

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO

DISEÑO GRÁFICO FINAL

Alumno

Riveira Cinthia Gisel

Proyecto

Rediseño, Promoción de Sistema de
Identidad y Packaging de MQA •
Productos Gourmet

Fecha de Cursado

2012

Fecha de Examen

2013

_____ GOURMET _____
MQA

“Rediseño y promoción de Sistema de Identidad y Packaging de MQA • Productos Gourmet”

PROBLEMA

MQA carece de personalidad y de un sistema de identidad, pregnante que genere impacto y memorabilidad en el público. Posee una gran diversidad de recursos de comunicación en sus distintas líneas.

COMITENTE

Empresa familiar productora de Productos Gourmet Artesanal, ubicada en el departamento de Las Heras en la Ciudad de Mendoza, su producción está dirigida al Mercado Nacional e Internacional. MQA carece de un sistema gráfico, claro, coherencia entre sus líneas y personalidad para generar un mayor impacto en el Mercado creando una Imagen memorable en la mente de los consumidores.

OBJETIVO

Generar un rediseño de Identidad corporativa, otorgándole fuerza a la nueva Imagen de la Empresa, dar a conocer con un adecuado sistema de promoción. Posicionarla en el Mercado Interno y Externo, generar interés en nuevos clientes.

PÚBLICO

Perfil Demográfico

Mujeres y Hombres entre 24 a 60 años, ciudadanos de Mendoza, turistas provinciales, nacionales y extranjeros de clase socioeconómica y educativo media alta. Dispuestos a pagar más por alimentos de calidad. Vinotecas, hoteles internacionales, grandes cadenas de supermercados que realizan la compra y venta del producto.

Perfil Psicográfico

Amantes de los nuevos sabores, conocedores, informados y receptivos hacia las nuevas culturas culinarias. Poseen un elevado grado de exigencia con respecto a lo que entienden por “calidad en el comer”. Para ellos, los productos deben ser de calidad, pero también deben ir asociados a una experiencia de comer satisfactoriamente y auténticamente.

CONDICIONES CONTEXTUALES

Situacional

Los productos se encontrarán a la venta en hoteles, restaurantes, vinotecas, hipermercados. El público entrara en contacto con ellos al verlos colocados ya sea en un POP especial o en la góndola específica para estos, de los supermercado.

Perceptuales

Realizar las piezas Gráficas teniendo en cuenta el nivel cognocitivo del intérprete, utilizando elementos unificadores, logrando despertar el interés en el consumidor.

Estructura del Sistema

Rediseño de Marca, impregnada de personalidad generando vínculos y promoviendo sentimientos por parte de las personas que la perciben.

Papelería institucional

Aplicación de la Identidad, manteniendo el mismo lenguaje usado en todas las piezas gráficas, con aplicaciones en papelería básica: tarjetas personales, recibo, papel carta, web, entre otros .

Etiquetas

Elaborar un sistema de identidad uniforme, que diferencie las diversas líneas de productos pero que a su vez sea un sistema, conteniendo elementos legales, distintivos, persuasivos e informativos, siempre respetando la imagen de la Empresa.

- Conservas Vegetales : Pasta de Ajo, Pasta de Cebolla, Pimientos Morrones, Tomates Secos. Envasados en frascos de 170 gr.
 - Encurtidos : Aceitunas Verdes descarozadas, Aceitunas Negras tipo griegas, Cebolla en Aceto. Env. 330 gr.
 - Conservas Vegetales Ahumadas: Aceitunas verdes con ajo, Aceitunas verdes ahumadas. Env. en 330 gr.
 - Aceitunas Rellenas : A.rellenas con morrón, A. rellenas con panceta, A. rellenas con almendras. Env. en 330gr.
 - Mermeladas : Pera, Ciruela, Mandarina, Frambuesa. Env. en 170gr.
 - Chutneys: Moras al Malbec, Alcayota al Torrontés. Env. en 170 gr.
 - Salsas de Tomate: Salsa Putanesca, Salsa Tradicional. Env en 170gr.
- ### *Cajas*
- Packaging générico promocional.

Funciones

- Identificar
- Diferenciar

- Identificar

- Identificar
- Diferenciar

Editorial

Estructura del Sistema

Catálogo & Brochure

Diseño de pieza gráfica que funcionara como brochure institucional y a su vez como catálogo institucional. En el mismo se colocarán las imágenes pertinentes e información de la empresa.

Contará con fichas técnicas, en las cuales se encontrarán los productos con sus características.

Funciones

- Informar

Diseño Web

El sitio web brinda de forma rápida, simple, dinámica e interactiva información sobre :

- Historia & origen de la Empresa
- Productos de MQA, con sus características, sus respectivas imagenes. Procesos de elaboración de los mismos.
- Fábrica, recorrido virtual por ella
- Novedades, información sobre la empresa, fines sociales, nuevos productos, entre otros.
- Contacto, enviar mail y obtener información de teléfonos y locación de la Empresa.

- Informar
- Interactuar
- Promocionar

Promoción

Estructura del Sistema

Afiches

Transmitir mensajes de forma clara a través del empleo de texto e imágenes pertinentes.

Gráfica Vehicular

Imagen Corporativa empleada en el vehículo que establece un contacto directo en su circulación con la comunidad, la cual contendrá elementos informativos y persuasivos para reflejar la identidad de MQA.

Arquigrafía

Incorporación de la Marca a la arquitectura de la fábrica, logrando ser ubicada y reconocida por los turistas o consumidores actuales.

Indumentaria

Aplicación de la marca en los uniformes de los empleados. Reforzando la sinergia entre las actividades que la empresa hace.

Marchandising

Aplicación de la identidad corporativa en artículos que ayuden a la fijación de la misma, en objetos que puedan ser de uso como desde un destapador (sector de degustación), servilletas, copas, shot, llaveros, gorras, delantales, entre otros.

Funciones

- Informar
- Promocionar

_____ GOURMET _____
**ANTECEDENTES
& TENDENCIAS**

ANTECEDENTES

Se seleccionaron 3 modelos para la muestra de antecedentes.

• 1 : PRODUCTOS PEREZ



Uso Sintáctico; uso de tipografía caligráfica para la marca fusionándola con tipografías sans serif. Uso de paleta cromática vivaz pero a la vez mantiene cierta elegancia. Uso Semántico; transmitir la naturalidad de los productos

• 2: PRODUCTOS NIGELLA LAWSON



Uso Sintáctico; Imagen netamente tipográfica • Sans serif. Uso de paleta cromática netamente neutro, blanco y negro logrando elegancia sobre todas las cosas. Uso Semántico; reflejar modernidad, vanguardia, exclusividad.

• 3: PRODUCTOS DE TÉ



Uso Sintáctico; Fusión de tipografías con dibujos gestuales de fondo, uso de colores estridentes que rompen los esquemas establecidos. Uso Semántico; reflejar naturalidad de los productos y modernidad.

TENDENCIAS

Sintáctico : Marcas tipográficas, sans serif en colores neutros, fuerte presencia del Estilo Minimal, por otro lado también se puede observar marcas ornamentadas de carácter artesanal. En algunos casos podemos observar un juego interesante en el uso de las paletas cromáticas, rompiendo los esquemas ya establecidos. Uso de Imágenes en primer plano. Intervención de dibujos neutros que generan un fondo o son los protagonistas. Composiciones limpias, siempre mantienen un mismo nivel de lenguaje, sin haber sobre saltos en los elementos de esta.

Semántico : Se mantiene limpieza y pureza en sus piezas, reflejando la naturalidad de los productos. Son elaborados sin productos que alteren los sabores originales de la materia prima.

