TENDENCIAS DE
DISEÑO APLICADAS AL
PACKAGING
POR PERFIL DE USUARIO

Autores:
Bryan Daniel Ortega Jerez
Santos Gabriel Merizalde Colcha
Margarita del Rocío Pomboza Floril

TENDENCIAS DE
DISEÑO APLICADAS AL
PACKAGING
POR PERFIL DE USUARIO

GCPI Unach

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

Rector

Ph.D. Gonzalo Nicolay Samaniego Erazo

Vicerrector de Investigación, Vinculación y Posgrado

Ph.D. Luis Alberto Tuaza Castro

Vicerrectora Académica

Ph.D. Lida Mercedes Barba Maggi

Vicerrectora Administrativa

Mag. Yolanda Elizabeth Salazar Granizo

Comité Editorial:

Presidente:

Ph.D. Luis Alberto Tuaza Castro

Secretaria:

Mag. Sandra Zúñiga Donoso

Miembros:

Ph.D. Anita Ríos Rivera; Ph.D. Víctor Julio García; Ph.D. Gerardo Nieves Loja; Ph.D. Carmen Varguillas Carmona; Ph.D. Cristhy Jiménez Granizo; Ph.D. Pablo Djabayan Djibeyan; Ph.D. Magda Cejas Martínez; Ph.D. Cristian Naranjo Navas

Título de la obra:

TENDENCIAS DE DISEÑO APLICADAS AL PACKAGING POR PERFIL DE USUARIO

Nombres de los autores:

Bryan Daniel Ortega Jerez; Santos Gabriel Merizalde Colcha; Margarita del Rocío Pomboza Floril; Riobamba, 2022

© UNACH, 2022

Ediciones:

Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH)

Diseño Gráfico:

UNACH

Primera edición – marzo 2022

Riobamba - Ecuador

Derechos reservados. Se prohíbe la reproducción de esta obra por cualquier medio impreso, reprográfico o electrónico. El contenido, uso de fotografías, gráficos, cuadros, tablas, y referencias es de exclusiva responsabilidad de los autores.

ISBN: 978-9942-835-84-0

ISBN: 978-9942-835-85-7 (DIGITAL)

Registro Biblioteca Nacional

Depósito legal: 061351

DOI: <https://doi.org/10.37135/u.editorial.05.52>

TENDENCIAS DE
DISEÑO APLICADAS AL
PACKAGING
POR PERFIL DE USUARIO

Filiación autores:

Bryan Daniel Ortega Jerez
Universidad Nacional de Chimborazo
bdortega.feg@unach.edu.ec

Santos Gabriel Merizalde Colcha
Universidad Nacional de Chimborazo
sgmerizalde.feg@unach.edu.ec

Margarita del Rocío Pomboza Floril
Universidad Nacional de Chimborazo
margaritapomboza@unach.edu.ec

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN.....	9
 CAPÍTULO I. ESTADO DEL ARTE.....	 11
1.1 ¿Qué es el <i>packaging</i> ?.....	12
1.1.1 Tipos de <i>packaging</i> según su utilidad.....	14
1.2 Tendencias de diseño.....	18
1.2.1 Características de una tendencia.....	21
1.2.2 Elementos que influyen en una tendencia.....	21
1.3 Tendencias y <i>packaging</i>	23
1.3.1 <i>Packaging</i> y el perfil de usuario.....	25
1.3.2 Segmentación de mercados.....	26
1.3.3. <i>Packaging</i> , perfil de usuario y segmento de mercado.....	27
 CAPÍTULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	 33
 CAPÍTULO III. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	 39
Análisis sintáctico y semiótico de distintos tipos de <i>packaging</i>	51
Línea gráfica por perfil de usuario.....	253
 CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES.....	 261
 BIBLIOGRAFÍA:.....	 263

RESUMEN

El presente libro surge en función de una problemática latente dentro del área del Diseño, ya que en el contexto nacional e incluso internacional existe carencia de información sobre tendencias de diseño en el *packaging* y sus características, por lo que no se cuenta con basta información de base que permita realizar un diseño de *packaging* adecuado a un determinado perfil de usuario. De ahí que, con el objetivo de aportar con información que permita plantear propuestas sustentadas de diseño de *packaging* desde el aspecto técnico, se planteó la presente propuesta sobre tendencias de diseño de *packaging*, en la que se levantaron 118 fichas que recopilan información detallada de los elementos compositivos de los *packaging* elaborados por

diseñadores o estudios de diseño, para garantizar la información a analizar. Con los datos recopilados se realizó un análisis sintáctico y semántico de los elementos compositivos que presentan, así como la estructura, la forma gráfica del *packaging*, y los materiales con los cuales está elaborado. Dicho análisis enlistó las formas y las interpretó. Con la información levantada se definió las características que debe tener un *packaging* en virtud de un perfil de usuario determinado, con lo que se pretende garantizar un diseño de *packaging* adecuado para un consumidor meta, acorde a su perfil de usuario.

Palabras claves: packaging, tendencias de diseño, perfil de usuario.

INTRODUCCIÓN

El presente libro muestra los resultados obtenidos en los proyectos de investigación desarrollados en la Universidad Nacional de Chimborazo referente a tendencias de diseño aplicadas al *packaging*; dado que en dichos proyectos se analizan las tendencias de diseño en el *packaging* (envase traducido al español), desde el punto de vista profesional, ya que se hace un análisis sintáctico y semántico de los códigos gráficos que se encuentran en ellos, y se relacionan con el perfil del usuario como sujeto objetivo. Dichos proyectos surgieron de la carencia de información que permita alimentar propuestas de diseño desde un aspecto creativo, pero sobre todo investigativo, dado que se ha evidenciado que no existe mucha información sobre esta temática.

Hay que considerar que una tendencia de diseño bien definida y aplicada permitirá presentar

propuestas innovadoras, pero sobre todo con sustento metodológico, más aún dentro del ámbito del *packaging*, tomando en cuenta que este cumple la función de generar el primer impacto visual con el usuario antes de decidir su compra, y por ende, se convierte en el factor fundamental en la decisión de la misma, siendo capaz de influenciar la mente del consumidor de manera inmediata. Es la última barrera entre el usuario y el producto, porque cuando el *packaging* está expuesto en una percha se produce el momento en que el usuario se decide por una u otra marca.

Así también se debe considerar que el consumidor hace una compra muchas veces selectiva, asociada a su estilo de vida, gustos, tendencias, etc.; deseando que el producto adquirido transmita su forma de ser,

por ende, busca en un diseño un valor diferenciador tanto para el usuario como para su competencia. Para lograr lo detallado, y específicamente en lo referente a la estética visual, el principal agente involucrado es el diseñador gráfico, ya que es quien aplicando los criterios de creatividad, la adecuada utilización de los fundamentos de diseño, sumado a la ergonomía se encarga de diseñar y entregar un adecuado *packaging* al cliente y al mercado, por lo tanto, el diseñador es quien está involucrado en los diferentes aspectos que permiten dar un mensaje visual, estético, acorde con un segmento de mercado específico. De ahí que se vuelve importante diferenciar los distintos perfiles de usuario, ya que este conocimiento conllevará a transmitir un mensaje más efectivo y generar una tendencia específica, que sea apreciada y aceptada por el consumidor final.

Bajo este contexto, y con el objetivo de aportar al desarrollo investigativo y aplicativo del diseño,

específicamente dentro del área de *packaging* se ha desarrollado el presente libro, el mismo que contiene información relevante entorno a:

- El estado del arte en el cual se ha realizado una búsqueda bibliográfica que permite poner en contexto lo que es el *packaging*, su relación con las tendencias y el perfil de usuario.
- La metodología de investigación utilizada, donde se detallan los métodos utilizados, así como los instrumentos de recolección de datos.
- El desarrollo de una propuesta, en la que se aplica la metodología semiótica diseñada, que posibilita el análisis de los *packaging* seleccionados y su decodificación, lo que permitió la identificación de las tendencias de diseño por perfiles de usuario.

TENDENCIAS DE
DISEÑO APLICADAS AL

PACKAGING

POR PERFIL DE USUARIO

CAPÍTULO I

ESTADO DEL ARTE

Los aspectos importantes que se abordan en el presente libro son: el *packaging*, las tendencias y el perfil de usuario, para lo cual, se realizó varios análisis sintácticos y semánticos de los envases y presentaciones de productos para determinar sus características a ser aplicadas en el diseño, lo que conlleva a conceptualizarlos y entenderlos desde diferentes perspectivas.

Como punto de partida se presenta las diferentes conceptualizaciones referentes al *packaging*, para ello se determinará las conceptualizaciones de varios autores.

1.1 ¿Qué es el *packaging*?

La expresión *packaging* tiene un significado mucho más amplio que meramente “envases y embalajes”. El *packaging* encierra en su significado una connotación dinámica que no tiene equivalente en una sola palabra en español, ya que hace referencia a su interrelación con

las otras etapas de la comercialización de un producto. En este contexto, el *packaging* es:

no sólo envases y embalajes, sino mucho más, ya que entran en juego el diseño, la publicidad y el marketing (conocimientos de las exigencias, necesidades y gustos del consumidor), así como también conocimientos de los materiales, la protección del medio ambiente (envases ecológicos), las regulaciones y normas legales referidas a la importación (aceptación de los envases en mercados internacionales), la comercialización (el precios del producto final) y la distribución (calidad del envase) (Azcuénaga, 1998).

Peters (2016), argumenta que “el envase transmite la imagen deseada es un instrumento de los productos para su venta directa que contiene una cantidad adecuada para el consumidor; que informa sobre las características de uso (almacenaje, conservación, propiedades nutricionales, etc.) y

que permite la identificación y la diferenciación en una oferta cada vez más amplia”.

De lo definido, se puede determinar que el *packaging* es todo elemento que contiene y protege a un producto mediante una envoltura, pero a su vez, para ser denominado *packaging*, este debe cumplir funciones como: informar, persuadir y vender: siendo dentro de ello la información un factor fundamental, dado que por medio de este el consumidor sabe qué producto está comprando, considerando que dentro del aspecto de persuadir el *packaging* debe ser llamativo y estético capaz de cumplir con las exigencias de diseño para diferentes perfiles de usuario, así llamará la atención al consumidor y hará más fácil la decisión de la compra, es decir el *packaging* genera un gran influencia en la decisión de compra.

Dentro de otros aspectos fundamentales y primordiales del *packaging* se encuentra con características de

contener y proteger el producto, así como permitir identificarlo con la marca de la empresa. Dentro de este aspecto Coleman (2015) dice que:

El packaging es, junto con el naming de una marca, el distintivo principal y la mejor carta de presentación posible. Los envases no solo sirven para transportar o almacenar de forma correcta los productos. También sirven para protegerlos, así como para informar de su contenido y hasta de la empresa que lo comercializa. Son, por lo tanto, un incentivo a las ventas.

Es por lo que, si un *packaging* posee un diseño llamativo y original, además de funcional, siempre tendrá más posibilidades de llamar la atención del público, generando así un valor añadido para la marca.

Dentro de lo investigado, Zitterkopf (2003) determina que “es un hecho comprobado que el *packaging* de

un producto influye directamente sobre las decisiones del consumidor”, esta afirmación, permite que el *packaging* aporte como un elemento diferenciador entre la competencia, más allá de la calidad del producto que la contiene, debido a que como ya se explicó anteriormente, el *packaging* es el primer impacto visual del producto con el usuario, constituyéndose así en un vendedor silencioso.

Por su parte Enriques (2010), especifica que el mensaje que transmite el *packaging* es diverso, dependiendo del target al que el producto esté dirigido, y del producto a contener, es por ello que la mayoría de las empresas que logran la venta de su producto poseen una marca firme, fuerte y que ocupa un puesto importante tanto en el mercado como en la mente del consumidor, consiguiendo así el posicionamiento de marca y un *packaging* diferenciador.

Es importante destacar la recopilación de *packagings* y análisis realizado por Stafford (1993), cuyo libro presenta información relevante de *packagings*, asociados al requerimiento de una determinada empresa.

1.1.1 Tipos de *packaging* según su utilidad

El *packaging* cumple con diversas funciones, y he ahí la importancia de diferenciar sus tipos, sobre todo considerando que el mismo antes de estar en una percha o góndola debe ser transportado desde la fábrica al punto de venta; bajo este contexto Peters (2016) los clasifica de la siguiente manera:

- **Packaging primario:** es el que está en contacto directo con el producto que contiene o lo almacena, sumado a que es aquel que vende la imagen de marca y genera esa asociatividad con el usuario correspondiente a su estilo de vida.

Por ejemplo, en una cafetería cuando se pide un café para llevar, este es colocado directamente en un vaso, por lo que se encuentra en contacto directo con su contenedor, pero si a este vaso se le pone un color determinado, y se le hace de un material ecológico, este envase primario aparte de contener el producto, estará asociando a un estilo de vida determinado. Así también, en los supermercados, el jabón líquido se encuentra en contacto directo con el envase que lo contiene, que en algunos casos cumple con dos funciones adicionales como son la de dispensar el producto y ser un elemento estético en el lugar en donde vaya a ser colocado en el hogar.

- **Packaging secundario:** este es aquel que contiene al envase primario, es decir, no está en contacto directo con el producto, pero sí está en contacto directo con el envase primario, por ejemplo, la caja que contiene al tubo de la pasta dental, o la

caja que contiene el frasco de perfume. El envase secundario cumple una función primordial, aparte de las descritas anteriormente referente al *packaging*, la de proteger y ayudar a un transporte más seguro del producto del envase primario. Otra característica del *packaging* secundario es que puede estar exhibido en las góndolas o perchas, es decir, tiene ese contacto visual con el usuario, y por ende se debe cuidar mucho el diseño y la información que en este se presente.

- **Packaging terciario:** el *packaging* terciario se le podría considerar como el que menos es exhibido en las perchas o góndolas, ya que este es utilizado para proteger al producto, especialmente cuando este es transportado desde la fábrica hasta el punto de venta. Este tipo de *packaging* está por lo general elaborado de cartón duro y debe

presentar información básica sobre cuestiones técnicas de traslado, apilamiento, etc.

Otros expertos determinan que el *packaging* puede clasificarse también analizando el papel que cumple la marca, por lo que Coleman (2015) la clasifica de la siguiente manera:

- **Atracción.** Esta característica centra el packaging con la estrategia de *branding* corporativo, donde se realizan estudios y análisis de mercado para saber qué colores, formas y tipografías atraen al futuro usuario, para de este modo llamar la atención de los consumidores y que influya en la decisión de compra.
- **Promoción.** El *packaging* aparte de transportar y proteger el producto, también cumple el

factor fundamental de informar, considerando que el consumidor busca también el aspecto estético e informativo sobre el producto, dado que este gira más directamente entorno a las características del usuario meta, por ejemplo una ama de casa se centrará en la información nutricional que puede brindar un producto, con respecto a calorías, alergias, etc., pero un joven buscará alimentos que sean de consumo rápido, y un ejecutivo buscará status en el producto, este último ligado al precio del producto. Es decir, la información sea textual o visual que se brinde del producto por medio del *packaging* influenciará en la decisión de compra del mismo.

