórico a través de ideas y criterios de autores que permiten observar la importancia e implementación de un packaging para una marca y así desarrollar una que cumpla con las necesidades de la empresa, así mismo en lo que respecta al análisis cuantitativo este se encuentra mediante ciertas características como las medidas y tamaños que se emplearan a los empaques dentro del desarrollo de la propuesta y también en las encuestas que se realizó a los clientes ya que estas arrojaron resultados que evidenciaron la necesidad de elaborar un packaging, ambos enfoques aportaron a la investigación y desarrollo del diseño de packaging.

2.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

2.3.1 Método Teóricos

2.3.1.1 Método Análisis – síntesis

Mediante el método analítico examinamos los resultados que arrojaron las respuestas de los encuestados de la empresa Deseos.ec, sobre la aplicación de un packaging personalizado permitiendo ver lo favorable que sería implementar dicho empaque para la tienda virtual.

Dentro de la investigación explicativa se aplicó el método sintético con el objetivo de direccionar una mejor propuesta que aporte en la elaboración del empaque a beneficio de la empresa.

2.3.1.2 Método Histórico- Lógico

El método histórico se encuentra dentro de la fundamentación en el marco histórico en donde se puede observar la evolución de la empresa desde el 2019 hasta la actualidad donde se tomó como referencia la carencia de un empaque que permita identificar el servicio que brinda la empresa y a su vez mediante las investigaciones realizadas y los conocimientos obtenidos se logra realizar una buena propuesta.

Por otra parte debido a los datos que ofreció el método histórico se realizó un método lógico relacionando los temas investigados con el tema del proyecto para que de esta manera se permita tener un razonamiento que no solo genere especulaciones, sino que tenga una lógica con el tema investigado y la proyección del proyecto.

2.3.1.3 Inductivo Deductivo.

Dentro de mi proyecto en el marco histórico también se utilizó el método deductivo al momento de realizar las investigaciones con respecto al tema propuesto desde una orientación general hasta uno en particular como la importancia del packaging en una tienda virtual desde un enfoque global hasta uno específico que permitió asociarla con el objetivo del proyecto.

Como método inductivo se encuentra en los resultados de la encuesta realizada a los clientes que a su vez arrojaron que la aplicación de un packaging es primordial para que la empresa puede hacerse conocer más y a su vez observar la aceptación de la propuesta.

2.3.2 Método empírico.

2.3.2.1 Encuesta

Se realizaron encuestas a clientes que ya han utilizado los productos y servicio de entrega de la empresa deseos.ec de la ciudad de Guayaquil que arrojaron respuestas positivas con respecto a la aplicación de un packaging para la empresa.

2.3.2.2 Observación.

Mediante el método de observación se recopiló datos que evidenciaron falencias de las variaciones del packaging de la empresa y se realizó el análisis sobre la importancia de este para empresas que se manejan mediante el sistema de tienda online.

2.3.3 Métodos estadísticos

2.3.3.1 Universo

El universo o población está conformado por los clientes entre 14 a 60 años de la empresa Deseos.ec en donde 26 personas que ya han utilizado el servicio y personas interesadas.

FICHA DE OBSERVACIÓN			
Ficha N°1	Fecha y Duración: 25 de Agosto del 2021 de 10:00am–11:00am		
DATOS INFORMATIVOS			
EMPRESA: Deseos.ec			
NOMBRE DEL ADMINISTRADOR: Srta. Juleidy Nicole Clavijo Palma.			
INVESTIGADOR: Lesley Balón			
OBJETIVO: Toma de apuntes que se visualizaron en la tienda online en cual es objeto de investigación.			
N°	Información Observada	Categoría	
		SI	NO
1	El diseño de empaque no está acorde a los productos.		
2	No cuenta con un empaque representativo para la empresa.		
3	No dispone de un color el empaque.		
4	Variación del material del empaque		

2.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

2.4.1 Análisis de la observación

Para llegar al siguiente análisis se empleó el método de observación que ayudó a recopilar y a la vez obtener información importante que sirvió para la elaboración del proyecto.

Tabla 1: Ficha de Observación.

OTRO ASPECTO OBSERVADO:

Notamos que la empresa deseos.ec que se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil otra de las falencias observadas son los cambios repentinos que tuvo el

empaque de manera repentina, debido a esto la empresa no tiene el reconocimiento adecuado ante la sociedad sobre el servicio que brinda y los elementos que ofrece.

Podemos decir que mediante los resultados obtenidos debido a la observación, ahora contamos con información relevante y necesaria que permite realizar una mejor elaboración y diseño de packaging sostenible, que ayude con el reconocimiento del servicio que maneja la empresa y a la vez que los productos lleguen en buen estado, con la finalidad de ayudar a que la tienda online sea reconocida por su servicio y a través de la confianza y seguridad que les brindara el diseño de packaging los consumidores vuelvan escoger su servicio y a la vez favorezca con el posicionamiento de la misma.

2.4.2 Análisis de los resultados de encuesta.

Para complementar la investigación se realizó una encuesta a los clientes que ya han utilizado el servicio de la empresa Deseos.ec y a personas nuevas que están interesadas en el servicio, la encuesta consistía en responder un total de 7 preguntas estas eran referente a la importancia del packaging en una tienda online y así poder observar cuál es la postura de los clientes con respecto al tema.

Gracias a la información que brindo la encuesta ayudo con la elaboración del proyecto hacia la empresa.

Pregunta 1.- ¿Le gustaría recibir sus productos en un empaque personalizado con detalles de la empresa?

Mediante la siguiente pregunta se busca ver cuántas personas están a favor de recibir sus productos en un empaque personalizado con detalles de la empresa.

De las 26 personas encuestadas arrojo que un 100% manifiestan que si están a favor.

1. ¿Le gustaría recibir sus productos en un empaque personalizado con detalles de la empresa?

26 respuestas

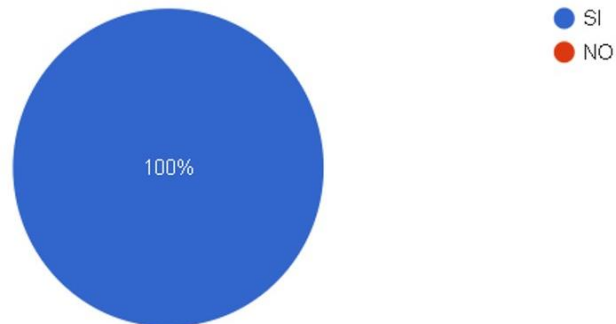


Gráfico 1. Preguntar #1 Encuesta

Pregunta 2.- ¿Le gustaría que el empaque sea elaborado de un material sostenible?

De la siguiente pregunta se pudo observar que de las 26 personas encuestadas el 96,2% de ellas están a favor de que el empaque sea elaborado de un material sostenible es decir hecho de materiales que sean duraderos y que a la vez puedan reutilizarse o reciclarse y el otro 3,8% no está de acuerdo.

2. ¿Le gustaría que el empaque sea elaborado de un material sostenible?

26 respuestas

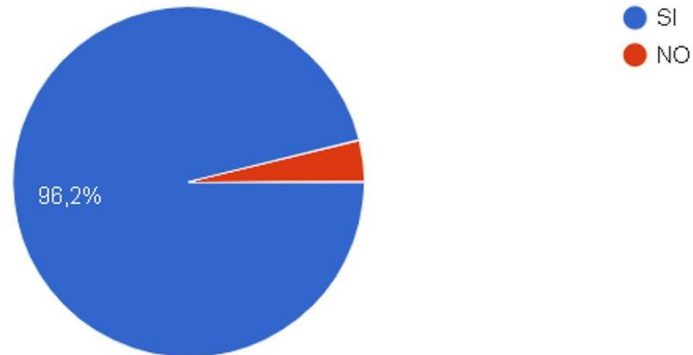


Gráfico 2. Preguntar #2 Encuesta

Pregunta 3.- ¿Considera usted que el empaque es fundamental para la venta de un producto?

