

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD PRIVADA DR. RAFAEL BELLOSO CHACÍN  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMÁTICA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO



REDISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y EMPAQUE DE LOS  
PRODUCTOS OFRECIDOS POR LA CORPORACION DE  
ABASTECIMIENTO Y SERVICIOS AGRICOLAS (CASA).

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADO POR:

Br. MANDIQUE NEILY  
Br. PARRA GILLANA  
Br. VILLALOBOS JHOANI

FACILITADOR ACADÉMICO  
LUISA MOLERO.

FACILITADOR METODOLÓGICO  
Arq. JANETT PIRELA M.Sc.

MARACAIBO, NOVIEMBRE DE 2012

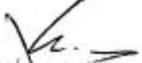
**REDISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y EMPAQUE DE LOS  
PRODUCTOS OFRECIDOS POR LA CORPORACION DE  
ABASTECIMIENTO Y SERVICIOS AGRICOLAS (CASA).**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMÁTICA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

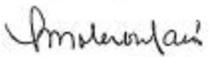
**VEREDICTO**

Nosotros, los profesores, **Arq. KATHYNA ARRIETA M.Sc., Arq. LUISA MOLERO M.Sc., Arq. JANETT PIRELA M.Sc.**, designados como Jurado Examinador del Proyecto de Investigación titulado: **REDISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y EMPAQUES DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LA CORPORACIÓN DE ABASTECIMIENTO Y SERVICIOS AGRÍCOLAS (CASA)**, que presenta el (la) bachiller: **PARRA VILLALOBOS GILLANA VANESSA**, titular de la Cedula de Identidad numero **V-19.808.754**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después del interrogatorio correspondiente, hacemos constar que el mismo ha sido **APROBADO**, con la calificación de Diecinueve ( 19 ) puntos, de acuerdo con las normas vigentes establecidas por el Consejo Académico de la **UNIVERSIDAD PRIVADA DR. RAFAEL BELLOSO CHACÍN**, para la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado, para obtener el Título de: **LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO**.

En fe de lo cual firmamos en Maracaibo, a los 21 días del mes de noviembre de 2012.



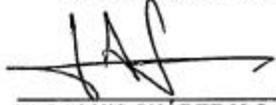
Arq. KATHYNA ARRIETA M.Sc.  
C.I. V-07.702.772  
JURADO



Arq. LUISA MOLERO M.Sc.  
C.I. V-.03.510.029  
TUTOR ACADÉMICO



Arq. JANETT PIRELA M.Sc.  
C.I. V-06.831.465  
TUTOR METODOLÓGICO



Lcdo. LUIS SUÁREZ M.Sc.  
Decano de la Facultad Ciencias de la Informática  
Escuela de Diseño Gráfico



**UNIVERSIDAD**  
Rafael Beloso Chacín  
Coordinación de Trabajo Especial  
de Grado de Diseño Gráfico

ST04-0112

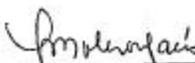
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMÁTICA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

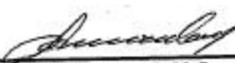
**VEREDICTO**

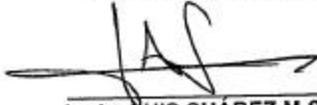
Nosotros, los profesores, **Arq. KATHYNA ARRIETA M.Sc., Arq. LUISA MOLERO M.Sc., Arq. JANETT PIRELA M.Sc.**, designados como Jurado Examinador del Proyecto de Investigación titulado: **REDISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y EMPAQUES DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LA CORPORACIÓN DE ABASTECIMIENTO Y SERVICIOS AGRÍCOLAS (CASA)**, que presenta el (la) bachiller: **VILLALOBOS URDANETA JHOANI ALEXANDRA**, titular de la Cedula de Identidad numero **V-15.747.558**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después del interrogatorio correspondiente, hacemos constar que el mismo ha sido **APROBADO**, con la calificación de Diecinueve ( 19 ) puntos, de acuerdo con las normas vigentes establecidas por el Consejo Académico de la **UNIVERSIDAD PRIVADA DR. RAFAEL BELLOSO CHACÍN**, para la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado, para obtener el Título de: **LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO**.

