

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**

FACULTAD DE ARTE Y DISEÑO



Vacas Felices: Una propuesta de packaging sostenible

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de
Bachiller en arte con mención en diseño gráfico presentado por:

Valeria Nicole Florindez Carrasco
Joyce Carolina Solis Escalante

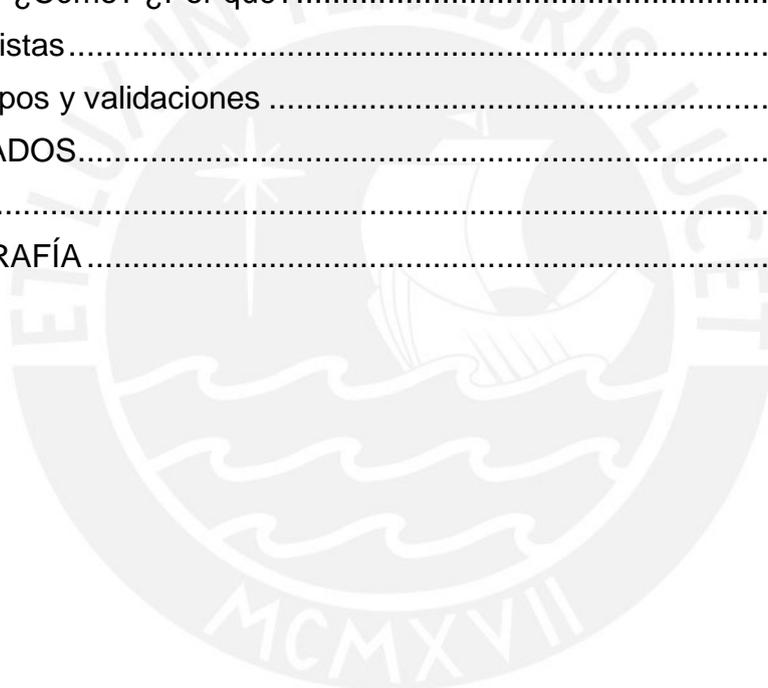
Asesor(es):

Isabel Hidalgo Valencia
Noel Gonzalez Rivero

Lima, 2018

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	5
2. INTRODUCCIÓN	6
3. ANTECEDENTES.....	8
4. CONCEPTO.....	11
5. METODOLOGÍA	12
5.1 “Haciendo lo correcto”: Descubrir y definir	13
5.2 “Hacer las cosas correctas”: Desarrollar y Entregar	13
5.3 ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?.....	13
5.4 Entrevistas.....	14
5.5 Prototipos y validaciones	14
6. RESULTADOS.....	14
7. ANEXO:	15
8. BIBLIOGRAFÍA.....	22



LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Registro fotográfico del espacio	15
Figura 2: Registro fotográfico sobre las tres interrogantes	17
Figura 3: Registro fotográfico sobre entrevista del perfil de usuario	18
Figura 4: Registro fotográfico sobre primera validación.....	19
Figura 5: Registro fotográfico de la segunda validación	20
Figura 6: Resultado final de packaging para Vacas Felices.....	21



Vacas Felices: *Una propuesta de packaging sostenible.*

Joyce Solis Escalante, Valera Florindez Carrasco.

Diseño gráfico, Pontificia Universidad Católica del Perú.

RESUMEN

En esta investigación se realiza un estudio de campo con la finalidad de proponer envases sostenibles y funcionales que contribuyan con la necesidad de los usuarios de la bioferia “Mercado Saludable de La Molina”. Centrando el estudio de la bioferia “Mercado Saludable de La Molina”, una de sus marcas más importantes es “Vacas Felices”, empresa que se dedica a la producción de lácteos orgánicos y saludables, beneficiando así a las familias productoras y consumidoras de estos productos.