Con esta interrogante se busca ver el conocimiento y la relación que hace el cliente en cuanto al empaque y si este ayuda con la venta de productos de la empresa. Gracias a esto no dio a conocer que:

De las 26 personas encuestadas el 100% de ellas contestó que si es fundamental el empaque para la venta de un producto.

3. ¿Considera usted que el empaque es fundamental para la venta de un producto?

26 respuestas

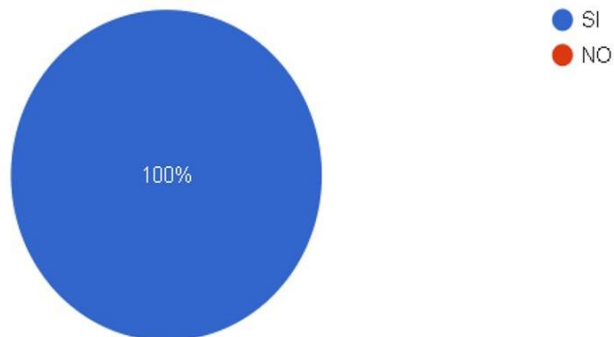


Gráfico 3. Preguntar #3 Encuesta

Pregunta 4.- ¿Usted considera que el empaque transmite calidad de los productos que ofrece la empresa?

Esta pregunta se realizó para saber si los clientes consideran que el empaque influye mucho en cuanto a la calidad de los productos que ofrece la empresa, permitiendo así que la encuesta realizada arroje resultados como:

De los clientes encuestados el 92.3% respondieron que sí y el otro 7,7% no consideran que el empaque ayude a transmitir calidad en los productos.

4. ¿Usted considera que el empaque transmite calidad de los productos que ofrece la empresa?

26 respuestas

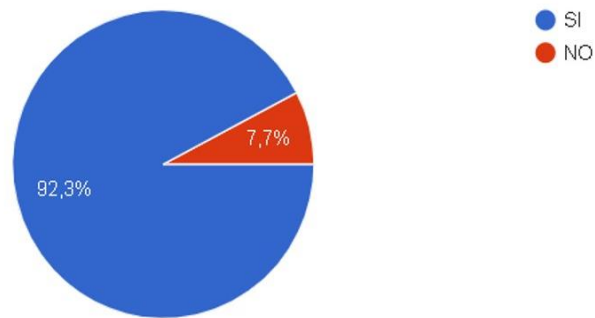


Gráfico 4. Pregunta #4 Encuesta

Pregunta 5.- ¿Considera usted que el cambio de packaging en varias ocasiones perjudica al reconocimiento del servicio que brinda la empresa deseos.ec?

La siguiente pregunta se formula debido a que la empresa en primera instancia no constaba con un packaging, pero a medida que aumentaron las ventas se realizó uno hecho a mano e hizo cambios por varias ocasiones, debido a estos cambios se desarrolló la siguiente pregunta para que así nos muestre que piensan los clientes con respecto a los cambios de empaque y si este ayuda en cuanto al reconocimiento y crecimiento del servicio que presta la empresa.

El 76,9% manifiesta que el cambio constante de packaging perjudica al reconocimiento de la empresa, mientras que el 23,1% considera que no perjudica.

26 respuestas

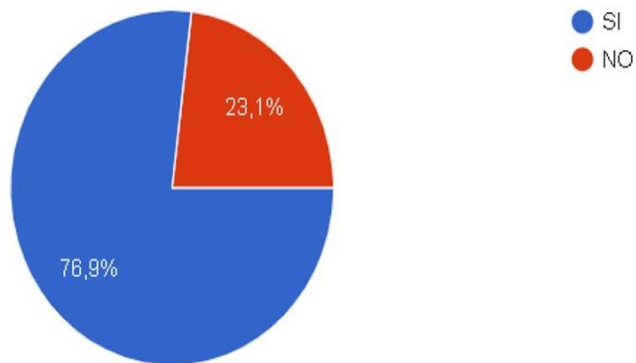


Gráfico 5. Pregunta #5 Encuesta

Pregunta 6.- ¿Considera usted que el packaging es un elemento fundamental dentro de las empresas que se manejan vía online?

Se elaboró la siguiente pregunta con la finalidad de conocer el punto de vista de cada persona encuestada con respecto a si consideran que para las tiendas virtuales el packaging es un elemento fundamental, y a la vez gracias a los resultados ver el aporte que causa al desarrollo del proyecto.

Se evidencio que del 100% de las personas encuestadas el 92,3% considera que dentro de las tiendas que se manejan mediante vía online el packaging si es un elemento fundamental para el desarrollo de la empresa y el 7,7% considera que este elemento no es fundamental para estas empresas.

6. ¿Considera usted que el packaging es un elemento fundamental dentro de las empresas que se manejan vía online?

26 respuestas

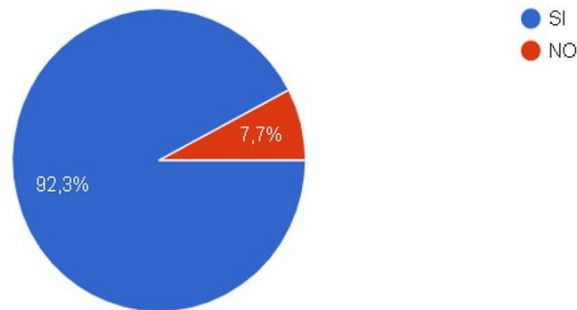


Gráfico 6. Preguntar #6 Encuesta

Pregunta 7.- ¿Le gustaría recibir el producto en bolsas de papel biodegradable o en cajas?

La siguiente pregunta se realizó para tener en cuenta la opinión de los clientes y que creen ellos que sea más favorable utilizar a la hora de recibir sus productos y así poder tomar como referencia para uno de los empaques que se va a realizar para el proyecto.

De las 26 personas encuestadas 65,4% están de acuerdo con que deberían recibir sus productos en una bolsa biodegradable y el otro 34,6% está a favor con la segunda opción que fue una caja.

Mediante estos resultados de la siguiente pregunta se realiza el empaque adecuado y a la vez se considera el punto de vista de los clientes que ya han utilizado el servicio de la empresa y también de los nuevos consumidores.

7. ¿Le gustaría recibir el producto en bolsa de papel biodegradable o en caja?

26 respuestas

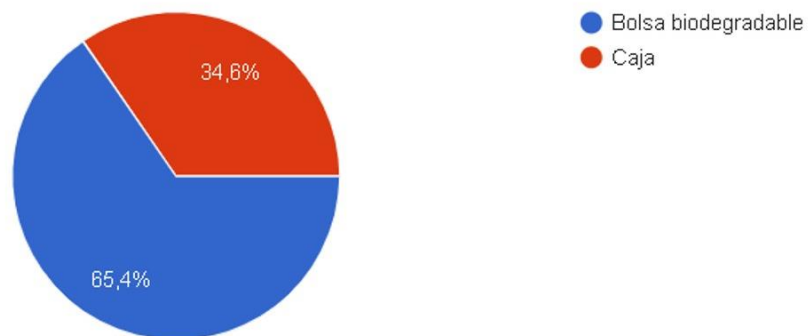


Gráfico 7. Pregunta #7 Encuesta

2.5 HERRAMIENTA DE ANÁLISIS

2.5.1 Análisis PEST

Factor Político

El siguiente factor se encuentra dentro de las leyes que se utilizaron para aplicar la propuesta.

Factor Económico

Se realizaron los presupuestos necesarios para tener en cuenta el costo y servicio de la propuesta. Además, la empresa deseos.ec cuenta con presupuesto para considerar la elaboración del Packaging.

Factor Social

La propuesta elaborada tiene como propósito diseñar dos packaging que ayuden al cuidado del medio ambiente y a su vez permite que el empaque sea reutilizable con la finalidad de mejorar el servicio de entrega de la tienda virtual Deseos.ec y a la vez favorecer a todas las personas que utilicen o estén interesados en el servicio que presta la empresa.