- **Diferenciación.** La búsqueda de diferenciarse de la competencia ha sido un factor fundamental dentro del mundo del diseño, y en este caso específico en lo que se refiere al packaging, considerando que, al ser el primer contacto

visual con el usuario, este se vuelve ya un elemento comunicacional rápido entre el usuario y el producto. Este contacto visual se genera por medio de la marca, los colores y las formas que tiene el *packaging*, lo que genera que el usuario se sienta atraído, y logre sobresalir de un mercado competitivo. Bajo este contexto, Infopack (2020) determina como criterios comunicacionales efectivos a:

- a) Percepción: es la capacidad del envase para ser percibido.
- b) Diferenciación: una vez percibido, debe ser diferenciable en un contexto saturado de productos.
- c) Identificación: el consumidor debe asociar fácilmente el continente (envase) con el contenido (producto).
- d) Función espejo: la publicidad crea un estilo de vida y lo asocia con la utilidad de venta.
- e) Argumentación: se deben comunicar y hacer evidentes las cualidades y valores positivos que se pretenden “vender” (calidad, seguridad, comodidad, tradición, artesanía, naturaleza, ecología, exclusividad, lujo, precio ventajoso, prestigio social, etc.).
- f) Información: es importante informar de una manera clara y completa para satisfacer las necesidades de un consumidor cada vez más exigente. Las informaciones incluirían las de tipo obligatorio (que están legisladas), las voluntarias (que mejoran la información al consumidor) y las de tipo promocional (que estimulan las ventas).
- g) Seducción: es la capacidad de fascinación y de incitación activa a la compra.

1.2 Tendencias de diseño

Existen varias y diversas tendencias de diseño, y cada década sufren variaciones, las mismas que han marcado generaciones y han definido estilos de vida, es decir, son factores que influyen dentro de una sociedad de consumo. Entre las principales tendencias asociadas al *packaging* se encuentran:

- **Minimalismo:**

El minimalismo es aquel que se despoja de los elementos sobrantes en busca de la sencillez. Bajo este contexto Marín (2015) especifica: “La esencia es lo que define la identidad de un elemento y lo que dota de valor y calidad al mismo, por lo que todo lo que no sea esencial es una redundancia, un lastre, casi un obstáculo”. Dentro de las implicaciones que conllevaba este término eran que minimal era todo objeto que contaba con un muy alto contenido intelectual, pero de bajo contenido formal. Dentro de las características

más destacables de esta corriente artística se encuentra la abstracción, la economía, la precisión y la geometría elemental, rozando el purismo estructural. Todo parece concentrarse en el espacio mínimo y necesario para poder definirse como objeto.

- **Cubismo:**

Su principal característica es la utilización de formas geométricas. Marín (2015) establece que este movimiento “es el origen de todas las vanguardias del siglo XX, y lo cierto es que fue a partir de su aparición cuando se dejó de hablar en términos menores para declarar oficialmente la ruptura con el ciclo artístico anterior”. Su denominación como cubismo se da debido al uso de cubos para representar diferentes tipos de obras, así también desde una perspectiva múltiple, es el recurso fundamental de esta nueva era artística. Por otra parte, el cubismo representa de forma simultánea todas las partes y caras de los objetos, es decir, se muestra

en un mismo plano todo lo que se sabe de él. Este aspecto científico y técnico resulta muy interesante, porque trabaja el arte desde una perspectiva totalmente experimental, y que de alguna manera abre la puerta a un universo paralelo y una nueva concepción de arte.

- **Pop art:**

El pop art se caracteriza por el uso de carteles y objetos cotidianos, siendo así que Araya (2012) considera a Andy Warhol como el máximo exponente en este arte, ya que especificaba que el Pop Art era un todo dentro del contexto de la belleza. Una de las técnicas más utilizadas dentro de esta tendencia es la litografía. Con esta técnica se podía duplicar las superficies impresas de diferentes diseños comunicativos, por ejemplo, de envases, afiches y hasta cómics.

Para su expresión artística utilizaban colores claros, brillantes y fluorescentes inspirados en los empleados de

la industria y los objetos de consumo, que les permitían plasmar la celebración de la sociedad consumista.

- **Ilustración:**

La ilustración es un arte visual que representa algo a través de diversos métodos o herramientas, que ha permitido transmitir gráficamente ideas, situaciones o lugares, por su parte, Murcia A. (2016), entorno a la ilustración, establece que:

A través de su historia y su necesidad de comunicación, el hombre ha ideado diversas maneras de transmitir y recibir ideas, sentimientos y emociones. Siempre han encontrado la forma de expresión adecuada a su esencia. Una de las técnicas más antiguas usadas para expresar ideas, es el dibujo. Aun en el altamente especializado mundo de nuestros días, el dibujo sigue siendo un efectivo vehículo de comunicación utilizado en diversas áreas de conocimiento. El dibujo ha cambiado en el tiempo, nuevos materiales,

instrumentos y tecnología, han ocasionado que, se haya convertido en disciplina, altamente especializada, llamada ilustración.

Por lo tanto, la ilustración se adaptó a nuevos métodos y aplicaciones, pero siempre cumpliendo su objetivo que es comunicar.

- **Eco-diseño:**

Esta tendencia que presenta como principal característica el ser amigable con el medio ambiente, la misma que se enmarca en crear objetos que minimicen su impacto con el medio ambiente y también puedan ser reutilizados. En torno a este aspecto Canalé (2016) manifiesta:

El eco-diseño encara el diseño como un factor de cambio que puede contribuir activamente al cuidado del medio

ambiente. Desde esa perspectiva, atiende a la raíz de los problemas ambientales y aborda el diseño a partir de un enfoque integral que contempla la totalidad del ciclo de vida del producto y la aplicación de estrategias que integran el proceso proyectual para generar resultados comprobables

- **Diseño de lujo:**

La principal característica de la tendencia de diseño de lujo, es que desea evocar status social, por ende riqueza, según Martin R. (2014) algunas características sobre esta tendencia como:

Los productos de lujo deben tener unas características especiales para atraer a los clientes. Los consumidores de lujo ponen el listón muy alto a las empresas, y estas deben estar a la altura para satisfacer las necesidades de sus clientes. Hay multitud de productos de lujo, desde coches de alta gama, hasta joyas únicas en el mundo. Cada uno con sus detalles

que los diferencian y que atraen a los consumidores más exquisitos.

Por lo tanto, esta tendencia busca la exclusividad, deseando que la experiencia de su consumidor sea única, para ello se apoya con un diseño sobrio y colores brillantes contrastados con el acromático negro.

1.2.1 Características de una tendencia

Las tendencias, tal como se ha podido evidenciar, son varias y diversas, diferenciándose por los elementos de diseño que contienen, es por ello que es importante definir los elementos a considerar al momento de establecer o identificar una tendencia. Entre los que se encuentran a:

- **Formas:** son los elementos más básicos y aplicados dentro del entorno del diseño, entre

ellos se encuentran el punto, la línea y el plano, estos ayudan a identificar a una tendencia según como se utilice y a su significado.

- **Cromática:** los colores son elementos primordiales dentro del contexto de una tendencia, ya que gracias a la psicología del color estos permiten establecer emociones y sensaciones.
- **Textura:** dentro del ámbito de la textura, puede ser percibida por el sentido de la vista y por el tacto, consiguiendo sensaciones que se conjugan con la psicología del color.

1.2.2 Elementos que influyen en una tendencia

Los elementos que influyen en una tendencia son varios y diversos, entre los cuales encontramos:

a) Influencers

Los influencers o los influenciadores son aquellos quienes aportan a establecer determinada tendencia, tal como lo establece Raymond (2010), quien manifiesta: “Las tendencias nacen en un pequeño grupo llamado *influencers* o influyentes, que son un grupo selecto de personas de la sociedad, que por alguna razón comienzan a llevar algo, a pensar de una manera, a decorar con ciertos colores o a actuar en cierta forma, en diferentes partes del mundo y contagia esto a los demás”. Estos personajes, como Miuccia Prada por ejemplo, están conectados con un segundo grupo llamado “TrendSetters o Early adopters” y que son los primeros en basarse en los “Influencers”, y quienes comienzan a difundir la tendencia a las masas. Los “Early adopters” o adoptadores tempranos son los encargados de que una tendencia se convierta en moda y llegue a los “followers” o seguidores. Se dice que una tendencia logra su alta acogida cuando se observa que las personas se encuentran utilizando determinado

producto, este ya exhibido en las perchas de los negocios y han sido publicadas en revistas. Así también tal como se detallaba anteriormente los “followers” transmiten la tendencia a los “Late Adopters” o adoptadores tardíos, que son los últimos en llevar o probar lo nuevo, y al poco tiempo la tendencia finalmente muere o se recicla, porque a llegado una nueva moda a imponerse. Bajo este contexto es importante determinar la necesidad de influencers dentro de una tendencia, considerando que en el mundo actual que dichas personas están presentes en las redes sociales y tienen gran captación en sus seguidores.

- Las políticas ambientales

Las políticas ambientales es otro elemento influenciador, ya que es la preocupación y desarrollo de objetivos con fines para mejorar el medio ambiente. Considerando en especial el calentamiento global que se vive en la actualidad, muchas personas están adoptando la

tendencia ecológica de reducir, reciclar y reutilizar, todo ello con el objetivo a aportar al cuidado del medio ambiente.

También existen diferentes normativas que apoyan esto, entre ellas se encuentra la Ley de Aguas y la de Gestión Medioambiental en el Ecuador, leyes que conjuntamente con la actitud y conciencia ecológica aportan para que exista y permanezca en el tiempo la tendencia ecológica.

- **Los eventos mundiales / Ediciones especiales**

Entorno a los eventos mundiales, estos son temporales, es decir duran corto tiempo, nacen en virtud de fechas especiales como, por ejemplo, la navidad o eventos de temporada como el mundial de fútbol, donde se viralizan formas, colores objetos representativos de la temporada, con una alta acogida y por ende se desarrolla como una tendencia corta.

1.3 Tendencias y packaging:

Aquí se conjugan tanto las tendencias como el *packaging*, dos elementos importantes considerados en el presente estudio, en los cuales los influenciadores desde la perspectiva de la tendencia, aportan para que el *packaging* sea fundamental en la decisión de la compra, considerando por ejemplo los cambios sociales que impulsan la creación de nuevos envases. Sin embargo, nuevos envases y productos provocan cambios en la sociedad. Por otra parte, los avances tecnológicos, el envejecimiento de la población, la inmigración, el tiempo reducido para el desarrollo de actividades, la búsqueda permanente de la salud, más comodidad y bienestar, etc., todo, ello influye en el diseño de los envases.

Entorno al mismo tema existe una serie de premisas que determinan la conjunción del *packaging* con las tendencias, entre ellas se tiene que:

- Los envases, cada vez más, evocarán emociones y experiencias, considerando que las novedades se encuentran íntimamente relacionadas con las estrategias de posicionamiento de cada producto y las necesidades del consumidor.
- La búsqueda de equilibrio entre el diseño estructural y el gráfico será mayor. De poco sirve un excelente diseño si su envase se encuentra en malas condiciones o no ha sido elaborado con la calidad necesaria.
- Habrá envases inteligentes, interesantes y convenientes. Los formatos pequeños, transportables e individuales, continuarán ganando terreno en nuevas categorías.
- Aumentará la presencia de envases que apelan a todos los sentidos.
- La preocupación por el medio ambiente seguirá creciendo.
- La alta reciclabilidad de los envases logrará un valor agregado.
- Los niños seguirán demandando envases con colores llamativos, alegres, en los que sus personajes o dibujos de moda cobren protagonismo, incluso superior al de la propia marca.
- Las amas de casa se inclinarán por envases con diseños atractivos, en colores frescos, que demuestren novedad, buen gusto y practicidad.
- Los jóvenes se verán atraídos por envases ergonómicos que reflejen dinamismo y su estilo de vida.
- Envases innovadores que agreguen diversión a sus vidas.
- La aplicación de estudios antropomórficos y antropométricos permitirán ofertar al mercado

envases sofisticados, como por ejemplo para deportistas, con diseños con zonas especiales de agarre, que puedan ser abiertos sin usar las manos.

- Diseños universales. Creados para incluir a personas con discapacidades motoras y sensoriales y llegar a la mayor audiencia posible, más allá de las necesidades y habilidades de un adulto promedio.
- Diseños gráficos adaptados a la realidad de las personas mayores de 60 años, fáciles de reconocer, que transmitan sensación de gran calidad, que la información sea legible, con fotos reales del producto o que su contenido pueda verse. Con colores que les sugieran jovialidad, que los animen y los hagan sentir más felices.
- Diseños retro. Por ejemplo: en Japón se han reportado productos que emulan el sabor y el diseño de los envases del pasado para que los

mayores de 30 puedan revivir su infancia a través de sabores que despierten sus recuerdos.

- *Packaging* divertido para productos diferenciados. Etiquetas con aplicaciones diversas como elementos promocionales, de seguridad y funcionalidad.
- Diseños estacionales y ediciones limitadas. Muchos fabricantes optarán por presentar variantes del producto para mantener una presencia cambiante en las góndolas y dar una imagen innovadora y dinámica.

1.3.1 *Packaging y el perfil de usuario*

Analizado el *packaging* y las tendencias, es necesario sumarle un elemento fundamental como es el perfil de usuario, dado que este se puede considerar como el conjunto de características que tienen en común

un grupo de usuarios. Así haciendo referencia a lo establecido por Arellano (2002), quien manifiesta que:

“Es muy importante comprender a los usuarios, los clientes y los mercados para toda empresa que desee crear y gestionar relaciones con las personas con el fin de cubrir una necesidad, crear una cartera de clientes sólida y generar ingresos y, por tanto, justificar la existencia de una compañía.”

Bajo este contexto, se puede definir que, el perfil de usuario es el conjunto de características de un grupo específico, quienes serán los usuarios meta, es decir para quienes irá dirigido el producto, el diseño y marca.

Mediante el estudio de perfiles de usuario un diseñador puede centrarse con ideas claras al momento de empezar a establecer los elementos compositivos para diferentes piezas gráficas, en este caso especial lo referente al *packaging*.

Es por ello que al hablar de un perfil de usuario, también se refiere a la información que se necesita adquirir de la vida de los consumidores, para comprobar gustos, rechazos y adquisiciones, considerando la información obtenida como una base que aportará en el diseño, creación y prestación de varios productos, servicios y publicidades, considerándolos como uno de los factores relevantes para la toma de decisiones dentro un diseño, con lo que permitirá a su vez generar una tendencia de diseño. Por lo tanto, es importante saber para quién va a ir dirigido el producto y toda su imagen gráfica, con el objetivo de garantizar que el producto sea adquirido, por el público apropiado.

1.3.2 Segmentación de mercados

La segmentación de mercado es el medio mediante el cual se divide al mercado en diferentes formas como: usuarios, consumidores, grupos objetivos, pero para formar parte de un segmento deben

compartir características similares. Por ejemplo, dentro del Ecuador un ente institucional que aporta con información de segmentos de mercados es el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), ya que clasifica a la población en clases sociales, entre las cuales se encuentra: alta, media alta, baja y extrema pobreza.

Así también, la segmentación de mercado ayuda a obtener una ventaja competitiva, mediante estrategias publicitarias adecuadas que lleguen con el mensaje al grupo de segmento de mercado apropiado.

- **Características de la segmentación de mercado**

Para que la segmentación de mercado sea efectiva, se debe reunir una serie de características como las que especifica la publicación de la revista Harvard (2020) las cuales son:

- **Homogéneos.** Los segmentos deben ser fácilmente identificados, para lo cual deben poseer una serie de características comunes

edad, género, nivel socioeconómico, etc.

- **Sustanciales.** Han de tener una dimensión adecuada, considerando un número de sujetos suficientemente amplios para que sea rentable el establecimiento de una estrategia determinada.
- **Medibles.** Se han de poder medir y han de proporcionar medidas concretas.
- **Accesible.** El grupo de mercado debe ser accesible, ya que debe poder llegar hasta ellos con suficiente facilidad. Las características del grupo deben facilitar el diseño de la estrategia a utilizar.

