

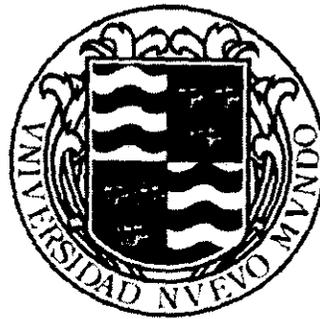
878531

2g

22

UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



"REDISEÑO DEL EMPAQUE DE CROQUETAS CANINAS DE LA MARCA" "BEEF PLUS".

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO
P R E S E N T A
ROCÍO SOLANA CABAL

DIRECTOR: LIC. D.C.G. HECTOR UGALDE

258834

MÉXICO, D.F.

1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A

—

A



A MIS PADRES POR TODO SU AMOR, SU APOYO Y
AGUANTE; SIN ELLOS ESTO NO HUBIERA SIDO
POSIBLE, GRACIAS.

A MI HERMANO POR TODO LO QUE HEMOS
COMPARTIDO JUNTOS, GRACIAS

EN ESPECIAL POR LA GRAN OPORTUNIDAD QUE
ME BRINDO LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE
MEXICO, GRACIAS.

A MI DIRECTOR POR SU APOYO, ASESORÍA Y
AMISTAD, GRACIAS HECTOR.

A TODOS LOS QUE APORTARON SU GRANITO DE
ARENA BRINDANDOME SU APOYO Y AMISTAD
DURANTE TODA LA CARRERA, GRACIAS.

Indice

1.- Planteamiento del Problema

- 1.1.- Antecedentes del Problema
- 1.2.- Definición del Problema
- 1.3.- Ubicación del Problema
- 1.4.- Objetivos de Solución
- 1.5.- Hipótesis Inicial
- 1.6.- Justificación

2.- Cliente - Empresa

- 2.1.- Antecedentes
- 2.2.- Recursos Económicos
- 2.3.- Naturaleza del Problema
- 2.4.- Imagen Actual
- 2.5.- Competencia (Análisis Gráfico)
- 2.6.- Posicionamiento en el Mercado
- 2.7.- Planes de Promoción
- 2.8.- Duración de Uso
- 2.9.- Planes a Futuro
- 2.10.- Extensión de Actividades
- 2.11.- Licencias y Reglamentos
- 2.12.- Justificación

3.- Receptor

- 3.1.- A quién va dirigido

4.- Diseño (Antecedentes de la Empresa)

- 4.1.- Conceptos de Diseño
- 4.2.- Medios de Comunicación
- 4.3.- Observación Personal
- 4.4.- Materiales y Técnicas Usados
- 4.5.- Sistemas de Impresión Usados
- 4.6.- Acabados
- 4.7.- Costos y Presupuestos
- 4.8.- Conclusión

5.- Analisis y Síntesis

- 5.1.- Necesidades del Receptor
- 5.2.- Requerimientos del Cliente
- 5.3.- Requisitos de Diseño
- 5.4.- Establecimiento de la Demanda
- 5.5.- Necesidades Reales
- 5.6.- Tabla de Jerarquización y Delimitación

6.- Estrategia de Diseño

- 6.1.- Comportamiento
- 6.2.- Efectos del Medio
- 6.3.- Limitantes
- 6.4.- Objetivos
- 6.5.- Hipótesis

7.- Propuesta de Diseño

- 7.1.- Lluvia de Ideas
- 7.2.- Bocetos Burdos
- 7.3.- Bocetos Avanzados
- 7.4.- Bocetos a Color
- 7.5.- Diseño Definitivo
- 7.5.1. Justificación
- 7.6.- Diseño Panel Posterior del Empaque
- 7.6.1. Justificación
- 7.7.- Diseño de las Tarjetas Explicativas
- 7.7.1. Justificación
- 7.8.- Diseño del Display (Punto de Venta)
- 7.8.1. Justificación
- 7.9.- Diseño del Cartel
- 7.9.1. Justificación

8.- Conclusiones (Muestreo)

9.- Bibliografía

10.- Originales Mecánicos

11.- Apéndice

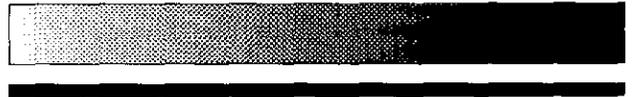
1.1.- Antecedentes del Problema

La Fábrica de Harinas y Grasas Xalostoc, S.A. de C.V. introduce al mercado una marca propia de croquetas caninas Beef Plus que competirá con otros productos de fuerte posicionamiento y prestigio; dada la rapidez del lanzamiento, su imagen es débil. La imagen es uno de los principales puntos que atraerán al futuro consumidor. Más adelante, al tratar de manejar las nuevas presentaciones, no se pensó en apoyar la marca anterior por lo que el estilo gráfico está poco definido.

1.2.- Definición del Problema

Se enfrentaron al problema de lanzar al mercado este nuevo proyecto "Gama de Nutrición Total" para mascotas. Se necesita especial atención en la imagen del producto ya que éste no se identifica directamente como una marca de calidad; deberá proyectar la calidad e higiene de un alimento de esta naturaleza; el anterior diseño no lograba el impacto necesario, ni la imagen que se deseaba.

1.-Planteamiento del Problema



1.3.- Ubicación del Problema

Es preciso cambiar la imagen del producto porque éste provoca una impresión completamente distinta a la que se pensó en un inicio; un ejemplo, sería el color de las bolsas que no es el adecuado y menos aún para la clase de productos con los que va a competir. Los clientes están satisfechos tanto del producto como del servicio, pero la imagen no es la mejor.

1.4.- Objetivos de Solución

El principal objetivo es rediseñar la imagen para que el cliente obtenga los mayores beneficios en el incremento de sus ventas; y, en consecuencia, la aceptación en los consumidores.

Otro de los objetivos y, derivado del anterior, es captar al público para el cual fue creado el producto .

1.5.- Hipótesis Inicial

Si el rediseño se expresa con grafismos y colores que logren impacto visual y psicológico, se obtendrá el nivel adecuado para competir con los demás productos del mercado.

1.6.- Justificación

El propósito fundamental de este proyecto es el de dar una solución de identificación, funcionalidad y solidez, para lograr que la imagen corporativa funcione como tal, establezca sus objetivos con el público consumidor, una comunicación visual y de servicio. De esta manera se desarrolla una de las propiedades del diseño que es crear y comunicar un mensaje o una imagen basados en los objetivos planeados por el fabricante.

2.1.- Antecedentes

En Beef Plus se dedican al procesamiento de productos cárnicos seleccionados. Se concentran en obtener un sistema de alimentación que logre satisfacer, de una manera inteligente y natural, cada una de las etapas en la vida de un perro.

Es una empresa 100% mexicana, derivada y con todo el apoyo de Fábrica de Harinas y Grasas Xalostoc, S.A. de C.V. que tiene 35 años en el mercado elaborando materias primas para empresas productoras de alimento tanto para consumo humano como animal. Uno de sus principales clientes es la prestigiada marca Purina, por mencionar alguna. Teniendo muy claro que sólo con productos de excelente calidad es posible incursionar en este difícil mercado; por ello, hace especial hincapié en la selección de materia prima, en el control del proceso de producción, la verificación, el producto terminado y la entrega completa y puntual a sus clientes.

Debido al éxito obtenido al introducir una marca propia y original en este cerrado mercado, surge la idea de ofrecer una gama de productos con sabor y olor natural que a los perros les encanta.

Se emplea en la fabricación de los productos un proceso llamado extrusión que no altera ni destruye los nutrientes, conservando los valores nutritivos intactos. Deliberadamente se presenta el alimento en forma de churritos de diferentes tamaños que obligan al animal a masticar y no tragar entero, un punto más por el que resultó de gran aceptación en el mercado.

2.- Cliente - Empresa



En Beef Plus, división alimentos, se trata de hacer un producto muy accesible y de gran calidad; en este sentido, una de sus normas es evitar el almacenamiento mayor de 8 días.

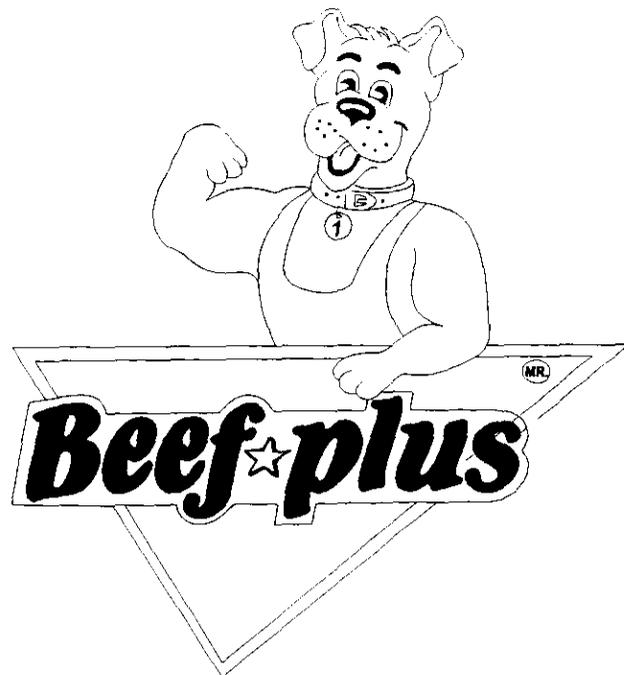
Esto y mucho más ha llevado a ganar la confianza de expertos criadores y empresas especializadas que hoy consumen Beef Plus y esperan satisfacer sus necesidades con los nuevos proyectos de la gama de nutrición total.

2.2.- Recursos Económicos

Es difícil la situación de una empresa de este tipo que está comenzando en el lanzamiento de productos nuevos, ya que todo el dinero que se obtiene se asigna básicamente para su mantenimiento y se reinvierte en la compra de materias primas; por lo tanto, aún no se cuenta con un capital disponible para la publicidad y el diseño. Pero según se presenten los presupuestos se invertirá en ello.

2.3.- Naturaleza del Problema

A pesar de la aceptación del producto por el consumidor, existe una opinión poco satisfactoria, respecto al empaque, ya que no representa la calidad que se requiere para llamar la atención; y, debido a la rapidez con la que se introdujo al mercado no se planeó ningún tipo de publicidad para darlo a conocer; empezó a crecer la imagen y a lanzar nuevos productos sin una imagen gráfica de fácil identificación para posicionar los productos en el mercado.



2.4.- Imagen Actual

Fundamentalmente se maneja la caricatura utilizando a la mascota como un elemento que nos ayuda a identificar y asociar el producto acompañado del nombre de la marca "Beef Plus", misma que se incrustó en una figura geométrica para destacar el nombre. La tipografía de la marca se desarrolló con un diseño, nítido, fuerte e informal; los colores son blanco, naranja y dos tonos de café, y la bolsa del empaque en un tono beige pero no muy puro. Tanto la papelería como los empaques presentan una serie de líneas paralelas a manera de plecas que funcionan como marco para dar un orden visual.



2.5.- Competencia (Análisis Gráfico)

HAPPY DOG!

Fundamentalmente consta de la cabeza de un perro en caricatura y tipografía de tipo informal, sus colores son bolsa blanca , en el frente un fondo café, perro en café con varias croquetas, y la tipografía en rojo.

APICAN

Con el logotipo en caricatura de la cara de un perro dentro de un círculo; manejan un dibujo muy geométrico. Bolsa blanca con fondo en naranja y tipografía en café.

PEDIGREE

Bolsa color amarillo, logotipo de la marca incrustada en un moño de premiación canina, éste en azul y tipografía negra, en selección de color con una fotografía de varios perros en actividad.

HI-PRO

La marca por medio de tipografía formal en rojo, fondo azul y blanco y fotografía de la cabeza de un perro con algunos toques en dorado.

PRO PLAN

Con llamativa tipografía en blanco sobre fondos negros ,mantienen todos sus productos el mismo diseño diferenciándose por una plecaca que cambia de color. De igual manera lo hace la marca CHAMS pero esta cambia el color de la huella sobre fondo blanco.

 **PURINA**  **CHAMS**

**HAPPY
DOG!**

Hi - Pro

**PRO
PLAN**



2.6.- Posicionamiento en el Mercado

Sólo se ha publicitado con volanteo, anunciando básicamente su entrega a domicilio. Se han publicado pequeños anuncios en periódicos de reparto gratuito a domicilio, anuncios en revistas especializadas y promociones en diferentes veterinarias y eventos caninos ya sean de adiestramiento, concurso o exposiciones. Por lo que el lugar que ocupa la empresa en los medios de comunicación aún es muy bajo comparado con el de su competencia, debido a su reciente introducción en el mercado.

2.7.- Planes de Promoción

Principalmente se debe rediseñar el producto base y originar una imagen que apoye las cinco nuevas presentaciones para soportar el lanzamiento de la gama de nutrición total. Apoyándola con información sobre los elementos nutricionales de cada uno , para facilitar su identificación. Los puntos de venta (displays), carteles publicitarios, diversos promocionales, vehículos de reparto, uniformes de trabajadores y entrenadores de mascotas, serán soportes gráficos para tal propósito.

2.8.- Duración de uso

Esta imagen, debido al tipo de producto, tiene una larga duración pues aunque salgan otros se adaptarán a la imagen creada. Si se modernizara, esto provocaría un cambio a corto plazo puesto que se trata de que la gente lo identifique y lo diferencie rápidamente. Sin embargo lo que se busca es su permanencia en el mercado.

2.9.- Planes a Futuro.

Se planea sacar una línea de productos que se vendan junto con las croquetas, como shampoo, jabón, polvo antipulgas, correas, arreos, sueters, cepillos etc. Para obtener un número mayor de clientes se realizará una campaña publicitaria en diferentes eventos caninos a través de regalos promocionales (playeras, calcomanías, tijeras para abrir fácilmente los productos) .

2.10- Extensión de Actividades

En un futuro, a largo plazo, se desea elaborar el producto con otra fórmula para presentarlo enlatado; también iniciar en la línea de alimento para gatos; otro de los intereses es que el producto se pueda encontrar en todos los grandes almacenes del país, y cuando sea una marca ya consolidada, exportarla.

2.11.- Licencias y Reglamentos

La mayoría de los permisos que se requieren son de la Secretaría de salubridad que aprueba la elaboración y los estándares de calidad del producto. También para su lanzamiento se requirió del registro del SARH, SECOFI; así mismo ante patentes para registrar la marca y así protegerlo en los derechos de autor. Y en el caso del empaque se necesita que sea resistente y esté elaborado con el material adecuado para que el producto respire y no se humedezca o se descomponga. En el caso de introducirlo a los grandes almacenes se solicita el código de barras registrado en la AMECOP para hacer el cobro e inventario de cada producto, pero este trámite aún no está realizado.

2.12.- Justificación

Es preciso rediseñar la marca para el nuevo proyecto, Gama de Nutrición Total: Dieta, Alto rendimiento, Madres de lactantes, Cachorro y Adulto. paralelamente apoyarla mediante una serie de elementos como son punto de venta, tarjetas explicativas de cada producto y carteles publicitarios, por ahora.

3.- Receptor



3.1.- A quién va dirigido

El rediseño de la marca de croquetas caninas, se realizará para un público consumidor muy general, ya que varía; es toda la gente que tenga o alimente perros (criaderos), cuyo nivel cultural abarca de medio a medio alto debido a la calidad del producto y al tipo de establecimientos en donde se vende. El nivel social es muy amplio debido a que un gran número de habitantes poseen perros.

Se requiere que el empaque sea manejable; son bolsas de 4 KG. por lo que no son muy ligeras, pero de fácil transporte y resistentes.

Los códigos que se utilizan son amplios debido a la cantidad de posibles consumidores, fundamentalmente los colores deben proyectar de inmediato el giro del producto, y provocar su rápida identificación.

En síntesis, presentar una imagen, que proyecte la calidad nutricional del producto, fácilmente identificable; la marca se definirá mediante elementos gráficos que provoquen un aspecto agradable y, por consecuencia, logre competir en el mercado.

4.1.- Conceptos de Diseño

El logotipo de la marca Beef Plus se maneja a base de caricatura; en este caso, de una mascota sin raza específica, acompañada por el nombre de la marca que está incrustada en un triángulo .

La tipografía se diseñó de la fuente Univers usando sus versiones de medium, bold o italic; en el caso de tipografía secundaria se utilizó en todos sus impresos: Univers bold para los encabezados, univers medium, light e italic, en otros.

En otras aplicaciones gráficas se encuentra la fuente Helvética, en sus cuatro versiones.

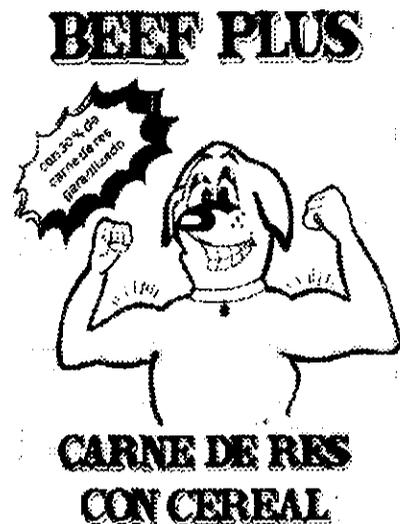
En el caso del empaque, está elaborado en una bolsa de plástico de 53 x 34.5 cm. de color beige obscuro, cuya cara anterior presenta un margen de 3 cm. a partir del cual comienza un margen de una serie de plecas paralelas, éste es de 3.5 cm de ancho por 41 cm de largo; siendo cada pleca de 6pts. con una separación de 4mm. entre ellas, sumando un total de 81 líneas formando el margen. En la parte interior del margen se encuentra el logotipo de la marca centrado en la parte superior con una altura de 23 cm; en el extremo superior derecho se encuentran los encabezados de 27 pts. en Helvética bold en altas, textos de 20 pts. en Helvética medium, direcciones y permisos de 16 pts.

Del lado inferior izquierdo se imprime un sello de un reconocimiento internacional de calidad y a la misma altura se coloca la cantidad de kilos de alimento con una tipografía de 54 pts.

En el caso de la papelería de la empresa se empleó como norma la presencia del margen de plecas rodeando todo tipo de documento así como la representación del logotipo siempre centrado en el documento en la parte superior usándose en sus diferentes tamaños.

4.-Diseño

(Antecedentes de la empresa)



Primera imagen utilizada por la marca Beef Plus (1989).

4.2.- Medios de comunicación

El producto se distribuye por medio de entrega a domicilio , venta directa a los criaderos y veterinarias , también venta al público en pequeños supermercados. Y los medios de promoción son el volanteo, anuncios en revistas especializadas y periódicos de reparto gratuito a domicilio; utilizando los promocionales (plumas y calcomanías) para atraer a futuros consumidores. Se elaboraron pequeñas muestras del producto para repartirlas en las veterinarias, pero éstas sin imagen de la marca, sólo los teléfonos y la dirección.

4.3.- Observación personal

CUESTIONARIO :

- 1.-¿Identificas al producto por su imagen ?
- 2.-¿Crees que existe una comunicación entre el producto y su público ?
- 3.-¿Existe congruencia entre la imagen transmitida y el producto ?
- 4.-¿Crees que la imagen facilita la identificación del producto ?
- 5.-¿Crees que la marca Beef Plus tiene una imagen clara y fuerte ?
- 6.-¿Crees que la imagen de Beef Plus es de una empresa de confianza ?
- 7.-¿Crees que su imagen refleja un producto de calidad ?
- 8.-¿El empaque es fácil de cargar ?
- 9.-¿El empaque tiene impacto visual ?
- 10.-¿Recuerdas el empaque por su imagen ?
- 11.-¿Te gusta la tipografía que aparece en el empaque ?
- 12.-¿Te gustan los colores que maneja la marca Beef Plus ?
- 13.-¿Qué le cambiarías al empaque ?

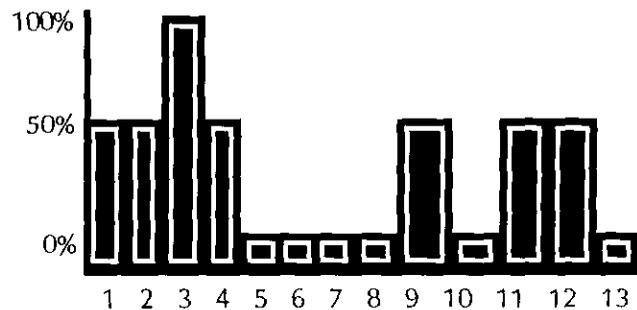
4.4.- Materiales y técnicas usados

El empaque, una bolsa de plástico, color beige, con tipografía en café y ciertos acentos de color naranja como son el triángulo que acompaña la marca, la cantidad de producto y el sello de calidad.

Los volantes han sido elaborados en papel bond, fondeados en amarillo y con la misma imagen del empaque de Beef Plus.

Para los anuncios en revistas se emplean diversos tipos de papel adaptándose a su formato y utilizándose, la mayoría de las veces, en una sola tinta.

Tabla Afirmativa



CONCLUSIONES:

El cuestionario fue aplicado en los supermercados al público asistente que afirmó tener mascota; a 50 usuarios de diferentes edades, contando en su mayoría con adolescentes; por las respuestas recaudadas queda claro que el logotipo sí representa la imagen que facilita la identificación del producto, por lo que el logotipo no se cambiará; los puntos que se notaron débiles fueron el color y el conjunto visual puesto que no proyectaba la calidad adecuada.

4.5.-Sistemas de impresión usados

Tanto los empaques como los volantes han sido impresos en offset debido a las cantidades que se han manejado, a 3 tintas, como máximo. Elaborándose 400 Kg. de bolsas y 10,000 volantes.

4.6.- Acabados

En este caso la calidad del empaque deja mucho que desear puesto que los registros no son perfectos y en algunos casos la cantidad de tinta no es adecuada en todas las bolsas del empaque. El único punto a favor, en cuanto a acabados, es que en la parte superior de la bolsa se halla una especie de pestaña con cuatro orificios en el centro para facilitar su transportación.

4.7.- Costos y Presupuestos

Para las bolsas de los empaques se mandaron a hacer 400 Kg. de bolsas de plástico con un costo proximado de \$15,000.00 pesos.

Y en volanteo y publicaciones así como la papelería y facturas se gastaron alrededor de \$ 20,000.00 pesos .

