TRABAJO DE GRADO

Opción Validación de Funciones.

Diseño y adaptación del empaque del producto Yogur de Búfala y Queso Crema de Colanta para su comercialización en mercados internacionales

Corporación Universitaria Remington.

Facultad de Diseño.

Profesional en Diseño Gráfico.

Julián Gómez Gaviria

Billy Johanna Osorio Ríos

Validación de Funciones.

2026.

Agradecimientos

A la Cooperativa Colanta Ltda., por abrir las puertas para el desarrollo de este proyecto dentro de su entorno laboral, y al equipo del área de Publicidad y Mercadeo, por su acompañamiento, orientación y apoyo constante en cada etapa del proceso.

A la Corporación Universitaria Remington, por brindar el espacio académico y las herramientas necesarias para el fortalecimiento de mis competencias profesionales, así como por el acompañamiento durante el proceso formativo.

A mi familia, por su motivación y respaldo incondicional, y de manera muy especial a mi esposa, quien con su cariño, comprensión y entusiasmo ha sido un impulso constante para seguir creciendo tanto en el ámbito personal como profesional.

Tabla de Contenidos

Resumen..... 4

Palabras clave..... **¡Error! Marcador no definido.**

Problemática abordada..... **¡Error! Marcador no definido.**

Objetivos..... **¡Error! Marcador no definido.**

Metodología..... **¡Error! Marcador no definido.**

Resultados. ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Conclusiones. ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Referencias..... **¡Error! Marcador no definido.**

Anexos ..... **¡Error! Marcador no definido.**

Resumen

El presente trabajo de grado, desarrollado bajo la modalidad de Validación de Funciones Profesionales por el Creativo Gráfico del área de Publicidad y Mercadeo de la Cooperativa Colanta Ltda., aborda la adaptación gráfica de productos lácteos para comercio exterior. Colanta es una empresa asociativa y agroindustrial fundada en el departamento de Antioquia, Colombia, con más de 60 años de trayectoria en la producción, procesamiento y comercialización de derivados lácteos y alimentos a nivel nacional e internacional. La problemática que da origen al proyecto responde a inconvenientes identificados en el canal comercial debido a confusiones visuales por parte de los consumidores al momento de seleccionar los productos en punto de venta, lo que generaba errores en la compra y devoluciones. A esta dificultad de identificación local se sumó la exigencia de adaptar los empaques de Yogur de Búfala y Queso Crema a los criterios estéticos, regulatorios y de comunicación visual requeridos para la entrada en el mercado estadounidense. En respuesta, el objetivo del proyecto fue rediseñar la línea de empaques de ambos productos, resolviendo la deficiencia de identificación visual y optimizando su competitividad para el mercado de exportación. Para el desarrollo de la propuesta se aplicó una metodología de investigación cualitativa dividida en fases: análisis de tendencias visuales internacionales, benchmarking de competidores en la categoría láctea, revisión de requisitos legales de etiquetado, conceptualización gráfica, desarrollo de propuestas y elaboración de artes finales con prototipado en renders 3D y pruebas físicas, sometidas a validación técnica en la organización. Como resultado, se crearon los nuevos empaques para las variaciones de Yogur de Búfala (mora, fresa, melocotón y natural) y Queso Crema. El impacto principal del proyecto radica en la eliminación del riesgo de confusión gráfica en la góndola de exhibición, la modernización del empaque acorde a las exigencias del consumidor estadounidense y el fortalecimiento de la imagen de marca de Colanta. Asimismo, este trabajo consolida una guía metodológica y técnica utilizable dentro del área de diseño para futuros desarrollos de empaques orientados a la internacionalización de la cooperativa.

Palabras clave: Diseño de empaques, rediseño visual, exportación, mercado estadounidense, Colanta, validación profesional.

Problemática abordada

La Cooperativa Colanta Ltda. es una organización colombiana del sector lácteo que cuenta con un portafolio dirigido al mercado nacional e internacional. En este contexto, el presente proyecto se desarrolla desde el ejercicio profesional como Creativo Gráfico en el área de Publicidad y Mercadeo y se enfoca en la adaptación gráfica del Yogur de Búfala y el Queso Crema Colanta para su proyección hacia el mercado estadounidense.

La elección de Estados Unidos responde a su importancia dentro de la actividad exportadora de Colanta. Según el informe corporativo de 2023, este país representó el 74,72 % de los ingresos provenientes de las exportaciones de la cooperativa. Además, Colanta ha manifestado interés en fortalecer la comercialización de productos derivados de leche de búfala en este mercado, lo que evidencia una oportunidad para potenciar la presencia internacional de estos productos diferenciados.

En este escenario, el empaque cumple una función que va más allá de contener y proteger el producto. Klimchuk y Krasovec destacan la importancia de integrar identidad de marca, comunicación visual, mercado objetivo y aspectos regulatorios en el desarrollo de empaques. De manera complementaria, R. Andrew Hurley señala que el diseño del empaque influye en la atención, la percepción y el reconocimiento de los productos por parte de los consumidores.

Para el mercado estadounidense también deben considerarse las disposiciones de etiquetado establecidas por la Food and Drug Administration (FDA), relacionadas con información obligatoria, idioma, ingredientes, contenido nutricional y declaración de alérgenos. Asimismo, estudios del USDA sobre productos lácteos comercializados en Estados Unidos evidencian la necesidad de presentar la información de forma clara, organizada y visualmente atractiva para facilitar la decisión de compra.

Con el fin de identificar posibles oportunidades de mejora en la comunicación visual del producto, se realizó una encuesta mediante Google Forms a consumidores potenciales sobre el empaque actual del Yogur de Búfala Colanta. Los resultados evidenciaron que algunos atributos diferenciales del producto no se perciben de manera clara por parte de los consumidores. Solo el 20 % de los participantes indicó identificar inmediatamente que el producto estaba elaborado con leche de búfala, mientras que el 53,3 % manifestó que ciertos elementos visuales dificultaban una lectura rápida y efectiva en el punto de venta. Asimismo, el 40 % consideró que la imagen de la búfala no comunicaba claramente atributos asociados a un producto premium o saludable.

Estos resultados evidencian una brecha entre las características diferenciadoras del producto y la capacidad del empaque actual para comunicarlas de manera efectiva en un contexto internacional.

En consecuencia, surge la necesidad de desarrollar una adaptación gráfica del Yogur de Búfala y del Queso Crema Colanta que conserve la identidad de la marca, responda a los requerimientos regulatorios del mercado estadounidense y fortalezca la comunicación visual de sus atributos diferenciadores.

