CARREA: ÁREA DE DISEÑO GRAFICO.

TÍTULO: PACKAGING COMO FACTOR DE CRECIMIENTO DE LAS PYMES DE LA CIUDAD DE ESMERALDAS 2023.

TRABAJO DE INTREGRACIÓN CURRICULAR.

AUTOR: JHORDAN FERNANDO ROBINZON RODRIGUEZ.

ASESOR/A: LADYS VÁSQUEZ

ESMERALDAS, NOVIEMBRE 2024

Índice

Introducción 5

Definición del problema 7

Justificación 8

Objetivos: 9

Objetivo general: 9

Objetivos específicos: 9

1.1 Bases Teóricas – Científicas 10

1.1.1 Definición del Packaging 10

1.1.2 Tipos de packaging y su funcionamiento 11

1.1.3 Tendencias del Packaging 12

1. Simplicidad y minimalismo. 12

2. Diseños vintage o retro. 12

3. Uso de materiales sostenibles. 12

4. Colores vivos y llamativos. 12

5. Diseños con storytelling. 13

6. Ilustraciones artesanales. 13

7. Tipografía como protagonista. 13

8. Envases multifuncionales. 13

1.1.4 El packaging y la Percepción del Consumido 15

1.1.5 : Diseño Innovador y Experiencia del Consumidor 16

1.1.6 Materiales Sostenibles y Eco-Conciencia 17

1.3.1 Packaging y Posicionamiento de Marca: 19

Personalización y Exclusividad: 19

1.3.2 Innovación Tecnológica en Packaging 20

Contexto de las PYMES en la Ciudad de Esmeraldas 21

Características de las PYMES en Esmeraldas 21

Impacto en la Sostenibilidad y Responsabilidad: 21

Normativas aplicables para packaging 21

1.1 Antecedentes 23

CAPITULO II. Propuesta 25

2. Análisis y especificaciones del prototipo 25

2.1 Necesidades de packaging de las PYMES de cocadas 25

Análisis de Mercado 25

2.2 Resultados de la encuesta 25

2.3 Canales de Distribución emprendimientos de cocadas: 26

2.4 Análisis de Competencia 28

Productos Similares: 28

2.5 Contexto del Producto y el Mercado 28

2.6 Diseño conceptual 29

2.7 Diseño detallado 32

2.8 Construcción del prototipo 34

2.9 Pruebas y ajuste 36

2.10 Producto y lanzamiento 37

CAPITULO III. Conclusiones y recomendaciones 38

3.1 Conclusiones 38

3.2 Recomendaciones ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Introducción

El packaging ha evolucionado de ser un simple contenedor de productos a convertirse en una herramienta estratégica para la diferenciación y el crecimiento empresarial. En el contexto de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), su impacto es significativo, ya que influye en la percepción del consumidor, en la decisión de compra y en la fidelización de clientes. Este capítulo abordará los conceptos clave del packaging, su relevancia en el desarrollo de las PYMEs y su aplicación en el contexto de la ciudad de Esmeraldas. (Lenis, 2022)

Las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) son negocios que se caracterizan por tener un tamaño reducido en comparación con las grandes corporaciones. Las PYMES son un motor de la economía global, ya que impulsan la innovación, generan empleo y contribuyen al desarrollo local. (Morales, 2024)

El packaging innovador es un envase que se fabrica con nuevos materiales, diseños creativos o procesos de producción que mejoren su funcionalidad. El packaging es el primer acercamiento de los clientes con el producto y es una estrategia de marketing. La función de un objeto es su utilidad práctica, es decir, la finalidad principal para la cual fue concebido. Esta debe reflejarse en una forma adecuada que potencie su desempeño, ya que un diseño bien ejecutado no solo garantiza un funcionamiento eficiente, sino que también lo hace rentable y beneficioso. (Lenis, 2022)

La funcionalidad de los materiales hace referencia a su capacidad para desempeñar una tarea específica en respuesta a estímulos. Existen materiales con propiedades electrónicas, magnéticas, ópticas o piezoeléctricas, los cuales desempeñan un papel crucial en distintos sectores industriales. (SHIFTA, 2024)

La cocada es un dulce tradicional de Esmeraldas, Ecuador, que destaca por su sabor distintivo y su elaboración artesanal. Su origen se encuentra en la combinación de coco rallado con miel de panela, ingredientes representativos de la región. Su preparación, realizada en pailas de bronce sobre fuego de leña, le otorga una textura y aroma inconfundibles, convirtiéndola en un símbolo de la gastronomía esmeraldeña. (Correo, 2017)

La identidad local abarca el conjunto de rasgos culturales que caracterizan a una comunidad o región, incluyendo su idioma, costumbres y prácticas sociales. Estos elementos influyen en la percepción que tienen los individuos sobre sí mismos y en su sentido de pertenencia y cohesión dentro de la sociedad. (Manzano, 2018)

El atractivo visual hace referencia a la capacidad estética de un diseño para captar la atención y generar impacto, especialmente en el ámbito del marketing digital. Este aspecto desempeña un papel esencial en la percepción y emociones del público, logrando una mayor conexión con la marca o el mensaje transmitido. Se consigue mediante la combinación armónica de colores, tipografías, imágenes y composición visual. (Cedeño, 2012)

La viabilidad económica de un proyecto se evalúa en función de su capacidad para generar beneficios y alcanzar una rentabilidad adecuada, considerando costos y riesgos involucrados. (Pérez, 2021)

La ergonomía es la disciplina que estudia la interacción entre el ser humano y su entorno laboral, con el propósito de diseñar herramientas y espacios que optimicen la comodidad, seguridad y eficiencia. Su aplicación busca mejorar la experiencia del usuario al adecuar los objetos y ambientes a las capacidades humanas. (UNIR La universida den Internet , 2024)

La provincia de Esmeraldas, situada en la costa ecuatoriana, se distingue por su riqueza cultural, influenciada en gran medida por sus raíces afrodescendientes. Esta herencia se manifiesta en su música, danza, gastronomía y tradiciones, reflejando la historia y el vínculo de sus comunidades con el entorno natural. Ritmos como la marimba, reconocidos como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, junto con festividades y expresiones artísticas, mantienen viva la identidad de la región. (PARLAMID ANDINO, 2022)

En este contexto, la cocada se consolida como un dulce emblemático de Esmeraldas, no solo por su sabor, sino también por su valor cultural. Su elaboración, basada en ingredientes locales como el coco y la miel de panela, representa la creatividad culinaria de la zona y el aprovechamiento de sus recursos naturales.

Más allá de su importancia gastronómica, la cocada es un símbolo de identidad y sostenibilidad. Su producción tradicional en pailas de bronce sobre fuego de leña refuerza los lazos

comunitarios, permite la transmisión de conocimientos entre generaciones y fomenta el turismo cultural en la región.

Definición del problema

El Packaging, o empaquetado, es un elemento crucial en el ámbito empresarial que ha adquirido una gran relevancia en los últimos años. Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) han comprendido su potencial como factor clave para el crecimiento y la diferenciación en el mercado (Esteban, 2023) . En este sentido, el diseño y la presentación de los productos a través del Packaging se han convertido en una herramienta estratégica para alcanzar el éxito comercial.

Más allá de su función principal de protección, el packaging ofrece beneficios tangibles para las PYMES. Una de sus mayores ventajas es el refuerzo de la identidad de marca, ya que permite comunicar los valores, la personalidad y la historia de la empresa, estableciendo una conexión emocional con los consumidores. Además, un diseño atractivo y diferenciado puede captar la atención en los puntos de venta, generando interés en el producto y aumentando las probabilidades de elección frente a la competencia. (Esteban, 2023).

Desde el punto de vista práctico, un embalaje adecuado no solo resguarda los productos durante el transporte y almacenamiento, sino que también garantiza que lleguen en óptimas condiciones a los clientes. Esto, a su vez, contribuye a la satisfacción del consumidor y fomenta la fidelización. (Esteban, 2023)

En el contexto actual, el packaging no solo es un medio de protección, sino una estrategia clave para el posicionamiento y crecimiento de las PYMES. Su impacto en la percepción de los consumidores y en la competitividad dentro de mercados saturados es innegable. A través de un diseño innovador y mensajes claros, las empresas pueden diferenciarse y atraer la atención del público de manera efectiva.

Asimismo, el empaquetado actúa como un canal de comunicación directa con los clientes. Mediante el uso de colores, imágenes y mensajes específicos, transmite información relevante sobre el producto, sus características y beneficios, facilitando la toma de decisiones. (Esteban, 2023)

Otro aspecto clave en el desarrollo de un packaging eficiente es la elección de materiales. Las PYMES deben considerar factores como la funcionalidad, los costos y la sostenibilidad, ya que estos elementos no solo afectan la operatividad del negocio, sino también la percepción que los consumidores tienen de la marca.