1.3.3. Packaging, perfil de usuario y segmento de mercado:

Entorno a la asociatividad que tiene el perfil de usuario con el segmento de mercado, se determina que, es imprescindible conocer las diferentes características que permiten identificar perfiles de usuario, para ello

se encuentra lo definido por Joseph (2017), que clasifica los perfiles en función de diferentes variables, siendo ellas:

- **Perfiles geográficos.** Los clientes pueden ser segmentados en función de su ubicación geográfica, por ejemplo para una pequeña empresa como una tienda de pizza, su mercado objetivo pueden ser todos los residentes dentro de un radio de cinco kilómetros de la ubicación de la tienda, así también, el propietario de la tienda puede dirigirse a este mercado mediante la colocación de perchas en la puerta que incluye una oferta especial en todos los hogares y negocios, dentro de este radio o cupones de correo a todos los hogares dentro de los códigos postales específicos.
- **Perfiles demográficos.** La demografía son características personales utilizadas para categorizar los consumidores. La demografía incluye características tales como edad, sexo,

nivel de ingresos y el estado civil. A través de la investigación de mercado, la empresa puede identificar a su cliente ideal como casada, mujer con estudios universitarios de entre 30 y 40, con un nivel de ingreso anual superior a los 30 mil dólares. Esta información ayuda a la empresa a desarrollar una estrategia de mercadotecnia, que atraiga a las personas con este perfil demográfico. Por ejemplo, un propietario de una tienda de ropa de mujer podría tratar de llegar a este mercado mediante el desarrollo de una campaña publicitaria para promocionar una nueva línea de ropa de trabajo.

- **Perfiles psicográficos.** Los intentos de perfiles psicográficos para segmentar el mercado en base a rasgos como la personalidad y estilo de vida. Los vendedores pueden utilizar estos rasgos en el desarrollo de una publicidad dirigida o campaña promocional. Un proveedor de artículos de joyería costosos puede utilizar

perfiles psicográficos para comercializar a personas que han comprado artículos similares como productos de lujo, pueden ser autos caros o ropa.

- **Perfiles de comportamiento.** Este tipo de perfil analiza el comportamiento tanto del usuario como del producto, por ejemplo, las prestaciones deseadas del producto, sensibilidad a los precios y la lealtad de marca.

Los perfiles del comportamiento son útiles para determinar los patrones de compra y los cambios que pueden afectar a estos patrones. Los perfiles de comportamiento también pueden decirle a una empresa cómo muchos de sus clientes son compradores por primera vez, en lugar de aquellos clientes que repiten. Así también si las compras repetidas son bajas, la empresa debería centrarse en la mejora de la calidad, o la construcción de la lealtad hacia la marca.

Entorno a la segmentación demográfica correspondiente a la edad se tiene el:

a) **Packaging para niños:**

El diseño de *packaging* para niños cada vez tiene más acogida debido a lo alegórico de sus diseños, considerando que ellos influyen en la decisión de compra de sus padres, guiados por la imagen gráfica de los envases, pudiendo ver del producto por medio del *packaging*. Otro factor importante es cuándo tanto el niño y el padre tomarán la decisión de adquirir o no el producto, es por ello que el *packaging* debe transmitir diversión a los niños y seguridad a los padres. “Quizás con este equilibrio, el enfoque de un estilo visual está dando paso, poco a poco, a un estilo de packaging más informativo y centrado en el diseño, que atraiga a niños brillantes de todas partes” (Hampshire y Stephenson, 2008).

b) Packaging para jóvenes:

El segmento de los jóvenes es otro grupo que está ocasionando interés dentro del diseño del packaging, dado a sus gustos de época y que se dejan influenciar por el entorno, pero sobre todo con una característica en común, que todavía no cuentan con independencia económica.

Así también este grupo se centra en divertirse, por lo que las empresas buscan transmitir esa información en sus *packagings*, mediante elementos gráficos asociados a los aspectos entretenidos, tecnológicos y de rendimiento energético, así como a la afición a los deportes y la música.

c) Packaging para adultos hombres/mujeres:

Entorno a este aspecto se puede identificar que los adultos son personas que gastan su dinero en regalos

caros, dado que según Hampshire y Stephenson (2008) “las parejas jóvenes sin hijos obsesionadas por el estilo disponen de un salario por encima de la media con las que decoran sus modernas casas urbanas, pasan más tiempo en casa y compran comida de calidad en tiendas gourmet”. No priorizan sus salidas de diversión, centrándose más por los orígenes y calidad de la comida que ingieren, sin embargo estas particularidades hace que el diseño debe ser pensado y atractivo para hombres y mujeres por igual.

d) Packaging para adultos hombres:

El *packaging* para adultos hombres supone un gran atractivo y negocio dentro de los procesos de diseño, dado que Hampshire y Stephenson (2008) afirmanque:

Las marcas de moda, de aseo personal y accesorios sacan provecho del creciente conocimiento de las marcas por parte de los hombres. Aunque el aumento

del hombre metrosexual desdibuja la distinción entre productos para hombres y mujeres, todavía hay algunas áreas que siguen dominadas por los hombres. La mayor parte de la tecnología sigue dirigiéndose a los hombres, y la claridad y la precisión usadas para

comunicar estos productos pueden transferirse a otros sectores, como el alcohol, suplementos dietéticos, e incluso sastrería.

TENDENCIAS DE
DISEÑO APLICADAS AL
PACKAGING
POR PERFIL DE USUARIO

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En torno al aspecto metodológico, se han definido los métodos a utilizar dentro de la investigación como ha sido el etnográfico, el que ha permitido visualizar al usuario de diferentes productos, determinando sus características y gustos, con lo que permitió decodificarlo en elementos de diseño. Así también se utilizó el método analítico, sintético y deductivo, ya que de las imágenes recopiladas de *packaging* se analizó sus formas, la cromática, las texturas, posteriormente se sintetizó la información, decodificándola de manera sintáctica y semántica, para asociarla a una tendencia de diseño específica y a un perfil de usuario determinado, todo ello permitió analizar los diferentes *packagings* recopilados y llevarlos a su mínima expresión.

Otra característica fundamental considerada en la propuesta es que se recopilaron imágenes de *packagings* elaborados por diseñadores o estudios de diseño, esto con el objetivo de garantizar el producto visual a estudiar. Se recopilaron 118 *packagings* que cumplían

los requisitos establecidos, los mismos que fueron decodificados tanto desde el aspecto sintáctico, donde se determinó la composición, y el aspecto semántico que corresponde a la interpretación del todo como conjunto. Para mostrar la información recopilada y analizada se estructuró la Tabla 1, donde se detalla cada uno de los elementos analizados.

Como resultado de la recopilación de las imágenes gráficas de los *packagings*, se obtuvieron 118 fichas, las que muestran en detalle las características gráficas que componen un *packaging*, así como la vinculación con una tendencia específica, acorde con un perfil de usuario.

Tabla 1*Datos de la ficha técnica “Tendencias de diseño de packaging”*

Tendencias de Diseño de Packaging								
N°:	Producto	Diseñador	Análisis Semiótico					
Análisis Sintáctico / Composición								
Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Modulo	Tipo de envase	Función básica	Función de apilamiento	Función comunicacional	
				Primario	Contener	Apilar	Identificar	
				Secundario	Proteger	Yuxtaponer	Informar	
				Terciario	Mantener	Cubicación	Persuadir	
Categoría compositiva				Observación:				
				Tendencia:				

Fuente: propia de los autores.

A continuación, se detallan los elementos considerados en la ficha técnica de tendencias de diseño presentada en la Tabla 1.

1. **Número:** número de ficha.
2. **Producto:** fotografía del *packaging* y el nombre que lo asignaron.
3. **Diseñador:** nombre de la persona o las personas que diseñaron el envase.
4. **Análisis semiótico:** se interpretó todos los símbolos, cromática y formas del producto. Ayudó a entender el significado de cada elemento y lo que busca transmitir el diseñador.
5. **Análisis sintáctico / composición:** se interpretó la composición del producto, para los cual se especificaron los siguientes puntos:
 - **Estructura de ordenamiento:** se verificó cómo está conformada la composición verificando sus líneas y espacios estructurales.
 - **Cromática:** los colores del producto.
 - **Tipografía:** descripción de la tipografía.
 - **Módulo:** si existe la presencia de módulos en la composición.
6. **Tipo de envase:** establece el tipo de envase que se está analizando, en virtud de lo especificado en el estado del arte este puede ser primario, secundario y terciario.
7. **Función básica:** determina cuál es la función más importante del envase, este puede ser contener, proteger o mantener. Un envase puede cumplir con las tres funciones básicas, pero hay una función que predomina más que las dos.
8. **Función de apilamiento:** define la forma de apilamiento del envase. Puede ser apilar es la

sobre posición del envase formando una fila, yuxtaponer que consiste en poner dos envases juntos y que formen una relación entre sí, o cubicación colocar el envase uno tras de otro.

9. **Función comunicacional:** indica cuál es la función más importante que está buscando el envase, puede ser identificar, informar, persuadir.
10. **Categoría compositiva:** se establece el concepto de diseño que influyó la estética del producto, para lo cual se verificó los elementos compositivos fueron utilizados al momento de crear la composición.
11. **Observación:** se detalla el material con el que fue creado el *packaging*, o alguna crítica referenciada al mismo.
12. **Tendencia:** el nombre de la tendencia que pertenece el envase y su categoría.

Categorías y morfología del packaging

Uno de los aspectos fundamentales de la propuesta corresponde en determinar las categorías del *packagings* en función a su morfología, es decir la identificación de las formas, así como de los materiales de los que están compuestos.

Tabla 2

Características de las categorías usadas en las fichas técnicas de tendencias de packaging

CATEGORÍAS	CARACTERÍSTICAS	
	Morfología	Materiales

Fuente: propia de los autores.

Así también para levantar la línea gráfica por perfil de usuario, se elaboró el instrumento que se muestra en la

Tabla 3, donde se va a enlistar las características de las tendencias del perfil de usuario y las características de los *packagings*, dicha información fue obtenida mediante el análisis visual del *packaging*, así como del usuario.

Tabla 3

Criterios a considerar para la definición de la línea gráfica

Tendencia	Perfil de usuario	Categoría

Fuente: propia de los autores.

TENDENCIAS DE
DISEÑO APLICADAS AL
PACKAGING
POR PERFIL DE USUARIO

CAPÍTULO III

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Con lo determinado en la metodología de la investigación, se procedió a desarrollar las fichas técnicas de tendencias de diseño por *packaging*. Se analizó y levantó información de 118 *packagings*, los mismos que fueron estudiados y decodificados, mediante el análisis sintáctico y semánticos de sus formas, así como la identificación de los materiales y tendencia de diseño en virtud de los análisis realizados, obteniendo al final 118 fichas de tendencias de diseño,

las misas que se muestran en el apartado de tendencias de diseño del *packaging*.

Siguiendo con la metodología se establecieron las categorías de los *packagings* se enlistó sus formas y se identificó los materiales en los que tradicionalmente son expendidos los productos en relacion con la categoría delimitada, dicha información se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4*Características de las categorías usadas en las fichas técnicas de tendencias de packaging*

CATEGORÍAS	CARACTERÍSTICAS	
	Morfología	Materiales
Alimentación	<ul style="list-style-type: none"> - Cilindros - Tipo sardina - Tipo estuche - Aerosoles - Resistencia - Hermetismo - Conservación - Integridad química - Versatilidad - Forma, estética, estabilidad y funcionalidad - El tipo de rosca - La relación del envase con el contenido 	<ul style="list-style-type: none"> - Plástico - Metal - Vidrio - Papel

Bebidas	<ul style="list-style-type: none"> - Permiten que los alimentos líquidos mantengan su color, textura, sabor natural y valor nutricional hasta 12 meses, sin necesidad de conservantes o refrigeración. - Envases con diseños personalizados - Botellas - Envases de boca angosta - Botellones - Frascos - Tarros - Vasos - Recipientes de forma cónica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Plástico - Cajas de cartón - Cajas plegables - Cestas - Cajas de madera - Bolsas - Vidrio - Metal
Cosméticos	<ul style="list-style-type: none"> - Alta calidad - Estándares que exigen los envases profesionales - Envases de plástico - Envases para loción airless - Envases acrílicos - Tarros para cremas envases para perfumes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tarros - Botes de plástico - Vidrio

Medicamentos	<ul style="list-style-type: none"> - Resistente a condiciones climáticas, luz, humedad, calor - Conservación - Estabilidad - Comodidad en su empleo - Estética en la presentación - Facilidad de aprisionamiento, manipulación y almacenaje. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hojas de papel laminado - Adhesivos termo sellantes - Folios plásticos transparentes.
Vestimenta	<ul style="list-style-type: none"> - Protección del producto - Comodidad - Velocidad de consumo - Acolchonado - Material de relleno. 	<ul style="list-style-type: none"> - Papel - Cartón - Plástico
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> - Sistemas para asegurar la integridad del sellado de envases - Envases activos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Metal - Cartón - Aluminio - Plástico

Obras artísticas	<ul style="list-style-type: none"> - Poseen una cubierta frontal - Llaman la atención en segundos - Gran tamaño en sus textos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cartón - Papel
------------------	---	---

Fuente: propia de los autores.

Por otra parte, mediante la investigación realizada se pudo especificar claramente las características representativas de seis tendencias de diseño identificadas, acorde cada una de ellas a un perfil de usuario determinado y a una categoría de envase, logrando de esta manera asociar el diseño de productos con el usuario meta. La información recopilada se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5*Criterios a considerar para la definición de la línea gráfica*

Tendencia	Perfil de usuario	Categoría
Minimalista <ul style="list-style-type: none"> - Tipografía limitada - Tipografía sin <i>serif</i> - Monocromático - No contiene ornamentos - Figuras geométricas lineales - Sus principales elementos compositivos son equilibrio, simetría, orden - Máxima sencillez - Su marca es el principal elemento de publicidad 	Media alta - alta <ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres de 30 – 60 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas - Cosméticos - Alimentos

<p>Cubismo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utiliza figuras geométricas planas - No contiene perspectiva - Sus principales elementos compositivos son: movimiento, figura-fondo, ritmo - Dinamismo - Tipografía sin <i>serif</i> / con <i>serif</i> - Utiliza líneas para forma plano representados en positivo y negativo - No usa figuras naturales - Usa planos bidimensionales - Usa líneas curvas y rectas - Colores mates - Usa módulos repetitivos o variantes. 	<p>Media alta - alta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombre y mujeres de 25 – 40 años <p>Media típica - media</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mujeres de 30 – 40 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Cosméticos - Alimentos - Bebidas
--	---	--

<p>Pop art</p> <ul style="list-style-type: none"> - Colores puros, brillantes y fluorescentes - Figuras naturales - Usa formas geométricas y cromáticas creando combinaciones únicas - Usa módulos repetitivos o variantes - Dinamismo - Joviales - Utiliza collage - Sus principales elementos compositivos son ritmo, movimiento y figura-fondo. 	<p>Media alta - alta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombre y mujeres de 15 – 25 años <p>Media típica - media</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres de 15 – 25 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Cosméticos - Alimentos - Vestimenta - Obras artísticas
---	---	---

<p>Ilustración</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usa formas naturales - Usa imágenes que generan una acción - Contiene ornamentos - Siempre va acompañada de un diseño comercial y su marca - Debe identificar al producto - Originalidad - Movimiento - Genera personalidad al producto y su marca - Su cromática varía según la necesidad del producto, pero conservara el sentido de dibujo - La técnica vectorial es la más utilizada dentro la ilustración para packaging. 	<p>Media alta - alta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres de 5 - 40 años <p>Media típica - media</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres de 5 – 35 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas - Alimentos - Obras artísticas - Vestimenta
---	--	--

<p>Eco - diseño</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usa las 3 erres (reducir, reciclar, reutilizar) - La cromática que utiliza es el color blanco y verde - Usa materiales biodegradables - Multifuncional (puede volver a ser útil) - La tipográfica puede ser variable considerando que existe tipografías ecológicas para el ahorro de tinta - Debe generar impacto visual sin perder de vista la parte ecológica - Usa formas orgánicas. 	<p>Media alta - alta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres de 30 - 50 años <p>Media típica - media</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres de 30 – 50 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas - Alimentos - Otros
---	--	---

Diseño de lujo <ul style="list-style-type: none"> - Usa líneas rectas - Cromática en contrastes de luminosidad en su mayoría blanco, negro plateado y dorado. - Utiliza iconografía con elementos gráficos elegantes y sutiles - Materiales de calidad - Texturas táctiles - Exclusividad - Estético, simple, limpio y elegante - Tipografía sin <i>serif</i>. 	Media alta - alta <ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres de 30 - 60 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas - Cosméticos - Vestimenta - Tecnología
---	--	---

Fuente: propia de los autores.

