

**Importancia del diseño de empaques para traslado y resguardo de
productos artesanales de tela y cuero**

Importance of packaging design for transfer and protection of fabric
and leather craft products

Ana María Bermúdez Martín

Maestra en Gestión Estratégica de Marketing de la Universidad Francisco Gavidia (UFG)

Licenciada en Diseño Gráfico de la Universidad Dr. José Matías Delgado (UDJMD)

Docente de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad Autónoma de Santa Ana (UNASA)

ana.bermudez@unasa.edu.sv

Fecha de recepción: 12 de agosto de 2022

Fecha de aceptación: 9 de junio de 2023

Vol. 2, Núm. 2, 2023.

**Resumen:**

Este artículo refleja elementos fundamentales de un estudio que abordó la importancia de los empaques de productos artesanales, la forma de comercialización y los tipos de entrega de estos a los clientes de la Plaza Artesanal de Santa Ana, esto con el fin de realizar una propuesta de empaque innovadora empleando la creatividad desde el diseño gráfico para otorgar respuestas visuales y funcionales, desde la exploración de la ergonomía, forma, contornos, pesos, usos cromáticos, ilustrativos y de tipografía, que impresos en materiales idóneos permiten otorgar valor agregado a los productos comercializados, generando un plus diferenciador a los productos de tela y cuero. El diseño metodológico empleado fue mixto, se realizó bajo el modelo I+D+I, permitiendo determinar las características técnicas, las necesidades de comercialización, los puntos de vista de los compradores, empleando un enfoque cualitativo y uno cuantitativo.

Las técnicas de investigación empleadas fueron la entrevista, la observación y la encuesta en línea. A través de estas, se constató el empleo de envoltorios básicos como bolsas plásticas de 5 tamaños diferentes donde se introduce el producto artesanal; en otras ocasiones y dependiendo de la fragilidad del producto artesanal se envuelve con papel kraft o papel periódico y de esa forma es entregado al comprador final; con lo anterior se evidenció la necesidad de generar una propuesta innovadora de diseño de 3 prototipos de empaques, elaborados en medidas y grosores de cartón diferentes y conteniendo cada uno divisiones internas que permiten guardar un máximo de 6 productos.

Palabras claves: *empaque; traslado; imagen; comercialización; productos artesanales.*

Abstract:

This article reflects fundamental elements of a study that addressed the importance of the packaging of artisan products, the form of commercialization and the types of delivery of these to the clients of the Plaza Artesanal de Santa Ana, this in order to make a proposal for Innovative packaging using creativity from graphic design to provide visual and functional responses, from the exploration of ergonomics, shape, contours, weights, chromatic, illustrative and typographic uses, which, printed on suitable materials, allow adding value to the products sold. , generating a differentiating plus to fabric and leather products. The methodological design used was mixed, it was carried out under the R+D+I model, allowing to determine the technical characteristics, the marketing needs, the points of view of the buyers, using a qualitative and a quantitative approach.

The research techniques used were the interview, the observation and the online survey. Through these, the use of basic packaging such as plastic bags of 5 different sizes where the craft product is introduced was verified; On other occasions, and depending on the fragility of the artisan product, it is wrapped with kraft paper or newspaper and in this way it is delivered to the final buyer; With the above, the need to generate an innovative proposal for the design of 3 packaging prototypes, made in different sizes and thicknesses of cardboard and each containing internal divisions that allow storing a maximum of 6 products, was evidenced.



Keywords: *packaging; transfer; image; marketing; craft products.*

Introducción

Los empaques son contenedores de productos cuyas funciones primarias son almacenar y proteger su contenido durante el trayecto, preservándolo hasta que llegue a su destino; para diseñarlos se deben tomar en cuenta las dimensiones, el peso de los productos, así como también el atractivo visual, que permita llamar la atención por medio de una imagen que cautive e informe. En cuanto a costos y beneficios se debe considerar que un buen empaque también puede incrementar considerablemente el costo del producto, pero a la vez, puede lograr como beneficio el que este sea identificado como innovador y diferenciador. Antes no se daba importancia a estos dos últimos beneficios, se pensaba más en la necesidad de trasladar productos de un lugar a otro, por lo que se realizaba la acción de forma rudimentaria utilizando pieles, jarrones, etc.; sin embargo, siempre asegurándose de proteger el contenido. Con el transcurso del tiempo se inventaron nuevos materiales y formas de distribuir los productos, esto dio paso a la integración de materiales sintéticos para tal fin:

La necesidad de cubrir el producto mediante la utilización de los mismos materiales con que se elaboraba el producto, pueden describirse como los primeros pasos que darían origen a la integración de otros materiales sintéticos u orgánicos que, producidos para resistir cargas y golpes, paulatinamente fueron integrándose a la industria del envase y empaque. (García y Armendáriz, 2017, p. 26).