Figura 1

Empaque actual



La imagen corresponde a la presentación gráfica actualmente utilizada para la exportación del producto por parte de Colanta. Esta versión se toma como referencia para identificar oportunidades de adaptación visual, comunicativa y de información frente a las condiciones del mercado estadounidense

Diagnóstico del empaque actual

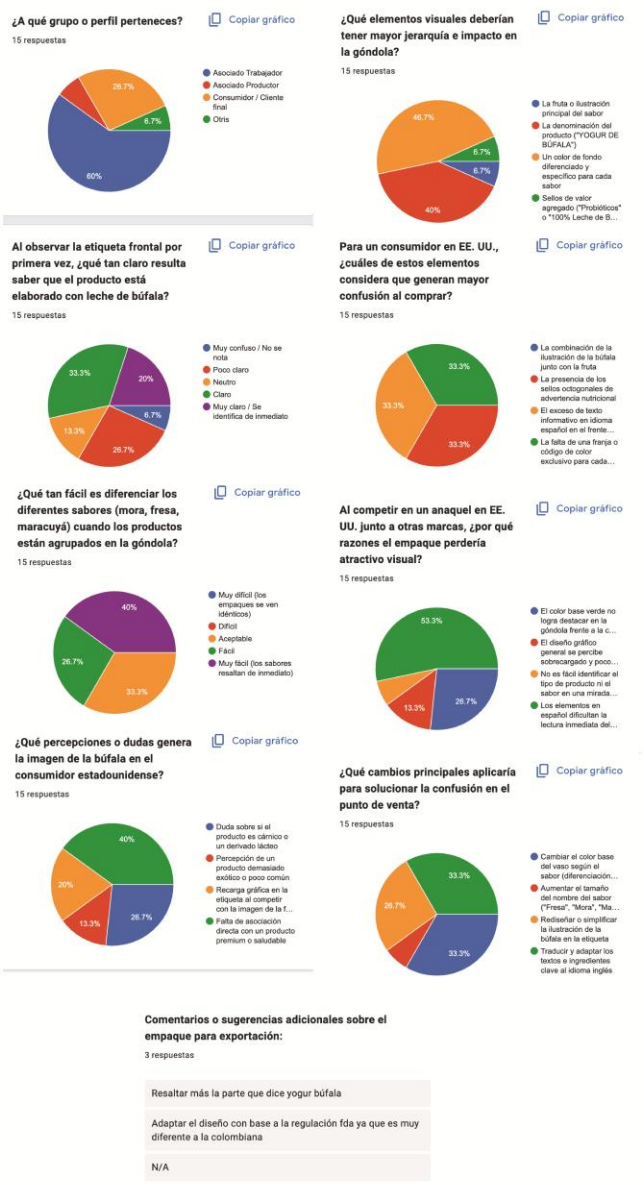
Con el propósito de obtener evidencia primaria sobre la percepción del empaque actual, se realizó una encuesta dirigida a consumidores potenciales. El instrumento permitió identificar fortalezas y oportunidades de mejora relacionadas con la claridad del mensaje, la diferenciación visual y la competitividad del producto dentro del mercado estadounidense.



Resultados de la encuesta inicial

Figura 2

Resultados generales de la encuesta diagnóstica del empaque actual



Fuente: Elaboración a partir de encuesta aplicada mediante Google Forms.

Análisis de resultados

1. ¿A qué grupo o perfil perteneces?

La muestra estuvo compuesta principalmente por **asociados trabajadores (60%)**, seguida de **consumidores/clientes finales (26,7%)**. La participación de asociados productores y otros perfiles fue menor (6,7% cada uno), lo que indica que la percepción obtenida proviene principalmente de personas vinculadas directamente a la organización.

2. ¿Qué elementos visuales deberían tener mayor jerarquía e impacto en la góndola?

El **color de fondo diferenciado para cada sabor (46,7%)** fue considerado el elemento más importante para captar la atención en el punto de venta. En segundo lugar, los encuestados destacaron la necesidad de enfatizar la **denominación del producto Yogur de Búfala (40%)**, evidenciando la importancia de mejorar la identificación del producto.

3. Al observar la etiqueta frontal, ¿qué tan claro resulta saber que el producto está elaborado con leche de búfala?

El **53,3% de los participantes** consideró que la información es clara o muy clara. Sin embargo, un **33,3% la percibe como poco clara o confusa**, lo cual sugiere oportunidades de mejora en la comunicación frontal del empaque.

4. Para un consumidor en EE. UU., ¿cuáles de estos elementos considera que generan mayor confusión al comprar?

Los resultados muestran una distribución equilibrada entre tres factores de confusión (33,3% cada uno): la presencia de sellos nutricionales, el exceso de información en español y la ausencia de una franja o código de color para diferenciar sabores. Esto indica que la confusión no proviene de un único elemento, sino de varios factores de diseño y comunicación.

5. ¿Qué tan fácil es diferenciar los diferentes sabores cuando los productos están agrupados en la góndola?

El **66,7% de los encuestados** indicó que la diferenciación es fácil o muy fácil, mientras que el **33,3% la considera apenas aceptable**. Ningún participante calificó la identificación como difícil, lo que evidencia un desempeño favorable en este aspecto.

6. Al competir en un anaquel en EE. UU., ¿por qué razones el empaque perdería atractivo visual?

La principal razón identificada fue que **los elementos en español dificultan la lectura inmediata del producto (53,3%)**. Adicionalmente, algunos participantes señalaron que el color

base no destaca suficientemente (26,7%) y que el diseño gráfico podría percibirse como recargado (13,3%).

7. ¿Qué percepciones o dudas genera la imagen de la búfala en el consumidor estadounidense?

La principal preocupación encontrada fue la **falta de asociación directa con un producto premium o saludable (40%)**. También se identificaron dudas sobre si se trata de un derivado lácteo o un producto cárnico (26,7%), lo que sugiere reforzar la comunicación de la categoría del producto.

8. ¿Qué cambios principales aplicaría para solucionar la confusión en el punto de venta?

Las alternativas mejor valoradas fueron **traducir y adaptar los textos clave al inglés (33,3%)** y **cambiar el color base según el sabor (33,3%)**. Asimismo, el **26,7%** recomendó simplificar la ilustración de la búfala para facilitar la comprensión visual.