En fe de lo cual firmamos en Maracaibo, a los 21 días del mes de noviembre de 2012.

  
Arq. KATHYNA ARRIETA M.Sc.  
C.I. V-07.702.772  
JURADO

  
Arq. LUISA MOLERO M.Sc.  
C.I. V-03.510.029  
TUTOR ACADÉMICO

  
Arq. JANETT PIRELA M.Sc.  
C.I. V-06.831.465  
TUTOR METODOLÓGICO

  
Lcdo. LUIS SUÁREZ M.Sc.  
Decano de la Facultad Ciencias de la Informática  
Escuela de Diseño Gráfico

  
**UNIVERSIDAD**  
Privada  
Dr. Rafael Beloso Chacín  
Coordinación de Trabajo Especial  
de Grado de Diseño Gráfico

ST04-0112

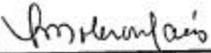
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMÁTICA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

**VEREDICTO**

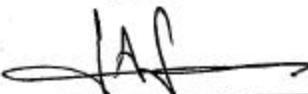
Nosotros, los profesores, Arq. KATHYNA ARRIETA M.Sc., Arq. LUISA MOLERO M.Sc., Arq. JANETT PIRELA M.Sc., designados como Jurado Examinador del Proyecto de Investigación titulado: **REDISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y EMPAQUES DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LA CORPORACIÓN DE ABASTECIMIENTO Y SERVICIOS AGRÍCOLAS (CASA)**, que presenta el (la) bachiller: **MANDIQUE CHUELLO NEILY CAROLINA**, titular de la Cédula de Identidad numero **V-19.412.520**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después del interrogatorio correspondiente, hacemos constar que el mismo ha sido **APROBADO**, con la calificación de Diecinueve (19) puntos, de acuerdo con las normas vigentes establecidas por el Consejo Académico de la **UNIVERSIDAD PRIVADA DR. RAFAEL BELLOSO CHACÍN**, para la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado, para obtener el Título de: **LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO**.

En fe de lo cual firmamos en Maracaibo, a los 21 días del mes de noviembre de 2012.

  
Arq. KATHYNA ARRIETA M.Sc.  
C.I. V-07.702.772  
JURADO

  
Arq. LUISA MOLERO M.Sc.  
C.I. V-03.510.029  
TUTOR ACADÉMICO

  
Arq. JANETT PIRELA M.Sc.  
C.I. V-.06.831.465  
TUTOR METODOLÓGICO

  
Lcdo. LUIS SUÁREZ M.Sc.  
Decano de la Facultad Ciencias de la Informática  
Escuela de Diseño Gráfico



ST04-0112

## **DEDICATORIA**

A nuestro Dios, el ser supremo quien nos regaló la vida y nos dió la oportunidad de compartirla además de ser nuestra guía en todos nuestros pasos para poder culminar el desarrollo de dicha investigación.

A nuestros padres, hermanos y demás familiares por apoyarnos en todos los momentos difíciles de nuestras vidas, sin importar el momento que fuera.

A todas aquellas personas que formaron de una u otra forma en el desarrollo de esta investigación.

A nuestras tutores, y profesores quienes fueron parte fundamental para el desarrollo objetivo y eficiente de esta investigación.

**Mandique, Parra, Villalobos.**

## **AGRADECIMIENTOS**

A nuestro Dios padre, por brindarnos la fortaleza y darnos la oportunidad de realizar nuestras metas trazadas a lo largo de nuestras carreras y poder concluir con este proyecto.

A nuestros padres, tíos y hermanos que forman parte fundamental para el estímulo y el apoyo para el desarrollo de nuestra carrera.

Al los profesores que nos brindaron su apoyo incondicional y un gran conocimiento en la materia para llevar a cabo la realización este proyector especial de grado, especialmente a las profesoras Janeth Pirela y Luisa Molero.