En este sentido, la adopción de empaques sostenibles cobra cada vez mayor importancia en un mercado donde la responsabilidad ambiental es altamente valorada. Al utilizar materiales ecológicos, las empresas pueden fortalecer su imagen y generar confianza en un público que prioriza el compromiso con el medio ambiente. Esta estrategia no solo mejora la reputación empresarial, sino que también contribuye a la fidelización de clientes alineados con estos valores.

Justificación

El presente trabajo tiene como objetivo investigar y comprender el papel del packaging como factor de crecimiento para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Esmeraldas. Esta justificación se basa en la importancia estratégica del packaging en el contexto empresarial actual y la necesidad de abordar las necesidades específicas de las PYMES en la provincia de Esmeraldas.

El packaging desempeña un papel fundamental en el éxito y el crecimiento de las empresas, ya que influye en la percepción del cliente, la diferenciación de productos y la generación de una experiencia positiva de compra. Sin embargo, existe una falta de investigación y conocimiento específico sobre el impacto del packaging en las PYMES de Esmeraldas. Esta tesis busca llenar este vacío y proporcionar una base sólida de evidencia y conocimiento que permita a las PYMES entender y aprovechar el potencial del packaging como factor de crecimiento.

Esmeraldas cuenta con un gran número de PYMES que desempeñan un papel crucial en la economía local. Sin embargo, estas empresas a menudo se enfrentan a desafíos relacionados con la competencia en el mercado. El diseño de packaging adecuado puede ayudar a las PYMES a destacarse de la competencia, captar la atención de los consumidores y generar un mayor interés en sus productos. Mediante el estudio del papel del packaging, esta tesis busca identificar las mejores prácticas y estrategias que permitan a las PYMES de Esmeraldas mejorar su competitividad.

Esmeraldas es una provincia con una rica diversidad cultural y natural. Muchos productos locales, como artesanías, alimentos y productos derivados de recursos naturales pueden beneficiarse de un packaging atractivo y adecuado que promueva su valor cultural y atraiga a los consumidores. Esta tesis se propone analizar cómo el packaging puede contribuir a la promoción y la comercialización de los productos locales de Esmeraldas, lo que a su vez puede impulsar el turismo y fortalecer la identidad cultural de la región.

En un contexto global donde la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental son cada vez más valoradas, es importante que las PYMES adopten prácticas de packaging sostenibles. Esta tesis también abordará la importancia de la adopción de prácticas eco amigables por parte de las PYMES de Esmeraldas, teniendo en cuenta el impacto ambiental del packaging y cómo puede influir en la percepción de los consumidores. Se proporcionarán recomendaciones y estrategias prácticas para fomentar un packaging sostenible en las PYMES locales.

Esta tesis justifica su relevancia en base a la necesidad de investigar y comprender el papel del packaging como factor de crecimiento para las PYMES de Esmeraldas. Al abordar esta temática, se busca contribuir al crecimiento empresarial, mejorar la competitividad, promover los productos locales y la identidad cultural, así como fomentar la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental en las PYMES de la provincia.

Objetivos:

Objetivo general:

Desarrollar un packaging innovador y funcional que impulse el crecimiento de las PYMES dedicadas a la producción de cocadas en la ciudad de Esmeraldas.

Objetivos específicos:

- Identificar las necesidades de packaging de las PYMES de cocadas y las preferencias de los consumidores.
- Diseñar varias propuestas de packaging basadas en los resultados de la identificación de las necesidades de las PYMES de cocadas.

- Seleccionar una propuesta de packaging y aplicar materiales accesibles y sostenibles, garantizando su funcionalidad para el cliente.

CAPITULO I. Marco Teórico:

1.1 Bases Teóricas – Científicas

1.1.1 Definición del Packaging

El packaging, también conocido como envase o embalaje, se define como el conjunto de materiales y elementos utilizados para contener, proteger, transportar y presentar un producto. (Palacios, 2021-2022) Su función no solo es logística, sino también comunicacional y de marketing, ya que representa la identidad de la marca y transmite información relevante al consumidor.

El termino ingles packaging, que se utiliza cada vez con más frecuencia en el castellano, es un genérico que engloba simultáneamente lo que en su traducción correspondería al sentido de los términos "envase" y "embalaje". Tanto el envase como el embalaje son contenedores de un producto, pero sus funciones son distintas: se entiende que el primero es un contenedor "comercial" y que el segundo cumple la funciones únicamente de almacenamiento y transporte (Stewart, 2008).

El packaging siempre ha sido de gran importancia en la fabricación de los productos, ya que logra ser un componente que distingue, promociona y busca dar identidad a una marca. El término es definido como “toda clase de envase o recipiente que contiene un producto y comunica las características a través de su diseño” (Desing, 2011). Buscando almacenar, proteger y conservar el producto. Los packaging se pueden clasificar de acuerdo con diversas categorías, de acuerdo con sus materiales, a sus formas y principalmente a su relación que tiene con el producto, en donde para esta investigación se hará referencia a esta última clasificación (Desing, 2011).

El término "packaging", de origen anglosajón, es esencialmente equivalente al concepto de "envase". Sin embargo, en nuestro enfoque, utilizamos "packaging" cuando dotamos al término "envase" de características comunicativas, es decir, cuando se le atribuye un valor más emocional además de su función racional. El envase es principalmente funcional, mientras que el packaging

tiene un componente comunicativo. El envase es tangible, el packaging intangible (Palacios, 2021-2022).

1.1.2 Tipos de packaging y su funcionamiento

En el entorno empresarial actual, donde la eficiencia logística y la satisfacción del cliente son clave para el éxito, la elección del envase y embalaje adecuados cobra una importancia fundamental. Un diseño eficiente no solo contribuye a la reducción de costos de transporte y almacenamiento, sino que también minimiza los daños en los productos, optimiza las operaciones y mejora la experiencia del cliente (Graun, 2024)

En el campo de la logística y el aprovisionamiento, el embalaje desempeña un rol crucial en la protección y distribución de los productos. Hay distintos tipos de envases, cada uno con características y usos específicos, que se pueden clasificar en tres categorías principales: envases primarios, secundarios y terciarios.

Los envases primarios están en contacto directo con el producto y tienen como función principal preservar su integridad y facilitar su uso por parte del consumidor. Dado que representan la primera interacción con el cliente, su diseño suele priorizar tanto la estética como la funcionalidad. (Graun, 2024)

Los envases secundarios añaden una capa adicional de protección y suelen agrupar varios envases primarios. Su propósito es facilitar el manejo, transporte y almacenamiento, además de proporcionar información relevante al consumidor. (Graun, 2024)

Los envases terciarios, o embalajes de transporte, están diseñados para el almacenamiento y traslado de productos a gran escala. Su objetivo es garantizar la seguridad de los productos durante su distribución, optimizar el espacio y facilitar la manipulación de grandes volúmenes. (Graun, 2024)

Según (Code, 2024), el packaging cumple con cinco funciones esenciales:

1. Protección: Resguarda el producto de daños físicos, ambientales y químicos.
2. Conservación: Preserva la calidad y vida útil del producto.

3. Transporte y almacenamiento: Facilita su distribución y manipulación.
4. Identificación y comunicación: Permite reconocer la marca y brinda información clave al consumidor.
5. Atracción y marketing: Diferencia el producto en el punto de venta y genera impacto visual.

1.1.3 Tendencias del Packaging

1. Simplicidad y minimalismo.

Esta técnica, influenciada por movimientos como el modernismo, apuesta por eliminar elementos superfluos en los diseños. Colores neutros, tipografías limpias y espacios en blanco son utilizados para comunicar claridad y sofisticación, logrando que el producto destaque por su esencia.

2. Diseños vintage o retro.

Inspirados en el arte y la estética de décadas pasadas, los diseños vintage evocan nostalgia y conectan emocionalmente con los consumidores. Esta tendencia se asocia con autenticidad y tradición, siendo ideal para productos que buscan transmitir herencias culturales o historias de origen.

3. Uso de materiales sostenibles.

En el contexto actual, los envases sostenibles no solo son una tendencia, sino un reflejo de la creciente conciencia ambiental. El diseño con materiales reciclables, biodegradables o reutilizables, combinado con estrategias visuales modernas, refleja un compromiso ético y social alineado con los valores de los consumidores.

4. Colores vivos y llamativos.

El uso de tonos brillantes y contrastantes encuentra su inspiración en movimientos como el pop art, destacando el producto en estanterías competitivas. Esta técnica comunica energía, dinamismo y modernidad, captando la atención de los consumidores de manera inmediata.