TENDENCIAS DE
DISEÑO APLICADAS AL
PACKAGING
POR PERFIL DE USUARIO

ANÁLISIS
SINTÁCTICO Y
SEMIÓTICO DE
DISTINTOS
TIPOS DE
PACKAGING

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
1	<div> </div> <p>Figura 1. Diseño de empaque Jooze Fruit Juices. Fuente: Yong (2021).</p>	Yunyeen Yong	<p>En el packaging destaca principalmente la marca de la empresa de jugos Jooze, el color y la forma del sabor de la bebida que se está dando a conocer con la sensación de tranquilidad y felicidad, llamando la atención principalmente de los niños.</p> <p>Está siendo utilizado el significante (la fruta) y significado (transmite tranquilidad y relajación en el envase). Al utilizar diferentes módulos con figuras circulares nos transmiten movimiento y dinamismo.</p> <p>La utilización de los colores está realizada para que cada uno represente a la fruta que se va a comercializar y a su vez cada color transmite diferentes sensaciones como:</p> <p>Rojos: vitalidad y acción mejorando el humor de las personas.</p> <p>Verde: nos da la sensación de paz y tranquilidad</p> <p>Naranja: diversión, vitalidad y movimiento, favorece a la relación del cuerpo con el optimismo</p> <p>Amarillo: provoca la sensación de buen humor y alegría.</p> <p>Las formas orgánicas permiten que el usuario pueda sentirse relajado con el producto con las sensaciones de movimiento que este brinda.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Las formas están siendo parte de un conjunto, correctamente dispuestos con relación a los demás para cumplir el propósito final dando lugar a una organización armoniosa.	Combinación de colores armonía cálidos. Variante de tono de luminosidad.	Sin serif	Existe la presencia de módulos para unificar el diseño y aporta una sensación de armonía al diseño siendo utilizado en pequeñas cantidades permitiendo que el diseño sea más simple y audaz.	Primario	X	Contener	3	Apilar	2	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Ritmo: está jugando un papel importante en la duplicación de patrones para dar la sensación de ritmo mediante la repetición. Simetría: presenta un orden visual en la distribución y utilización del espacio que existe con relación de igualdad y repetición básica, da la sensación de orden y alivia la tensión. Equilibrio: existe una estabilidad física y visual, distribuye el peso visual para mantener la integridad todo el diseño.			Observación: Contenido: jugo de frutas Materiales: papel							
				Tendencia: ilustración / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
2	<p><i>Figura 2.</i> CD de música. Fuente: Mrotek (2016).</p>	Mariusz Mrotek	<p>Se puede apreciar principalmente la utilización de colores y formas de una manera irregular dando a la vista la sensación de textura y variedad, otro de los principales elementos dentro del diseño es su tipografía ya que permanece en el centro ayudando al diseño con un peso visual estable.</p> <p>Con la ayuda de los colores también se genera un espacio bidimensional ya que al momento de crear patrones de orden con los colores y formas se puede percibir movimiento dentro del diseño, a su vez los diferentes colores utilizados transmiten:</p> <p>Azul: energía-impresión Rojo: vitalidad y acción mejorando el humor de las personas. Naranja: diversión, vitalidad y movimiento, favorece a la relación del cuerpo con el optimismo. Amarillo: provoca la sensación de buen humor y alegría. Negro: elegancia-recuerdo-pasado.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
La composición posee una estructura con líneas y formas irregulares, a su vez, está predeterminando la relación interna de las formas sugiriendo movimiento.	Combinación de colores cálidos y fríos con el color negro como punto neutro.	Sin serif	Existe la presencia de módulos de forma irregular con la línea y dirección.	Primario	X	Contener	2	Apilar	2	Identificar	2
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	1	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Textura: en este diseño la textura la da el color por sus formas y líneas irregulares, es una sensación no táctil.</p> <p>Agrupamiento: se la utiliza en los varios elementos con diferentes colores que están en el diseño asemejándolos con su forma, tamaño y textura.</p> <p>Contraste: existe contraste entre fondo, figura y legibilidad del texto con colores complementarios.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: música CD</p> <p>Materiales: papel</p>							
				<p>Tendencia: pop art / obras artísticas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
3	<p>Figura 3. Lefkadias Vinos. Fuente: Pseftogas (2016).</p>	Stelios Pseftogas	<p>En el <i>packaging</i> destaca principalmente la utilización de contrastes como son el negro, blanco y dorado permitiéndonos obtener un diseño elegante y muy formal. Se está utilizando líneas verticales para mostrar el equilibrio y exactitud del diseño, a su vez con la combinación de líneas diagonales nos dan la sensación de movimiento y textura.</p> <p>La utilización de tipografía sin <i>serif</i> nos permite apreciar un diseño elegante y hace más fácil su legibilidad con la combinación correcta de contrastes.</p> <p>Los colores utilizados representan:</p> <p>Blanco: pureza, paz, confort Dorado: lujo, felicidad Negro: elegancia, misterio, magia.</p>

Análisis Sintáctico / Composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Se utiliza una estructura formal permitiendo que todo forme parte de un conjunto, correctamente dispuestos con relación a los demás para cumplir el propósito final dando lugar a una organización armoniosa.	Contraste de tono entre claro y oscuro. Combinación de cálidos y fríos.	Sin serif	Existe la presencia de módulos para unificar el diseño con las líneas utilizadas y a porta una sensación de armonía con equilibrio.	Primario	X	Contener	3	Apilar	2	Identificar	2
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	2	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	Proporción: existe relación en cada una de las partes que conforman el todo, siendo utilizadas correctamente las formas en la composición relacionándolos de una forma armoniosa. Ritmo: existe la repetición de elementos los mismos que juegan un papel principal en la repetición de patrones, con intervalos de repeticiones exactamente iguales una y otra vez, obteniendo así el ritmo. Armonía: las partes de la composición están dispuestas en el espacio de una manera ordenada y equilibrada tanto en proporción y cromática.			Observación: Contenido: vino Materiales: papel, vidrio							
				Tendencia: lujo / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
4	<p>Figura 4. Vino Pnoé: Fuente: Filippopoulou (2016).</p>	Stefi Filippopoulou	<p>El <i>packaging</i> utilizado visualiza en su etiqueta la vitalidad y fresca del vino su marca Pnoé significa aliento representando así el sabor diferente del vino. La marca y el diseño simbolizan el movimiento, la inspiración y alegría, la utilización de figuras femeninas simbolizan la emotividad y delicadeza, se las utiliza también para separar el contenido de cada botella simbolizando paciones diferentes.</p> <p>Amarillo: felicidad, fertilidad e intuición. Rojo: vitalidad, la ambición y la pasión.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Se utiliza una estructura formal realizada matemáticamente para obtener una forma regular.	Variación del color en : brillo, saturación y tono	Sin <i>serif</i>	No existe la presencia de módulos, pero se puede apreciar la utilización de retículas con medias y diagonales.	Primario	X	Contener	2	Apilar	2	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Gradación: aumenta y disminuye su color, textura y luminosidad dándonos la sensación de profundidad y progresión. Figura-fondo: la figura es la forma positiva que está representando al objeto dándonos mayor representación en el diseño.			Observación: Contenido : vino Materiales: papel, vidrio							
				Tendencia: lujo / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
5	<p><i>Figura 5.</i> Lapin Blanc ajeno. Fuente: Kurstjens (2016).</p>	Funs Kurstjens	<p>En el diseño de <i>packaging</i> se puede apreciar principalmente su marca LAPIN BLANC con su logo que es la silueta de un conejo representando así la fantasía, con un diseño contemporáneo y minimalista.</p> <p>El diseño transmite la paz, elegancia y seguridad al momento de observar la botella con un poco de misterio. La botella transparente es utilizada para representar el espíritu del ajeno de una manera diferente y más convencional al ser una bebida alcohólica.</p> <p>Su color negro simboliza: misterio, placer, elegancia, fuerza.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Las formas están siendo parte de un conjunto, correctamente dispuestos con relación a los demás para cumplir el propósito final dando lugar a una organización armoniosa.	Contraste de luminosidad	Sin serif	No existe la presencia de módulos.	Primario	X	Contener	3	Apilar	2	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Simetría: el diseño se desarrolla en una línea lateral para separar las formas dándonos una sensación de igualdad.</p> <p>Armonía: existe relación entre las partes que están formando el todo de la composición tanto en equilibrio como proporción permitiéndonos obtener un diseño con vínculos establecidos en todos los elementos.</p> <p>Equilibrio: existe estabilidad visual muy útil para atraer la atención, en la composición se distribuye y conserva la integridad de esta.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: ajeno</p> <p>Materiales: vidrio</p>							
				<p>Tendencia: minimalismo / bebidas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
6	<p>Figura 6. Dry Gin. Fuente: Asociados (2016).</p>	Enric Aguilera Asociados	<p>En el presente <i>packaging</i> destaca principalmente la cromática que está siendo utilizada para atraer al espectador con los colores plateados, dándonos la sensación de una combinación elegante y refinada, con la botella se está representando los 30 millones de razones que hacen que este licor sea deseado y ya esté 30 años en el mercado.</p> <p>La tipografía que se está utilizando hace que el usuario pueda entender e interpretar de mejor manera la información. Los colores utilizados representan:</p> <p>Dorado: belleza, riqueza, fidelidad y permanencia. Gris: elegancia, modernidad y estilo. Negro: representa la elegancia, y también a las personas conservadoras que poseen cierta autoridad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Es una estructura formal realizada de una manera precisa interactuando de una manera ordenada haciendo que todo sea parte de la composición.	Contraste de luminosidad	Sin serif	Existe la presencia de retículas simétricas.	Primario	X	Contener	2	Apilar	-	Identificar	1
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	2	Informar	2
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Textura: el fondo con la tipografía nos da la sensación de textura y superficie que son captadas muy fácilmente con el sentido del tacto y vista.</p> <p>Simetría: posee su línea axial separando el espacio para dar una sensación estable y central a la composición.</p> <p>Equilibrio: el centro de gravedad distribuye el espacio y hace que el peso visual se uniforme en todo el diseño.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: dry gin</p> <p>Material: etiqueta de papel de plata</p>							
				<p>Tendencia: lujo / bebidas.</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
7	<div> </div> <p>Figura 7. Vino Appassimento. Fuente: Desinghourse (2021).</p>	Designhourse	<p>El <i>Packaging</i> a continuación nos muestra la "Fontana due Leoni" (Fuente de León) la cual lleva a la identidad y concepto del presente diseño. Todo está ligado a la iconografía de dos leones que también representan sus dos ríos Tordino y Vezzota que se unen.</p> <p>Mediante este concepto se crea un vino perfectamente mezclado y equilibrado ya que es creado con diferentes tipos de uvas para hacer una mezcla exquisita llamada Appassimento.</p> <p>Se está utilizando las ilustraciones de leones y la fuente basándose en un elemento real. Sus colores significan:</p> <p>Negro: fuerza, nobleza, elegancia. Dorado: riqueza, fidelidad. Los leones: justicia y poderío.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee una estructura semiformal ya que posee trazos regulares y también trazos irregulares, a su vez, también se observa espacios estructurales semiformales.	Presencia de contraste de color negro y blanco.	Romana	Existe la presencia de módulos repetitivos en forma de líneas alrededor de la fuente ilustrada.	Primario	X	Contener	1	Apilar	1	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	2	Cubicación	2	Persuadir	2
Categoría compositiva	Simetría: la imagen posee imágenes semejantes separadas con una línea de relación de igualdad que pasa por el centro de esta, a su vez nos permite observar los elementos repetidos en su separación axial.			Observación:							
	Dirección: los vectores que existen en la imagen tienen un punto de atracción para crear un equilibrio de fuerza visual.			Contenido: vino.							
	Unidad: se mantiene el orden de todos los elementos que forman parte de la composición para que sea visto como parte única de un todo.			Materiales: papel pate							
				Tendencia: ilustración / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
8	<p>Figura 8. Serie Edelbrand. Fuente: Sommer (2021).</p>	Dennis Sommer	<p>El <i>packaging</i> al momento de observarlo da la sensación de sabor, olor y color; posee un diseño creativo y muy refinado. Se está tomando en cuenta los colores de la naturaleza para la elaboración de este alcohol artesanal, dándonos un diseño limpio y abstrayendo el color, olor y sabor de cada fruta natural, a su vez las botellas imponen un aspecto puro y gustoso a la vista. El diseño con curvas suaves nos da la sensación de un movimiento tranquilo y sutil haciendo que el ojo humano se relaje y pueda contemplar el diseño de una forma equilibrada.</p> <p>Sus colores están representando en si la esencia y abstracción de cada fruta que fue utilizada para la creación del producto de forma sensual.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Su estructura está determinando las relaciones internas de las formas de una manera que sugiere completo movimiento.	Contraste de tonos colores en la gama de cálidos.	Sin serif	No existe la presencia de módulos	Primario	X	Contener	2	Apilar	2	Identificar	2
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Gradación: está aumentando la cualidad del espacio mediante la utilización del color y forma con la luminosidad y su posición. Asimetría: sus partes no son semejantes, pero esto no impide que se cree una imagen con una forma visible aceptable.</p> <p>Armonía: la distribución del espacio con la cromática y forma permiten que el diseño denote gran aceptación al sentido de la vista, gusto y olfato.</p>			<p>Observación: Contenido: vino Materiales: vidrio</p>							
				<p>Tendencia: minimalismo / bebidas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
9		Alex Kodimsky	<p>El <i>packaging</i> presente nos da a conocer una serie de vinos donde un cliente puede escoger cuál es su etiqueta favorita para disfrutar en la tarde ya que nos está diseñado con un estilo nostálgico usando la misma imagen de fondo en todos sus diseños donde se varia únicamente su color, pero a su vez siguen teniendo el mismo efecto que muestra la tarde frente a un paisaje peninsular.</p> <p>Sus colores tienen el siguiente significado:</p> <p>Verde: representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.</p> <p>Azul oscuro: representa el conocimiento, la integridad, la seriedad y el poder.</p> <p>Marrón rojizo: se asocia a la caída de la hoja y a la cosecha.</p> <p>Púrpura claro: produce sentimientos nostálgicos y románticos.</p>

Figura 9. Tarde de Crimea. Fuente: Kodimsky (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Su estructura está determinando la posición de los elementos con trazos de forma irregular y formal permitiendo así una estabilidad con toda la composición.	Tono con variantes de luminosidad	Sin serif	No existe elemento de repetición	Primario	X	Contener	2	Apilar	2	Identificar	1
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	3	Informar	2
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Equilibrio: existe una estabilidad física y visual donde el peso visual conserva su integridad de una manera asimétrica atrayendo la atención de la vista.</p> <p>Escala: todo está relacionado a un tamaño proporcionalmente a la realidad tomando como referencia el paisaje de la colina.</p> <p>Orden: los elementos están dispuestos tomando un significado y forma dentro de la composición, obteniendo así una expresión armónica.</p>			<p>Observación: Contenido: vino Materiales: papel, vidrio</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / bebidas</p>							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
10		Marion Fagnot	<p>El <i>packaging</i> presenta principalmente un símbolo delta que se usa para indicar cambio o diferencia, a su vez Alt-J es utilizado porque si lo ingresamos a un computador aparecerá el signo delta que en sí es el logotipo del grupo, y al estar promocionando un nuevo disco es importante que se mantenga todo el simbolismo gráfico completo del grupo, desarrollado mediante el arte y la pintura. Con las formas inorgánicas y colores utilizados dan significados de variedad como movimiento y dinamismo.</p> <p>Los colores utilizados simbolizan: Naranja: atracción, creatividad, determinación, éxito, ánimo y estímulo. Gris: creatividad y éxito. Blanco: frescura y limpieza, a su vez se lo utiliza para mostrar simplicidad. Negro: elegancia y fuerza.</p>