9. Comentarios o sugerencias adicionales

Los participantes sugirieron **resaltar más la denominación "Yogur de Búfala"** y adaptar el diseño a los requisitos regulatorios de la **FDA** para facilitar el proceso de exportación. Estas observaciones respaldan los resultados obtenidos en las preguntas anteriores, relacionadas con claridad del producto y adecuación al mercado estadounidense.

Conclusión general

Los resultados evidencian que el rediseño presenta una aceptación positiva; sin embargo, existen oportunidades de mejora relacionadas con la **identificación inmediata del producto**, la **adaptación del contenido al idioma inglés**, el **uso estratégico del color para diferenciar sabores** y una mayor visibilidad del atributo **"Yogur de Búfala"**, aspectos clave para mejorar la competitividad del producto en el mercado estadounidense.

Validación de la propuesta gráfica

Con el fin de evaluar la efectividad de la propuesta desarrollada, se aplicó una segunda encuesta que permitió medir la percepción de los usuarios frente al rediseño gráfico y comparar los resultados obtenidos con el diagnóstico inicial.

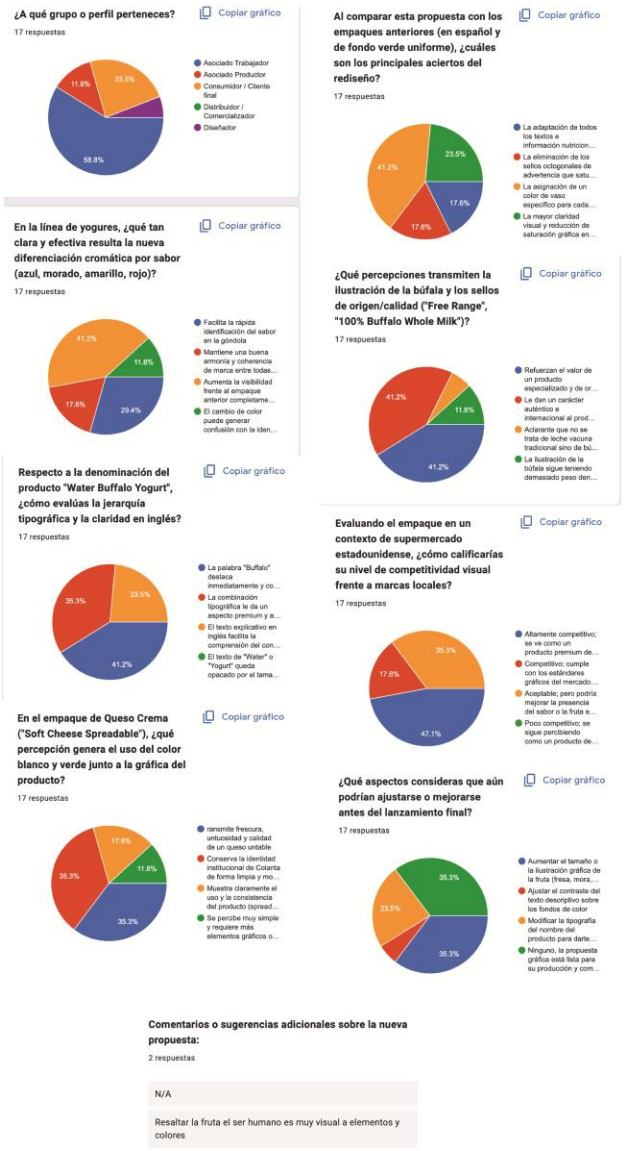
Resultados de la encuesta final

Resultados generales de la encuesta de validación de la propuesta gráfica



Figura 3

Resultados generales de la encuesta de validación de la propuesta gráfica



Fuente: Elaboración a partir de encuesta aplicada mediante Google Forms.

Análisis de resultados

1. ¿A qué grupo o perfil perteneces?

La muestra estuvo conformada principalmente por **asociados trabajadores (58,8%)**, seguidos por **consumidores o clientes finales (23,5%)** y **asociados productores (11,8%)**. Los demás participantes correspondieron a perfiles de distribución, comercialización y diseño, aportando diferentes perspectivas al proceso de evaluación.

2. En la línea de yogures, ¿qué tan clara y efectiva resulta la nueva diferenciación cromática por sabor?

El principal beneficio identificado fue el **aumento de la visibilidad frente al empaque anterior (41,2%)**, seguido de la facilidad para identificar rápidamente cada sabor en la góndola (29,4%). Los resultados indican que la estrategia de diferenciación mediante colores mejora significativamente la percepción y reconocimiento del portafolio.

3. Respecto a la denominación “Water Buffalo Yogurt”, ¿cómo evalúas la jerarquía tipográfica y la claridad en inglés?

El **41,2% de los participantes** considera que la palabra "Buffalo" destaca adecuadamente y comunica el atributo diferencial del producto. Asimismo, el 35,3% percibe que la combinación tipográfica aporta una imagen más premium, lo que evidencia una mejora en la claridad y posicionamiento del producto para públicos internacionales.

4. En el empaque de Queso Crema ("Soft Cheese Spreadable"), ¿qué percepción genera el uso del color blanco y verde junto a la gráfica del producto?

Los encuestados asociaron principalmente esta propuesta con **frescura, untuosidad y calidad (35,3%)**, mientras otro 35,3% la relacionó con confianza institucional y reconocimiento de marca. Esto demuestra que la selección cromática fortalece atributos positivos vinculados al producto y la marca.

5. Al comparar esta propuesta con los empaques anteriores, ¿cuáles son los principales aciertos del rediseño?

El mayor acierto identificado fue la **asignación de colores específicos para cada sabor (41,2%)**, seguido de la mejora en la claridad visual y reducción de saturación gráfica (23,5%). Los

participantes perciben que el rediseño facilita la identificación de productos y mejora la experiencia de compra.

6. ¿Qué percepciones transmiten la ilustración de la búfala y los sellos de origen/calidad?

Las respuestas se distribuyeron principalmente entre dos aspectos: el **refuerzo del valor de un producto especializado y de origen diferenciado (41,2%)** y la percepción de un producto auténtico y artesanal (41,2%). Esto indica que los elementos gráficos contribuyen positivamente a construir valor de marca y diferenciación.

7. Evaluando el empaque en un contexto de supermercado estadounidense, ¿cómo calificarías su nivel de competitividad visual?

El **47,1% de los encuestados** considera que el empaque es altamente competitivo y proyecta una imagen premium. Por su parte, el 35,3% lo considera aceptable, aunque con oportunidades de fortalecer su presencia visual. En general, la propuesta es percibida favorablemente para competir en mercados internacionales.