Lo que los autores exponen es un punto importante a destacar sobre los empaques; debido a que, en

el transcurso del tiempo se han transformando y adecuado a materiales y necesidades actuales, priorizando su función principal de proteger el producto y además trasladarlo; pero en algunos casos no se han explotado otras funciones primordiales del empaque, como lo son la de identificar el producto o la de favorecer la comercialización. En ese sentido, se realizó una investigación en la Plaza Artesanal de Santa Ana, donde se comercializan productos artesanales de diferentes materiales.

En este lugar no se había considerado la importancia de explorar qué representaba para los clientes recibir sus productos y enfrentarse con la ruptura de la bolsa plásticas de gabacha o el asa de esta, al intentar trasladar los productos artesanales, todo esto se da porque este tipo de empaque no protege adecuadamente los productos artesanales frágiles.

Además, se desconocía si los microempresarios de la plaza tenían alternativas sobre materiales a precios más accesibles que permitan cumplir con las características básicas de un empaque, con lo cual se logre la satisfacción de los clientes con un diseño funcional y atractivo visualmente para que puedan depositar productos dentro de un empaque que sirva para trasladar y comercializar con éxito. La finalidad de la comercialización es crear la lealtad del cliente para que este regrese, se convierta en un cliente frecuente, se sienta complacido para recomendar el negocio y solicitar los productos o la prestación de servicios.

Si a todos los clientes les gusta el producto y lo cuentan a otros, es probable que el negocio crezca y gane rentabilidad, es por ello, que debe valorarse la importancia en la forma en cómo se



vende y en la experiencia vivida; es decir, pensar en el atractivo visual que el empaque puede alcanzar como experiencia del cliente.

Comercialización se entiende generalmente como la acción de vender. Esta acepción es demasiado “angosta” desde el punto de vista que ha de desarrollarse. Es muy difícil que algo se venda, al menos más de una vez, si la empresa o persona que lo venden no se preocupa por hacer otras cosas adicionales a vender, como garantizar el buen uso del producto. (Rodríguez, 2009, p.15).

Ahora bien, los empaques hacen referencia a todo aquello que envuelve, contiene y protege debidamente los productos, resiste el proceso de transportarlos e identifica su contenido. En cuanto a costos y beneficios se debe considerar que un buen empaque también puede incrementar los costos del producto, pero a la vez, puede hacer el producto más atractivo, gracias a sus características innovadoras y distintivas, que motivan al consumidor. Aunado a esto, el empaque se considera que:

Es el elemento principal en la comercialización de los productos, éste debe ser el que genere motivación cuando el consumidor desea elegir un producto presentado por marcas diferentes; es por ello que radica en él la importancia para que éste pueda vender, informar y proteger los productos. (Ortuño, 2013, p. 14.)

Además, el comportamiento simbólico y directo del empaque sirve como vínculo entre la marca, el consumidor y el producto, generando una imagen de marca y publicitando el producto, lo que representa una estrategia para favorecer las ventas. Por lo que Bedregal Barrera (2015), afirman que:

El diseño de empaque y el objeto en sí son un ente publicitario, ya que el empaque da a conocer,

expone características y se comporta como un solo producto de múltiples funciones (producto, estructura contendor, marca, textos legales) dicho objeto final. (p. 27)

Por tanto, los empaques funcionan, no solo para guardar o preservar los productos, sino que también sirven como elementos diferenciadores dentro del mercado, donde existen productos similares, este empaque debe cumplir con el objetivo de atraer la atención del comprador.

Las cuestiones prioritarias en el diseño de un pack son, desde la perspectiva comunicativa, motivar, informar y vender. Cuestiones estas, que no solamente se basan en el contenido o producto, sino también en el continente; es decir, el mensaje gráfico que contiene el pack. (Tena, 2005, p. 180.)

Estos factores publicitarios, como mensajes gráficos dentro del empaque marcan la diferencia y ayudan a destacar al producto con respecto a la competencia; sobresaliendo la parte comercial, ubicando la marca de manera legible para que el comprador pueda ubicarla rápidamente y que contenga la información necesaria sobre los beneficios o virtudes del producto, así como mostrar datos atractivos e informativos sobre la empresa, o su lugar de origen; empleando una comunicación visual que vuelva al empaque no solo llamativo en su forma, sino también en contenido gráfico; esto implica una serie de elementos que deben tomarse en cuenta a la hora de diseñar un empaque.