A la Biblioteca de la Universidad Rafael Beloso Chacín por brindarnos el apoyo en cuanto la información necesaria para la elaboración de la presente investigación.

A nuestra Universidad Rafael Beloso Chacín, por ofrecernos la oportunidad de adquirir los conocimientos necesarios y permitirnos ser hoy unos nuevos profesionales competidores en el mercado nacional

**Mandique, Parra, Villalobos.**

MANDIQUE, Neily; PARRA, Gillana; VILLALOBOS, Jhoani. **REDISEÑO DE IMAGEN CORPORATIVA Y EMPAQUE DE LOS PRODUCTOS OFRECIDOS POR LA CORPORACION DE ABASTECIMIENTO Y SERVICIOS AGRICOLAS (CASA)**. Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín. Facultad de Ciencias de la Informática. Escuela de Diseño Gráfico. Maracaibo, 2012.

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objeto rediseñar los diferentes tipos de empaques ofrecidos por la Corporación de Abastecimiento y Servicios Agrícolas CASA. a manera de poder proporcionar una imagen corporativa y atractivo a todo tipo de publico y a la vez provocar interés de parte de los consumidores. Los objetivos específicos del empaque son diferenciar el producto y su marca, así como dar al cliente información del contenido, modo de empleo, ingrediente, entre otros. Hoy en día el diseño y el empaque es una tarea de gran importancia, en la cual participan marketing, logística, producción, finanzas, etc, ya que se toma en cuenta el contenido, la comercialización, transporte y protección del producto ante cualquier factor que pueda deteriorar dicho producto. Por otro lado se debe hablar sobre la imagen corporativa de una empresa ya que esta debe aportar el valor diferenciador por excelencia. En la actualidad existe una Corporación de Abastecimiento y Servicios Agrícolas CASA que carece de una buena imagen corporativa. Los empaques ya mencionados presentan una ideología política específica, simpatizante al gobierno actual del país, motivo por el cual se plantea que su imagen debe ser rediseñada para poder ofrecerle buena información al consumidor con respecto sus productos y que su imagen sirva para llamar la atención de la población en general Venezolana. El aporte social de esta investigación consiste en beneficiar a través y empaques a todos los consumidores.

**Palabras claves:** Imagen Corporativa, Identidad, Empaque, Diseño, Imagen.

MANDIQUE, Neily; PARRA, Gillana; VILLALOBOS, Jhoani. **REDESIGN OF CORPORATE AND PACKAGING OF PRODUCTS OFFERED BY THE CORPORATION Agricultural Supply and Services (CASA)**. Dr. Rafael Belloso Chacin University. Faculty of Information Technology Science. Graphic Design School. Maracaibo, 2010.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research was to redesign the packaging different types offered by the Corporation of Agricultural Supply and Services CASA. a way to provide a corporate image and appeal to all kinds of public and simultaneously provoke interest from consumers. The specific objectives are to differentiate the product packaging and brand and give customers information content, method of use, ingredient, among others. Today, the design and packaging is a very important task, which involved marketing, logistics, production, finance, etc., as it takes into account the content, marketing, transportation and product protection for any factor may deteriorate the product. On the other hand one should speak about the corporate image of a company because it should provide the ultimate value differentiator. At present there is a Supply Corporation and Farm Service HOUSE that lacks a good corporate image. The packages mentioned above have a specific political ideology, a supporter of the current government of the country, which is why it is suggested that the image must be redesigned in order to provide good information to the consumer about its products and its image serves to draw attention Venezuelan general population. The social contribution of this research is to beneficiar and packaging through to all consumers.