Pragmático: Legibilidad, versatilidad y pertinencia



CONCLUSIÓN & SÍNTESIS

MQA, realiza grandes volúmenes de producción, le otorgan un gran valor al producto y a su imagen, por lo tanto se podrá trabajar con gran libertad en la elección de envases y en las tecnologías utilizadas para realizar sus diseños.

Por otro lado, el público al que se dirige nuestro producto está impregnado del lenguaje gourmet, aquí es donde debemos innovar para lograr romper los esquemas establecidos pero a su vez seguir manteniendo el mismo lenguaje.

_____ GOURMET _____
ANTEPROYECTO

DESARROLLO DE ALTERNATIVAS DE ESTRATEGIA

ALTERNATIVA N° 1 • SENTIDOS&TEXTURAS



Destacar las texturas, colores, características principales del producto u otros elementos naturales relacionados, provocando diversas sensaciones en el receptor. Se diferenciarán los productos salados de los dulces creando el clima adecuado al producto a través de los recursos utilizados, (por ejemplo: uso de distintos colores, fondos, etc)

Evaluación: Esta estrategia podría ser válida para una sola línea de productos, se vio pequeña en cuanto a sus recursos a la hora de aplicar en todas las líneas de la empresa.

ALTERNATIVA N° 2 • TIPOGRÁFICA



A través del uso de diversas tipografías se despierta el interés en el receptor, trabajando una gráfica totalmente vanguardista, moderna, donde se ve reflejado el perfil de la Empresa y de sus competencias.

Evaluación: Esta estrategia resultó novedosa, original en sus comienzos, pero a su vez resultó aburrida gráficamente.

ALTERNATIVA N° 3 • ORIGEN



Esta estrategia consiste en reflejar el origen de nuestros productos, a través de la materia prima, los niveles de producción de los productos se verán reflejados en los dibujos del mismo.

Evaluación: Resultó positiva al combinar ciertos recursos gráficos, se produjo un juego gráfico interesante, fuera de lo normal, fuera de los parámetros establecidos dentro del rubro.

PLANTEO DE ESTRATEGIA

Origen

Reflejar el origen de los productos. Logrando despertar un gran interés en el público y público nuevo a través de los recursos utilizados.

Tomar como íconos identificadores de los productos a la materia prima en sí, es decir a la representación de los mismos, los cuales tendrán distintos tratamientos según el nivel de producción de los productos.

<i>Línea</i>	<i>Concepto</i>
<i>Conservas Vegetales</i> <i>Conservas Ahumadas</i> <i>Salsas de Tomate</i> <i>Encurtidos</i> <i>Aceitunas Rellenas</i> <i>Chutneys</i> <i>Mermeladas</i>	Representar los Productos a través de la materia prima, cada línea se diferenciará a través del tratamiento de los dibujos. Es decir, cada dibujo va llevar un tratamiento diferente haciendo alusión al nivel de elaboración de los productos.

____ GOURMET ____
PROYECTO

PROYECTO • IDENTIDAD

Diseño de la Marca

- Se realizó el diagnóstico y la síntesis para construir el perfil de la Empresa y destacar los atributos a comunicar.
- La esencia de MQA
Elegancia, simpleza, distinción, fuerza, artesanal

Se tomó la marca original, y se trabajó en las características principales de la misma, logrando reforzar la marca. Se retiró la leyenda original "gourmet artesanal", reemplazándolo por "gourmet". Se logró obtener un Isotipo & Isologotipo, logrando una buena convivencia entre ambos en las etiquetas de los productos.

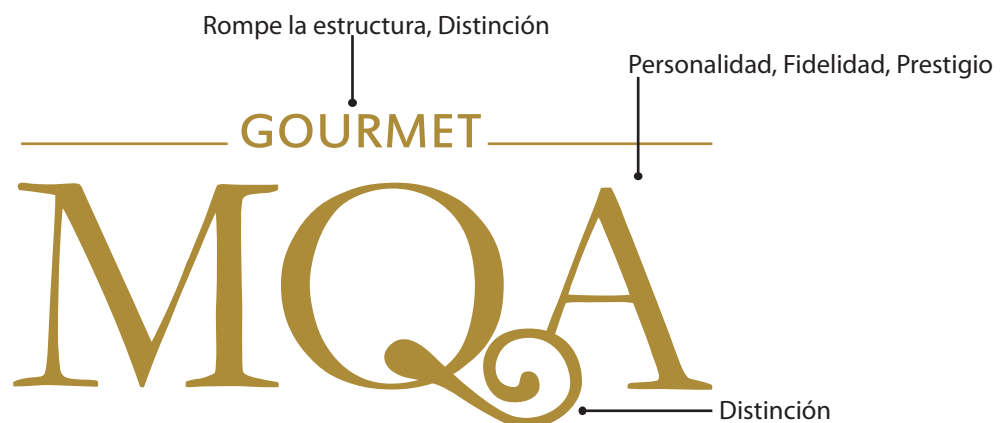
Recursos Sintácticos

- Marca Vanguardista, constituida por leyenda Gourmet en tipografía sans serif Estrangelo Edessa, acompañando a MQA, realizado con la tipografía Garamond otorgando fuerza y contraste entre ambas tipografías.
- Dibujo de la Materia Prima, con un recurso característico
- Paleta Cromática, rompe con los esquemas establecidos en el rubro.

Recorrido de la Marca



Marca Final

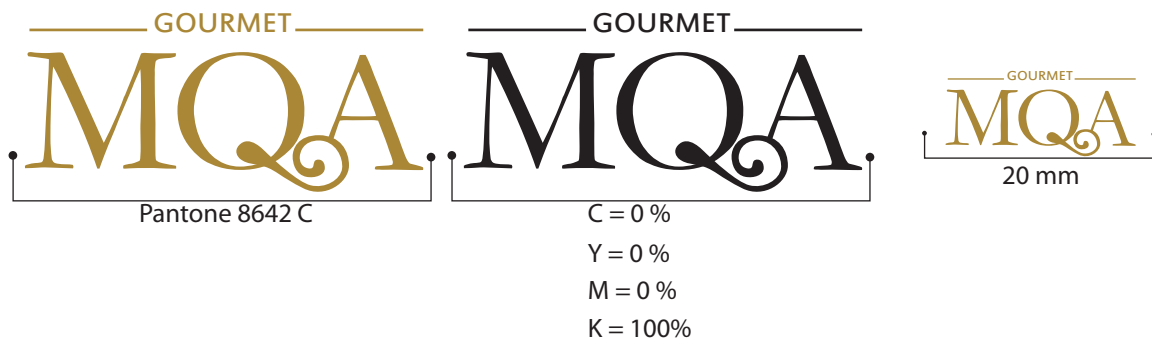


Grilla Constructiva de la Marca

Estructura que muestra el proceso de construcción del logo, el color naranja marca el área de resguardo para que esta no sea afectada por elementos ajenos que la rodean, otorgando pregnancia, impacto y valor a la marca.



Opciones del Uso de Color



Variantes Tipográficas utilizadas en la Identidad Visual

La tipografía del nombre MQA, es la que actualmente utiliza la empresa, se la conservó por la fuerza, legibilidad e impacto que tiene, la cual es trabajada como imagen.

