

Universidad Nacional de Cuyo  
Facultad de Artes y Diseño

Diseño Gráfico Final

Alumna  
*Orrico María Emilia*

Proyecto  
*Sistema de Identidad Corporativa,  
Packaging y Promoción para los  
productos de la empresa SABORES*

Año de cursado 2013  
Año de examen 2014

# SABORES

*Sistema de Identidad, Packaging y Promoción*

# ETAPA ANALÍTICA

## **Problema**

*La empresa Sabores, carece de un sistema de comunicación visual eficiente que le permita diferenciarse de la competencia e insertarse en el mercado nacional y posicionarse dentro del mismo.*

## **Comitente**

*Empresa familiar que nace en 1990 en San Rafael, Mendoza-Argentina, dedicada a la elaboración de productos naturales de alta calidad, elaborados en forma artesanal.*

## **Objetivos**

*Identificar a la empresa Sabores, incrementar las ventas y aumentar la presencia en el mercado apostando a una expansión de la misma y a posicionarse como empresa líder dentro del rubro, transmitiendo siempre la calidad y naturalidad de sus productos.*

## **Público**

### **Perfil Demográfico**

*Hombres y mujeres entre 25 y 65 años. Residentes en Mendoza, Argentina. Mayoritariamente turistas y/o amantes, conocedores del arte culinario. De un nivel socio-económico medio, medio-alto.*

### **Perfil Psicográfico**

*Jóvenes y adultos consumidores de programas de TV Gourmet, revistas de cocina o suplementos que vienen en el diario; que les gusta experimentar en la cocina, disfrutan de una buena alimentación balanceada y sana, consumen productos de calidad y frecuentan restaurantes gourmet, satisfaciendo así sus necesidades y deseos.*

## **Condiciones Contextuales**

### **Contexto Cultural**

Jóvenes y adultos que se desenvuelven en una sociedad de nivel medio-medio alto, que disfrutan de comidas elaboradas donde se resaltan los sabores naturales de la materia prima.

### **Contexto Perceptual**

La toma de contacto con los productos se realiza en el local que posee la empresa, en ferias o exposiciones donde se da a degustar y se comercializa el producto, y/o a través de internet.

A partir del contexto cultural y perceptual se busca generar una imagen pregnante e innovadora, que llame la atención del público e impacte al mismo; logrando de esta manera una identificación y diferenciación dentro del rubro. Resaltando siempre la naturalidad y calidad de los productos que elabora la empresa Sabores.

## **Conformación del Sistema**

### **Identidad**

Rediseño de la marca de la empresa Sabores.  
Papelería Institucional (sobres, tarjetas personales, facturas).

Función: identificar e informar.

### **Packaging**

Etiqueta de los productos.  
Caja, Bolsa contenedora de los productos.

Función: persuasión, información, identificación.

Línea de productos Sabores:

- Dulces: frutilla, durazno, cereza, pera.
- Secos: tomates, hongos, damascos, ciruela.
- Aderezos: aceite de oliva, aceite de uva, aceto balsámico, vinagre de frambuesa.
- Especias: orégano, perejil, laurel, romero.
- Salados: berenjenas asadas, pickles mixtos, ajíes picantes, pepinos en vinagre.

### **Editorial**

Folleto Informativo.

Función: persuasión, difusión, información.

### **Multimedia**

Nuevo diseño de la página web.  
Redes sociales.

Función: Información, promoción, vehículo de venta.

## Antecedentes y Tendencias

A partir del análisis de antecedentes y tendencias investigados encontramos las siguientes características:

### Recursos Sintácticos

- A nivel Nacional hay una marcada utilización y predominio de fotografías de la materia prima que abarcan gran parte de la pieza gráfica.
  - Uso de tipografías en mayúsculas y con serif.
  - Uso de guardas y recuadros.
  - Saturación, composiciones estructuradas.
  - Utilización de colores propios de cada producto o colores pasteles.
- 
- A nivel Internacional encontramos limpieza gráfica.
  - Uso de caligrafía, tipografías sin serif.
  - Minimalismo.
  - Utilización de imágenes simplificadas y abstractas.
  - Uso de envases con morfología diferente.
  - Transparencias, interacción con el producto.

### Recursos Semánticos

- A nivel Nacional encontramos equilibrio, seriedad, trayectoria, confianza. Estructuración.
- A nivel Internacional encontramos sistemas simples y claros que comunican lo que tienen que comunicar. Modernidad.

## Antecedentes





## Tendencias



## **Conclusión y Síntesis**

Para este proyecto se tendrán en cuenta una serie de requisitos los cuales serán de suma importancia para el proceso proyectual; los siguientes son:

- En cuanto a los **aspectos comunicacionales** el sistema deberá ser novedoso, atractivo y simple, siempre transmitiendo el carácter de naturalidad y calidad de los productos de la empresa Sabores. Por lo tanto se deberán utilizar códigos que no hayan sido usados en el mercado, para poder llamar la atención del público y así poder destacarse de la competencia.

Los contenidos comunicacionales deben ser claros, informativos, breves y persuasivos.

- En cuanto a los **aspectos tecnológicos y económicos**, utilizar la tecnología adecuada para poder llevar a cabo el proyecto de la mejor manera posible.

- En cuanto a los **aspectos funcionales** los productos deben ser de fácil identificación, sus etiquetas deben ser llamativas y novedosas. La información debe ser clara y los envases deben transportarse fácilmente, deben ser sencillos, confiables y prácticos para el consumidor.

# ANTEPROYECTO

## Desarrollo de alternativas de Estrategia

Durante la etapa de anteproyecto se generaron tres estrategias. Cada estrategia presentaba un criterio gráfico diferente de los cuales se realizaron bocetos. A partir de estos bocetos se realizó una evaluación de las potenciales ventajas y desventajas de cada estrategia y el criterio utilizado.

### Alternativa de estrategia I

Transmitir las sensaciones a través de la esencia y las características propias del producto como la forma, textura, color, frescura y sabor que provoca la materia prima con la cual es elaborado el mismo. Utilizar en cada línea de productos diversas presentaciones macro de la materia prima.



- Aspectos Positivos: generan gran impacto, colores llamativos, brillo.
- Aspectos Negativos: no son muy innovadoras, sistema acotado.

### Alternativa de estrategia 2

Utilizar diversas técnicas para comunicar distintos conceptos y permitir diferentes percepciones en el consumidor; resaltando a través de la técnica misma que son productos elaborados artesanalmente.



- Aspectos Positivos: gran diversidad en el sistema.
- Aspectos Negativos: poco impacto, poco llamativas.

### Alternativa de estrategia 3

Utilizar diversas interrelaciones, fusiones de forma y contraforma representativas de cada producto; interactuando así con el interior del mismo, destacando su color, brillo, frescura, textura y el carácter natural que poseen los mismos. A cada línea de productos le corresponde una manera distinta de diagramación, de interrelación de forma y contraforma, enfatizando así distinción entre ellas. Economía formal, limpieza.





• Aspectos positivos: gran impacto visual, comunicación simple y directa, etiquetas limpias, economía formal, variedad en la unidad.

### **Planteo de estrategia**

La estrategia seleccionada fue la número 3, ya que presenta una comunicación innovadora, original y simple con respecto a las comunicaciones de las empresas del rubro; lo cual ayudaría a cumplir con el objetivo planteado al principio.

# PROYECTO

## Identidad / Marca

**Marca Original** *La marca utilizada acualmente por la empresa no es estética, no es pregnante y además no es pertinente al rubro.*



**Marca Propuesta** *En esta nueva propuesta de marca se pretende destacar el rubro al cual pertenece la misma. Por lo cual en el centro se realizó un juego tipográfico, donde la letra "o" puesta en una tipografía con serif en la variante itálica, con una pequeña inclinación y con un silueta haciendo referencia a un leve humo, los cuales hacen alusión a un plato de comida, al aroma que transmite cada comida que es realizada con cada producto de la empresa Sabores. También se colocó un rectángulo detrás de la misma letra "o", para poder realizar ese juego de forma y contraforma, permitiendo de esta manera que la marca forme parte del sistema.*

*Para las demás letras, las cuales están en mayúscula, se eligió una tipografía de palo seco, simple y la cual permite que se diferencie de la letra "o".*

*En cuanto al color, se optó por un color naranja, ya que el mismo evoca vida, es alegre, llamativo, cálido, se lo asocia con la alimentación sana y además es muy adecuado para los productos alimenticios. El mismo es utilizado en el aspecto institucional del proyecto.*

*A través de la marca se busca comunicar minimalismo, sutileza, legibilidad, pregnancia, sabor.*

*La marca puede ser utilizada completa o solamente el isotipo, dependiendo la necesidad de aplicación.*

**SABORES**  
Productos Artesanales

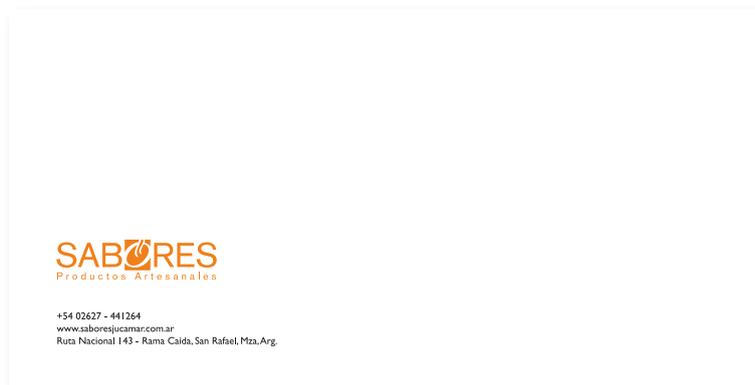
## Identidad / Papelería Istitucional

Simple, sobria, ordenada. Los colores que se emplearon en ella son el negro y el naranja (color institucional). La tipografía utilizada es una tipografía sans serif (Gill Sans), la cual se dispone marginada a la izquierda. Forma parte del sistema.

