

Un taller de título diferente

A different final project

POR PAOLA POLGATI ROJAS

UNO DE LOS GRANDES DESAFÍOS QUE HE TENIDO COMO PROFESIONAL, ES DISEÑAR PENSANDO EN PRODUCIR. HACE 17 AÑOS TRABAJO EN UNA EMPRESA DE PACKAGING QUE ME HA LLEVADO POR LA LÍNEA DEL “HACER”. NO HA SIDO UNA TAREA FÁCIL PERO HA RESULTADO ENRIQUECEDORA. EN ESTE TIEMPO HE PODIDO PARTICIPAR DESDE LA GÉNESIS DE LAS COSAS, LO QUE ME HA PERMITIDO SER TESTIGO DEL NACIMIENTO DE LAS IDEAS, VERLAS EN LAS LÍNEAS PRODUCTIVAS DE LOS CLIENTES, Y LUEGO VER CÓMO SE DESTACAN EN SUPERMERCADOS Y OTROS PUNTOS DE VENTAS DEL PAÍS Y EL EXTRANJERO.

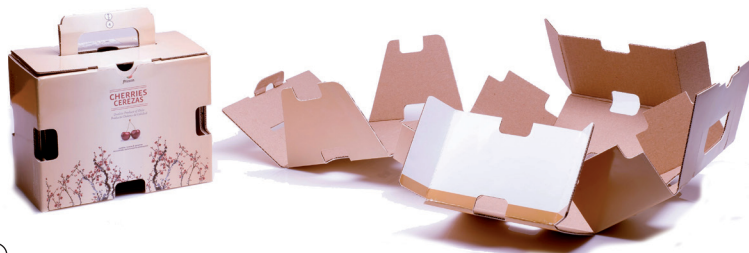
ONE OF THE BIGGEST CHALLENGES I HAVE FACED AS A PROFESSIONAL, WAS TO DESIGN FOCUSED IN MASS PRODUCTION. I HAVE WORKED FOR 17 YEARS IN A PACKAGING COMPANY, WHICH HAS TAKEN ME THROUGH A “DO” PATH. IT HAS NOT BEEN AN EASY JOB, BUT IT TURNED OUT TO BE VERY INTERESTING. DURING THIS PERIOD, I HAVE HAD THE OPPORTUNITY TO PARTICIPATE FROM THE START, AND THAT HAS ALLOWED ME TO WITNESS THE BIRTH OF IDEAS, TO OBSERVE THEM ON THE CLIENTS PRODUCTIVE LINES, AND FINALLY WATCH HOW THEY HIGHLIGHT IN SUPERMARKETS AND IN DIFFERENT POINTS OF SALE, BOTH IN CHILE AS WELL AS IN OTHER COUNTRIES.



①



②



③

PAOLA POLGATI ROJAS

Diseñadora gráfica con experiencia en desarrollo y venta de productos de packaging para el mercado local e internacional. Ha desempeñado los cargos de ejecutiva de desarrollo, ejecutiva comercial y desde hace cinco años Key Account Manager de MM Marinetti. Desde el año 2010 es docente de la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo.

She is graphic designer with experience in development and sale of packaging products for local and international markets. She has held the positions of executive development, business executive and five years of Key Account Manager for MM Marinetti. Since 2010 she is professor at the School of Design of Universidad del Desarrollo.

MM MARINETTI

Es parte de Mayr-Melnhof, una de las compañías manufactureras de cartulina y envases de cartulina más grandes del mundo, convirtiéndose así en la primera empresa del grupo a nivel latinoamericano.

Desde 2013 la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo mantiene un convenio de colaboración con esta empresa que se traduce en espacios para el trabajo de sus alumnos en casos de estudio e investigación académica en innovación en packaging. Eso se tradujo en un primer taller de titulación, dirigido por las docentes Paola Polgatti y Bernardita Brancoli, donde un grupo de alumnos desarrolló proyectos para clientes de la empresa.

Is part of Mayr-Melnhof, one of the largest cardboard and cardboard containers manufacturers in the world, becoming the first company in the Latin American group. Since 2013 the School of Design of Universidad del Desarrollo, maintains a collaboration agreement with this company that makes possible work places for students in case studies and academic research on packaging innovation. That became a first workshop, led by teachers Bernardita Brancoli and Paola Polgatti, where a group of students which developed projects for this company customers.

