



DISEÑO DE ENVASES

ERGONOMÍA

Ergon. = trabajo y **Nomos.** = conocimiento.

Estudio de los datos biológicos y tecnológicos aplicados a problemas de mutua adaptación entre hombre y máquina. **RAE**



ERGONOMÍA Y DISEÑO DE ENVASES

El diseño de empaques juega un papel primordial en el mercado actual, ya que de estos dependerá en gran medida que el cliente se sienta o no a gusto con los mismos.

Un envase ergonómico debe jugar con **diseño grafico** y su dimensión perceptual de modo que el mismo resulte **atractivo, llamativo y comprensible**, pero aún más debe tener en cuenta su **funcionalidad y facilidad** de uso mientras se encuentre en manos del usuario, asegurando que el mismo sea seguro, **cómodo y práctico para el consumidor**.

La **ergonomía** juega un papel fundamental en el diseño y fabricación de los envases y empaques porque **facilitan el manejo y adaptación del producto al consumidor**, pues permiten transportarlo, manipularlo, cargarlo, destaparlo y almacenarlo de una forma segura.



CONCEPCIÓN Y VALORACIÓN DEL ENVASE

Las etapas de **concepción, diseño y valoración del envase** generalmente **son realizadas mediante procedimientos interdisciplinarios**, en los que convergen diferentes áreas del conocimiento como: **la antropometría, la biomecánica y la ergonomía cognitiva**, entre otras.



La antropometría analiza la interacción dimensional entre consumidor y producto; aquí se tiene en cuenta si será utilizado por un adulto, un niño, un joven, una mujer o un hombre.

La biomecánica investiga la relación entre movimiento y postura del usuario, con el fin de calcular el peso, área y superficie del producto, y conocer la forma más segura para utilizar el mismo.

La ergonomía cognitiva, se encarga de la forma en que los empaques o envase se comunican con las personas, un ejemplo es la manera en que se le indica al usuario cómo abrirlos, cómo cerrarlos, cómo conservarlos, etc.

“Los empaques ergonómicos facilitan la interacción del usuario con el producto, el uso. Son más llamativos y atractivos en términos formales y de lenguaje del mismo: colores, etiquetas, tapas, etc. Adicionalmente, fortalecen la marca del producto y se convierten en referentes para la categoría. Son una ventaja competitiva”. Daniela Gómez, gerente de producto de O-I Peldar



CONSIDERACIONES

- Al momento de diseñar un empaque hay que considerar la fisiología. **Los envases deben ser totalmente claros al momento de comunicar** al consumidor la manera de abrirlo y utilizarlo, se recomienda utilizar gráficas dinámicas que el mismo usuario reconozca.
- Es importante saber cuál es la fuerza que debe ejercer el usuario en su mano al abrir un envase, en el caso de los dedos individuales es recomendable usar entre 30 a 50N (Newton) en general: para el índice, 7N; para el dedo medio 6N; y 4N para el anular.
- El empaque **debe atender a las emociones y las necesidades del consumidor** pero a la vez **ser innovador** sin perder el foco entre el posicionamiento del producto.

- **La forma de los empaques y su lenguaje son importantes**, por eso deben ser **inteligentes** pero sobre todo **provechosos**.
- **Deben ser amigables con el medio ambiente**, incluso el mismo empaque debe recordarle esto al cliente.
- **Deben pensar en las características de sus clientes**: si son niños deben ser llamativos, pero seguros; para mujeres u hombres: dinámicos, con estilo, pero sobre todo pensado en sus necesidades físicas y emocionales. En caso de la población de la tercera edad deben ser fáciles de utilizar y de reconocer, así como ergonómicamente más seguros.



OBJETIVOS

El objetivo de los empaques, en general debe ser **brindar satisfacción al usuario**. Por eso, hay que centrarse en las necesidades de acuerdo al grupo al que estén dirigidos, ya que esta es la clave para lograr que sean adecuados.

El mundo es cambiante y por ende los consumidores también; esto ha llevado a que incluso **la industria del empaque se reinvente cada día** y sin lugar a dudas su aspecto es sumamente importante si se habla de salud y bienestar. El diseño influye de una manera visual, pero sobre todo experiencial.



Según Gómez, *“la tendencia a utilizar empaques ergonómicos es creciente y cada vez más las funciones de contener y proteger dejan de ser la única razón para desarrollar un empaque. Es por esto que la ergonomía permite fortalecer la relación del usuario con la marca, que a su vez, crea lazos de recordación y posicionamiento y se convierte en una de las variables que componen la decisión de compra”*.



CONCLUSIONES

Los envases y empaques juegan un papel fundamental en el mercado de la actualidad, por ello el aporte de la ergonomía es de gran importancia para el diseño de los mismos. Como vimos el fin de la ergonomía es adaptar el medio y sus objetos al usuario y sus necesidades, mejorando la comunicación entre ambos y asegurando el confort, agrado, comprensión y bienestar del mismo.

Por lo que el diseño y la ergonomía deben responder a todos estos aspectos, y no buscar solamente el consumo y éxito del producto en el mercado, sino atendiendo también a las dimensiones antropométricas, fisiológicas, cognitivas-perceptuales, psicológicas y socioculturales asegurando un discurso simple y claro entre las partes. Y, cuidando además el medio ambiente y los recursos, como disminuyendo a su vez la contaminación, los cuales hoy en día son uno de los mayores problemas a tratar cuando se trata del bienestar y salud humana y de todas las especies.



BIBLIOGRAFÍA

Extraído de: <http://www.revistadelogistica.com/ergonomia-del-producto-no-es-solo-comodidad.asp>
<http://dp3e.weebly.com/ergonomiacutea-del-envase.html>
<http://prezi.com/ilqp4fi-su1-/ergonomia-en-el-diseno-packaging>

ALUMNOS: SAMARA LARROSA, FEDERICO MASCHIO, KARINA DURÁN | GRUPO 2° PRODUCTO