Garamond Regular

A B C D E F G H I J K L L L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l l m n ñ o p q r s t u v w x y z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 @ % & # ! ; " ' \$ / () = ? ¿ + - *

Estrangelo Edessa Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0123456789@%&#!" '\$ / () = ? ; + - *

Las siguientes variantes tipográficas fueron utilizadas en etiquetas y piezas gráficas

Estrangelo Edessa Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0123456789@%&#!" '\$ / () = ? ; + - *

Garamond / Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0123456789@%&#!" '\$ / () = ? ; + - *

Myriand Pro / Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnpqrstuvwxyz
 0123456789@%&#!" '\$ / () = ? ; + - *

Isotipo

El Diseño del Isotipo, fue logrado a través de la fusión entre un círculo y la forma característica de la Letra "Q" de la Marca. Se tomó la forma y se inscribió en la figura geométrica. Logrando obtener un isotipo, en el cual se puede percibir la figura a través de Ley de Cierre. Este será utilizado en diversas piezas, como por ejemplo en las tapas de los envases, en productos de merchandising, en el inicio de la página web; logrando que el público familiarice el mismo como parte de la empresa.



Pantone 8642 C

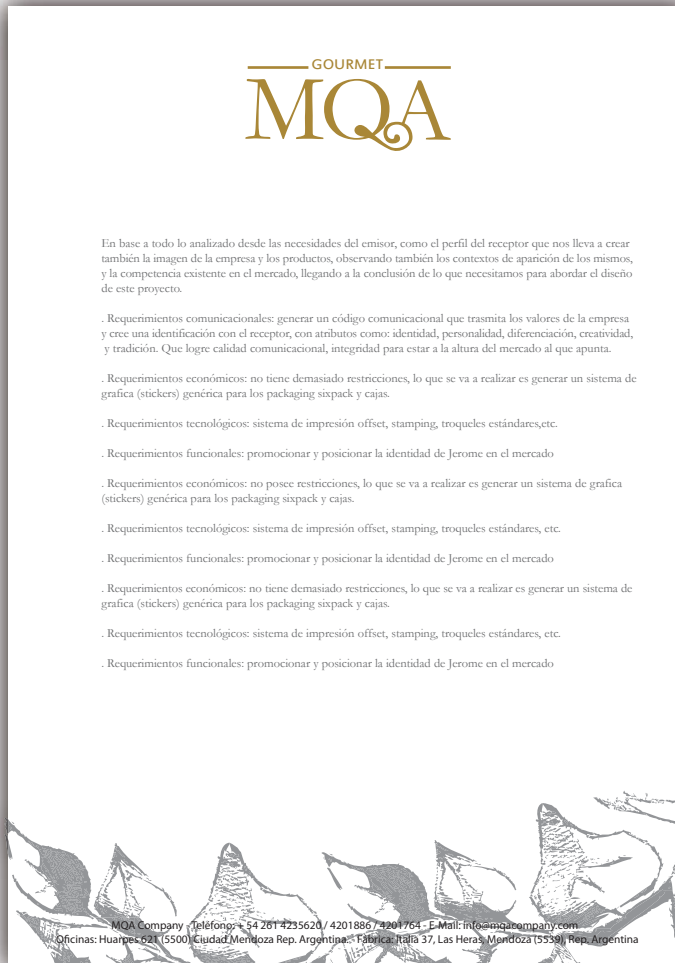


C = 0 %
 Y = 0 %
 M = 0 %
 K = 100%

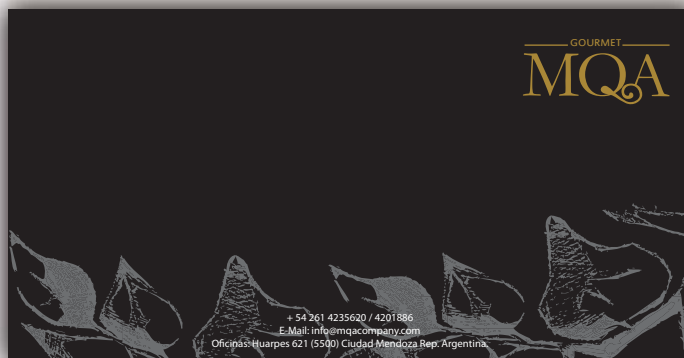


20 mm

Papelería Institucional
Papel Carta



Tintas | CMYK
Soporte| Papel obra 80g
Formato| 210mm x 297mm
Sistema de impresión|Láser



Tintas | CMYK | PANTONE
Soporte| Papel Obra 120g
Formato| 255mm x 110mm
Sistema de impresión|Láser



Tintas | C,M,Y:0% K:100%
Soporte| Papel Ilustración 350g
Formato| 85mm x 50mm
Sistema de impresión|Láser

Diseño de Etiquetas

A la hora de comenzar a diseñar, se establecieron jerarquías en las piezas gráficas que conforman el sistema. Se comenzó con un nuevo Diseño para las etiquetas, totalmente diferente a la actual. Se busco dar una unificación entre las líneas de productos y a su vez manteniendo cierta distancia entre ellas.

Diagnóstico

- Análisis de Etiquetas existentes en el mercado/competencia Local e Internacional. Análisis de las usadas actualmente por la Empresa.
- Consideración de los atributos a transmitir por parte de la Empresa.
- Análisis y síntesis de la información pertinente sobre la elaboración de los productos, tomando los datos principales como punta pie para luego relacionarlos con el tratamiento del dibujo, según la línea a la que pertenezca.

Proceso de Diseño

Síntesis

Contenidos que se van a utilizar en las etiquetas.

- Marca
- Fondos cromáticos según líneas de productos
- Ilustración de materia prima
- Información y datos legales
- Aplicación de Estrategia en el uso de recursos

Objetivos de la Etiqueta

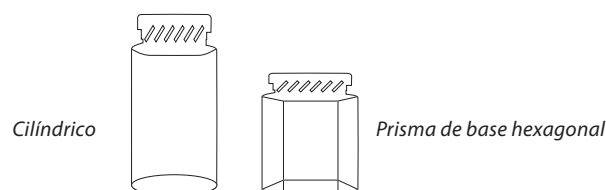
- Identificar al producto
- Clasificar al producto en categorías
- Informar o describir varios aspectos del producto
- Promover el producto mediante un diseño innovador
- Diferenciar, identificar, persuadir, impactar, posicionar, vender

Proceso

- Establecer nuevo envase para los productos
- Unificación de envases entre las líneas
- Establecer formatos de etiquetas, realización de grilla de la misma
- Pruebas y selección de tipografías para información, variedad
- Realización de las Ilustraciones de la materia prima
- Prueba y selección de paleta cromática para las diferentes líneas
- Impresión y maquetación, ajustes de medidas, tamaño de ilustraciones, prueba de stamping.

Selección de Packaging

Se seleccionaron Frascos de 330cc cilíndrico alargados para envasar las aceitunas, pasta de aceitunas y cebollitas en aceto balsámico. Para el resto de los productos se utilizó un frasco prisma de base hexagonal de 170gr.



Etiquetas

Para las etiquetas establecimos una paleta cromática diferente a lo convencional, con ella diferenciamos las distintas líneas de productos que posee la empresa. Se realizaron ilustraciones de las materias primas, cada línea tiene un tratamiento distinto en los trazos ya que a través de los mismos reflejamos los distintos niveles de producción de los productos. Fusionamos tipografías sans serif y con serif logrando una pieza gráfica moderna.

Línea Aceitunas Rellenas



Línea Conservas Ahumadas



Línea Encurtidos



Etiquetas

Línea Conservas Vegetales



Línea Salsas de Tomate



Línea Mermeladas



Línea Chutneys



Etiquetas

Línea de Productos

Aceitunas Rellenas



Etiquetas

Línea de Productos

Conservas Ahumadas



Encurtidos



Etiquetas

Línea de Productos

Conservas Vegetales



Salsas de Tomate



PROYECTO • PACKAGING

Etiquetas

Línea de Productos

Mermeladas



Chutneys



PROYECTO • PACKAGING

Packaging Promocional

Tomamos como subestrategia, la representación de los elementos que participan en la elaboración, obtención, de la materia prima de nuestros productos.

