EL IMPACTO DEL ENVASE EN EL CONSUMIDOR DE LA MÚSICA DE K-POP

Humanidades, Arte

THE IMPACT OF PACKAGING ON THE CONSUMER OF K-POP MUSIC

Ximena de la Paz Romo, María del Socorro Gabriela Valdez Borroel, José Ángel Muñiz Flores

Facultad de Artes Plásticas "Profesor Rubén Herrera", Universidad Autónoma de Coahuila. Carretera a México Km. 12, Arteaga Centro, 25350 Arteaga, Coahuila, México.

Correspondencia: María del Socorro Gabriela Valdez Borroel, Correo: mvaldez@uadec.edu.mx, ORCID 0000-0002-8627-0137

RESUMEN

En este documento se analizará el impacto del diseño y complemento del envase dentro de la industria del K-pop, donde se tomará en cuenta el impacto que tiene en el comportamiento de los consumidores y sus implicaciones en el medio ambiente. Parte de lo investigado abarcara como los empaques no solo funcionan como protección hacia los elementos que lo integran, sino que también su cuestión dentro marketing e identidad de marca y el valor sentimental que se les da por medio de los fans a base de contenidos especiales y el fanatismo logrando una experiencia al consumidor. Se mencionarán las soluciones que han brindado las empresas y las iniciativas que los mismo fanáticos han sugerido para presionar a las empresas y lograr un cambio para evitar un impacto más grande en la contaminación por el uso de plásticos y cartones de manera excesiva, la compra compulsiva y la concientización hacía las personas sobre su consumo, optando por alternativas donde se utilicen materiales reciclados, diseños de los empaques diferentes donde usen como apoyo la tecnología, ofreciendo el contenido especial de manera digital o empaques compactos minis más económicos donde se les de otra utilidad aparte de escuchar la música. Gracias a investigaciones previas e información nueva, se puede deducir que el empaque del K-pop ha logrado dejar su huella en el consumidor por medio de la experiencia, donde se logra ver que ha tenido un impacto negativo en el medio ambiente por su consumo y uso de materiales excesivos, pero llegando a innovarse a materiales más sustentables.

Palabras clave: tendencia; identidad de marca; empaque; K-pop; consumismo.

ABSTRACT

This document will analyze the impact of packaging design and accessories within the K-pop industry, taking into account the impact it has on consumer behavior and its implications for the environment. Part of the research will cover how packaging not only functions as protection for the items it contains, but also plays a role in marketing and brand identity, and how it is imbued with sentimental value by fans through special content and fanaticism, creating a consumer experience. The solutions provided by companies and the initiatives suggested by fans themselves to pressure companies and bring about change will be mentioned to avoid a greater impact on pollution due to the excessive use of plastics and cardboard, compulsive buying, and raising awareness among people about their consumption, opting for alternatives that use recycled materials, different packaging designs that use technology, offering special content digitally, or more economical compact mini packaging that can be used for purposes other than listening to music. Thanks to previous research and new information, it can be deduced that K-pop packaging has left its mark on consumers through experience, demonstrating that it has harmed the environment through consumption and excessive use of materials, yet has also innovated with more sustainable materials.

Keywords: Trends; brand identity; packaging; K-pop; consumerism.

INTRODUCCIÓN

En el mundo de la música, uno de los géneros que ha ido destacando con el paso de los años ha sido el K-pop (Anagamar, 2023). Más allá de las coreografías y conceptos visuales de los grupos, el diseño de los álbumes y su mercancía, a partir de su identidad visual, han demostrado impacto entre las fans (Envase y embalaje, s.f.; Izertis, 2024). Dentro de esta investigación nos adentraremos en el mundo del envase y en su importancia dentro de la música, su relación e impacto emocional con el consumidor (La Razón de México, 2024), así como su impacto en el medio ambiente y las alternativas que han brindado las agencias con los envases sin dejar de lado la

creatividad, utilidad y esencia del grupo (Losada Alfara, 1997; Morales, 2023; Lee, 2024).

Las agencias han avanzado en su compromiso con el impacto ambiental generado durante la creación y la producción de los álbumes (Olethea, 2021; Pinktape, 2024). En algunos casos, han intentado implementar medidas de restricción en las compras masivas o colaborar con empresas ecológicas para crear empaques (Sawczuk, 2025). Sin embargo, la producción a gran escala y el uso intensivo de materiales continúan generando un impacto negativo (Rojas Aragón, 2019).