Desde la perspectiva anterior, el empaque es un elemento muy importante dentro de la dinámica comercial de muchos productos; y hablando en específico de las artesanías, el empaque cobra mayor importancia por la fragilidad de este tipo



de productos.

La Ley de fomento, protección y desarrollo del sector artesanal de la República Salvadoreña (2016), define las artesanías como todos los productos realizados total o parcialmente a mano, que requieran destreza manual y sentido artístico, para impregnarle un sello personal o colectivo, funcional o decorativo (Art. 4, p. 3). En relación con esto, para que un producto sea considerado artesanal el componente manual en la elaboración debe ser predominante.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura/Centro de Comercio Internacional (1997) considera un producto artesanal, a todo aquello en donde la contribución manual directa de quien lo elabora, sea el principal componte en el proceso de producción del mismo. Además, afirma que “la naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas, religiosa y socialmente” (p. 9).

Por su parte, la Ley de fomento, protección y desarrollo del sector artesanal de la República Salvadoreña (2016) clasifica las artesanías basándose en dos criterios: el origen y el uso.

su presencia en ecosistemas naturales puede ser alta, pero también induce la idea alarmante de una diseminación antinatural, causada por la presión selectiva del impacto de las actividades humanas en el ambiente (Zheng, 2011).

En relación a la problemática expuesta, se desarrolló la investigación con la finalidad de evaluar la presencia de genes de resistencia a los antibióticos en bacterias coliformes que

contaminan el lago de Güija, y determinar cuál es su perfil de resistencia, debido a que estos genes, están considerados como los propios contaminantes, son de interés ambiental mundial y una preocupación importante para la Organización Mundial para la Salud.

Clasificación basada en el origen:

Artesanía originaria: por sus formas, iconografías y significaciones o simbolismos, así como sus modos primordiales de producción, tienen su raíz en los conocimientos y técnicas transmitidos generacionalmente por los pueblos indígenas, formando parte del patrimonio cultural inmaterial.

Artesanía identitaria: producto de la fusión o sincretismo de culturas, que, por sus formas, rasgos iconográficos o diseño, genera en el tiempo un sentimiento de identidad a una comunidad determinada, convirtiendo su práctica de producción en un referente del patrimonio cultural inmaterial.

Artesanía tradicional popular: resultante de un proceso de fusión o sincretismo de culturas, elaborada a nivel nacional, en la que se conservan sus rasgos generales de forma, tendencia estética o diseño; aunque no se identifica su origen, forma parte de la tradición nacional.

Artesanía contemporánea o neoartesanía: tanto en el diseño de sus formas, como en su expresión gráfica, convergen principios estéticos de tendencia universal sin perder la intervención manual directa de la persona artesana como el componente más importante del producto acabado; destaca por la creatividad de la persona, expresada en la originalidad, calidad e innovación.

Artesanía de autor: es aquella que posee el sello individual de la persona artesana en su expresión



artística, son piezas únicas o su reproducción, es en serie numerada y limitada de la misma. Se distingue por sus rasgos singulares y lenguaje artístico propio asociado al autor o autora, y por sus niveles de creatividad, innovación y calidad estética.

Clasificación basada en el uso:

Artesanía utilitaria: se entenderá por artesanía utilitaria, aquel objeto, que luego de ser considerado artesanía, trascienda del hecho decorativo como objeto de adorno corporal u ornamental en general, tenga la capacidad de inserción en la vida cotidiana y dé soluciones a necesidades concretas.

Artesanía decorativa: se entenderá por artesanía decorativa, aquel objeto que luego de ser considerado artesanía, su uso principal sea decorativo u ornamental.

Artesanía de accesorios: se entenderá por artesanía de accesorios, aquel producto que luego de ser considerado artesanía, manifieste la cualidad de ser adorno corporal u objeto complementario de una prenda de vestir. (Art. 5, p. 4-5)

Con la investigación se logró hacer un abordaje sobre la problemática que surgió de la necesidad de conocer y analizar el estado actual sobre el uso de empaques para comercialización y entrega de productos en Plaza Artesanal de la ciudad de Santa Ana, para identificar las características técnicas y de diseño de empaques que contribuyan a la comercialización de los productos artesanales de tela y cuero, en dicha plaza y finalmente proponer un prototipo de empaque innovador que favorezca la comercialización de productos artesanales de tela y cuero, en el mismo lugar.