Se observa una problemática de traslado y protección de las botellas de leche de un litro por parte de sus usuarios, es por eso que se opta por la creación de un packaging que facilite la experiencia de compra de los clientes en Vacas Felices. Es por eso que se emplean diversos métodos de investigación, como la metodología del Doble Diamante, entrevistas directas con el usuario de testeo y a la encargada de ventas de Vacas Felices. De esta manera se pudo proceder a un análisis de la información, y se encontró una problemática en común para los usuarios, transporte y seguridad. A partir de estas dificultades se procedió a la elaboración del prototipo que responda a las necesidades de los clientes y la empresa Vacas Felices.

Finalmente, se implementó el producto, demostrando que esta propuesta de packaging sostenible respondía a las necesidades de la empresa y sus clientes, logrando así un transporte óptimo y seguro de las botellas de leche de Vacas Felices.

Palabras clave- Mercado Saludable, packaging, cartón, vidrio, leche fresca, sostenible.

ABSTRACT

This research aims to carry out a field study aiming to propose sustainable and functional packages that satisfy the users' needs for consuming the products offered at the "Mercado Saludable de La Molina". Focusing the study in this biofair, one of its most important brands is "Vacas Felices", a brand dedicated to the production of organic and healthy dairy products, benefiting the producers and consumers' families of these products.

An identified problem is the protection and transportation of 1-liter milk bottles by their consumers, that is why we choose to create a packaging that facilitates the consumers' shopping experience at "Vacas Felices". For this reason, various methods are applied, such as the Double Diamond methodology, face-to-face interviews with participants in the testing and validation and with the sales manager of "Vacas Felices", with the aim to evaluate the best alternatives to satisfy the needs of the "Vacas Felices" users.

Thus, we could proceed to analyze the information, finding a common problem perceived by users: transportation and safety. Based on these difficulties, the prototype was developed, achieving, optimal, and safe transport

of “Vacas Felices” milk bottles. It should be noted that the proposal also fulfills a contribution to environment care, being socially, environmentally and economically adequate, while responding to the needs of the clients, staff and owners of “Vacas Felices”.

Keywords- Healthy Market, Packaging, cardboard, glass, fresh milk, Sustainable.

2. INTRODUCCIÓN

En el reciente estudio tomamos como campo de investigación la bioferia “Mercado Saludable de La Molina”, el cual tiene siete años de implementación por parte del Grupo ECO-LÓGICA Perú. Este grupo nace en el año 1998, y tuvo como propósito el diseño de bioferias en Lima, las cuales brindan apoyo a los agricultores o pequeñas familias productoras, capacitándose en técnicas agroecológicas, demostrándose que la implementación de biohuertos, abonos orgánicos y el control de plagas benefician a mejorar su calidad de vida, y su ingreso al mercado local. De esta manera, concientizar a la población limeña de un consumo responsable y ético de productos ecológicos u orgánicos.

Iniciaron con el proyecto del “Delivery Ecológico” y posteriormente, crearon las bioferias. El primer proyecto obtuvo más aceptación por el público; sin embargo, al iniciarse el proceso de certificación y capacitación de la bioferias en la red de Agricultura Ecológica-RAE, decidieron enfocarse en el proyecto de bioferias (Wú Guin, 2004). Este nuevo modelo de comercio ecológico, como lo son las bioferias, tienen como objetivo promover de forma diversificada productos ecológicos de gran calidad, los cuales servirán para que las prácticas

responsables del cuidado de los recursos naturales y la vida saludable sean difundidos y promovidos a la sociedad en general (Higuchi, 2015).

Dentro del apoyo a estas familias, nos referimos a mejorar la calidad de vida, al implementar y educar a estas familias sobre herramientas o medidas de cómo tratar el espacio de agricultura, los implementos que se deben utilizar sobre sus productos, y ampliar su visión laboral.