Esta investigación busca destacar la importancia de la identidad visual en la creación de álbumes, considerando su contenido y cómo esta influye en la compra del producto. Al mismo tiempo, se pretende investigar cómo este fenómeno junto a las compras masivas y el consumo excesivo de los materiales para su producción ha generado un impacto en el medio ambiente.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó un análisis teórico de información apoyado en el modelo prisma, revisando fuentes de consulta en bases de datos y, mediante filtros, seleccionando las pertinentes a los ejes de esta investigación como las preguntas aplicadas en encuestas (Shop, s. f.; YouTube, 2022; Yoo y col., 2025). Se obtuvo la información para el marco teórico conceptual que sustentará el proyecto gráfico. Una vez realizada esta investigación documental, se procede a una investigación gráfica mediante uno de los métodos proyectuales denominados Design Sprint, que cuenta con cinco fases para la elaboración del producto gráfico.

Se usó la metodología SPRINT, cuyo objetivo es comprender y delimitar el problema que se buscaba resolver, así como verificar, mediante encuestas, que fuera una necesidad real para la ciudadanía. Se basó en una investigación mixta, en la que se combinaron métodos cuantitativos y cualitativos para la recopilación de información, y se aplicó una encuesta para discutir los resultados y comprobar la factibilidad de la propuesta.

RESULTADOS

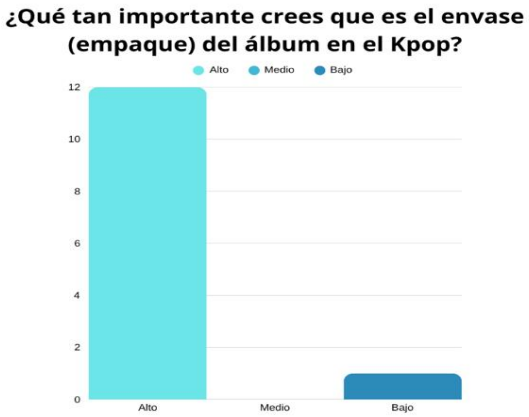
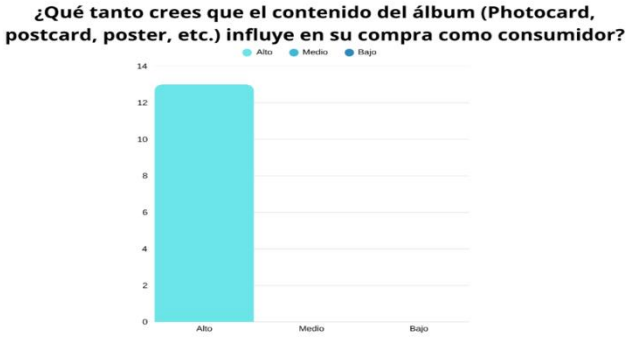


Figura 1. Resultados de la encuesta sobre la importancia del empaque en la percepción y la adquisición de K-pop. (Elaboración propia)



Según las investigaciones y herramientas aplicadas, en este caso, se realizó una encuesta a 15 personas con el objetivo de conocer su percepción y opinión sobre el impacto en el medio ambiente y en los usuarios.

El 90% de los encuestados declaró un alto impacto del empaque en el K-pop en su percepción y en su decisión de compararlo (Figura 1). Asimismo, el 100% declaró que el contenido incluido en estos también influyó en su interés por adquirir el álbum (Figura 1).

Aproximadamente el 69.2% de los encuestados ven o perciben un impacto negativo en el medio ambiente causado por el empaque

de los álbumes de K-pop, el 23.1 % ve un problema, pero no lo percibe de manera tan grave o drástica y, por último, el 7.7 % no ve un problema grave o de forma negativa (Figura 2). Asimismo, el 84.6 % de las personas ve de importancia la creación o el uso de materiales ecológicos para el envase de los álbumes buscando generar menos contaminación (Figura 2).