Para los nuevos proyectos disponen de un presupuesto de \$ 25,000.00 pesos para el diseño y la publicidad , sin tomar en cuenta la elaboración de las nuevas bolsas para los empaques, en sus cinco presentaciones.

4.8.- Conclusión

Se tiene que mejorar la imagen global que refuerce la marca ya existente para aplicarla en las nuevas presentaciones , así como apoyar el lanzamiento adecuadamente para estos nuevos productos, tomando en cuenta nuestros presupuestos.

Esto se va a realizar por medio del rediseño del empaque respetando los fundamentos del producto original así como el logotipo, dado que el público lo debe ligar con su anterior presencia en el mercado. También se tiene que publicitar apoyado por carteles, puntos de venta (displays), anuncios en revistas y fichas explicativas que permitan comparar los diferentes productos para que el consumidor identifique el adecuado para su mascota.

De no realizarse lo anterior, el nuevo proyecto no será lanzado adecuadamente y el público no identificará que pertenece a la misma marca y que son una nueva propuesta en alimentos para mascota, de calidad, y que ofrece una amplia gama de nutrición total.

5.- Analisis y Síntesis



5.1.- Necesidades del receptor

Dada la necesidad de la fábrica de lanzar cinco nuevas presentaciones de croquetas caninas, que apoyen la marca ya existente, se pretende lograr una imagen gráfica definida que proyecte una solución de identificación, funcionalidad y solidez ; por lo que el principal objetivo es rediseñar la imagen para que el cliente obtenga los mayores beneficios y los reconozca mediante una serie de elementos como son un punto de venta o display, tarjetas explicativas de cada producto, (dieta, cachorro , alto rendimiento, madres de lactantes y adulto) y carteles publicitarios.

5.2- Requerimientos del cliente

En síntesis, presentar una imagen que proyecte la calidad nutricional del producto; fácilmente identificable; que la marca se defina mediante elementos gráficos que provoquen un aspecto agradable y, por consecuencia, logre competir a un buen nivel en el mercado.

5.3.- Requisitos de diseño

Esto se va a realizar a través del rediseño de empaque, así como de una serie de elementos gráficos que soporten el nuevo lanzamiento, respetando los fundamentos del producto original así como el logotipo, pues el público lo debe relacionar con su anterior presencia en el mercado.

5.4.- Establecimiento de la demanda

Se efectuará el rediseño tanto de los empaques como de la marca sin cambiar el logotipo de la marca original.

5.5.- Necesidades reales

Esencialmente se trabajará el rediseño del empaque en sus cinco diferentes versiones, fortaleciendo su lanzamiento por medio de puntos de ventas o displays en los que se colocará una ficha explicativa que facilite la identificación de los diferentes productos y, para dar un mayor refuerzo, se realizarán carteles publicitarios. Todos los empaques en sus nuevas presentaciones contarán con la misma imagen.

5.6.- Tabla de jerarquización y delimitación

A continuación se establecen los pasos a seguir para lograr el diseño de los mismos.

- Entrevista con el cliente
- Análisis de necesidades
- Aclarar puntos de vista y conceptos
- Propuesta de diseño
- Lluvia de ideas
- Bocetos burdos
- Bocetos avanzados
- Aprobación
- Bocetos a color
- Cambios de color
- Pruebas de color
- Aprobación
- Análisis de materiales
- Aprobación
- Tipo de impresión
- Elaboración del Dummy
- Aprobación y cambios
- Originales mecánicos
- Realización del proyecto.

6.1.- Comportamiento

Las diferentes características de los empaques, estarán ligadas a las cualidades de este tipo de productos, como son: colores adecuados que proyecten una imagen clara, sólida e identificable; con una tipografía informal pero legible. Con elementos que refuercen a este tipo de productos como son premios de calidad de concursos caninos, huellas o grafismos, muy de acuerdo con los estándares de la gente que cuida y cría a los perros.

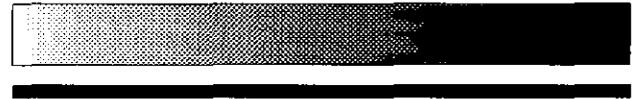
6.2.- Efectos del medio

Este producto, al ser rediseñado, podrá competir con marcas de gran prestigio, presentando un empaque de calidad que facilite su identificación y refleje fielmente el tipo de producto que se está introduciendo en el mercado.

6.3.- Limitantes

Básicamente hay que adecuarnos al presupuesto antes mencionado, por lo que no se puede pensar en una selección de color, pero sí se podrá efectuar un cambio radical en cuanto a la bolsa del empaque pudiendo proponer un material más adecuado, resistente y manejable para este tipo de productos, como son las bolsas de papel; La única limitante que nos presentan es que efectuaríamos el mínimo de bolsas (5000) en cinco versiones diferentes, lo que tardaría aproximadamente un mes, debido a que el fabricante de éstas debe primero surtir a sus grandes clientes y después a los pequeños como es el caso de esta empresa.

6.- Estrategia de Diseño



6.4.- Objetivos

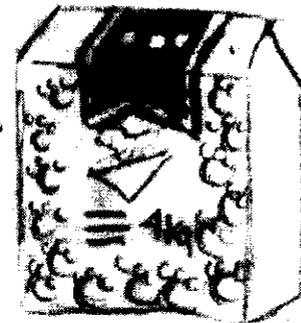
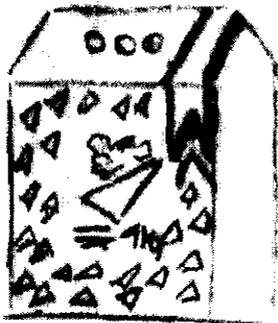
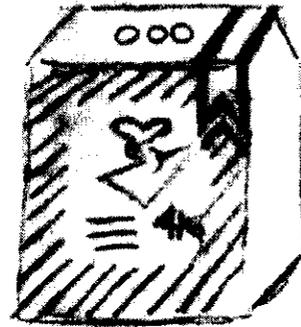
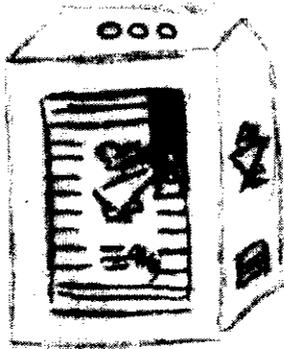
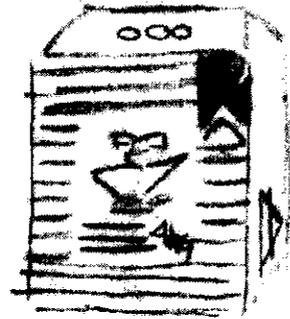
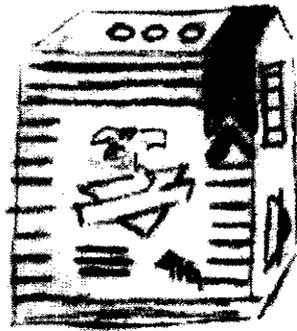
Fundamentalmente se logrará que se identifique con mayor facilidad el producto, así éste proyectará la calidad nutricional que posee, aspecto que antes dejaba mucho que desear por su imagen.

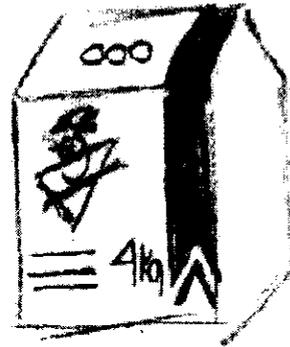
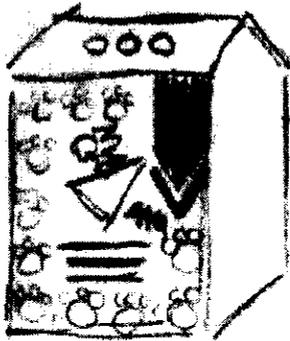
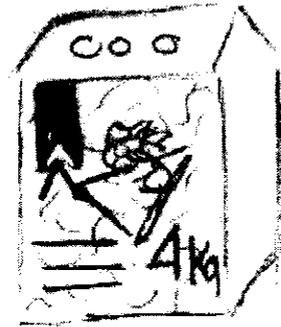
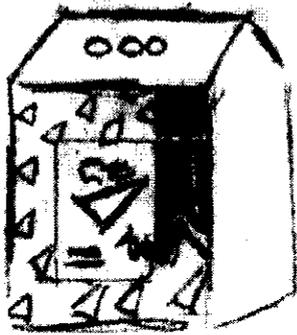
6.5.- Hipótesis

Si rediseñamos los empaques de la marca Beef Plus así como los elementos de apoyo al lanzamiento de este nuevo proyecto, por medio de grafismos claros y colores que provoquen la idea del producto original y reflejen la calidad y servicio que éste ofrece dando una imagen gráfica definida y con fuerza que a través del rediseño de los empaques, y el diseño de los puntos de ventas o displays así como las fichas explicativas y los carteles publicitarios por medio de los cuales se logrará la comunicación entre el producto y el receptor en el que se pensó al crear este, logrando así obtener los beneficios tanto en ventas como en el posicionamiento del producto en el mercado.

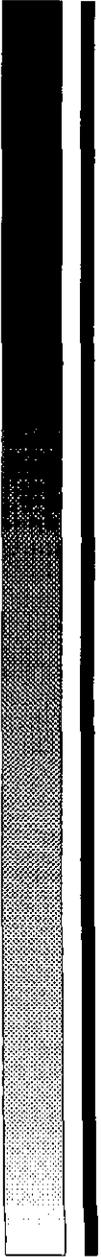
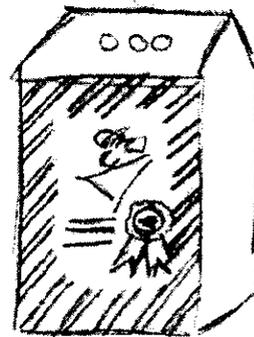
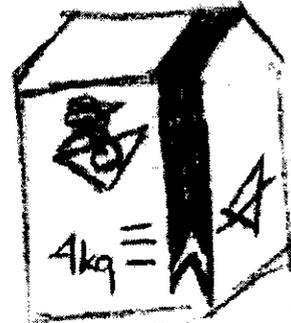
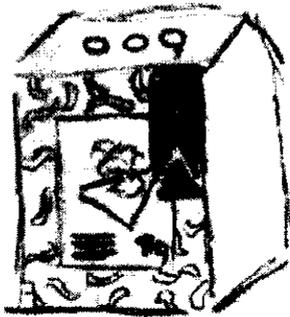
7.- Propuesta de Diseño

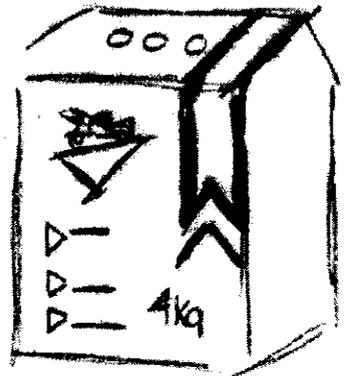
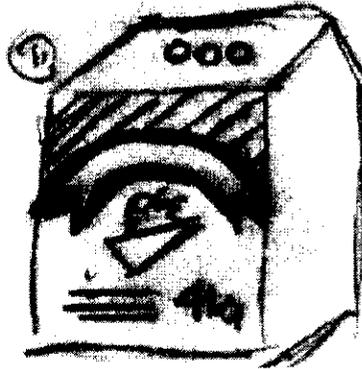
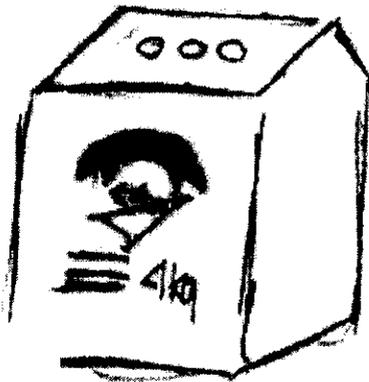
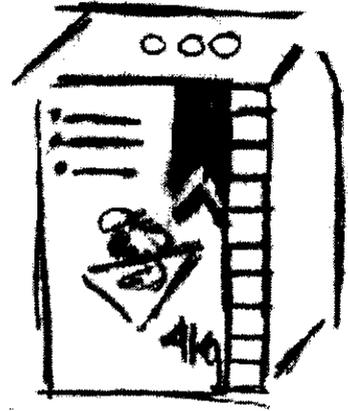
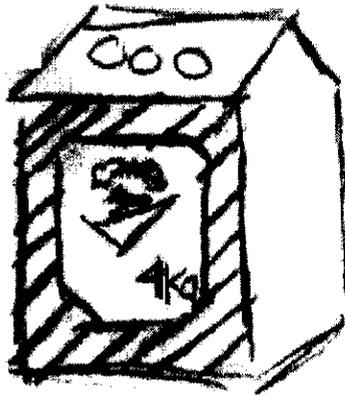
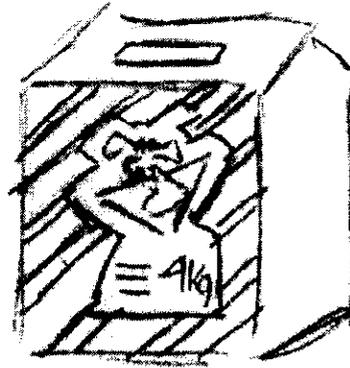
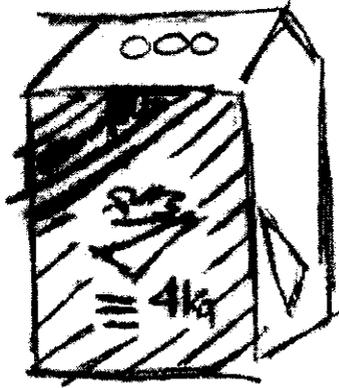
7.1.- Lluvia de ideas

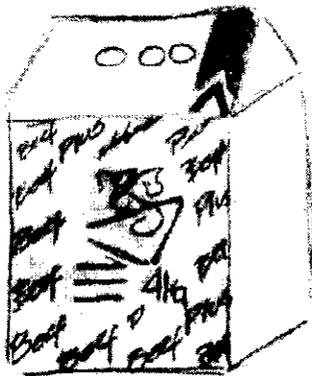




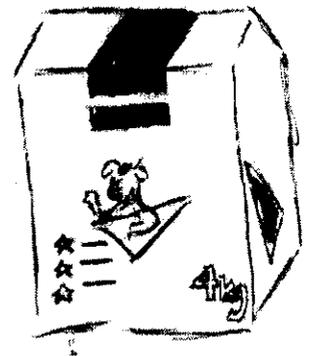
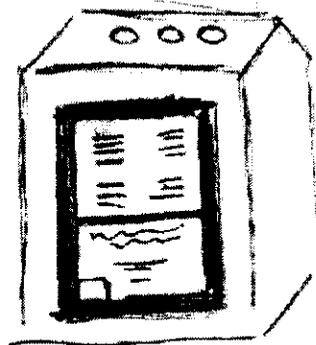
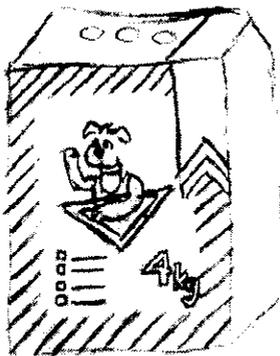
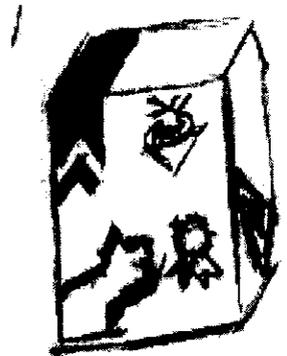
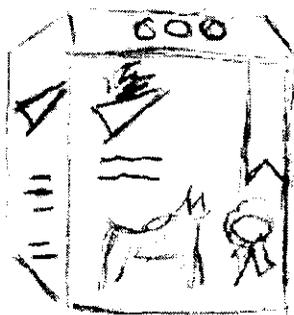
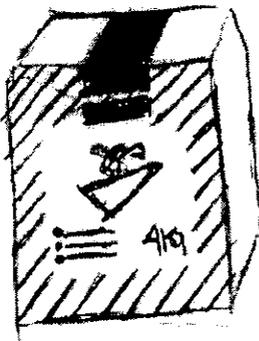
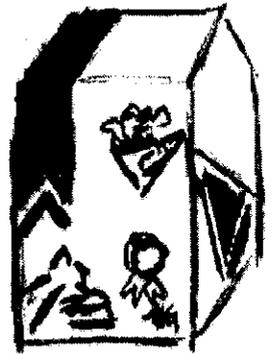
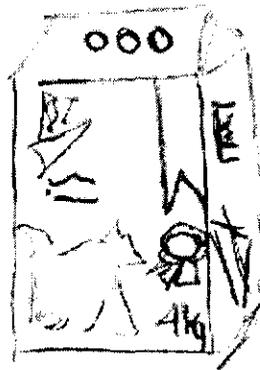
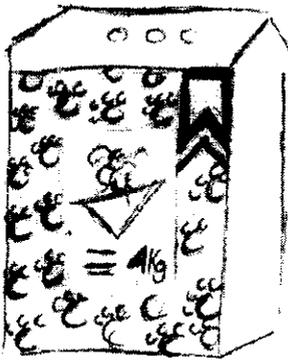
①

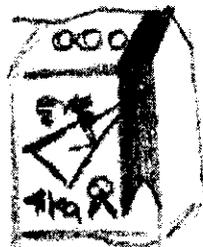
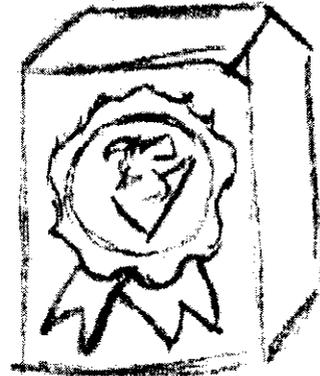
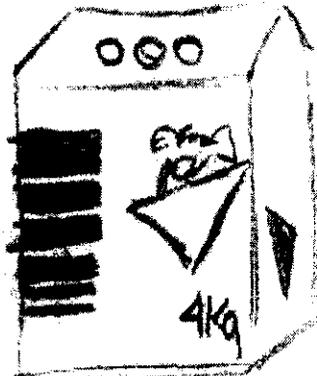
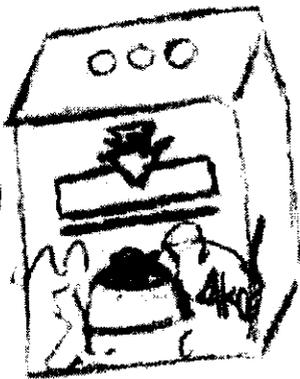
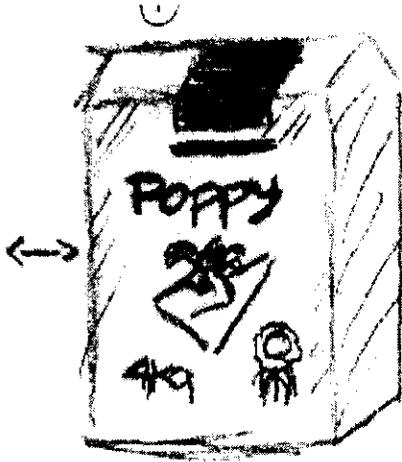
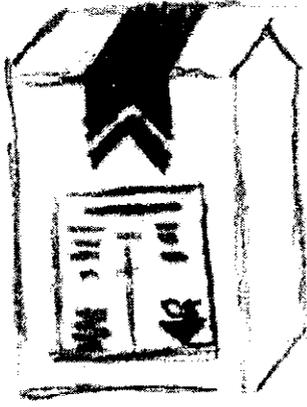


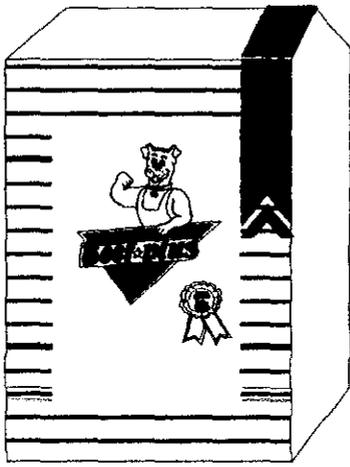




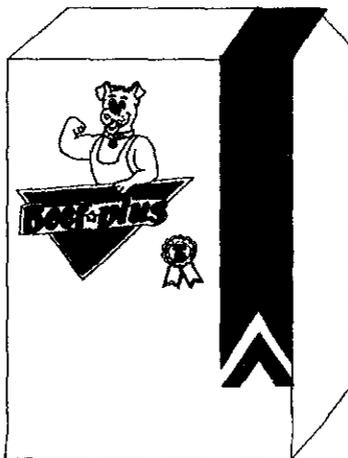
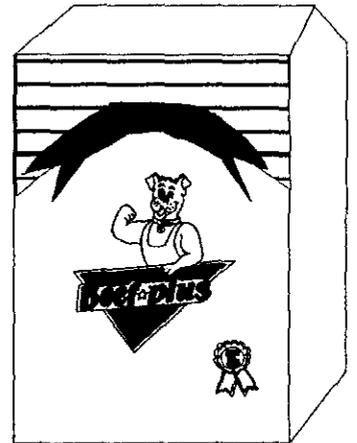
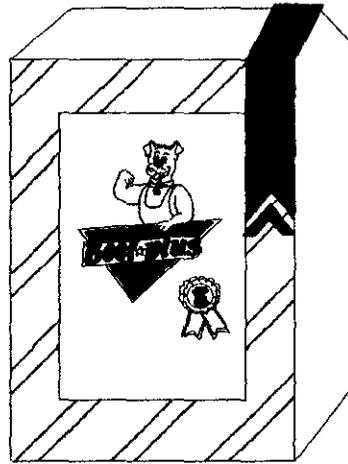
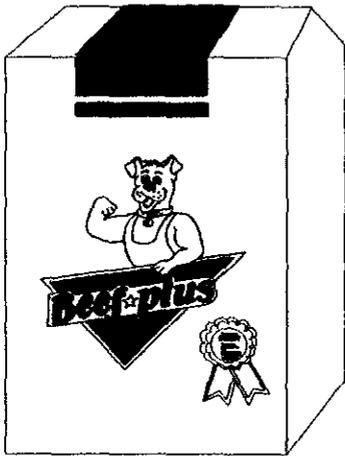
Al comenzar a bocetar, se trato de conservar ciertos rasgos utilizados en el empaque anterior, como eran las líneas paralelas que aparecian como fondo del empaque.