Como parte de esta investigación, hemos tomado como punto de partida del “Mercado saludable de la Molina”, la marca “Vacas Felices”, la cual fue fundada por Maria Isabel Quiroz en el 2002, después de años de investigación y estudios. “Vacas Felices” es una empresa destinada a la producción de productos lácteos orgánicos y setas. Tiene como misión y visión están enfocadas a la revaloración de la vida en el campo y la sabiduría ancestral; la capacitación de comunidades sostenibles económica, social y ambientalmente; la alimentación responsable y saludable. Con estos propósitos, Vacas Felices ha desarrollado vínculos con familias de distintas comunidades para la producción de diferentes productos, y también ha generado confianza con las familias consumidoras ya que sus productos cumplen con las expectativas ecológicas u orgánicas, además cumple con el reglamento técnico para productos orgánicos (Vacas Felices).

Los usuarios de Vacas Felices asistentes al Mercado Saludable de la Molina se caracterizan por ser en su mayoría madres de familias preocupadas por el bienestar familiar, pues buscan cambiar sus hábitos alimenticios optando por lácteos orgánicos y setas. En el estudio, se ha observado que los productos que se consumen más son la leche, el yogur, la mantequilla, siendo la leche fresca el producto más consumido, de dos a cuatro unidades son consumidas

por cada familia que asiste al mercado a comprar en la tienda, “Vacas Felice”, estas son entregadas en botellas de vidrio transparente de un litro junto a bolsas de papel que resultan ser de un tamaño menor al de las botellas dificultando la movilización y seguridad de estas. Además los clientes que asisten al Mercado Saludable de la Molina mencionan que si bien opinan que el uso del vidrio para el embotellamiento de la leche es la mejor opción, así mismo, ellos creen que es necesario el uso de un empaque para movilizar las mismas, pues al comprarlas tienen que optar por dejar las botellas en el puesto de Vacas Felices, para seguir haciendo sus compras en el mercado y ya al terminar, regresan al puesto para llevar las botellas, causando gran incomodidad en los clientes.

3. ANTECEDENTES

En el Perú, el consumo de leche es parte de la dieta de muchas familias, representando el 3.4% de la canasta básica, ya que posee gran valor nutricional para el desarrollo infantil.

Según un reporte de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación ([FAO], 2011), la producción mundial de leche, en el año 2010, fue de aproximadamente 710 millones de toneladas. Esta producción estuvo concentrada en Asia y en la Unión Europea (Pineda,2014).

En el caso de nuestro país, según la Asociación de Industriales Lácteos (ADIL), el consumo de leche fresca ha ido creciendo durante los últimos años, hasta un 84% en el periodo del 2000-2009. Esto se debe al crecimiento sostenido con relación al incremento de productividad por vaca, ampliación de rutas e ingreso

a un mercado seguro. Añadiendo que Lima es el centro de consumo de lácteos, principalmente leche evaporada, seguida por la leche pasteurizada y condensada.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática ([INEI], 2012), en su Informe Técnico N.º 03 sobre la producción nacional a enero de 2012, indica que la mayor producción de leche en el Perú ocurre en las cuencas lecheras de Arequipa, Cajamarca y Lima, y la diferencia entre ellas radica fundamentalmente en factores climatológicos, lo que genera una diversificación en los recursos, así como en los sistemas productivos que se utilizan en cada una de ellas. (Pineda, 2014)

En el Perú, el índice de consumo de productos lácteos es alto, derivando en leche fresca, leche evaporada y leche en polvo. Además, ha incrementado el porcentaje de producción de productos lácteos en diferentes sectores del país, de los cuales, han ingresado al mercado nuevas alternativas que ofrecen productos lácteos orgánicos. (Pineda, 2014)

La empresa Vacas Felices produce lácteos desde hace 16 años, optando por un sistema integral y sostenible, que permita un mejor desarrollo en áreas de producción y venta. Es por eso que sus lácteos, especialmente la leche fresca, siguen un tratamiento natural desde el campo hasta la extracción de su leche y su siguiente envasado en botellas de vidrio. Según la guía de “Envases y Embalaje del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo” (2009), se utiliza el vidrio como envase alimentario por las siguientes cualidades: en primer lugar, es un material impermeable a los gases, vapores y líquidos, pues funciona como material de protección; segundo lugar, es un material higiénico e inerte, fácil de lavar o esterilizar y que no altera los sabores o texturas de los alimentos; por