**Key words:** Corporate Image, Identity, Packaging, Design, Photography.

## ÍNDICE GENERAL

|   | <b>Pag.</b> |
|---|-------------|
| <b>CONSTANCIA DE APROBACIÓN</b> .....           | ii          |
| <b>DEDICATORIA</b> .....                        | iii         |
| <b>AGRADECIMIENTOS</b> .....                    | iv          |
| <b>RESUMEN</b> .....                            | v           |
| <b>ABSTRACT</b> .....                           | vi          |
| <b>ÍNDICE GENERAL</b> .....                     | viii        |
| <b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....                  | xvi         |
| <b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....                 | xvii        |
| <br>  |             |
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....                       | 1           |
| <br>  |             |
| <b>CAPÍTULO I. DEFINICIÓN</b>                   |             |
| 1. DESCRIPCIÓN SITUACIÓN OBJETO DE ESTUDIO..... | 4           |
| 2. OBJETIVO GENERAL.....                        | 7           |
| 2.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....                 | 7           |
| 3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....       | 8           |
| 4. DELIMITACIÓN.....                            | 9           |
| <br>  |             |
| <b>CAPÍTULO II. DESARROLLO</b>                  |             |
| 1. BASES TEÓRICAS.....                          | 10          |

|  |    |
|--|----|
| 1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA CORPORACIÓN DE ABASTECIMIENTO Y SERVICIOS AGRÍCOLAS CASA S.A..... | 10 |
| 1.2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA.....   | 11 |
| 1.3. IMAGENCORPORATIVA.....  | 13 |
| 1.3.1 PLANIFICACIÓN ESTRATEGICA DE IMAGEN CORPORATIV   | 14 |
| 1.3.2. ETAPAS DEL PLAN ESTRATEGICO DE IMAGEN CORPORATIVA.....  | 15 |
| 1.3.3. ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA IMAGEN CORPORATI   | 17 |
| 1.3.3.1. TIPOGRAFÍA.....   | 17 |
| 1.3.3.2. COLOR.....  | 19 |
| 1.3.3.3 MODELO CMYK Y RGB.....   | 20 |
| 1.3.3.4. SISTEMA DE COLOR.....   | 20 |
| 1.3.3.5. PSICOLOGÍA DEL COLOR.....   | 22 |
| 1.3.3.6. LOGOTIPO.....   | 23 |
| 1.3.3.7. SIGNO.....  | 24 |
| 1.4. IDENTIDAD CORPORATIVA.....  | 25 |
| 1.5. DIFERENCIA ENTRE IMAGEN CORPORATIVA E IDENTIDAD CORPORATIVA.....                                | 26 |
| 1.6. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL EMPAQUE.....  | 27 |
| 1.7. EMPAQUE.....  | 28 |
| 1.8. ETIQUETA.....   | 29 |
| 1.9. EL EMPAQUE Y SUS FUNCIONES.....   | 29 |
| 1.9.1 CONTENER.....  | 29 |

|   |    |
|---|----|
| 1.9.2. PROTEGER.....                                | 30 |
| 1.9.3. CONSERVAR.....                               | 30 |
| 1.9.4. TRANSPORTAR.....                             | 30 |
| 1.9.5. COMUNICAR.....                               | 31 |
| 1.10. LA SEMIOLOGÍA.....                            | 32 |
| 1.11. LA SEMIÓTICA.....                             | 32 |
| 1.12 LA SEMÁNTICA.....                              | 32 |
| 1.13. ASPECTOS SEMIÓTICOS APLICADOS AL EMPAQUE..... | 33 |
| 1.13.1 METÁFORA.....                                | 34 |
| 1.13.2. METONIMIA .....                             | 34 |
| 1.13.3. SINÉCDOQUE.....                             | 35 |
| 1.14. DESARROLLO DE UN EMPAQUE .....                | 35 |
| 1.15. CARACTERISTICAS DE LOS MATERIALES.....        | 35 |
| 1.15.1. VIDRIO.....                                 | 36 |
| 1.15.2. CARTÓN.....                                 | 36 |
| 1.15.3. PAPEL.....                                  | 37 |
| 1.15.4. METAL.....                                  | 37 |
| 1.15.5. PLÁSTICO.....                               | 38 |
| 1.16. DISEÑO DE EMPAQUE.....                        | 40 |
| 1.17. CODIGO DE BARRA.....                          | 40 |
| 2. BASES LEGALES.....                               | 41 |
| 3. ESTUDIO DE CASOS .....                           | 44 |
| 4. MÉTODOS DE DISEÑO .....                          | 56 |