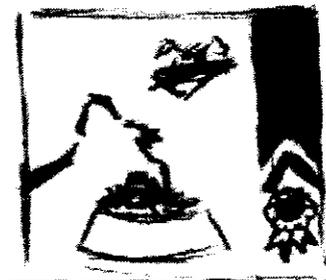
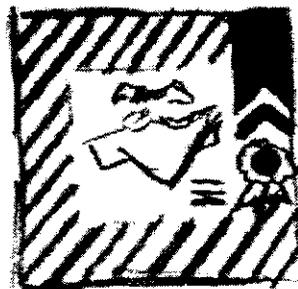
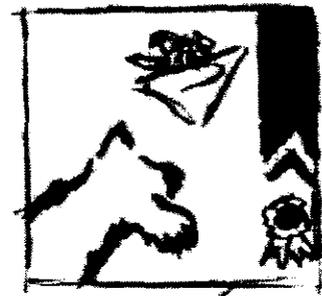
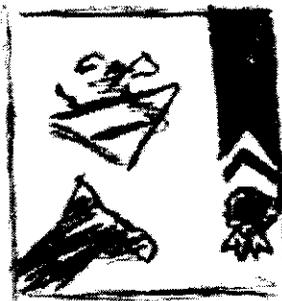
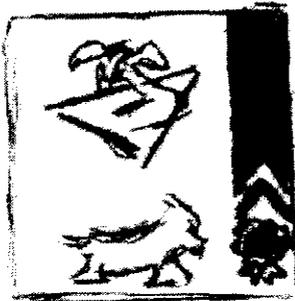
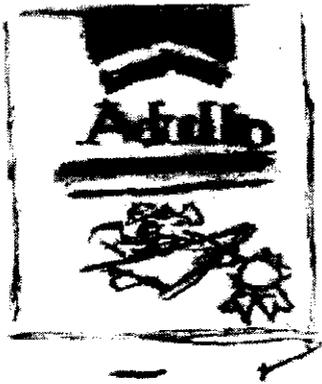
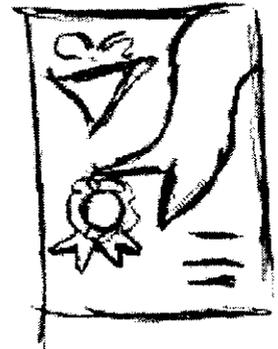
7.2.-Bocetos Burdos



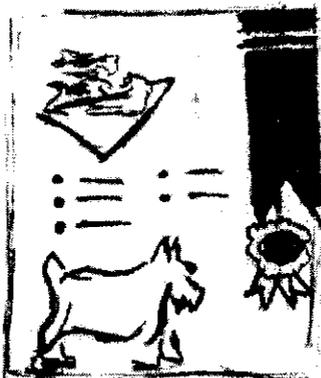
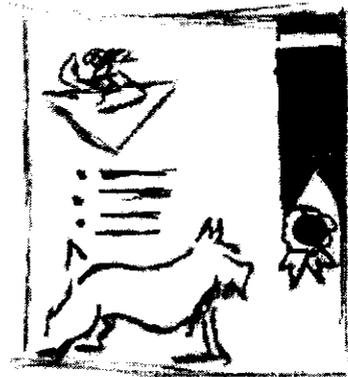
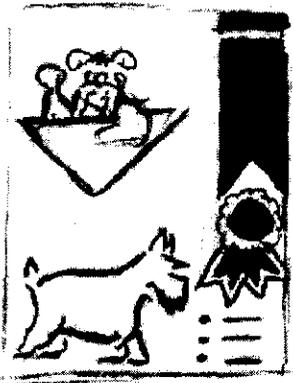


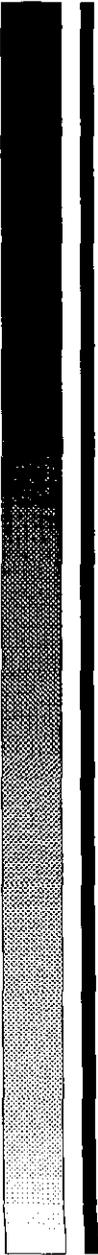
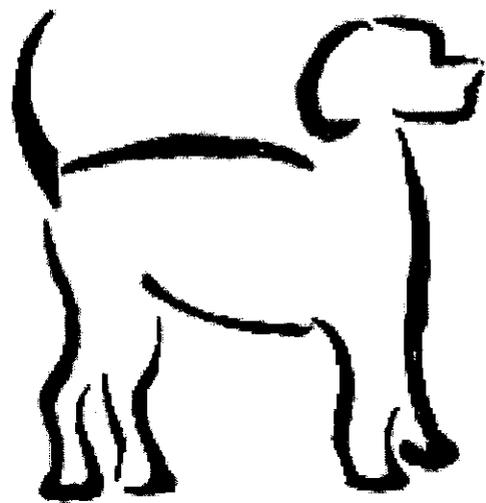
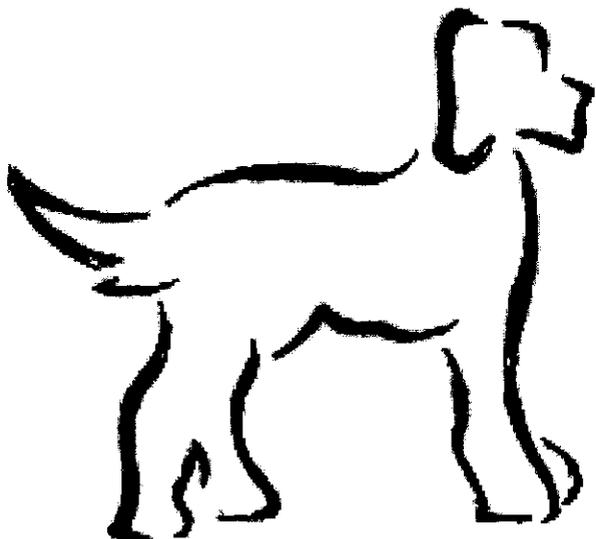
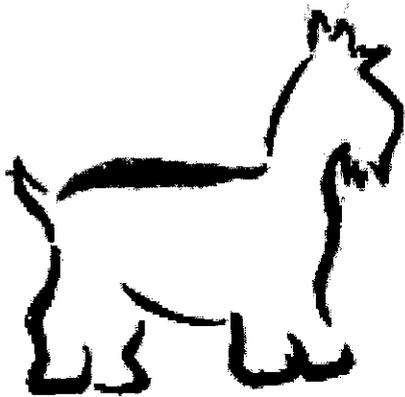
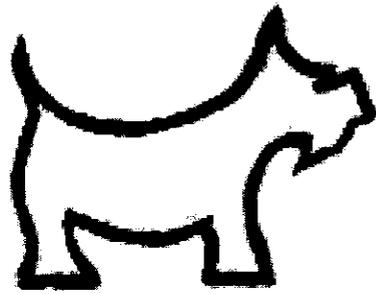
Hasta este punto del diseño del empaque, lo principal fue conservar un espacio que funcionara para la tipografía de los diferentes tipos de productos y pudiera reforzarse con el cambio de color en cada uno de estos. Por lo tanto se determino que uno de los diseños más atractivos era el que presenta el perfil de un perro ,estilizado y se comenzo a trabajar sobre esta idea.

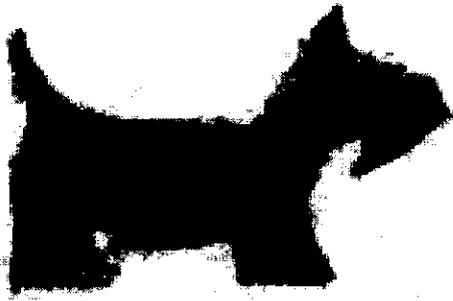




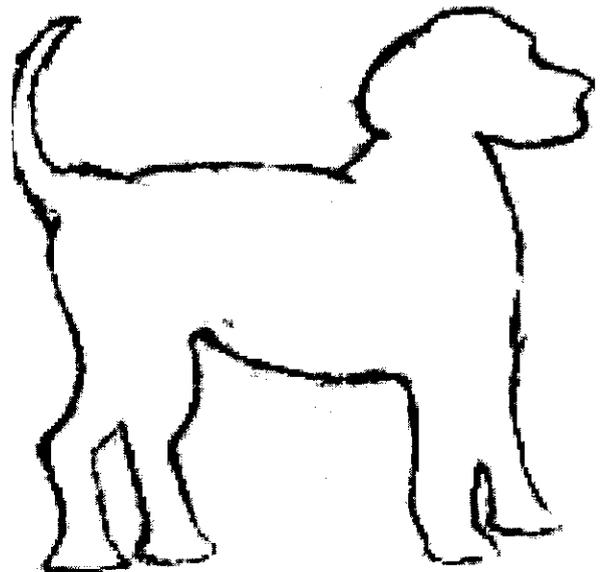
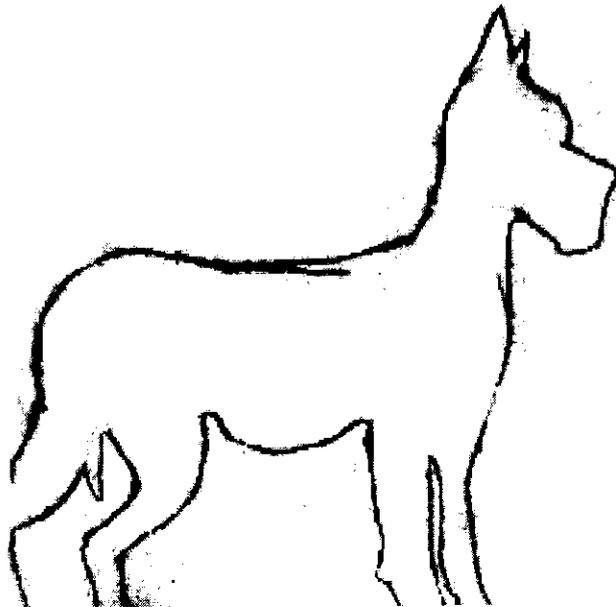
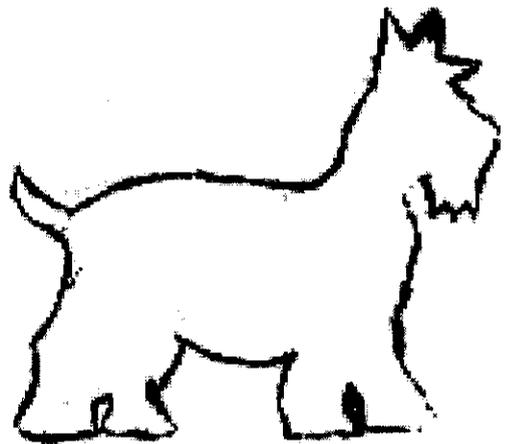
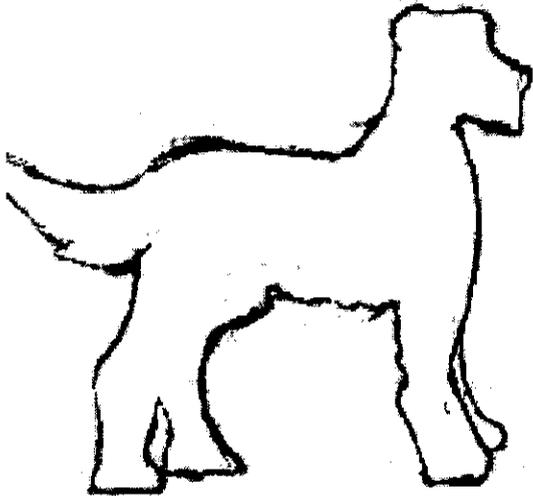
Al haber efectuado la lluvia de ideas, surgieron los modelos a seguir para la realización de los Bocetos Burdos; teniendo decidida la presencia de una placa como código de identificación de los diferentes productos, esta termina en forma de listón para apoyar al grafismo del premio de calidad.

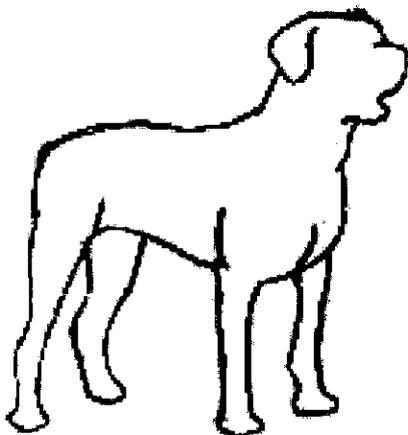
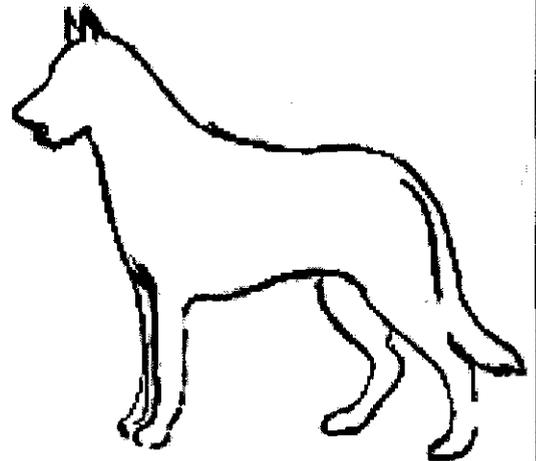
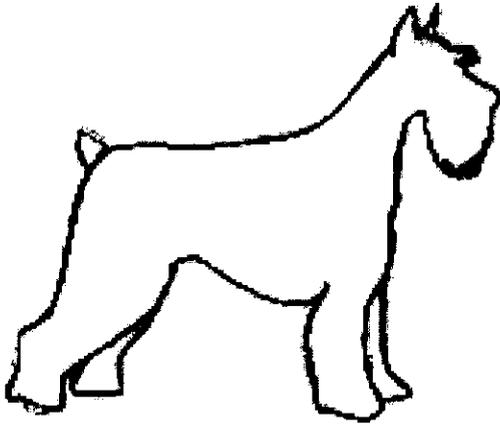
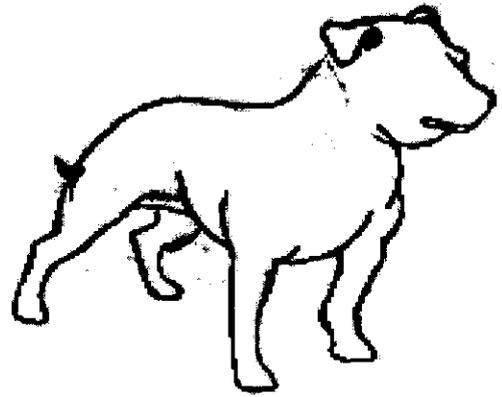
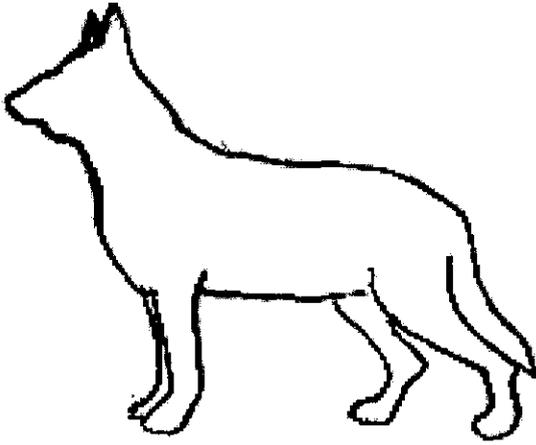






Así como también al finalizar los Bocetos Burdos se propuso que cada producto contara con la imagen estilizada de un perro individualizando así cada producto contando con diferentes razas que variaran según el mismo.







Se seleccionaron las siguientes razas para la gama de nutrición total:

Staffordshire Terrier - Alimento Original

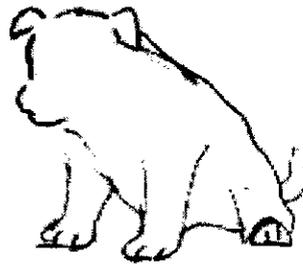
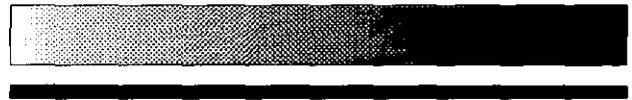
Pastor Aleman - Alimento de Dieta

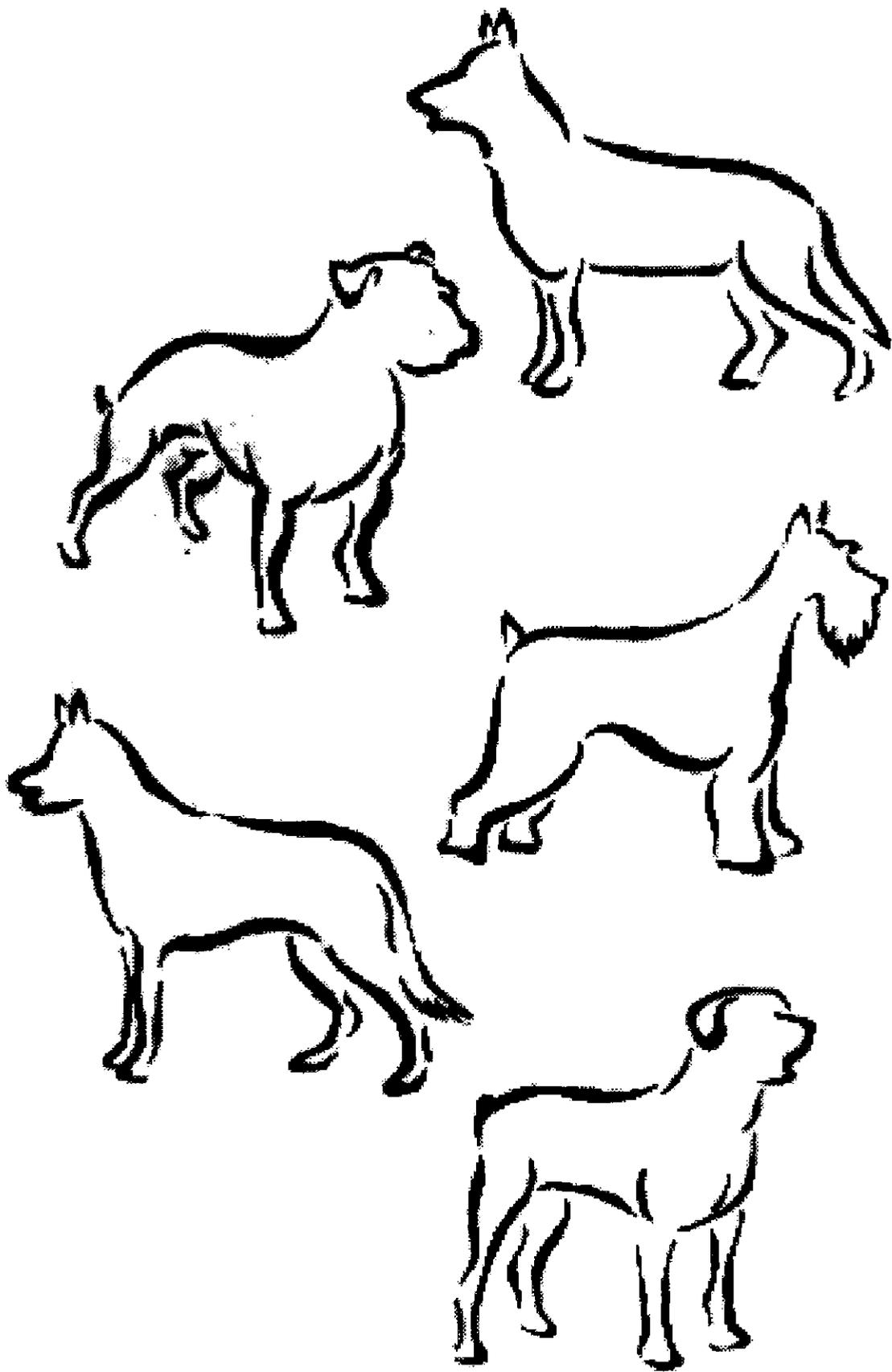
Rottweiler - Alimento de Alto Rendimiento

Schnawzer - Alimento de Adulto

Boxer - Alimento para Madres Lactantes

Labrador - Alimento de Cachorro







7.3.-Bocetos Avanzados

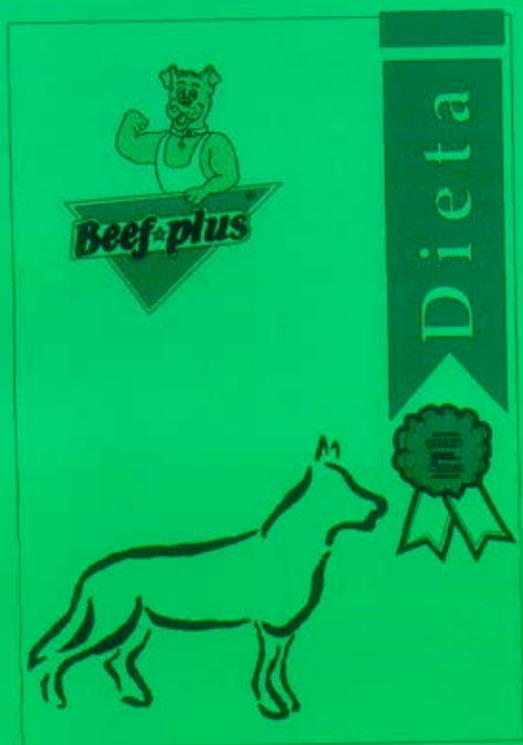


Basicamente al llegar a este punto se decidio contar con la presencia de la pleca con terminación de liston, la cual sera la que indique el tipo de producto apoyada a su vez por un color para cada producto. Otro de los elementos que se escogio para estar presente en la parte anterior del producto fue la imagen de el perro estilizado a parte de contar siempre con la presencia del premio de calidad y logicamente el logotipo de la marca.