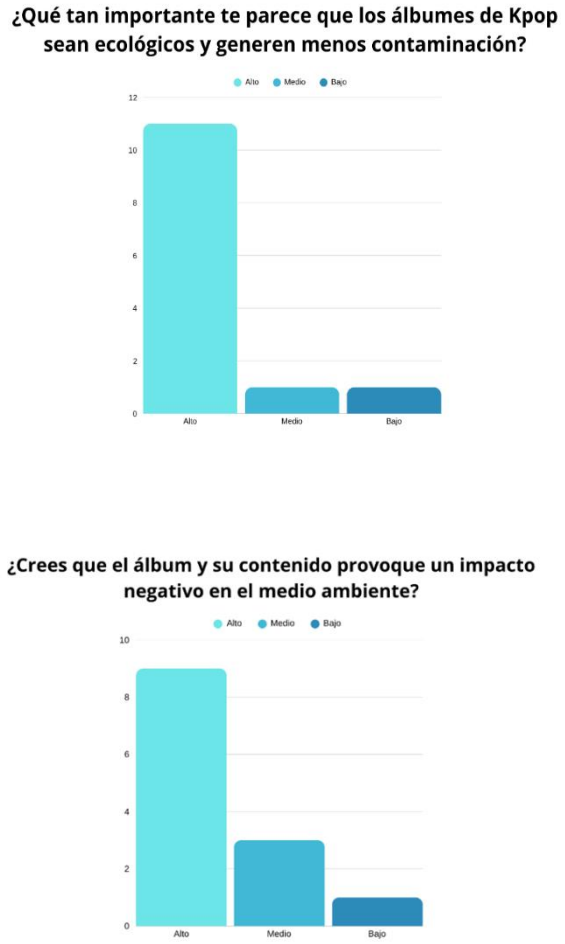


Figura 2. Resultados de encuesta sobre importancia del impac ecológico y ambiental de pop.
(Elaboración propia)

Dentro de la encuesta donde se preguntó su interés y factibilidad de comprar un álbum con contenido más digital, el 30.8 % lo encontraría interesante y como una opción (Figura 3). El 7.7 % lo encuentra interesante, pero no como una opción de compra, mientras que el 61.5 % no lo percibe como una alternativa (Figura 3).

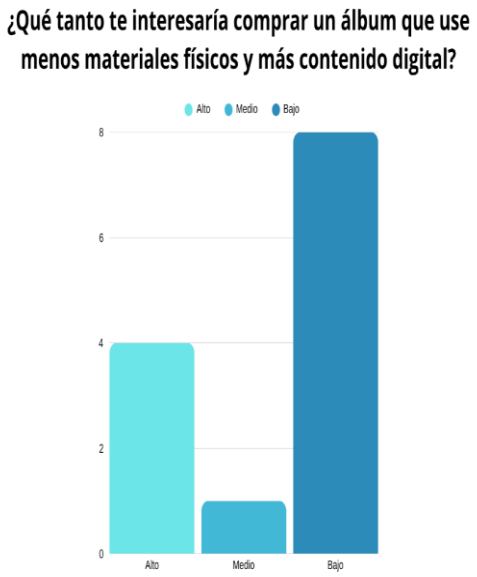


Figura 3. Resultados de la encuesta sobre la aceptación de variante de álbum más digital

Fuente: Elaboración propia.

Aunque, el 69.2 % de los encuestados, ven la opción viable o de forma positiva un empaque donde se utilice más contenido digital para cumplir con un propósito ecológico en menos uso de plásticos y residuos. En el empaque se conservaría únicamente un contenido coleccionable, en el que las personas declararon que se mantendría la emoción o la experiencia de un álbum general.

Discusión

Los resultados obtenidos muestran un alto porcentaje del impacto de los álbumes en el K-pop, lo cual forma parte de la decisión de los usuarios al comprar como consumidores.

El 90 % declaró que el empaque es fundamental para su compra, y el 100 % coincidió en que el contenido coleccionable influye de igual forma en su compra. Esto está relacionado con la experiencia del consumidor y su afinidad emocional (Rojas Aragón, 2019). Sawczuk (2025) señala que, dentro de los álbumes, sus elementos adicionales, en términos de mercadotecnia, constituyen valor agregado, pues, pese a no tener un uso, son apreciados por los consumidores. Esto se relaciona con las emociones y experiencias que moldean a los usuarios.

En el aspecto ambiental, en cambio, un 69.2 % nota un impacto negativo en el medio ambiente por el uso excesivo de materiales no biodegradables en los empaques, aunque el 84.6 % considera interesante o variable una opción de empaque que utilice menos materiales contaminantes.
Con esto en mente, el 30.8% de los encuestados considera como una opción variable la creación y compra de un álbum con mayor contenido digital, mientras que el 61.5% no lo contemplaría como una opción de compra. Con esto en mente, nos da una idea clara de la importancia de los contenidos de los álbumes en formato físico, probablemente por su tangibilidad o por el valor emocional y coleccionable que estos poseen.