Metodología

El modelo utilizado para la investigación se planteó siguiendo los lineamientos de la investigación acción y empleó una metodología mixta bajo el modelo de igualdad de estatus, porque se ejecutaron de forma simultánea metodologías con enfoque cualitativo y metodologías con enfoque cuantitativo. Las técnicas empleadas fueron la entrevista, la observación y la encuesta en línea.

La población estuvo compuesta por tres unidades de análisis: vendedores de productos artesanales del municipio de Santa Ana; empaques de los productos artesanales más comercializados de tela y cuero, además, las personas que compran productos artesanales en el municipio de Santa Ana. Se realizó un muestreo no probabilístico intencional para seleccionar las primeras dos unidades de análisis y muestreo por cuotas para la última que estaba constituida por los compradores. La muestra final obtenida fue de 9 entrevistas válidas a los dueños o administradores de los negocios ubicados en la Plaza Artesanal de Santa Ana y para el caso de los empaques se hicieron un total de 9 observaciones. Mientras que la muestra correspondiente a los compradores de productos artesanales de cuero y tela, fue de 44 encuestas válidas.

La validación de los instrumentos se hizo por medio del método denominado juicio de expertos, el cual se suele utilizar cuando la posibilidad de la experimentación es muy limitada, aclarando además que las respuestas o juicios de los expertos deben ser agrupadas para derivar en una sola medida. Para este juicio de expertos se utilizó una plantilla, con los criterios para medir el nivel de concordancia entre la temática, los



objetivos planteados y el instrumento.

Por tener un diseño mixto, en donde se utilizarán dos enfoques diferentes, el análisis se realizó por separado.

El análisis de la información cualitativa se realizó en el programa AtlasTi, que permite realizar un análisis bajo la teoría fundamentada; para este análisis se llevó a cabo la segmentación de los fragmentos textuales de las entrevistas y las listas de cotejo agrupándolas en las categorías obtenidas de los ejes temáticos incluidos en el instrumento; la conceptualización y clasificación identificando algún fenómeno relevante en los registros textuales; la vinculación de categorías: también conocida como codificación axial, creando redes y ejes temáticos; el análisis por ejes temáticos y por casos, finalmente la fase de síntesis.

Mientras que los análisis de los datos cuantitativos se desarrollaron con el programa Microsoft Excel, la validación de los instrumentos se hizo por medio del método denominado juicio de expertos.

Cabe resaltar que la investigación fue aprobada por el Comité de Ética para la Investigación en Salud de la Universidad Autónoma de Santa Ana, además se desarrolló respetando los principios bioéticos de autonomía, confidencialidad, justicia, beneficencia y no maleficencia. Aunado a esto, la participación de los comerciantes de artesanía fue voluntaria la cual estuvo expresada en la firma del consentimiento informado. Se garantizó la confidencialidad de los datos asignando un código único a cada participante para evitar que sus datos se asocien a su identidad.

A partir de los resultados de la investigación, se elaboró un plan de intervención en el cual se

describió el contexto a intervenir, se redactaron los objetivos de del plan, los cuales dieron origen a una matriz, por medio de la cual se definieron nombres de estrategias, se planificaron los recursos a utilizar y se establecieron las fuentes de verificación, permitiendo identificar todos los insumos necesarios para que los objetivos se concretaran, gracias a eso se logró la estructuración y redacción de cada una de las estrategias del plan de intervención, con las cuales se analizaron materiales, dobleces, sistemas de cierre, hasta obtener las formas idóneas para crear desde el programa Adobe Illustrator, troqueles de 3 medidas diferentes, diseñando luego los prototipos de 3 empaques con diferentes medidas, a los cuales se les ideó partes internas como separadores, para lograr distribuir los productos de tela y cuero para protegerlos por cualquier tipo de traslado.

Resultados

Necesidades de comercialización de los productos artesanales de tela y cuero, en la Plaza Artesanal de Santa Ana

Los productos que más se venden en la Plaza Artesanal de Santa Ana, según lo que expresaron los comerciantes entrevistados son las prendas de tela, entre las que se puede mencionar camisas y gorras, seguidas por los artículos elaborados en cuero, además de los artículos elaborados de manera artesanal en madera, como elementos decorativos. Estos son productos que se pueden utilizar en la cotidianidad, como decoración para el hogar y artículos para ser enviados como obsequios a otro país.