Beef & Plus





7.4.- Bocetos a Color



En el bocetaje hasta ahora realizado se noto que era necesario dar un fondo de color a la bolsa del empaque, con esto se pretende darle mayor impacto visual, fuerza y diseño. Por lo que se propone usar un fondo degradado que de presencia, limpieza e imagen.







Los colores se relacionan directamente con la naturaleza y adquieren una connotación propia. Por lo tanto se deben analizar psicológicamente antes de asociarlos a un producto; en el caso de Beef Plus al ser un alimento, con regularidad se relaciona con colores calidos como son rojo, naranja, y amarillo.





El color tiene que atraer la atención del consumidor emitiendo un mensaje acerca del producto y sus características. Los rojos animan al apetito, con el gris sobresalen agresivamente dominando la atención es por eso que se decidió, no variar el color del logotipo y conservarlo en rojo. Los grises (negro con blanco) juntos dan un buen fondo para cualquier imagen ayudando a subrayar con una mancha de color algún motivo importante.

ORIGINAL:

En este se conserva el mismo Rojo Naranja que el logotipo para marcar que es el producto original de la marca sin ninguna variación.

ALTO RENDIMIENTO:

Se definió el Rojo que refleja energía, aumenta la motivación.

ADULTO:

El naranja que evoca la fuerza vital, calido, la salud, fué el más indicado.

CACHORRO:

Se seleccionó el amarillo que refleja la naturaleza y el crecimiento, es amable, alegre y lleno de energía.

DIETA:

En este caso se usará un verde acua que transmite naturalidad, tranquilidad, paz, ecología, modernidad.

LACTANTES:

Este es azul color frio, espiritual, que evoca la pureza, ternura y confianza características de una madre en crianza.





Dieta



Alimento Completo para Perros
 Científicamente Balanceado
 Adicionado con Vitaminas y Minerales

Los colores seleccionados fueron para el fondo un degradado de gris a blanco el cual cumple con los requisitos de proyectar impacto, limpieza, profundidad y originalidad. En los diferentes productos se conservara la presencia del logotipo con sus colores y contando con un cambio de color que apoye a cada producto para facilitar su identificación.



Alto Rendimiento



Alimento Completo para Perros
 Científicamente Balanceado
 Adicionado con Vitaminas y Minerales

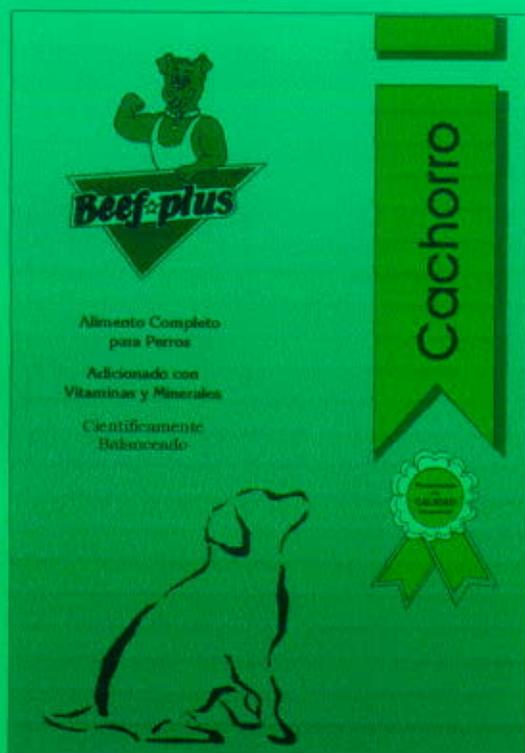


Lactantes



Alimento Completo para Perros
 Científicamente Balanceado
 Adicionado con Vitaminas y Minerales





En relación al uso simbólico del color fue como se escogieron los diferentes colores para la gama de productos, definiéndose por los porcentajes de sus tintas (C, M, Y, K).

Original - Warm Red	86%	100%	
Alto Rendimiento - Rojo	100%	40%	
Adultos - Naranja	60%	100%	
Cachorro - Amarillo	20%	100%	
Dieta - Acua	80%	20%	40%
Lactantes - Azul	100%		60%

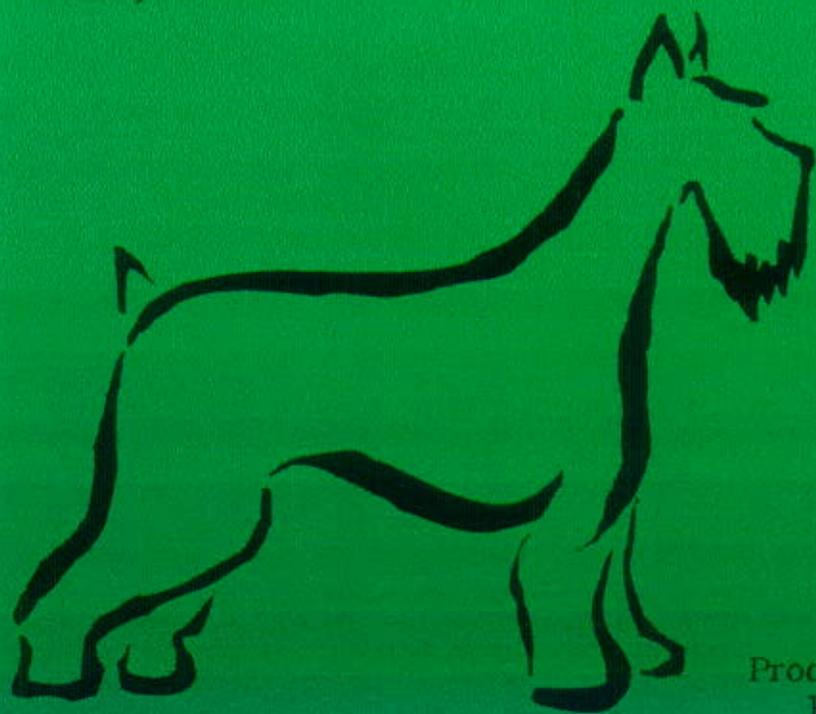




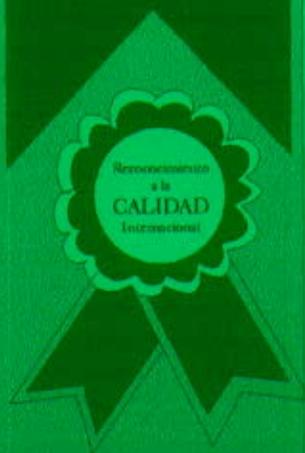
Alimento Completo
para Perros

Científicamente
Balanceado

Adicionado con
Vitaminas y Minerales



Adulto

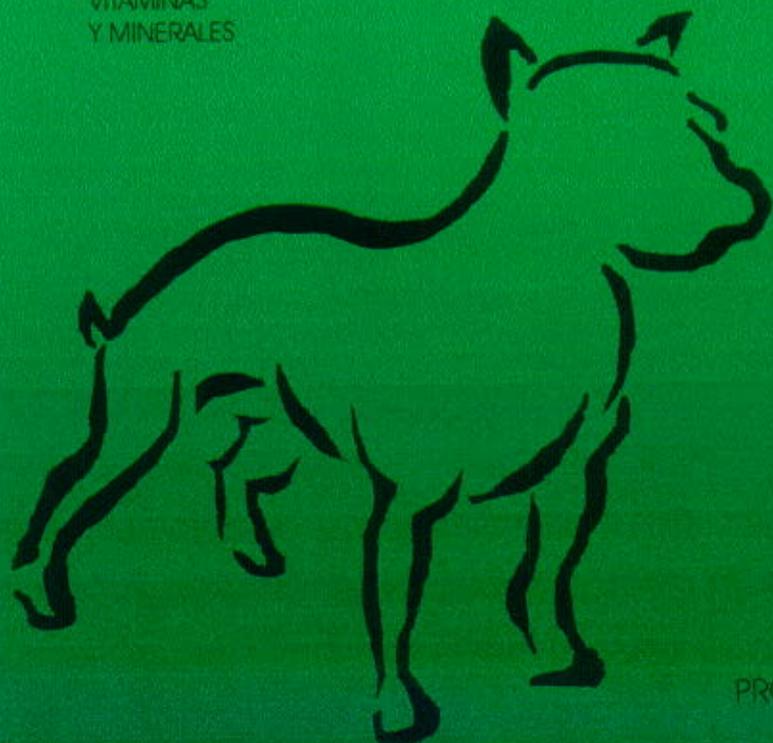


4kg.

Producto de Expotación
Hecho en México



-  ALIMENTO COMPLETO
PARA PERROS
-  CIENTIFICAMENTE
BALANCEADO
-  ADICIONADO CON
VITAMINAS
Y MINERALES



Original

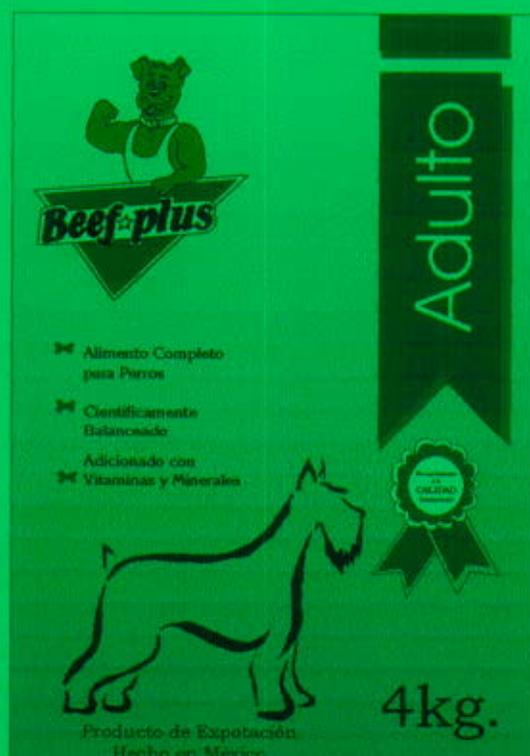


4 kg.

PRODUCTO DE EXPORTACION
HECHO EN MEXICO



También se seleccionó la tipografía del empaque decidiéndose que en las flechas que identifican los productos se contará con una tipografía clara, legible y que no rompa con el estilo del conjunto del empaque por lo que se escogió la Avant Garde Md Bt como tipografía principal.





Dieta

- Alimento Completo para Perros
- Científicamente Balanceado
- Adicionado con Vitaminas y Minerales

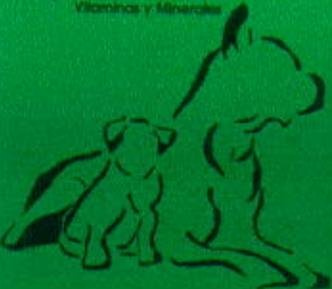



Al tener ya seleccionados tanto el color como la tipografía y el principal acomodo de cada uno de los elementos; es cuando se empieza a jugar con estos para darle el mayor impacto al empaque fue así como se decidió ponerle una sombra a la fleca que identifica los diferentes productos y darle un margen para lograr así un empaque con mayor movimiento.




Lactante

- Alimento Completo para Perros
- Científicamente Balanceado
- Adicionado con Vitaminas y Minerales





Alto Rendimiento






- ▶ ALIMENTO COMPLETO
PARA PERROS
- ▶ CIENTIFICAMENTE
BALANCEADO
- ▶ ADICIONADO CON
VITAMINAS
Y MINERALES



Lactantes



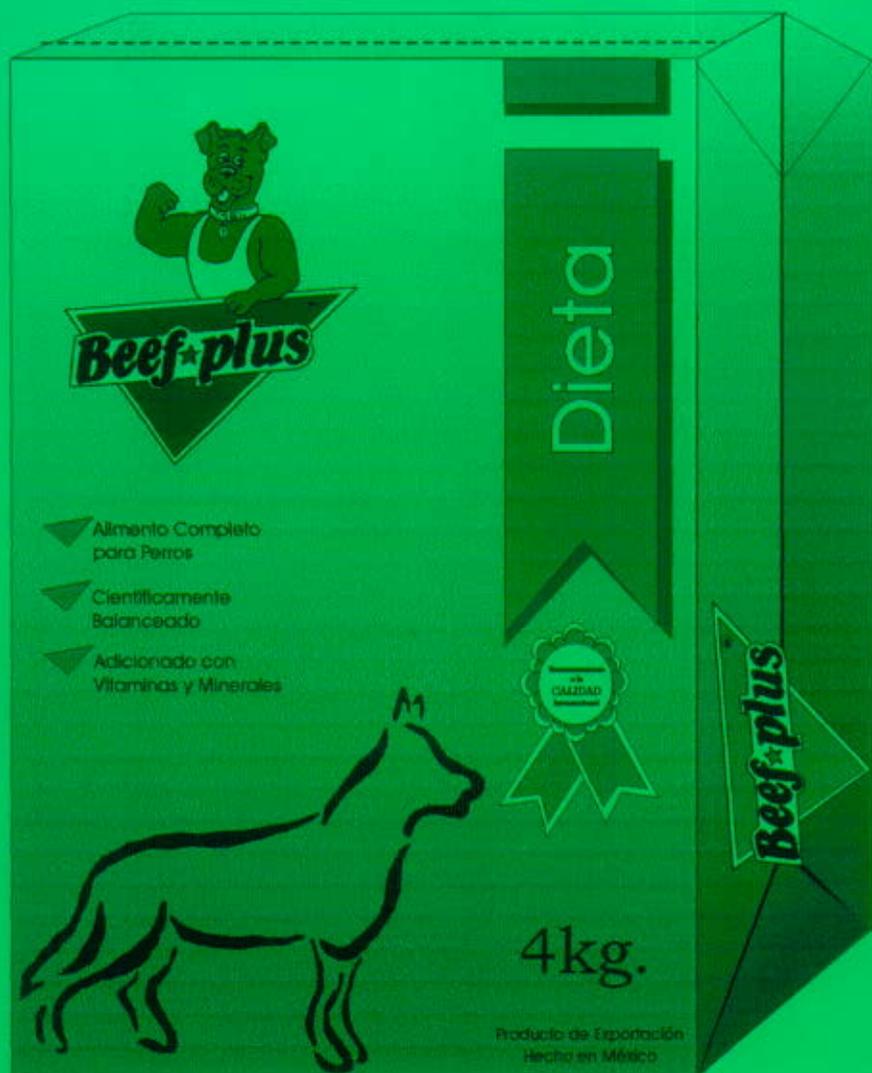
4 kg.

PRODUCTO DE EXPORTACION
HECHO EN MEXICO



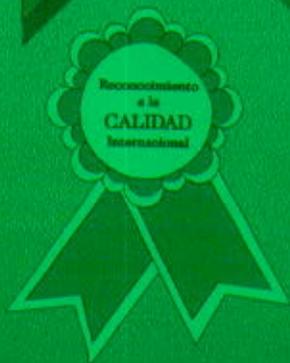
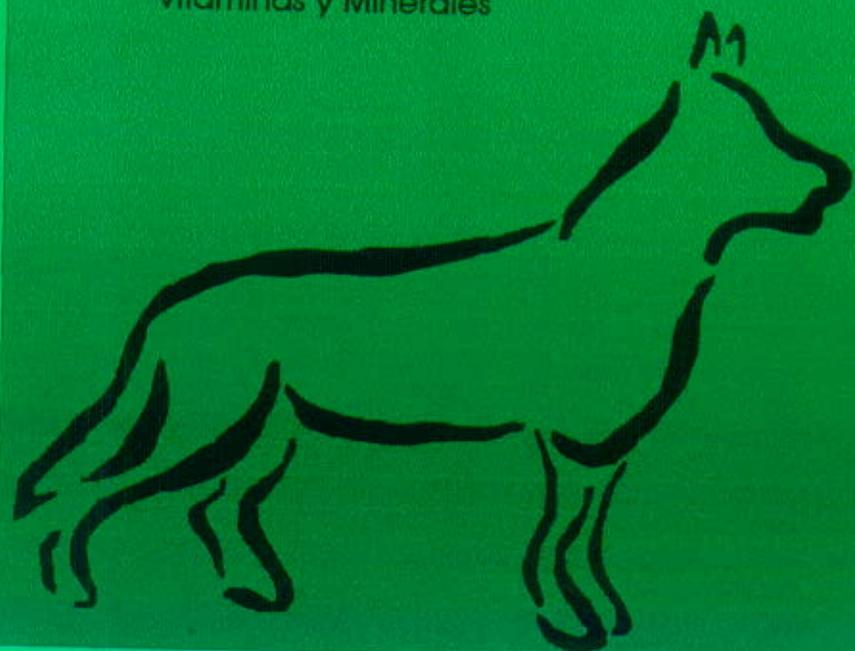
7.5.- Diseño Definitivo





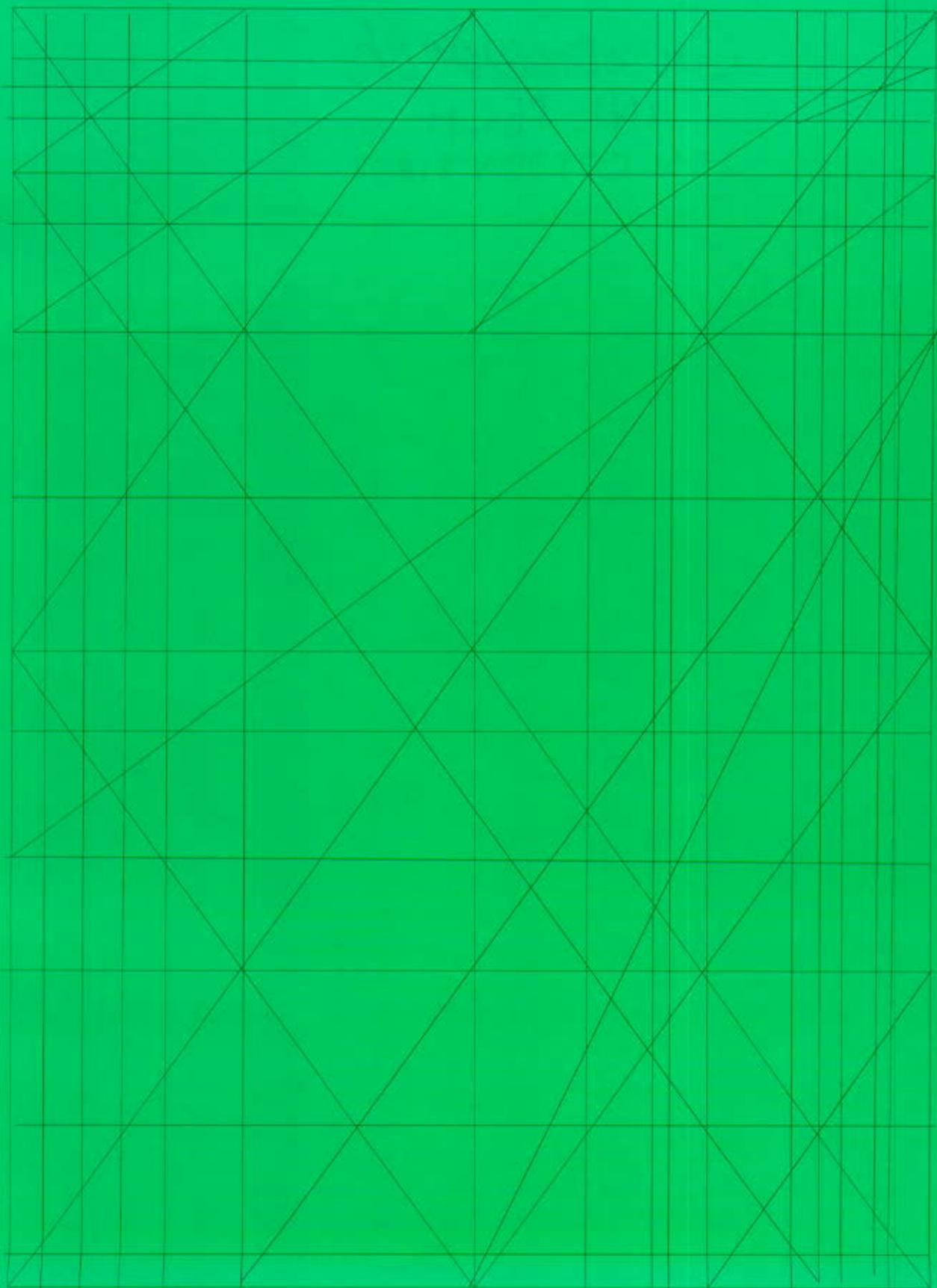


- ▶ Alimento Completo para Perros
- ▶ Científicamente Balanceado
- ▶ Adicionado con Vitaminas y Minerales



4kg.

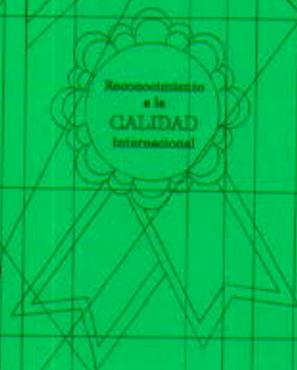
Producto de Exportación
Hecho en México





Dieta

- ▶ Alimento Completo para Perros
- ▶ Científicamente Balanceado
- ▶ Adicionado con Vitaminas y Minerales



4kg.

Producto de Exportación
Hecho en México

El empaque mide 27,5 cm. x 40 cm. el fondo es degradado de gris a blanco, en el extremo superior derecho se encuentra rebasada una pleca con terminación de listón, se diseño de tal manera que sirviera para colocar en ella el tipo de producto como el color que acentua la diferencia entre ellos. Esta consta de dos partes para hacerla más impactante y estética ambas delineadas en negro y cuenta con una sombra gris desfazada que da un poco de movimiento entre la pleca y el margen del empaque.

Debajo de esta pleca se encuentra un premio de calidad que consta de un premio con sus dos listones, todo delineado en negro con un contorno en blanco y despues de color que cambia al igual que la pleca segun el producto; en el centro lleva un círculo en blanco donde se encuentra la leyenda "Reconocimiento a la Calidad Internacional" el cual es un reconocimiento que se le hizo a la marca por lo que siempre debe de ir presente a su vez actua como grafismo que da realce al diseño y al cambiar de color refuerza la idea de los diferentes productos facilitando su identificación.

Conforme a las normas de SECOFI es necesaria la presencia de los siguientes datos:

-Nombre o denominación generica del producto la cual se encuentra del lado izquierdo indicando que es un alimento para perros.

-La indicación de cantidad, se encuentra debajo del premio de calidad aclarando que son 4Kg.