8. ¿Qué aspectos consideras que aún podrían ajustarse o mejorarse antes del lanzamiento final?

Las principales oportunidades de mejora se concentran en dos aspectos: **mantener la propuesta actual sin modificaciones (35,3%)** y **aumentar el tamaño o protagonismo de la ilustración de la fruta (35,3%)**. Esto sugiere que el diseño posee una aceptación alta, aunque algunos participantes consideran que la fruta podría tener una presencia visual más destacada.

9. Comentarios o sugerencias adicionales

Los comentarios recibidos refuerzan la necesidad de:

- Resaltar con mayor énfasis la denominación **"Yogur de Búfala"**.
- Otorgar mayor protagonismo a la fruta para aprovechar su impacto visual.
- Mantener la adaptación del empaque acorde con los requisitos regulatorios y comerciales del mercado estadounidense.

Conclusión general

Los resultados evidencian una **aceptación positiva del rediseño final**, destacando especialmente la diferenciación cromática por sabores, la claridad de la denominación en inglés y la competitividad visual frente a productos internacionales. Además, los participantes reconocen el valor de los elementos gráficos incorporados, particularmente la ilustración de la búfala y los sellos de origen. Como oportunidades de mejora, se identifica la conveniencia de reforzar la presencia visual de la fruta y continuar optimizando la jerarquía de algunos elementos informativos para maximizar el impacto en el punto de venta.

Objetivos

Objetivo General

Rediseñar los empaques de la línea Yogur de Búfala y Queso Crema de Colanta, orientándolos a su adaptación al mercado estadounidense y al fortalecimiento de su potencial de exportación.

Objetivos específicos

Analizar las tendencias visuales, las características del mercado estadounidense y los criterios de etiquetado aplicables a los empaques de productos lácteos, como referentes para el proceso de rediseño.

Identificar las necesidades y oportunidades de mejora de los empaques actuales del Yogur de Búfala y Queso Crema de Colanta, a partir del análisis de su presentación gráfica y de los requerimientos del mercado objetivo.

Desarrollar una propuesta de rediseño gráfico de los empaques del Yogur de Búfala y Queso Crema de Colanta, conservando los elementos esenciales de su identidad visual y adaptándolos a las características del mercado estadounidense.

Validar la propuesta de rediseño de los empaques mediante criterios de viabilidad técnica, funcionalidad y pertinencia visual, en articulación con las áreas de Mercadeo y Exportaciones de la empresa.

Metodología.

La presente investigación se desarrolló mediante una metodología proyectual en diseño, fundamentada en los planteamientos de Bruno Munari (1983), quien concibe el diseño como un proceso lógico y estructurado orientado a la resolución de problemas mediante etapas de análisis, creatividad, desarrollo y verificación. Este enfoque permitió abordar la necesidad de adaptación gráfica del Yogur de Búfala y el Queso Crema Colanta para el mercado estadounidense a través de un proceso organizado que integró investigación, análisis y validación.

El enfoque de la investigación fue cualitativo de tipo proyectual, debido a que el proyecto se centró en la comprensión de aspectos relacionados con la percepción visual, la comunicación gráfica y los significados que transmiten los empaques en un contexto cultural específico. Este tipo de investigación busca generar soluciones aplicadas a problemas reales mediante procesos de diseño orientados a la intervención y mejora de una situación identificada.

Para la recolección de información se emplearon técnicas como la observación directa, el benchmarking y la aplicación de cuestionarios digitales como herramienta de apoyo para la validación de la propuesta gráfica. El benchmarking consistió en el análisis comparativo de referentes internacionales presentes en el mercado estadounidense, con el propósito de identificar tendencias visuales, estrategias de comunicación y criterios de diseño aplicables al desarrollo del proyecto.

Adicionalmente, se realizaron dos cuestionarios digitales mediante Google Forms. El primero tuvo como propósito diagnosticar la percepción del empaque actual del Yogur de Búfala Colanta e identificar oportunidades de mejora en su comunicación visual. El segundo se aplicó sobre la propuesta gráfica desarrollada para el mercado estadounidense con el fin de validar la efectividad de los cambios implementados y evaluar aspectos relacionados con claridad visual, diferenciación de sabores, adaptación cultural y competitividad percibida.

A continuación, se describen las fases metodológicas desarrolladas para el cumplimiento de los objetivos del proyecto.

1. **Fase 1. Diagnóstico institucional y de mercado.**

Se realizó una revisión documental sobre la actividad exportadora de Colanta, la participación del mercado estadounidense dentro de sus exportaciones y el potencial de comercialización de productos derivados de leche de búfala. De forma paralela, se analizaron los requerimientos regulatorios establecidos por la Food and Drug Administration (FDA) para el etiquetado y comercialización de productos lácteos en Estados Unidos.

Asimismo, se aplicó un cuestionario diagnóstico a consumidores potenciales con el fin de identificar fortalezas y oportunidades de mejora en la comunicación visual del empaque actual.

2. **Fase 2: Investigación de tendencias visuales.**

Se seleccionaron cinco marcas líderes de lácteos premium comercializadas en Estados Unidos, tomando como criterio de selección su posicionamiento en el mercado y la presencia de sus productos en cadenas de distribución reconocidas.

Para el análisis se construyó una matriz comparativa que permitió evaluar variables relacionadas con uso del color, jerarquía tipográfica, diferenciación de sabores, comunicación de beneficios y cumplimiento normativo.

Marca analizada	Uso del color	Jerarquía tipográfica	Diferenciación de sabores	Comunicación de beneficios	Diseño orientado a mercado premium	Cumplimiento normativo visible
Chobani	Colores naturales asociados a cada sabor	Nombre de marca destacado y fácil lectura	Alta	Ingredientes y beneficios nutricionales visibles	Sí	Sí
FAGE	Predominio del blanco con colores complementarios	Diseño limpio y ordenado	Media	Enfatiza calidad y origen del producto	Sí	Sí
Siggi's	Colores sobrios y composición minimalista	Alta legibilidad	Alta	Comunicación enfocada en contenido nutricional	Sí	Sí
Oikos	Colores intensos y alto contraste	Marca y atributos con gran protagonismo	Alta	Resalta proteína y beneficios funcionales	Sí	Sí
Wallaby Organic	Colores suaves y naturales	Jerarquía equilibrada	Alta	Énfasis en origen orgánico y naturalidad	Sí	Sí

Análisis de la matriz

El benchmarking permitió identificar tendencias comunes en el diseño de empaques lácteos premium del mercado estadounidense, entre las que destacan la diferenciación cromática por sabores, la construcción de jerarquías visuales claras, la comunicación visible de beneficios nutricionales y el cumplimiento de los requisitos regulatorios. Estos hallazgos sirvieron como base para la definición de los lineamientos gráficos de la propuesta.