Para los Productos de 170 gs . se realizó un packaging generico. En él se mantiene el mismo lenguaje gráfico utilizado en todas las piezas. Se trabajo con un fondo que simula ser un cajón de madera, el mismo cajón en el cual se coloca la materia prima a la hora de su cosecha.

Realizamos dos tipos de packaging ambos genericos, dejandole la libertad al consumidor que el arme su compra según su criterio, poseemos un packaging promocional de 6 elementos para los envases de 330gs. (Aceitunas Rellenas, Encurtidos, Conservas Ahumadas)

Packaging • Envases 170 gs.



PROYECTO • PACKAGING & CONTEXTO SITUACIONAL

Packaging • Envases 170 gs.

Conservas Vegetales



Chutneys



Salsas de Tomate



PROYECTO • PACKAGING & CONTEXTO SITUACIONAL

Packaging • Envases 170 gs.

Mermeladas



Conservas Vegetales Ahumadas



Encurtidos



Packaging • Envases 330 gs.

Aceitunas Rellenas



Gondola de Vinoteca

Para las góndolas de vinotecas, supermercados, entre otros se realizó el diseño de una faja promocional que contiene la marca de la empresa. La misma se coloca en la góndola y se retira cuando se cambia de lugar el producto.



Catálogo & Brochure de Productos

Se realizó un catálogo y Brochure técnico de los productos que elabora la Empresa, destinado a los clientes.

En el se mantuvo el mismo lenguaje gráfico utilizado en todas las piezas, logrando obtener como resultado un sistema.



Folleto Publicitario

Se realizó una serie de postales, con imágenes de la Empresa, los productos, frutos. Las cuales serán entregadas en la misma fábrica a la hora del recorrido y en los eventos a los cuales asistan a promocionar a la misma. También se aplicarán en ciertas revistas.



Banner Informativo

Se realizó el banner informativo, que se encuentra en el ingreso de la fábrica. En el mismo se podrá encontrar las condiciones en las cuales se debe entrar a la misma.

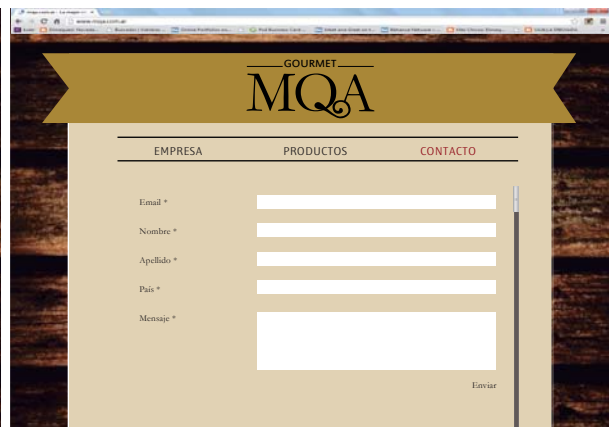
Lona publicitaria, que la misma se colocará en los stand de promociones y venta de los productos.



Página Web

Se realizó un diseño simple para su navegabilidad, dinámico, manteniendo siempre el mismo lenguaje gráfico utilizado en todo el sistema. Función ; promocionar, informar, mostrar a la empresa y sus productos.

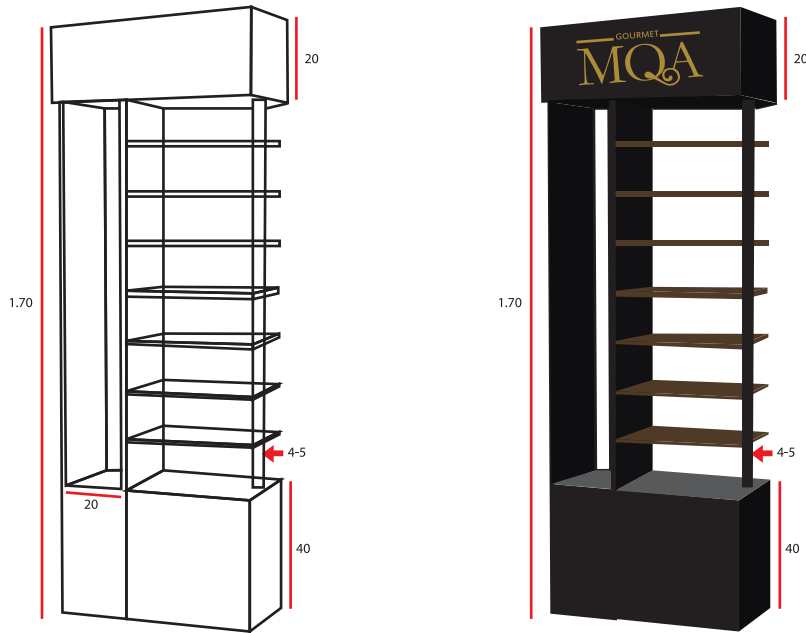
Concepto ; elegancia, sutileza, seriedad. Contenido; datos institucionales, presentación de cada línea de vinos. Lugares de venta de sus productos. Historia de la Empresa.



Promoción

Stand POP Comercial

Se realizó un diseño simple, fácil de instalar en los puntos de venta. El POP es de madera fibrofácil, ploteado con la imagen de la empresa. Está ya esta armado y se traslada a los distintos destinos.



Bolsa de Entrega



PROYECTO • PROMOCIÓN

Promoción

Uniforme de Personal de Guía por la Fábrica



Objetos de Regalo



____ GOURMET ____
**NORMATIVA
DEL SISTEMA**

NORMATIVA DEL SISTEMA

Manual de usos Tipográficos

Garamond Regular

A B C D E F G H I J K L L L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l l l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 @ % & # ! ; ' " \$ / () = ? ; + - *

Estrangelo Edessa Regular

A B C D E F G H I J K L L L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
z a b c d e f g h i j k l l l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 @ % & # ! ; ' " \$ / () = ? ; + - *

Las siguientes variantes tipográficas fueron utilizadas en etiquetas y piezas gráficas

Estrangelo Edessa Regular

A B C D E F G H I J K L L L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
z a b c d e f g h i j k l l l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 @ % & # ! ; ' " \$ / () = ? ; + - *

Garamond / Italic

A B C D E F G H I J K L L L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l l l m n ñ o p q r s t u v w x y z
*0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 @ % & # ! ; ' " \$ / () = ? ; + - **

Myriand Pro / Regular

A B C D E F G H I J K L L L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l l l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 @ % & # ! ; ' " \$ / () = ? ; + - *

Codificación Cromática

Institucional



Pantone 8642 C



C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%


Etiquetas

Conservas Vegetales



Fondo | C: 0% , M: 0% , Y: 0% , K: 100%


Ilustración | C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 0% (30% de transparencia)

Banda | C: 0%, M: 98%, Y: 98%, K: 65% (tomates secos) 



Fondo | C: 0% , M: 0% , Y: 0% , K: 100%

Ilustración | C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 0% (30% de transparencia)

Banda | C: 32,55%, M: 28,63%, Y: 51,76%, K: 0,39% (pasta de cebolla) 

NORMATIVA DEL SISTEMA

Etiquetas Conservas Vegetales



Fondo | C: 0% , M: 0% , Y:0% , K:100%
Ilustración | C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 0% (30% de transparencia)
Banda | C: 32,55%, M: 28,63%, Y: 51,76%, K: 41% (pasta de ajo)