5. **Diseños con storytelling.**

Más allá de lo visual, los envases que narran historias a través de ilustraciones o texto crean conexiones emocionales profundas. Influenciados por tendencias artísticas y sociales, estos diseños colocan al producto en un contexto significativo, destacando valores como tradición, origen o innovación.

6. **Ilustraciones artesanales.**

Las ilustraciones hechas a mano evocan autenticidad y personalidad, combinando técnicas artísticas tradicionales con las necesidades contemporáneas. Este enfoque transmite cercanía y refleja un carácter único, alejándose de los diseños masificados.

7. **Tipografía como protagonista.**

Movimientos como el constructivismo influyen en esta técnica, donde las letras se convierten en el foco central del diseño. La tipografía creativa y audaz no solo comunica el mensaje, sino que también actúa como un elemento gráfico clave que da identidad al producto.

8. **Envases multifuncionales.**

Con una fuerte carga ideológica actual, esta tendencia combina diseño y funcionalidad. Envases que pueden ser reutilizados, transformados o cumplir un propósito adicional reflejan innovación y sostenibilidad, alineándose con la demanda de productos responsables y con valor agregado.

Estas tendencias y técnicas no solo representan las demandas del mercado actual, sino que también reflejan la evolución de los valores sociales, la relación entre el arte y el diseño, y la ideología que se manifiesta a través de la funcionalidad, estética y sostenibilidad de los productos.

Existen tres tipos principales de packaging. El packaging primario es el envase en contacto directo con el producto, mientras que el secundario agrupa al primario junto con otros productos similares. Por último, el packaging terciario se emplea para el transporte y distribución a gran escala. Además de estas categorías principales, existen otras variantes diseñadas para contener grandes volúmenes de productos destinados a la distribución masiva.

Esta clasificación se basa en el nivel de contención y el grado de contacto con el producto. Cada envase cumple funciones específicas, permitiendo que el consumidor acceda a información relevante sobre el producto en un solo recipiente.

Desde una perspectiva estructural, el packaging desempeña funciones esenciales como la contención, medición, dosificación y protección del producto. Estas características aseguran la preservación tanto física como química del contenido, garantizando su conservación a lo largo del tiempo.

Las utilidades del packaging pueden dividirse en dos grandes categorías:

Identificación

Incluye los elementos que permiten reconocer al fabricante a través de la marca, logotipo, símbolos u otros distintivos. También proporciona información clave del producto, como descripción, cantidad, detalles de presentación y, en algunos casos, datos nutricionales. Asimismo, especifica el tipo de material utilizado en el envase. (Palacios, 2022)

Promoción

Se centra en el diseño atractivo del envase para captar la atención del consumidor, generar interés en el producto y persuadir hacia la compra.

Cuidado del consumidor y el entorno

Este aspecto se cumple mediante la inclusión de información legal, como datos sobre el valor nutricional, la lista de ingredientes y el volumen neto. También incluye instrucciones para el uso, consumo y eliminación del producto, junto con consejos para su conservación. Además, se incorporan advertencias precautorias y datos veraces (Palacios, 2022).

En cuanto a las funciones del embalaje, su principal objetivo es agrupar varios productos mientras protege el contenido contra golpes, presiones, vibraciones y factores climáticos como la humedad, la temperatura o el polvo. El embalaje también sirve como barrera contra plagas, como insectos y roedores, así como para prevenir posibles hurtos (Palacios, 2022)

1.1.4 El packaging y la Percepción del Consumido

El diseño del packaging influye directamente en la percepción del valor del producto y en la decisión de compra del consumidor (Code, 2024). Elementos como el color, la tipografía, la forma y los materiales utilizados pueden generar confianza y preferencia en el mercado.

Los elementos visuales del packaging desempeñan un papel crucial en la percepción y decisión de compra de los consumidores. A continuación, se detallan los componentes clave respaldados por investigaciones recientes:

Color: El color desempeña un papel esencial en el diseño de envases, ya que no solo define la identidad visual del producto, sino que también influye en las emociones y decisiones de compra del consumidor. Diversos estudios han demostrado que los colores pueden evocar respuestas emocionales específicas, generando asociaciones que afectan la percepción del producto y su atractivo en el punto de venta (Palacios, 2021-2022).

Por ejemplo, los tonos cálidos como el rojo y el naranja suelen transmitir energía, pasión y apetito, lo que los hace ideales para productos alimenticios, mientras que los colores fríos como el azul y el verde evocan frescura, naturalidad y tranquilidad, siendo frecuentemente utilizados en productos ecológicos o saludables. Asimismo, el uso del color en el empaque puede comunicar valores de la marca, diferenciar el producto de la competencia y reforzar su posicionamiento en el mercado.

En el caso de los envases para cocadas, la selección cromática será clave para resaltar la esencia artesanal y natural del producto. Optar por colores tierra o tonos neutros puede reforzar la idea de un producto hecho con ingredientes naturales y en armonía con el medio ambiente, mientras que detalles en colores vibrantes pueden aportar un toque de modernidad y dinamismo sin perder la autenticidad.

Tipografía: La elección de la tipografía en el diseño de packaging es un elemento clave para transmitir la identidad de la marca y la esencia del producto. Más allá de su función estética, una tipografía bien seleccionada mejora la legibilidad y facilita la comunicación de la información esencial, como los ingredientes, instrucciones de uso o beneficios del producto. Además, influye

en la percepción de calidad y en la experiencia del consumidor, generando confianza y reforzando la personalidad de la marca (Palacios, 2021-2022)

Existen distintos tipos de tipografías que pueden transmitir sensaciones específicas. Las fuentes serif, con sus detalles clásicos y elegantes, suelen asociarse con tradición y sofisticación, mientras que las tipografías sans-serif, de líneas más limpias y modernas, reflejan simplicidad, innovación y accesibilidad. Por otro lado, el uso de tipografías manuscritas o con acabados irregulares puede reforzar un concepto artesanal, cercano y auténtico, lo que resulta ideal para productos hechos a mano o con ingredientes naturales.

En el caso del packaging para cocadas, la tipografía seleccionada debe equilibrar legibilidad y estilo, permitiendo que la información del producto sea clara y atractiva a la vez. Optar por una fuente con un aire artesanal y natural puede reforzar la identidad del producto, mientras que una jerarquización adecuada del texto garantizará que los detalles más importantes sean fáciles de leer a simple vista

Imágenes y Gráficos: Las imágenes atractivas y relevantes en el envase pueden captar la atención del consumidor y transmitir mensajes sobre el uso o los beneficios del producto. (Palacios, 2021-2022)

Forma y Tamaño: La estructura física del envase influye en la funcionalidad y la percepción del producto. Un diseño ergonómico y distintivo puede mejorar la experiencia del usuario y diferenciar el producto en el mercado. (Palacios, 2021-2022)

Materiales: La elección de materiales sostenibles y de alta calidad en el packaging puede influir en la percepción del producto y reflejar los valores de la marca. (Palacios, 2021-2022)

1.1.5 : Diseño Innovador y Experiencia del Consumidor

El diseño del packaging se considera una faceta crucial que trasciende la estética visual. Un diseño innovador tiene el potencial de influir significativamente en la decisión de compra del consumidor. Los elementos visuales, la disposición y la usabilidad desempeñan un papel importante en la experiencia del consumidor, afectando su percepción de la marca y su conexión emocional con el producto. Un diseño cuidadosamente elaborado no solo capta la atención, sino

que también comunica de manera efectiva la propuesta de valor del producto. (Livapak Deluxe, 2024)

1.1.6 Materiales Sostenibles y Eco-Conciencia

Elección de materiales es una consideración esencial en el diseño de packaging moderno, ya que influye directamente en la funcionalidad, estética y sostenibilidad de los productos. Con el paso del tiempo, los avances tecnológicos y las preocupaciones medioambientales han llevado a la industria del packaging a explorar nuevas alternativas que busquen reducir el impacto ecológico. En este contexto, los materiales sostenibles, como bioplásticos, papel reciclado y materiales compostables, están jugando un papel cada vez más importante al redefinir las estrategias de embalaje.