-El país de origen del producto, este se encuentra debajo de la cantidad junto con la leyenda "Producto de Exportación".

-El nombre o razón social y domicilio fiscal estos se ubican en la cara posterior del empaque; al igual que las instrucciones de uso del producto y la fecha de caducidad.

En el extremo superior izquierdo se ubica el logotipo original de la marca, conservando sus características y colores corporativos solo cambia en que antes se encontraba delineado en café y ahora se delineara en su totalidad en negro.

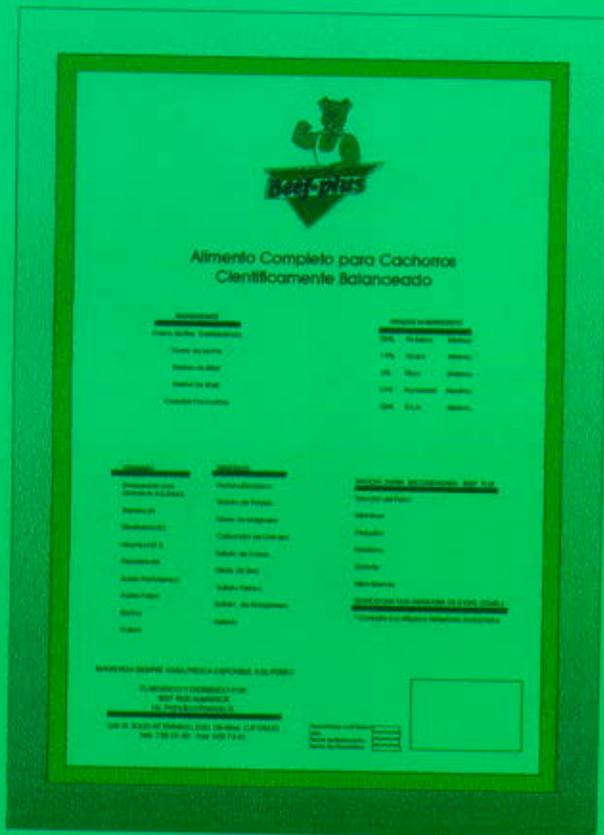
7.5.1.- Justificación



Al finalizar el logotipo se colocaron tres triángulos que dan acentuación a las ideas tipograficas y remarcan la forma principal de la marca en los cuales tambien se efectua el cambio de color dependiendo del producto para apoyar esta idea. Cabe mencionar que cada uno de los elementos que forman el empaque han sido colocados en un orden lógico mediante una red que nos ayuda a proyectar una armonia visual.

Finalizando con los principales elementos del empaque en el extremo inferior izquierdo se diseñaron seis diferentes perros estilizados que dan individualidad a cada producto estos son delineados de forma irregular en negro dando así base al producto e impacto visual; las razas fueron escogidas conforme a los diferentes tipos de productos, quedando de la siguiente manera.

ORIGINAL - STAFFORDSHIRE TERRIER
ALTO RENDIMIENTO - ROTTWEILER
ADULTO - SCHNAUZER
CACHORRO - LABRADOR
DIETA - PASTOR ALEMÁN
LACTANTES - BOXER CON CACHORROS.



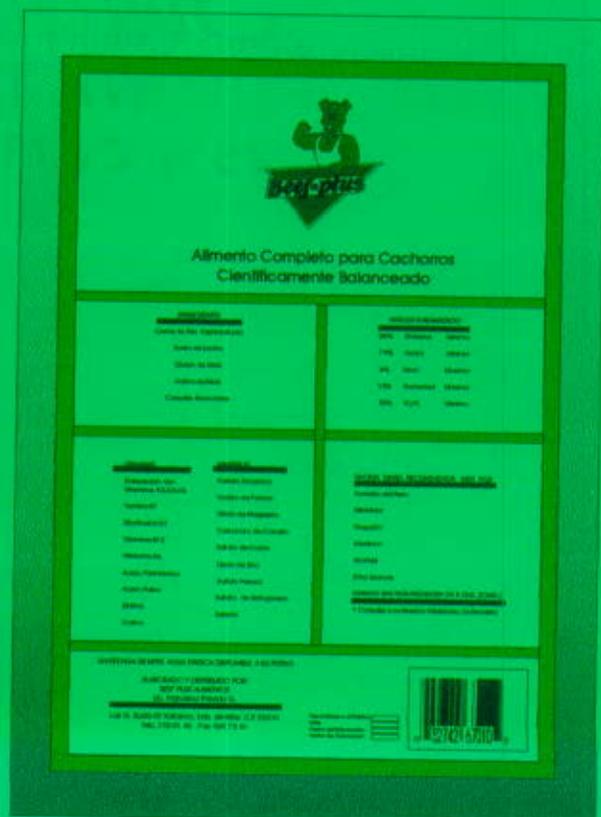
7.6.- Diseño del Panel Posterior del Empaque



7.6.1.- Justificación

El empaque debe de ser diseñado como un conjunto ya que todas sus caras son importantes; es por eso que se continuo con el fondo degradado usando un recuadro para encerrar la información y este es el toque de color que nos ayuda a distinguir los diferentes productos, está dividido en seis secciones la superior cuenta con el logotipo y especifica el tipo de alimento.

Toda la tipografía es negra y varia sus tamaños dependiendo de la importancia del texto. El segundo cuadro contiene los ingredientes del alimento; al lado de este se encuentra el análisis de proteínas, debajo de estos dos cuadros se ubica de el lado izquierdo la lista de las vitaminas y minerales, en el otro la ración recomendada para diversos tamaños de perros; este es el único cuadro en el que la tipografía se encuentra alineada a la izquierda, en los demas se utiliza centrada separando los titulos por medio de una delgada pleca tambien de color negro; por último se encuentra en el extremo inferior del empaque un rectangulo que contiene la razón social de la empresa así como el precio, número de lote, fecha de elaboración y fecha de caducidad; que son las leyendas legales que este debe contener, a su lado se inserta el codigo de barras; todos estos elementos han sido colocados en su posición atravez de una red que justifica los espacios del empaque para poder lograr una armonia visual.





Alimento Completo para Cachorros
Científicamente Balanceado

INGREDIENTES

Carne de Res Deshidratada
Suero de Leche
Gluten de Maíz
Harina de Maíz
Cereales Precocidos

ANÁLISIS GARANTIZADO

28%	Proteína	Mínimo
19%	Grasa	Mínimo
5%	Fibra	Máximo
12%	Humedad	Máximo
28%	E.L.A.	Mínimo

VITAMINAS

Enriquecido con
Vitaminas A, E, D3, K3
Vitamina B1
Riboflavina B2
Vitamina B12
Pridoxina B6
Ácido Pantoténico
Ácido Fólico
Biotina
Colina

MINERALES

Fosfato Dicalcico
Yodato de Potasio
Óxido de Magnesio
Carbonato de Calcio
Sulfato de Cobalto
Óxido de Zinc
Sulfato Ferroso
Sulfato de Manganeso
Selenio

RACION DIARIA RECOMENDADA BEEF PLUS

Tamaño del Peseo
Miniatura
Pequeño
Mediano
Grande
Extra Grande

USANDO UNA PAZA MEDIDORA DE 8 ONZ. (226G.)

* Consulte a su Médico Veterinario Zootecnista

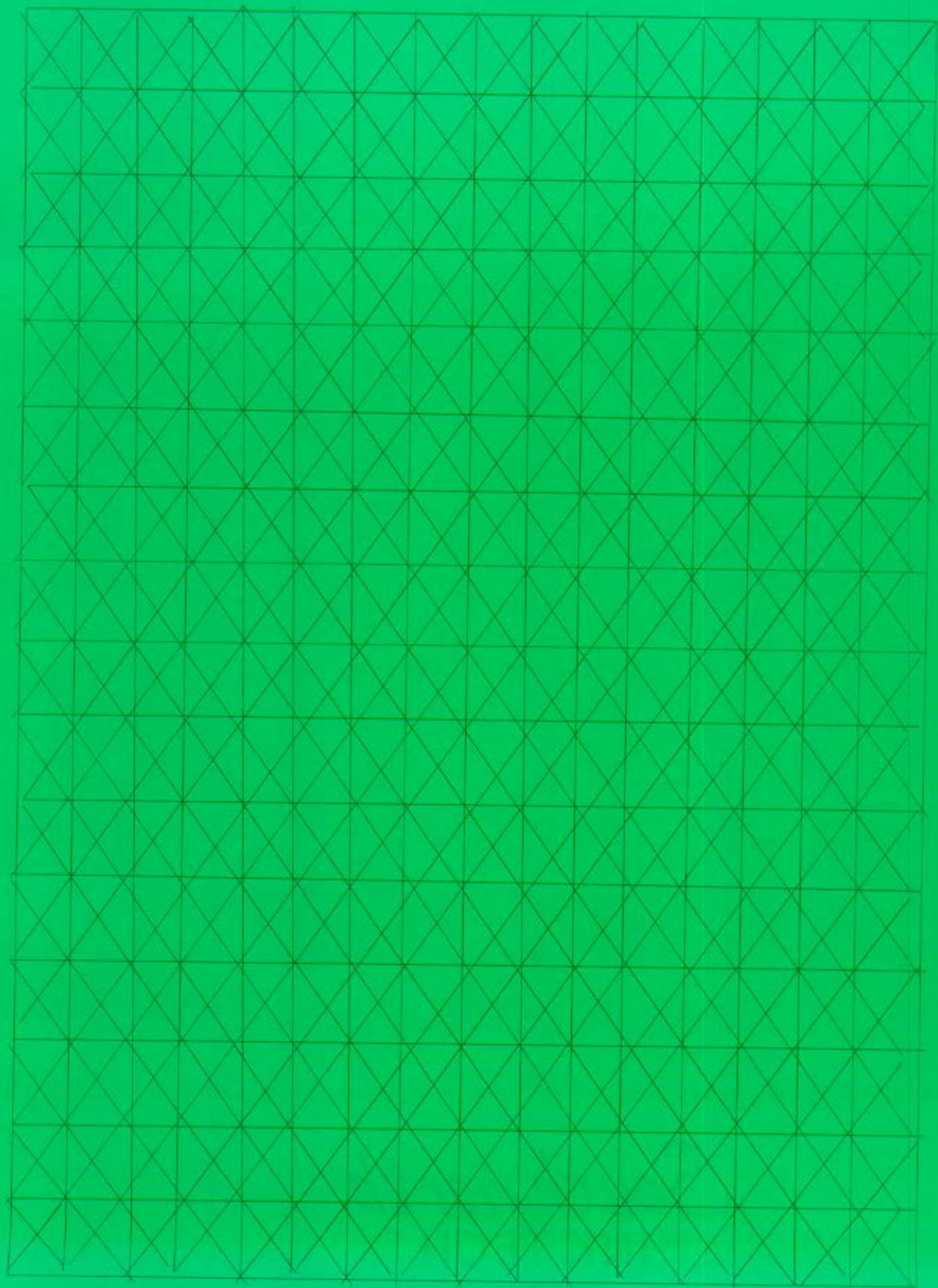
MANTENGA SIEMPRE AGUA FRESCA DISPONIBLE A SU PERRO

ELABORADO Y DISTRIBUIDO POR:
BEEF PLUS ALIMENTOS
Lic. Francisco Posada G.

Luis G. Sada 62 Xalostoc, Edo. de Mex. C.P. 55310
Tels: 755 01 40 Fax: 559 73 61

Peso Neto al Pagar: _____
Lote: _____
Fecha de Elaboración: _____
Fecha de Caducidad: _____







Alimento Completo para Cachorros Científicamente Balanceado

INGREDIENTES

Carne de Res Deshidratada
Sútilo de Leche
Gluten de Malt
Harina de Malt
Cereales Precocidos

ANÁLISIS GARANTIZADO

20%	Proteína	Mínimo
10%	Grasa	Mínimo
5%	Fibra	Máximo
12%	Humedad	Máximo
28%	E.L.N.	Mínimo

VITAMINAS

Enriquecimiento
Vitamina A, E, D3, K3
Vitamina B1
Riboflavina B2
Vitamina B12
Pantotina B6
Ácido Panthoténico
Ácido Fólico
Biotina
Colina

MINERALES

Fosfato Dicalcico
Yodato de Potasio
Óxido de Magnesio
Carbonato de Calcio
Sulfato de Calcio
Óxido de Zinc
Sulfato Ferroso
Sulfato de Manganeso
Selenio

RACION DIARIA RECOMENDADA BEEF PLUS

Tamaño del Peto
Médica
Pequeña
Mediana
Grande
Extra Grande

DEJANDO UNA TAZA MEDICORA DE 8 ONZ. (226G.)

* Consulte a su Médico Veterinario Zootecnista

MANTENGA SIEMPRE AGUA FRESCA DISPONIBLE A SU PERRO

ELABORADO Y DISTRIBUIDO POR:
BEEF PLUS ALIMENTOS
Uc. Francisco Palada G.

LUGO, Sada 62 Xalatlac, Edo. de Méx. C.P. 55310
Tel: 755 01 40 / Fax: 569 73 61

Para Mayor O Publico
Lote:
Fecha de Elaboración
Fecha de Caducidad




Alimento Completo para Cães
Certificadamente Saborizado

INGREDIENTES Alimento Completo para Cães	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Cães	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Cães	




Alimento Completo para Adulto
Certificadamente Saborizado

INGREDIENTES Alimento Completo para Adulto	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Adulto	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Adulto	




Alimento Completo para Alto Rendimento
Certificadamente Saborizado

INGREDIENTES Alimento Completo para Alto Rendimento	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Alto Rendimento	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Alto Rendimento	




Alimento Completo para Lactantes
Certificadamente Saborizado

INGREDIENTES Alimento Completo para Lactantes	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Lactantes	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Lactantes	




Alimento Completo para Original
Certificadamente Saborizado

INGREDIENTES Alimento Completo para Original	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Original	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Original	




Alimento Completo para Dado
Certificadamente Saborizado

INGREDIENTES Alimento Completo para Dado	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Dado	ANÁLISES Mg. Total 1000g Mg. Proteína 100g Mg. Gordura 100g Mg. Fósforo 100g
COMPOSIÇÃO Alimento Completo para Dado	







7.7.- Diseño de las tarjetas explicativas



7.7.1.- Justificación

Estas son un punto muy importante para el lanzamiento de la gama de nutrición es por eso que deben ser atractivas, manejables y así poder compararlas. Para lograr esto fué que se penso en un suaje que fuera atractivo y manejable lograndolo atravez de suajar solamente al perro, dejando el triangulo de la marca con un rectangulo en el que se contiene la información de los diferentes alimentos manejando la tipografía en negro; el triangulo por única vez se propuso que cambiara sus colores al igual que un margen alrededor de la tarjeta para sobresalir más y poder ser diferenciadas con facilidad; al igual que el empaque cada elemento esta de acuerdo a una red en este caso del tamaño real de la tarjeta que es de 18 x 6.5 cm.





Beef*plus

Cachorro

Beef * Plus Cachorro
Reg. S. A. G. A. R. A-7235-004
Por su actividad y crecimiento, los cachorros necesitan cantidad de proteína y grasa, siempre en las dosis adecuadas.

PROTEINA	29% mínimo
GRASA	20% mínimo
FIBRA	5% máximo
HUMEDAD	12% mínimo
E. L. N.	30% mínimo

RACION DIARIA DE ALIMENTO
BEEF * PLUS
PARA PERROS CLINICAMENTE SANOS

Beef * Plus, por ser elaborado con productos 100% naturales, es importante tomar en cuenta esta tabla de raciones alimenticias, ya que tendrá que emplear menos cantidades de Beef * Plus, que otros alimentos. Las cantidades mínimas - máximas, dependerán de la capacidad del perro en el estándar de raza. La medida es de 8 onzas o grs.



Beef*plus

Dieta

Beef * Plus Dieta
Reg. S. A. G. A. R. A-7235-005
Para perros con problemas de digestión o con problemas de salud, Beef * Plus incluye los nutrientes necesarios para su salud.

PROTEINA	20% mínimo
GRASA	20% mínimo
FIBRA	5% máximo
HUMEDAD	12% mínimo
E. L. N.	30% mínimo

RACION DIARIA DE ALIMENTO
BEEF * PLUS
PARA PERROS CLINICAMENTE SANOS

Beef * Plus, por ser elaborado con productos 100% naturales, es importante tomar en cuenta esta tabla de raciones alimenticias, ya que tendrá que emplear menos cantidades de Beef * Plus, que otros alimentos. Las cantidades mínimas - máximas, dependerán de la capacidad del perro en el estándar de raza. La medida es de 8 onzas o grs.



Beef*plus

Adulto

Beef * Plus Adulto
Reg. S. A. G. A. R. A-7235-003
Este tipo de alimento es el más adecuado para el perro adulto.

PROTEINA	20% mínimo
GRASA	20% mínimo
FIBRA	5% máximo
HUMEDAD	12% mínimo
E. L. N.	30% mínimo

RACION DIARIA DE ALIMENTO
BEEF * PLUS
PARA PERROS CLINICAMENTE SANOS

Beef * Plus, por ser elaborado con productos 100% naturales, es importante tomar en cuenta esta tabla de raciones alimenticias, ya que tendrá que emplear menos cantidades de Beef * Plus, que otros alimentos. Las cantidades mínimas - máximas, dependerán de la capacidad del perro en el estándar de raza. La medida es de 8 onzas o grs.



Beef*plus

Lactantes

Beef * Plus Lactante
 Reg. S. A. G. A. R. A-7235-006
 Especial para que las futuras madres, en su última etapa de gestación y durante la lactancia, encuentren todos los nutrientes necesarios a su demanda metabólica.

PROTEINA	29% mínimo
GRASA	20% mínimo
FIBRA	5% máximo
HUMEDAD	12% mínimo
E. L. N.	30% mínimo

RACION DIARIA DE ALIMENTO
BEEF * PLUS
 PARA PERROS CLINICAMENTE SANOS

Beef * Plus, por ser elaborado con productos 100% naturales, es importante tomar en cuenta esta tabla de raciones alimenticias, ya que tendrá que emplear menos cantidades de Beef * Plus, que otros alimentos. Las cantidades mínimas - máximas, dependerán de la capacidad del peso en el estándar de raza. La medida es de 8 onzas o grs.



Beef*plus

Original

Beef * Plus Original
 Reg. S. A. G. A. R. A-7235-001
 Es el mejor alimento de todo mundo producido, con el mayor contenido de Beef * Plus que los otros que se pueda obtener.

PROTEINA	29% mínimo
GRASA	20% mínimo
FIBRA	5% máximo
HUMEDAD	12% mínimo
E. L. N.	30% mínimo

RACION DIARIA DE ALIMENTO
BEEF * PLUS
 PARA PERROS CLINICAMENTE SANOS

Beef * Plus, por ser elaborado con productos 100% naturales, es importante tomar en cuenta esta tabla de raciones alimenticias, ya que tendrá que emplear menos cantidades de Beef * Plus, que otros alimentos. Las cantidades mínimas - máximas, dependerán de la capacidad del peso en el estándar de raza. La medida es de 8 onzas o grs.



Beef*plus

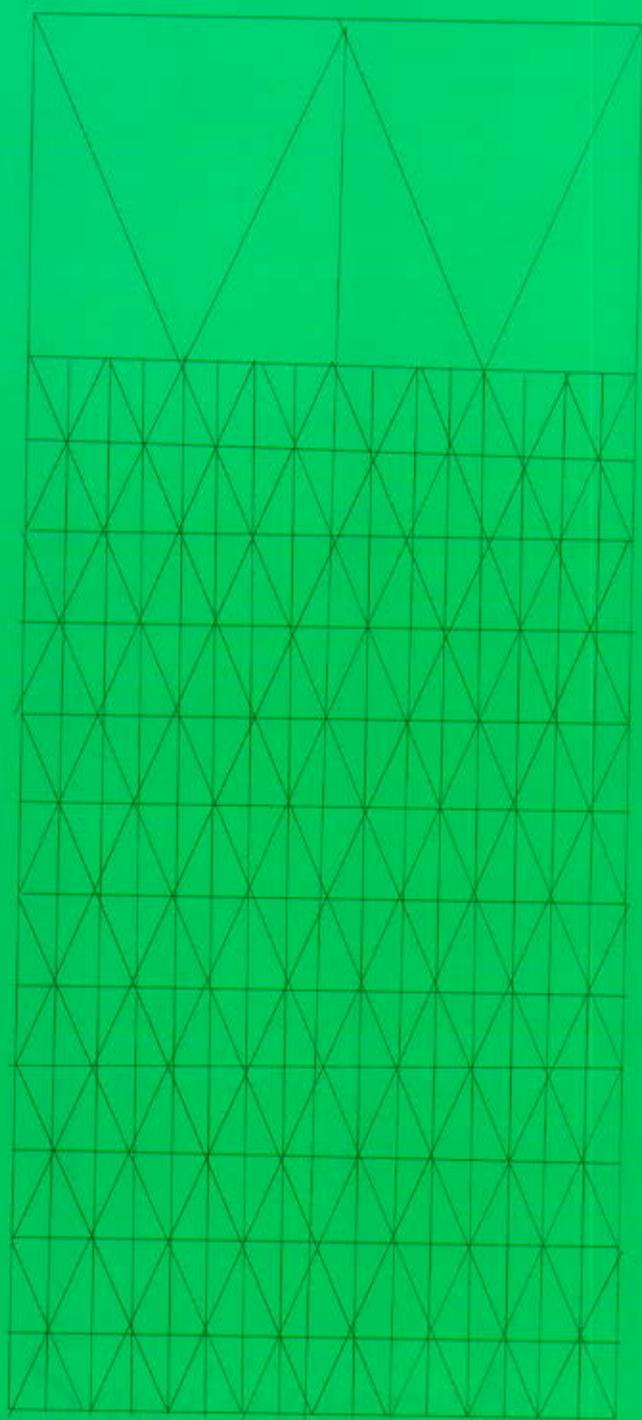
Alto Rendimiento

Beef * Plus Alto Rendimiento
 Reg. S. A. G. A. R. A-7235-003
 Contiene el mayor porcentaje de carne que otros que se pueda obtener.