Fondo | C: 0% , M: 0% , Y:0% , K:100%
Ilustración | C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 0% (30% de transparencia)
Banda | C: 0%, M: 100%, Y:100%, K:0% (morrones)



Soporte | Papel Texturado FASSO PET autoadhesivo
Formato | 234,619 mm x 45,513 mm (etiqueta)
Sistema de impresión | Offset | Acabado: stamping dorado

Salsa de Tomate



Fondo | C: 0% , M: 98% , Y:98% , K: 29%
Ilustración | C: 0%, M: 98%, Y: 98%, K: 93%
Banda | C:0%, M:100%,Y:100%,K: 0% (salsa putanesca)



Fondo | C: 0% , M: 98% , Y:98% , K: 29%
Ilustración | C: 0%, M: 98%, Y: 98%, K: 93%
Banda | C: 0%,M: 98%,Y: 98%,K: 65% (salsa tradicional)



Mermeladas



Fondo | C: 27,76% , M: 19,1% , Y: 64,46% , K: 0% (50% de transparencia)
Ilustración | C: 27,76%, M: 19,1%, Y: 73%, K: 64% (al 50%)
Banda | C: 50%, M: 100%,Y: 0%,K: 32% (ciruela)



Fondo | C: 27,76% , M: 19,1% , Y: 64,46% , K: 0% (50% de transparencia)
Ilustración | C: 27,76%, M: 19,1%, Y: 73%, K: 64% (al 50%)
Banda | C: 0%,M: 50%,Y: 100%,K: 20% (mandarina)



Soporte | Papel Texturado FASSO PET autoadhesivo
Formato | 234,619 mm x 45,513 mm (etiqueta)
Sistema de impresión | Offset | Acabado: stamping dorado

NORMATIVA DEL SISTEMA

Etiquetas

Mermeladas



Fondo | C: 27,76% , M: 19,1% , Y: 64,46% , K: 0% (50% de transparencia)
Ilustración | C: 27,76%, M: 19,1%, Y: 73%, K: 64% (al 50%)
Banda | C: 58%, M: 0%, Y: 97%, K: 59% (pera)



Fondo | C: 27,76% , M: 19,1% , Y: 64,46% , K: 0% (50% de transparencia)
Ilustración | C: 27,76%, M: 19,1%, Y: 73%, K: 64% (al 50%)
Banda | C: 10%, M: 100%, Y: 68%, K: 23% (frambuesa)



Soporte | Papel Texturado FASSO PET autoadhesivo
Formato | 234,619 mm x 45,513 mm (etiqueta)
Sistema de impresión | Offset | Acabado: stamping dorado

Chutneys



Fondo | C: 0% , M: 98% , Y:98% , K:86%
Ilustración | C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 47% (50% de transparencia)
Banda | C: 0%, M: 100%,Y: 9%,K: 80% (moras al malbec)



Fondo | C: 0% , M: 98% , Y:98% , K:86%
Ilustración | C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 47% (50% de transparencia)
Banda | C: 51,79%,M: 53%,Y: 100%,K: 7% (alcayota al torrotés)



Soporte | Papel Texturado FASSO PET autoadhesivo
Formato | 234,619 mm x 45,513 mm (etiqueta)
Sistema de impresión | Offset | Acabado: stamping dorado

Conservas Ahumadas



Fondo | C: 50% , M: 70% , Y:80% , K:70%
Ilustración | C: 25%, M: 25%, Y: 40%, K: 0%
Banda | C:42,35%, M:40%,Y:100%,K:45% (descarozadas ahumadas)



Fondo | C: 50% , M: 70% , Y:80% , K:70%
Ilustración | C: 25%, M: 25%, Y: 40%, K: 0%
Banda | C:25%,M:25%,Y:40%,K:27% (con ajo ahumadas)



NORMATIVA DEL SISTEMA

Etiquetas

Aceitunas Rellenas



Fondo | C: 31% , M: 0% , Y:78% , K:59%
Ilustración | C: 31%, M: 0%, Y: 78%, K: 79%
Banda | C:0%, M:98%,Y:98%,K:65% (relleno panceta)



Fondo | C: 31% , M: 0% , Y:78% , K:59%
Ilustración | C: 31%, M: 0%, Y: 78%, K: 79%
Banda | C:50%,M:100%,Y:100%,K:0% (relleno morrón)



Fondo | C: 31% , M: 0% , Y:78% , K:59%
Ilustración | C: 31%, M: 0%, Y: 78%, K: 79%
Banda | C:50%,M:70%,Y:80%,K:70% (relleno almendras)



Fondo | C: 31% , M: 0% , Y:78% , K:59%
Ilustración | C: 31%, M: 0%, Y: 78%, K: 79%
Banda | C:7%,M:61%,Y:0%,K:80% (relleno ciruela)



Soporte | Papel Texturado FASSO PET autoadhesivo
Formato | 214,64mm x 60,126mm (etiqueta)
Sistema de impresión | Offset | Acabado: stamping dorado

Encurtidos



Fondo | C: 32,55% , M: 28,63% , Y:51,76% , K:51%
Ilustración | C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 0% (al 30% de transparencia)
Banda | C:0%, M:0%,Y:0%,K:100% (negras tipo griegas)



Fondo | C: 32,55% , M: 28,63% , Y:51,76% , K:51%
Ilustración | C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 0% (al 30% de transparencia)
Banda | C:51,76%,M:55,29%,Y:100%,K:40% (verdes descarozadas)



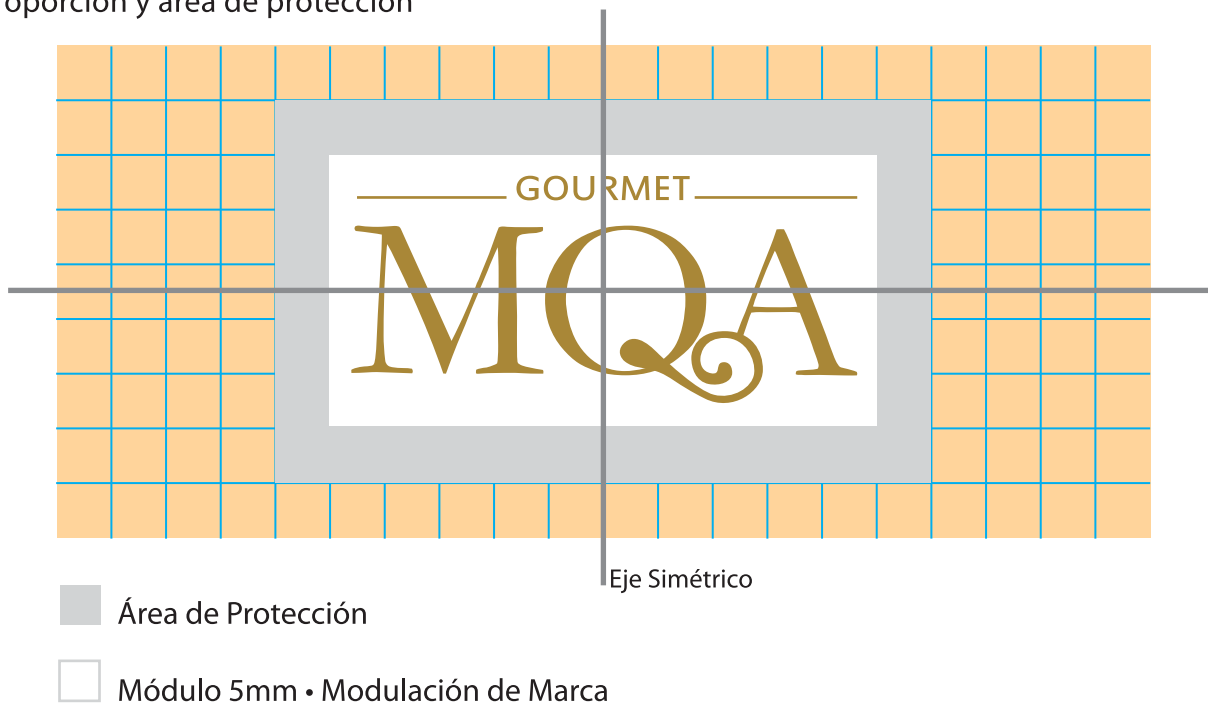
Fondo | C: 32,55% , M: 28,63% , Y:51,76% , K:51%
Ilustración | C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 0% (al 30% de transparencia)
Banda | C:50%,M:70%,Y:80%,K:70% (cebollitas en aceto balsámico)