Los bioplásticos son derivados de fuentes renovables como almidón de maíz o caña de azúcar, y tienen la ventaja de ser biodegradables en condiciones adecuadas. Este tipo de material está ganando terreno frente al plástico convencional, que tarda siglos en descomponerse y representa un desafío para el medio ambiente. Además, los papeles reciclados y materiales compostables están siendo cada vez más utilizados, pues permiten la reutilización de recursos y, en muchos casos, su degradación natural sin dejar residuos contaminantes. (Livapak Deluxe, 2024)

La adopción de estos materiales sostenibles no solo responde a una necesidad de cuidar el medio ambiente, sino que también está alineada con la creciente demanda de los consumidores por productos más responsables con el entorno. Cada vez más, los consumidores buscan marcas que demuestren un compromiso real con la sostenibilidad, lo que a su vez influye en la percepción de la marca y su conexión con el público. Las empresas que adoptan materiales eco-amigables no solo mejoran su imagen corporativa, sino que también se posicionan como líderes en un mercado que valora la responsabilidad social. (Livapak, 2024)

El papel reciclado es una alternativa destacada dentro del diseño de packaging ecológico. Este material tiene la ventaja de ser fácil de obtener, y su proceso de producción requiere menos energía y agua en comparación con el papel virgen. Además, el reciclaje de papel ayuda a reducir la deforestación, promoviendo el uso de recursos que ya están disponibles en lugar de extraer nuevos recursos naturales. El papel kraft, que proviene de pulpa no blanqueada, es otra opción que,

además de ser ecológico, ofrece una apariencia rústica y natural que se ha vuelto popular en el packaging de productos artesanales y ecológicos. (Paper Wise, 2021)

Los materiales compostables son aquellos que, al entrar en contacto con el medio ambiente, se descomponen completamente en un corto periodo de tiempo sin dejar residuos contaminantes. En lugar de permanecer en vertederos durante siglos, estos materiales se transforman en nutrientes para el suelo, contribuyendo a la regeneración ecológica. Algunos ejemplos incluyen ciertos plásticos hechos a base de almidón, materiales de celulosa, y cartones de base biológica. Los productos que usan empaques compostables representan una opción sostenible, especialmente en sectores como la comida rápida o los productos de un solo uso. (Code, 2024)

Existen alternativas cada vez más innovadoras hechas a partir de materiales de origen natural. El algodón reciclado, cáscaras de arroz, y fibra de coco son ejemplos de recursos naturales que se utilizan para crear empaques resistentes y ecológicos. Estos materiales, además de ser biodegradables, ofrecen una textura única que puede agregar valor estético al packaging, alineándose con la tendencia de utilizar lo natural como un mensaje visual en los productos.

Si bien el vidrio no es biodegradable, es completamente reciclable, lo que lo convierte en una opción ecológica para el embalaje. Las botellas de vidrio, por ejemplo, pueden ser recicladas una y otra vez sin perder calidad, lo que reduce la necesidad de producir nuevas materias primas. El aluminio y otros metales también están siendo utilizados para empaques debido a su alta capacidad de reciclaje y su bajo impacto ambiental en comparación con el plástico (Packaging, 2024).

Además de los beneficios medioambientales, los materiales sostenibles ofrecen nuevas oportunidades para innovar en el diseño. Los envases fabricados con estos materiales no solo cumplen su función de protección y contención, sino que también pueden servir como una extensión de la identidad de la marca, transmitiendo valores de compromiso ecológico y social.

La elección adecuada de materiales no solo depende de sus características ecológicas, sino también de su capacidad para cumplir con las necesidades funcionales del producto. Esto incluye factores como la durabilidad, la protección contra factores externos como la humedad y la luz, y

la capacidad de mantener la frescura o integridad del producto durante su distribución (Lenis, 2022).

La búsqueda de un equilibrio entre la sostenibilidad, la funcionalidad y el costo es uno de los mayores desafíos que enfrentan los diseñadores y fabricantes en la actualidad. El uso de materiales ecológicos no está exento de desafíos. Si bien las alternativas sostenibles están ganando terreno, también surgen preguntas sobre su funcionalidad, costo y disponibilidad. A veces, estos materiales no tienen la misma durabilidad o capacidad de protección que los plásticos tradicionales, lo que obliga a los diseñadores a encontrar un balance entre sostenibilidad y rendimiento. Sin embargo, el creciente interés en soluciones más responsables con el medio ambiente ha impulsado la innovación, lo que significa que los diseñadores tienen a su disposición una gama cada vez más amplia de materiales que cumplen con altos estándares ecológicos (Graun, 2024).

1.3.1 Packaging y Posicionamiento de Marca:

Para las PYMES, un packaging innovador y funcional puede representar una ventaja competitiva. Un diseño atractivo y sostenible puede mejorar el reconocimiento de marca y fortalecer su presencia en el mercado (Joce.V, 2017).

Personalización y Exclusividad:

El packaging también se ha convertido en una herramienta clave para la personalización y la creación de experiencias exclusivas. La capacidad de personalizar los envases según las preferencias individuales de los consumidores agrega un toque único y personalizado que no solo genera un sentido de exclusividad, sino que también puede fomentar la lealtad del cliente y promover el boca a boca positivo. Esta personalización permite que las marcas se conecten de manera más estrecha con sus clientes, haciendo que cada producto se sienta especial y adaptado a sus necesidades o gustos específicos. Además, la exclusividad que se percibe a través de envases personalizados puede resultar en un mayor valor emocional asociado al producto, lo que impulsa la satisfacción del consumidor y, a largo plazo, la fidelidad hacia la marca (Palacios, 2022).

1.3.2 Innovación Tecnológica en Packaging

La convergencia de la tecnología y el diseño de packaging ha generado nuevas oportunidades de innovación en el ámbito del envasado. Los avances tecnológicos han permitido que los envases se transformen en herramientas multifuncionales que van más allá de la simple contención del producto. Tecnologías como las etiquetas inteligentes, la realidad aumentada y los códigos QR están revolucionando la interacción entre los productos y los consumidores, proporcionando una experiencia más dinámica y personalizada. A través de estas herramientas, los consumidores pueden acceder a información adicional sobre el producto, ofertas exclusivas e incluso participar en experiencias interactivas que enriquecen su relación con la marca.

Por ejemplo, las etiquetas inteligentes permiten a los consumidores conocer detalles sobre la frescura del producto, la fecha de caducidad, e incluso su origen o proceso de fabricación, proporcionando una mayor transparencia y confianza. Por su parte, la realidad aumentada brinda una experiencia inmersiva, permitiendo a los usuarios interactuar con el envase de manera virtual, accediendo a contenidos visuales o educativos que amplían el conocimiento sobre el producto. Los códigos QR, por su parte, permiten una forma rápida y eficiente de obtener información adicional con tan solo escanear el código con un dispositivo móvil, lo que facilita la conexión entre el consumidor y la marca.

La tecnología también juega un papel fundamental en la trazabilidad y la autenticidad de los productos, lo que se vuelve especialmente relevante en sectores como el de alimentos y bebidas. La capacidad de rastrear un producto a lo largo de su cadena de suministro asegura al consumidor que está adquiriendo un producto genuino y de calidad. Este tipo de tecnologías permite verificar el origen, la fecha de fabricación y las condiciones de transporte del producto, lo que fortalece la confianza del consumidor y protege contra fraudes o falsificaciones. Según Joce.V (2017)**,** "El diseño de packaging vive de las tendencias y, como satisface necesidades y deseos de los consumidores, es un reflejo de la sociedad, del presente, de la época".

En este sentido, la integración de la tecnología en el packaging no solo mejora la funcionalidad y la comunicación del producto, sino que también se alinea con las expectativas de los consumidores modernos, que buscan un acceso fácil a la información y una mayor conexión con las marcas a través de experiencias innovadoras.

Contexto de las PYMES en la Ciudad de Esmeraldas

Características de las PYMES en Esmeraldas

Las PYMEs representan una parte fundamental de la economía en Esmeraldas, especialmente en sectores como la producción de alimentos, artesanías y cosmética natural (INEC, 2023). Sin embargo, enfrentan desafíos como la limitada inversión en estrategias de marketing y la falta de diferenciación en sus productos.

Aplicación del Packaging en las PYMES Locales

El uso de un packaging adecuado podría contribuir al posicionamiento y expansión de las PYMEs en Esmeraldas. La implementación de envases innovadores y sostenibles no solo mejora la imagen de los productos, sino que también responde a las demandas de un consumidor cada vez más consciente del impacto ambiental INEC, 2023).

Impacto en la Sostenibilidad y Responsabilidad:

La creciente conciencia ambiental ha llevado a una mayor atención en la sostenibilidad del packaging. Las empresas están evaluando la huella de carbono de sus envases y buscando alternativas que reduzcan el desperdicio y promuevan el reciclaje. El diseño de packaging sostenible no solo tiene un impacto positivo en el medio ambiente, sino que también puede ser un factor distintivo en la elección del consumidor.