PROTEINA	29% mínimo
GRASA	20% mínimo
FIBRA	5% máximo
HUMEDAD	12% mínimo
E. L. N.	30% mínimo

RACION DIARIA DE ALIMENTO
BEEF * PLUS
 PARA PERROS CLINICAMENTE SANOS

Beef * Plus, por ser elaborado con productos 100% naturales, es importante tomar en cuenta esta tabla de raciones alimenticias, ya que tendrá que emplear menos cantidades de Beef * Plus, que otros alimentos. Las cantidades mínimas - máximas, dependerán de la capacidad del peso en el estándar de raza. La medida es de 8 onzas o grs.





Beef*plus

Cachorro

Beef*Plus Cachorro
Reg. S. A. G. A. R. A-7235-004
Por su actividad y crecimiento, los cachorros
necesitan cantidad de proteína y grasa,
siempre en las dosis adecuadas.

PROTEINA	22% mínimo
GRASA	20% mínimo
FIBRA	5% máximo
HUMEDAD	12% mínimo
E. L. N.	30% mínimo

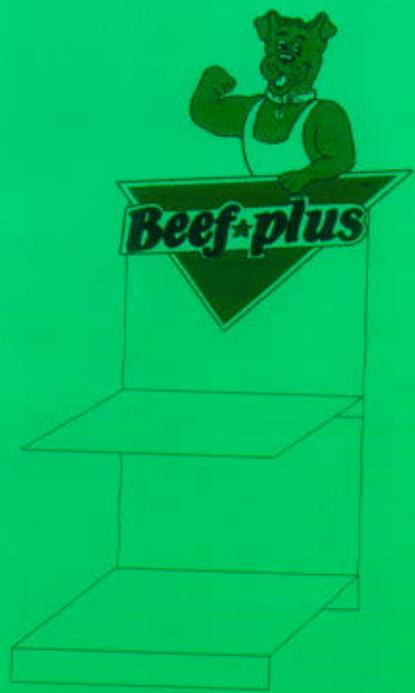
RACION DIARIA DE ALIMENTO
BEEF*PLUS
PARA PERROS CLINICAMENTE SANOS

Beef*Plus, por ser elaborado con productos 100% naturales, es importante tomar en cuenta este tabla de raciones alimenticias, ya que tendré que emplear mejores cantidades de Beef*Plus, que otros alimentos. Las cantidades mínimas - máximas, dependen de la capacidad del perro en el estándar de raza. La medida es de 8 onzas o grs.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Escaparate

7.8.- Diseño del Display (Punto de Venta)



7.8.- Diseño del Display (Punto de Venta)



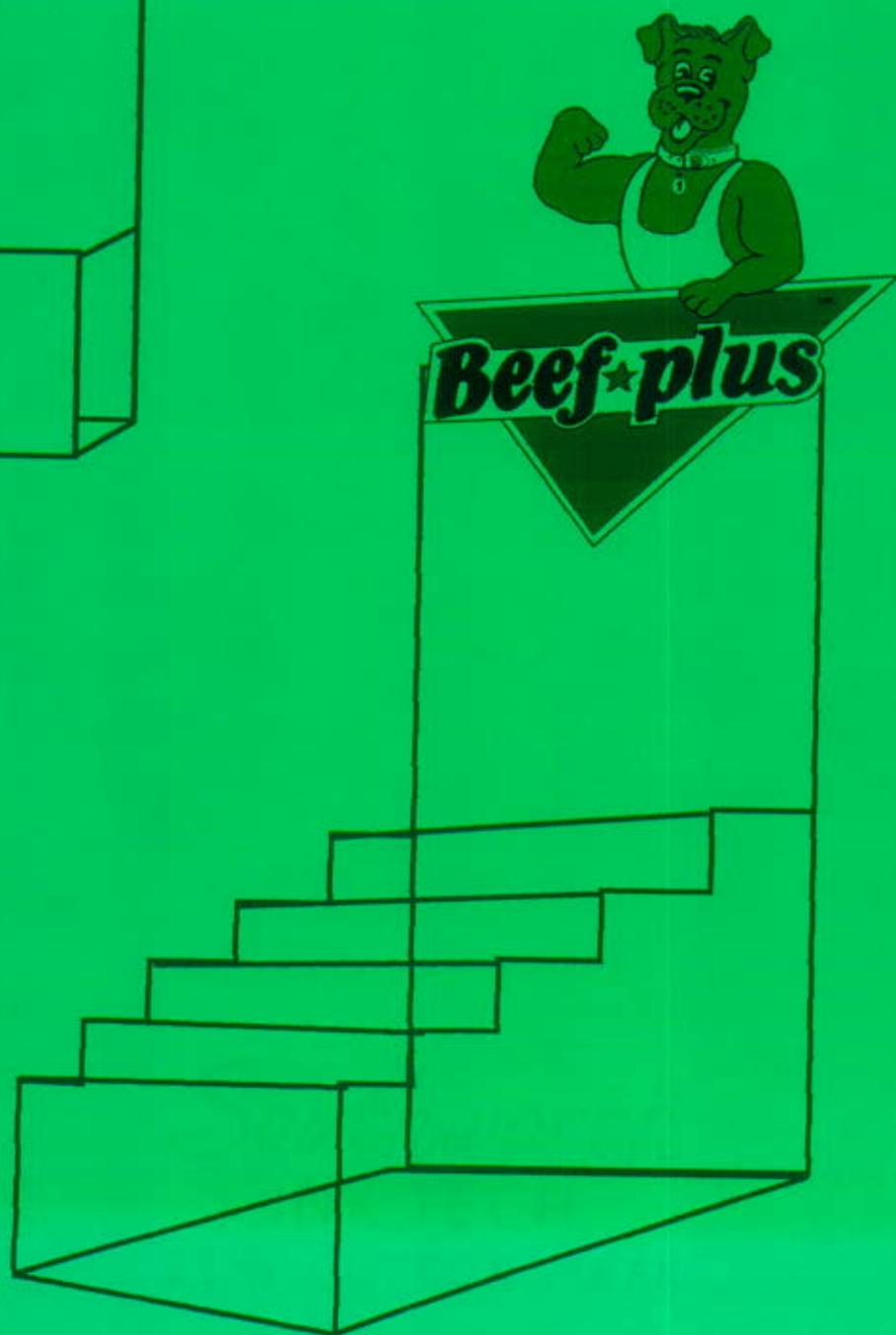
7.8.1.- Justificación

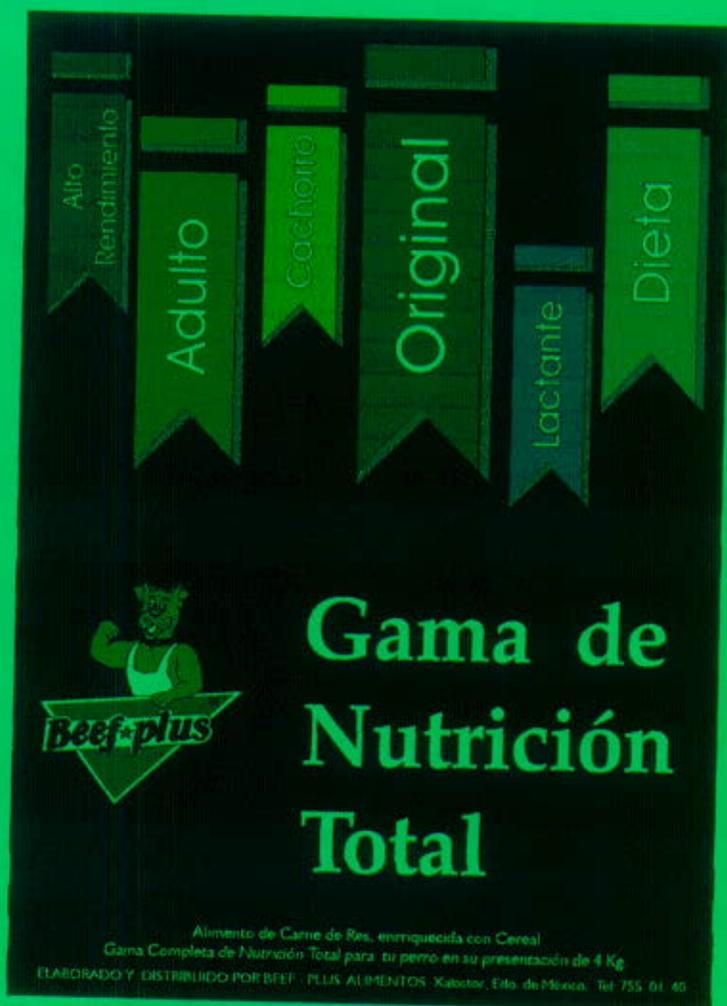
Al ser este el escaparate que da la imagen para vender los productos tiene que ser funcional, atractivo y económico fue por eso que considerando que en este caso la fabrica aún no es muy grande se penso que otorgaria los puntos de venta solo a sus principales clientes por lo que se elaboraran como máximo en un principio diez displays, pensando hacerlos en madera con una medida de 1.60 m. de alto por 1.00 m. de ancho.





Este es el contenedor de las tarjetas explicativas el cual fué diseñado para estar sobre un mostrador o sobre el mismo punto de venta de Beef Plus siendo muy vistoso al estar en escalera ya que así ayuda a que los clientes tomen más fácil la tarjeta de su interes y puedan observar que existen seis opciones.





7.9.- Diseño del Cartel

El cartel es un medio importante para publicitar algún producto, un evento, o una campaña social, entre otros; es por eso que se escogió como medio que brinde apoyo en el lanzamiento de este proyecto.

Utilizando la misma pleca de los empaques, en sus seis diferentes versiones colocadas a diferentes alturas y en diversos tamaños es como se pretende lograr fijar la marca en el mercado repitiendo siempre los mismos elementos en las diferentes aplicaciones; en este caso se usa un fondo negro para lograr llamar la atención y atraer la mirada por medio del contraste de los diferentes colores, debajo de la serie de plecas se ubica el logotipo que al igual que en el empaque se encuentra del lado izquierdo acompañado de la leyenda "Gama de Nutrición Total", utilizandose toda la tipografía en blanco; este cartel no tiene mayor pretensión que atraer al público e informar solamente las diferentes opciones de alimento, es por eso que carece de grandes bloques de texto. Su medida real es de 50 x 65cm.



Alto Rendimiento
Original Lactantes
Dieta Adulto Cachorro



Nutrición
Total



Gama de Nutrición
T O T A L



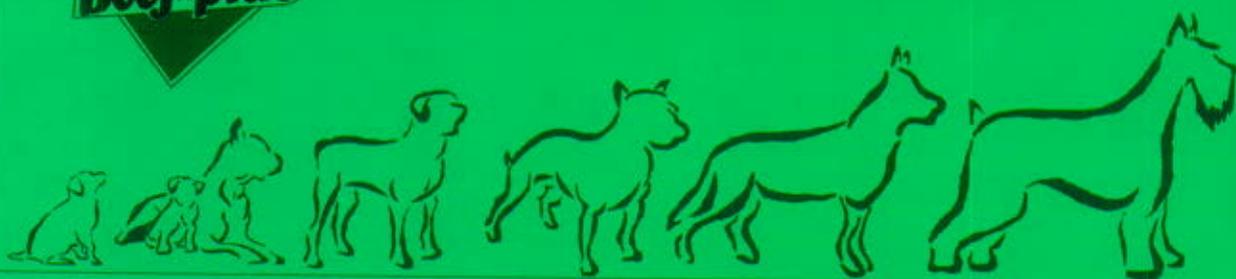


Presenta :
Nueva Gama de Nutrición Total



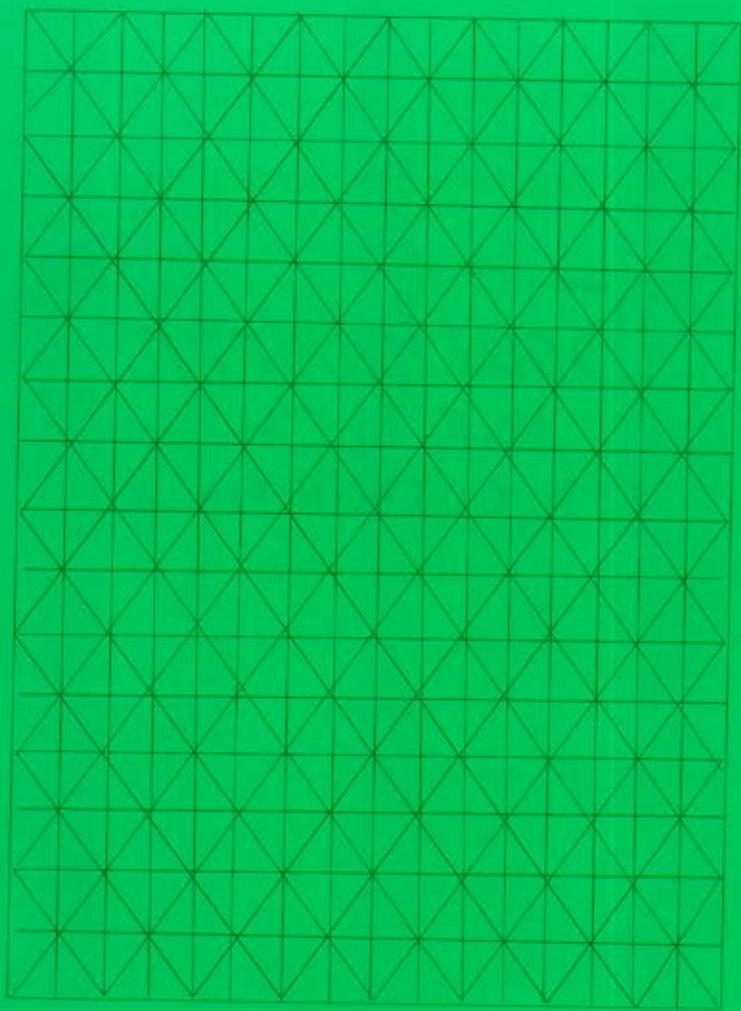
EVOLUCION

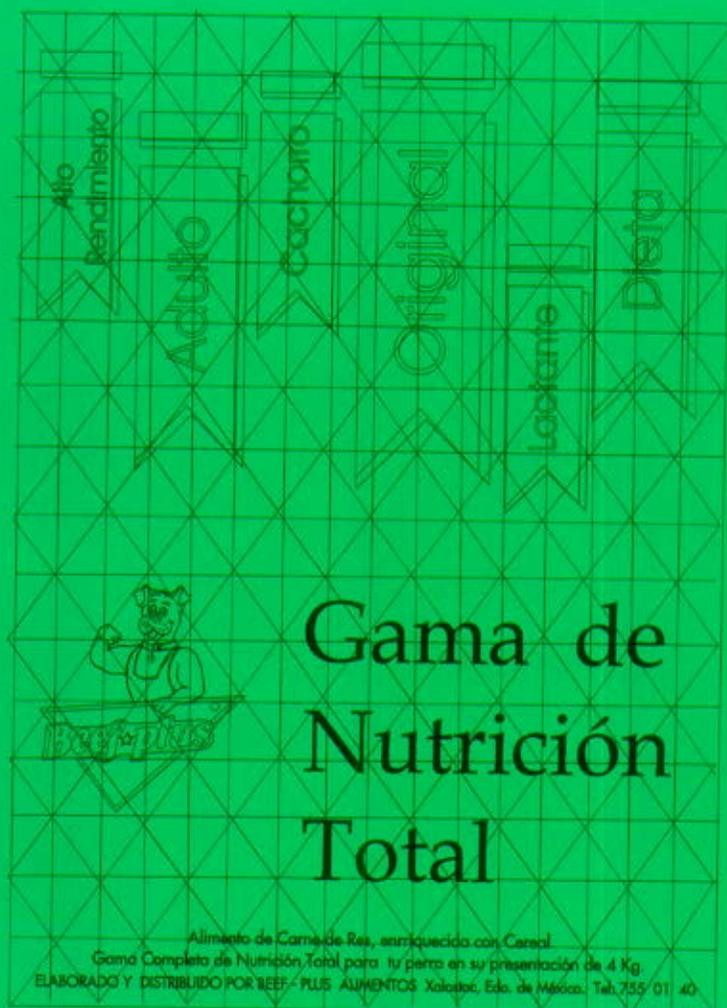
Gama de Nutrición Total



Gama de Nutrición Total







Alto Rendimiento

Adulto

Cachorro

Original

Lactante

Dieta



Gama de Nutrición Total

Alimento de Carne de Res, enriquecido con Cereales.
Gama Completa de Nutrición Total para tu perro en su presentación de 4 Kg.
ELABORADO Y DISTRIBUIDO POR REEF+PLUS ALIMENTOS, Xalapa, Edo. de México, Tel. 755/01 40.

CUESTIONARIO:

- 1.-¿Existe congruencia entre la imagen transmitida y el producto?
- 2.-¿La imagen Beef Plus es clara y fuerte?
- 3.-¿La imagen de Beef Plus refleja un producto de calidad?
- 4.-¿El empaque tiene impacto visual?
- 5.-¿Te gusta la imagen del empaque?
- 6.-¿Identificas con facilidad los diferentes productos que pertenecen a Beef Plus?
- 7.-¿Por su imagen los reconoces como una línea de productos que pertenecen a una misma marca?
- 8.-¿Te gustan los colores que maneja la marca Beef Plus?
- 9.-¿ Consideras mejor la imagen actual ?

Este cuestionario se aplicó mostrando la imagen de los seis nuevos productos y la anterior, en diferentes supermercados y tiendas de mascotas al público asistente que afirmó tener perro; a 50 usuarios de diferentes edades, predominando los jóvenes; por las respuestas recaudadas se podría afirmar que este proyecto gráfico cumplió su principal misión; mejorando la imagen global de Beef Plus reforzándola como marca, que ahora cuenta con una gama de productos fácilmente identificables, que ahora causan una impresión más agradable en el receptor, pudiendo así lograr la comunicación para que se confirme la calidad y servicio que ofrece esta marca.

De esta manera es como el Diseño Gráfico sirve como vínculo para obtener grandes beneficios para el cliente, aunando prestigio e imagen al producto que se reflejara en la aceptación ante el consumidor.

8.- Conclusiones



Decimos que Beef Plus mejoró su imagen global ya que no se puede olvidar que con el lanzamiento de este proyecto ahora introduce también material para promover sus nuevos productos, así como los puntos de venta que reforzaron la imagen dando una mejor presencia en los establecimientos. Lográndose de esta manera un buen posicionamiento en el mercado.

Por lo que se obtendrán buenos resultados y esto dará la posibilidad de poder crear nuevos proyectos, como es la idea de lanzar accesorios para mascotas con la marca de Beef Plus así como la elaboración de alimento enlatado y una línea completa para gatos.

9.- Bibliografía



Alan Swann
" El Color en el Diseño Gráfico "
Manuales de Diseño
Ediciones G. Gili, S.A de C.V.
España, 1992.

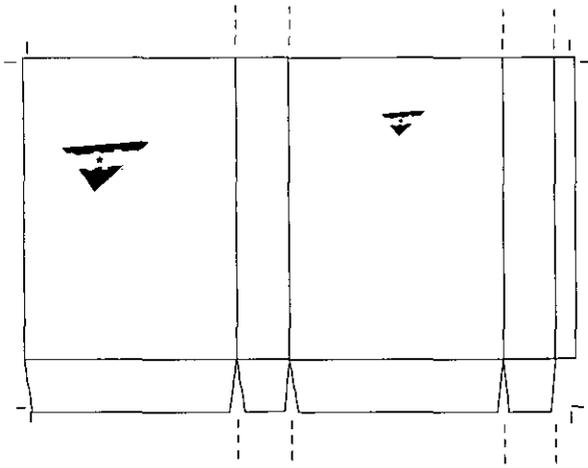
Alan Swann
" Bases del Diseño Gráfico "
Manuales de Diseño
Ediciones G. Gili, S.A de C.V.
España, 1990.

Marian March
" Tipografía Creativa "
Ediciones G. Gili, S.A. de C.V.
España, 1989.

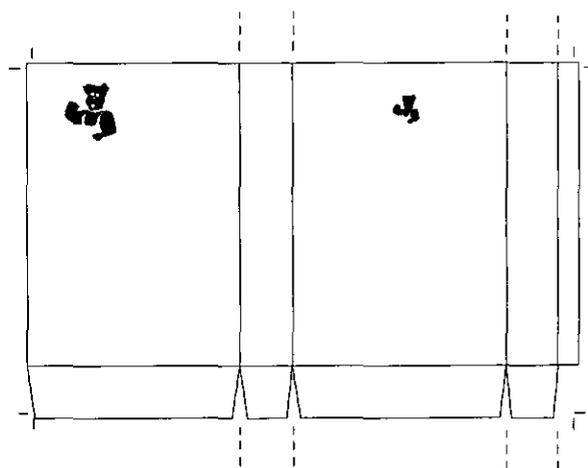
REVISTA
" La papelería de Hoy Internacional "
La aplicación de la NOM 50
Mayo/ Junio de 1997
numero 35, pagina 18 - 19.