|  |    |
|--|----|
| 4.1. METODOLOGÍA DE DISEÑO (James Earle, 1976).....    | 56 |
| 4.1.1. IDEAS PRELIMINARES.....                         | 57 |
| 4.1.2. PERFECCIONAMIENTO DEL PROBLEMA.....             | 57 |
| 4.1.4. DECISIÓN.....                                   | 57 |
| 4.1.3. ANÁLISIS .....                                  | 58 |
| 4.1.5. REALIZACIÓN.....                                | 58 |
| 4.2. METODOLOGÍA DE DISEÑO (George Dieter, 1989).....  | 59 |
| 4.2.1. RECONOCIMIENTO DE UNA NECESIDAD.....            | 59 |
| 4.2.2. DEFINICION DE UN PROBLEMA.....                  | 60 |
| 4.2.3. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.....                 | 60 |
| 4.2.4. CONCEPTUALIZACION.....                          | 61 |
| 4.2.5. EVALUACION.....                                 | 61 |
| 4.2.6. COMUNICACIÓN DEL DISEÑO.....                    | 61 |
| 4.3. METODOLOGÍA DE DISEÑO (John Alger, 1969).....     | 62 |
| 4.3.1. RECONOCIMIENTO.....                             | 62 |
| 4.3.2. ESPECIFICAR.....                                | 63 |
| 4.3.3. PROPONER SOLUCIONES.....                        | 63 |
| 4.3.4. EVALUAR ALTERNATIVAS.....                       | 63 |
| 4.3.5. DECIDIR SOBRE UNA SOLUCIÓN.....                 | 64 |
| 4.3.6. IMPLEMENTACIÓN.....                             | 64 |
| 4.3.7 METODOLOGÍA DE DISEÑO (Morris Asimow, 1968)..... | 64 |

### **CAPITULO III. ORGANIZACIÓN**

|  |    |
|--|----|
| 1. DETERMINANTES DEL PROYECTO.....           | 66 |
| 1.1. IMAGEN CORPORATIVA E IDENTIFICADOR..... | 66 |
| 1.2. TIPOGRAFÍA.....                         | 66 |
| 1.3. COLOR.....                              | 67 |
| 1.4. LOGOTIPO.....                           | 67 |
| 1.5. SIGNO.....                              | 68 |
| 1.6. IDENTIDAD CORPORATIVA.....              | 69 |
| 1.7. EMPAQUE.....                            | 70 |
| 1.8. FUNCIONES DEL EMPAQUE.....              | 70 |
| 1.9. ETIQUETA.....                           | 71 |
| 1.10. SOPORTES Y MATERIALES.....             | 72 |
| 1.11. MATERIALES.....                        | 72 |
| 2. CRITERIOS DEL PROYECTO.....               | 73 |
| 2.1. IDENTIFICADOR.....                      | 75 |
| 2.2. TIPOGRAFÍA.....                         | 75 |
| 2.3. COLOR.....                              | 76 |
| 2.4. SIGNO.....                              | 76 |
| 2.5. LOGOTIPO.....                           | 77 |
| 2.6. IDENTIDAD CORPORATIVA.....              | 77 |
| 2.7. EMPAQUE.....                            |    |
| 2.8. FUNCIONES DEL EMPAQUE.....              | 78 |
| 2.9. SOPORTES Y MATERIALES DEL PROYECTO..... | 78 |