último, es económico, ya que se produce en grandes cantidades, además se puede reutilizar. Estas son las cualidades por lo que se opta el uso del vidrio para la leche fresca en Vacas Felices, siendo envasadas desde su granja productora en Ayas y transportada hasta los diferentes tiendas y mercados ecológicos, en especial el Mercado Saludable de la Molina.

El campo de Estudio del Mercado Saludable de la Molina, que se desarrolla en el CIAM, está distribuido por espacios los cuales permiten a los feriantes poder exponer y vender sus productos, también están ubicados estratégicamente para facilitar al usuario poder reconocer y acceder a la marca. Por otro lado, es una alternativa de acceso a puntos de venta, pues forma parte de una red de bioferias y biomercados que se encuentran en distintos sectores de Lima, de esta manera brinda a varios grupos socioeconómicos acceder a estos espacios con relación al producto de compra y costo.

Según el Estudio de mercado de APECY (2015), la opinión y la razón por la cual los usuarios recomiendan la Bioferia Mercado Saludable de La Molina es porque está estratégicamente ubicada (64%), proporcionar buenos productos (59.6%). Además, que la calificación que se le da a la ecoferia según los usuarios está principalmente relacionada con la seguridad, limpieza y la variedad de productos (más del 50% está de acuerdo).

(Casas, 2016)

Se ha observado con respecto al usuarios, el rango de edad está entre los 25 a 50 años, suele asistir en familia, la mayor parte de consumidores son mujeres (principalmente amas de casa), optan por conservar una vida saludable, su frecuencia de asistencia a la feria aumenta los fines de semana, optan por asistir

a esta feria por la variedad y calidad de productos ecológicos u orgánicos. Con respecto a la marca Vacas Felices, optan por la compra de botellas de leche fresca, pues se considera que es beneficiosa para su salud y de sus familiares, además, los usuarios disponen de información sobre el contenido del producto, así mismo, la validación de su certificado como producto orgánico.

4. CONCEPTO

En este proyecto se propone diseñar un packaging para dos botellas de leche de la empresa Vacas Felices. Se busca facilitar el transporte y seguridad de estos productos lácteos, además de ser un empaque ecológico que favorezca a la disminución del uso de plástico. En primer lugar, se plantearon diseñar bocetos que cumplan con los conceptos, transportable, compacto y seguro.

El diseño consiste en un packaging ecológico de cartón el cual brinda seguridad y movilidad al usuario. Es “ecológico” porque utilizamos cartón, material biodegradable, reciclable, reutilizable, que no genera daños al medio ambiente, y que no contiene contaminantes o químicos en su composición. Una de las propiedades del cartón es que tiene un sistema de flautas o hilos, y dependiendo de la dirección contribuirá a la rigidez del packaging. Por último, tiene una capacidad de retención y pérdida de humedad.

El empaque está formado en una sola pieza que se arma a partir de dobleces, y cuenta con candados que funcionan como seguros para mantener el empaque compacto. El diseño funciona de manera vertical, uno, con relación a las flautas del cartón y segundo, con la forma del producto que contendrá.

La ventaja de esta propuesta es que disminuimos el uso de empaques de plástico, porque estos pueden producir efectos en el usuario y medioambiente, como enfermedades (cáncer) y problemas respiratorios, desprende gases tóxicos y no es degradable, pues no tiene que desplegarse todo el empaque, sino, un candado o seguro que une las piezas internas. No se interpondrá en el transporte de otros productos, por lo tanto, no se tendrá que guardar las botellas o comprar al final.