Con respecto a la experiencia en las ventas de artesanías, los tipos de clientes que compran



frecuentemente en las tiendas ya sea nacionales o extranjeros se identificó que las ventas de artesanías se realizan a personas que vienen del extranjero, en su mayoría personas de nacionalidad salvadoreña que viven en otros países y vienen al país de visita, con poca frecuencia compran personas de otras nacionalidades, e incluso los entrevistados manifestaron que las compras por parte de salvadoreños que residen en el país es mínima.

Sobre las características que los comerciantes consideran importantes a la hora de elegir un empaque para entregar sus productos, opinaron que es importante la protección del producto; incluir información sobre el producto para el consumidor y colocar el logotipo del negocio, así como el color del empaque; además se requiere que sea amigable con el medio ambiente; que incluya información cultural/turística sobre El Salvador; que se le pueda dar un segundo uso; que sea fácil de agarrar, transportar y que el tamaño sea acorde al producto, ellos consideraron que la característica más importante que debe tener un nuevo empaque es que sea de bajo costo para que sea rentable, debido a que muchas de las personas que llegan a comprar a la Plaza Artesanal solicitan rebajas en los precios de los artículos. Las personas entrevistadas coincidieron también en que otras características importantes son: que el empaque sea amigable con el medio ambiente; que tenga datos culturales sobre el país y por supuesto la información de la tienda donde compraron, como logo, teléfonos o dirección.

“Sí, esas características sí me parecen bien. Me puede gustar que no dañe el medio ambiente, es un empaque que no es de plástico, que viene con todas las características del local y a la misma

vez que no dañe el medio ambiente”. (Entrevista personal5_3 de septiembre, 2021)

“Estoy de acuerdo en los aspectos que dice, ya que tiene que representar algo cultural y los colores acordes, y he visto que la gente guarda empaques porque son bonitos. A la hora de fabricar debería de garantizar un buen precio, se tiene que valorar un precio del empaque”. (Entrevista personal6_3 de septiembre, 2021).

Experiencia del consumidor de productos artesanales sobre los empaques

Por otra parte, a los consumidores de productos artesanales se les consultó si a la hora de comprar productos en la Plaza Artesanal de Santa Ana han tenido algún inconveniente y especificar cuáles fueron, haciendo énfasis en que esto se debió al empaque en el que le entregó el artículo. Con respecto a esta pregunta, el 63.6% de los participantes respondió que no hubo inconveniente, mientras que el 38.1% sí tuvieron problemas con el producto manifestando que los principales inconvenientes debido al empaque fueron que los artículos comprados se rayaron, un 23.8% expresó que los productos se ensuciaron porque estaban envueltos en papel periódico, el 19% que los productos se mojaron y en el caso del 9.5% se quebraron.

En relación a la principal razón por la cual los encuestados expresaron no estar satisfechos con el empaque (bolsa de gabacha) de los productos artesanales que adquieren en la Plaza Artesanal de Santa Ana pueden evidenciarse en la tabla 1, que están insatisfechos porque la bolsa plásticas no protege y hay fragilidad en las artesanías, y peligra dañar los productos o pierden interés por no poseer una presentación funcional y los



comerciantes no poseen empaques adecuados para entregar los productos, sino que estos son envueltos en papel periódico y entregados en bolsas plásticas; además, pierde la presentación debido a la fragilidad de las artesanías, una bolsa plástica no protege el producto comprado.

Tabla 1

Razones por las cuales los consumidores se encuentran satisfechos, poco satisfechos e insatisfechos con el empaque de los productos artesanales que han comprado en la Plaza Artesanal de Santa Ana

Razones	Porcentaje
Por la fragilidad de artesanías la bolsa plásticas no protege, daña los productos o pierden la presentación	34.4%
Porque me dieron bolsas de plástico/envolvieron en periódico	28.1%
Porque es un producto que vale la pena, es excelente producto	9.4%
Por el atractivo que tienen y que algunos empaques son de material reciclado	6.3%
Considerando que es importante valorar los productos hechos de 100% salvadoreños	6.3%
El empaque no ha afectado la calidad del producto; sin embargo, puede ser más atractivo a la vista.	3.1%
No tengo problemas con el empaque, aunque no todos los lugares que venden tiene una marca o nombre de su empresa	3.1%
Depende de qué tanto gasten así es el empaque, hay cajitas muy bonitas para guardar las cosas pero cuando es poco lo invertido es solo envoltorio de papel y una bolsa negra	3.1%
Porque son prácticos, pero no muy llamativos.	3.1%
No he tenido problemas	3.1%
Total	100.0%

Nota: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta en línea.