Normativas aplicables para packaging

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) de Ecuador establece diversas normativas que regulan el **packaging** (envase y embalaje) de alimentos procesados, con el objetivo de garantizar la inocuidad y calidad de los productos destinados al consumo humano. A continuación, se destacan las principales normativas aplicables:

Normativa Técnica Sanitaria Sustitutiva para Alimentos Procesados (Resolución ARCSA-DE-2022-016-AKRG): Esta normativa, vigente desde 2022, establece las condiciones higiénico-sanitarias y los requisitos que deben cumplir los procesos de fabricación, producción, elaboración, preparación, envasado, empacado, transporte y comercialización de alimentos procesados. Incluye disposiciones específicas sobre el envasado y etiquetado de productos,

asegurando que los envases protejan adecuadamente el contenido y proporcionen información clara al consumidor. (Laxis, 2023)

Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022: Este reglamento se centra en el rotulado de productos alimenticios para consumo humano. Establece los requisitos que deben cumplir las etiquetas de los alimentos procesados, incluyendo aspectos como la información nutricional, lista de ingredientes, fechas de caducidad y condiciones de almacenamiento. Aunque no se proporciona un enlace directo en las fuentes consultadas, este reglamento es fundamental para garantizar que el packaging informe adecuadamente al consumidor sobre las características del producto. (Laxis, 2023)

Norma Técnica Sustitutiva de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados (Resolución ARCSA-DE-042-2015-GGG): Esta norma, aunque emitida en 2015, sigue siendo relevante. Establece las buenas prácticas de manufactura que deben seguir los establecimientos que procesan alimentos, incluyendo directrices sobre el envasado y almacenamiento. Su objetivo es asegurar que los productos alimenticios sean procesados y empaquetados en condiciones higiénicas adecuadas para proteger la salud del consumidor. (Correa, 2015)

Normativa Técnica Sanitaria para Alimentos Procesados: Esta normativa unificada regula aspectos relacionados con los ingredientes, envases y empaques de alimentos. Establece las condiciones sanitarias, medidas preventivas y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, distribución y transporte de alimentos procesados (FINDER, 2017).

Normativa Técnica Sustitutiva de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados: Esta norma técnica sustitutiva establece las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) que deben seguir los establecimientos que producen alimentos procesados, incluyendo directrices sobre el envasado y etiquetado para asegurar la calidad e inocuidad de los productos (Correa, 2015).

Reglamento de Registro y Control Sanitario de Alimentos Procesados: Este reglamento establece las condiciones y requisitos que deben cumplir los alimentos procesados que se comercializan a nivel nacional, en envases definidos y bajo nombres y marcas comerciales

determinadas. Su objetivo es proteger la salud de los consumidores y evitar prácticas que puedan inducir a error o engaño (FINDER, 2017).

1.1 Antecedentes

Lavallen (2021), en su investigación titulada *Influencia del Diseño de Packaging en la Decisión de Compra. Caso de Estudio: Shampoos Ofertados en Tía 2021*, tuvo como objetivo analizar cómo el diseño de packaging influye en la decisión de compra del producto shampoo de diversas marcas ofrecidas en la cadena de tiendas Tía en el año 2020. El estudio adoptó un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, y fue de carácter descriptivo y explicativo.

Para llevar a cabo la investigación, se emplearon diversos instrumentos metodológicos, entre ellos una ficha de observación y un cuestionario. La ficha de observación se utilizó para examinar cinco envases de shampoo de las marcas más vendidas en Tía durante 2020, lo que permitió identificar los elementos compositivos del diseño de packaging. Por otro lado, el cuestionario fue aplicado a una muestra de 180 mujeres, con edades comprendidas entre los 18 y 30 años, que eran clientes de la empresa Gabyshu en la ciudad de Esmeraldas. Este cuestionario permitió conocer cuáles factores del diseño de packaging tenían mayor influencia en la decisión de compra de los consumidores en relación con el shampoo.

Según Caicedo (2022), la investigación tuvo como objetivo analizar la efectividad del packaging como estrategia publicitaria para los emprendimientos en la ciudad de Esmeraldas. La autora empleó un enfoque cualitativo de alcance descriptivo, con el propósito de caracterizar y profundizar en el tema de estudio. Para ello, recurrió al método inductivo, lo que permitió analizar casos específicos de distintos emprendimientos.

En cuanto a la recolección de datos, se utilizaron instrumentos cualitativos como fichas de observación, entrevistas y grupos focales. Estos métodos fueron esenciales para examinar los elementos visuales del packaging, investigar los espacios de elaboración de los empaques y comprender la percepción de los clientes al respecto.

Los resultados de la investigación destacaron la relevancia de invertir en un packaging atractivo y ambientalmente sostenible. Si bien los emprendedores priorizan la calidad de sus productos y el servicio al cliente, no descuidan el diseño del empaque, que generalmente se elabora

con materiales como papel, cartulina y cartón. La selección de estos materiales depende de factores como el tipo de producto, las cantidades producidas y las preferencias de los clientes.

En relación con la comercialización, los emprendedores utilizan redes sociales como principal canal para ofrecer sus productos, apoyándose en estrategias de venta como promociones y descuentos. Asimismo, la entrega de los productos se realiza mediante un servicio puerta a puerta, lo que facilita la experiencia del cliente.

Desde la perspectiva de los clientes, la calidad de los productos es el factor principal que motiva la compra. No obstante, solo dos encuestados indicaron sentirse atraídos por el packaging, aunque reconocieron que este elemento puede influir en sus decisiones de compra. La percepción general hacia los productos ofrecidos por los emprendedores esmeraldeños no fue del todo positiva; los clientes señalaron que suelen aprovechar promociones para evaluar los productos, percibiéndolos como costosos en comparación con otras alternativas disponibles en el mercado.

(Maria, 2010), en su investigación titulada *Influencia del Diseño de Packaging en la Decisión de Compra. Caso de Estudio: Cremas Cosméticas Hidratantes para Rostro en el Mercado Local Porteño*, tuvo como objetivo analizar cómo el diseño de packaging influye en la decisión de compra de cremas cosméticas hidratantes para rostro, considerando el género del consumidor en el mercado local porteño.

El estudio adoptó un enfoque cualitativo y fue de carácter descriptivo y explicativo. Para llevar a cabo la investigación, se emplearon diversos instrumentos metodológicos, entre ellos la observación en puntos de venta y la realización de dos Focus Group. La observación permitió identificar los elementos compositivos del diseño de packaging en diferentes envases de cremas cosméticas hidratantes, mientras que los Focus Group, conformados por consumidores del mercado local, posibilitaron conocer cuáles factores del diseño de packaging tenían mayor influencia en la decisión de compra de estos productos.

Los hallazgos de la investigación corroboraron la hipótesis planteada, indicando que la forma, textura, material y color del packaging del producto influyen en la decisión directa de compra de cremas cosméticas hidratantes para rostro según el género del consumidor.

CAPITULO II. Propuesta

2. Análisis y especificaciones del prototipo

2.1 Necesidades de packaging de las PYMES de cocadas

Análisis de Mercado

En el contexto de esta investigación, se llevó a cabo una encuesta con el objetivo de analizar las preferencias y percepciones de los consumidores sobre el consumo de cocadas y el diseño de sus empaques. La muestra estuvo compuesta por 65 personas, y la recolección de datos se realizó tanto de manera presencial como en línea, lo que permitió incluir a participantes con distintos niveles de accesibilidad y obtener una visión más representativa.

La encuesta estuvo conformada por 12 preguntas estructuradas en dos secciones principales. La primera se centró en los hábitos de consumo, mientras que la segunda abordó aspectos relacionados con el diseño y los materiales del packaging. Todas las preguntas fueron de opción múltiple, lo que facilitó el análisis de las respuestas y permitió recopilar datos organizados y precisos.

Este enfoque posibilitó la identificación de patrones de consumo, preferencias estéticas y funcionales en los empaques, así como las expectativas de los consumidores en términos de diseño y sostenibilidad. La información recopilada proporcionó insumos clave para optimizar la presentación de las cocadas y mejorar su comercialización en el mercado.

2.2 Resultados de la encuesta

Las cocadas, como dulce artesanal, cuentan con un gran potencial en el mercado actual, donde los consumidores buscan cada vez más productos que rescaten tradiciones locales. Este interés por lo auténtico y lo hecho a mano abre una oportunidad para las PYMES que apuestan por la calidad y el valor cultural en sus productos.

Además, la sostenibilidad se ha convertido en un factor determinante en la decisión de compra. Los clientes prefieren empaques ecológicos, destacando opciones biodegradables, compostables y reciclables como alternativas responsables con el medio ambiente.

La variedad en las presentaciones también juega un papel clave en la atracción del consumidor. Desde empaques individuales ideales para el consumo rápido hasta formatos más sofisticados pensados para regalos, la diversificación en el packaging permite adaptarse a distintas necesidades y ocasiones.