Factor Tecnológico

A medida que transcurre el tiempo se han desarrollado programas que permiten la elaboración de elementos digitales que aporten a la sociedad, y maquinarias que permiten tener en físico lo que se ha elaborado a través de los programas.

Es por esto que en el siguiente proyecto se utilizaran programas digitales que facilitan y permiten elaborar o diseñar un troquel a través de sus herramientas mediante una computadora para luego junto con las impresoras digitales los troqueles sean impresos, gracias a estas herramientas se logró desarrollar el proyecto final.

2.5.2 Análisis FODA

Fortalezas

- Creación de un nuevo empaque que sea funcional para el servicio que presta la empresa.
- Protección del producto.
- Información de la empresa.
- El reconocimiento de la empresa a través del packaging.

Oportunidades

- Servicio de un video publicitario promocionando las cajas que se elaboró.
- Desarrollar más cajas para la empresa.
- Oportunidad de crear nuevos diseños para otras empresas.

Debilidades

- Costo de producción del packaging, es decir aumento del costo de impresión de las cajas.
- Al ser de cartón puede sufrir daños por los cambios ambientales.
- Escases de presupuesto al pasar los años.

Amenazas

- Presencia de empresas grandes de packaging con gran producción que pueden presentar nuevas propuestas.
- Cambios o actualizaciones en los empaques.
- Que el packaging diseñado no sea el adecuado y a la vez este no ayude con la publicidad de la tienda online.

2.5.3 Modelo CAPA

Corregir Debilidades.

- Analizar a los proveedores de los materiales que permiten la impresión del empaque y encontrar una manera de reducir el costo sin dejar a un lado la calidad del packaging.
- Implementar un embalaje para que el empaque no sufra daños.

Afrontar Amenazas.

- Llenarse de información necesaria con respecto a innovaciones que tienen los empaques para lograr mantener un Packaging con estilo propio que represente a la empresa cumpliendo con sus respectivas necesidades.

Potenciar fortalezas

- Debido a las tendencias en el diseño de packaging las empresas deben adaptarse al cambio ya que ahora el empaque no solo cumple con la funcionalidad de protección del producto, sino que fomenta la originalidad diferenciación de cada empresa sufriendo sus necesidades, es por esto que la elaboración del packaging en el siguiente proyecto cumple las necesidades de los consumidores permitiendo adaptarse al cambio.

Aprovechar oportunidades

- Con las nuevas tecnologías y con la utilización de las aplicaciones elaborar material publicitario que permita la expansión y el reconocimiento de quien realiza el trabajo.

CAPITULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.

En la siguiente propuesta queremos lograr la elaboración y Diseño de Packaging para la empresa online Deseos.ec ubicada en la ciudad de Guayaquil-Ecuador, iniciando desde la planificación de ideas y elaboración de los bocetos de los troqueles, una vez determinada el tamaño, las medidas y las formas de los empaques se realizó el traslado a las herramientas digitales que permitan vectorizar los bocetos dando forma al empaque y al final tener el packaging impreso de manera física.

Además, este proyecto busca implementar un diseño de empaque para una empresa que se maneja mediante el servicio de Dropshipping y a la vez esta sea reconocida no solo por los productos que ofrece sino por el servicio que presta, que beneficien a la empresa para que a través de esto sea reconocida y a la vez los clientes escojan este servicio ya que son ellos los que recibirán el producto en buen estado.

3.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Diseño de packaging para la tienda virtual Deseos.ec de productos para cuidado de la piel ubicada en la ciudad de Guayaquil.

3.2. OBJETIVO DE LA PROPUESTA

Diseñar un empaque innovador y sostenible a favor del medio ambiente para el servicio de entrega de productos de belleza y cuidado de la piel de la tienda online deseos.ec de la ciudad de Guayaquil, logrando disminuir accidentes previos con sus pedidos y lograr tener más posibilidades de ser reconocida.

3.3. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

3.3.1. Estado Inicial del Proyecto

Las indagaciones e investigaciones que se realizaron a la empresa permitieron observar las falencias con respecto a un empaque que los identifique no solo por los productos que ofrece sino también por el servicio que brinda, debido a su popularidad y crecimiento la propietaria elaboro empaques con papel Kraft cambiándolos más de una vez, con la intención que al momento de recibir el producto el consumidor tenga una mejor presentación.

Por este motivo se planteó la siguiente propuesta que tiene como finalidad realizar 2 diseños de packaging para la tienda online Deseos.ec de productos para cuidado de la piel de la ciudad de Guayaquil con el objetivo de disminuir accidentes previos al servicio de entrega de productos diseñando no solo un empaque innovador que ayude a popularizar la tienda online sino también uno sostenible a favor del medio ambiente.

3.3.2. Requerimientos de Desarrollo

Para la elaboración del proyecto se trabajó con requerimientos técnicos, operarios y económicos los cuales fueron fundamentales para el desarrollo de la propuesta.

3.3.2.1. Requerimientos Técnicos.

Luego de describir el análisis inicial del proyecto a desarrollar, se determinó los siguientes requerimientos técnicos:

CANTIDAD	ÍTEM	DESCRIPCIÓN
1	Computadora	Laptop HP Windows 10 Pro Procesador: Core i5 Memoria Ram: 6GB Teclado, mouse
1	Navegador	Google Chrome
1	Paquete de Adobe	Adobe Illustrator After Effects

Tabla 2: Requerimientos Técnicos.

3.3.2.2. Requerimientos Operativos

Para los requerimientos operativos se requiere de talento humano, como un diseñador gráfico que realice las investigaciones y estudios correspondientes en referencia al proyecto a realizar y conocer el manejo del software que le permitirá desarrollar el proyecto final.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	FUNCIONES
1	Diseñador Grafico	<ul style="list-style-type: none"> → Recopilación de información e investigaciones necesarias que permitieron la elaboración del proyecto. → Diseño de troqueles → Bocetos realizados a mano y de manera digital. → Elección de medidas de troqueles → Maquinización de troqueles

Tabla 3: Requerimientos Operativos.

3.3.2.2. Requerimientos Económicos.

Una vez analizado todos los elementos necesarios para la elaboración del proyecto, se procede a presentar el presupuesto para desarrollar la propuesta.

RECURSO	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computadora	Laptop HP Windows 10 Pro Procesador: Core i5 Memoria Ram: 6GB Teclado, mouse	1	\$1.000	\$1.000
Navegador	Google Chrome	1	Gratuito	Gratuito
Internet	Velocidad de 10Mbps	5 meses	\$45.00/mes	\$225.00

Paquete de Adobe	Adobe Illustrator After Effects	2 meses	\$80.00/mes	\$160.00
Diseñador	Diseñador	30 días	\$15/hora	\$450
Cotización de Empaque	Caja en medida 9,4x 5cm	100	\$1.12	\$120
	Caja en medida 16,5 cm x 21,5 cm	100	\$1.50	\$150
Total				\$ 1.106

Tabla 4: Requerimientos Económicos.

3.3.3 Fase 1: Planificación de Desarrollo.

Se elaboró el siguiente recuadro de planificación con la finalidad de desarrollar eficientemente la propuesta de manera organizada permitiendo plasmar las actividades a realizarse dentro de un tiempo determinado del presente proyecto:

Fase 1: Formulación de idea	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Investigación de información sobre la empresa.				
Planificación de packaging				
Generar ideas para Bocetos				
Determinar medidas para el diseño de packaging.				
Fase 2: Diseño De packaging	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Vectorizar los diseños de packaging en Adobe Illustrator				
Aplicar color a los diseños de packaging				
Diseños en 3D				
Fase 3: Implementación	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12

Maquetación y Revisión final				
Material Impreso y armado.				

Tabla 5: Planificación de Desarrollo.