Características técnicas del diseño de empaques para los productos artesanales más comercializados de tela y cuero, en la Plaza Artesanal de Santa Ana

Específicamente refiriéndose al diseño de los empaques para productos artesanales, se les preguntó a los encuestados qué tan importantes son ciertos atributos que deben cumplir para ser funcionales, tales como: proteger adecuadamente los productos, incluir el logotipo de la empresa, negocio o comercio, el color del empaque, que sea amigable con el medio ambiente, entre otros

atributos. Como puede verificarse en la tabla 2, las respuestas fueron que todos los atributos son considerados muy importantes por los consumidores; sin embargo, cabe señalar que el color del empaque y que se le pueda dar un segundo uso, son los atributos del diseño que tienen los niveles más bajos de importancia. utilizar en la cotidianidad, como decoración para el hogar y artículos para ser enviados como obsequios a otro país.

Con respecto a la experiencia en las ventas de



Tabla 2

Atributos del diseño de empaques que son importantes para los consumidores

Atributos	Muy importante	Algo importante	Indiferente	Nada importante
Protección adecuada de las artesanías adquiridas	90.9%	9.1%	0.0%	0.0%
Incluir información para el consumidor sobre las artesanías que contiene dentro	70.5%	27.3%	2.3%	0.0%
Incluir el logotipo o nombre de la Plaza Artesanal	72.7%	22.7%	0.0%	4.5%
El color del empaque	50.0%	31.8%	6.8%	11.4%
Que sea amigable con el medio ambiente	72.7%	27.3%	0.0%	0.0%
Incluir información cultural/turística sobre El Salvador	77.3%	18.2%	4.5%	0.0%
Que se le pueda dar un segundo uso	59.1%	29.5%	2.3%	9.1%
Que el empaque sea fácil de agarrar y transportar	88.6%	11.4%	0.0%	0.0%
Que el tamaño sea acorde a las artesanías que contiene	88.6%	11.4%	0.0%	0.0%
Incluir la clasificación del tipo de artesanía adquirida	72.7%	22.7%	0.0%	4.5%

Nota: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta en línea. Los resultados reflejan el porcentaje de fila.



Ahora bien, al momento de realizar la observación de los empaques, y cotejar las respuestas de los comerciantes entrevistados se verificó que los productos comercializados en la Plaza Artesanal de Santa Ana son entregados en bolsas plásticas conocidas como “de gabacha”, cajas de cartón reutilizadas, papel de empaque o papel periódico,

lo cual no puede considerarse un empaque como tal; sin embargo, en este caso se observó el proceso de empackado utilizando los materiales anteriores y a continuación, se detallan los principales resultados a partir de la aplicación de la guía de observación:

Tabla 3

Resultados de las observaciones realizadas a los empaques

Indicador	Resultados
Funcionalidad opcional	En cuanto a la funcionalidad se pudo observar que las bolsas plásticas pueden tener una segunda función en el hogar sobre todo para depositar la basura.
Impacto Ambiental	Respecto al impacto ambiental, las bolsas plásticas no son biodegradables.
Características del material	En cuanto a resistencia y durabilidad pudo observarse que las bolsas plásticas no poseen características de resistencia y durabilidad.
Condición de necesidad	No satisface necesidades por forma y contenido, no puede usarse para volver a trasladar o guardar productos u objetos diversos, no protege.

Nota: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta en línea.

Durante las observaciones, se encontró que para el caso de las bolsas plásticas o papel, que son utilizadas por los comerciantes, como un tipo de empaque para las artesanías, todas sus características técnicas de diseño no aplican, estas son: coleccionable, asociación sentimental, vínculo sociocultural, intencionalidad en el mensaje, relación de marca, simplicidad de comunicación y simplicidad de forma, ya que no

es funcional y se emplea la misma bolsa tanto para artesanías de tela como cuero; además, este no protege el producto ni posee elementos gráficos; por tanto, tampoco se genera una conexión emocional.

De igual forma, se constató que al entregar los productos a los compradores que adquieren varios artículos, los comerciantes introducen todos los productos en una bolsa y los vuelven a



meter en otra bolsa más para que no se rompan. En algunos casos, cuando se trata de varios productos que son frágiles se utilizan cajas grandes, pero no tienen empaques establecidos, sino cajas que van reciclando.