Figura 10. Alt-J Album Cover. Fuente: Fagnot (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
				Primario	X	Contener	3	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	2	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	1	Persuadir	2
Se manipula las líneas y espacios estructurales de forma inactiva dando formas diferentes a la composición y los módulos interactúan con estas partes.	Se yuxtaponen colores vivos y apagados.	Sin serif	Los módulos están siendo utilizados en forma de tramas con líneas que forman figuras geométricas.								
Categoría compositiva	Gradación: se puede observar el color, la textura y la luminosidad en diferentes grados dando sensación de profundidad y movimientos a las figuras. Estructura: está siendo construido por figuras semejantes, las líneas se repiten y establecen el contacto para que el sistema sea cerrado. Ritmo: se están repitiendo los patrones en forma de líneas con formas una y otra vez para dar la sensación de ritmo.			Observación: Contenido: CD Materiales: papel							
				Tendencia: ilustración / obras artísticas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
11		Ernesta Vala	<p>El <i>packaging</i> presenta un diseño minimalista obtenida mediante la abstracción de la cabeza de un lobo dándonos una idea de cultura mitología nórdica Valhalla.</p> <p>También se asemeja a la silueta de dos puertas, como nombre del álbum, dándonos una connotación simple que posee el hombre con los estados de la vida, satisfaciendo así los cambios que este sufre en el trascurso de la vida.</p> <p>El diseño posee agujeros en forma de módulos circulares permitiendo así observar una textura muy específica dando la sensación de ritmo y movimiento.</p> <p>Los colores representan: Negro: elegancia, firmeza, rectitud. Rojo: fuerza, pasión.</p>

Figura 11. Lobo Puertas - Álbum de Música. Fuente: Vala (2021)

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee una estructura formal de repetición con espacios estructurales de la misma forma, tamaño y deslizamiento.	Contraste de tono entre negro y rojo.	Sin serif	Existe la presencia de módulos de posición y repetición porque muestran un sentido definido de dirección.	Primario	-	Contener	3	Apilar	2	Identificar	2
				Secundario	X	Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario	-	Mantener	1	Cubicación	1	Persuadir	3
Categoría compositiva	Textura: posee una superficie externa que es posible ser percibida por el tacto y la vista. Ritmo: la repetición o duplicación de elementos hacen que el patrón sea único y este lleve a la sensación de ritmo. Agrupamiento: existe relación entre los elementos de la composición formando así un conjunto mediante la semejanza que existe en su forma.			Observación: Contenido: CD, libro, de cadena Material: papel, cuerda							
				Tendencia: minimalismo / obras artísticas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
12	<p>Figura 12. CD de música. Fuente: Souza (2008).</p>	Enio Souza	<p>El presente <i>packaging</i> presenta principalmente la utilización de la ilustración con el baile (“Bola de Almeida”), y en la ilustración se puede observar a Hamilton Holanda el cual fue considerado un gran jugador a nivel mundial. De ahí es donde proviene el estilo con líneas curvas y varios colores representando la identidad y estilo de un baile propio lleno de colores, alegría y movimiento.</p> <p>La utilización de formas orgánicas y colores cálidos permiten que el diseño fluya de manera eficaz en las personas, con la utilización de la cromática se puede obtener un estilo en movimiento lleno de figuras orgánicas con ilustraciones atractivas.</p> <p>Sus colores representan: Amarillo: alegría y energía. Azul: salud, entendimiento, suavidad y tranquilidad. Verde: armonía, crecimiento, exuberancia y frescura. Naranja: felicidad, determinación, éxito.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura informal que sugiere movimiento con trazos regulares e irregulares.	Utilización de colores cálidos y fríos.	Sin serif	Se utiliza módulos en forma de líneas en grandes tamaños y pequeñas cantidades.	Primario	X	Contener	2	Apilar	1	Identificar	2
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	2	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Contraste: la cromática está resaltando su cualidad opuesta para hacer dinámica a la imagen y llamar la atención de sentido de la vista. Escala: el tamaño de la imagen se relaciona proporcionalmente con el de una imagen real entre el objeto y el humano.</p> <p>Figura y fondo: existe una parte positiva de la imagen en donde se puede observar al músico y los elementos que se relacionan con él y a su vez su parte negativa que está formando el contraste de la composición.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: CD</p> <p>Material: papel</p>							
				<p>Tendencia: cubismo / obras artísticas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
13	<p>Figura 13. Dr.Coffee. Fuente: Chen (2008).</p>	Camila Chen	<p>El <i>packaging</i> como elemento principal nos está mostrando su marca COFFE TAB, el diseño está basado en la utilización de varios módulos en forma de flores, las líneas que expresan simplicidad, delicadeza y ligereza.</p> <p>Sus colores nos indican:</p> <p>Café: naturalidad, belleza. Naranja: sabiduría, claridad de ideas, y riqueza. Blanco: frescura y simplicidad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Su estructura de composición es formal ya que es creada con elementos de precisión y es la base de las demás estructuras.	Contraste de luminosidad	Sin <i>serif</i>	Existe la presencia de módulos que se están organizando para convertirse en una forma mayor mediante la repetición.	Primario		Contener	2	Apilar	1	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	<p>Contraste: se está resaltando su imagen de figura y fondo combinándose para formal el elemento central el cual es la flor. Agrupamiento: Se ve la relación que existe entre los elementos que están siendo repetidos para formar más elementos que componen el conjunto.</p> <p>Equilibrio: existe relación entre todas las partes dándonos sensación de equilibrio entre color, forma y textura.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: café</p> <p>Material: papel</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / bebidas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

N°.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
14	<div> </div> <p>Figura 14. ¡Boom! Caja de hamburguesa. Fuente: Chikakcjiev (2021).</p>	Dimitar Chikakchiev	<p>El packaging muestra como principal característica su marca BOOM la cual se encuentra dentro de la abstracción de una vaca, simbolizando así de donde proviene este producto, su empaque muestra un diseño agradable y funcional que no permite que la hamburguesa que se encuentra dentro se moje y a su vez la mantiene caliente, permite también que al abrirla adopta la forma de un plato.</p> <p>Sus colores dan al diseño un tono elegante y original combinando una gama pequeña y que no permite la saturación y combinando un buen contraste entre los tres colores.</p> <p>Sus colores representan: Blanco: limpieza, pureza. Negro: elegancia y fuerza. Amarillo: alegría, felicidad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Su estructura es semiformal mediante la cual nos permite ver un poco de movimiento.	Contraste de luminosidad	Sin serif	No existe la presencia de módulos, pero se puede apreciar la utilización de retículas con medias y diagonales.	Primario	X	Contener	3	Apilar	1	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	2	Persuadir	2
Categoría compositiva	Movimiento: la ilustración está modificando la condición del entorno produciendo mucho dinamismo y atrayendo a la vista. Positivo – negativo: entre el contraste de blanco y negro. Contraste: se resalta la forma con ayuda del fondo para llamar la atención del espectador.			Observación: Contenido: hamburguesa Material: cartón, papel							
				Tendencia: ilustración / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
15	<div> </div> <p>Figura 15. 15 años de Excelencia Starbucks. Fuente: Yool Estudio (2021).</p>	De Yool Estudio	<p>Los diferentes tipos de <i>packaging</i> muestran similitud entre varios elementos que forman la composición del diseño como su tipografía y grabados, se está contando una la historia y el proceso que se llevó a cabo para estar 15 años en el mercado, la variedad de tipografía utilizada da diferentes sensaciones como: seriedad, amabilidad, movimiento, fuerza y equilibrio representando así a nivel simbólico lo que representa la marca inspirándose en el café. Esto permite que las personas tengan la sensación de participación con la marca y deseen coleccionar todos los diseños.</p> <p>Sus colores representan:</p> <p>Dorado: riqueza y prosperidad.</p> <p>Negro: firmeza y poder.</p> <p>Blanco: pureza, limpieza, simplicidad.</p> <p>Café: elegancia, prosperidad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
La estructura que presenta es informal ya que sus elementos están distribuidos en diferentes direcciones y posiciones, a su vez se utilizan retículas son construidas de formas indefinidas.	Colores fríos contrastados con blanco y negro	Sin serif	No existe la presencia de módulos	Primario	X	Contener	3	Apilar	1	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Figura – fondo: se puede observar un contraste en forma negativa que ocupa todo el espacio y sobre él se posan las diferentes formas y abstracciones de elementos reales.</p> <p>Orden: los elementos están organizados de una forma armónica para atraer la visión del espectador.</p> <p>Unidad: existe el vínculo entre los elementos de la composición permitiendo que este sea agradable a la vista del espectador.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: colecciones starbucks</p> <p>Material: papel, plástico</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / otros</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
16	<p>SABERES POPULARES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo agroecológico • Comida de verdade • Plantas medicinais e remédios do mato 	Lucas Magalhães, Pabline Felix	<p>El presente <i>packaging</i> muestra la utilización de figuras orgánicas como: líneas y figuras, a su vez también está utilizando la abstracción de plantas de la naturaleza para crear una estructura útil y memorable con una combinación correcta de contrastes.</p> <p>El diseño transmite una relación entre el hombre y la naturaleza creando así una armonía e inspirando crear una vida saludable.</p> <p>Se contempla la utilización de ilustraciones con un color representativo de la tierra dándonos una sensación de granja por la simplicidad que maneja el diseño.</p> <p>Los colores representan: Café: expresa confortabilidad, humildad y equilibrio. Blanco: expresa tranquilidad, pureza y salud.</p>