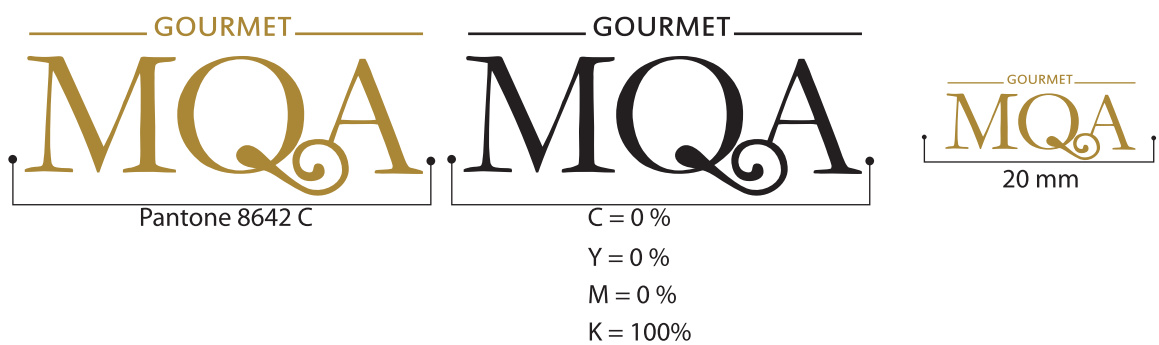
NORMATIVA DEL SISTEMA

Modulación de la Marca

Proporción y área de protección



Uso Cromático y Tamaño

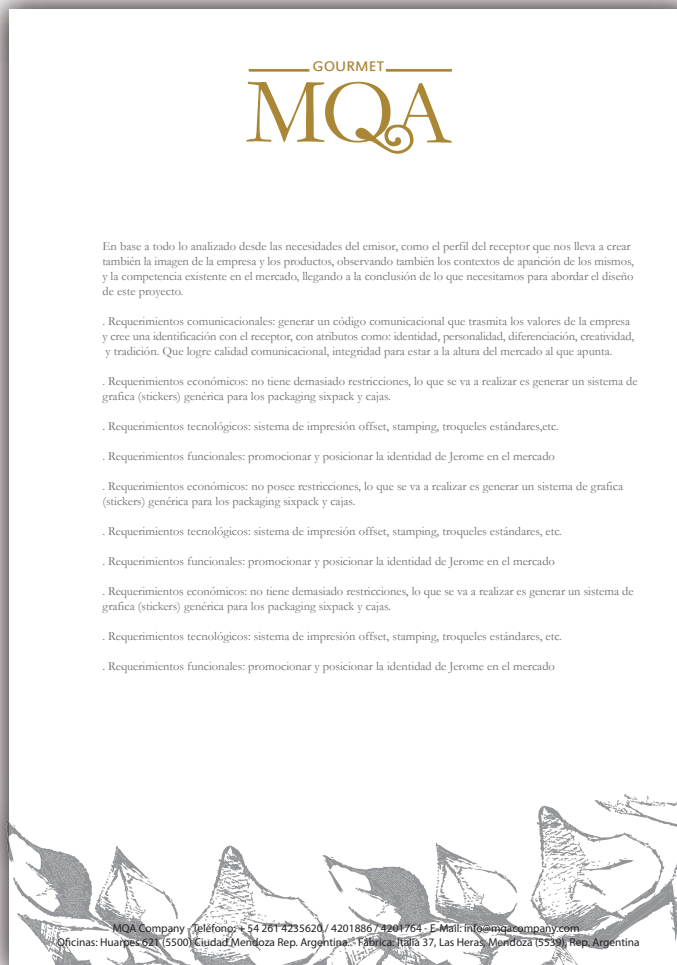


Aplicaciones

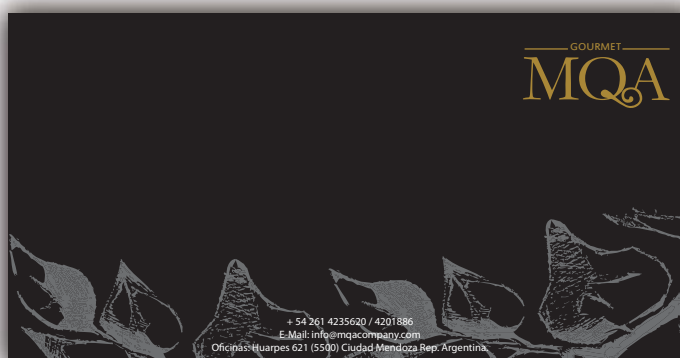


NORMATIVA DEL SISTEMA

Papelería Institucional Papel Carta



Tintas | CMYK
Soporte | Papel obra 80g
Formato | 210mm x 297mm
Sistema de impresión | Láser



Tintas | CMYK | PANTONE
Soporte | Papel Obra 120g
Formato | 255mm x 110mm
Sistema de impresión | Láser



Tintas | C,M,Y:0% K:100%
Soporte | Papel Ilustración 350g
Formato | 85mm x 50mm
Sistema de impresión | Láser

NORMATIVA DEL SISTEMA

Guillotinado y Troquel de Etiquetas

Se trabajo con dos formatos de etiquetas para los productos de la Empresa. Se realizó la misma grilla de distribución tanto para los productos de 170gr. como los de 330gr.



Envases de 170gr.



Soporte | Papel Texturado FASSO PET autoadhesivo
 Formato | 234,619 mm x 45,513 mm (etiqueta)
 Sistema de impresión | Offset | Acabado: stamping dorado
 Uso Tipográfico | Estrangelo Edessa Regular
 Garamond Italic
 Myriad Pro Regular

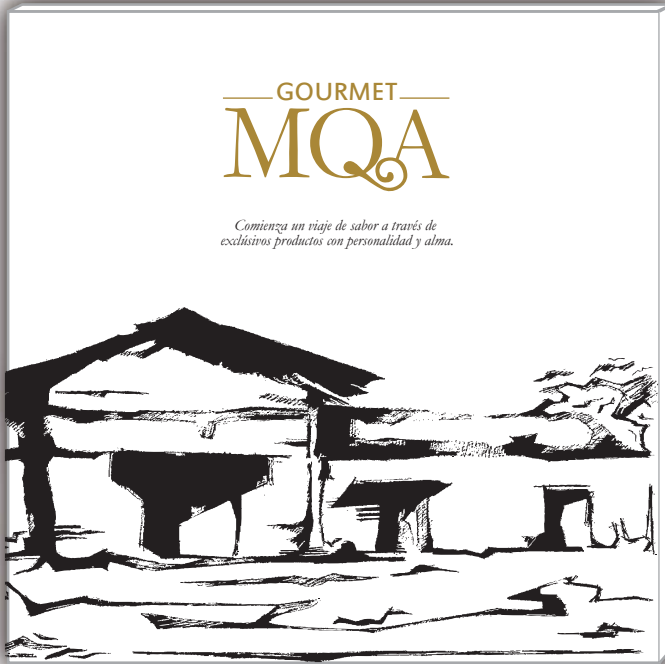
Envases de 330gr.