### Papel carta membretado



### Sobre



### Tarjetas Personales



**Roberto Martinez**  
Gerente general

Tel.: 02627 - 421379  
robertomartinez@gmail.com  
www.saboresjucomar.com.ar  
Ruta Nacional 143 - Rama Caída, San Rafael, Mza, Arg.

## **Packaging / Etiquetas**

*Las etiquetas que se realizaron son simples y limpias, las cuales no solo comunican la calidad y el carácter natural que poseen los productos, sino que también llaman la atención del público.*

*Cada línea posee una manera distinta de diagramación, de interrelación, fusión de forma y contraforma, lo que permite que cada línea se diferencie una de otra, logrando así obtener un sistema rico. Cada etiqueta a su vez se diferencia en algo una de otra y en cada una de ellas se interactúa con el producto pudiendo uno así apreciar su textura, brillo, color y naturalidad que posee el mismo; siempre formando parte del sistema, de la estrategia planteada.*

*La tipografía que se utilizó en cada etiqueta es una tipografía de palo seco (Gill Sans), la cual posee muchas variantes, es muy legible y simple.*

*En cuanto al uso del color, en cada línea se eligieron arbitrariamente colores fuertes, que contrastaran con el interior del producto.*

*Todos los productos, excepto los aderezos y los secos, poseen un presinto de seguridad con el nombre de la línea a la cual pertenecen, y en la tapa una oblea con el isotipo de la empresa. Ambas cosas se encuentran con los colores invertidos utilizados en la etiqueta.*

*Los productos se dividen en cinco líneas:*

- 1. Dulces: dulce de frutilla, dulce de durazno, dulce de ciruela y dulce de pera.*
- 2. Salados: berenjenas condimentadas, pickles mixtos, ajíes picantes y pepinos en vinagre.*
- 3. Especias: orégano, perejil, laurel y romero.*
- 4. Aderezos: aceite de oliva extra virgen, aceite de frambuesa, aceto balsámico y aceite de uva.*
- 5. Secos: tomates secos, ciruelas secas, hongos secos y damascos secos.*

### **Dulces / Fundamentación**

*Para los productos dulces se realizaron etiquetas de paño completo, las cuales poseen una diagramación no centrada. En cada una de ellas encontramos sólo una vez, bien grande y actuando como de ventana, la forma, la silueta de la materia prima con la cual ha sido elaborado el producto, permitiendo de esta manera ese juego de forma y contraforma; pudiendo uno así apreciar, percibir la textura, brillo, color y naturalidad que posee el producto.*



### Salados / Fundamentación

Para los productos salados se realizaron etiquetas de paño completo con una diagramación centrada, donde encontramos en la parte inferior una superposición de la forma, la silueta de la materia prima con la cual ha sido elaborado el producto, repitiéndose a lo largo de toda la etiqueta, quedando el resto de ella transparente.





### **Espicias / Fundamentación**

*Para las especias se realizaron etiquetas de paño completo con una diagramación no centrada. Las mismas poseen una textura realizada con la forma, la silueta de la materia prima con la cual ha sido elaborado el producto, actuando así de ventana permitiendo lograr ese juego de forma y contraforma.*





### Aderezos / Fundamentación

Para los aderezos se realizó una etiqueta en dos partes, etiqueta y contraetiqueta. La información en la etiqueta se encuentra de manera vertical y en la parte inferior de ella encontramos al corte, actuando como ventana, la forma, la silueta de la materia prima con la cual ha sido elaborado el producto.





### **Secos / Fundamentación**

Para los productos secos se realizaron unas etiquetas, las cuales son como unas fajas plegadas, que envuelven y protegen al producto, el cual se encuentra contenido en una bolsa de polipropileno. En el centro de ellas encontramos bien grande, actuando de ventana, la forma, la silueta de la materia prima con la cual ha sido elaborado el producto.







## Packaging / Caja Contenedora de productos

Caja contenedora promocional standard realizada en cartón microcorrugado, con una troquel que permite visualizar los productos. Contiene un aceite de oliva, un aceite de uva y un aceto balsámico. La misma posee en sus costados laterales una textura realizada con la forma, silueta de las materias primas con las cuales han sido elaborados los productos que contiene; logrando de esta manera ese juego de forma y contraforma. En sus dos caras principales encontramos: en la cara frontal la marca y en la otra, se encuentra el resto de la información la cual hace referencia a la empresa, como lugar donde se encuentra, sitio Web y teléfono. El color predominante que se optó para la caja es el color blanco, logrando de esta forma resaltar los productos contenidos. Su gráfica es sobria, elegante, atractiva. Sigue con la línea general del sistema. Es resistente, fácil de transportar y de armar.





## Editorial / Folleto

Folleto Institucional díptico, el cual posee un formato que permite que entre en una hoja A4. La información que contiene trata sobre la empresa, ubicación, contacto, sitio web y las líneas, variedades de productos que comercializa la empresa Sabores.

Su función es promocionar, informar y atraer al consumidor para posibles ventas. Se distribuirán en ferias o exposiciones.

Su tratamiento gráfico es muy atractivo ya sea por sus imágenes, las cuales hacen referencia a la materia prima, o por sus colores y contrastes. Se utilizó principalmente el color naranja, color institucional.

Se aplicó en su frente y dorso una textura realizada con diversas formas, siluetas de materias primas, logrando de esta manera ese juego de forma y contraforma.

Su gráfica sigue con la línea general del sistema.



## **Multimedia / Página Web**

Se realizó un rediseño de la página web, mejorando su estructura, organización y estética. Funciona como un vehículo de venta y promoción para la empresa, además de también pudiéndose realizar en la misma consultas on-line. Brinda información de la empresa, de los productos que comercializa la misma, dirección, teléfono, mapa, recetas.

Contiene 5 secciones fundamentales: empresa, productos, recetas, ventas y contacto. Su diagramación y diseño son simples y sencillos, permitiendo de esta manera al público una manipulación y navegación sencilla.

Se utilizó una tipografía diseñada para pantalla (Verdana), la cual no posee serif, es legible a bajas resoluciones y simple.

Se utilizó principalmente el color naranja (color institucional); y además también se aplicó en la misma como fondo una textura realizada con diversas formas, siluetas de materias primas, generando así ese juego de forma y contraforma.

Sigue con la línea general del sistema.



# SABORES

Productos Artesanales

EMPRESA

PRODUCTOS

RECETAS

VENTAS

CONTACTO



Sabores es una empresa familiar que nace en 1990, en San Rafael, Mendoza - Argentina, dedicada a la elaboración de productos de alta calidad, elaborados en forma artesanal, cuidando que ningún factor altere los sabores propios de los frutos naturales. Junto a la dirección técnica de un experto Ingeniero en Alimentación, quien sabe conjugar los mejores ingredientes y distintas combinaciones, hemos logrado de esta manera, productos únicos en su tipo, sabores inimaginables y delicados.

Más de 60 productos creados para un mercado exigente, satisfacen las necesidades gourmet de todo el mundo.

Lo invitamos a formar parte de nuestra familia, a aquellos que sean amantes de la buena gastronomía, y donde ser creativos y apasionados, debe ser cosa de todos los días.

SEGUINOS EN



Todos los derechos reservados. SABORES. 2013

# SABORES

Productos Artesanales

EMPRESA

PRODUCTOS

RECETAS

VENTAS

CONTACTO

Dulces  
Salados  
Secos  
Especias  
Aderezos



Sabores es una empresa familiar que nace en 1990, en San Rafael, Mendoza - Argentina, dedicada a la elaboración de productos de alta calidad, elaborados en forma artesanal, cuidando que ningún factor altere los sabores propios de los frutos naturales. Junto a la dirección técnica de un experto Ingeniero en Alimentación, quien sabe conjugar los mejores ingredientes y distintas combinaciones, hemos logrado de esta manera, productos únicos en su tipo, sabores inimaginables y delicados.

Más de 60 productos creados para un mercado exigente, satisfacen las necesidades gourmet de todo el mundo.

Lo invitamos a formar parte de nuestra familia, a aquellos que sean amantes de la buena gastronomía, y donde ser creativos y apasionados, debe ser cosa de todos los días.

SEGUINOS EN



Todos los derechos reservados. SABORES. 2013



### Dulce de Frutilla

Luego de una minuciosa selección de las frutillas, cultivadas en San Rafael, Mendoza, las mismas son lavadas y procesadas. A la pulpa se le agregan frutillas enteras, luego es colocada al sol en bandejas plásticas, a las cuales se les agrega el azúcar. El proceso de elaboración al sol lleva de 4 a 6 días de exposición; este tipo de mermelada no posee cocción sobre fuego. De esta manera se obtiene un producto de primera calidad, logrando introducir en el envase todo el increíble sabor, color y aroma de nuestras Frutillas.