|   |     |
|---|-----|
| 2.10. MATERIALES.....                               | 79  |
| 2.11. ETIQUETA.....                                 | 80  |
| 3. MÉTODO DE DISEÑO SELECCIONADO.....               | 80  |
| 4. SOPORTE Y FORMATO DEL PROYECTO.....              | 82  |
| <br>  |     |
| <b>CAPITULO IV. CULMINACIÓN</b>                     |     |
|   | 85  |
| 1. DESARROLLO DEL PROYECTO.....                     | 87  |
| 2. MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PROYECTO.....            | 87  |
| 2.1. EL IDENTIFICADOR.....                          | 87  |
| 2.1.1. PROPUESTAS DE IDENTIFICADOR.....             | 92  |
| 2.1.2 IDENTIFICADOR SELECCIONADO.....               | 92  |
| 2.1.3. ANÁLISIS GEOMÉTRICO DEL IDENTIFICADOR.....   | 93  |
| 2.1.4. AREA DE RESERVA DEL IDENTIFICADOR.....       | 94  |
| 2.1.5. CUATRICOMIA DEL IDENTIFICADOR.....           | 95  |
| 2.1.6. VARIACIONES DEL COLOR DEL IDENTIFICADOR..... | 95  |
| 2.1.7. REDUCCIONES DE TAMAÑO DEL IDENTIFICADOR..... | 97  |
| 2.1.8. VARIACIONES NO PERMITIDAS DEL IDENTIFICADOR  | 97  |
| 2.1.9. IDENTIDAD CORPORATIVA.....                   | 98  |
| 2.1.10. PAPELERIA.....                              | 99  |
| 2.1.11. IDENTIFICACIÓN.....                         | 101 |
| 2.1.12. UNIFORMES.....                              | 101 |
| 2.1.13. FLOTA DE VEHICULOS.....                     | 103 |
| 2.1.14. MATERIAL P.O.P.....                         | 104 |

|  |     |
|--|-----|
| 2.2. MEMORIA DESCRIPTIVA DE LOS EMPAQUES.....                                | 105 |
| 2.2.1 LOS EMPAQUES, PROPUESTAS.....  | 105 |
| 2.3. EMPAQUES SELECCIONADOS.....   | 109 |
| 2.4. EMPAQUE DE LECHE SELECCIONADO.....                                      | 110 |
| 2.4.1. EMPAQUE DE MANTEQUILLA SELECCIONADO.....                              | 111 |
| 2.4.1 EMPAQUE DE ACEITE SELECCIONADO.....                                    | 111 |
| 2.4.2 EMPAQUE DE AZÚCAR SELECCIONADO.....                                    | 112 |
| 2.4.4. EMPAQUE DE ARROZ SELECCIONADO.....                                    | 112 |
| 4.2.5. EMPAQUE DE ARVEJA SELECCIONADO.....                                   | 113 |
| 2.4.6. EMPAQUE DE LENTEJAS SELECCIONADO.....                                 | 113 |
| 2.4.7. EMPAQUE DE CARAOTAS SELECCIONADO.....                                 | 114 |
| 2.4.8. EMPAQUE DE HARINA SELECCIONADO.....                                   | 114 |
| 2.4.9. EMPAQUE DE PASTA LARGA SELECCIONADO.....                              | 115 |
| 2.4.10. EMPAQUE DE PASTA CORTA SELECCIONADO.....                             | 115 |
| 2.4.11. EMPAQUE DE CARNE SELECCIONADO.....                                   | 116 |
| 2.4.12. EMPAQUE DE POLLO SELECCIONADO.....                                   | 116 |
| 2.5. ANÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DE LOS<br>EMPAQUE SELECCIONADOS.....  | 117 |
| 2.5.1 ANÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE<br>DE LECHE.....         | 117 |
| 2.5.2. ANÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE<br>DE MANTEQUILLA ..... | 118 |
| 2.5.3. ANÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE<br>DE ACEITE .....      | 119 |
| 2.5.4. ANÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE                         |     |

|  |     |
|--|-----|
| DE AZÚCAR.....   | 120 |
| 2.5.5. ANÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE DE ARVEJAS.....     | 121 |
| 2.5.6. ANÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE DE LENTEJAS.....    | 122 |
| 2.5.7. ANÁLISIS GEOMETRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE DE CARAOTAS.....    | 123 |
| 2.5.8. ANÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE DE HARINA.....      | 124 |
| 2.5.9. ANÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE DE PASTA LARGA..... | 125 |
| 2.5.10 .NÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE DE PASTA CORTA..... | 126 |
| 2.5.11. NÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE DE CARNE.....       | 127 |
| 2.5.12. ANÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE DE POLLO.....      | 128 |
| 2.5.13. ANÁLISIS GEOMÉTRICO Y CUATRICOMÍA DEL EMPAQUE DE ARROZ.....      | 129 |
| <b>CONCLUSIONES.....</b>   |     |
| <b>RECOMENDACIONES.....</b>  |     |
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>                                   |     |