Figura 16. Saberes Populares. Fuente: Magalhaes (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee una estructura formal visible y a que podemos observar claramente su ubicación, forma y ancho dentro del diseño.	Utilización de colores Pantón en la gama del color café.	Sin serif	No existe la presencia de módulos, sin embargo, se puede observar la utilización de retículas para la distribución de los elementos en la composición.	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	2	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	<p>Textura: posee una superficie externa que es posible ser percibida por el tacto y la vista.</p> <p>Agrupamiento: Existe relación entre todos los elementos unidos en un solo conjunto mostrando así una sensación armoniosa y texturizando parte de la composición.</p> <p>Contraste: se resalta el fondo como una de las principales características de la composición haciendo que las formas y figuras sean percibidas de una mejor manera atrayendo la mirada del espectador.</p>			<p>Observación:</p> <p>Materiales: papel, cadena</p> <p>Proceso de impresión: serigrafía, flexografía</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / obras artísticas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis Semiótico
17	<p><i>Figura 17. Saks-Books. Fuente: Takahashi (2021).</i></p>	Yuta Takahashi	<p>El <i>packaging</i> presente muestra principalmente formas orgánicas circulares que, a su vez, están representando a la sociedad en sus distintos estándares, perspectivas, observando su relación llamando la atención del lector para su compra.</p> <p>El diseño está basándose claramente en el pensamiento que nos da la psicología del color blanco como fondo ya que es uniforme y contrasta con las formas utilizadas haciendo que se preste mayor atención a los detalles que pueden ver desde cada ángulo.</p> <p>Posee un diseño minimalista y elegante que estimula al lector con el arte y un estilo de vida moderno. Los colores representan:</p> <p>Blanco: paz tranquilidad, silencio y pureza. Negro: modernidad y elegancia.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura semiformal ya que no posee rigidez, sugiere pequeño movimiento.	Utilización contraste complementario de brillo entre blanco y negro.	Sin serif	Existe la repetición de posición en línea vertical de las figuras geométricas circulares	Primario	X	Contener	2	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	2	Informar	2
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	<p>Contraste: se observa un color de fondo que permite resaltar las formas y figuras utilizadas en la composición permitiendo que el espectador relacione fácilmente el diseño.</p> <p>Equilibrio: permite que el diseño conserve su integridad visual centrando la acción del diseño junto con su composición.</p> <p>Positivo – negativo: utilización del contraste blanco y negro.</p>			<p>Observación:</p> <p>Material: papel</p>							
				<p>Tendencia: minimalismo / obras artísticas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
18	<p><i>Figura 18.</i> Día y noche té. Fuente: Papalini (2021).</p>	Matías Papalini	<p>Al observar el <i>packaging</i> actual presenta principalmente la utilización de formas orgánicas simples y circulares que semánticamente están representando a la sociedad en diferentes estándares, situaciones y relacionándolas con un día y noche de té. Representa la energía para comenzar el día y la relajación que da para terminar la noche.</p> <p>Nos brinda la sensación de energía y relajación. Sus colores representan:</p> <p>Amarrillo: expresa amabilidad, positividad y actúa como estimulante. Plomo: expresa nobleza y suavidad.</p> <p>Celeste: expresa calma y sinceridad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee una estructura semiformal porque parte de un trazo regular y a su vez también de repetición por la colocación de sus espacios.	Contraste de saturación	Sin serif	Existe la presencia de módulos de repetición que están unificando el diseño con la misma forma y diferente contraste.	Primario		Contener	1	Apilar	1	Identificar	1
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	-	Informar	2
				Terciario		Mantener	2	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Simetría: Se puede observar la línea axial del centro que separa al diseño en forma de igualdad y repetición básica.</p> <p>Armonía: existe relación entre el orden, el equilibrio, la ubicación la cromática, permitiendo embellecer la composición.</p> <p>Gradación: se presenta la forma, el tamaño y el color con contrastes de luminosidad y saturación para obtener sensaciones como la de profundidad.</p>			<p>Observación:</p> <p>Materiales: papel de impresión: impresión digital</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / bebidas</p>							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
19	<p><i>Figura 19.</i> Año de los sobres gallo rojo. Fuente: Hailong (2021).</p>	Xiang Hailong	<p>El <i>packaging</i> presente representa la fiesta de primavera del año lunar del gallo. Se puede observar principalmente la abstracción de un gallo sobre el contraste de color utilizado. En el contexto de diseño se está utilizando caracteres chinos dentro de la ilustración para reforzar el significado de una fiesta de paz, suerte, diversión y alegría.</p> <p>Las formas y figuras que están distribuidas dentro del espacio nos dan una sensación de repetición y armonía asemejándose a una textura visual y agradable a la vista.</p> <p>Sus colores representan: Purpura: expresa lujo, realeza, se asocia con lo espiritual y psíquico. Amarillo: expresa relajación, naturaleza, amabilidad, frescura y dinamismo.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee una estructura formal activa ya que los espacios estructurales están interactuando entre sí.	Contraste de luminosidad	Sin serif	Existe una red modular con la repetición de módulos que están construyendo mosaicos.	Primario	X	Contener	3	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	<p>Armonía: los elementos están creando fuertes vínculos entre todos los elementos compositivos en utilización de forma, caracteres y color.</p> <p>Ritmo: existe la duplicación de elementos mediante la ayuda de intervalos repetidos exactamente una y otra vez generando la sensación de ritmo.</p> <p>Contraste: existe la utilización de forma, figura y fondo creando así una composición llamativa con todos los elementos del diseño.</p>			<p>Observación:</p> <p>Material: fibra</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / otros</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
20	<p>Figura 20. Rapha Gafas. Fuente: Walmsley (2021).</p>	Vicki Walmsley	<p>En el <i>packaging</i> se puede observar principalmente la marca Rapha con un contraste y cromática en color negro, se observa un diseño diferente y emocionante, fue creado con una inspiración del siglo 20 obteniendo así un estilo clásico con la utilización de formas modernas y deportivas.</p> <p>También obtiene un aspecto elegante con la utilización del color negro brillante y el serigrafiado obteniendo así un diseño único y original.</p> <p>Sus colores representan: Negro: expresa modernidad, fuerza, poder y seriedad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura forma invisible y a que su línea estructural sigue prevaleciendo en orden determinado.	Contraste de luminosidad en negro.	Sin serif	No existe la presencia de módulos.	Primario	X	Contener	2	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	2	Persuadir	2
Categoría compositiva	Figura – fondo: se puede observar un contraste en forma negativa que ocupa todo el espacio. Equilibrio: ya que posee un punto de gravedad en el centro sin que el peso visual sea mal utilizado. Gradación: se aumenta una cualidad del espacio para que se pueda notar la marca en forma de contraste.			Observación: Contenido: vidrios clásicos de Rapha van Material: estaño metálico							
				Tendencia: minimalista / vestimenta.							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
21	<p><i>Figura. 21. Carlsberg. Fuente: Taxi Studio (2021)</i></p>	Taxi Studio	<p>El presente <i>packaging</i> muestra principalmente la utilización de formas y figuras orgánicas que acompañan a su marca Carlsberg “cerveza”, el diseño es creado para mostrar la calidad de la cerveza con levadura purificada.</p> <p>El diseño abstracto nos da una sensación hermosa de simplicidad mediante la utilización de la abstracción de los ingredientes para su creación como son la levadura y cebada.</p> <p>A su vez se expande el enfoque a un producto famoso por sus líneas limpias y artesanía refinada mostrando estética, todo esto interactúa entre sí contribuyendo a la elaboración de una excelente composición.</p> <p>Sus colores representan:</p> <p>Verde: expresa relajación, naturaleza y frescura. Blanco: expresa limpieza, pureza y suavidad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee una estructura semiformal activa ya que sus espacios estructurales interactúan entre sí mediante los módulos.	Colores complementarios en la gama de verdes.	Sin serif	Existe la presencia de módulos mediante la utilización de las líneas que generan tramas generando las figuras geométricas.	Primario	X	Contener	3	Apilar	2	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Ritmo: la repetición de elementos están jugando un papel importante dentro de la composición unificando los patrones y dando la sensación de ritmo.</p> <p>Simetría: su línea axial nos permite ver la repetición básica observando varias formas semejantes permitiendo e liminar la tensión.</p> <p>Armonía: la relación de las partes nos da la sensación de orden y equilibrio estableciendo vínculos comunes entre sus elementos.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: cerveza</p> <p>Materiales: metal</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / bebidas</p>							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
22	<p>Figura 22. KIM suplementos nutricionales. Fuente: Sheridan y Co (2021).</p>	Sheridan & Co	<p>El presente <i>packaging</i> muestra como principal característica la identidad de una marca llamada KIM que se encarga de desarrollar suplementos nutricionales.</p> <p>Su diseño representa la combinación de equilibrio, apoyo, riqueza y experiencia haciendo como referencia al yin yang, a la vez que su color y composición están más apegados a un grupo demográfico “personas que están más conscientes de la salud”, mediante sus 3 formas triangulares reconstruidas hacen que el diseño de diamante sea minimalista y moderno. También comunica fuerza cuando se trabaja en conjunto dinámico llamando la atención de las personas con las figuras angulosas.</p> <p>Sus colores representan:</p> <p>Negro: expresa valor, fuerza y poder. Celeste: expresa profesionalismo, conocimiento y salud.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal mediante la utilización de líneas rígidas angulares creadas matemáticamente.	Contraste de colores claros y fríos.	Sin serif	Existe la presencia de módulos con líneas que están unificando el diseño.	Primario	X	Contener	1	Apilar	2	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	3
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	1	Persuadir	1
Categoría compositiva	<p>Simetría: se desarrolla el equilibrio mediante una relación de igualdad y repetición básica.</p> <p>Armonía: los elementos de la composición embellecen la percepción visual mediante la utilización de cromática y ubicación.</p> <p>Equilibrio: existe una estabilidad visual y física atrayendo la atención mediante la composición.</p>			<p>Observación:</p> <p>Materiales: plástico</p>							
				<p>Tendencia: minimalista / alimentos</p>							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
23	<p>Figura 23. Calcetines Bic. Fuente: Mousegraphics (2021)</p>	mousegraphics	<p>El presente <i>packaging</i> muestra una idea innovadora para el embalaje de calcetines de la marca BIC, al ser una marca con la que las personas están familiarizadas. Se crea un diseño refrescante a la imagen de marca, unificando varios productos con ideas funcionales, el diseño persuade de una forma original dando a conocer el proceso en que nos vestimos con calcetines y zapatos cosa que el consumidor hace todos los días.</p> <p>El diseño con su empaque representa un tipo de zapato combinado con un calcetín. Sus formas orgánicas dan una sensación de relajación y comunica movimiento.</p> <p>Sus colores representan: Rosa: expresa lujo y creatividad. Blanco: expresa limpieza, suavidad y sencillez.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Poseen una estructura formal visible ya que las líneas estructurales forman parte fundamental del diseño.	Contraste Color rosa y blanco.	Sin serif	Existe la presencia de módulos de repetición que permiten liberar al diseño de la tensión.	Primario	X	Contener	3	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	1	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Contraste: se resalta el color de fondo como principal y fundamental característica del diseño atrayendo así la mirada del espectador. Figura – fondo: la composición está representando al objeto con la figura y fondo organizando una buena representación gráfica. Textura: está siendo captada mediante la vista por la utilización de líneas en forma de módulos atrayendo la mirada del público.			Observación: Contenido: calcetines Materiales: papel							
				Tendencia: ilustración / vestimenta							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
24	<p><i>Figura 24. Moo Yogurt. Fuente: Frank (2021).</i></p>	Ryn Frank	<p>La marca MOO toma como referencia de el sonido de la vaca haciéndolo memorable, se presentan varias líneas finas de la ilustración representando la grasa y las vacas flacas, tarros de miel, plantas y frutas cooperan a la composición creativa ya que mientras mayor sea la presencia de grasa en el producto más gorda será la vaca y viceversa.</p> <p>Sus colores representan: Blanco: expresa limpieza y pureza. Negro: expresa modernidad, minimalismo y originalidad. Celeste: expresa salud, frescura y paciencia. Verde: expresa naturalidad y frescura.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura informal y a que posee formas indefinidas e irregulares.	Contraste de luminosidad.	Sin serif	No existe la presencia de módulos, sin embargo se está utilizando retículas para separar espacios en partes iguales.	Primario	X	Contener	3	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	-	Informar	2
				Terciario		Mantener	2	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	<p>Dirección: las ilustraciones se dirigen hacia un punto de atracción dirigiendo la mirada del espectador hacia un punto específico.</p> <p>Figura y fondo: la composición está representada por ilustraciones y formas que rodean la parte negativa de la composición gráfica.</p> <p>Contraste: existe la utilización de forma, figura y fondo creando así una composición llamativa con todos los elementos del diseño.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: yogurt</p> <p>Materiales: papel, plástico</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / alimentos</p>							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
25		William Jones	<p>El presente <i>packaging</i> muestra una marca dinámica con un tono humorístico y a la vez clásico, mostrando un diseño feliz con un ícono de palos cruzados detallando de forma simple a su marca. El diseño da a conocer una melcocha artesanal mediante un troquelado con colores brillantes siendo atractivo a la percepción visual.</p> <p>Mediante la utilización del papel como soporte se genera una textura que asemeja el color de la melcocha y dándonos la sensación de algo dulce y pegajoso.</p> <p>Sus colores representan:</p> <p>Café: expresa confortabilidad, humildad además es un color que representa a la tierra de donde nace la planta que después es transformada en melcocha.</p> <p>Blanco: expresa pureza, tranquilidad y salud.</p>

Figura 25. Nakedchocolates. Fuente: Jones (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal ya que presenta un equilibrio creado.	Contraste de luminosidad.	Sin <i>serif</i>	No existe la presencia de módulos, sin embargo, se nota la presencia de líneas paralelas para marcar media y diagonales.	Primario	X	Contener	2	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Figura – fondo: se puede observar la combinación de correcta del lado positivo y negativo de la composición creando así un diseño mediante forma y distribución de contraste. Equilibrio: posee un punto de gravedad en el centro haciendo que el peso visual esté correctamente distribuido en cada uno de los elementos de la composición. Contraste: se resalta la forma con ayuda del fondo para llamar la atención del espectador.			Observación: Materiales: Kraft Junta Almohada Paquete de impresión proceso: la flexografía y estampado.							
				Tendencia: eco / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
26	<p>Figura 26. D'UN "DONA". Fuente: Lin (2021).</p>	Jiaru Lin	<p>El presente <i>packaging</i> muestra principalmente una forma orgánica para apreciar la rosquilla y mejorar la experiencia al comer donas, a su vez, el diseño es un enfoque a lo moderno y limpio, el color blanco está contrastando con el color de sabor de la dona, de manera que el foco de jerarquía visual atrae al espectador mediante el envase y para disfrutar de la rosquilla, al abrirse se convierte en un plato y dentro posee un tenedor, esto aporta experiencia sorprendente y agradable cuando la gente abre el envase.</p> <p>Sus colores representan: Blanco: limpieza, pureza, simplicidad y modernidad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee una estructura formal de repetición, ya que sus divisiones estructurales son exactamente de la misma forma y tamaño.	Contraste de luminosidad	Sin serif	Existe una pequeña repetición de módulos haciendo que el diseño sea más sencillo aportando la sensación de armonía.	Primario	X	Contener	2	Apilar	-	Identificar	2
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	Simetría: existe un equilibrio en el diseño, con la repetición de igualdad, creando la sensación de orden en la composición. Proporción: se utiliza coherentemente las medidas dentro de la composición relacionándolos de forma armoniosa. Ritmo: se repiten los patrones jugando un papel importante en la combinación de elementos, creando nuevas formas y dando una percepción visual más llamativa.			Observación: Contenido: donas - rosquillas. Materiales: papel, película translúcida.							
				Tendencia: minimalista / alimentos.							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
27		Heba Youssef	<p>El presente <i>packaging</i> muestra principalmente la forma de un aerosol creado con curvas sinuosas que dan una sensación de movimiento y armonía, son envases creados con nuevos conceptos de verano y, al tratarse de un aerosol ambiental, la tipografía de su logotipo tiene principalmente formas circulares imitando la brisa del aire y el viento, con todo esto se desarrolla un <i>packaging</i> con características de: brisa de verano, flores e ilustraciones para las fragancias.</p> <p>Los colores son brillantes, divertidos, los elementos combinados son utilizados para describir perfectamente el producto que se a creado.</p> <p>Sus colores representan: Celeste: seriedad y confianza, es un color utilizado para convencer a las personas a depositar la confianza. Blanco: expresa limpieza, pureza y paz.</p>

Figura 27. Código del aire. Fuente: Youssef (2021)

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura semiformal ya que no posee rigidez, sugiere pequeña agitación o movimiento.	Variante de luminosidad en la gama de azules.	Sin serif	No existe la presencia de módulos.	Primario	X	Contener	2	Apilar	2	Identificar	2
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Orden: Existe organización dando abundancia al significado evitando la monotonía con la diversidad de elementos utilizados en la composición.</p> <p>Dirección: Los vectores en forma de imágenes dirigen la vista hacia un punto de atracción equilibrando las fuerzas visuales.</p> <p>Armonía: Existe equilibrio tanto en la cromática como ubicación de los elementos embelleciendo la percepción visual de la composición.</p>			<p>Observación:</p> <p>Materiales: plástico</p> <p>Proceso de impresión: impresión digital</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / cosméticos.</p>							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
28	<p>Figura 28. Giro. Fuente: Comunitaria creativa (2021).</p>	Comunitaria creativa	<p>El presente <i>packaging</i> acerca de tecnología muestra principalmente la utilización de contrastes que dan la sensación de futurismo y modernidad.</p> <p>Con la elegancia que brinda a la percepción visual se eleva una experiencia de entrega mediante la creación de un sistema de envasado bien pulido que deleita la simplicidad y belleza.</p> <p>Los colores de la marca son ricos en ilustraciones que juegan y exponen el producto de una manera única y original, creando una gran sensación de tacto en los consumidores.</p> <p>Sus colores representan: Purpura: expresa lujo, realeza, sabiduría y creatividad, utilizado en marcas centradas en contenidos de entretenimiento, lujo y fantasía.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal ya que los espacios estructurales están separados por medias y diagonales permitiendo así conocer su centro y puntos focales.	Variante de luminosidad.	Sin serif	Existe la presencia de módulos por repetición dando detalles importantes a la composición y haciéndola más simple a la percepción visual.	Primario		Contener	2	Apilar	2	Identificar	2
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Proporción: se utiliza medidas coherentes dentro de la composición combinando todas las partes en un todo relacionándolos de una manera armoniosa.</p> <p>Simetría: las figuras y formas similares se están separando mediante la repetición básica, dando una sensación de orden.</p> <p>Armonía: la repetición de elementos genera un vínculo entre los mismos los cuales están dando la sensación de equilibrio, generando un mayor impacto en el diseño.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: base</p> <p>Materiales: papel, cartón</p>							
				<p>Tendencia: lujo / cosméticos.</p>							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
29		By North	<p>El presente <i>packaging</i> tiene como elemento principal y fundamental la utilización de un contraste de luminosidad para hacer que su marca se realce, así como también el producto que se está dando a conocer, el chocolate artesanal hecho a mano.</p> <p>El logotipo se basa en un tipo de letra a mano para dar una expresión única y hacer hincapié en lo que lleva cada producto, se muestra que está diseñado con una increíble atención al detalle y estética en todos los aspectos.</p> <p>Su color representa: elegancia, prestigio. Negro: expresa fortaleza, elegancia y modernidad.</p>