Presentación Cotizada: 250g

Precio: \$30



### Dulce de Durazno

Los Duraznos son cosechados en la zona de San Rafael, se seleccionan especialmente por su sanidad, y se pelan manualmente. Se les agrega el azúcar y se someten a una prolongada cocción. De esta manera se logra una mermelada consistente y de un increíble color naranja.

Presentación Cotizada: 250g

Precio: \$30



### SEGUINOS EN



Todos los derechos reservados. SABORES. 2013



### Berenjenas Condimentadas

Las Berenjenas son seleccionadas por su tamaño, madurez y calidad, son asadas a la parrilla para luego ser fileteadas y condimentadas con perejil picado, ajo, sal, pimienta y tomillo; luego son envasadas. Ideal para acompañar picadas.

Presentación Cotizada: 350g

Precio: \$45



### Pickles Mixtos

Seleccionando las mejores verduras de la zona, se prepara este producto ideal para acompañar carnes asadas. El mismo contiene zanahoria, cebolla, coliflor y pepino. Al ser envasados con verduras frescas, este producto conserva el sabor y la textura de cada verdura.

Presentación Cotizada: 350g

Precio: \$45



### SEGUINOS EN



Todos los derechos reservados. SABORES. 2013

## Carre de Cerdo con zuchinis asados



### Ingredientes

- Un carre de cerdo
- 1 frasco x 370 grs. de zuchinis asados en aceite de oliva "SABORES"
- Mostaza, Sal, Pimienta negra
- Aceite de oliva extra virgen "SABORES"

Saltear el carre en aceite de oliva, agregarle romero a gusto. Salpimentar. Llevar a una cacerola, y agregar aceite de oliva, algo de agua y cocinar a fuego medio aproximadamente de 30-45 minutos.

15 minutos antes de retirarlo, agregarle los zuchinis asados en aceite, y dos cucharadas de mostaza. Cuidar que no se quede sin liquido.

Retirar, cortar en rodajas y colocarle encima todo el fondo de cocción con los zuchinis y servir sobre hojas verdes.

### SEGUINOS EN



Todos los derechos reservados. SABORES. 2013

## Ventas Online

Gracias por comparar nuestros productos. Ahora solo debe confirmar la cantidad de cada producto y completar sus datos personales.

Producto	Cantidad	Precio
<input checked="" type="checkbox"/> Dulce de Frutilla	1	\$30

Total: \$30

### Datos Personales

Nombre y Apellido

E-Mail

Telefono

Direccion

Ciudad

Provincia

Consulta

Enviar Pedido

### SEGUINOS EN



Todos los derechos reservados. SABORES. 2013



#### Ubicación y Contacto

Empresa: Ruta Nacional N° 143- Rama Calda - a 6 km del centro de la Ciudad de San Rafael

TEL./FAX: +54 02627 - 441264

San Rafael - Mendoza - Argentina - a 700 msnm - LAT. 34° SUR  
LONG. 68° Oeste

Nombre y Apellido

E-Mail

Teléfono

Consulta

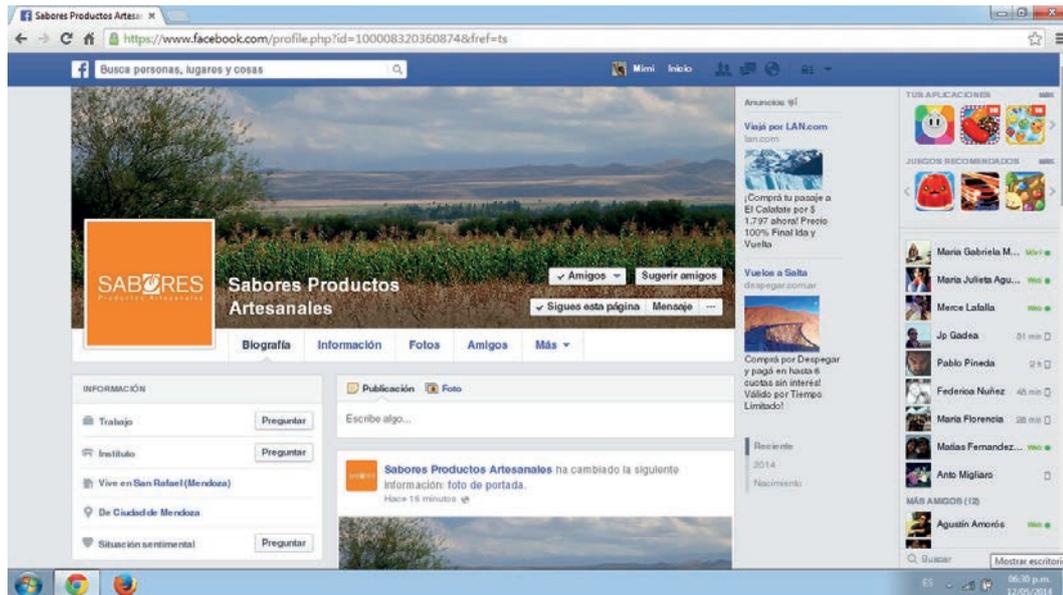
Enviar

SEGUINOS EN



## Multimedia / Redes Sociales

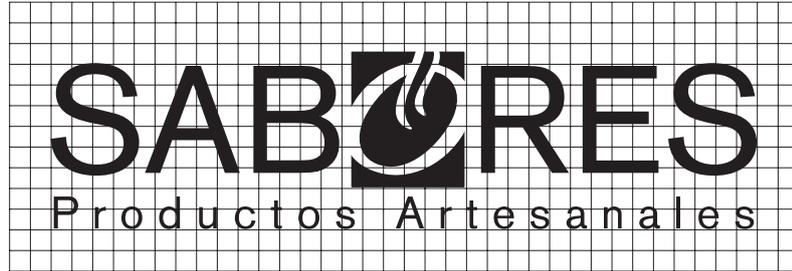
Para una mejor comunicación con los clientes se incorporan nuevos canales muy utilizados hoy en día, como lo es la red social facebook. En ella uno podrá encontrar, estar al tanto de nuevas promociones que saque a la venta la empresa, de eventos o degustaciones que realice la misma, lanzamiento de nuevos productos, entre otros. Permite mantener una relación más fluida con el cliente, así como también permite que la marca, al estar presente en todo momento, sea recordada y se mantenga en la mente del consumidor.



## Normativa del Sistema

### Marca

#### Grilla constructiva



38 módulos de ancho por 13 módulos de alto.  
Módulos de 5 mm por 5 mm.  
Zona de reserva: 2 módulos por 2 módulos

#### Marca Positivo



#### Marca Negativo



#### Reducciones

**SABORES**  
Productos Artesanales

35 mm de largo

**SABORES**  
Productos Artesanales

25 mm de largo

*Color  
Institucional*

# SABORES

Productos Artesanales

■ Pantone 158 c

■ C: 0%  
M: 58%  
Y: 94%  
K: 0%

■ R: 240%  
G: 128%  
B: 27%

## Normativa del Sistema

### Familias Tipográficas

**Marca** abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 ¿? ¡! -\_ ' ` ( ) /

*Berthold Akzidenz Grotesk - Regular*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*0123456789 ¿? ¡! -\_ ' ` ( ) /*

*Adobe Caslon Pro - Semibold Itálica*

**Etiquetas** abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
**Folleto** ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
**Envase de Agrup.** 0123456789 ¿? ¡! -\_ ' ` ( ) /

*Gill Sans - Regular*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*0123456789 ¿? ¡! -\_ ' ` ( ) /*

*Gill Sans - Itálica*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789 ¿? ¡! -\_ ' ` ( ) /**

*Gill Sans - Bold Itálica*

**Página Web** abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 ¿? ¡! -\_´` ( ) /

*Verdana - Regular*

*abcdefghijklmñopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*0123456789 ¿? ¡! -\_´` ( ) /*

