



URuguay se **DISEÑA**
CONGLOMERADO DE DISEÑO | CÁMARA DE DISEÑO DE URUGUAY

SEGUNDA CONVOCATORIA A PERFILES DE PROYECTOS CONGLOMERADO DE DISEÑO



MIEM
MINISTERIO DE INDUSTRIA,
ENERGÍA Y MINERÍA



PACC



Uruguay **Cultural**
Dirección Nacional de Cultura_MEC

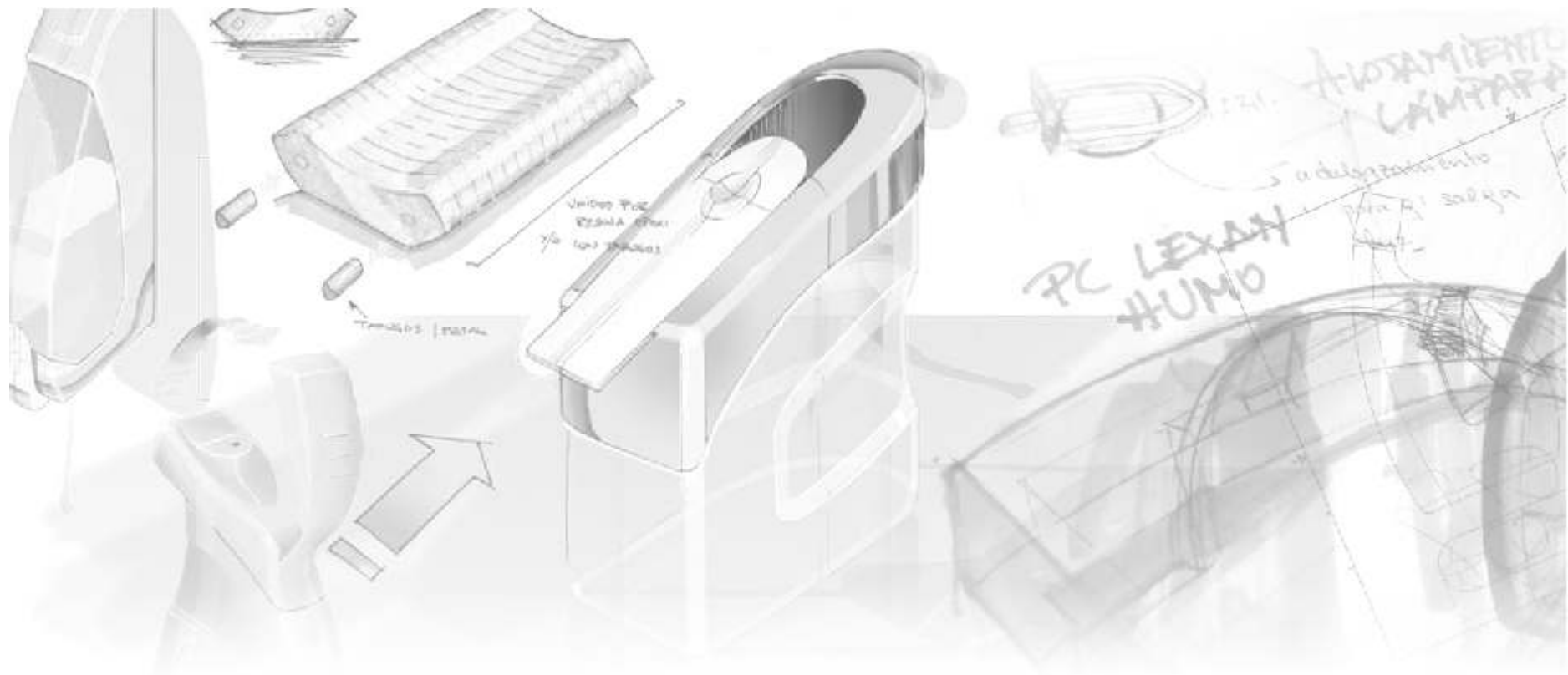


DI.PRO.DE.
DIRECCIÓN DE PROYECTOS
DE DESARROLLO

CDU

Cámara de **Diseño** de Uruguay





El **Diseño** de producto se **aplica a todas las empresas** que inciden sobre el producto que venden.

Beneficios

- Conseguir mejores márgenes y mayores volúmenes de venta
- Competir más que solamente por precio
- Construir marca y reputación local e internacional
- Ayuda a abrir nuevos mercados y crecer en los existentes



Proceso General



El proceso en general es fácil de entender, pero ilustrarlo con casos aporta a la discusión.

Seleccionamos dos casos que muestran perfiles bien distintos, tanto a nivel de proyecto como de empresa, pero que están alineados conceptualmente con el fondo Pro-Industria + Diseño que se está lanzando.