Soporte | Papel Texturado FASSO PET autoadhesivo
 Formato | 214,64mm x 60,126mm (etiqueta)
 Sistema de impresión | Offset | Acabado: stamping dorado
 Uso Tipográfico | Estrangelo Edessa Regular
 Garamond Italic
 Myriad Pro Regular

NORMATIVA DEL SISTEMA

Modulación de Catálogo / Brochure



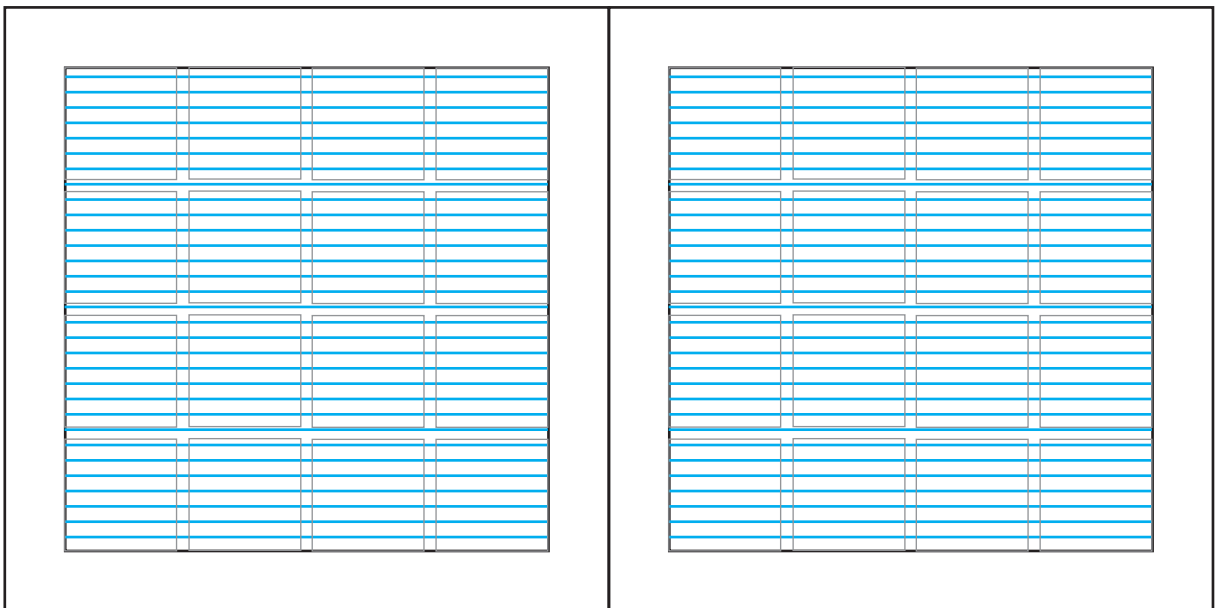
Soporte | Papel Ilustración Mate de 300gr

Formato | 400 mm x 200 mm (pliego)

Sistema de impresión | Laser | Acabado: Tinta Oro en marca

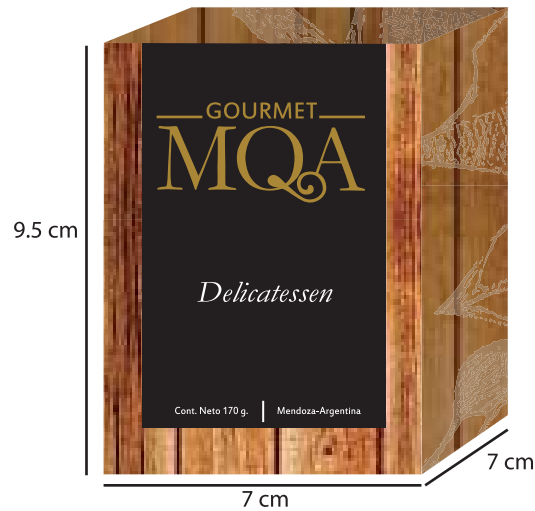
Laminado mate

Uso Tipográfico | Myriad Pro Regular



NORMATIVA DEL SISTEMA

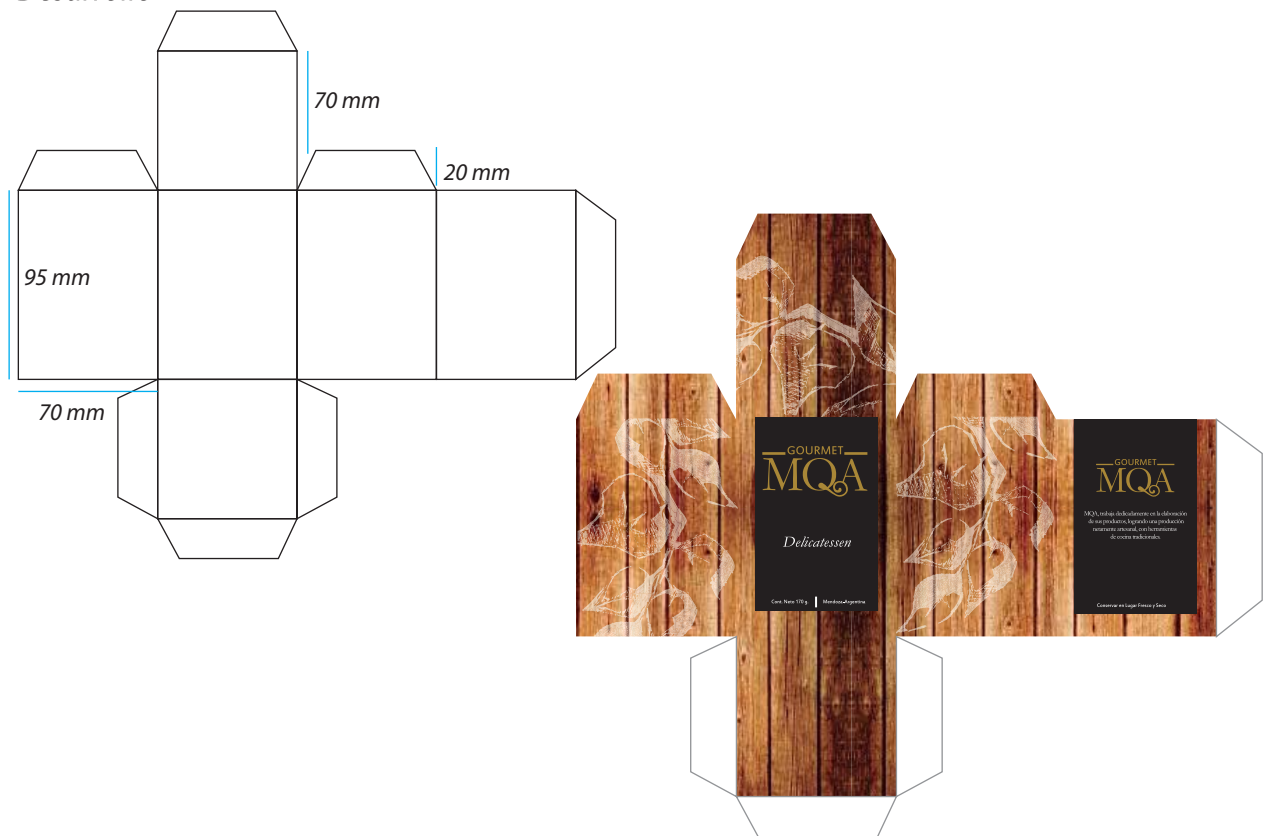
Packaging



Tintas | Fondo | Imagen Fotográfica
Ilustración | C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 0% (al 60% de transparencia)
Banda | C:0%, M:0%,Y:0%,K:100%
Marca | Pantone 8642 C / Tinta Oro