3. **Fase 3: Conceptualización y creación gráfica.**

A partir de la información recopilada durante las fases anteriores, se desarrolló el proceso de conceptualización visual. Esta etapa incluyó la elaboración de bocetos, definición de alternativas gráficas, exploración cromática, selección tipográfica y estructuración de jerarquías visuales.

Igualmente, se realizó la adaptación de la información al idioma inglés y la construcción de recursos visuales orientados a comunicar de manera más efectiva los atributos diferenciales de los productos.

4. **Fase 4: Desarrollo de empaques prototipales.**

Se desarrollaron las versiones finales de los empaques para el Yogur de Búfala y el Queso Crema Colanta, incorporando los lineamientos gráficos definidos previamente y los requerimientos regulatorios identificados para el mercado estadounidense.

Posteriormente, se realizaron visualizaciones digitales y renders que permitieron evaluar la apariencia de los productos en escenarios comerciales similares a los puntos de venta del mercado objetivo.

5. **Fase 5: Validación de la propuesta.**

Una vez finalizada la propuesta gráfica, se aplicó un segundo cuestionario digital a consumidores potenciales con el propósito de evaluar la efectividad de los cambios desarrollados.

La validación permitió analizar aspectos relacionados con:

- Claridad de la información.
- Diferenciación visual de sabores.
- Reconocimiento de atributos diferenciales.
- Competitividad percibida frente a marcas estadounidenses.
- Atractivo visual del empaque.

Los resultados obtenidos evidenciaron una percepción favorable de la propuesta gráfica en comparación con el empaque original, permitiendo validar la pertinencia de las decisiones de diseño implementadas durante el desarrollo del proyecto.

Línea de investigación

El presente proyecto se articula con la línea de investigación **Cultura Visual** del Grupo Asimétrico, ya que aborda el estudio del empaque como un objeto de comunicación visual capaz de transmitir significados, atributos de marca e información relevante para el consumidor. A través del análisis de referentes internacionales, la evaluación de la percepción de los usuarios y el desarrollo de una propuesta gráfica orientada al mercado estadounidense, se exploran aspectos relacionados con la construcción de mensajes visuales, la interpretación de los elementos gráficos y la adaptación cultural de productos dentro de contextos comerciales específicos.

Asimismo, el proyecto reconoce el diseño gráfico como una herramienta estratégica de comunicación que permite fortalecer la relación entre los productos y sus usuarios a través de sistemas visuales capaces de mejorar la comprensión, diferenciación y posicionamiento de marca en escenarios internacionales.

Alcance

El presente proyecto tuvo un alcance propositivo y de validación visual, orientado al desarrollo de una propuesta gráfica para la adaptación del Yogur de Búfala y el Queso Crema Colanta al mercado estadounidense. La investigación comprendió las etapas de diagnóstico, análisis de referentes internacionales, conceptualización, diseño y validación de la propuesta gráfica, con el propósito de generar una solución visual alineada con los requerimientos comunicativos, culturales y normativos del mercado objetivo.

Dentro del alcance del proyecto se incluyeron las siguientes actividades:

- Estudio de tendencias internacionales de diseño de empaques para productos lácteos.
- Benchmarking de marcas líderes comercializadas en Estados Unidos.
- Revisión de los requerimientos regulatorios aplicables al mercado estadounidense.
- Adaptación gráfica de los productos al idioma inglés.
- Desarrollo de un sistema gráfico integral para la línea Yogur de Búfala y Queso Crema Colanta.
- Elaboración de propuestas visuales, artes finales y renders digitales.

- Validación de la propuesta mediante instrumentos de evaluación aplicados a consumidores potenciales.

El proyecto culminó con la entrega de una propuesta gráfica validada visualmente, lista para ser considerada en futuros procesos de implementación. No se contemplaron dentro de su alcance las etapas de producción industrial, comercialización o distribución de los productos en el mercado internacional.

Grupos de Interés

Los grupos de interés del proyecto corresponden a los actores que pueden verse beneficiados directa o indirectamente por la implementación de la propuesta gráfica desarrollada.

Grupos de interés directos

Área de Mercadeo y Publicidad de Colanta

Responsable de la gestión de la comunicación visual y el posicionamiento de la marca. El proyecto proporciona propuestas gráficas orientadas a fortalecer la presentación comercial de los productos en mercados internacionales.

Área de Exportaciones de Colanta

Beneficiaria directa de la propuesta al contar con una alternativa gráfica adaptada a las características visuales, culturales y regulatorias del mercado estadounidense, que puede apoyar futuros procesos de internacionalización.

Grupos de interés indirectos

Productores asociados de la cooperativa

Podrían beneficiarse del fortalecimiento de la presencia internacional de los productos derivados de leche de búfala, favoreciendo potencialmente la demanda y visibilidad de estos productos en nuevos mercados.

Marca Colanta

Se beneficia mediante el fortalecimiento de su posicionamiento internacional, la consolidación de su identidad visual y la proyección de productos con valor agregado en escenarios de comercio exterior.

Objetivo exploratorio:

El objetivo exploratorio de este proyecto fue examinar las oportunidades de mejora en el diseño de empaques de Colanta para productos con potencial de exportación, entendiendo las dinámicas visuales, culturales y comerciales del mercado internacional, especialmente en el contexto de Estados Unidos.

Desde el rol de creativo gráfico, se exploraron distintas alternativas cromáticas, tipográficas y compositivas que reflejaran la **naturalidad del producto y su origen colombiano,** sin perder la coherencia con la imagen de marca.

Resultado Esperado:

Como resultado esperado de la acción de mejora, se proyectó el desarrollo de un sistema gráfico integral de empaques que responda a los estándares internacionales de diseño, comunicación y sostenibilidad, manteniendo la esencia visual y emocional de la marca Colanta.

El objetivo fue que los nuevos empaques transmitieran naturalidad, confianza y origen, destacando el carácter colombiano de los productos y su calidad artesanal.

De este proceso se esperaba obtener:

- Una identidad visual renovada para los empaques de Yogur de Búfala y Queso Crema.
- Diseños listos para validación dentro del portafolio exportador.
- Un modelo visual replicable para futuras líneas premium de Colanta.