5. METODOLOGÍA

En el proyecto se empleó la metodología del doble diamante, el cual es un método que consiste en el planteamiento de soluciones a una problemática con relación a un estudio de campo. Consta de dos partes, la primera parte se denomina “Haciendo lo Correcto”, el cual se trata de descubrir y definir el problema correcto, mientras que la segunda parte se denomina “Hacer las cosas correctas”, en el cual se empieza por la ideación de una solución, buscando las ideas más divergentes posibles. (Anexo 1)

Además, se utilizó la herramienta del ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?, el cual consiste en registrar fotográficamente lo que ocurre en el espacio y contexto, para posteriormente analizar y definir las problemáticas. Finalmente se utilizó las entrevistas como método de estudio para conocer el perfil de los usuarios de Vacas Felices del Mercado Saludable de la Molina. Este método facilita la comprensión de las necesidades de los usuarios, además de sus opiniones acerca del proyecto en desarrollo, y así poder validar satisfactoriamente el producto final.

5.1 “Haciendo lo correcto”: Descubrir y definir

Esta etapa inicia con el desarrollo de un brief, en el cual se evalúan campos de interés, se definen características, lugares y personas, además de evaluar un panorama general y agrupando los hallazgos en tópicos. Luego de cumplir con el desarrollo del brief y las investigaciones, se sintetiza la información para dar sentido a los hallazgos obtenidos, renovando el brief que detalle el desafío del proyecto.

5.2 “Hacer las cosas correctas”: Desarrollar y Entregar

Se comienza por la ideación de una solución, buscando la idea más divergente posible. Luego de haber pasado por este proceso, se seleccionará la mejor idea mediante votación dando como resultado un grupo de ideas que se empiezan a prototipar. En el momento en que se tengan desarrolladas las ideas, se empieza el proceso de “prototipar, testear y repetir”, y de esta forma asegurar un producto que logre solucionar la problemática que se plantea en un inicio.

5.3 ¿Qué? ¿Cómo? ¿Por qué?

Se basa en observar cómo el usuario interactúa con el producto, con el espacio, y con otras personas, es decir, se explica el contexto o situación. Para ello, se interrogó a tres usuarios utilizando estas interrogantes. ¿Qué? Los usuarios tras comprar, no se llevan sus botellas de leche ¿Cómo? Los usuarios dejan encargado las botellas de leche al feriante ¿Por qué? Porque son productos muy pesados y frágiles. (Anexo 2)

5.4 Entrevistas

Esta herramienta fue utilizada desde la primera visita al Mercado Saludable de La Molina con la finalidad de conocer más el perfil del usuario, sus necesidades, y posteriormente, plantear alguna solución positiva a la problemática escogida. (Anexo 3)

5.5 Prototipos y validaciones

A partir de la observación, indagación e identificación de la problemática, se comenzó el proceso de elaboración de un packaging. Este proceso consta desde el planteamiento conceptual del packaging, la elaboración y evolución de los prototipos, y finalmente, la interacción de los usuarios con el packaging.

En la primera validación, los usuarios muestran inseguridad con respecto al packaging. Su opinión se basaba en que el material utilizado no era resistente; sin embargo, tras utilizarlo se genera más credibilidad en la resistencia del packaging, posteriormente, muestran interés en el proyecto. Además, las sugerencias de los usuarios fueron que el asa sea más ergonómica. (Anexo 4)

En la segunda validación, tras haber realizado los cambios en el packaging, los usuarios muestran su aprobación con respecto a este. Además, se redujo la cantidad de material empleado, se creó una pestaña en las caras internas del packaging para facilitar su manejo, y finalmente, se le agregó la señalética y gráfica. (Anexo 5)

6. RESULTADOS

A partir de la investigación realizada junto a la metodología del Doble Diamante, se desarrolló una propuesta de packaging diseñado principalmente

para el transporte y seguridad de las botellas de leche de Vacas Felices. Este packaging contribuye con ser eco-amigable, porque está hecho de cartón, un material reciclable y biodegradable, además de otorgarle al usuario la posibilidad de poder consumir más de un producto.