El público objetivo abarca principalmente a jóvenes y adultos de entre 25 y 45 años, quienes muestran un interés creciente por productos tradicionales y ecológicos. Asimismo, las familias que buscan snacks naturales y saludables representan otro segmento relevante.

En términos de nivel socioeconómico, los consumidores de clase media y media-alta constituyen un mercado atractivo, ya que valoran la calidad y están dispuestos a invertir en productos con empaques sostenibles y bien diseñados.

2.3 Canales de Distribución emprendimientos de cocadas:

Para los emprendimientos de cocadas, la elección de los canales de distribución y el diseño del packaging juegan un papel clave en la visibilidad y el posicionamiento del producto.

Tiendas locales y mercados artesanales**:** Estos puntos de venta son esenciales para reforzar la identidad artesanal de las cocadas. Presentaciones que destaquen la historia y tradición del producto pueden generar una conexión más cercana con los consumidores.

Ferias y eventos tradicionales**:** Espacios donde el valor cultural del producto cobra mayor relevancia. Diseños inspirados en la identidad local pueden resaltar el origen de las cocadas y atraer a clientes que buscan productos con autenticidad y tradición.

Figura 1.
Fotografías del puesto de cocadas













2.4 Análisis de Competencia

Productos Similares:

- Competencia directa: se identificaron marcas que producen cocadas y dulces artesanales como "Dulces del Caribe" y "Sabores Tradicionales". Ubicados vía a Atacames, venden los mismos productos y a los mismos precios.
- Sus empaques suelen incluir materiales plásticos o cajas de cartón simples, con diseños enfocados en la tradición.

Precio de las cocadas:

- Los precios oscilan entre $2 y $5 por unidad o pack pequeño.
- Los empaques de mayor calidad justifican precios altos, mientras que los sencillos apuntan a un segmento más amplio.

2.5 Contexto del Producto y el Mercado

Este análisis examina los aspectos fundamentales que los emprendimientos de cocadas deben tener en cuenta para fortalecer su posicionamiento en el mercado. Desde el cumplimiento de normativas hasta la relevancia de un diseño que sea culturalmente significativo y sostenible, cada uno de estos factores impacta tanto en la percepción del consumidor como en la competitividad del producto.

En el mercado de las cocadas, es fundamental considerar tanto las regulaciones locales como los factores culturales y ambientales para garantizar el cumplimiento normativo y fortalecer la conexión con los consumidores. Es necesario incluir una etiqueta nutricional detallada y cumplir con normativas sobre sellos de advertencia para productos con alto contenido de azúcar, además de evitar plásticos prohibidos por legislaciones medioambientales. En cuanto al diseño, los empaques pueden incorporar colores vivos y patrones inspirados en el origen caribeño o tropical de las cocadas, junto con frases culturales como *"El sabor de nuestra tierra"*, reforzando así su autenticidad.

2.6 Diseño conceptual

Tabla 1.
Tabla de materiales para construcción.

Elemento	Descripción
Color	Se optará por una paleta de tonos cálidos y tropicales que transmitan frescura, autenticidad y naturalidad. Los tonos marrones evocarán la esencia del coco, brindando una sensación orgánica y acogedora, íntimamente relacionada con la naturaleza y la rusticidad. Por su parte, los verdes simbolizarán frescura y vitalidad, conectando con la exuberante vegetación tropical y sugiriendo un enfoque saludable y natural. Para realzar la calidad y autenticidad del producto, se incorporarán acentos dorados, que aportarán un toque de sofisticación y lujo sin restar la esencia natural de la paleta. Esta combinación de colores crea una atmósfera que refleja la esencia de la marca: genuina, de alta calidad y profundamente conectada con el entorno natural.
Tipografía	**Aplicaciones en el Diseño Tipográfico:** **Tipografía "Besty Beige":** Para los elementos clave del empaque, como el nombre del producto o frases destacadas, la tipografía *Besty Beige* es altamente recomendada. Esta fuente se distingue por sus trazos robustos y consistentes, lo que le otorga una presencia visual poderosa y uniforme. La tipografía carece de remates en los extremos de las letras, lo que contribuye a un diseño limpio y moderno, adecuado para transmitir una sensación de simplicidad y elegancia sin perder su carácter. **Tipografía "Euphemia":** En cuanto a la inclusión de información técnica, como ingredientes o datos de contacto, se sugiere el uso de

	Euphemia. Esta fuente sans-serif se caracteriza por su construcción rígida y ordenada, lo que confiere una sensación de precisión y modernidad. La tipografía no presenta remates en las letras, lo que la hace visualmente limpia y apropiada para textos donde se requiera claridad y legibilidad. Además, su diseño minimalista transmite una sensación de confianza y seguridad, aspectos que son esenciales cuando se presenta información técnica o factual.
Formas	Se optará por una sucesión de forma que evoquen lo que son las palmeras las olas y lo que vida en la playa siguiendo una sucesión de. **Líneas Curvas y Onduladas #1** Estas líneas evocan el movimiento del mar, la danza de las olas y la delicadeza de la arena. Puedes emplearlas como fondos dinámicos o como separadores entre secciones. Por ejemplo, imagina líneas onduladas en suaves tonos azules o dorados que recorren horizontal o diagonalmente la caja. **Formas Orgánicas y Naturales #2** Las formas irregulares pueden evocar la belleza de las hojas de palmera, la textura de las cáscaras de coco o los contornos de las cocadas. Estas formas pueden combinarse en patrones tanto repetitivos como dispersos, aportando un toque distintivo a la decoración. Por ejemplo, se pueden utilizar siluetas de hojas en las esquinas o como marca de agua en el fondo, creando un efecto visual atractivo y armonioso. **Líneas Zigzag #3** Estas líneas, inspiradas en patrones tribales y artesanías locales, evocan una rica herencia cultural y tradicional. Son ideales para bordes o marcos

	que realzan áreas específicas del diseño. Por ejemplo, se puede utilizar un borde zigzag en tonos marrones y verdes que rodee un logotipo o textos, creando un efecto visual destacado. **Formas Circulares y Puntos #4** Estas figuras evocan la imagen del sol tropical o las dulces cocadas redondeadas. Los puntos, por su parte, pueden crear patrones sutiles o destacar ilustraciones importantes. Un ejemplo de esto sería un gran círculo que se ubica detrás de una palmera, actuando como un fondo central. **Elementos Tropicales Integrados #5** Las hojas de palmera, los cocos abiertos y las delicadas olas o caracolas se pueden representar con líneas simples y elegantes. Estas formas ofrecen una oportunidad perfecta para ser integradas en los gráficos, fortaleciendo así la esencia tropical del diseño.
Tecnologías de Impresión:	Digital: Económica y versátil, ideal para tirajes pequeños. Serigrafía: Aporta un toque artesanal y acabado premium para empaques diferenciados. Troquelado personalizado: Permite diseños únicos que realcen el empaque
Costos y Disponibilidad:	Contactar proveedores locales para materiales reciclables y compostables. Solicitar cotizaciones y desarrollar prototipos para evaluar rentabilidad
Adaptaciones para Conservación:	Incluir opciones como cierres herméticos o sellado al vacío para garantizar frescura y vida útil prolongada.
Opciones de Diseño:	Económico: Empaques individuales en papel encerado o bolsas de papel kraft.

	Ecológico: Cajitas de cartón reciclado con mensajes impresos en tinta vegetal.
Mensajes Clave:	"Tradición hecha a mano." "Sabor auténtico, empaquetado con conciencia." "100% sostenible."

2.7 Diseño detallado

Se optará por una paleta de tonos cálidos y tropicales que transmitan frescura, autenticidad y naturalidad. Los tonos marrones evocarán la esencia del coco, brindando una sensación orgánica y acogedora, íntimamente relacionada con la naturaleza y la rusticidad. Por su parte, los verdes simbolizarán frescura y vitalidad, conectando con la exuberante vegetación tropical y sugiriendo un enfoque saludable y natural. Para realzar la calidad y autenticidad del producto, se incorporarán acentos dorados, que aportarán un toque de sofisticación y lujo sin restar la esencia natural de la paleta. Esta combinación de colores crea una atmósfera que refleja la esencia de la marca: genuina, de alta calidad y profundamente conectada con el entorno natural.

Paleta de Colres #1

Marrón oscuro profundo (#4E342E) - Para fondos principales.

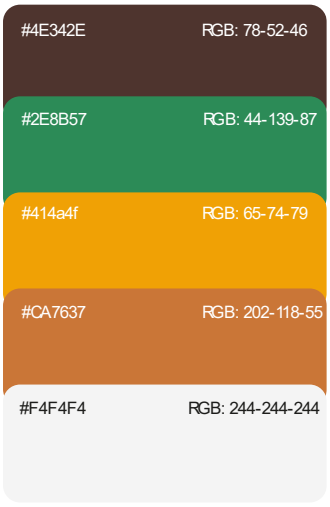
Verde esmeralda (#2E8B57) - Para toques naturales y hojas de coco.