3.3.4 Fase 1: Planteamiento de la Idea

3.3.4.1. Investigación de información

Para el desarrollo de este proyecto se recolecto información de la empresa y a la vez se realizaron investigaciones que fueron analizadas y a través de estas surgieron posibles ideas para aplicar en el proyecto, abarcando todos los aspectos necesario a la hora de diseñar un packaging

3.3.4.2. Planificación de packaging

Para el diseño de los dos packaging se observó que es lo que más necesitaba la empresa y por lo tanto se asignaron dos tamaños diferentes a elaborar, el primero es un empaque para mascarillas ya que es un producto que más ventas le producen a la tienda online y no contaba de ningún packaging específico y el segundo es para combos o productos varios, ambos cuentan con el logo de la tienda online y también con la red social Instagram y número de teléfono de la misma.

El primer empaque en la parte de enfrente consta de unos cortes en formas de gotas alrededor del logo de la empresa, se escogió la forma ya que la tienda online vende productos de limpieza para el rostro y lo primero que se hace antes de aplicar algún producto para el cuidado del rostro es el lavado de la cara con agua, se optó por la siguiente forma como una manera de representar la limpieza del rostro y venta de productos para el cuidado del mismo, también consta de una raya horizontal blanca en la parte de atrás de lado inferior de la caja, para representar la estabilidad que ha tenido la tienda online y a la vez simbolizar la calma y seguridad a la hora de entregar sus productos.

El segundo packaging consta de una gota de color blanco en la parte de atrás de lado superior de la caja, también contiene dos curvas la cual se optó por la siguiente forma para representar que el empaque está enfocado hacia un target femenino de manera que la forma también transmita un mensaje de dulzura, alegría y sutileza de color blanco.

3.3.4.3. Generar ideas para Bocetos.

Se generó un bosquejo de ideas para los dos packaging con medidas diferentes plasmando y elaborados en un papel como primer borrador.

3.3.4.4. Determinar medidas para el diseño de packaging.

Se establecieron las medidas correspondientes para el primero y segundo empaque ya que ambos son de diferentes tamaños uno es para varios productos como mascarillas y el segundo es un poco más grande que el primer empaque ya que dentro de él van varios productos que ofrece la empresa o combos que la tienda online ya tiene preestablecidos.

Para el primer diseño de empaque se asignaron las siguientes medidas las cuales son 9,4 cm de ancho x 4,5 cm de alto y 4cm, consta de 2 medidas diferentes de alto ya que una parte es más larga que la otra.

El segundo empaque cuenta de dos partes la de arriba que es la tapa y la de abajo como soporte; la parte de abajo del empaque cuenta con las siguientes medidas la parte de atrás tiene 16,5 de alto por 21,5 cm de ancho, la parte de abajo tiene 21,5 de ancho por 11 cm de largo y la parte de enfrente tiene 21,5 cm de ancho por 8 cm largo, a los lados de largo tiene 16,5 mientras que en la parte inferior cuenta con 11cm de ancho y en la parte superior tiene 7 cm de ancho con un corte inclinado de 5,3cm. Así mismo la tapa posee las siguientes medidas tres rectángulos de 7 cm, 5,3cm y 9cm de alto x 21,5 cm de ancho con lengüetas de 1,5.

3.3.5. Fase 2: Diseño de packaging

3.3.5.1. Vectorizar los diseños de packaging en Adobe Illustrator

Una vez determinados los tamaños se procedió a vectorizar los diseños de packaging en uno de los programas digitales como el Adobe Ilustrator, ya que este software es uno de los más utilizados por diseñadores gráficos y permite vectorizar todo tipo de gráficos.

3.3.5.2. Aplicar color a los diseños de packaging

Al momento de elegir los colores a utilizar para el siguiente proyecto se estableció el color marrón, el blanco y negro, a continuación, se detallará porque la elección de cada uno de ellos:

Para el diseño de empaque se estableció el color marrón para ambos empaques ya que en la psicología del color este es asociado con la tierra, la madera y lo orgánico, además es un color que sirve para representar algo natural y cálido también es asociado para representar fiabilidad y firmeza, de manera que dicho color ayuda mucho a relacionar y a reforzar la personalidad de la empresa.

El color blanco se asignó para ciertos detalles de los empaques y a la vez se utilizó para representar a la tienda online ya que vende productos para el cuidado de la piel y una manera de relacionar lo que representa con respecto a la psicología del color este es muy relacionado con la limpieza, pureza y la higiene, también es asociado con la tranquilidad e inocencia, y a la vez es asociado con la sofisticación y la simplicidad, aportando en gran manera con el objetivo y lo que ofrece la tienda.

El negro es la ausencia de color, pero en la psicología del color también representa modernidad, elegancia y responsabilidad y calidad, la manera en que se relacionó el siguiente color es para representar que el empaque es moderno y a la vez es sencillo y elegante, a su vez simboliza la responsabilidad que tiene la empresa online ofreciendo un buen servicio y de calidad tanto en el empaque como en los productos que ofrece.

3.3.5.3. Diseños en 3D.

Se Realizar los diseños en 3D para demostrar una mejor apreciación de cómo se verán los empaques ya impresos.

3.3.6. Fase 3: Implementación

3.3.6.1 Maquetación y Revisión final.

En el siguiente proceso de maquetación se verifican que los textos y las composiciones visuales se encuentran en sus espacios correspondientes de manera que las ideas ya elaboradas hayan sido bien vectorizadas.

3.3.6.2 Material Impreso y armado.

Antes de imprimir el diseño de packaging se verifico que el empaque defina todo aquello que desee transmitir la tienda online, y a la vez seleccionar el material en el que va ser impreso.

Para la impresión de los empaques se utilizará cartulina dúplex de 263 gramos ya que es uno de los materiales más frecuentes a la hora de elaboración de cajas y a la vez es rígida, tiene durabilidad, resistente al agua y es 100% ecológica ya que a diferencia de los envases de plásticos la cartulina está fabricada de materiales biodegradables y está hecha de pulpa de papel, haciéndose ver una opción atractiva y socialmente responsable con el planeta.

3.4 FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN

3.4.1 Factibilidad Administrativa

La empresa deseos.ec, ofrece el apoyo necesario para elaborar la siguiente propuesta ya que la empresa necesita de un empaque que lo represente no solo por los productos que ofrece sino por el servicio que brinda, tratando de sobresalir entre la competencia.

3.4.2 Factibilidad Económica

La tienda online deseos.ec que se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil cuenta con el presupuesto y a la vez permitirá invertir en el diseño del packaging.

3.4.3 Factibilidad Legal

El siguiente proyecto se encuentra respaldado por la ley de propiedad intelectual ya que el diseño personalizado de los dos packaging fue estudiado y trabajado y exclusivo de manera que tengan un enfoque y que sea representativo para la tienda online.

3.4.4 Factibilidad Ecológica.

Se desarrollaron dos empaques que son reutilizables y a la vez aportan al cuidado del medio ambiente.

3.5. Resultados Esperados en la aplicación de la propuesta.

Se comprobó que con un nuevo diseño de packaging junto con los elementos gráficos y curvas que se muestran en el empaque permiten identificar a la tienda online Deseos.ec, las formas permiten reflejar el concepto de un packaging natural y artesanal y cuenta con el contraste adecuado para llamar la atención del cliente, acoplándose a los requerimientos de venta de pedidos online. El material utilizado es amigable con el medio ambiente acoplándose a los valores de la empresa y a la vez es reutilizable.

El proceso de creación de los 2 empaques ayudo a que la empresa proyecte y transmita sus valores y a la vez los clientes recibieran sus productos en buen estado, de manera que no solo ayude con la imagen de la empresa, sino que aporte un valor fundamental como lo es el de la protección del producto y a la vez la empresa es reconocida de las demás.

Conclusión

El siguiente proyecto partió desde la observación de la problemática de la tienda online deseos.ec en donde se logró ver las variaciones del packaging y la carencia de un diseño de empaque que los identifique no solo por los productos que ofrece sino también por el servicio que brinda.

En segunda instancia la elaboración de las encuestas permitió conocer la opinión de los clientes que ya utilizaron el servicio mencionando que un buen diseño de empaque es fundamental para una empresa que se maneja vía online sea reconocida y destaque de las demás.