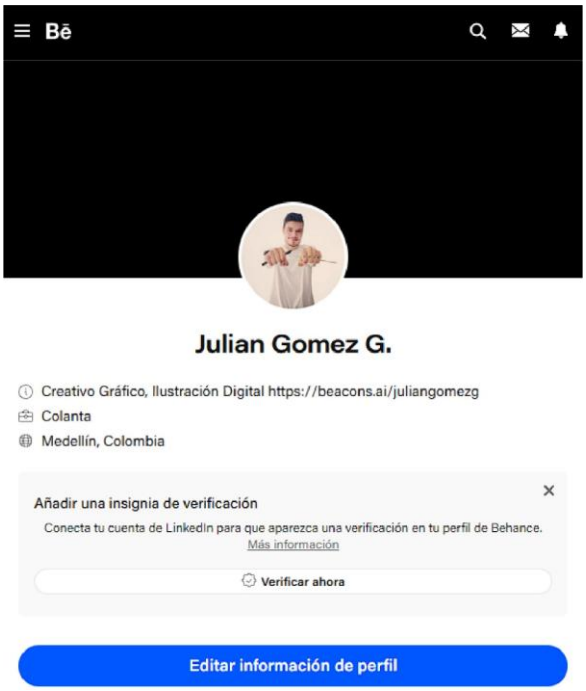
Finalmente, el resultado más importante fue consolidar una propuesta viable y coherente con las necesidades del mercado internacional y con la visión institucional de Colanta: “desarrollar el campo colombiano para nutrir al mundo con lo mejor del país.

Tipo de pasantía:

La modalidad corresponde a Validación de Funciones Profesionales, ya que el trabajo se desarrolla dentro del cargo de Creativo Gráfico en Colanta, cumpliendo funciones reales de diseño que aportan a la mejora continua de la empresa.

Presentación de resultados

Durante el desarrollo del proyecto, se aplicaron los conocimientos académicos y técnicos en Diseño Gráfico para atender una necesidad estratégica real dentro del área de Publicidad y Mercadeo de la Cooperativa Colanta **mediante las videncias a través de piezas graficas diseñadas en la plataforma Behance.**



https://www.behance.net/gallery/250704803/Empaques-para-la-expansion-internacional-de-Colanta

Cronograma

Fase Metodológica	Actividades Desarrolladas	Tiempo Estimado
1. Diagnóstico	Revisión del Catálogo de Exportación 2025, identificación de brechas visuales y análisis de requerimientos normativos (FDA).	Semanas 1 - 2
2. Investigación	Benchmarking cualitativo de 5 marcas competidoras en EE. UU. y elaboración de matriz de análisis visual.	Semanas 3 - 4
3. Conceptualización	Bocetación, selección tipográfica, definición de paleta de color e integración de elementos ilustrativos.	Semanas 5 - 7
4. Desarrollo	Diseño digital de etiquetas bilingües, modelado 3D (Renders) y adaptación de troqueles.	Semanas 8 - 10
5. Validación	Presentación a la gerencia de Mercadeo, ajustes técnicos finales, impresión de dummies y entrega de artes.	Semanas 11 - 12

Resultados

El primer gran resultado derivó del diagnóstico inicial: se comprobó que productos de alto estándar como el Yogur de Búfala y el Queso Crema requerían una intervención urgente de rediseño para poder incursionar en el mercado estadounidense, ya que sus empaques originales no cumplían con los estándares de diseño minimalista internacional ni con la reglamentación bilingüe requerida.

En respuesta a esta necesidad, se desarrolló un sistema gráfico compuesto por nuevos empaques para la línea de Yogur de Búfala (mora, fresa, melocotón y natural) y Queso Crema. Estas piezas gráficas representan una mejora sustancial respecto a los empaques anteriores en los siguientes aspectos técnicos y visuales:

- Adaptación Normativa: Se implementó un esquema de etiquetado bilingüe (español/inglés) y se reestructuró la tabla nutricional para cumplir con las disposiciones de la FDA.
- Diferenciación Visual y Limpieza: Se aplicó un estilo minimalista, utilizando tipografías serif modernas que evocan productos artesanales, reduciendo el ruido visual de las versiones anteriores para destacar el atributo premium de la leche de búfala.
- Actualización de Ilustraciones: Se generaron nuevos recursos gráficos (como la ilustración central del búfalo y las texturas frutales) empleando un flujo de trabajo contemporáneo que incluyó Inteligencia Artificial para la conceptualización base, seguida de vectorización y retoque profundo en Adobe Illustrator y Photoshop.

Finalmente, el proceso concluyó con la fase de validación técnica. Esta se llevó a cabo mediante una mesa de revisión conjunta con la gerencia de Mercadeo y el equipo de Exportaciones. Durante esta sesión, se evaluaron criterios fundamentales como la legibilidad de la información, el impacto visual en góndola (simulado mediante modelos 3D) y la coherencia innegociable con el manual de identidad corporativa de Colanta. El resultado de dicha validación fue altamente positivo, aprobando formalmente el diseño por su alineación con las exigencias del mercado extranjero sin perder la esencia tradicional de la empresa.

Empaque anterior

Figura 4:

Etiqueta Yogurt Búfala y queso crema



Nota: Etiqueta de Colanta

1. **Propuesta de empaque**

Figura 5:

Tipografía



Nota: Elaboración propia

Propuesta de empaques

Figura 6: Etiqueta Yogurt Búfala y queso crema propuesta


Colanta
INGREDIENTS: Cultured pasteurized and homogenized Grade "A" Water Buffalo milk, sugar, gelatin, pectin, food starch-modified, disodium hydrogen phosphate, stevia extract (as sweetener), live and active cultures: S. thermophilus, L. bulgaricus, L. acidophilus, Bifidobacterium sp. Contains water buffalo milk.
Product of Colombia.
Manufactured by: COLANTA
Cr. 49 No. 40-86, San Pedro, Ant.
www.colanta.com. Plant No. CO-0001
Keep refrigerated.
Imported by: Sabanero Inc.
1432 NW 82nd Ave. Miami, FL 33126
(305) 482-9817 - miami@sabanerofoods.com
Colanta
Water
Buffalo
Yogurt
Plain
6g
WATER BUFFALO MILK AND PROBIOTICS
Good source of calcium and protein.
5.3 oz (150 g)
Grade A
090785 V0
7702129002431
29,83 x 18,28 mm
Nutrition Facts
Servings: 1 Serv. size: 1 container 5.3oz (150g)
Amount per serving: Calories 160
AREA DE PEGUE 6.0mm ± 1mm