Dorado mate (#C5A880) - Para los textos y detalles premium.

Amarillo cálido (#CA7637) - Para fondos secundarios y elementos decorativos.

Blanco grisáceo (#F4F4F4) - Para equilibrar y resaltar.

Figura 2.
Paleta de colores.



Tipografía "Besty Beige": Para los elementos clave del empaque, como el nombre del producto o frases destacadas, la tipografía *Besty Beige* es altamente recomendada. Esta fuente

se distingue por sus trazos robustos y consistentes, lo que le otorga una presencia visual poderosa y uniforme.

Figura 3.
Construcción de Tipografía.

AA BB CC DD EE FF GG HH II
JJ KK LL MM NN ÑÑOO PP QQ
RR SS TT UU VV WW XX YY ZZ

Tipografía "Euphemia": En cuanto a la inclusión de información técnica, como ingredientes o datos de contacto, se sugiere el uso de *Euphemia*. Esta fuente sans-serif se caracteriza por su construcción rígida y ordenada, lo que confiere una sensación de precisión y modernidad.

Figura 4.
Construcción de Tipografía.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

- Material: Papel kraft natural, biodegradable y reciclable.
- Grosor: 80-120 g/m² (dependiendo de la resistencia deseada).
- Dimensiones:

  Para 12 cocadas: Esta va a contar con 20cm de largo y 10cm de cancho.

  Para 6 cocadas: Esta va a contar con 10cm de largo y 10cm de cancho

  Tipo de cierre: Plegable, adhesivo o con solapa.

  Especificaciones técnicas

- Impresión: Posible personalización con logo, nombre de la marca o detalles adicionales en tinta ecológica.

- Resistencia: Adecuado para proteger el contenido sin romperse ni deformarse.

Elementos impresos:

- Sticker adhesivo con patrones y nombres de “Cocadas Esmeraldeña”
- Sello con patrones e información
- Información nutricional, ingredientes y advertencias (parte trasera).

Materiales y Componentes

Material base: Cartón kraft o cartón blanco (cartulina) recubierto para impresión a color.

Acabado: Laminado mate o barniz UV para proteger la impresión y dar un aspecto elegante.

2.8 Construcción del prototipo

Figura 5.
Packaging para las cocadas

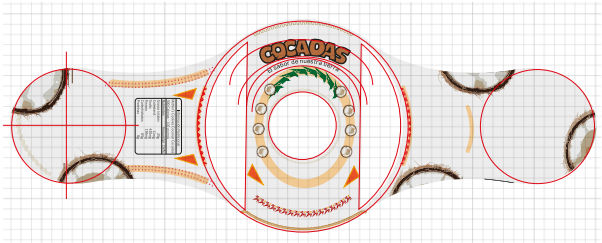


Figura 6.
Packaging para las cocadas

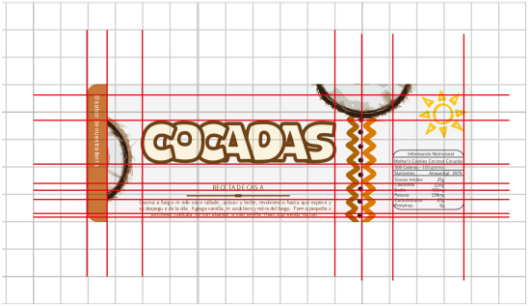


Figura 7.
Packaging para las cocadas

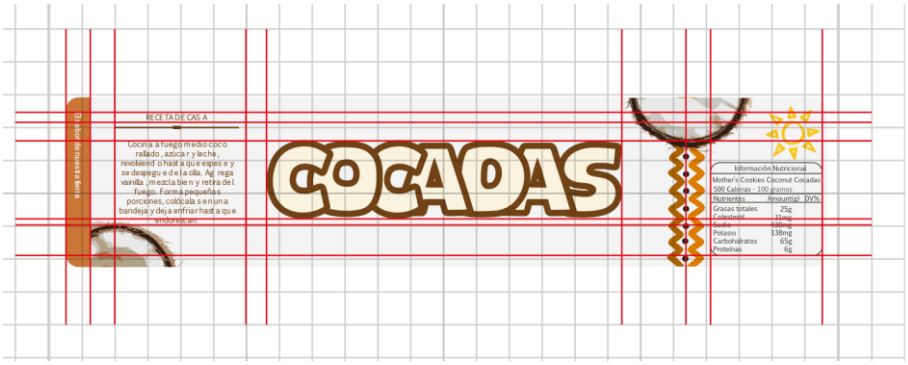


Figura 8.
Packaging para las cocadas

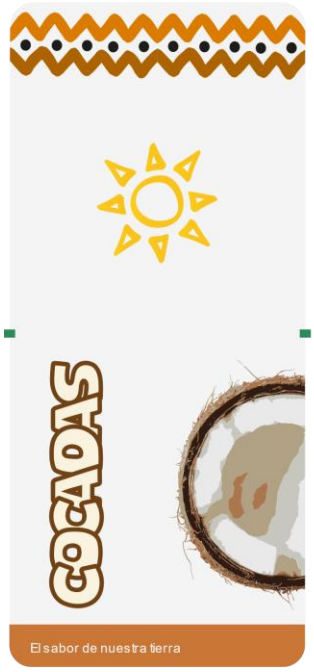


Figura 9.
Packaging para las cocadas



Figura 10.
Packaging para las cocadas



Figura 11.
Packaging para las cocadas



Figura 12.
Packaging para las cocadas



Figura 13.
Packaging para las cocadas



Nota.
El diseño del packaging es para las cocadas las cocadas tengan un peso y una fecha

2.9 Pruebas y ajuste

En el marco del proceso de pruebas y ajustes, se realizó una encuesta con el objetivo de evaluar la funcionalidad del empaque de las cocadas esmeraldeñas. A continuación, se detallan los resultados obtenidos:

Se llevó a cabo una evaluación del empaque de las cocadas esmeraldeñas, analizando diversos aspectos clave. Se verificó que es fácil de abrir y cerrar, garantizando que el contenido se mantenga adecuadamente protegido en su interior. No obstante, se detectó que el material puede dañarse con el manejo. A pesar de esta limitación, se concluyó que el empaque resulta muy práctico para el transporte y almacenamiento. Sin embargo, se observó que el contenido no es visible desde el exterior. En cuanto a su adecuación al producto, aunque cumple su función, se sugirieron algunas modificaciones para mejorar su rendimiento. Por último, se confirmó que el empaque es fácil de desechar o reciclar, lo que contribuye a su sostenibilidad.

Exposición y Retroalimentación

Tras la presentación de estos resultados en una exposición abierta a colaboradores y consumidores, se recibieron nuevas perspectivas y sugerencias sobre el empaque. Los asistentes coincidieron en la necesidad de mejorar la resistencia del material sin comprometer su sostenibilidad. También se sugirió incluir una ventana transparente biodegradable para facilitar la identificación del contenido sin necesidad de abrir el empaque.

Otro aspecto destacado en la retroalimentación fue la importancia de reforzar el mensaje de sostenibilidad del empaque. Se recomendó añadir información sobre los materiales utilizados y su impacto ambiental para concienciar a los consumidores sobre el adecuado manejo de desechos.

Mejoras con Enfoque Eco-Amigable

Para alinear el empaque con principios de sostenibilidad, se considerarán las siguientes modificaciones:

- Uso de cartón reforzado reciclable para aumentar la resistencia a golpes y al manejo.
- Incorporación de tintas ecológicas para la impresión del diseño sin afectar la biodegradabilidad del material.

Inclusión de una ventana biodegradable que permita visualizar el contenido sin comprometer la protección del producto.

Uso de adhesivos naturales que no afecten el reciclaje del empaque.

Información sobre reciclaje en el diseño del empaque para promover su correcta disposición final.

Estos resultados y aportes servirán de base para llevar a cabo los ajustes necesarios, con el fin de mejorar tanto la funcionalidad como la presentación del empaque, garantizando que sea práctico, resistente y respetuoso con el medio ambiente.

2.10 Producto y lanzamiento

Figura 14.
Packaging para las cocadas



Figura 15.
Packaging para las cocadas



Figura 15.
Packaging para las cocadas



Figura 16.
Packaging para las cocadas



CAPITULO III. Conclusiones y recomendaciones

3.1 Conclusiones

En resumen, el desarrollo de un empaque innovador para la cocada esmeraldeñas es vital para mejorar su posicionamiento en el mercado y preservar su identidad cultural. Dado que el empaque es el primer contacto entre el consumidor y el producto, su diseño debe cumplir con criterios de funcionalidad, estética y ergonomía, garantizando no solo la conservación óptima del dulce, sino también una presentación que refleje su carácter artesanal y tradicional.