Caso 1: Caja de Embutir



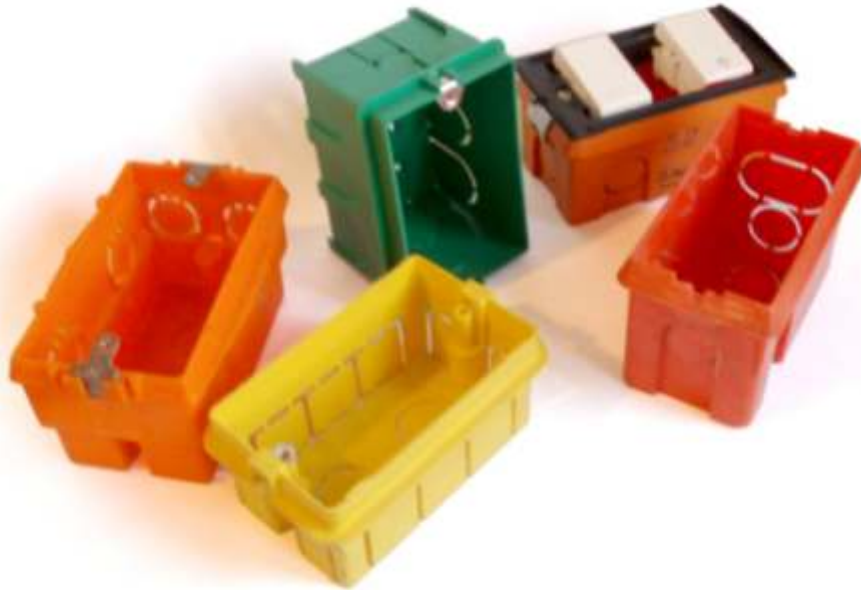
Este proyecto lo desarrollamos integrando el departamento de I+D de CONATEL S.A.

La empresa tenía una caja de color verde, que la quería mejorar, aunque no se sabía exactamente cómo.

Como punto de partida se suponía que era un producto comoditizado, que competía sólo por precio.