Conclusiones

Con esta investigación se logró confirmar la importancia e impacto de los álbumes de Kpop dentro de la industria y de los consumidores, donde es utilizado como una herramienta para crear una conexión y un vínculo emocional.
Asimismo, se afirmó el impacto negativo que todo el proceso conlleva en el medio ambiente, donde el uso de plásticos, uno de los principales materiales empleados, y otros elementos no biodegradables afectan la calidad del medio, causando un aumento de la contaminación en los últimos años tanto dentro como fuera de Corea. De igual forma, se identificaron opciones y variables que las fans y las agencias de entretenimiento coreanas han adoptado para la creación de álbumes menos contaminantes, así como campañas para incitar a las fans a comprar con conciencia.

Agradecimientos

La realización de este documento no la pude elaborar sola sin el apoyo de mi familia, donde le agradezco a mi madre, María Isabel, por haberme apoyado y estar para mí en mis momentos difíciles en la carrera; a mi padre, Jesús De La Paz, que, pese a que ya no se encuentra con nosotros, siempre estuvo en mi memoria y recuerdos, motivándome a seguir adelante y poner todo mi esfuerzo, como él siempre me enseñó; y, por último, pero no menos importante, a mi hermana, Karla Sofía, la cual me ayudó en la selección de tema y me

motivó a investigar algo que me gustara, ayudándome en mis estudios cuando el estrés me dominaba.

REFERENCIAS

Anagamar. (2023, noviembre 21). Envase (el) vs. a granel. Todo En Español Con ANA. https://hispanialengua.com/2023/11/21/envase-el-vs-a-granel/?utm_source=chatgpt.com

Envase y embalaje. (s. f.). Eumed.net. https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/embalaje.html#_ftn9

Izertis. (2024, septiembre 20). Envase primario, secundario y terciario. Esnova. https://esnova.com/es/blog/envase-primario-secundario-y-terciario/

La Razón de México. (2024, octubre 11). K-pop, una fábrica de estrellas que deja exorbitantes ganancias. La Razón de México. https://www.razon.com.mx/entretenimiento/2021/08/04/k-pop-una-fabrica-de-estrellas-que-deja-exorbitantes-ganancias/

Lee, E. (2024, noviembre 14). Plastic use for K-pop albums up 14 times over last 6 years. The Straits Times. https://www.straitstimes.com/asia/east-asia/plastic-use-for-k-pop-albums-up-14-times-over-last-6-years

Losada Alfara, M. L. (1997). El envase y embalaje. Historia, tecnología, ecología [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México]. https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000247139/3/0247139.pdf

Morales, I. E. (2023, junio 21). Guía para entender el K-pop: características y su impacto. Vogue. https://www.vogue.mx/articulo/guia-para-entender-k-pop

Olethea. (2021, mayo 10). K-pop and wastefulness: The consumer wasteland. Seoulbeats. https://seoulbeats.com/2021/05/k-pop-and-wastefulness-the-consumer-wasteland/

Pinktape. (2024, junio 23). Con K de Kpop. https://conkdekpop.com/el-arte-de-disenar-un-album-de-k-pop/

Rojas Aragón, J. (2019, septiembre). Introducción a la teoría del envase y embalaje [Diapositivas; Internet]. http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/108821/secme24517_3.pdf?sequence=3

Sawczuk, C. (2025, marzo 13). La industria del K-pop: un modelo de éxito mundial que trasciende fronteras. Infobae. https://www.infobae.com/entretenimiento/2025/03/13/la-industria-del-k-pop-un-modelo-de-exito-mundial-que-trasciende-fronteras/

Shop, N. (s. f.). Stray Kids mini album 樂-STAR (PLATFORM ALBUM_NEMO VER.) - Nemoz Shop. Nemoz Shop. https://en.nemoz.shop/product/stray-kids-mini-album-%E6%A8%82-star-platform-albumnemo-ver/190/category/23/display/1/

YouTube. (2022, agosto 2). 2021 JYP ESG REPORT [Vídeo]. https://www.youtube.com/watch?time_continue=15&v=fqQsblYcDpU&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Fthecreativeconversation.wordpress.com%2F&source_ve_path=Mjg2NjY

Yoo, S. C., Fan, H., Piscarac, D., & Puentes, S. T. (2025). Advertising together for our K-pop idol: The roles of trust, loyalty, and perceived value in K-pop crowdfunding for outdoor advertising. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 20(1), 44. https://doi.org/10.3390/jtaer20010044