Colanta
INGREDIENTS: Cultured pasteurized and homogenized Grade "A" Water Buffalo milk, sugar, blackberries, water, gelatin, pectin, food starch-modified, disodium hydrogen phosphate, natural blackberries flavor, stevia extract (as sweetener), live and active cultures: S. thermophilus, L. bulgaricus, L. acidophilus, Bifidobacterium sp. Contains water buffalo milk.
Product of Colombia.
Manufactured by: COLANTA
Cr. 49 No. 40-86, San Pedro, Ant.
www.colanta.com. Plant No. CO-0001
Keep refrigerated.
Imported by: Sabanero Inc.
1432 NW 82nd Ave, Miami, FL 33126
(305) 482-9817 - miami@sabanerofoods.com
Colanta
Water
Buffalo
Yogurt
With
Blackberries
6g
WATER BUFFALO MILK AND PROBIOTICS
Good source of calcium and protein.
5.3 oz (150 g)
Grade A
090788 V0
7702129002455
29,83 x 18,28 mm
Nutrition Facts
Servings: 1 Serv. size: 1 container 5.3oz (150 g)
Amount per serving: Calories 180
AREA DE PEGUE 6.0mm ± 1mm


Colanta
Water Buffalo Yogurt
With Passion Fruit
6g
WATER BUFFALO MILK AND PROBIOTICS
Good source of calcium and protein.
5.3 oz (150 g)
Grade A
INGREDIENTS: Cultured pasteurized and homogenized Grade "A" Water Buffalo milk, sugar, passion fruit, water, gelatin, pectin, food starch-modified, disodium hydrogen phosphate, stevia extract (as sweetener), Live and active cultures: S. thermophilus, L. bulgaricus, L. acidophilus, Bifidobacterium sp. Contains water buffalo milk.
Product of Colombia.
Manufactured by: COLANTA
Cr. 49 No. 40-86, San Pedro, Ant.
www.colanta.com. Plant No. CO-0001
Keep refrigerated.
Imported by: Sabanero Inc.
1432 NW 82nd Ave. Miami, FL 33126
(305) 482-9817 - miami@sabaneroloods.com
Nutrition Facts
Servings: 1, Serv. size: 1 container 5.3 oz (150 g)
Amount per serving: Calories 190
7702129002462
29,83 x 18,28 mm
AREA DE PEGUE 6.0mm ± 1mm


Colanta
Water Buffalo Yogurt
With Strawberries
6g
WATER BUFFALO MILK AND PROBIOTICS
Good source of calcium and protein.
5.3 oz (150 g)
Grade A
INGREDIENTS: Cultured pasteurized and homogenized Grade "A" Water Buffalo milk, sugar, strawberries, water, gelatin, pectin, food starch-modified, carmine color, disodium hydrogen phosphate, natural strawberry flavor, stevia extract (as sweetener), Live and active cultures: S. thermophilus, L. bulgaricus, L. acidophilus, Bifidobacterium sp. Contains water buffalo milk.
Product of Colombia.
Manufactured by: COLANTA
Cr. 49 No. 40-86, San Pedro, Ant.
www.colanta.com. Plant No. CO-0001
Keep refrigerated.
Imported by: Sabanero Inc.
1432 NW 82nd Ave, Miami, FL 33126
(305) 482-9817 - miami@sabaneroloods.com
Nutrition Facts
Servings: 1, Serv. size: 1 container 5.3oz (150 g)
Amount per serving: Calories 180
7702129002448
29,83 x 18,28 mm
AREA DE PEGUE 6.0mm ± 1mm



Nota: Elaboración propia

1. Presentación en render

Figura 7:

Render Yogurt Búfala y queso crema propuesta


Colanta
Water Buffalo Yogurt
Plain
WATER BUFFALO MILK AND PROBIOTICS
Good source of calcium and protein.
5.3 oz (150 g)
Grade A
Colanta
Water Buffalo Yogurt
With Blackberries
WATER BUFFALO MILK AND PROBIOTICS
Good source of calcium and protein.
5.3 oz (150 g)
Grade A
Colanta
Water Buffalo Yogurt
With Passion Fruit
WATER BUFFALO MILK AND PROBIOTICS
Good source of calcium and protein.
5.3 oz (150 g)
Grade A
Colanta
Water Buffalo Yogurt
With Strawberries
WATER BUFFALO MILK AND PROBIOTICS
Good source of calcium and protein.
5.3 oz (150 g)
Grade A


Colanta
Water Buffalo Yogurt
With Passion Fruit
WATER BUFFALO MILK AND PROBIOTICS
Good source of calcium and protein.
5.3 oz (150 g)
Grade A
Colanta
Water Buffalo Yogurt
With Blackberries
WATER BUFFALO MILK AND PROBIOTICS
Good source of calcium and protein.
5.3 oz (150 g)
Grade A
Colanta
Water Buffalo Yogurt
With Strawberries
WATER BUFFALO MILK AND PROBIOTICS
Good source of calcium and protein.
5.3 oz (150 g)
Grade A


Colanta
Water Buffalo Yogurt
Blackberry
Colanta
Water Buffalo Yogurt
Plain
Colanta
Water Buffalo Yogurt
Strawberry
Colanta
Water Buffalo Yogurt
Passion Fruit

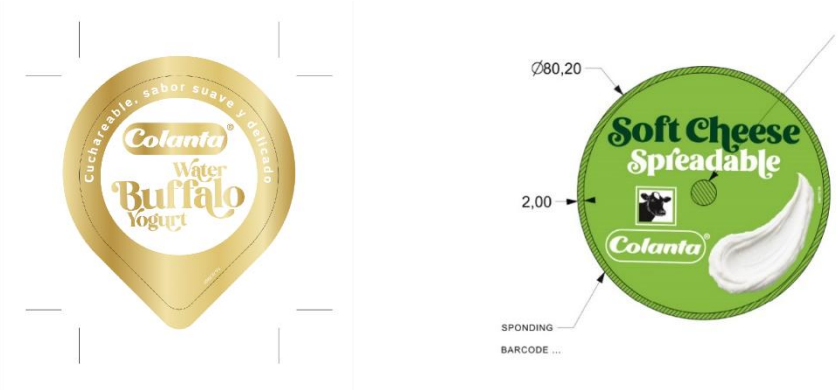

Colanta®
Soft Cheese
Spreadable
Fresh, semi-soft,
high-fat cheese
FREE RANGE
FREE RANGE
Peso neto:
400 g
Porciones:
Aprox. 27



Nota: Elaboración propia

2. Presentación del Foil

Figura 8: Foil tapa envase propuesta



Nota: Elaboración propia

Se realiza el foil metálico que funciona como tapa en el envase de yogurt con un diseño visual y minimalista siendo el titulo y logo como fuerza en el centro.