①

“De mi para ti”
Valentina Cartoni

②

“Legumi”
Constanza Tocornal

③

“La Caja de las Cerezas”
Loreto Lecaros
Fotografías Ignacio Infante

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:

En 2013 se implementó en la Facultad de Diseño UDD un taller de título enfocado en el packaging. Los alumnos fueron invitados a sumergirse en una realidad llena de sorpresas y desafíos, pero también dificultades que se presentan en la implementación y la materialización del concepto a nivel operativo y específicamente, a nivel de procesos. Para esto, fue necesario que un tercer actor participara de esta travesía: el cliente, quien vino a completar – junto al profesional (alumno) y la empresa productiva (MM Marinetti) los tres pilares protagonistas de esta primera experiencia.

La dinámica de trabajo consistió en entregar a los alumnos un pequeño brief de clientes de MM Marinetti con ciertas inquietudes o desafíos. Luego, el alumno hizo la elección y comenzó con el desarrollo de la problemática que lo llevó al mundo real del diseñador de packaging.

Este análisis fue muy de la mano con el cliente y los profesores. Se guió a los alumnos en la forma de abordar a un cliente real y en realizar el informe necesario para ser presentado tanto a la Universidad como a las empresas involucradas. Los conceptos, estudios de casos y problemas que iban encontrando en el camino fueron dando forma a la respuesta que todos los involucrados buscaban.

Cuando esta etapa estuvo armada, comenzó el trabajo netamente de diseño. Para esto, la herramienta más importante fue permitir que los alumnos trabajaran en las dependencias de MM Marinetti.

PROJECT DESCRIPTION:

In 2013, when the UDD Design School setup a final project studio focused in packaging, students were invited to immerse themselves in a reality full of surprises and challenges and, why not mention it, also troubles that would arise with the implementation and materialization of the concept at an operational level as well and specifically at a process level. For this, it was necessary that a third party could be part of this trip: the client, which came to complete, together with the professional (student) and the manufacturing company (MM Marinetti), the three supports of this first experience in a different final project.

The workflow was to provide students with a small brief of MM Marinetti's customers, which had some concerns or challenges. The student made its choice and began with a problematic development that took him to travel in the real world of a packaging designer.

This analysis went hand in hand with the clients and lead professors. Students were guided in how to deal with a real client and besides to make the necessary report to present to the University as well as to the companies involved. All concepts, cases studies and problems encountered in the way, were shaping the answer we were all looking for.

When this phase was finalized, the design work itself began. For this, the most important tool was an authorization for the students to work at MM Marinetti facilities.

To be within the amazing world of shapes and colors, allowed them to open their minds and to share with packaging specialists,

El estar inmersos en el asombroso mundo de la forma y el color les permitió abrir su mente y compartir con especialistas de packaging, quienes pusieron sus conocimientos a disposición de las ideas creativas y, en ocasiones, algo locas de los alumnos.... de este intercambio los alumnos también pudieron extraer una guía por el camino de la productividad.

Un ir y venir de ideas. Un sin fin de maquetas y muchas frustraciones fueron los elementos que permanecieron en la cabeza de los alumnos, pero el pasar de los días se notó el avance de cada uno y la forma de cada proyecto.

La estadía en MM Marinetti fue la puerta de entrada a la realidad que muchos diseñadores viven. Verse enfrentado a las exigencias técnicas necesarias para producir el envase fue una tarea relevante que permitió a los estudiantes entender que no solo basta diseñar algo atractivo y funcional, sino que también hay que conjugar esa creatividad eficiente con los procesos de cada etapa productiva, sin perder de vista el cómo se llena el envase en la planta del cliente.

Si se piensa en este factor, el desafío fue muy grande: lograr que los clientes iniciales (convertidor y productor) y el cliente final (consumidor) queden satisfechos y contentos con este trabajo.

El éxito del taller se vio plasmado en tres interesantes propuestas, en las que los alumnos conjugaron el diseño gráfico y estructural, la manufactura, el punto de venta, el cliente inicial y el consumidor, sin dejar de lado los costos, ofreciendo ideas atractivas, mejoras productivas y nuevas formas de presentación de algunos productos.

who were willing to share their knowledge for the creative and sometimes crazy student idea. Certainly, from this exchange, the students could get a guideline on the path of productivity.

Ideas came and went. A countless models and many frustrations were the elements that were kept in the mind of the students. But each passing day showed the progress of each one, so as to appreciate how each project was taking shape, and the most rewarding: to see a smile on their faces as they realize their ideas were good, attractive and most of all, achievable.