10.- Originales Mecánicos

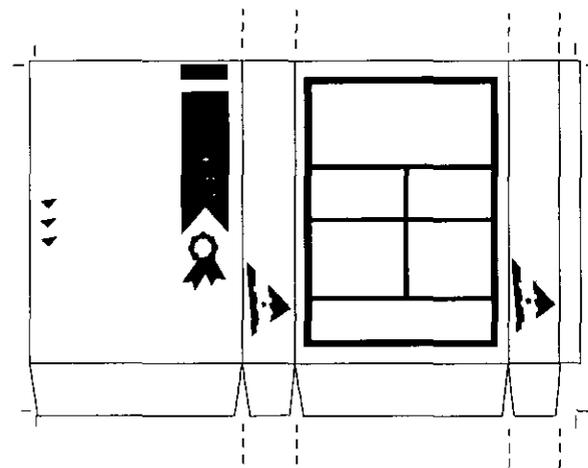




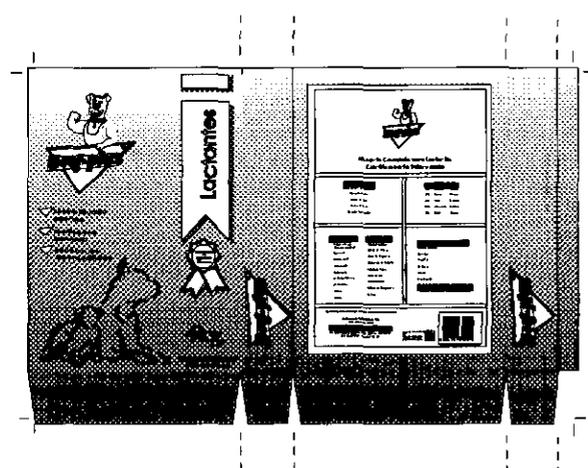
Camisa de Color
Rojo Anaranjado #1795 CV Pantone



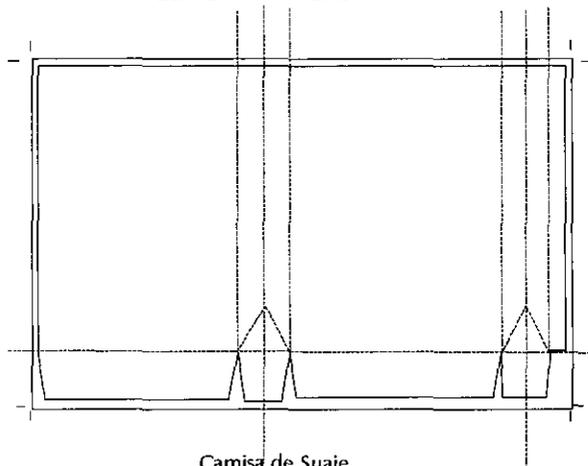
Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



Camisa del Color
Azul #2748 CV Pantone

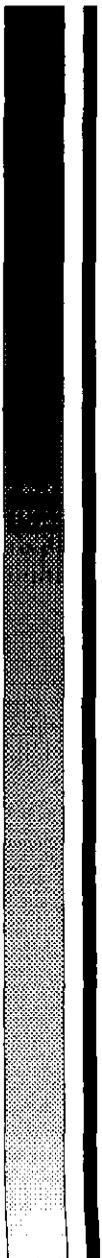


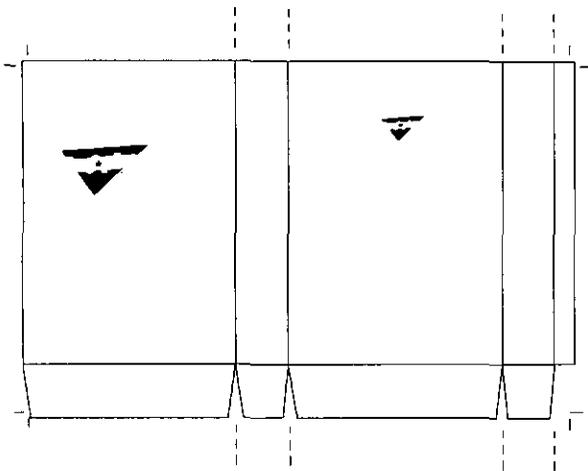
Camisa de Color
Negro



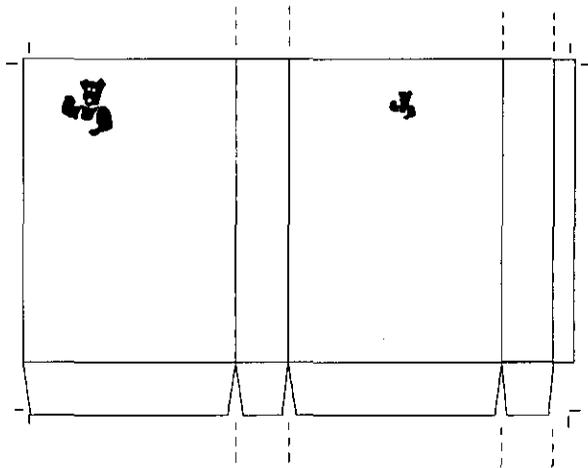
Camisa de Suaje

Original Mécánico Escala 1:100
del Empaque Beef - Plus Lactantes

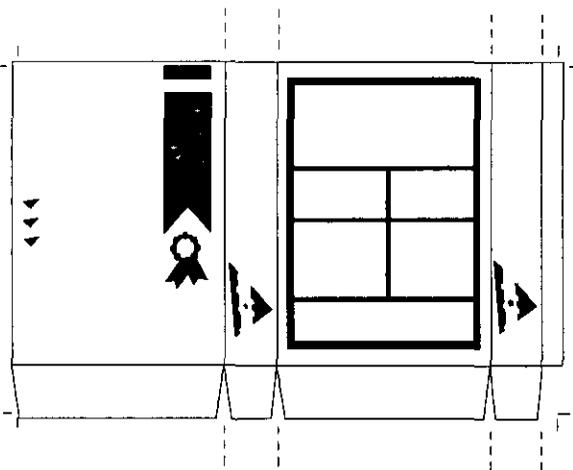




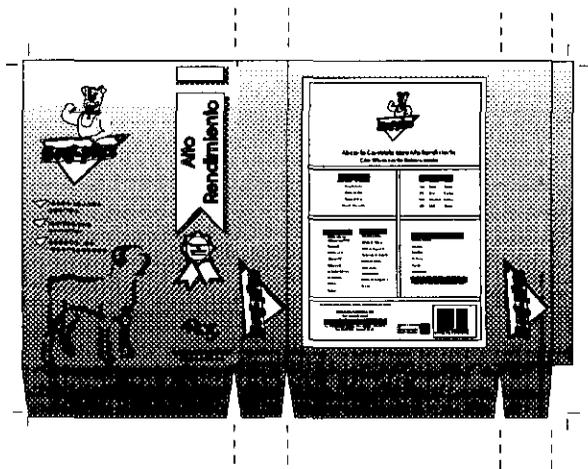
Camisa de Color
Rojo Anaranjado #1795 CV Pantone



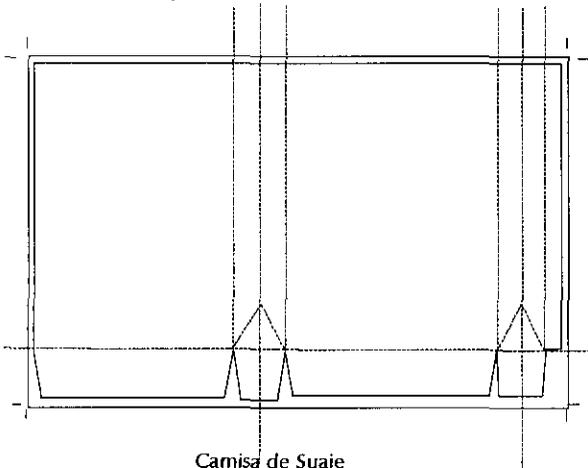
Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



Camisa del Color
Rojo #032 CV Pantone



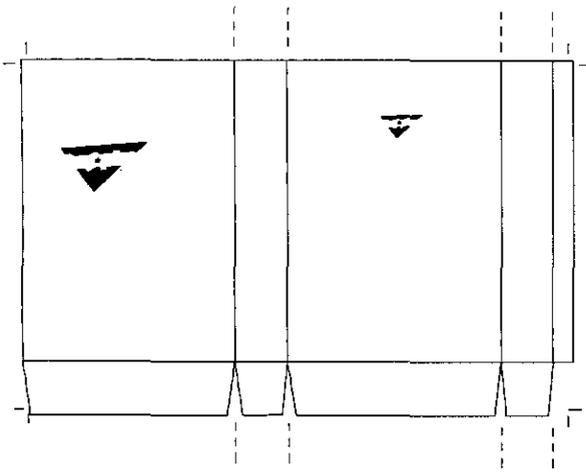
Camisa de Color
Negro



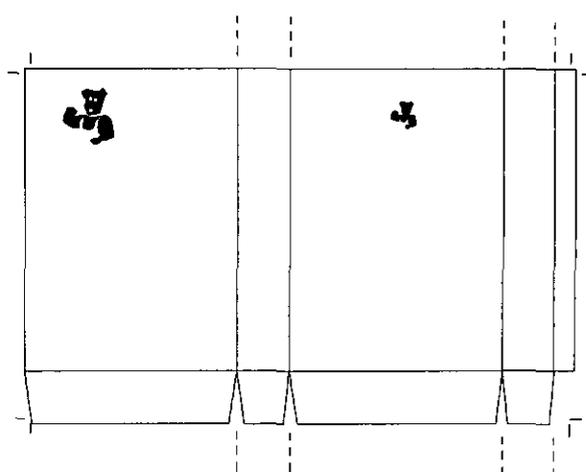
Camisa de Suaje

Original Mécánico Escala 1:100
del Empaque Beef - Plus
Alto Rendimiento

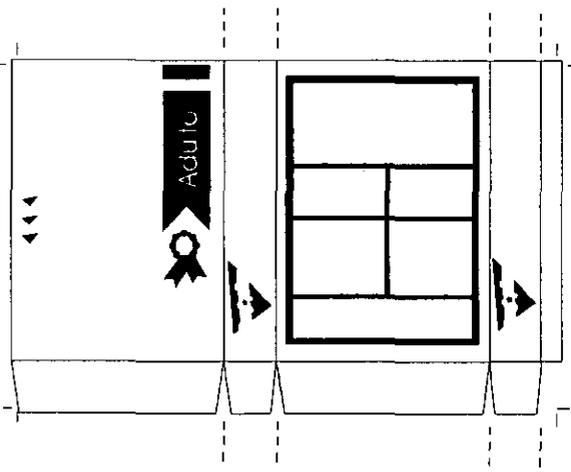




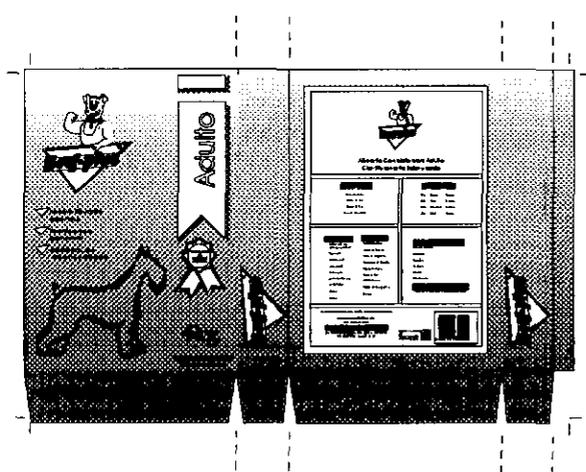
Camisa de Color
Rojo Anaranjado #1795 CV Pantone



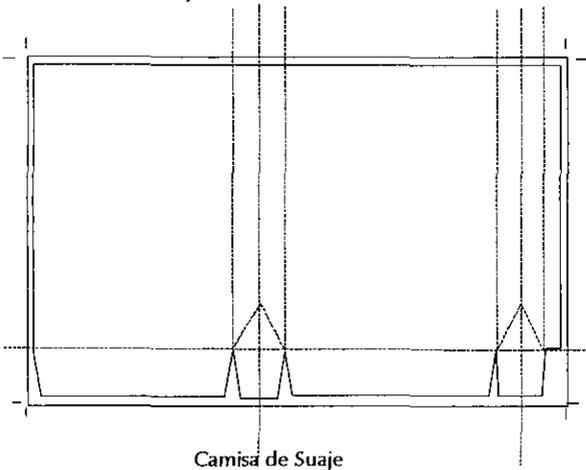
Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



Camisa del Color
Naranja #165 CV Pantone



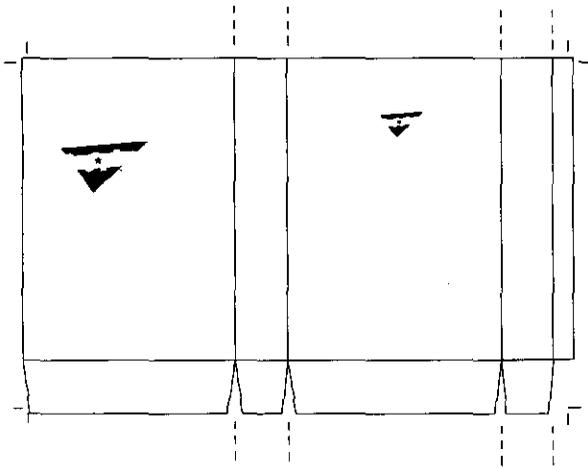
Camisa de Color
Negro



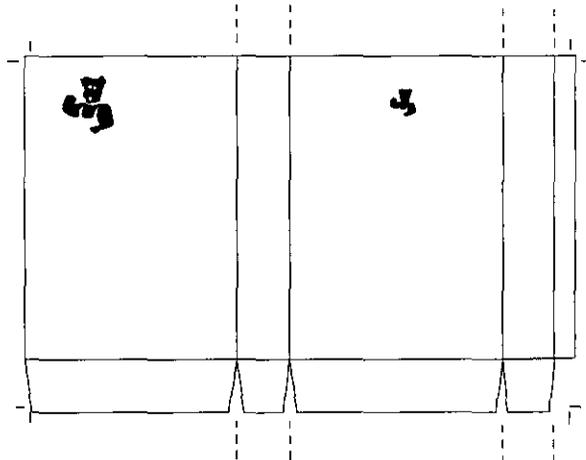
Camisa de Suaje

Original Mécánico Escala 1:100
del Empaque Beef - Plus Adulto

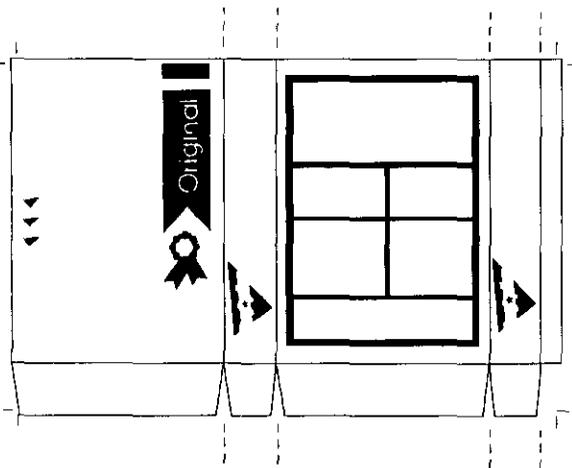




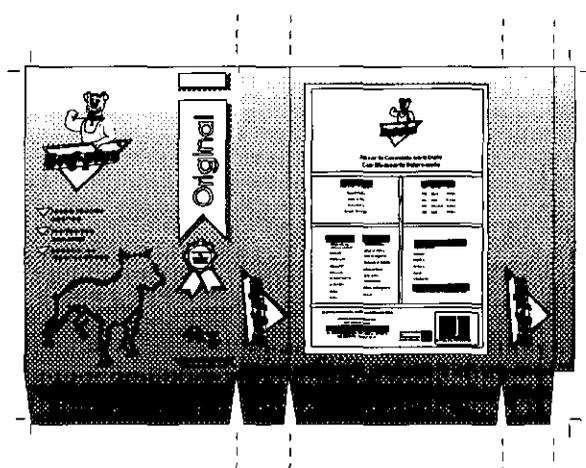
Camisa de Color
Rojo Anaranjado #1795 CV Pantone



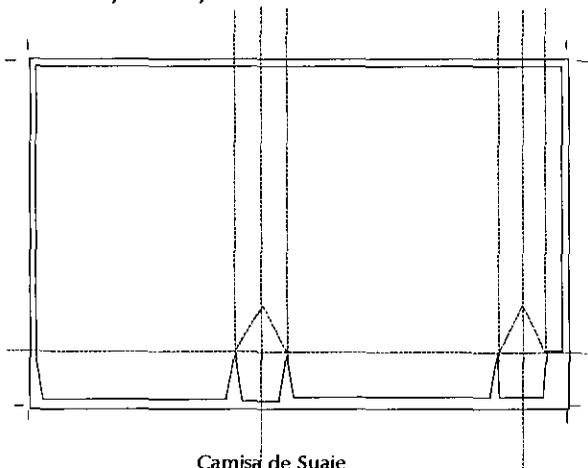
Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



Camisa del Color
Rojo Anaranjado #1795 CV Pantone



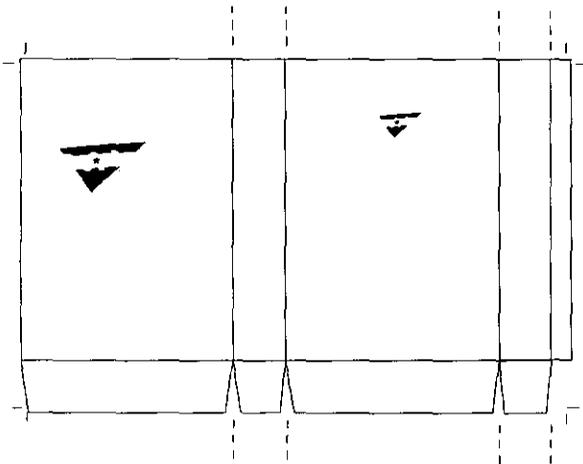
Camisa de Color
Negro



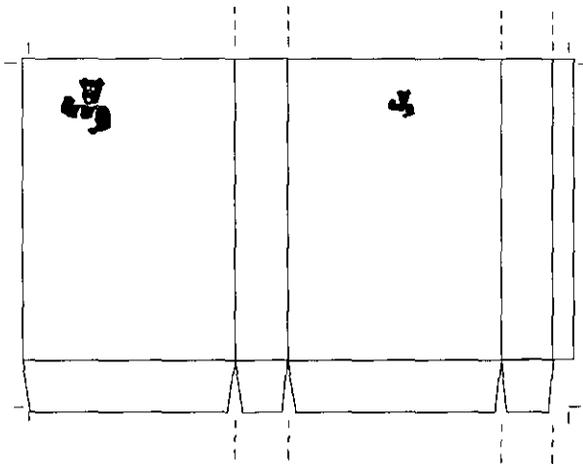
Camisa de Suaje

Original Mécánico Escala 1:100
del Empaque Beef - Plus Original

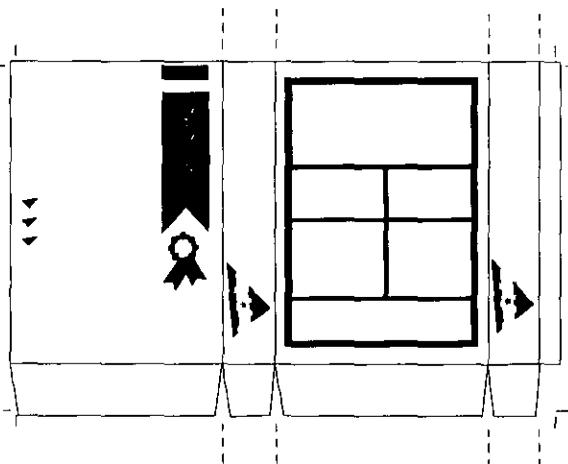




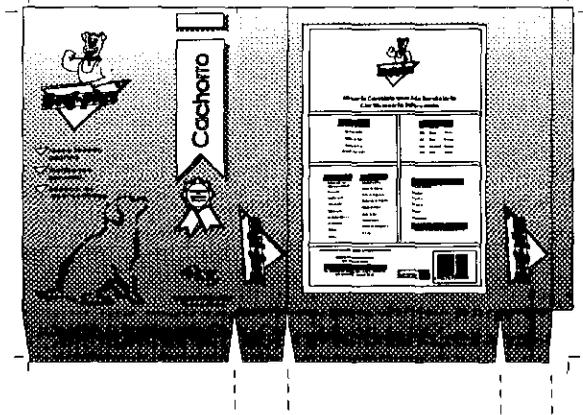
Camisa de Color
Rojo Anaranjado #1795 CV Pantone



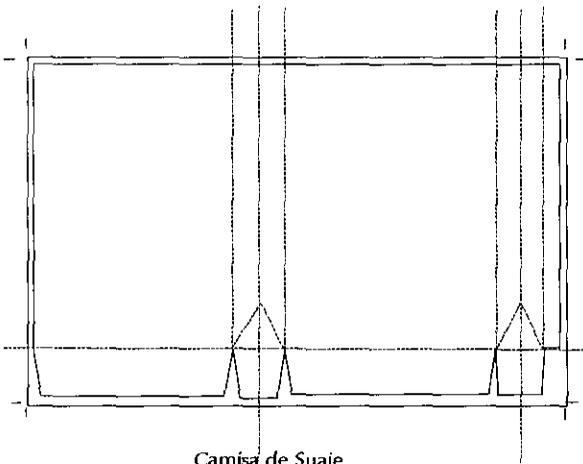
Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



Camisa del Color
Amarillo #130 CV Pantone



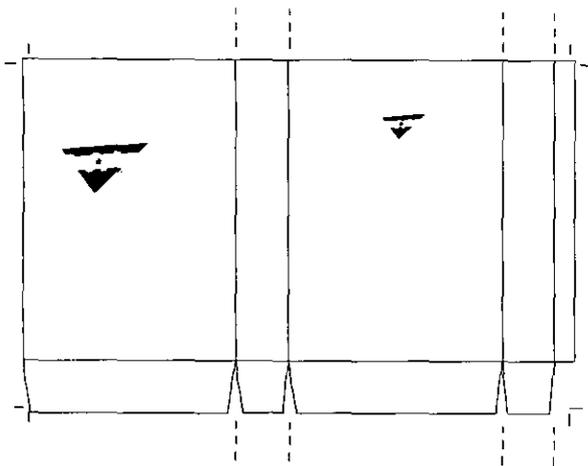
Camisa de Color
Negro



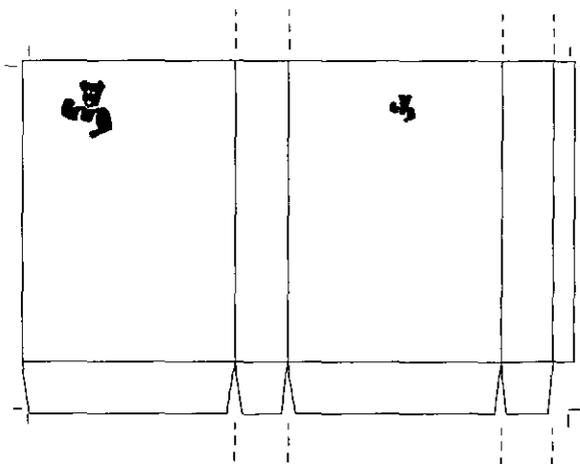
Camisa de Suaje

Original Mécánico Escala 1:100
del Empaque Beef - Plus Cachorro

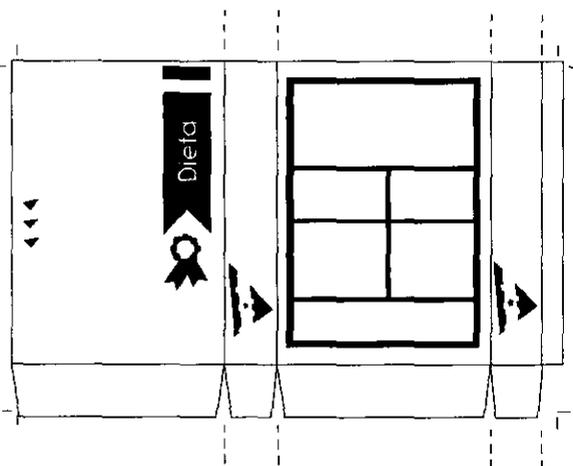




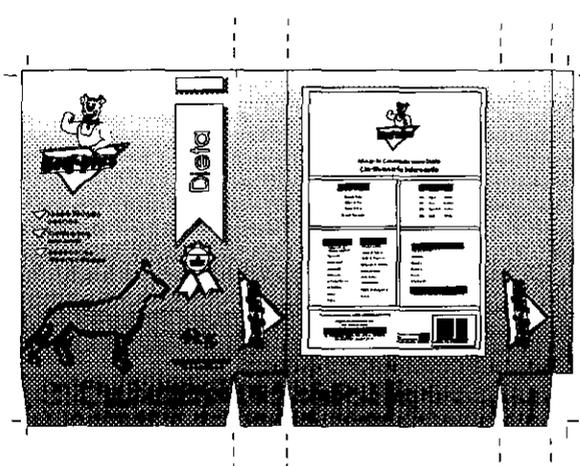
Camisa de Color
Rojo Anaranjado #1795 CV Pantone