Una vez culminada la investigación para el desarrollo del proyecto se concluye que es necesario que cada tienda online que se maneje a través del servicio de dropshipping le dé mayor importancia a un buen diseño de packaging ya que el empaque es el primero en tener contacto real con el consumidor con respecto a la marca, por lo tanto es importante que el cliente se lleve una buena impresión y quede satisfecho con la compra online y de esta manera su servicio será reconocido y a la vez muestre los valores y enfoque de la empresa.

Recomendación

Con la siguiente investigación se puede evidenciar que es necesario elaborar más proyectos dirigidos a las empresas que se manejan mediante redes sociales y a la vez que promocionen los productos que adquieren de empresas más grandes con la finalidad de que sus servicios sean reconocidos a través de un buen diseño de packaging.

Es recomendable que el siguiente proyecto se siga desarrollando y tenga otro análisis exhaustivo ya que a medida que pasa el tiempo se desarrollan nuevas tecnologías, aparecen nuevas características fundamentales para tener un buen diseño, aparecen nuevos materiales innovadores con que se puedan desarrollar y elaborar mejores packaging, con la finalidad de renovar el diseño de empaque y a la vez sea más beneficioso para la tienda online, sin necesidad de tener muchas variaciones.

Por medio de la propuesta desarrollada incentivar e informar a nuevas empresas que se manejen con el mismo sistema, elaborar nuevas propuestas para un buen diseño de sus empaques y así lograr un reconocimiento único hacia la empresa.

Bibliografía

- AbcImprenta. (2021). *Abc Imprenta, ¿Que es un torquel?* Obtenido de <https://www.abcimprensa.com/blog/que-es-un-troquel/>
- Adobe Creative Cloud, *Adobe Illustrator*. (s.f.). Obtenido de https://www.adobe.com/la/products/illustrator.html?gclid=CjwKCAjwhuCKBhADEiwA1HegOcWtviyssYTtGPsyglvkWN938eXWnmTN4s-L6b5Wnw7BopeaYXtoqhoCZR8QAvD_BwE&sdid=KQPQL&mv=search&ef_id=CjwKCAjwhuCKBhADEiwA1HegOcWtviyssYTtGPsyglvkWN938eXWnmTN4s-L6b5Wnw7BopeaYXtoqho
- Andrades, M. M. (s.f.). *Adobe Illustrator CS6*. España. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ryBvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=Adobe+Illustrator&ots=OWRC3j5wXh&sig=7Kco-sRguFW4WQTyk4noyljcHQU#v=onepage&q=Adobe%20Illustrator&f=false>
- Coleman. (s.f.). Obtenido de <https://colemancbx.com/lineas-packaging-significado-clientes/>
- Costa, J. (2005). *El diseño gráfico en el envase y embalaje: Packaging*. Editorial de la Universidad de Granada. Obtenido de <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/6992>
- Jarrín Ramos, A. P. (2019). *El packaging y su incidencia como estrategia de marketing para la selección adecuada de productos en los supermercados de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil: Facultad de Comunicación Social. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46691>
- LemoxAPT. (2020). *LemoxAPT, Descargar Adobe After Effects Pro 2020*. Obtenido de <https://www.lemoxapt.xyz/2020/05/mediafire-adobe-after-effects-pro-2020.html>
- Ley Orgánica de Comunicación*. (2019). Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>

- Ley Orgánica de Comunicación*. (2019). Ecuador. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- Litotec, Industria Gráfica*. (2018). Obtenido de <https://www.litotec.com/cartulina-duplex-5-ventajas-en-el-packaging-de-producto/>
- Molina, M. (2009). *Introducción a After Effects*. Obtenido de http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/9049/1/Introduccion_a_After_Effects.pdf
- MULFORD, M. V. (2019). Modelo para el montaje de una tienda virtual. *Revista Espacios*, 12. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/a19v40n07p22.pdf>
- Pendino, S. (2021). *Diccionario de Marketing Digital. Qué significa Tienda Online*. Obtenido de <https://sebastianpendino.com/que-significa/tienda-virtual-o-tienda-online/>

Anexos

Carta de Autorización para el desarrollo de tema de tesina.

Guayaquil 08 /Abril / 2021

Srta.

Juleidy Nicole Clavijo Palma

Propietaria –Tienda Online

Deseos.ec

Yo, **Lesley Michelle Balón González** con número C.I: **0928027952** estudiante de la carrera de **Diseño Gráfico Multimedia** en el **Instituto Universitario Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y Comercial**, solicito a usted que se me conceda la autorización en el desarrollo de mi tema de tesina “**Diseño De Packaging Para La Empresa Online Deseos.ec Ubicada En La Ciudad De Guayaquil-Ecuador.**”, previo a la obtención del título de **Tecnóloga Superior en Diseño Gráfico Multimedia.**

Por la atención a la presente quedo a usted muy agradecida.

Atentamente,



Srta. Lesley Michelle Balón González

Estudiante de la carrera de Diseño Gráfico Multimedia

Instituto Universitario Tecnológico de Formación Profesional



Srta. Juleidy Nicole Clavijo Palma

Propietaria –Tienda Online Deseos.ec

Ilustración 1: Carta de Autorización, Fuente: Lesley Balón, 2021.

Encuesta

La siguiente Encuesta nos ayudara a determinar el "Diseño de Packaging para la empresa online Deseos .ec ubicada en la ciudad de Guayaquil-Ecuador."

Correo ^{*}

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

1. ¿Le gustaria recibir sus productos en un empaque personalizado con detalles de la empresa?

SI

NO

Ilustración 2: Formulario de Encuesta, Fuente: Lesley Balón, 2021.

5. ¿Considera usted que el cambio de packaging en varias ocasiones ayuda al reconocimiento del servicio que brinda la empresa Deseos.ec?

SI

NO

6. ¿Considera usted que el packaging es un elemento fundamental dentro de las empresas que se manejan via online?

SI

NO

7. ¿Le gustaria recibir el producto en bolsa de papel biodegradable o en caja?

Bolsa biodegradable

Caja

Ilustración 3: Formulario de Encuesta, Fuente: Lesley Balón, 2021

2. ¿Le gustaría que el empaque sea elaborado de un material sostenible?

SI

NO

3. ¿Considera usted que el empaque es fundamental para la venta de un producto?

SI

NO

4. ¿Usted considera que el empaque transmite calidad de los productos que ofrece la empresa?

SI

NO

Ilustración 4: Formulario de Encuesta, Fuente: Lesley Balón, 2021.