*Verdana - Itálica*

**abcdefghijklmñopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789 ¿? ¡! -\_´` ( ) /**

*Verdana - Bold*

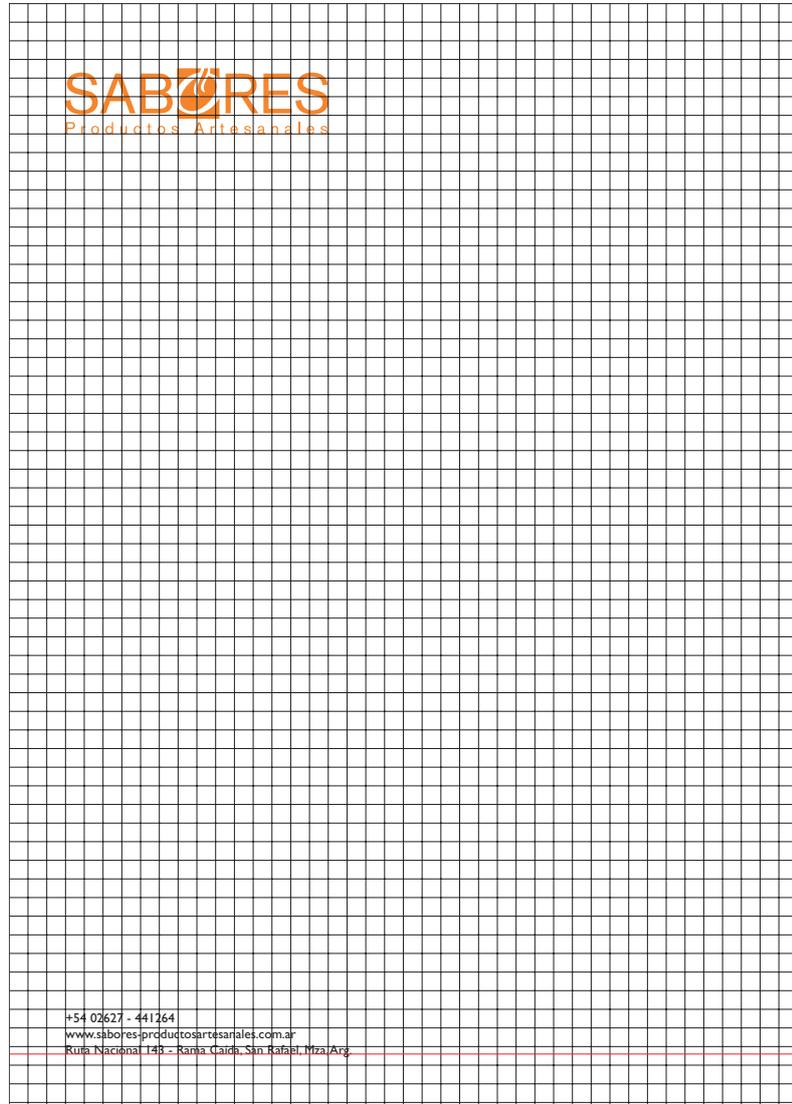
***abcdefghijklmñopqrstuvwxyz***  
***ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ***  
***0123456789 ¿? ¡! -\_´` ( ) /***

*Verdana - Bold Itálica*

## Normativa del Sistema

### Papelería Institucional

*Papel carta  
membretado*



*Papel carta membretado tamaño A4. Papel Obra. Impreso en Láser o en Offset si se necesitaran muchas cantidades.*

*Toda la papelería institucional está construida en base a una grilla con un módulo de 5 mm por 5 mm que a se vez se subdivide en 10 submódulos.*

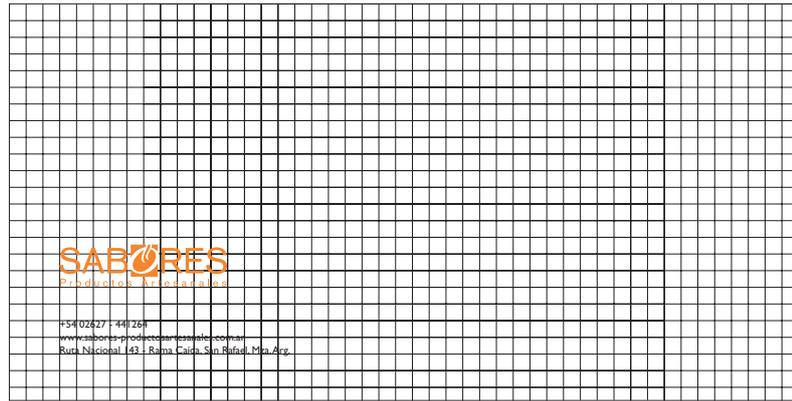


C: 0%  
M: 58%  
Y: 94%  
K: 0%



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

### Sobre



Sobre carta. Papel Obra. Impreso en Láser o en Offset si se necesitaran muchas cantidades.  
Medidas: 22 cm de ancho por 11 cm de alto.



C: 0%  
M: 58%  
Y: 94%  
K: 0%



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

### Tarjetas Personales



Tarjetas Personales. Papel Ilustración. Impresas en Láser o en Offset si se necesitaran muchas cantidades.  
Medidas: 8 cm de ancho por 5 cm de alto.



C: 0%  
M: 58%  
Y: 94%  
K: 0%



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

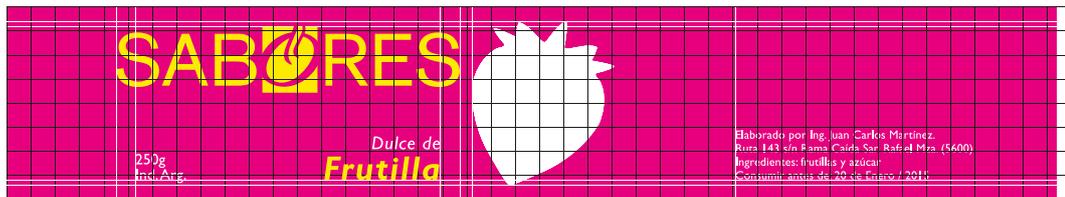
## Normativa del Sistema

### Etiquetas

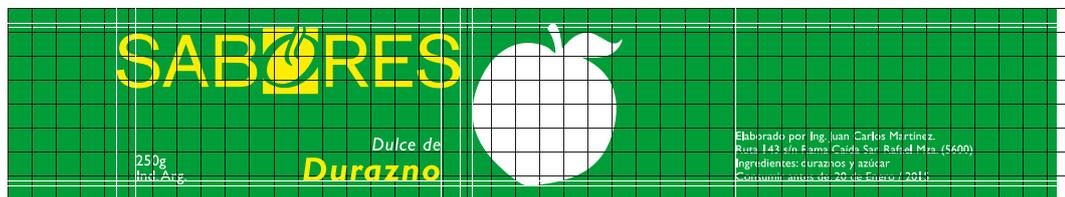
Todas las etiquetas están construidas en base a una grilla con un módulo de 5 mm por 5 mm que a se vez se subdivide en 10 submódulos.

### Etiquetas / Dulces

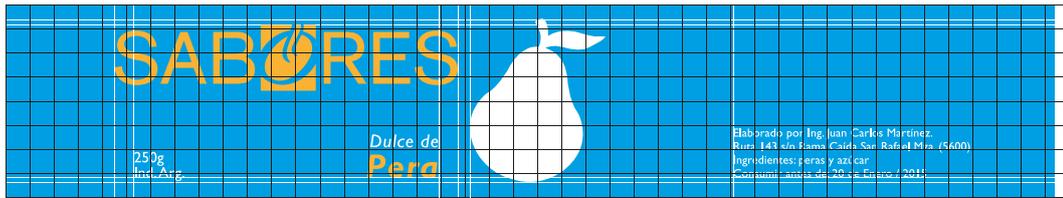
Etiquetas de paño completo. Autoadhesivas transparentes.  
Impresas en Serigrafía. Medidas: 21,7 cm de largo por 4 cm de alto.



- Blanco
- Pantone Rhodamine Red c
- Pantone 803 c



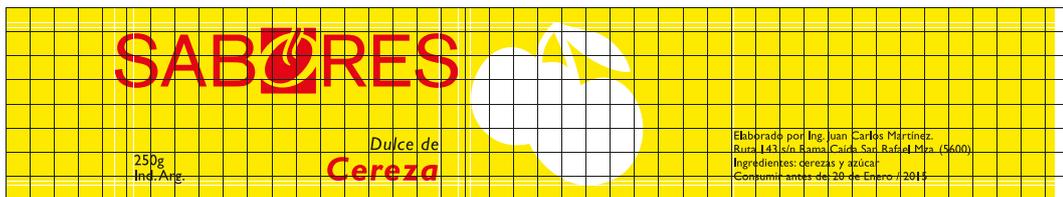
- Blanco
- Pantone 347 c
- Pantone 803 c



Blanco

Pantone 299 c

Pantone 143 c



Blanco

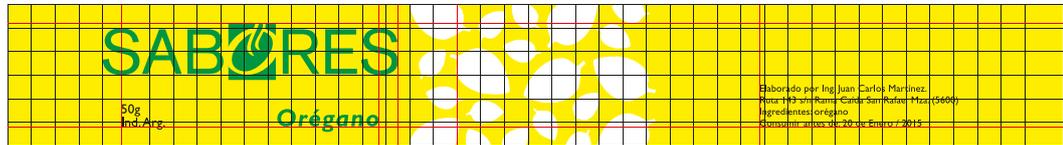
Negro

Pantone 803 c

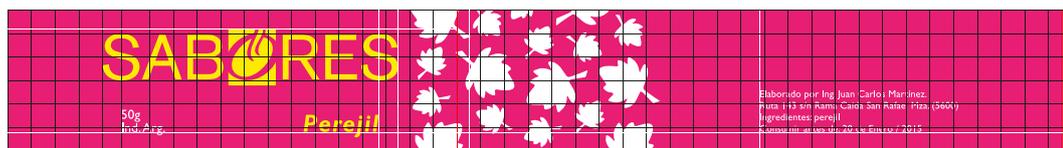
Pantone 185 c

## Etiquetas / Especies

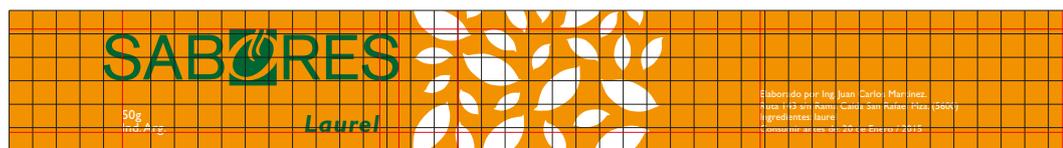
Etiquetas de paño completo. Autoadhesivas transparentes.  
Impresas en Serigrafía. Medidas: 22,3 cm de largo por 3 cm de alto.