La elección de materiales que ofrezcan protección y durabilidad, combinada con una propuesta visual que resalte su origen y legado cultural, permitirá destacar este producto en un entorno comercial cada vez más competitivo, Además, es fundamental que el diseño del empaque incorpore principios de ergonómicos que faciliten su manipulación y transporte, brindando así una experiencia de usuario eficiente. La inclusión de elementos gráficos, cromáticos y tipográficos inspirados en la rica identidad cultural afrodescendiente de la provincia de Esmeraldas enriquecerá el atractivo visual del empaque, establecimiento una conexión emocional con los consumidores y promoviendo el patrimonio gastronómico local.

Desde un enfoque económico, la viabilidad del proyecto se basa en equilibrar los costos de producción con los beneficios comerciales. Un empaque diseñado estratégicamente permitirá a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) productoras de cocadas acceder a mercados más amplios, aumentando su rentabilidad y competitividad. Esto, a su vez, contribuirá al desarrollo socioeconómico de la región, fomentando el emprendimiento local, la generación de empleo y el fortalecimiento del turismo gastronómico.

En conclusión, la implementación de un empaque innovador para la cocada esmeraldeña va más allá de una función mera y práctica; se convierte en una herramienta esencial para valorar este producto emblemático. Su diseño debe integrar criterios de funcionalidad, identidad cultural y sostenible económico para consolidad la cocada como símbolo del patrimonio culinaria ecuatoriano, promoviendo su reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional.

3.2 Recomendaciones

Basándose en los resultados alcanzados y las enseñanzas adquiridas durante el desarrollo del proyecto, se ofrecen las siguientes sugerencias para su perfeccionamiento y para futuras indagaciones en la materia:

Optimización del diseño del packaging: Se recomienda realizar pruebas de usabilidad con consumidores para evaluar la funcionalidad y ergonomía del empaque, con el fin de realizar ajustes que optimicen su manipulación, almacenamiento y transporte. Asimismo, se sugiere explorar materiales biodegradables o reciclables que garanticen la conservación del producto y su sostenibilidad ambiental.

Análisis de viabilidad y costos: Se aconseja llevar acabo estudios comparativos sobre los gastos de fabricación y distribución del empaque para reconocer alternativas mas económicas para las PYMES que producen cocadas. También se recomienda investigar la posibilidad de colaborar con proveedores de insumos y opciones de financiamiento para mejorar la investigación en el diseño y creación del empaque.

Refuerzo de la identidad cultural en el diseño: Para aumentar el valor cultural del artículo, es recomendable realizar una investigación más exhaustiva sobre los gráficos, tonalidades y símbolos autóctonos de Esmeraldas que se pueden integrar en el diseño del envase. Esta acción permitirá que el empaque no solo resguarde el producto, sino que también actúe como una herramienta para promover la identidad cultural de Esmeraldas.

Investigaciones futuras sobre la innovación en packaging**:** Se sugiere realizar estudios adicionales sobre nuevas tecnologías aplicadas al diseño de empaques para productos tradicionales, como envases inteligentes que brinden información sobre la frescura del producto o materiales con propiedades antimicrobianas que extiendan su vida útil.

Estas recomendaciones facilitaran mejorar la ejecución del proyecto, enfrentar eventuales dificultades y explorar nuevas áreas de estudio en el campo del packaging para productos tradicionales, ayudando al desarrollo del sector y a la valoración del legado culinario de esmeraldas

Referencias Bibliográficas

Caicedo Bautista, A. A. (2022). Análisis del Packaging como estrategia de publicidad para los emprendimientos de la ciudad de Esmeraldas. *Respositorio Digital PUCESE*, https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/3299.

Cedeño, B. V. (abril de 2012). Lenguaje visual publicitario como sistema de comunicación en el street art: creación y difusión. *UAB*, https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/96723/bvc1de1.pdf.

Code. (2024). Packaging personalizado. https://www.grupobillingham.com/blog/tipos-packaging/.

Correa, R. (2015). Resolución ARCSA-DE-042-2015-GGG Expídese la Norma Técnica Sustitutiva de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados. https://www.oficial.ec/resolucion-arcsa-042-2015-ggg-expidese-norma-tecnica-sustitutiva-buenas-practicas-manufactura?utm_source=chatgpt.com.

Desing, R. (2011). *El Packaging como medio para potenciar la responsabiulidad social* . Ciudad de Mexico.

Esteban, C. (2023). Tendencias del packaging en 2023. *DEAl*, Deal II.

FINDER, L. (2017). NORMATIVA TECNICA SANITARIA PARA ALIMENTOS PROCESADOS. https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/03/ARCSA-DE-067-2015-GGG_Alimentos-Procesados_incluye-RESOL-019-y-010-2.pdf?utm_source=chatgpt.com.

Graun, H. (2024). Tipos de Packaging. https://www.telematel.com/blog/tipos-packaging-guia-completa/.

https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2694/1/Lavayen%20Sancán%20Yurika%20Micaela.pdf. (2023). Influencia del diseño de packaging en la decisión de compra. 18.

Joce.V. (2017). Tendencias del Packaging. https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/36918/TFG-N.1099.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

La cocoada, un clásico dulce de la costa ecuatoriana . (7 de mayo de 2017). págs. https://www.diariocorreo.com.ec/5918/portada/la-cocada-un-clasico-dulce-de-la-costa-ecuatoriana.

Laxis. (2023). NORMATIVA TÉCNICA SANITARIA PARA ALIMENTOS PROCESADOS 2023. https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/07/RESOLUCION-ARCSA-DE-2022-016-AKRG_NORMATIVA-TECNICA-SANITARIA-SUSTITUTIVA-ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf?utm_source=chatgpt.com.

Leguia, L. (20). PACKAGING. *CreaDos S.A*, PACKAGING CAJAS Y EMPAQUES .

Lenis, A. (23 de septiembre de 2022). *HubSpot*. Obtenido de https://blog.hubspot.es/marketing/como-hacer-diseno-packaging

Manzano, I. (29 de 05 de 2018). *Almanatura*. Obtenido de https://almanatura.com/2018/05/por-que-importante-trabajar-identidad-cultural-cada-pueblo/

Maria, E. (2010). “Siento, luego compro” La función intrínseca del packaging. https://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/57%20Tesis%20de%20maestria_Enrique%20Maria%20Celeste.pdf.

Micaela, L. S. (2021). Influencia Del Diseño De Packaging En La Decisión De Compra. Caso De Estudio: Shampoos Ofertados En Tía 2021. *Repositorio Digital PUCESE*, https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/2694.

Morales, R. (16 de mayo de 2024). *FInom Blog*. Obtenido de https://finom.co/es-es/blog/que-es-pyme/

Packaging, L. D. (11 de octubre de 2024). *Linkedin* . Obtenido de El impacto del diseño del empaque en el comportamiento del consumidor: https://www.linkedin.com/pulse/el-impacto-del-diseño-empaque-en-comportamiento-consumidor-9wfif/

Palacios, B. M. (2021-2022). REDISEÑO ESTRUCTURAL Y NUEVAS TENDENCIAS DE. *Universidad de Valladolid* , https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/54788/TFG-N.%201940.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

PARLAMID ANDINO. (24 de 8 de 2022). Obtenido de https://www.parlamentoandino.org/index.php/actualidad/conoce-tu-region/132-provincia-de-esmeraldas-cuna-del-sabor-la-alegria-y-la-cultura-afro-del-ecuador

Pérez. (22 de Abril de 2021). *OBS Busness School*. Obtenido de https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-estructura-e-importancia#:~:text=¿Qué%20es%20la%20viabilidad%20de,y%20los%20factores%20de%20riesgo.

Pierina, C. I. (2021). Metodología Para Diseño De Packaging Sustentable De Microempresas De Golosinas Artesanales En La Cuidad De Esmeraldas. https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/2718.

SHIFTA. (6 de MARZO de 2024). Obtenido de https://weareshifta.com/la-eleccion-de-materiales-en-el-diseno-de-productos/

Stewart. (2008). https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/19366/TFG_GALLO_ORNELLA%20-%20Ornella%20Gallo.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

UNIR La universida den Internet . (26 de 1 de 2024). Obtenido de https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/ergonomia-trabajo/

Paper Wise.(2021): Esta su empresa preparada para el empaque sostenible https://paperwise.eu/es/envases-ecologicos/