Figura 29. Craig Alibone chocolate. Fuente: By North (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal con espacios estructurales de repetición creando estabilidad en el diseño.	Contraste de luminosidad.	Sin serif	Existe la presencia de módulos en forma de líneas en pequeñas cantidades haciendo que el diseño sea más audaz.	Primario	X	Contener	1	Apilar	3	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	2	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	1	Persuadir	3
Categoría compositiva	Ritmo: se repiten algunos elementos dentro de la composición mediante intervalos de manera regular para embellecer la composición.			Observación:							
	Figura y fondo: la composición está representada por ilustraciones y formas que rodean la parte negativa de la composición gráfica.			Materiales: papel, plástico. Impresión: offset, tipografía, estampación en caliente.							
	Contraste: la composición está compuesta principalmente de un espacio positivo, resaltando con el contraste y su lado positivo mostrando sus líneas modulares.			Tendencia: minimalista / alimentos.							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
30	<p><i>Figura 30.</i> Huerto de María. Fuente: LSO Fuego (2021).</p>	LSO Fuego	<p>En el presente <i>packaging</i> se puede observar como principal característica su logotipo, el cual posee la ilustración de María la mujer que fundó su empresa de café.</p> <p>Se muestra la utilización de ilustraciones en todo el envase representando en una forma diferente y exclusiva la presentación de un buen café de huerto, también comunica el valor de la mujer por su tierra, sus costumbres y el esfuerzo que se realiza día a día, alcanzando un objetivo que es representar a su ciudad.</p> <p>El diseño mediante ilustraciones del fruto del café, ayuda a que se pueda simplificar el diseño y den un concepto único junto a su marca, sin necesidad de más elementos compositivos. Sus colores representan:</p> <p>Café: por su color es asociado a productos como el café y también representa a la tierra. Blanco: expresa suavidad y pureza.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura semiformal ya que presenta espacios estructurales similares distribuyendo correctamente los módulos.	Contraste de tono	Sin serif	Existe presencia de módulos mediante forma y tamaño en las ilustraciones utilizadas permitiendo generar armonía.	Primario	X	Contener	1	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	2	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Agrupamiento: existe relación entre los elementos, permitiendo que la vista los asimile mediante forma, color o textura. Gradación: se observa en la composición el aumento y disminución del color, dando así una sensación de profundidad. Ritmo: se presenta la repetición de formas dentro de la composición y también la repetición de intervalos de manera regular.			Observación: Contenido: los granos de café empaquetados. Sustrato Materiales: cartón Proceso de impresión: impresión digital							
				Tendencia: eco / bebidas.							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis Semiótico
31	<p>Figura 31. Colección de café expreso. Fuente: Artemov (2021).</p>	Sergii Artemov	<p>En el presente <i>packaging</i> resalta principalmente su marca, su logo lunar que está representando las fases de luna mediante el color que lo contrasta y está diseñado también para ayudar al cliente a encontrar la mezcla preferida en la línea de productos.</p> <p>Dependiendo del producto el cliente puede elegir entre el sabor y olor del café. El diseño es una combinación clásica y moderna dando características originales y persuasivas a la composición.</p> <p>Sus colores representan: Blanco: expresa limpieza, pureza y paz. Negro: expresa fortaleza, elegancia y modernidad. Azul: expresa calma y seriedad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee una estructura formal ya que su composición está distribuida por medias y diagonales para poder ubicar correctamente los elementos de la composición.	Contraste de luminosidad	Sin serif	Existe la presencia de módulos de repetición y dirección en el logo representativo del producto generando estructuras para ser apreciadas como texturas.	Primario	X	Contener	2	Apilar	2	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	<p>Textura: el logo de la composición presenta elementos modulares que al combinarse dan la sensación de una textura visual.</p> <p>Proporción: existe una estabilidad visual creada mediante un centro de gravedad para atraer la atención y centrar la acción en un diseño.</p> <p>Positivo - negativo: se puede observar la utilización de contrastes de luminosidad dentro de la composición permitiendo observar las formas y figuras del diseño.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: asado café molido.</p> <p>Materiales: papel de impresión: lámina de estampación, impresión.</p>							
				<p>Tendencia: lujo / bebidas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
32	<p><i>Figura 32.</i> Kit de cigarrillo electrónico Tesorerer Vape. Fuente: Mormedi (2021).</p>	Mormedi	<p>El presente <i>packaging</i> muestra principalmente su marca creada mediante los contrastes de color, se puede apreciar la experiencia de un diseño moderno gracias a la utilización de los colores negro y plata, simbolizando así el lujo del producto y embalaje.</p> <p>Posee diseño sencillo y funcional reflejando el minimalismo moderno, haciéndolo atractivo y elegante mediante la utilización de sus líneas rectas.</p> <p>Sus colores representan:</p> <p>Negro: expresa fuerza, modernidad y elegancia. Plata: expresa lujo, elegancia y modernidad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal equilibrando la composición con líneas axiales.	Variante de luminosidad	Sin serif	No existe la presencia de módulos.	Primario		Contener	2	Apilar	2	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	1	Persuadir	2
Categoría compositiva	<p>Equilibrio: la composición está dando un diseño firme y equilibrado con la correcta distribución de elementos en el espacio.</p> <p>Contraste: se puede observar la utilización de dos colores en toda la composición que permiten reflejar los elementos que conforman la misma.</p> <p>Armonía: las partes de la composición están dispuestas en el espacio de una manera proporcional y equilibrada, embelleciendo la percepción visual.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: e-cigarrillo kit.</p> <p>Materiales: papel de plata.</p>							
				<p>Tendencia: minimalismo / tecnología</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
33	<p><i>Figura 33. SAVVAS. Fuente: AGRafix Ltd. (2021)</i></p>	AGrafix Ltd	<p>El presente <i>packaging</i> es creado mediante la utilización de elementos griegos con líneas minimalistas y de estilo, el diseño posee una forma de gota de aceite de color verde oliva mediante el cual se especifica que el aceite se obtiene de las aceitunas mediante procesos mecánicos.</p> <p>Al poseer una figura orgánica el diseño se vuelve más sutil y frágil representando así el producto que se está dando a conocer.</p> <p>Sus colores representan: Verde: expresa relajación, frescura y además es un color asociado con la naturaleza. Blanco: expresa limpieza, pureza bondad y la suavidad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal ya que los espacios estructurales están distribuidos mediante un centro d e equilibrio.	Variante de luminosidad.	Sin serif	No existe la presencia de módulos.	Primario	X	Contener	1	Apilar	2	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	<p>Contraste: se resalta la figura del fondo mediante cualidades opuestas atrayendo así la mirada del espectador.</p> <p>Simetría: la composición posee una línea axial la cual permite dividir a la figura y observar sus características similares en repetición e igualdad.</p> <p>Equilibrio: se observa una estabilidad física y visual permitiendo así que el diseño se presente de una forma equilibrada mediante la utilización correcta de formas y colores.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: griega aceite virgen extra</p> <p>Materiales: aluminio proceso de impresión: metal printint, sheetcoating.</p>							
				<p>Tendencia: minimalista / alimentos</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
34	<p>Gráfica 34. Línea de joyería PUSES. Fuente: Inskinyte & Plytnykiene (2021).</p>	Jone M iskinyte and Ineta Plytnykiene	<p>El presente Packaging muestra las joyas de la marca “PUSES PUSE”, son creadas en forma de talismanes claros con un diseño minimalista dándonos una sensación de singularidad diferente, el talismán representa un símbolo de historia grabado en agua fuerte, sus colores representan el día y la noche simbolizando así las palabras claves misterio y regalía.</p> <p>El diseño fue creado con características muy propias que al observar desde la parte superior presenta la historia principal del talismán, y a su alrededor muestra su logotipo con más referencias del talismán, al abrir el primer envase se puede observar el cilindro creado con un diseño minimalista para mantener la impresión de lujo haciendo resaltar el objeto principal “la botonera”. Con este diseño el producto cuenta varias historias lentamente al empezar abrirlo.</p> <p>Sus colores representan: Negro: expresa fuerza, modernidad, elegancia y equilibrio. Blanco: expresa simplicidad, pureza, amabilidad y paz.</p>

Análisis Sintáctico / Composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura semiformal que impone orden al diseño con ayuda de espacios estructurales con pequeñas irregularidades.	Contraste de luminosidad.	Sin serif	Existe la presencia de módulos en la parte superior del envase mediante los cuales se obtiene una textura visual.	Primario	X	Contener	3	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Ritmo: Se repiten algunos elementos dentro del diseño mediante intervalos de manera regular obteniendo una composición más llamativa. Figura y fondo: En la parte superior se observa figuras que se establecen con un estrecho contacto entre sí para crear un sistema cerrado. Positivo - Negativo: Existe la utilización de dos colores fundamentales que al conjugarse se observa un diseño equilibrado.			Observación: Contenido: joyería Material de embalaje: papel							
				Tendencia: minimalista / otros							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
35	<p>Figura 35. All you need is LOVE & chocolates. Fuente: Mo (2021).</p>	Mo Kalache	<p>El presente <i>packaging</i> muestra principalmente su marca <i>All you need is Love & chocolates</i>, donde se puede observar la utilización de colores cálidos para representar una fecha de amor.</p> <p>La utilización de estructuras modulares repetitivas da la sensación de armonía y felicidad, el diseño está creado en forma de marco con una caja rectangular con líneas finas representando así simplicidad, delicadeza y ligereza, la composición con las diferentes figuras utilizadas dan la sensación de calma, reposo, estabilidad y seguridad.</p> <p>Sus colores representan: Rojo: expresa calor y es el color asociado con el amor y la pasión. amarillo: expresa felicidad y alegría. Blanco: expresa, belleza, paz y tranquilidad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal ya que está creada matemáticamente para que puedan interactuar entre sí con su forma y cromática.	Contraste simultáneo de brillo entre rojo, amarillo y blanco.	Sin Serif	Existe presencia de módulos en forma de repetición de espacios ya que todas las formas ocupan su espacio de una misma manera.	Primario		Contener	1	Apilar	2	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	2	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	<p>Armonía: existe orden y equilibrio tanto en proporción como en composición generando vínculos con todos los elementos compositivos.</p> <p>Agrupamiento: existe r elación entre los elementos permitiendo que la vista los asimile mediante forma, color o textura.</p> <p>Ritmo: la repetición de formas y figuras dentro de la composición permiten unificar el diseño mediante la utilización de figuras distribuidas en un correcto orden.</p>			<p>Observación:</p> <p>Materiales: papel, cartón, papel de aluminio. Proceso de impresión: impresión digital, hoja de oro, estampación en caliente.</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / alimentos</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
36		The family and Friends.	<p>El presente <i>packaging</i> muestra el envase de helado con marca Askey del Reino Unido resaltando la diversión de un postre hecho en casa. Con el diseño se intenta llamar la atención de los consumidores al momento de buscar variedad, a la hora de comer o tratar con sus hijos, consumiendo un postre creativo con cosas domésticas.</p> <p>El diseño genera nostalgia y diversión al momento de crear diferentes modelos de helado, mediante las golosinas caseras, el diseño representa la ligereza del producto y la esencia de la imaginación, resaltando también la sensación de frescura, suavidad y modernidad.</p> <p>Sus colores representan: Azul: expresa calma, confianza, frescura y armonía. Blanco: expresa limpieza y pureza. Amarillo: expresa relajación, frescura y alegría.</p>

Figura 36. Askey. Fuente: Tha family and Friends (2021)

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee una estructura semiformal ya que no posee rigidez, sugiere pequeña agitación y movimiento	Gama y combinación de azules con sus complementarios.	Sin Serif	Existe la presencia de líneas repetitivas en forma de abstracciones.	Primario	X	Contener	1	Apilar	1	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Textura: está aumentando la cualidad del espacio mediante la utilización de la forma y tamaño del helado, dando una sensación de textura visual.</p> <p>Dirección: las imágenes existentes en forma de vector se dirigen hacia un punto de atracción.</p> <p>Asimetría: sus partes no se corresponden en semejanza partiendo de un eje axial, pero se compensa la estabilidad visual con otros elementos.</p>			<p>Observación:</p> <p>Materiales: tarjeta de papel de aluminio</p> <p>Impresión: lito</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / alimentos</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
37	<p>Figura 37. GO GO GO. Fuente: Bratzler (2021).</p>	Stéphanie Bratzler	<p>El presente <i>packaging</i> muestra un envase para un público joven y con gustos en moda, ya que con sus líneas se crea un diseño elegante y jovial, se puede observar el logotipo con una posición muy importante que está construyendo toda la base del diseño, el aspecto del envase es moderado y atrae al consumo de su contenido el diseño destaca principalmente por: su color, modernidad y elegancia.</p> <p>Sus colores representan:</p> <p>Blanco: expresa tranquilidad, paz y pureza. Plata: expresa modernidad, elegancia y fortaleza.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal ya que sus espacios estructurales están distribuidos en orden cumpliendo una función en la composición.	Variante de luminosidad	Serif	No existe la presencia de módulos.	Primario	X	Contener	3	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Equilibrio: se logra mediante el tono y el color en las formas utilizadas dentro de la composición. Contraste: se observan formas semejantes a partir de las formas que al relacionarse forman vínculos con símbolos cerrados. Armonía: existe un vínculo entre cada elemento que constituyen la totalidad del diseño.			Observación: Materiales: aluminio, canette Proceso de impresión: sublimación							
				Tendencia: minimalista / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
38	<p>Figura 38. Wrappu - Rethinking Caja De Regalo. Fuente: Kumnf & Wex (2021).</p>	Micha Kumpf y Ngaire Amanecer Wex	<p>El presente <i>packaging</i> muestra un diseño para deleitar al espectador con colores llamativos a los ojos y dar diferentes sensaciones con las figuras, en su composición se crea un gran impacto mostrando un diseño moderno.</p> <p>Al observar el diseño se puede apreciar un empaquetado familiar, así el dueño del producto sentirá la satisfacción de entregar un regalo dentro de cualquiera de estos envases.</p> <p>Se puede observar la utilización de contrastes para hacer que el diseño sea más original y minimalista.</p> <p>Sus colores son: Azules: expresan profesionalismo, conocimiento, seriedad y confianza, es un color utilizado para convencer a las personas a depositar su confianza.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura informal construida en forma libre e indefinida.	Contraste de colores fríos y cálidos.	Sin Serif	Existe la presencia de módulos al repetirse las formas y líneas utilizadas con el mismo color pero con variaciones en su tamaño.	Primario		Contener	2	Apilar	-	Identificar	1
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	3
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Figura y fondo: el fondo está rodeando todo el envase o la composición, a su vez, la figura resalta sobre el mismo con ayuda de la cromática. Agrupamiento: existe relación entre los elementos que se están repitiendo ya sea por color, proximidad y forma. Ritmo: existe la duplicación de formas y duplicación del espacio del intervalo con el que se repiten generando la sensación de ritmo.			Observación: Materiales: 100% en cartón reciclado							
				Tendencia: minimalista / cosméticos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
39		WONDER MACHINE STUDIO	<p>El presente <i>packaging</i> como principal característica la utilización de formas, figuras y tipografía ornamentales dando una sensación de relajación y movimiento a la composición. Se está representando a un sobre de té con un aroma instantáneo hecho de frutas, además el diseño presenta un sabor dulce y jugos de frutas naturales, esto permite generar una sensación de frescura en un día caliente.</p> <p>Sus colores representan: Purpura: expresa lujo, realeza, se asocia con lo espiritual y psíquico. Amarillo: expresa relajación, naturaleza, amabilidad, frescura y dinamismo.</p>

Figura 39. Once Upon a Tea - Aroma té instantáneo.
Fuente: Wonder Machine Studio (2021)

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura semiformal que no posee rigidez y genera un poco de movimiento.	Utilización de colores fríos y neutros.	Utilización de tipografía ornamental.	Existe la presencia de módulos distribuidos en distinta forma y figura dentro de la composición permitiendo generar una textura ornamental.	Primario	X	Contener	3	Apilar	3	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Textura: mediante la repetición de módulos se puede sentir una sensación de textura no táctil, pero si visual.</p> <p>Ritmo: mediante la repetición de elementos se modifica el diseño de manera regular generando la sensación de ritmo.</p> <p>Agrupamiento: existe la relación de los mismos elementos mediante la duplicación de forma y cromática.</p>			<p>Observación: Contenido: té instantáneo . Materiales: bolso de la hoja Impresión: impresión digital.</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / bebidas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
40		STUDIOBIUM	<p>En el presente <i>packaging</i> muestra de manera primordial su marca representando a la leche local de Tailandia donde se distinguen formas angulares y orgánicas, se observa un diseño monocromático basándose en el minimalismo. Su envase es una botella de plástico con una cromática que representa la diferenciación de materiales comunes y es una ventaja al momento de diferenciar y memorizar su marca.</p> <p>Sus colores representan: Negro: elegancia y modernidad. Blanco: expresa paz, pureza, bienestar y salud.</p>