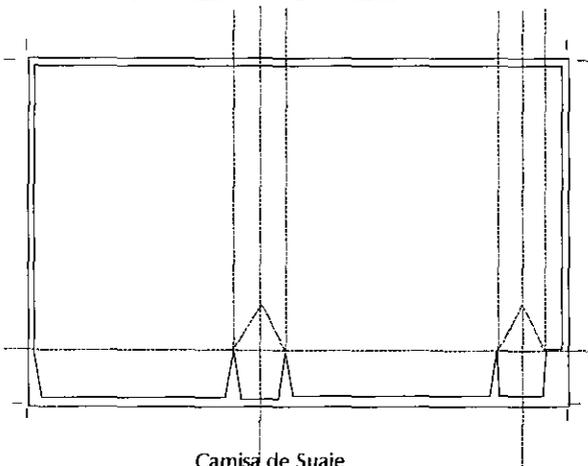
Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



Camisa del Color
Verde Acua #314 CV Pantone

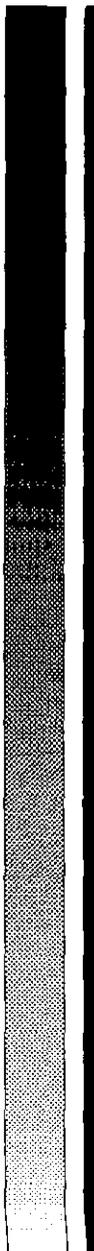


Camisa de Color
Negro

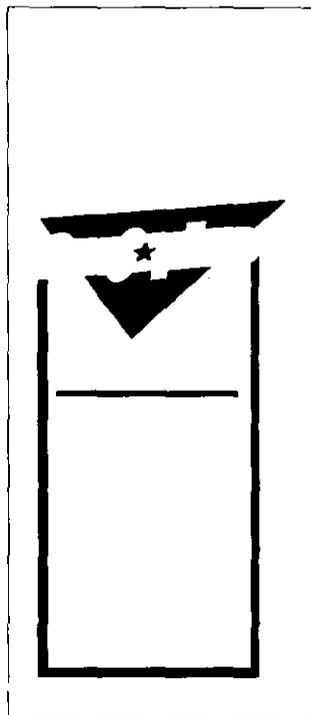


Camisa de Suaje

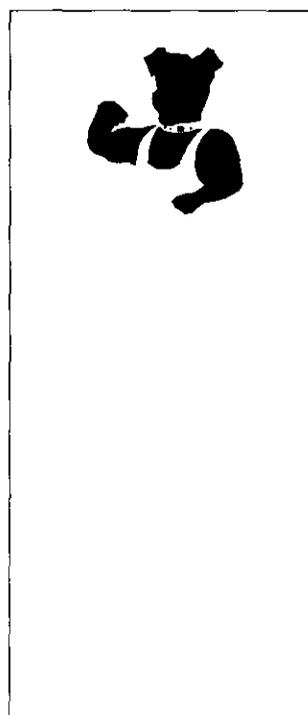
Original Mécánico Escala 1:100
del Empaque Beef - Plus Dieta



Original Mécánico reducido al 50%
de la Tarjeta Explicativa Beef -Plus Lactantes



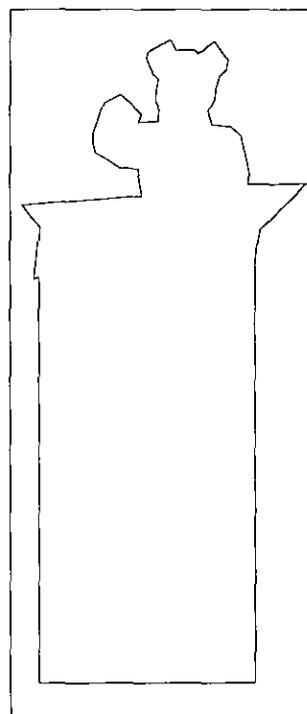
Camisa del Color
Azul #2748 CV Pantone



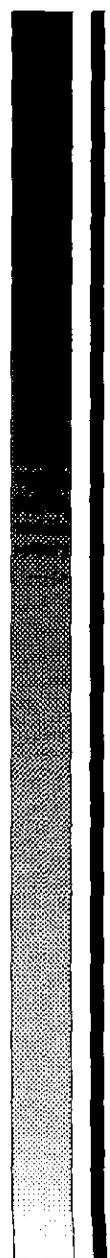
Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



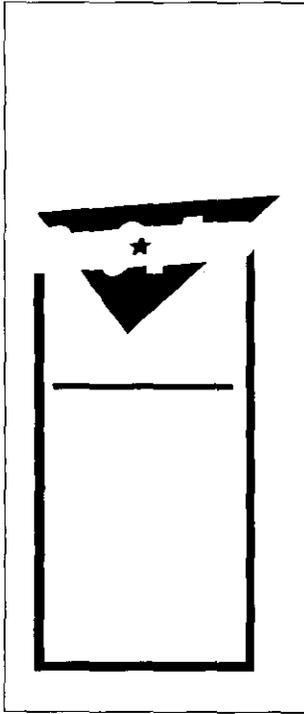
Camisa de Color
Negro.



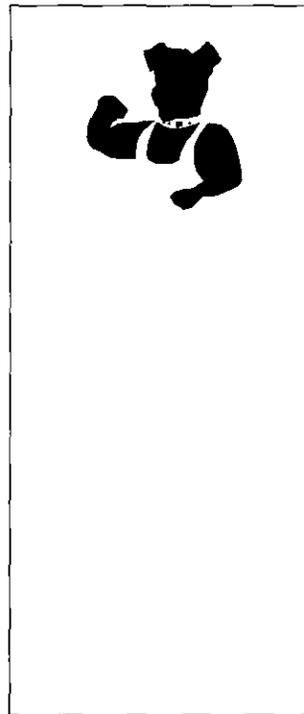
Camisa de Suaje



Original Mécánico reducido al 50%
de la Tarjeta Explicativa Beef-Plus Alto Rendimiento



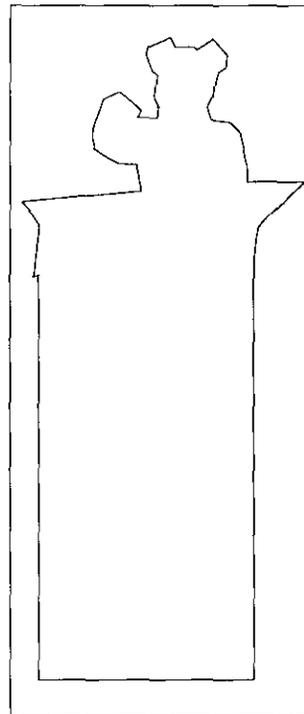
Camisa del Color
Rojo #032 CV Pantone



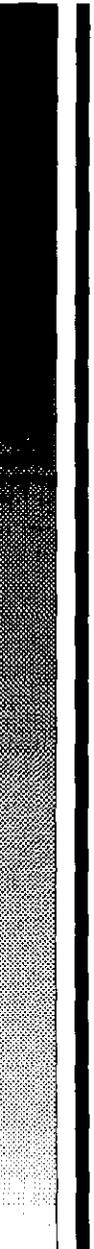
Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



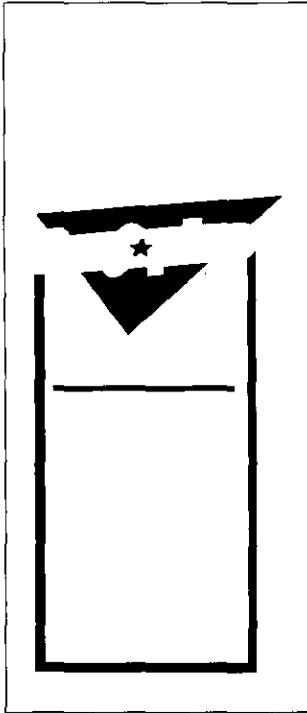
Camisa de Color
Negro.



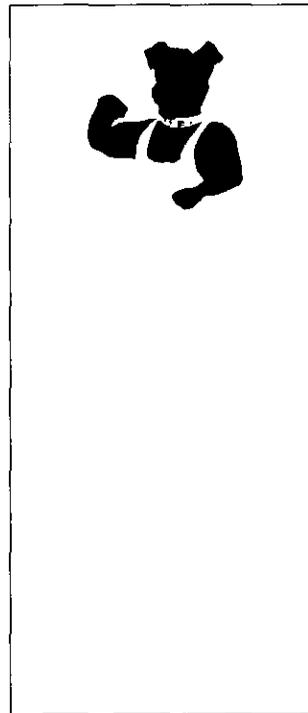
Camisa de Suaje



Original Mécanico reducido al 50%
de la Tarjeta Explicativa Beef -Plus Adulto



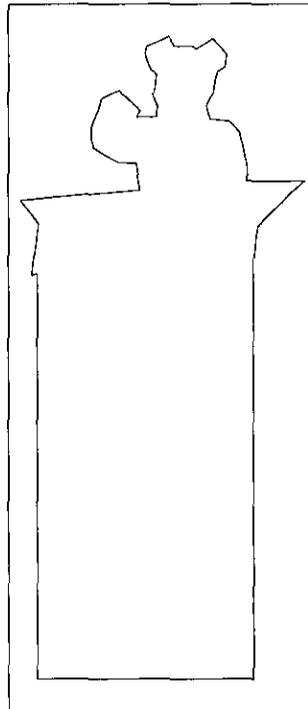
Camisa del Color
Naranja #165 CV Pantone



Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



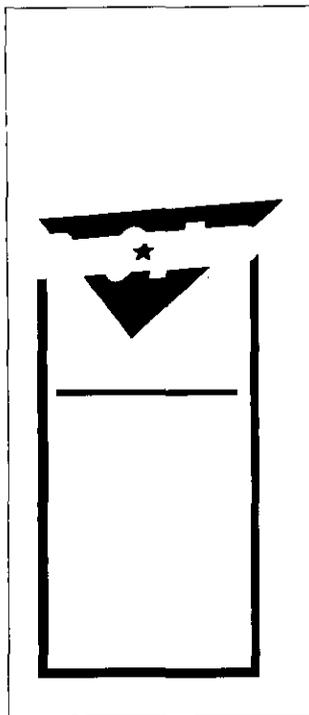
Camisa de Color
Negro.



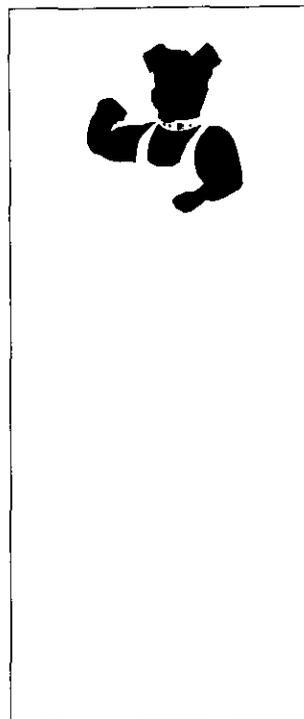
Camisa de Suaje



Original Mécánico reducido al 50%
de la Tarjeta Explicativa Beef -Plus Cachorro



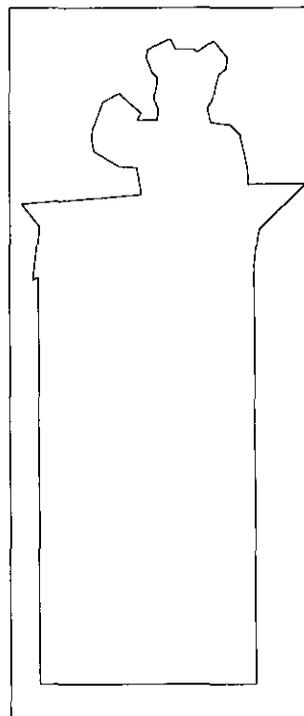
Camisa del Color
Amarillo #130 CV Pantone



Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



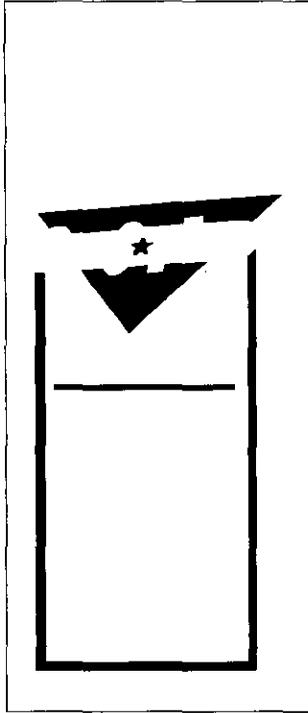
Camisa de Color
Negro.



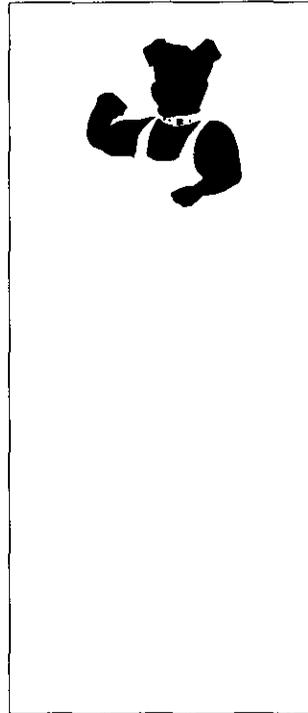
Camisa de Suaje



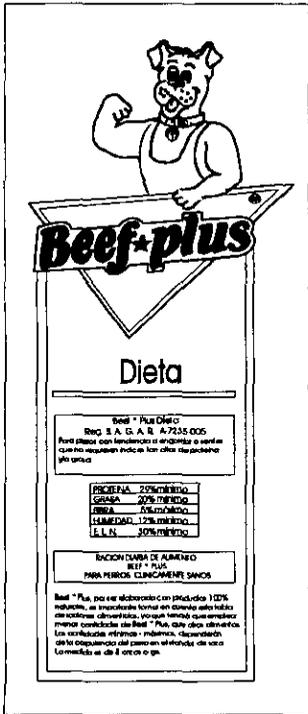
Original Mécánico reducido al 50%
de la Tarjeta Explicativa Beef -Plus Dieta



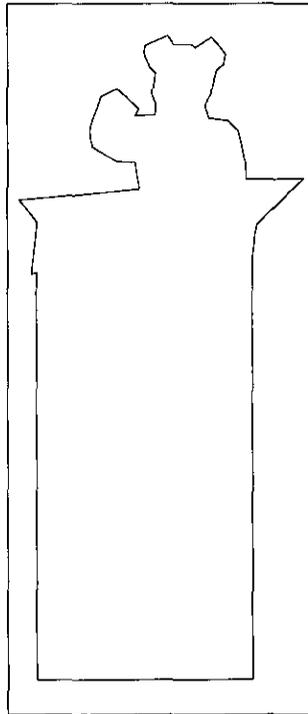
Camisa del Color
Verde Acua #314 CV Pantone



Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



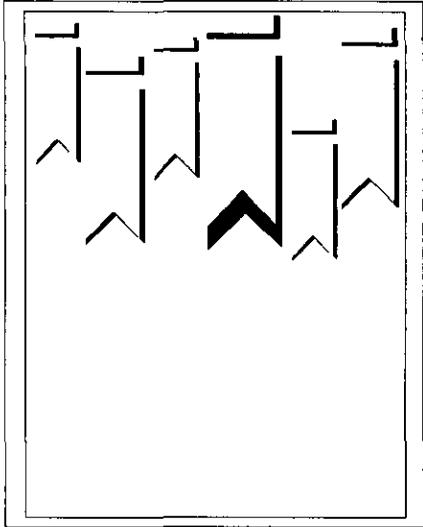
Camisa de Color
Negro.



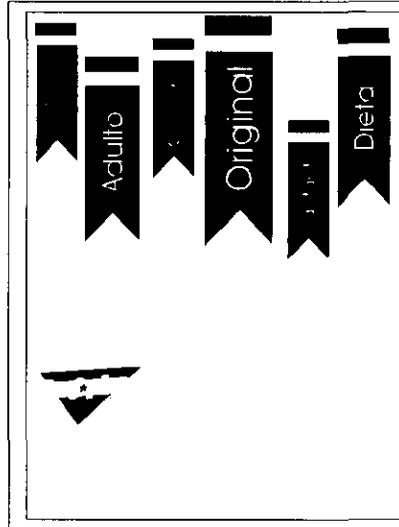
Camisa de Suaje



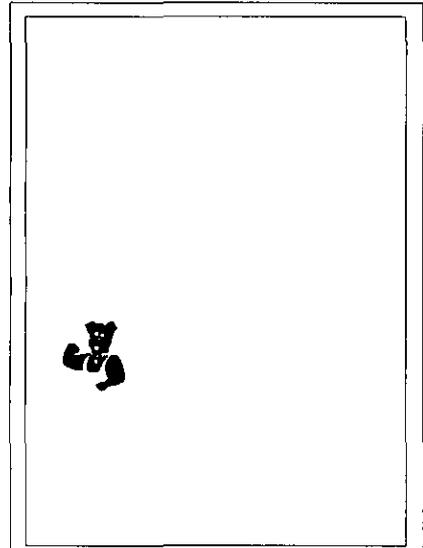
Original Mécánico
Escala 1:100 del Cartel



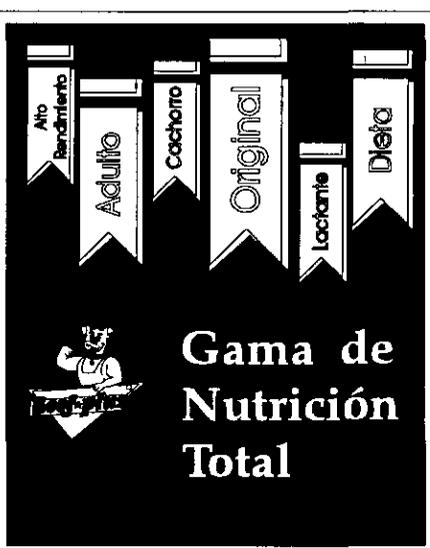
Camisa del Color
Gris, Cool Gray #9 CV Pantone



Camisa de Color
Alto Rendimiento, Rojo #032 CV Pantone
Adulto, Naranja # 165 CV Pantone
Cachorro, Amarillo # 130 CV Pantone
Original, Rojo Anaranjado # 1795 CV Pantone
Lactantes, Azul #2748 CV Pantone
Dieta, Verde Acua #314 CV Pantone



Camisa del Color
Cafe #1255 CV Pantone



Camisa de Color
Negro

Gama de
Nutrición
Total

11.- Apéndice



RESPUESTAS AFIRMATIVAS PRIMER CUESTIONARIO (Página 12)

SEXO	EDAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
F	22	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
F	34	X	X	X	X					X		X	X
F	25	X		X		X	X	X	X	X	X	X	X
M	50	X	X	X	X	X						X	X
F	26	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
F	22		X	X	X		X	X	X	X			
M	17	X	X	X		X	X	X		X		X	X
M	17	X	X	X	X	X			X			X	
F	22		X	X			X			X		X	
M	25	X	X	X	X	X			X	X		X	X
M	28	X		X	X					X			
F	32	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
F	40	X	X	X		X							X
F	45	X		X					X	X		X	X
F	18		X	X	X		X			X		X	X
M	24	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	
F	36	X	X	X	X								
M	22	X		X	X	X	X		X	X		X	X
F	19	X	X	X	X			X		X			
F	26	X	X	X	X	X							X
F	28	X	X	X	X		X			X			
F	32	X	X	X	X			X				X	X
F	32		X	X	X				X			X	
F	34	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X
F	22	X		X	X								
M	27	X	X	X	X				X	X		X	
F	25	X	X	X					X	X		X	
F	23	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	
M	56	X	X	X	X	X							X
F	27	X	X	X	X					X		X	X
F	24		X	X	X							X	
M	28	X	X	X	X	X	X			X	X		
M	20	X		X	X								X
F	54	X		X		X	X	X		X	X	X	X
F	31	X	X	X	X								
F	30		X	X			X		X	X	X	X	X
F	60	X	X	X	X							X	X
F	19	X		X	X			X	X	X		X	X
F	23	X	X	X	X							X	X
F	24		X	X					X	X			X
F	40	X	X	X	X	X		X	X		X	X	X
F	37		X	X	X							X	X
F	34	X	X	X		X			X	X		X	
M	28	X	X	X	X	X	X	X			X	X	X
M	27	X	X	X	X	X			X	X		X	X
F	16		X	X	X				X	X	X	X	X