The stay at MM Marinetti was the gateway to the reality that many designers live. Being confronted with the technical requirements needed to produce packaging was an important task which allowed them to understand that it is not enough to design something attractive and functional, but it is also necessary to combine efficient creativity with the processes of each production phase, without losing sight of the way how the container is filled at the customer's plant. If we think about all this, the challenge was huge: to achieve that the initial customer (converter and producer) as well as the final customer (consumer) were satisfied and hopefully happy with the work.

Success of project was reflected in three interesting proposals, where the students utilized graphical and structural design, manufacturing, the point of sale and initial customer and consumer, without neglecting the costs and, offering attractive proposals, productive improvements and new ways of presenting some products.



Desarrollo de los prototipos en MM Marinetti, proceso de impresión, pruebas de color y V°B°. (Fotografías alumnas del taller)

proyectos

projects

PROFESORES /TEACHERS:

Bernardita Brancoli
Palona Polgatti

FOTOGRAFÍAS /PHOTOS:

Ignacio Infante



NOMBRE DEL PROYECTO "DE MI PARA TI"
COSTA CAROZZI: EL CHOCOLATE COMO REGALO
NAME OF THE PROJECT "FROM ME TO YOU"
COSTA CAROZZI: CHOCOLATE AS A GIFT

VALENTINA CARTONI

Este proyecto invita al grupo objetivo de los jóvenes a comprar chocolates (bombones) como regalo. De esta forma Costa Carozzi atrae a este nicho de una forma dinámica y entretenida y aumenta sus ventas a través de un producto que está asociado al adulto mayor. A través de un envase diferente y con un concepto de personalización asociado, se obtiene un resultado coherente al grupo objetivo y a la ocasión de venta / compra. Más que un chocolate, un regalo. Más que una experiencia, un saludo.

This project invites this group of teenagers to buy chocolates as a gift. This way, Costa Carozzi attracts this target group in a dynamic and interesting way and, thus, increases its sales through a product traditionally related with elderly. Through a different container and with an associated concept of personalization, a consistent result was obtained for this defined group and therefore, a chance of sale/purchase. It is more than a chocolate, a gift. It is more than an experience, a greeting.



NOMBRE DEL PROYECTO "LA CAJA DE LAS CEREZAS"

FRUSAN: CAJAS DE CEREZAS DE EXPORTACIÓN

NAME OF THE PROJECT: "CHERRIES BOX"

FRUSAN: EXPORT CHERRIES BOX

LORETO LECAROS

Este proyecto está enfocado a los problemas prácticos que presenta el cliente en el packing, durante el proceso de armado y llenado de envases. El tiempo es un recurso limitado en el caso de las cerezas, fruto que solo se cosecha una vez al año (noviembre) y que no dura más de tres semanas. Hay que considerar que su mayor venta se realiza con ocasión del año nuevo chino. El resultado obtenido en este trabajo es una solución para llenar más cajas en el mismo periodo de tiempo. Esto implicará que los productores de cerezas tendrán algo más de flexibilidad para poder envasar.

This project is focused on the practical problems that arise with the container in the filling process at the customer's packing plant. This required a special focus, in order to optimize the assembly and thus, shorten production time. Concerning cherries, time is a limited resource, since this fruit is harvested only once a year (November), process that takes no more than three weeks. If we also consider that the higher sale season is for Chinese New Year, time is the most important factor. The result achieved in this work was to fill more boxes in the same period of time. This would mean that cherry producers will have some more flexibility in the packaging process.



NOMBRE DEL PROYECTO "LEGUMI"

MM MARINETTI: LAS LEGUMBRES EN PORCIONES

NOMBRE DEL PROYECTO "LEGUMI"

MM MARINETTI: PORTIONED LEGUMES

CONSTANZA TOCORNAL

Este proyecto presenta una nueva forma de vender las legumbres. Productos de alto consumo pero de bajo atractivo, se transforman en una oferta gourmet, gracias a un envase amigable que permite al consumidor dosificar de forma práctica. Es un envase que muestra las propiedades de este alimento pero al mismo tiempo se logra vender de forma atractiva y novedosa.

This project presents a new way to sell legumes. A high consumption product but a low attractive one, turns out to be a gourmet offer, through a friendly container, allowing the consumer to dose it in a practical way. A container that shows the properties of this food but at the same time is sold in an attractive and original way.