Conclusiones.

La ejecución de este proyecto de validación de funciones demostró el valor estratégico del diseño gráfico como motor de internacionalización corporativa. Al finalizar el proceso, se logró cumplir a cabalidad el objetivo general de diseñar estratégicamente los empaques para la línea Yogur de Búfala y Queso Crema, consolidando un portafolio gráfico que cumple con los requerimientos técnicos y visuales del mercado estadounidense.

Se concluye que un empaque trasciende su función de contenedor para convertirse en la principal herramienta de comunicación y embajador de marca en nuevos mercados. La metodología empleada permitió equilibrar exitosamente la esencia tradicional e institucional de Colanta con las tendencias globales de diseño limpio, minimalista y orientado a destacar el origen natural del producto. Asimismo, el proyecto comprobó que la articulación entre el área creativa y la gerencia de exportaciones es fundamental para garantizar que las propuestas de diseño sean no solo estéticamente atractivas, sino comercialmente viables.

A futuro, los resultados obtenidos en este trabajo sientan un precedente visual y metodológico estructurado. El sistema gráfico desarrollado establece un modelo replicable que la Cooperativa Colanta puede utilizar para estandarizar el rediseño de futuras líneas de productos premium destinadas a la exportación, asegurando una penetración de mercado sólida y una percepción de alta calidad a nivel global.

Fortalezas y Logros

Entre las principales fortalezas del proyecto destaca el conocimiento profundo del manual de marca y los valores institucionales de Colanta, lo cual garantizó que el rediseño no perdiera el ADN de la empresa. La integración fluida entre los procesos de diseño y los requerimientos del área de Mercadeo permitió un flujo de validación constante y efectivo.

Los logros corporativos más significativos incluyen:

- La entrega de propuestas de empaque (renders y artes finales) totalmente adaptadas para el comercio exterior, listas para su integración en el catálogo de exportación.
- La resolución de una problemática comercial real desde el área de Publicidad, optimizando la presentación visual de productos que anteriormente carecían de una

identidad competitiva internacional.

- La implementación exitosa de nuevas herramientas tecnológicas en el flujo de diseño para optimizar tiempos y enriquecer las ilustraciones de los envases.

Oportunidades y Retos

El desarrollo de la nueva línea de empaques abre importantes oportunidades para la empresa.

A partir de estos diseños, Colanta posee una base sólida para introducirse en cadenas de supermercados norteamericanos que exigen un alto nivel estético. Además, se abre la oportunidad para el área de Publicidad de desarrollar ecosistemas digitales, campañas y material de punto de venta internacional basados en la nueva identidad gráfica de esta línea exportable.

No obstante, el proyecto presentó retos técnicos sustanciales. El principal desafío insistió en la síntesis visual: lograr que los empaques se percibieran modernos y adaptados a las normativas de la FDA (información bilingüe, nuevas tablas nutricionales), sin generar saturación visual y respetando los colores y la estructura corporativa de la marca. Finalmente, superar estos retos técnicos demostró la capacidad resolutiva de la disciplina gráfica frente a barreras comerciales internacionales.

Reflexión Personal del Proceso

A nivel profesional, la pasantía representó una valiosa oportunidad de crecimiento. Entender las dinámicas del diseño orientado a la exportación, el cumplimiento normativo internacional y la importancia de sustentar propuestas creativas ante directivos comerciales, enriqueció profundamente el criterio técnico y estratégico aplicable a futuros proyectos en la industria del branding y el packaging.

Referencias Bibliográficas

Colanta. (s.f.). Catálogo de Exportación 2025 [Documento PDF]. Cooperativa Colanta Ltda.

Colanta. (s.f.). Colanta Solidaria. https://colanta.com/corporativo/historia/#colanta-solidaria

Colanta. (s.f.). Historia de Colanta. https://colanta.com/corporativo/historia/#nuestra-historia

Colanta. (s.f.). Nuestra razón de ser: Propósito, Misión, Visión y Valores. https://colanta.com/corporativo/historia/#nuestra-razon-de-ser

Colanta. (s.f.). Queso Crema Fresco y Semiblando. https://colanta.com/sabe-mas/queso-crema/

Colanta. (s.f.). Yogur de Búfala Fresa. https://colanta.com/sabe-mas/yogur-bufala-fresa/

Colanta. (2023). *Informe corporativo 2023* [Documento PDF]. Cooperativa Colanta Ltda. https://colanta.com/corporativo/wp-content/uploads/2024/06/REGISTRO-WEB-REGIMEN-TRIBUTARIO-ESPECIAL-2023.pdf

Clemson University. (s.f.). *Andrew Hurley, Ph.D.* https://www.clemson.edu/centers-institutes/sonoco-institute/about/staff/andrew-hurley.html

Food and Drug Administration (FDA). (s.f.). *How to Start a Food Business*. https://www.fda.gov/food/food-industry/how-start-food-business

Fraser, A. (s.f.). *The influence of package design on consumer purchase intent*. Wiley. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781119126881.ch10

Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (s.f.). *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf*. Wiley. https://www.wiley-vch.de/en/areas-interest/art-culture/packaging-design-978-1-118-02706-6

NielsenIQ. (2026). *Packaging Design That Delivers: Lessons from the 2026 Design Impact Award Winners*. https://nielseniq.com/global/en/events/2026/packaging-design-that-delivers-lessons-from-the-2026-design-impact-award-winners/

Stewart, H., Kuchler, F., & Sweitzer, M. (2025). *Milk and Yogurt Packaging Claims in the United States*. U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service. https://ers.usda.gov/publications/112713

Anexos

Anexo 1: Proceso de diseño y artes finales (Etiquetas y troqueles bilingües de Yogur de Búfala y Queso Crema). https://youtu.be/GRollmuKwg8



● Anexo 2: Renders de productos y pruebas físicas en envases (Dummies). https://youtu.be/-WhSV-7b8F0



Encuesta1

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfyz9rR778IHtf_ubkTQZfOALsTkjOmAr8-bsPaukWgidyjPQ/viewform?usp=header

Encuesta 2

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScvWwYaODBPbjW6RH-ASTIHn-GevbKxF4JdSQ_JmWcNx8NNDQ/viewform?usp=publish-editor