Al ser un packaging resistente, que soporte el traslado de más de dos litros de leche, contribuye con la imagen de Vacas Felices, convirtiéndose en una marca responsable con el bienestar de sus clientes, la calidad y seguridad de sus productos. Además, se propuso una gráfica para el packaging que siga el mismo lenguaje de Vacas Felices, mostrando la historia de la empresa, valores nutricionales y evidenciación de otros puntos de venta fuera del Mercado Saludable. Uno de los mayores problemas dentro de los lineamientos gráficos de la marca, es la aglomeración de información en las etiquetas de los productos, es por eso que se propone distribuir toda la información en el packaging, facilitando la lectura y legibilidad. (Anexo 6)

7. ANEXO:

Figura 1. Registro fotográfico del espacio



Generación Abeja (2014). Mercado Saludable de la Molina: 33 meses[Fotografía]. Recuperado de http://generacionabeja.blogspot.com/2014/06/mercado-saludable-de-la-molina-33-meses_10.html

Figura 2: Registro fotográfico sobre las tres interrogantes.



Registro personal



Figura 3: Registro fotográfico sobre entrevista del perfil de usuario.



Registro personal



Figura 4: Registro fotográfico sobre primera validación



Registro personal

Figura 5: Registro fotográfico de la segunda validación



Registro personal

Figura 6: Resultado final de packaging para Vacas Felices.



Registro personal

8. BIBLIOGRAFÍA

Casas, P (2016). Oportunidades comerciales para el mercadeo de productos agroecológicos y procesados de la asociación APECY en ferias ecológicas de Lima Metropolitana

Wú Guin, S (2004). La Bioferia creada por pequeños productores para beneficio de la comunidad ecológica. Recuperado de <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1202kmaPJ4o3KqciyeUnyPE8mRZ4HbCVk?ogsrc=32>

Higuchi, A (2015). Características de los consumidores de productos orgánicos y expansión de su oferta en Lima. Recuperado de <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1GvH08I2O2GBvbcoFRYYIHTGQdTNZrUFI?ogsrc=32>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2009). Guía de envases y embalajes. Recuperado de <https://drive.google.com/drive/folders/1GvH08I2O2GBvbcoFRYYIHTGQdTNZrUFI?ogsrc=32>

Pineda, M. (2014). Importancia de la leche y productos orgánicos, centrifugación, pigmentos naturales (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Perú.

Sánchez, AI (2013). Calidad higiénico- sanitaria de la leche de vaca en

los establos de la cuenca lechera de La Libertad (Tesis de Maestría).
Universidad Nacional de Trujillo. Perú.

Denison, E., & Yu Ren, G. (n.d.). Packaging 3: envases ecológicos. México,

D.F: McGraw-Hill Interamericana, 2002. Recuperado de

<http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat02225a&AN=pucp.387646&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Vidales, M. (1995). El mundo del envase: manual para el

diseño y producción de envases y embalajes. México, D.F: Gustavo

Gili, 1995. Recuperado de:

<http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat02225a&AN=pucp.45593&lang=es&site=eds-live&scope=site>

Viñolas, J. (n.d.). Diseño ecológico : hacia un diseño y una producción

en armonía con la naturaleza. Barcelona : Blume, 2005. Retrieved from

<http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat02225a&AN=pucp.403695&lang=es&site=eds-live&scope=site>.

Pardavé, W. (2004). Envases & medio ambiente. Bogotá, D.C.: Norma, 2004.

Recuperado de

<http://ezproxybib.pucp.edu.pe:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login>

.aspx?direct=true&db=cat02225a&AN=pucp.578311&lang=es&site=eds-
live&scope=site

Vacas Felices (S.F). Vacas Felices: Conozca más de nosotros. Recuperado de
<https://www.vacafelices.com/conocenos/quienes-somos>