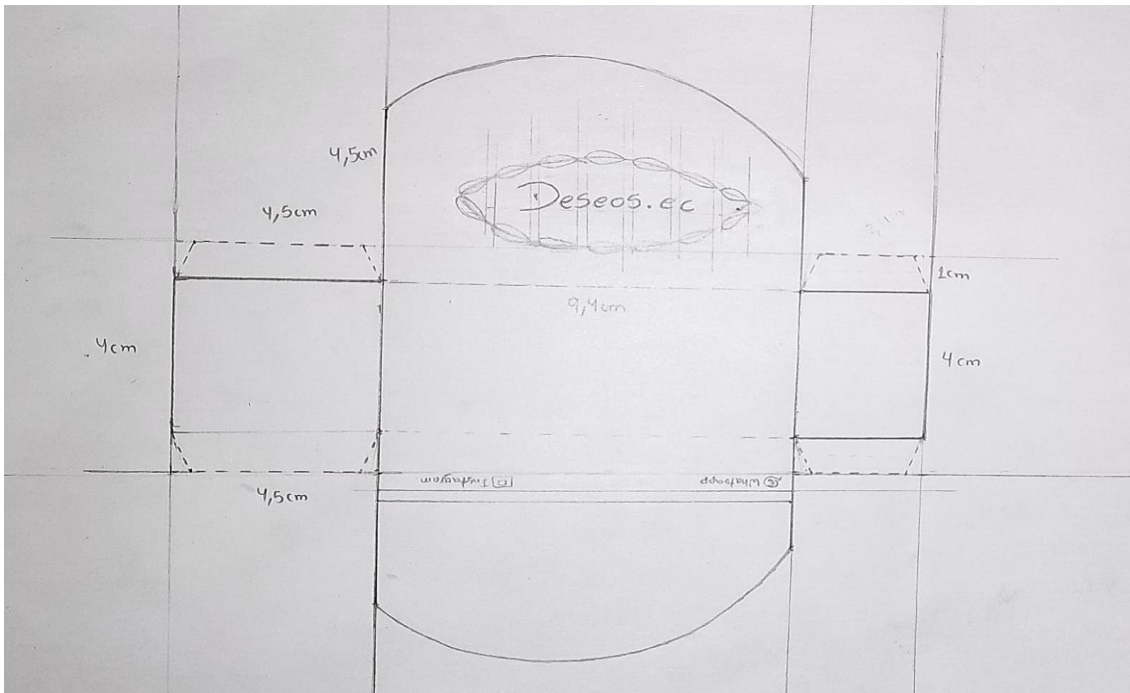


Ilustración 5: Boceto para cremas en sobre, Fuente: Lesley Balón, 2021.

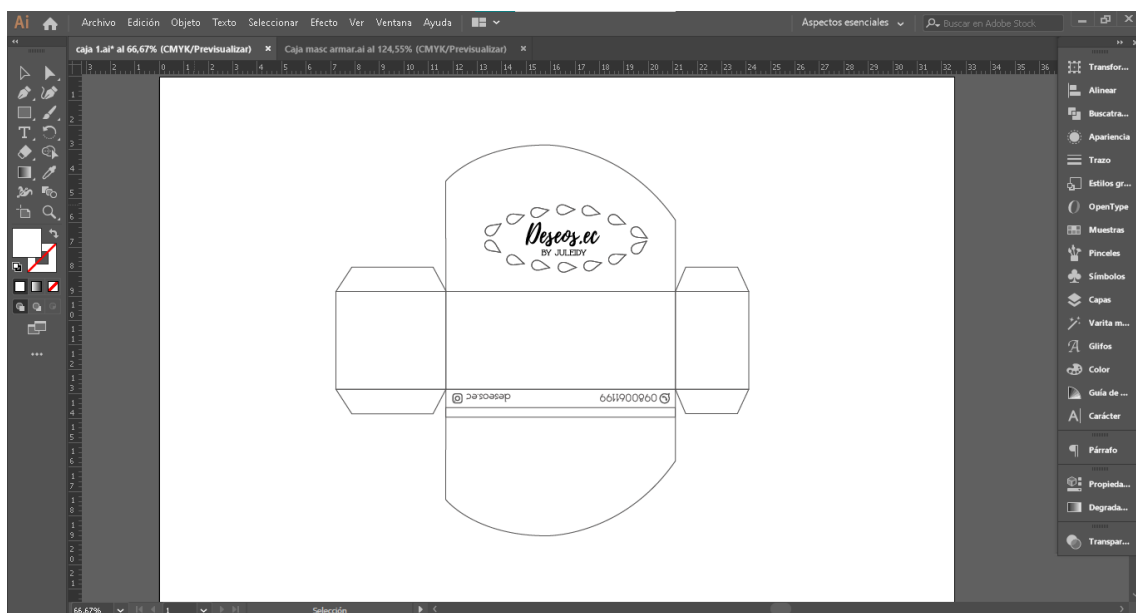


Ilustración 6: Troquel caja para cremas, Fuente: Lesley Balón, 2021.

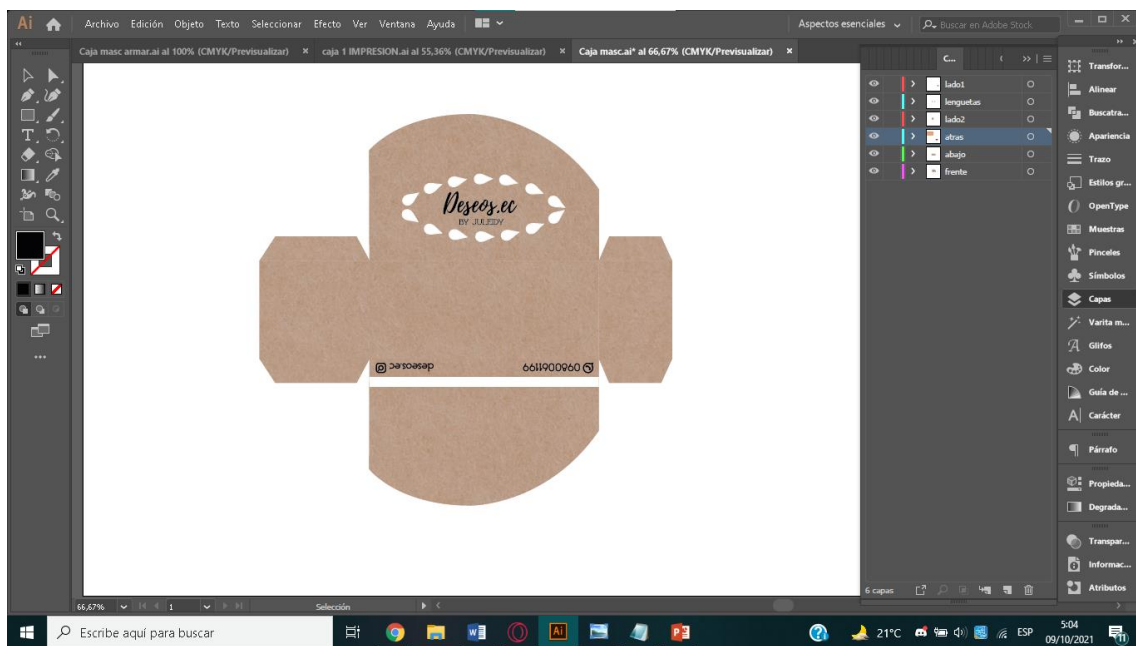


Ilustración 7: Aplicación de color en troquel Numero 1, Fuente: Lesley Balón, 2021.

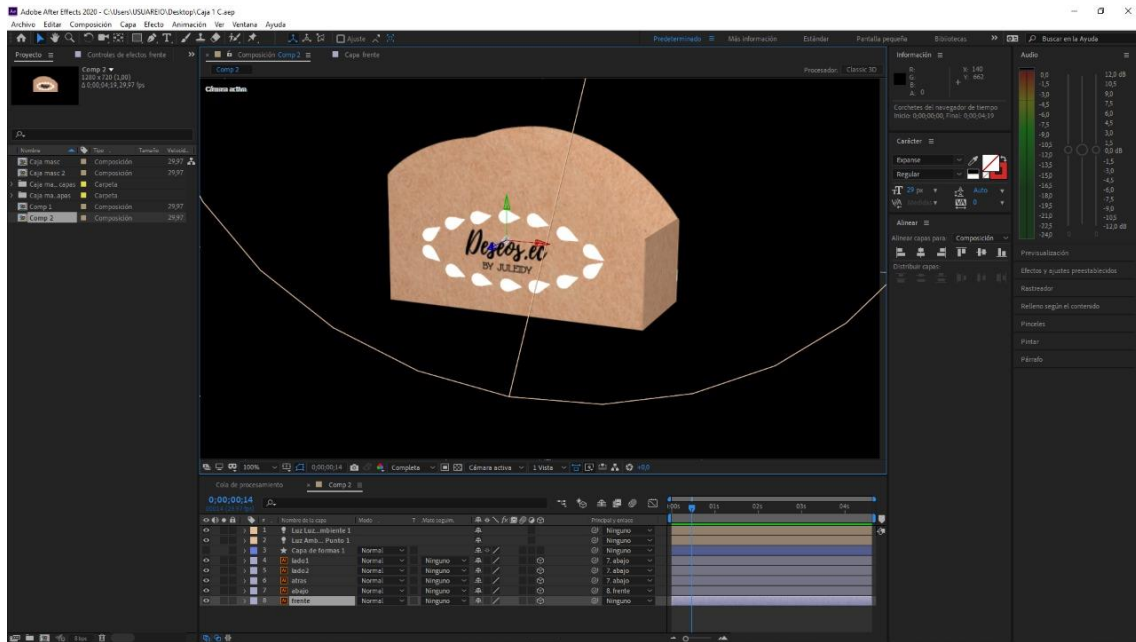


Ilustración 8: Aplicación de 3D en cajas para cremas de la tienda online Deseos.ec, Fuente: Lesley Balón, 2021.

