

Comunicar y seducir en 3D

A través del impulso innovador de tres jóvenes diseñadores, Tridimage nació hace más de una década para revolucionar el sentido del packaging de envases, estuches y etiquetas. La visión de su trabajo radicó en fusionar el diseño estructural y gráfico, apostando al fortalecimiento de una marca

No sólo una empresa puede comunicar con éxito si posee un eficiente departamento de marketing. A través del diseño y la gráfica, se puede penetrar en mercados nunca imaginados y conquistar a un sinnúmero de consumidores de todos los sectores sociales. De ello pueden dar fe tres diseñadores que se asociaron en 1995, con el objetivo de dar vida a Tridimage, que se transformó en la agencia argentina líder en imagen 3D de packaging y en exportación de servicios creativos en el rubro. No sólo su desarrollo es el sustento de sus vidas; también puede ser aprovechado por numerosas Pymes que apuesten a la innovación en la "comunicación visual" como golpe de efecto para su negocio.

Seducidos por una visión particular del packaging, Adriana Cortese, Virginia Gines y Hernán Braberman se lanzaron al mercado con la certeza de que tenían en manos un servicio hasta el momento desconocido.

"Notamos que había una necesidad insatisfecha, que tiene que ver con la fusión del diseño industrial y tridimensional de los envases al diseño gráfico. No había ninguna agencia que pudiera unir las dos disciplinas, que ayude a las empresas a ganar competitividad", recuerda Braberman, quien sostiene que gran parte del éxito radica en mantener una visión en esta disciplina, tener claro cuál será el posicionamiento dentro del mercado. Por ello, apostaron desde sus comienzos, y sin diversificarse, a especializarse en el diseño estructural y gráfico de envases de vidrio, plástico, etiquetas, estuches y packs promocionales. Adriana, Virginia y Hernán no sólo coinciden en la pasión por el diseño; consideran como precepto fundamental que el packaging

EN PRIMERA PERSONA

Aprovechar el momento: "Apuntamos a consolidarnos como pioneros en Latinoamérica. Es un orgullo, pero también mayor responsabilidad, ya que no podés decaer. El diseño argentino es muy bien visto a nivel mundial. Hay que aprovechar esa visión", advierte Braberman.

La confianza como valuarte: "Mostramos seguridad en cuanto a los conocimientos técnicos, no dudamos en afirmar cuándo algo se puede fabricar. Eso le transmite confianza a los demandantes del exterior. Por ello, considero que en una década supimos transformar un micro-emprendimiento en una agencia especialista en packaging, elaborando soluciones integrales de diseño para clientes como Bodegas Alvear, Pernod Ricard, Embotelladora Cactus México, cervecera y maltería Quilmes, J. Llorente, Clorox, Bodega Lagarde", enfatiza Cortese.



debe seducir y comunicar en las tres dimensiones, ya que el formato del envase y su gráfica son reflejo de la identidad de una marca. Y reiteran que la sinergia entre diseño estructural y gráfico crea en los consumidores una respuesta emotiva inmediata, y asegura el éxito del producto.

El prototipo de una envase para una firma de piña colada fue la palanca para que Tridimage comenzara a desandar el camino, ya que apenas terminaron su primer trabajo, fueron recomendados a una cristalera, que los vinculó a la empresa Quilmes, quienes actualmente les encomienda el trabajo de desarrollar el nuevo formato de su marca de agua Eco de los Andes. "Ayudó que nos conocían por nuestra trayectoria individual anterior", reconoce Braberman.

Virginia Gines puntualiza como un momento de quiebre para la firma cuando las empresas descubrieron que podían diseñar tanto la estructura de un envase como su packaging, que se podía comunicar desde el envase y

no solamente desde la etiqueta. "Nos adaptamos al tipo de seguimiento que realizamos con cada cliente, que es distinto según el tamaño de la firma, ofreciendo varias alternativas", indica.

En las góndolas del exterior

Braberman destaca como un hecho no menor "viajar mucho y codearse con las grandes empresas de diseño a nivel mundial para actualizarnos, para ofrecer un mayor valor agregado a nuestros clientes". Por citar un caso de viajes y continuo ofrecimiento del servicio, Tridimage recibió un pedido para reformular la identidad de toda la línea de aguas saborizadas Cactus, de México.

El éxito de este trabajo le facilitó la apertura de nuevos mercados y, en la actualidad, se consolidó en la exportación de servicios a Estados Unidos, Hungría, México, Canadá España y Alemania.

Dentro del rubro, una Pyme necesita más consejos y seguimiento, por ejemplo, cómo cotizar la impresión gráfica y sugerencias para generar el nombre de un producto. "Se debe ayudar al productor a descubrir cuál es el mercado apropiado, el *target* del consumidor, y hasta cómo debe lucir su bien en la góndola", subraya Gines.

Adriana Cortese, directora general de la agencia, indica que la imagen gráfica es la seducción por excelencia, y así se inicia y fortifica la dinámica de este negocio. "Con la devaluación, una buena imagen y comunicación del producto se tornó fundamental", agrega. La clave, dice, para mantener el negocio con grandes, medianas y pequeñas empresas, es asesoramiento, calidad, creatividad y puntualidad en las entregas.