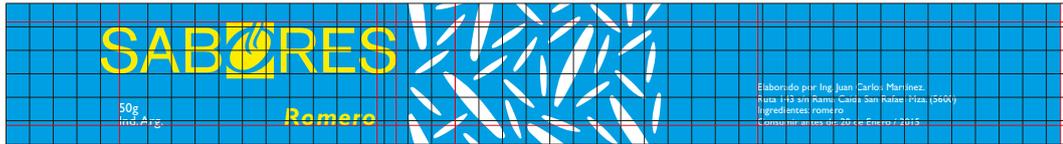
- Blanco
- Negro
- Pantone 803 c
- Pantone 347 c



- Blanco
- Pantone 803 c
- Pantone 213 c



- Blanco
- Pantone 144 c
- Pantone 3435 c



Blanco

Pantone 803 c

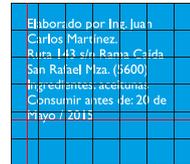
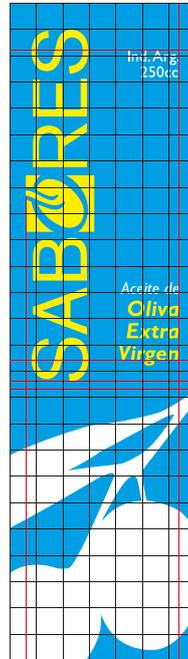
Pantone 299 c

## Etiquetas / Aderezos

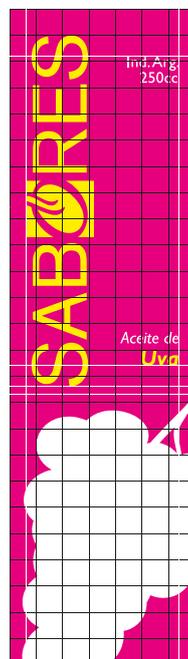
Etiqueta y Contraetiqueta. Autoadhesivas transparentes.  
Impresas en Serigrafía.

Medidas: Etiqueta: 12,5 cm de alto por 3,5 cm de largo.  
Contraetiqueta: 3,5 cm de largo por 3 cm de alto.

-  Blanco
-  Pantone 299 c
-  Pantone 803 c



-  Blanco
-  Pantone Rhodamine Red c
-  Pantone 803 c



- Blanco**
- Pantone 2695 c**
- Pantone 144 c**



Elaborado por Ing. Juan Carlos Martínez.
Ruta 143 s/n. Rama Caída San Rafael Mza. (1600)
Ingredientes: uvas, bordeaux y malbec
Consumir antes del 20 de Mayo / 2015

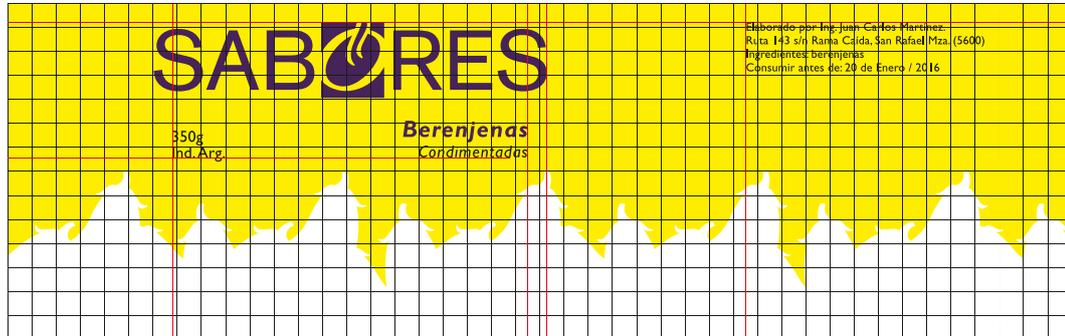
- Blanco**
- Negro**
- Pantone 214 c**
- Pantone 803 c**



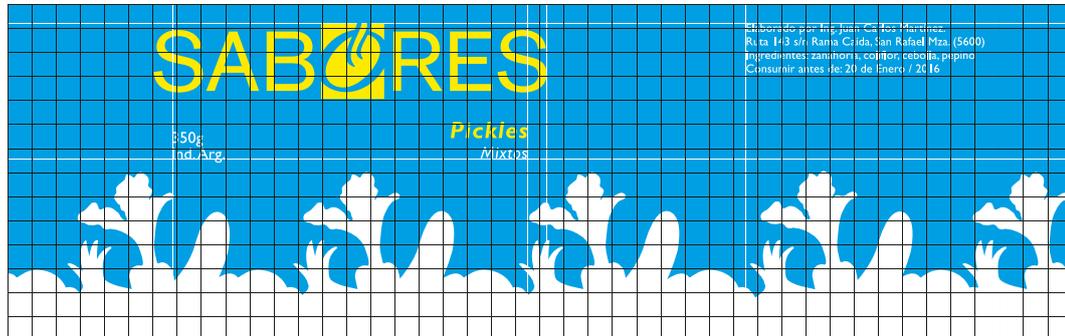
Elaborado por Ing. Juan Carlos Martínez.
Ruta 143 s/n. Rama Caída San Rafael Mza. (1600)
Ingredientes: frambuesas
Consumir antes del 20 de Mayo / 2015

## Etiquetas / Salados

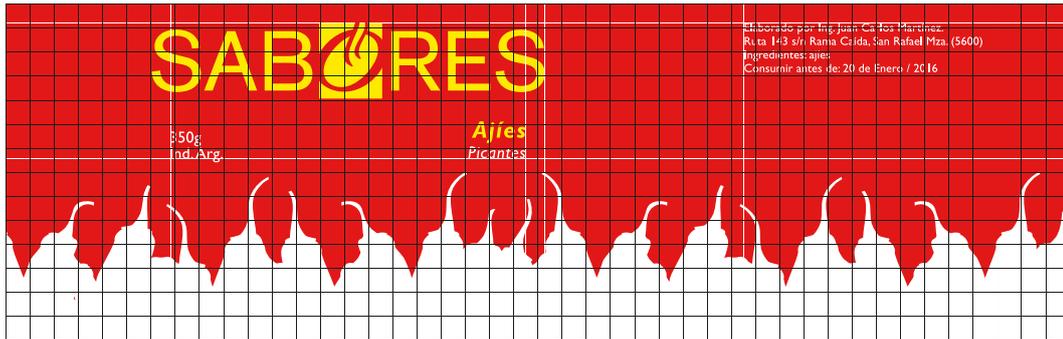
Etiquetas de paño completo. Autoadhesivas transparentes.  
Impresas en Serigrafía. Medidas: 22 cm de largo por 7 cm de alto.



- Blanco
- Negro
- Pantone 803 c
- Pantone 669 c



- Blanco
- Pantone 803 c
- Pantone 299 c



Blanco

Pantone 485 c

Pantone 803 c



Blanco

Pantone 803 c

Pantone 158 c

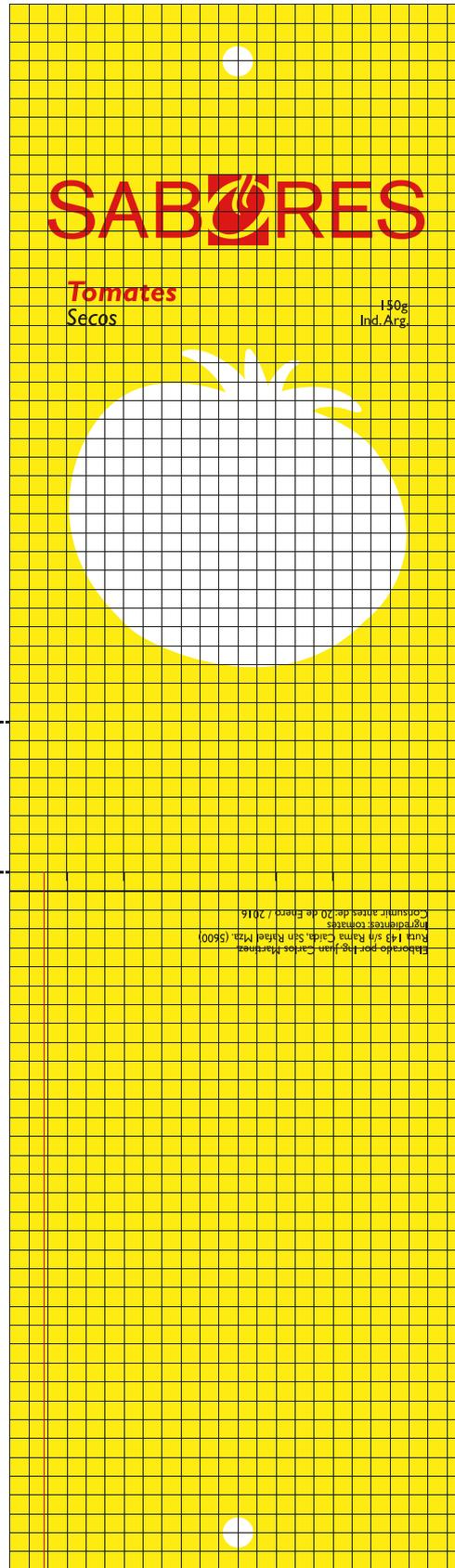
## Etiquetas / Secos

Fajas plegadas. Papel Ilustración. Impresas en Láser, con corte láser.  
Medidas: 12 cm de ancho por 42 cm de alto.