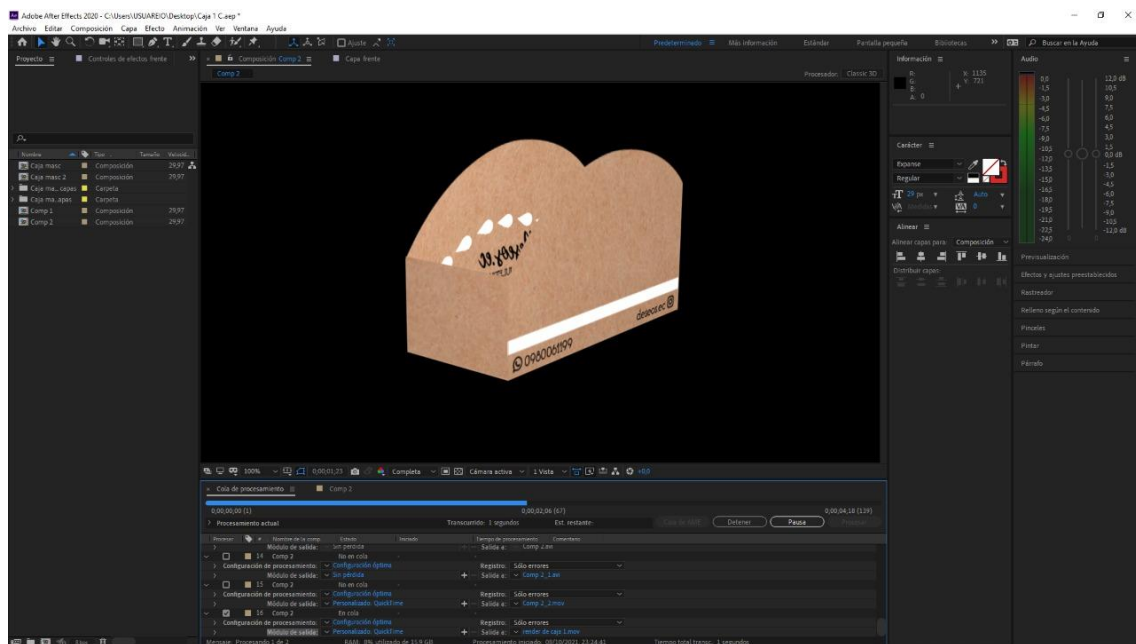


Ilustración 9: Exportación de presentación en 3D de caja para cremas, Fuente: Lesley Balón, 2021.

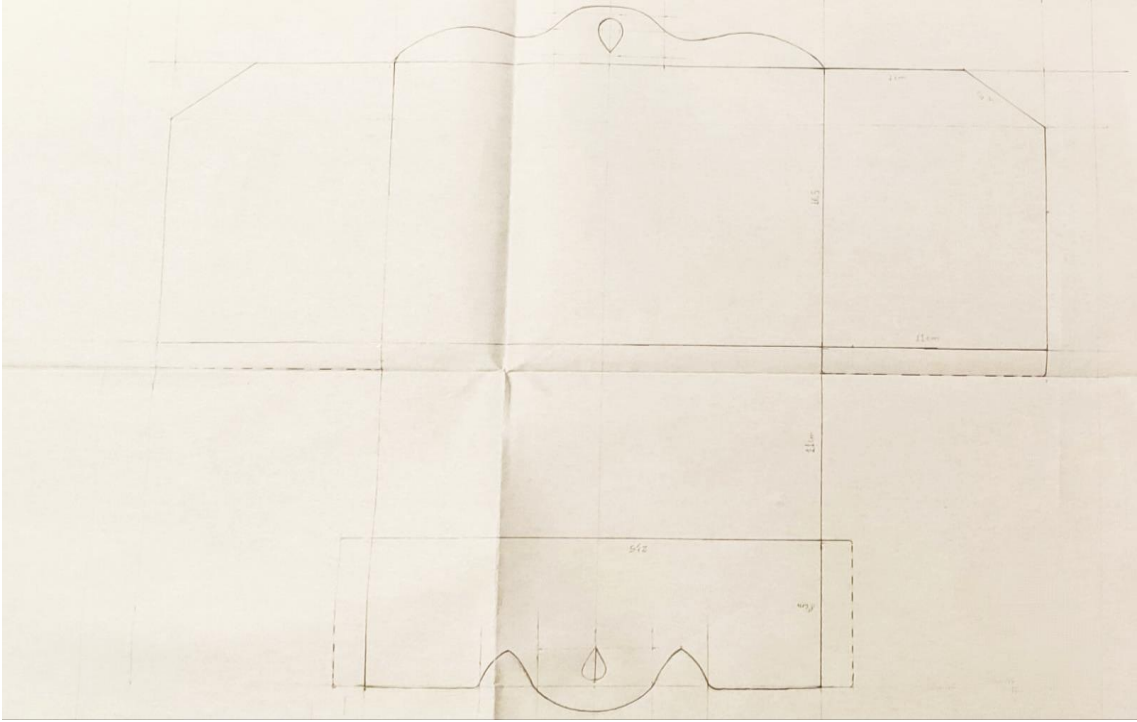


Ilustración 10: Boceto caja N° 2 Parte de atrás, Fuente: Lesley Balón, 2021.



Ilustración 11: Boceto caja N°2 Parte de enfrente, Fuente: Lesley Balón, 2021.

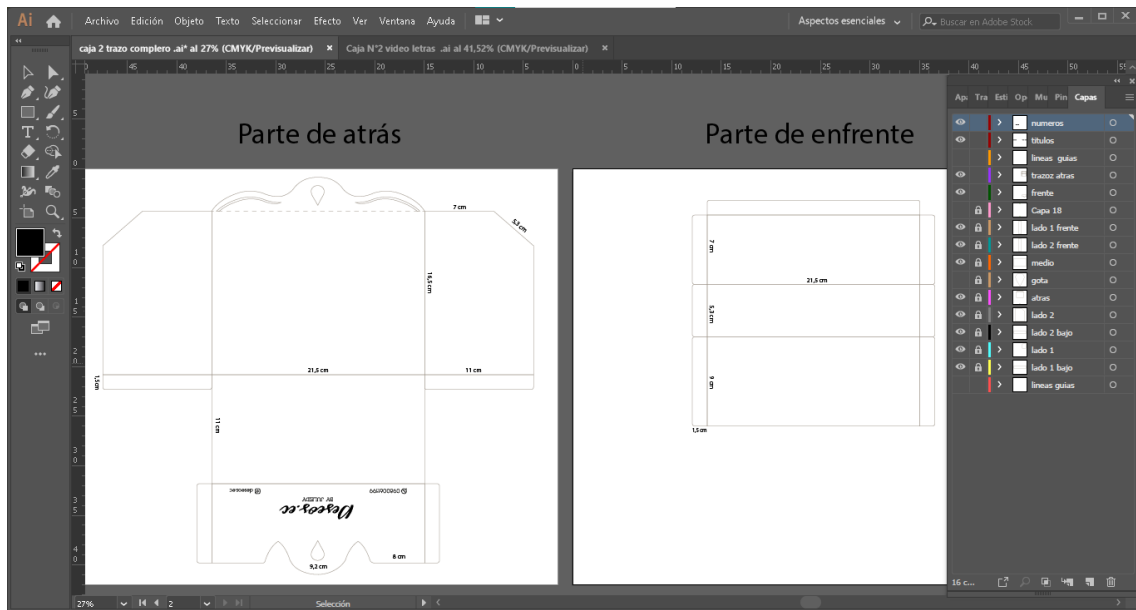


Ilustración 12: Troquel Caja Numero 2, Fuente: Lesley Balón,2021.