Discusión

En el proceso de la comercialización de productos artesanales, no solo es necesario conocer las características de cada producto como, por ejemplo: medidas, pesos, tipos de materiales y texturas, sino también, aprovechar esas ventajas para saber organizar los productos cuando deban colocarse dentro de un empaque, para que los espacios, ubicación y distribución sean los más adecuados para guardar, proteger y trasladar los productos.

Las artesanías también son un tipo de productos que requieren del diseño de empaques para ser comercializados y trasladados hacia diferentes partes del país o al extranjero y dependiendo de la variedad de materiales, formas, colores, tamaños; pueden ser distribuidos por microempresarios desde ferias, centros de artesanías (mercados locales) o tiendas de artesanías (espacios propios); sin embargo, ocurre que cuando el cliente se decide en la compra, el microempresario procede a hacer la entrega, usando envoltorios básicos donde se introduce el producto artesanal y si es necesario protegerlo más, lo envuelven con papel kraft o papel periódico; esto se verificó en una visita previa y entrevistas realizadas en la Plaza Artesanal de Santa Ana, conocida como “Mercado de Artesanías”.

En la parte interna de la plaza, se encuentran los microempresarios comercializando productos artesanales y estos expresaron que poseen una

cartera de clientes los cuales en su mayoría compran productos elaborados en tela y cuero, algunos estampados como camisetas, bolsos, delantales, gorras, toallas, algunos tejidos como manteles, muñecas de trapo y hamacas y que las características que buscan es por lo general que posean colores y texto escrito sobre El Salvador, siendo los productos artesanales de tela, los que ocupan el primer lugar en sus ventas. El siguiente grupo de productos artesanales más vendidos, son los que se elaboran en cuero, en especial las sandalias con diseños pirograbados y con fragmentos de telas de colores, así como los diseños de bolsos en cuero, con fragmentos de tela colorida, llaveros, billeteras y porta vasos tequileros.

Con estos insumos se marca un precedente para desarrollar investigaciones relacionadas con la problemática identificada, considerar otras variables y profundizar en elementos que no se lograron reflejar en este estudio.

Conclusiones

Los comerciantes de la Plaza Artesanal de Santa Ana no utilizan empaques adecuados y funcionales a la hora de entregar los productos al comprador, únicamente utilizan bolsas de plástico genéricas, papel periódico o de manila. Por lo anterior, es evidente que las bolsas plásticas, papel periódico o manila utilizados para envolver los productos artesanales no cumplen con las características técnicas de diseño y no son funcionales.

Los consumidores de productos artesanales de la Plaza Artesanal de Santa Ana, prefieren este lugar debido a que los productos que encuentran son de calidad y autóctono, a buen precio, duradero; sin embargo, lamentan que, en lugar



de un empaque adecuado los productos sean entregados en bolsas plásticas o envueltos en papel manila o periódico.

Es importante resaltar que para la entrega de productos se vuelve primordial el diseño del empaque, así como es indispensable el buen uso de los materiales, medidas, colores, imagen a proyectar, así como la innovación y la funcionalidad del diseño, pues al proteger los contenidos y además ser visualmente atractivo el empaque, generará una experiencia positiva en los clientes que compren productos artesanales de tela y cuero en el Mercado de Artesanías de Santa Ana.

Los resultados de la investigación permitieron conocer datos sobre la forma de entrega de productos artesanales, materiales y problemas relacionados a funcionalidad de empaques. La información dio paso a generar una nueva propuesta de diseño, que favorezca el traslado, resguardo y entrega de los productos, la cual partió de un Plan de intervención, organizando y buscando diferentes propuestas de prototipos de empaques a través del análisis y procesos de bocetería y prácticas con materiales, medidas, troqueles, dobleces, etc. hasta encontrar la forma idónea e innovadora de contener, resguardar y trasladar productos artesanales de tela y cuero, para lo cual fue necesario tener dichos productos, solicitando 6 de ellos, con dimensiones parecidas, para poder doblarlos, hacer pruebas por las posibles medidas y comenzar a buscar la verificación de grosores, dobleces y resistencia del material, para pensar en la forma y la funcionalidad del traslado de los productos, encontrando 2 diferentes grosores de cartones que pudiesen soportar el