## ÍNDICE DE CUADROS

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| CUADRO # 1 CASOS DE ESTUDIO.....  | 45 |
| CUADRO # 2 CASOS DE ESTUDIO.....  | 46 |
| CUADRO # 3 CASOS DE ESTUDIO.....  | 47 |
| CUADRO # 4 CASOS DE ESTUDIO.....  | 48 |
| CUADRO # 5 CASOS DE ESTUDIO.....  | 49 |
| CUADRO # 6 CASOS DE ESTUDIO.....  | 50 |
| CUADRO # 7 CASOS DE ESTUDIO.....  | 51 |
| CUADRO # 8 CASOS DE ESTUDIO.....  | 52 |
| CUADRO # 9 CASOS DE ESTUDIO.....  | 53 |
| CUADRO # 10 CASOS DE ESTUDIO..... | 54 |

## ÍNDICE DE CUADROS

|   |    |
|---|----|
| GRAFICO # 1 METODOLOGÍA DE DISEÑO.....                  | 56 |
| GRAFICO # 2 METODOLOGÍA DE DISEÑO.....                  | 58 |
| GRAFICO # 3 METODOLOGÍA DE DISEÑO.....                  | 61 |
| GRAFICO # 4 METODOLOGÍA DE DISEÑO.....                  | 64 |
| GRAFICO # 5 METODO DE DISEÑO SELECCIONADO.....          | 81 |
| GRAFICO # 6 PROPUESTA DE IDENTIFICADOR.....             | 88 |
| GRAFICO # 7 PROPUESTA DE IDENTIFICADOR.....             | 88 |
| GRAFICO # 8 PROPUESTA DE IDENTIFICADOR.....             | 89 |
| GRAFICO # 9 PROPUESTA DE IDENTIFICADOR.....             | 89 |
| GRAFICO # 10 PROPUESTA DE IDENTIFICADOR.....            | 90 |
| GRAFICO # 11 PROPUESTA DE IDENTIFICADOR.....            | 90 |
| GRAFICO # 12 PROPUESTA DE IDENTIFICADOR.....            | 91 |
| GRAFICO # 13 PROPUESTA DE IDENTIFICADOR.....            | 91 |
| GRAFICO # 14 IDENTIFICADOR SELECCIONADO.....            | 92 |
| GRAFICO # 15 ANALISIS GEOMETRICO DEL IDENTIFICADOR..... | 93 |
| GRAFICO # 16 AREA DE RESERVA DEL IDENTIFICADOR.....     | 93 |
| GRAFICO # 17 CUATRICOMIA DEL IDENTIFICADOR.....         | 94 |
| GRAFICO # 18 VARIACION DE COLOR DEL IDENTIFICADOR.....  | 95 |
| GRAFICO # 19 REDUCCION DE TAMAÑO DEL IDENTIFICADOR....  | 96 |