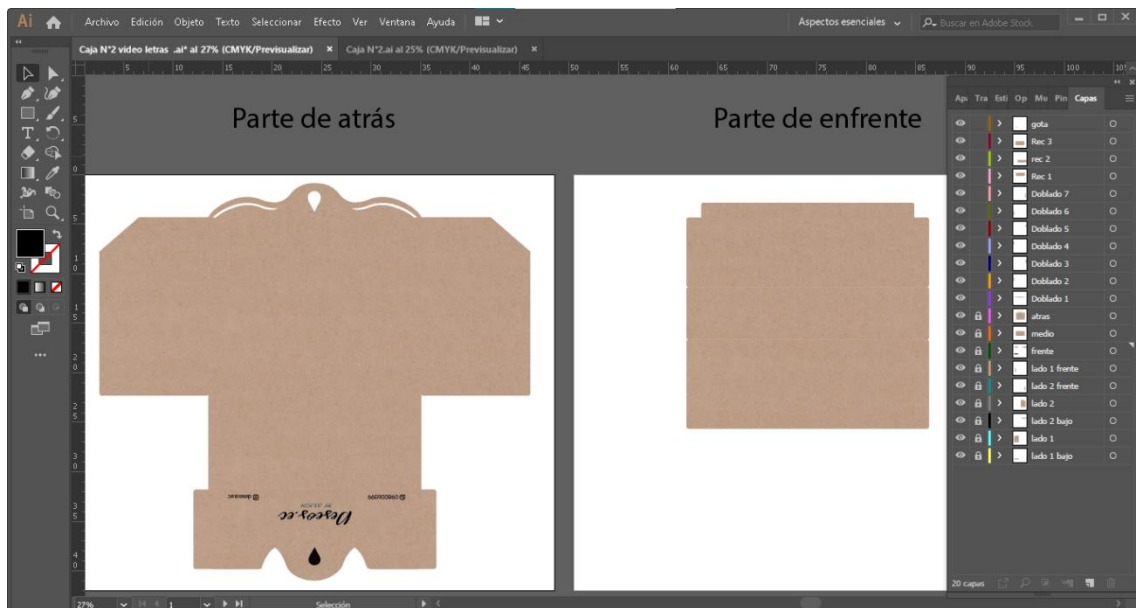


Ilustración 13: Aplicación de color a caja Numero 2, Fuente: Lesley Balón, 2021.

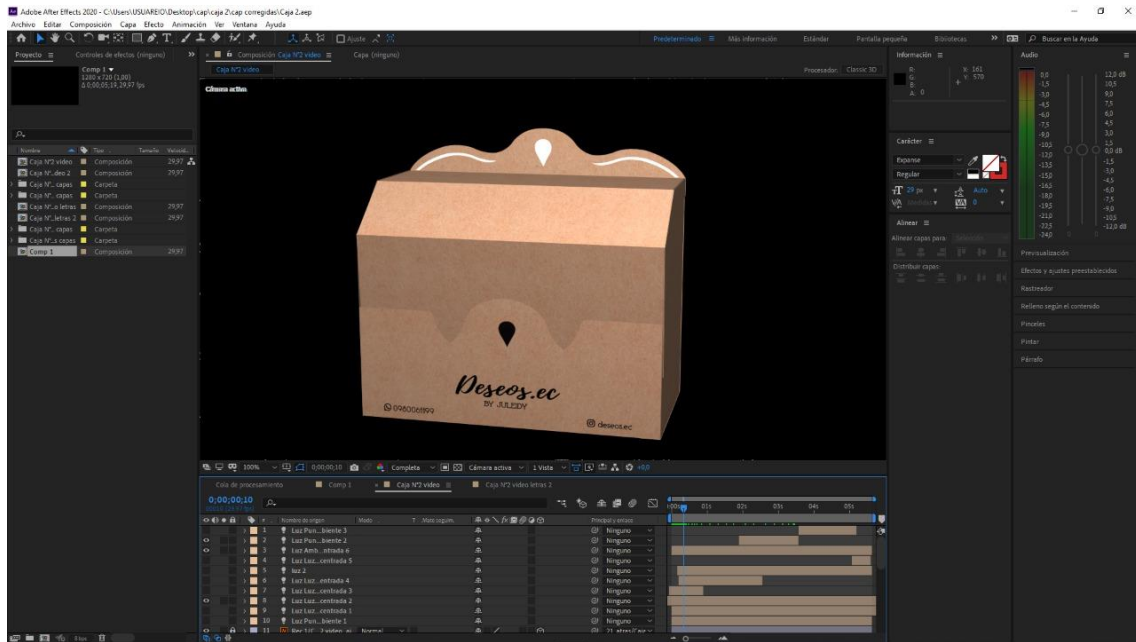


Ilustración 14: Aplicación de 3D en caja para combos, Fuente: Lesley Balón, 2021.

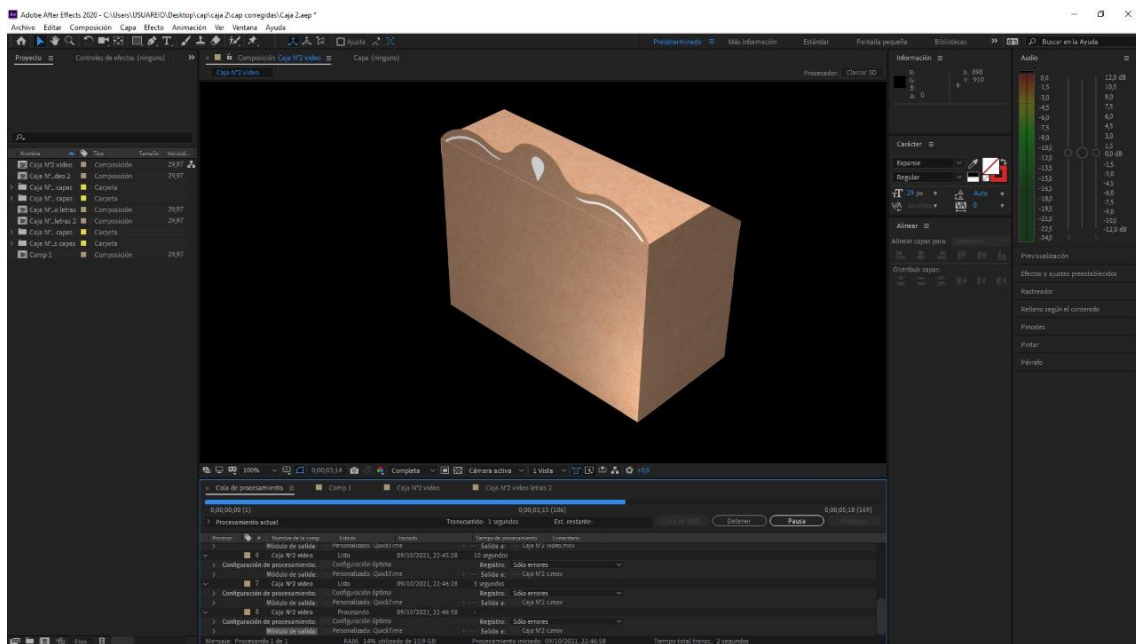


Ilustración 15: Exportación de presentación en 3D de caja para combos, Fuente: Lesley Balón, 2021.



Ilustración 16: Material Impreso y armado de empaque N°1, Fuente: Lesley Balón, 2021.



Ilustración 17: Material Impreso y armado de empaque N°2, Fuente: Lesley Balón, 2021.



Ilustración 18: Material Impreso y armado de empaque N°2, Fuente: Lesley Balón, 2021.