Soporte | Cartón Microcorrugado
Formato | 300 mm. x 275 mm.
Sistema de impresión | Offset | Acabado: Tinta Oro
Troquel

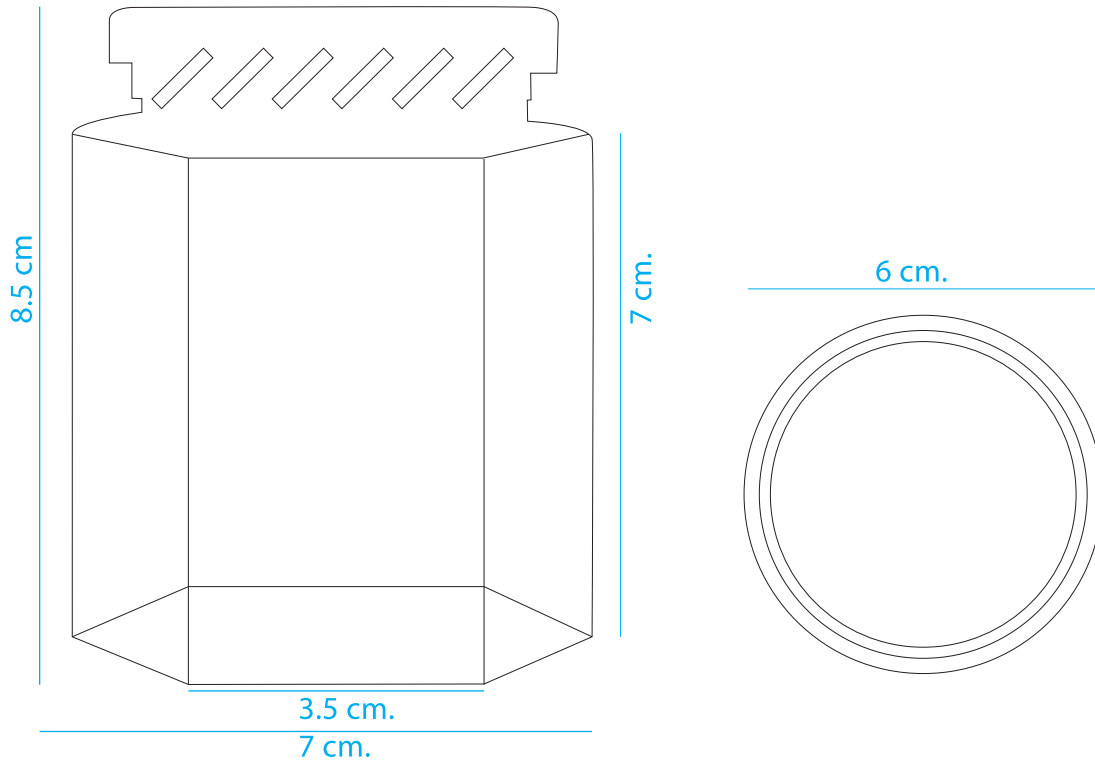
Desarrollo



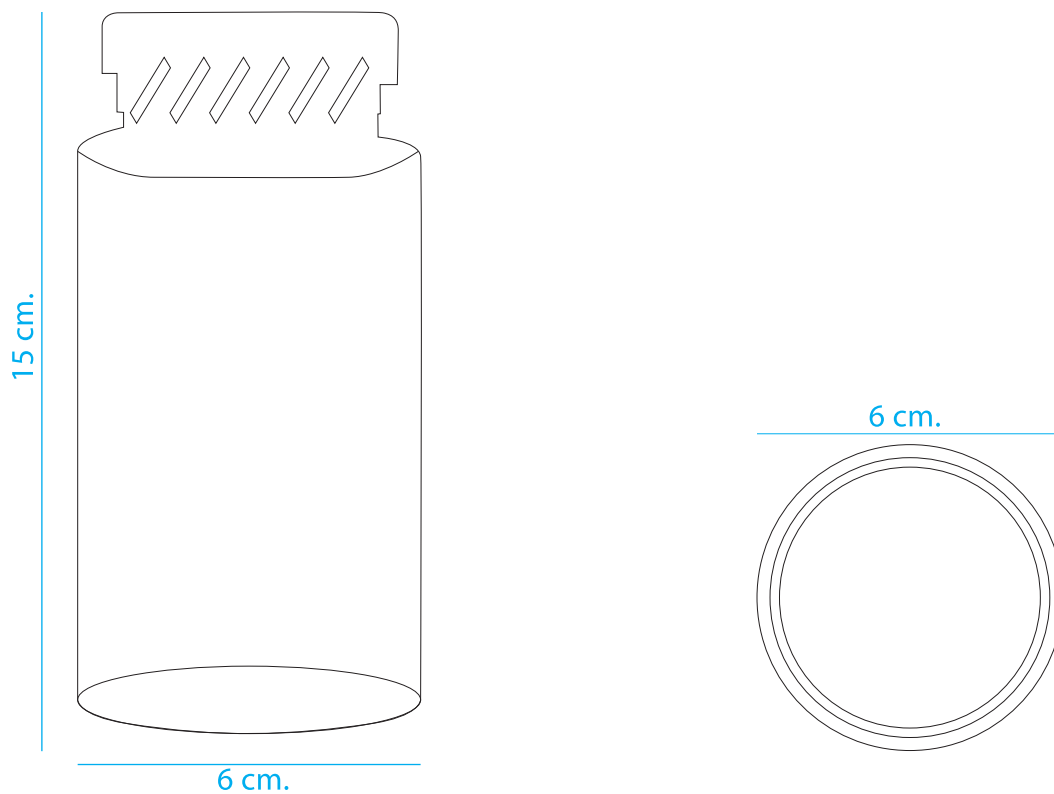
NORMATIVA DEL SISTEMA

Tipo de Frascos

Frasco de 170 gr. | Frasco hexagonal



Frasco de 330 gr.



— GOURMET —
CONCLUSIÓN

CONCLUSIÓN

Dada la necesidad planteada, se determinó un sistema de soportes de identidad y comunicación flexible. Según sus funciones y objetivos es que se dividió el problema y se construyó el programa de soportes a diseñar.

Este programa plantea un sistema donde sus partes constitutivas se encuentran entratégicamente interconectadas, siguiendo el mismo lenguaje gráfico.

Este sistema es abierto porque es permeable con respecto a las influencias que sobre él ejerce el contexto, las micro y macro tendencias, las influencias en el consumo, los aspectos culturales de los productos Gourmet y los fundamentos estéticos , funcionales que van surgiendo como consecuencia de las modas y las innovaciones en materia tecnológica.

Este sistema esta pensado para ampliarse tanto de manera vertical (nuevas líneas de productos) como horizontales (ampliando una línea de productos) dependiendo de lo que se requiera sin modificar la esencia de la estrategia del proyecto.

Es un sistema complejo, ya que esta formado por varias líneas. Se trabajo con una estrategia, la cual nos permitió crear una conexión entre ellas.

Podemos concluir, que a lo largo de todo el proyecto mediante un riguroso estudio de mercado y brief bien detallado; un arduo trabajo y el constante seguimiento de los tutores, se pudo satisfacer las necesidades planteadas por la empresa y cumplir los objetivos propuestos.