|   |     |
|---|-----|
| GRAFICO # 20 VARIACIONES NO PERMITIDAS..... | 97  |
| GRAFICO # 21 HOJA TIPO CARTA.....           | 98  |
| GRAFICO # 22 HOJA TIPO OFICIO.....          | 98  |
| GRAFICO # 23 SOBRE MANILA.....              | 99  |
| GRAFICO # 24 SOBRE MANILA TIPO OFICIO.....  | 99  |
| GRAFICO # 25 SOBRE AMERICANO.....           | 100 |
| GRAFICO # 26 FACTURA.....                   | 100 |
| GRAFICO # 27 CARNET DE IDENTIFICACION ..... | 101 |
| GRAFICO # 28 UNIFORME EJECUTIVO.....        | 101 |
| GRAFICO # 29 UNIFORME CASUAL.....           | 102 |
| GRAFICO # 30 UNIFORME DE CARGA.....         | 102 |
| GRAFICO # 31 FLOTA VEHICULAR.....           | 103 |
| GRAFICO # 32 FLOTA VEHICULAR.....           | 103 |
| GRAFICO # 33 FLOTA VEHICULAR .....          | 104 |
| GRAFICO # 34 MATERIAL P.O.P.....            | 104 |
| GRAFICO # 35 EMPAQUE AZUCAR.....            | 106 |
| GRAFICO # 36 EMPAQUE GRANOS.....            | 106 |
| GRAFICO # 37 EMPAQUE GRANOS .....           | 107 |
| GRAFICO # 38 EMPAQUE POLLO.....             | 107 |
| GRAFICO # 39 EMPAQUE HARINA DE TRIGO.....   | 108 |
| GRAFICO # 40 EMPAQUE ARROZ... ..            | 108 |
| GRAFICO # 41 EMPAQUE ACEITE.....            | 109 |
| GRAFICO # 42 EMPAQUE LECHE.....             | 110 |

|   |     |
|---|-----|
| GRAFICO # 43 EMPAQUE MANTEQUILLA.....   | 111 |
| GRAFICO # 44 EMPAQUE ACEITE.....        | 111 |
| GRAFICO # 45 EMPAQUE AZUCAR.....        | 112 |
| GRAFICO # 46 EMPAQUE ARROZ.....         | 112 |
| GRAFICO # 47 EMPAQUE ARVEJAS.....       | 113 |
| GRAFICO # 48 EMPAQUE LENTEJAS.....      | 113 |
| GRAFICO # 49 EMPAQUE CARAOTAS.....      | 114 |
| GRAFICO # 50 EMPAQUE HARINA.....        | 114 |
| GRAFICO # 51 EMPAQUE PASTA LARGA.....   | 115 |
| GRAFICO # 52 EMPAQUE PASTA CORTA.....   | 115 |
| GRAFICO # 53 EMPAQUE CARNE.....         | 116 |
| GRAFICO # 54 EMPAQUE POLLO.....         | 116 |
| GRAFICO # 55 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 117 |
| GRAFICO # 56 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 117 |
| GRAFICO # 57 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 118 |
| GRAFICO # 58 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 118 |
| GRAFICO # 59 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 119 |
| GRAFICO # 60 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 119 |
| GRAFICO # 61 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 120 |
| GRAFICO # 62 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 120 |
| GRAFICO # 63 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 121 |
| GRAFICO # 64 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 121 |
| GRAFICO # 65 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 122 |

|   |     |
|---|-----|
| GRAFICO # 66 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 122 |
| GRAFICO # 67 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 123 |
| GRAFICO # 68 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 123 |
| GRAFICO # 69 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 124 |
| GRAFICO # 70 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 124 |
| GRAFICO # 71 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 125 |
| GRAFICO # 72 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 125 |
| GRAFICO # 73 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 126 |
| GRAFICO # 74 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 126 |
| GRAFICO # 75 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 127 |
| GRAFICO # 76 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 127 |
| GRAFICO # 77 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 128 |
| GRAFICO # 78 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 128 |
| GRAFICO # 79 ANALISIS GEOMTRICO.....    | 129 |
| GRAFICO # 80 CUATRICOMIA DEL COLOR..... | 129 |

## INTRODUCCIÓN

Generalmente la estructura corporativa de una empresa es la imagen mental que se va formando en el público a través del empaquetado de los diferentes productos donde al promocionar le comunica al cliente información de sobre el modo de empleo, ingredientes, etc; el cual puede definirse como un lenguaje desarrollado para informar de forma adecuada y específica a los consumidores.

En el diseño de estos productos se busca la función habilidad de la información ofrecida para que sea atractiva a todo tipo de público, con diferentes diseños y empaques, con diversas aplicaciones en diferentes productos.

El objeto de estos diseños es identificar con facilidad el acceso al consumo de los productos adquiridos, bien sea para consumirlo o utilizarlos. Es un sistema optativo, creado para todo tipo de clientes en particular.