■ C: 5%  
M: 0%  
Y: 90%  
K: 0%

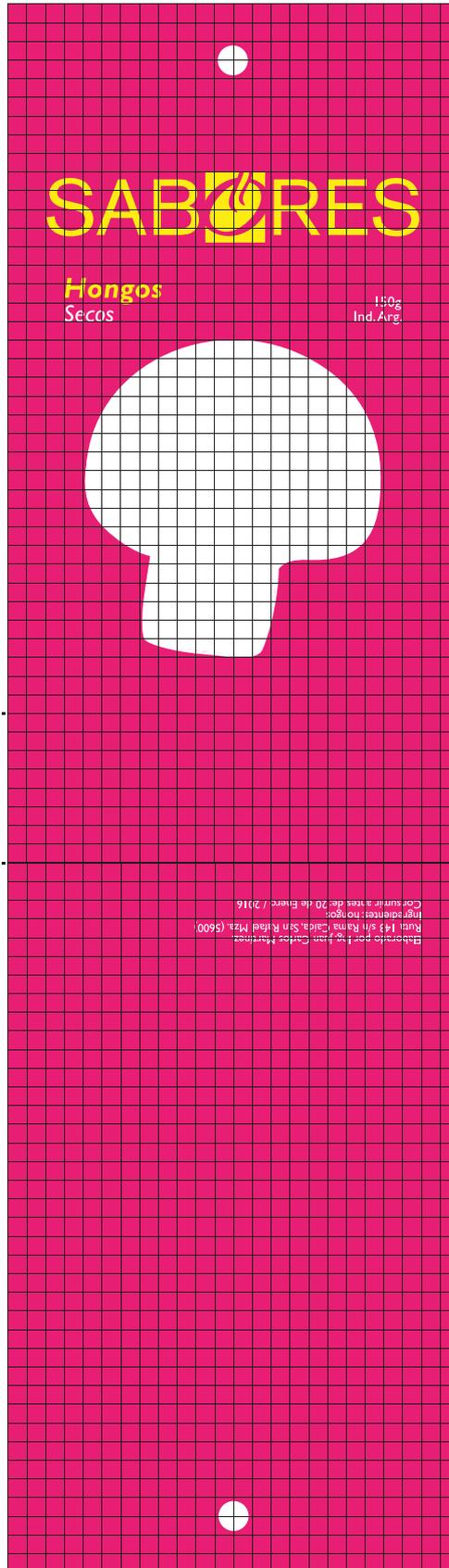
■ C: 5%  
M: 99%  
Y: 100%  
K: 1%

■ C: 0%  
M: 0%  
Y: 0%  
K: 100%



■ C: 5%  
M: 0%  
Y: 90%  
K: 0%

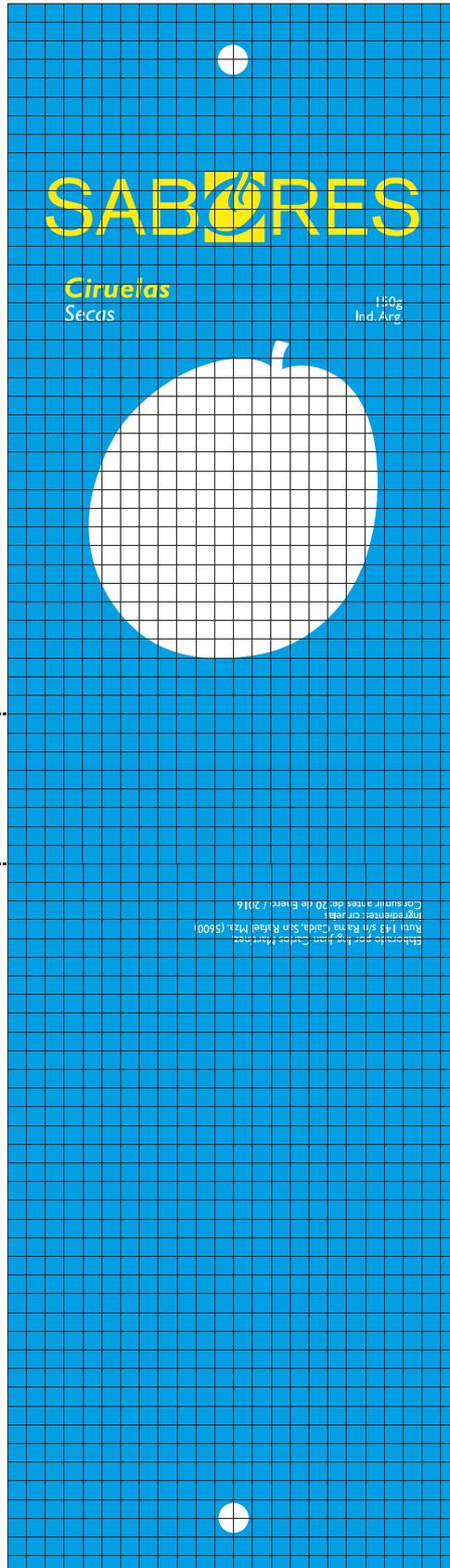
■ C: 0%  
M: 95%  
Y: 20%  
K: 0%



Distribuido por: Juan Carlos Martínez  
Ruta 143 s/n, Pabellón, Calle, San Rafael, Mza. (5600)  
Ingredientes: Hongos.  
Consumir a más del 20 de Enero / 2016