peso y no se desfundara la base, practicando dobleces, sistemas de cierre y buscando formas de troqueles, a prueba y error, iniciando inclusive con medidas más pequeñas y con grosores de cartoncillo folcote, que es mucho más delgado, pero que dichos ejercicios permitieron dimensionar las necesidades hasta lograr definir los 3 diseños de prototipos de empaques, los cuales también fueron beneficiados con el diseño de una cinta adhesiva tipo vincha, que atraviesa y sella el empaque, la cual posee texturas visuales y grafismo, decorando cada empaque con coloridas flores, hojas, objetos que se venden en Plaza Artesanal y que al estar todas esas figuras dentro de esa cinta recrean el empaque con un fragmento que evoca a las artesanías que se observan en cada uno de los locales de venta, además en la punta aparece el diseño del logotipo de la Plaza Artesanal, el cual fue creado, partiendo de las características propias del lugar y como última parte en el diseño, se elaboró una propuesta de viñeta que contiene información e ilustración sobre un símbolo patrio, que es colorido, refleja y evoca el amor por el país, otorgando un atractivo visual y dando un plus emotivo y diferenciador.

Agradecimientos

Se agradece el apoyo de Lcdo. Mauricio Salvador Guzmán Reyes en la elaboración de la investigación que ha dado pie a este artículo.



Referencias bibliográficas

Andrade, B. R., Rivera, M. A., y Guzmán, H. L. (2018). El empaque como oportunidad para el desarrollo del producto y el consumidor responsable; una mirada desde la industria en Norteamérica y Suramérica. *Saber, Ciencia y Libertad*, 13(1), 164-179. doi://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2018v13n1.2558

Bedregal Barrera, A. (2015). *Renacer: Hacia una cultura posconsumo en el empaque* (Tesis de posgrado, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia). Recuperado de: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/1715/T010%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bustos F., C. (2009). La producción artesanal. *Visión Gerencial*, (1),37-52. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545880009>

Cámara de Comercio de Bogotá (2019). *Guía Práctica: Sistema de Empaque, embalaje y etiquetas para una Exportación*. Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14382/Gu%c3%ada%20Pr%c3%a1ctica%20Sistema%20de%20Empaque%20Envase%20Embalaje%20y%20Etiqueta%20para%20una%20Exportaci%c3%b3n%20%28002%29.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Castro Rozo, Á. (2020). El rol del empaque más allá del consumo. Recuperado de: https://repository.libertadores.edu.co/bitstream/handle/11371/3520/Castro_Alvaro_2020.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Córdova Quintero, B. J. (2018). *Diseño de empaques para productos artesanales de cerámica de la Fábrica ANGARA* (Tesis para Licenciatura, Universidad del Azuay). Recuperado de: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/7757>

García, R. P., y Armendáriz, O. B. (2017). *Envase y empaque para artesanía Tarahumara: Una perspectiva desde el diseño industrial*. *Cultura Científica y Tecnológica*. Recuperado de <file:///C:/Users/UNASA/Downloads/Dialnet-EnvaseYEmpaqueParaArtesaniaTarahumara-7177666.pdf>

Ley de fomento, protección y desarrollo del sector artesanal de la República Salvadoreña, Decreto N° 509, Diario Oficial N 205 Tomo N 413, (2016). Recuperado de: http://www.sice.oas.org/SME_CH/SLV/Ley_de_Fomento_Sector_Artesanal_s.pdf



- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura/Centro de Comercio Internacional (1997). Adopción de las recomendaciones y del plan de acción. En informe final del Simposio Internacional sobre la Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera. Simposio llevado a cabo en Manila, Filipinas. Recuperado de: <https://docplayer.es/2199524-Simposio-internacional-sobre-la-artesanía-y-el-mercado-internacional-comercio-y-codificacion-aduanera-manila-filipinas-6-8-de-octubre-de-1997.html>
- Ortuño, J. (2013). Diseño de Packaging para café (Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca). Recuperado de: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5249/1/tdis112.pdf>
- Revelo Unigarro, M. F. (1998). Empaques para artesanías nariñenses. Ministerio de Desarrollo Económico Artesanías de Colombia. Recuperado de: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/4565/1/INST-D%201998.%2021.pdf>
- Rodríguez, R. (2009). Comercialización con Canales de Distribución. Editorial STRUO Recuperado de: <https://issuu.com/rhrdgz/docs/ccdd>
- Román, J. R. (2003). La calidad en los productos del medio rural. Acciones e Investigaciones Sociales, (18), 191-195. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=756466>
- Tena, D. (2005). Diseño Gráfico y Comunicación. Editorial. Pearson Prentice Hall.