Descubrimiento

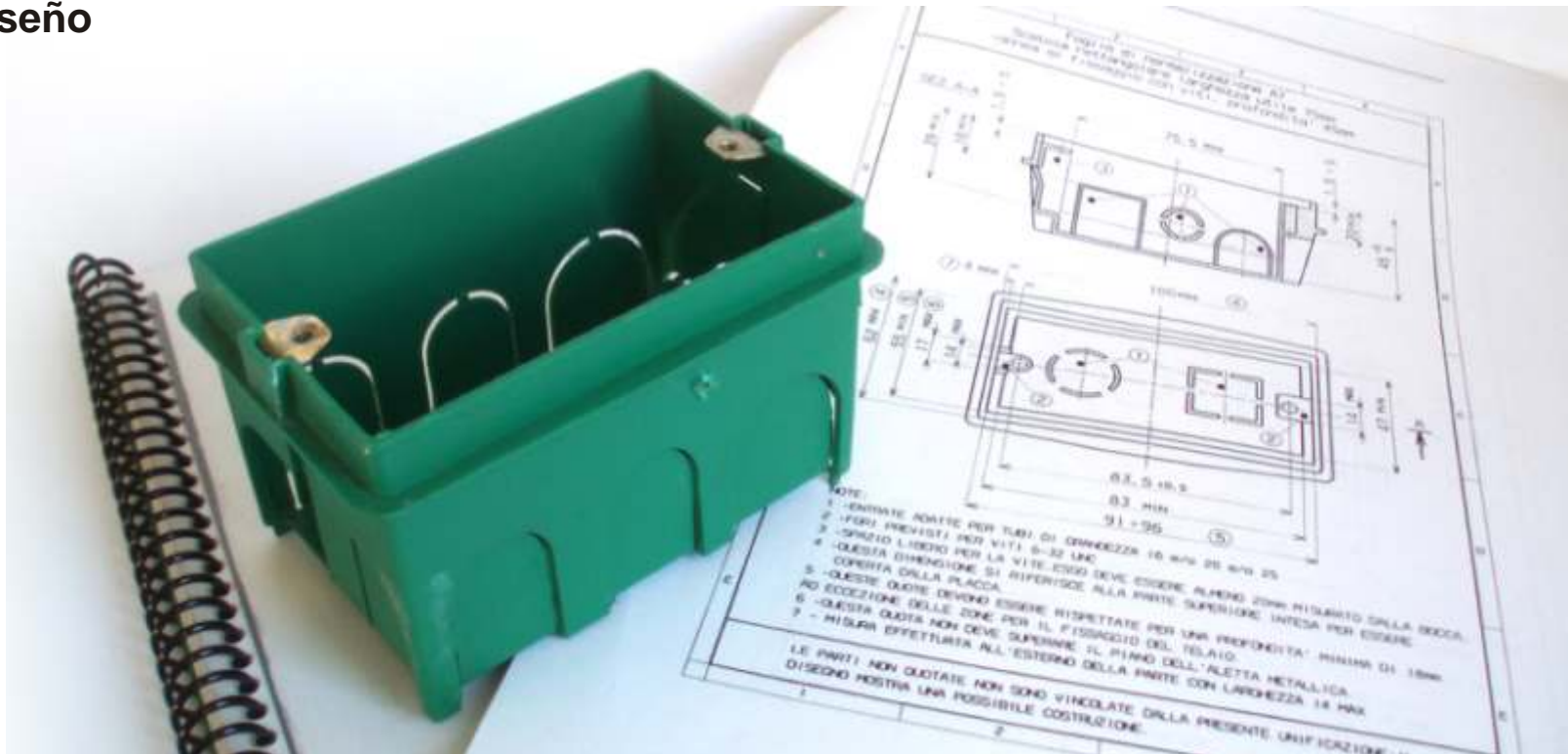


Se entrevistaron directamente a instaladores y se descubrieron varios aspectos que la caja actual no cumplía:

- Era muy profunda.
- No se adaptaba bien a las prácticas de instalación.
- Tenía debilidad en las orejas metálicas, se descubrió que se usan en la obra para colgar cosas.
- Los usuarios no compraban por precio sino por conveniencia o costumbre.



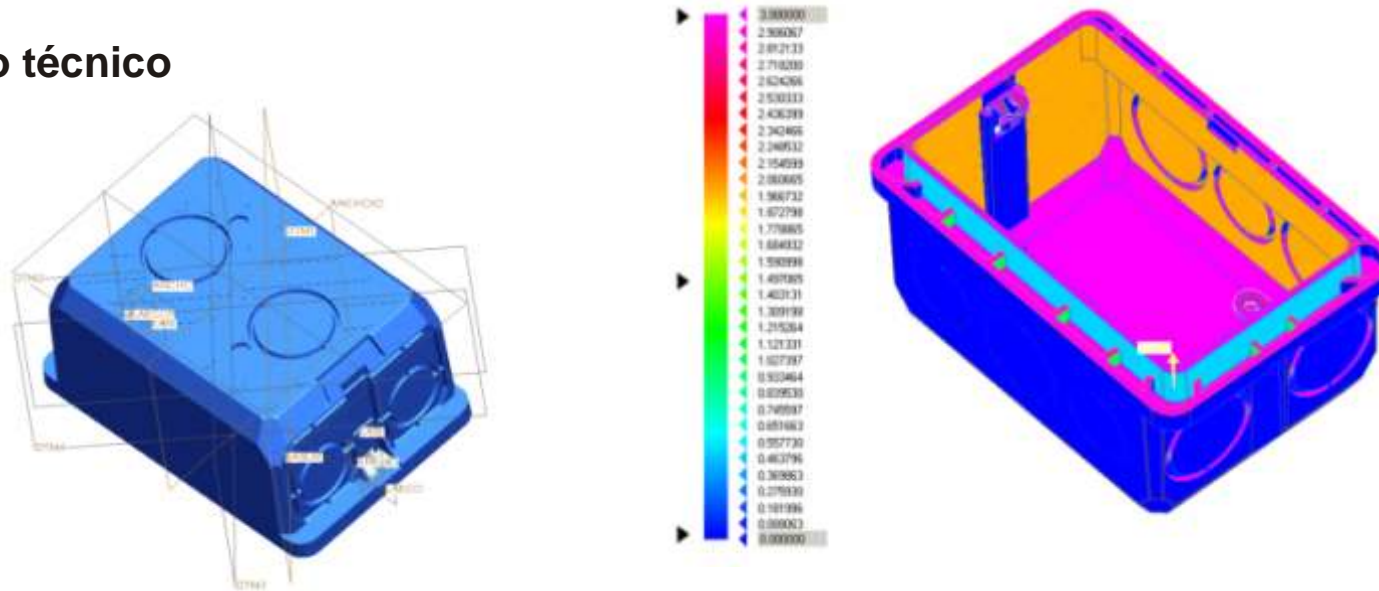
Diseño



- Estudiamos los agujeros resultantes de usar un cortafierros y vimos que la caja recta no es buena.
- Estudiamos la norma técnica y vimos que no podíamos agrandar la caja para dar más espacio para cablear si la hacíamos más chata.
- Como resultado hicimos una caja con chanfles y con contrasalidas.