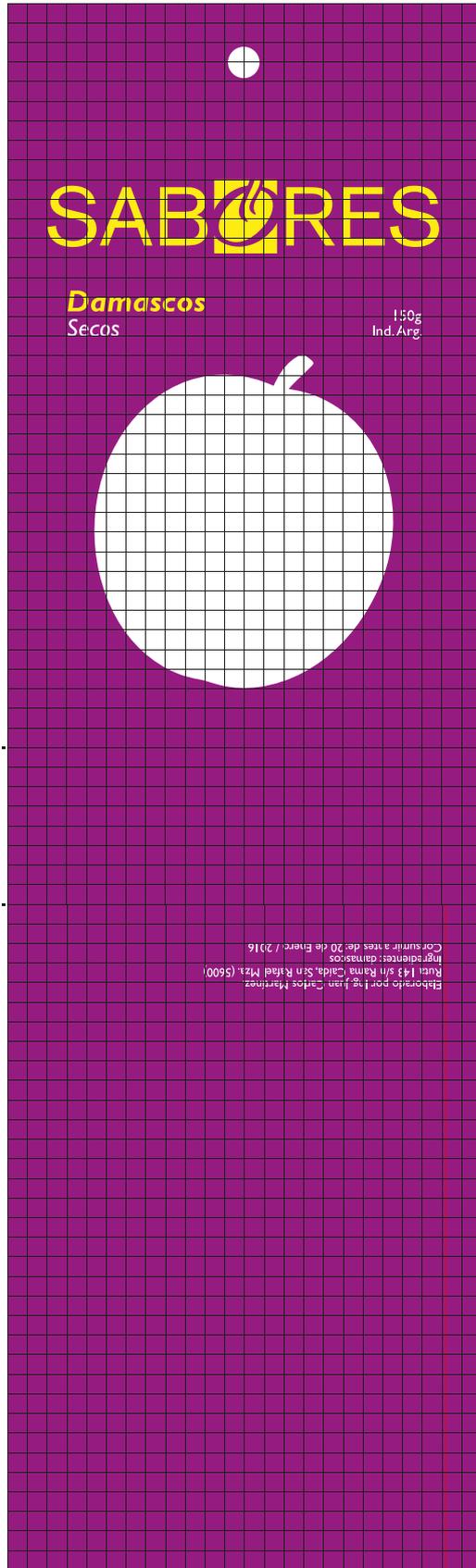
■ C: 5%  
M: 0%  
Y: 90%  
K: 0%

■ C: 100%  
M: 0%  
Y: 0%  
K: 0%



■ C: 5%  
M: 0%  
Y: 90%  
K: 0%

■ C: 50%  
M: 100%  
Y: 0%  
K: 0%



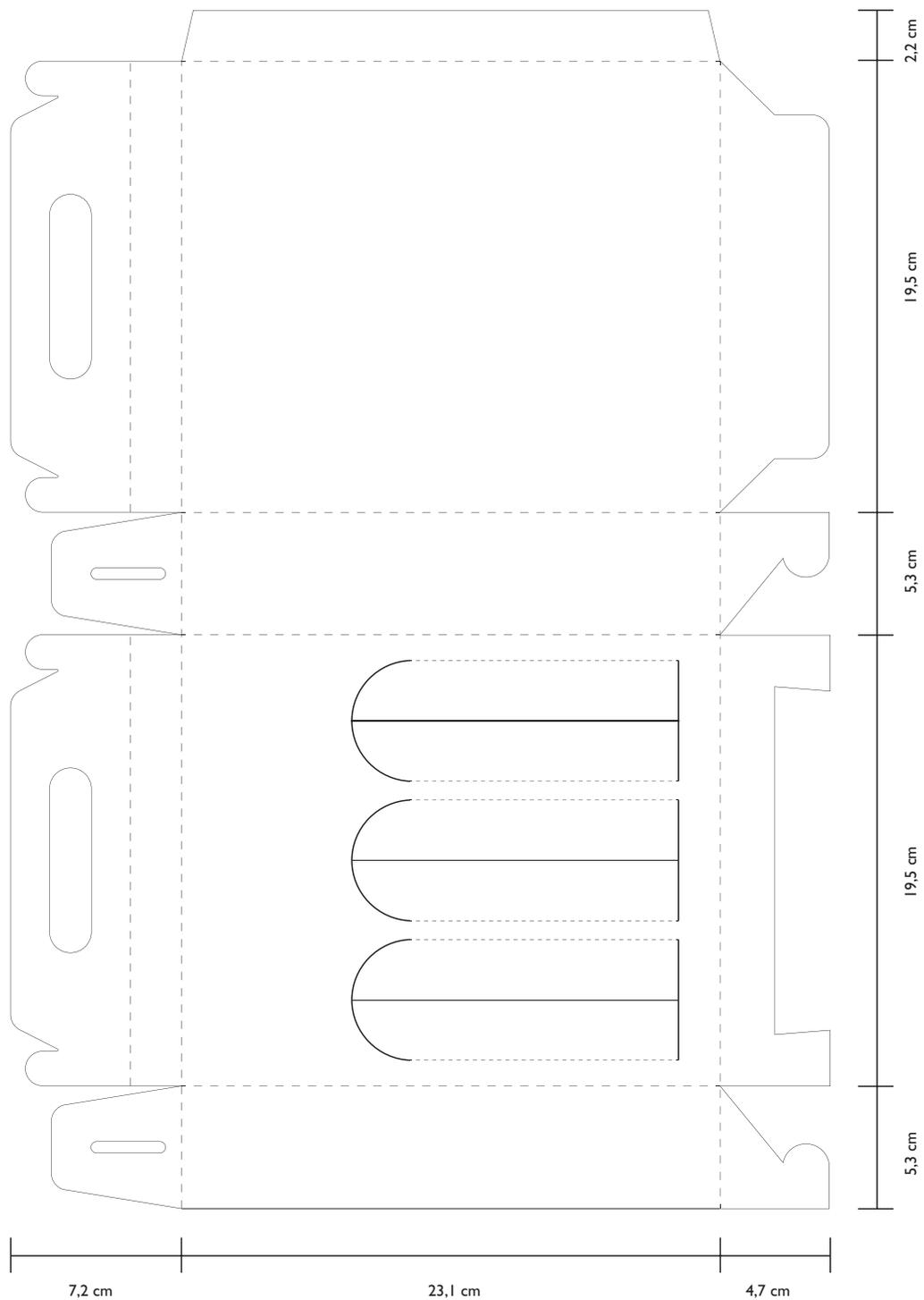
## Normativa del Sistema

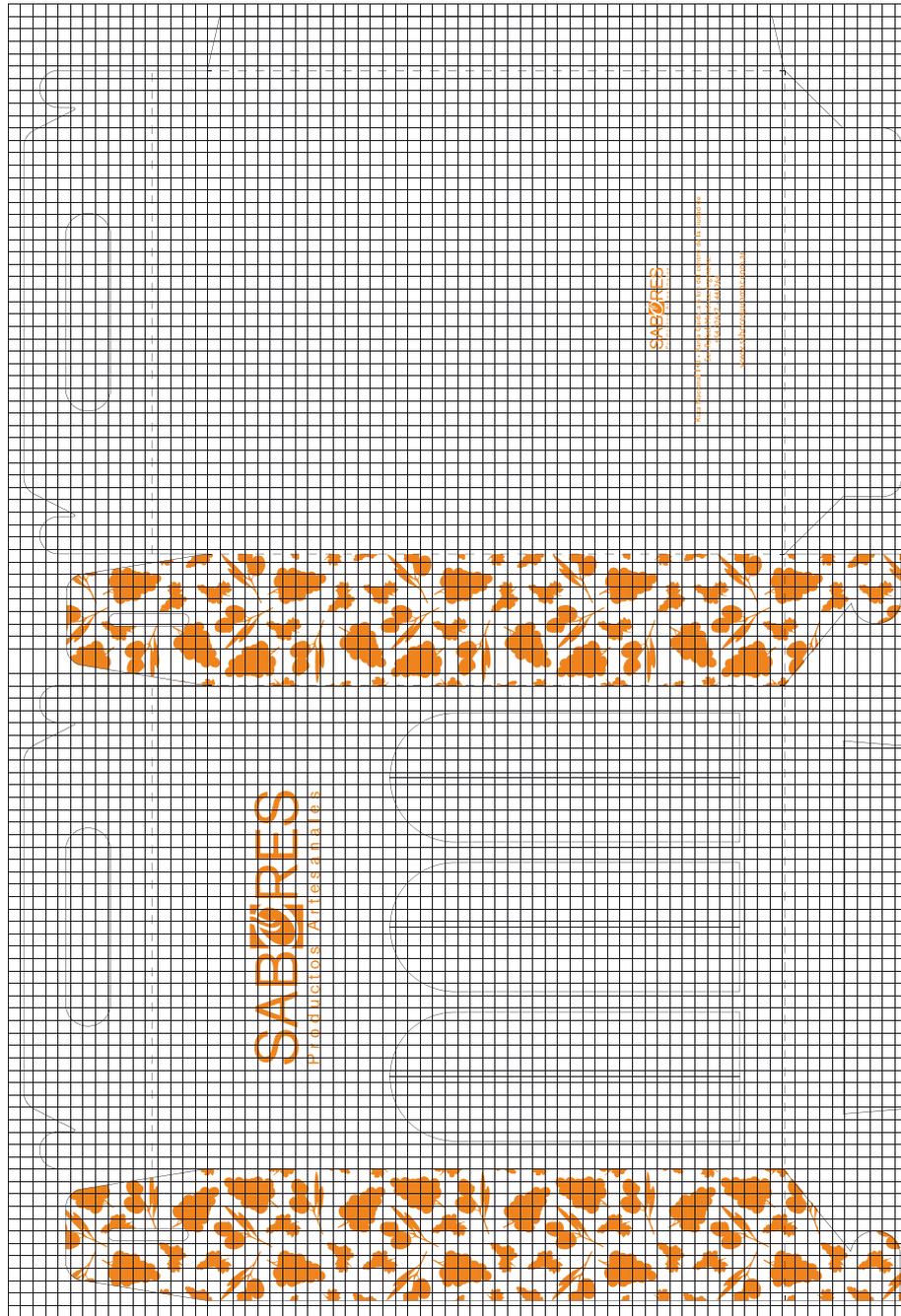
### Envase de Agrupamiento

Envase de Agrupamiento standard de cartón microcorrugado. Impreso en Offset. Todos los elementos visuales quedan ordenados en base a una grilla construida con un módulo de 5 mm por 5 mm que a se vez se subdivide en 10 submódulos.

Corte Externo: \_\_\_\_\_

Plegado: — — — —





■ Pantone 158 c

## Normativa del Sistema

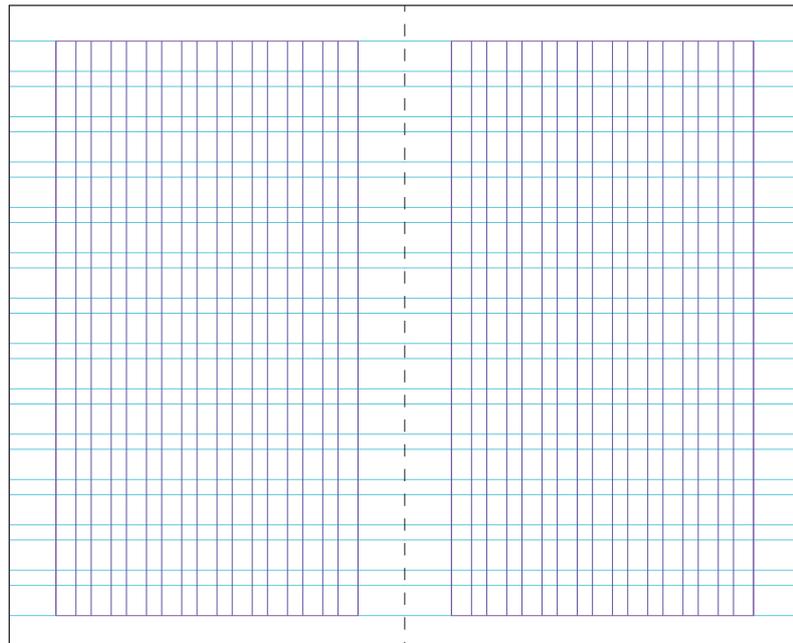
### Folleto

Folleto de papel Ilustración. Impreso en Láser o en Offset si se necesitaran muchas cantidades, en CMYK.

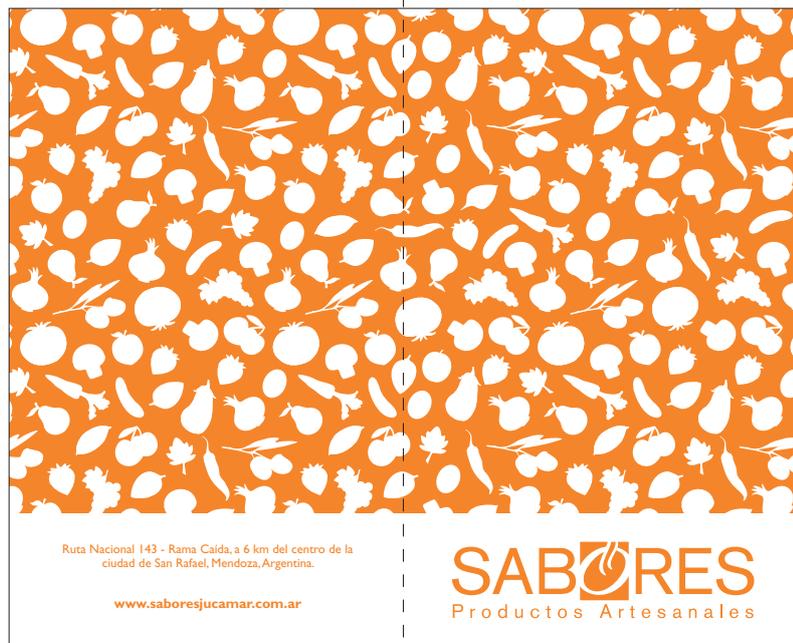
Medidas: 22 cm de ancho por 18 cm de alto.

La grilla base está construida para la tipografía Gill Sans 10pt/12pt.

**Grilla Base**  
10pt/12pt



**Tapa**  
**Contra Tapa**



## Interior

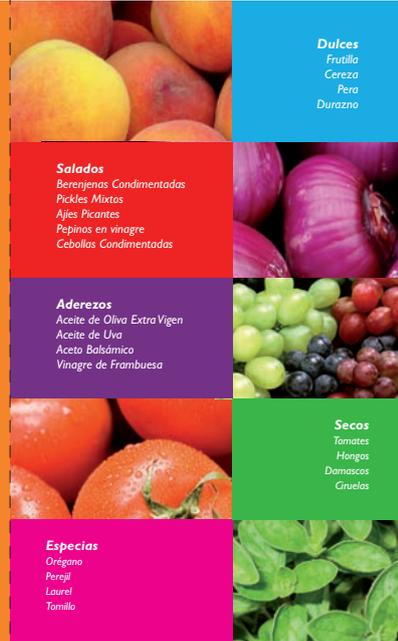
Sabores es una empresa familiar que nace en 1990, en San Rafael, Mendoza - Argentina, dedicada a la elaboración de productos de alta calidad, elaborados en forma artesanal, cuidando que ningún factor altere los sabores propios de los frutos naturales. Junto a la dirección técnica de un experto Ingeniero en Alimentación, quien sabe conjugar los mejores ingredientes y distintas combinaciones, hemos logrado de esta manera, productos únicos en su tipo, sabores inimaginables y delicados.

En nuestros productos late la tierra que les dio vida. En ellos se respira el agua limpia y preciada; la labranza de manos expertas y humildes.

Más de 60 productos creados para un mercado exigente, satisfacen las necesidades gourmet de todo el mundo.

Lo invitamos a formar parte de nuestra familia, a aquellos que sean amantes de la buena gastronomía, y donde ser creativos y apasionados, debe ser cosa de todos los días.

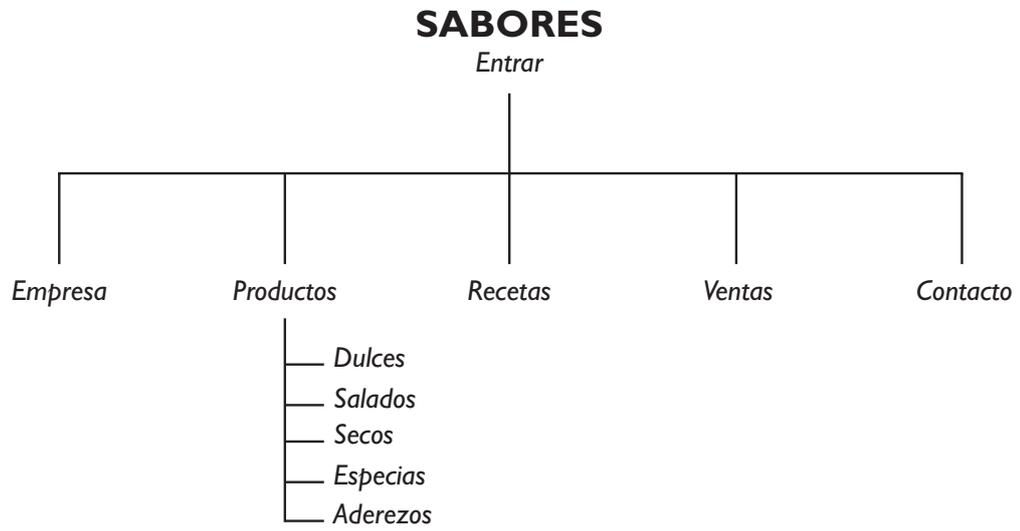
*"Variedad, calidad, colores, texturas y aromas,  
llevados a su máxima expresión"*



## Normativa del Sistema

### Página Web

Formato 1024 px por 768 px.



## **Concreción y Producción del Proyecto**

### **Papel carta membretado**

**Sistema de Impresión:** Láser u Offset si se necesitan muchas cantidades.

**Tintas:** CMYK

**Soporte:** papel obra.

**Formato:** A4

### **Sobre**

**Sistema de Impresión:** Láser u Offset si se necesitan muchas cantidades.

**Tintas:** CMYK

**Soporte:** papel obra.

**Formato:** 22 cm por 11 cm.

### **Tarjeta Personal**

**Sistema de Impresión:** Láser u Offset si se necesitan muchas cantidades.

**Tintas:** CMYK

**Soporte:** papel ilustración 300g.

**Formato:** 8 cm por 5 cm.

### **Etiquetas Dulces**

**Sistema de Impresión:** Serigrafía.

**Tintas:** dulce de futila 3, dulce de durazno 3, dulce de pera 3 y dulce de cereza 4.

**Soporte:** autoadhesivo transparente.

**Formato:** 21,7 cm por 4 cm

**Acabado:** barniz de protección.

**Pegado:** manual.

### **Etiquetas Especias**

**Sistema de Impresión:** Serigrafía.

**Tintas:** orégano 4, perejil 3, laurel 3 y romero 3.

**Soporte:** autoadhesivo transparente.

**Formato:** 22,3 cm por 3 cm.

**Acabado:** barniz de protección.

**Pegado:** manual.

### **Etiquetas Aderezos**

**Sistema de Impresión:** Serigrafía.

**Tintas:** aceite de oliva extra virgen 3, aceite de uva 3, aceto balsámico 3 y vinagre de frambuesa 4.

**Soporte:** autoadhesivo transparente.

**Formato:** etiqueta 12,5 cm por 3,5 cm y contraetiqueta 3,5 cm por 3 cm.

**Acabado:** barniz de protección.

**Pegado:** manual.

### **Etiquetas Salados**

**Sistema de Impresión:** Serigrafía.

**Tintas:** berenjenas condimentadas 4, pickles mixtos 3, ajíes picantes 3 y pepinos en vinagre 3.

**Soporte:** autoadhesivo transparente.

**Formato:** 22 cm por 7 cm.

**Acabado:** barniz de protección.

**Pegado:** manual.

### **Etiqueta Secos**

**Sistema de Impresión:** Láser, con corte láser. Si se necesitarán muchas cantidades en Offset.

**Tintas:** CMYK

**Soporte:** papel ilustración 300g.

**Formato:** 12 cm por 42 cm.

**Armado:** manual.

### **Envase de Agrupamiento**

**Sistema de Impresión:** Offset.

**Tintas:** 1

**Soporte:** cartón microcorrugado.

**Armado:** manual.

**Troquelado:** automático.

### **Folleto**

**Sistema de Impresión:** Láser, con corte láser. Si se necesitarán muchas cantidades en Offset.

**Tintas:** CMYK

**Soporte:** papel ilustración 150g.

### ***Obleas y Precintos de seguridad***

***Sistema de Impresión:*** Láser, con corte láser.

***Tintas:*** CMYK

***Soporte:*** papel ilustración autoadhesivo.

***Pegado:*** manual.

## **Presupuesto de Producción**

### ***Papel carta membretado***

× 500 \$900 + IVA

### ***Sobre***

× 500 \$1000 + IVA

### ***Tarjeta Personal***

× 500 \$850 + IVA

### ***Etiquetas Dulces***

× 500 \$6000 + IVA

### ***Etiquetas Especias***

× 500 \$6000 + IVA

### ***Etiquetas Aderezos***

× 500 \$6000 + IVA

### ***Etiquetas Salados***

× 500 \$6000 + IVA

### ***Etiqueta Secos***

× 500 \$1000 + IVA

### ***Envase de Agrupamiento***

× 500 \$6000 + IVA

### ***Folleto***

× 500 \$1750 + IVA

### ***Obleas***

× 500 \$100 + IVA

### ***Precintos de seguridad***

× 500 \$50 + IVA

## **Imprentas**

*La concreción del proyecto será llevado acabo en la provincia de Mendoza - Argentina.*

- *Osirix: Montevideo 92, Mendoza, Argentina.*
- *Gráfica Ferrer: Pedro Molina 133, San José, Mendoza, Argentina.*
- *Anchor*

FIN

*Diseño Gráfico Final 2013*