Desarrollo técnico



Desarrollamos la caja junto al molde, porque tiene muchos cierres y movimientos.



Desarrollamos un conjunto coherente de ventajas competitivas que se expresaron en un afiche.



Resultado



Luego de lanzada, la caja se posicionó en un segmento de precio superior, y fue vendida con éxito.

Se recibieron comunicaciones de felicitaciones por parte de los usuarios, agradeciendo a CONATEL S.A. por su interés en hacer las cosas mejor para los instaladores. La caja además cumplió mejor otros requisitos que la hicieron más exportable, por ejemplo que se pueden empacar más por unidad de volumen.



Conclusiones



En un proyecto relativamente pequeño se pueden aplicar todas las técnicas de diseño y obtener los beneficios.

Los proyectos de innovación de producto satisfacen múltiples objetivos a la vez.



Caso 2: Diseño de envase



DENUCIO Ltda. estaba trabajando para caracterizar su línea de productos “Crece más” a través de un diseño distintivo de envase.

Utilizaba envases relativamente standard, y como se autodefinen como “una empresa de diseño”, deseaban tener envases especialmente diseñados para ellos.



Descubrimiento



Público principalmente femenino y urbano.
Investigación primaria: noción de "cuidado", "actividad que desestresa", temas relativos a la dosificación.



Diseño



Experimentamos con varios lenguajes de diseño, siempre dentro de la simplicidad, lo femenino, lo orgánico y las formas relacionadas con la vegetación.

Trabajamos manteniendo los objetivos de medida de empaque, presencia en góndola, utilización del producto, tamaño y legibilidad de etiqueta, imagen corporativa, etc.



Desarrollo técnico



Se desarrolló un tapón dosificador en una sola pieza.

Se desarrolló el envase aprovechando las capacidades CNC de la matricería que contrató el Cliente.

Durante el desarrollo, se chequearon todos los aspectos productivos (llenado, etiquetado, embalaje, góndola, etc.) utilizando modelos de control y prototipos.



Resultados



Una imagen personalizada con la cual la empresa se identifica y se diferencia en la góndola.

El resultado es una diferenciación notoria de la comunicación del producto.

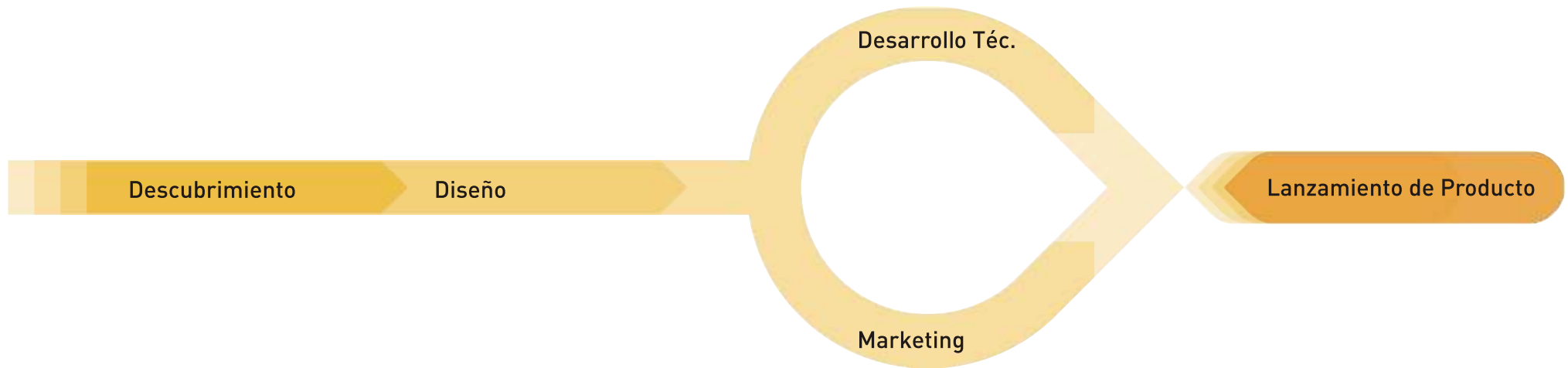


Conclusiones



En este caso, se trabajó en el diseño y la parte de matricería la gestionó el Cliente, el estudio de diseño se integró en parte del proceso de desarrollo.





El proceso de diseño es esencialmente simple, pero debe integrarse bien para que culmine con buenos resultados de negocio.

Es importante hacer práctica en el propio proceso, ya que el Cliente es el actor central en el mismo, no los diseñadores.

Cuanto más se practica, mejores resultados se logran. Se hace una gimnasia que genera competitividad y mayor rentabilidad.



GRACIAS POR SU TIEMPO.