Figura 40. Tailandia Tip Leche fresca. Fuente: Studiobium (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal ya que está creada mediante un centro simétrico.	Contraste de luminosidad	Sin serif	No existe la presencia de módulos.	Primario	X	Contener	1	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	<p>Armonía: se está dando un equilibrio en la composición visual mediante una línea axial que separa los elementos semejantes.</p> <p>Figura - fondo: existe un lado positivo que está representando al objeto y el negativo que es el fondo o el contexto que rodea al objeto.</p> <p>Estructura: existen formas semejantes creadas a partir de líneas que se repiten y crean un estrecho contacto entre sí, en un sistema cerrado.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido de empaquetado: leche Material: papel, plástico</p>							
				<p>Tendencia: minimalista / bebidas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
41	<p>Figura 41. Paponk POET Suavizante Labial. Fuente: Sealburger (2021).</p>	Sealburger	<p>El presente <i>packaging</i> expresa la magnificencia y la seducción de una mujer, clave en el diseño de este envase, se representa al producto como un misterio que posee clase noble, esto permite atraer a los clientes.</p> <p>Su punto fuerte es el logotipo representando un emblema de clase alta, también está representando un estilo del arte rococó, no solo expresa lujo, sino que también posee simplicidad de la forma utilizando dos colores para su impresión.</p> <p>Sus colores representan:</p> <p>Azul oscuro: expresa el infinito, la inmortalidad, la realeza, lo sagrado.</p> <p>Turquesa oscuro: expresa el lado emocional haciendo que se pueda plasmar nuevas ideas de una forma más artística e inspiradora.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee una estructura semiformal que posee sus espacios estructurales colocados regularmente en forma y tamaño.	Gama y combinación de azules con sus complementarios.	Sin Serif	Existe la presencia tramas modulares que crean una estructura basada en figuras básicas.	Primario	X	Contener	1	Apilar	1	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	-	Informar	2
				Terciario		Mantener	2	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	<p>Proporción: se utiliza correctamente las medidas dentro de la composición, relacionándolos de manera armoniosa.</p> <p>Ritmo: se repiten las tramas modulares de manera regular, así como también algunos elementos de la marca del producto, esto permite que el diseño de la sensación de ritmo.</p> <p>Armonía: la relación de las partes da una sensación de orden y equilibrio en proporción cromática y ubicación.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: cosméticos, lápiz labial, belleza. Materiales: plástico. Proceso de impresión: serigrafía, estampación.</p>							
				<p>Tendencia: lujo / cosméticos.</p>							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
42	<p><i>Figura 42.</i> Moveda Eau de toilette. Fuente: Vishal Vora artista 3D: RD (2021).</p>	Vishal Vora artista 3D: RD	<p>El presente <i>packaging</i> muestra el concepto de un producto robusto y sofisticado, expresa elegancia y estilo que se le da a un perfume masculino. Posee una mezcla de elegancia y clase para poder representar de una mejor manera la virilidad, se está utilizando contrastes cromáticos semejantes a la madera clara y oscura, también una cierta similitud al oro y la plata, con este diseño se da una apariencia de hombre brillante, transformando así al producto en una delicia sensorial.</p> <p>Sus colores representan:</p> <p>Plata: expresa modernidad, objetividad, solemnidad y elegancia. Dorado: expresa luz, la vida y el renacimiento.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal ya que sus divisiones estructurales de exactamente la misma forma y tamaño.	Variante de luminosidad	Serif	No existe la presencia de módulos.	Primario		Contener	2	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	2	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	<p>Textura: la textura está destacando por la utilización de la cromática con las formas que captadas por el sentido del tacto.</p> <p>Contraste: existe una polaridad entre la figura y el fondo para hacer dinámica la composición.</p> <p>Armonía: el diseño da la sensación de orden, equilibrio y proporción y embellecen la percepción visual.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: perfume. Materiales: plástico, vidrio, gel etiqueta engomada. Proceso de impresión: hydro impresión, papel de aluminio estampado.</p>							
				<p>Tendencia: lujo / cosméticos</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
43	<p><i>Figura 43.</i> Nada Nada añadido. Fuente: Proud design (2021).</p>	PROUD design	<p>El presente <i>packaging</i> muestra su marca NADA, la pasión por la comida sana y sabrosa, con sus colores, el diseño transmite entusiasmo y felicidad mediante la utilización de contrastes naturales y no naturales en los productos alimenticios.</p> <p>Al observar el producto genera una sensación de sabor, incitando así al apetito del consumidor, haciendo que su entusiasmo crezca, con una marca y diseño orgánicos, creando así un estilo de vida moderno y activo.</p> <p>Sus colores representan:</p> <p>Azul: expresa profesionalismo, conocimiento, seriedad y confianza, utilizado para convencer a las personas a depositar su confianza.</p> <p>Amarillo: es uno de los colores más utilizados para estimular el apetito, expresa felicidad y alegría.</p> <p>Blanco: expresa limpieza, pureza y bondad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura semiformal ya que parte de un trazo regular, con una ligera irregularidad.	Contraste de colores fríos y cálidos.	Sin serif	No existe la presencia de módulos.	Primario	X	Contener	3	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	2	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	<p>Asimetría: no existe la semejanza a partir de la división de un eje axial, pero se está consiguiendo que la imagen no sea monótona.</p> <p>Escala: el tamaño de la imagen está relacionada proporcionalmente con su realidad, tomando como referencia la fruta que se usa dentro de la composición.</p> <p>Orden: existe una distribución correcta de los elementos dentro de la estructura para que se defina la función de cada componente dentro de ella.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido: frutas liofilizadas. Materiales: aluminio y plástico de la bolsa de Impresión: impresión en huecograbado de cobre.</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / bebidas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
44	<p>Figura 44. BerryBon - La vitamina bombón. Fuente: Ghvezy (2021).</p>	Diana Ghyczy	<p>El presente <i>packaging</i> muestra el envase de un producto muy apetecido a nivel mundial, su diseño muestra un producto saludable y delicioso, mostrando la utilización de materia prima al momento de su fabricación, su marca comunica de manera diferente la esencia de un producto inesperado, en el envase se utiliza una ilustración de una chica rubia balanceándose en un árbol del cual se extrae la fruta para generar el producto.</p> <p>Sus colores representan: Amarillo: expresa relajación, naturaleza, frescura y dinamismo, relacionado con la naturaleza. Púrpura: expresa lujo, realeza, sabiduría y creatividad, es un color asociado a lo espiritual y psíquico. Celeste: expresa sinceridad, calma e infinito.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura semiformal activa ya que los espacios estructurales pueden interactuar entre sí, así como los módulos pueden interactuar con los espacios estructurales.	Contrastes complementarios.	Sin serif	Existe la presencia de módulos con variaciones de repetición para generar una sensación de textura y armonía.	Primario	X	Contener	3	Apilar	3	Identificar	2
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	2	Informar	1
				Terciario		Mantener	2	Cubicación	1	Persuadir	3
Categoría compositiva	Dirección: los vectores se dirigen hacia un punto de vista de atracción produciendo un equilibrio visual. Ritmo: se observa la repetición de figuras orgánicas de manera irregular, evitando monotonía en el diseño y generando la sensación de ritmo. Escala: cada parte es proporcional al objeto o persona en cuestión y entre sí mismas.			Observación: Contenido: chocolate bombón Materiales: papel Impresión: impresión en offset, hoja de oro							
				Tendencia: ilustración / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
45	<p>Figura 45. Ambriona Chocolates. Fuente: Base 501 (2021).</p>	BASE 501	<p>El presente <i>packaging</i> muestra como principal característica la utilización de su marca Ambriona que es la ilustración de una mujer alzando la semilla de cacao que produce el chocolate y a su vez representa a la diosa maya de chocolate. El diseño es simple y elegante centrándose en la lámina de oro impreso el logotipo Ambriona. El paquete demuestra de manera simple el ingrediente clave del chocolate jugando con colores de primera calidad como el azul cobalto, violeta y marrón de almendras, las líneas ilustran el transporte y el procesamiento de los ingredientes en los tiempos antiguos, el diseño es sencillo, elegante y llamativo debido al uso mínimo de color.</p> <p>Los colores representan:</p> <p>Azul: conocimiento, seriedad y confianza, es un color utilizado para convencer a las personas a depositar su confianza.</p> <p>Violeta: expresa lo místico y la humildad.</p> <p>Marrón: expresa confortabilidad, humildad y equilibrio, por su color es asociado a productos como el chocolate.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal ya que está creada mediante un centro simétrico.	Valor de luminosidad	Sin <i>serif</i>	Existe la utilización de módulos en repetición de forma y tamaño, ya que sus formas son iguales.	Primario	X	Contener	2	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	2	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Equilibrio: existe estabilidad física que distribuye el peso visual conservando la integridad del diseño. Escala: relaciona la imagen proporcionalmente a su realidad tomando como referencia a la fruta. Orden: utilizan diferentes categorías compositivas para distribuir los elementos en el espacio estructural de la composición.			Observación: Contenido: chocolate negro Materiales: papel, lámina de oro Impresión proceso: la serigrafía, estampación, impresión offset, impresión digital							
				Tendencia: ilustración / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
46		Toms G rinbergs, Aldis Blicsons	<p>En el presente <i>packaging</i> se observa la utilización de un envase reciclable porque está siendo utilizado como elemento fundamental en utilización del producto en este caso la bicicleta gracias a él se le puede dar un equilibrio a la bicicleta.</p> <p>El diseño es divertido y práctico no está destinado a ser desechado y está siendo reutilizado dentro de las actividades del consumidor.</p> <p>Sus líneas rectas con esquinas redondas dan la sensación de movimiento y equilibrio, las líneas finas expresan simplicidad, delicadeza y ligereza.</p> <p>Sus colores representan: Café: expresa confortabilidad, humildad también representa a la madera y el equilibrio.</p>

Figura 46. Caja Brum. Fuente: Gribergs & Blicsons (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee una estructura formal y a que su estructura está creada matemáticamente con líneas axiales.	Variante de tono mediante luminosidad.	Sin serif	Existe la presencia de tramas modulares que crean una estructura basada en figuras básicas.	Primario	X	Contener	3	Apilar	-	Identificar	2
				Secundario	-	Proteger	1	Yuxtaponer	X	Informar	1
				Terciario	-	Mantener	2	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	Proporción: existe relación entre cada una de las partes que conforman la composición de la figura, se utiliza una serie de medidas para que todo esté relacionado de manera armoniosa. Ritmo: los elementos modulares repetitivos permiten dar la sensación de ritmo, mediante la repetición del intervalo exacto una y otra vez. Armonía: existe la relación de orden y equilibrio dentro de la			Observación: Contenido: bicicleta de equilibrio de madera para los niños Materiales: cartón ondulado							
				Tendencia: minimalista / otros							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
47	<p><i>Figura 47.</i> PAOS prima de jabón. Fuente: Kétyi (2021).</p>	Balázs Kétyi	<p>El presente <i>packaging</i> muestra como principal elemento característico la utilización de líneas con formas naturales sugiriendo suavidad, gracia, elegancia, felicidad, fantasía y juventud; el diseño presenta de manera significativa la utilización de su marca PAOS trasmitiéndonos fuerza, con la repetición de módulos se está dando a la composición una textura visual que embellece la percepción visual.</p> <p>Sus colores representan:</p> <p>Negro: expresa modernidad y elegancia. Blanco: expresa luz, la paz y el renacimiento.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura semiformal con variantes de estructura de repetición por el cambio de su proporción.	Variante de luminosidad	Serif	Existe la presencia de líneas modulares mostrando similitud en color y forma con una similitud variada.	Primario	X	Contener	1	Apilar	1	Identificar	3
				Secundario	-	Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario	-	Mantener	2	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Positivo - negativo: utilización del contraste de luminosidad. Contraste: existe una polaridad entre la figura y el fondo para hacer dinámica la composición.			Observación: Contenido: jabón Materiales: papel Impresión: impresión digital							
	Armonía: existe relación entre las figuras repetitivas generando belleza en la percepción visual mediante los vínculos establecidos.										
				Tendencia: minimalista / cosméticos							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
48	<p>Figura 48. RE. Fuente: Saad de marca + diseño (2021).</p>	Saad de marca + diseño	<p>El presente <i>packaging</i> está centrado en una marca de productos para ahorrar recursos naturales y dinero, su marca RE da muchos conceptos a la mente, como reutilizar, reducir y reciclar. La identidad tiene colores vivos, tipografías y frases que conducen a la reflexión y propone un estilo de vida más culta y saludable.</p> <p>Su tipografía en negrita, estimula y hace sobresalir el significado de su marca RE haciéndola destacar entre los consumidores, creando soluciones e inspirando a la gente a tomar medidas para cuidar el medio ambiente mediante la reutilización de un producto.</p> <p>Sus colores representan: Blanco: expresa paz, tranquilidad, bienestar, tranquilidad y pureza. Rojo: expresa fuerza, rigidez, valor y pasión.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Las líneas estructurales no forman parte indispensable en la composición, por lo que desaparecen, aunque sigue prevaleciendo un orden determinado.	Contraste de color.	Sin <i>serif</i>	No existe la presencia de módulos.	Primario	X	Contener	3	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	2	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Tensión: existe variación entre la tipografía haciendo variar a la composición y permitiendo que el consumidor centre su percepción visual en uno u otro lugar. Asimetría: no existe equilibrio entre las partes que conforman el todo en la composición. Tamaño: se ve afectado por la utilización de la tipografía dentro de la composición creando grandes o pequeñas proporciones dependiendo del mensaje.			Observación: Contenido: bolsa LED Material: plástico, papel							
				Tendencia: eco / otros							

Tendencias de diseño de packaging

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis Semiótico
49		Nam	<p>El presente packaging muestra la representación de los personajes de la novela Don Quijote, el diseño–presenta una historia atemporal en cada carta y diseño del mismo producto mediante la utilización de ilustraciones, también su envase muestra un entorno y trama que lleva al contexto de una historia externa.</p> <p>Se puede apreciar la utilización de diferentes formas y elementos que permiten dar una sensación de textura táctil y visual permitiendo experimentar un recuerdo en la mente del público al cual está destinado el producto, también genera cierto nivel de estatus estético y cultural a quien consuma el producto.</p> <p>Sus colores representan: Dorado: expresa belleza, riqueza, fidelidad y permanencia. Negro: expresa la elegancia, lo sofisticado, la modernidad y lo simple.</p>

Figura 49. Don Quijote Naipes. Fuente: Nam (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura formal donde los espacios estructurales pueden interactuar entre sí, así como los módulos pueden con los espacios estructurales.	Contraste de saturación entre tono y luminosidad.	Sin serif	Existe la presencia de módulos con disposiciones que permiten generar texturas y dar forma a diferentes elementos dentro de la misma composición.	Primario	X	Contener	3	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	2	Informar	1
				Terciario		Mantener	1	Cubicación	1	Persuadir	2
Categoría compositiva	Equilibrio: existe una estabilidad visual permitiendo que la composición conserve su integridad atrayendo la atención con un punto central. Ritmo: se observa la repetición de módulos de manera regular evitando monotonía en el diseño y ando diferentes sensaciones a la vista. Textura: la combinación de los diferentes elementos modulares generan sensaciones que son captadas por el sentido visual al observar la forma y color de la composición.			Observación: Contenido: playing cards Materiales: papel Impresión: hoja de oro de estampación							
				Tendencia: ilustración / obras artísticas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
50		Agencia BUD	<p>El presente <i>packaging</i> muestra como elemento fundamental la utilización de la fotografía de una mujer en escala de grises representando así a la mujer Arabica, su marca está simbolizando la fuerza y empuje del producto.</p> <p>El diseño está centrado en un lenguaje moderno para unir a los temas clásicos. Se están utilizando definiciones claras, colores llamativos y formas visuales fuertes, consta de varios conceptos que realzan al producto y generan una numerabilidad en el cliente al momento de observarlo llevándose un gran impacto con la utilización de formas y cromática.</p> <p>Sus colores representan:</p> <p>Azul: expresa profesionalismo, conocimiento, seriedad y confianza, es un color utilizado para convencer a las personas a depositar su confianza.</p> <p>Negro: expresa la elegancia, valor y prestigio. Plateado: expresa modernidad y solemnidad.</p> <p>Amarillo: expresa relajación, naturaleza, frescura y dinamismo.</p>

Figura 50. Alteza Café. Fuente: Agencia BUD (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Presenta una estructura semiformal que parte de un punto focal y genera movimiento.	Utilización de colores cálidos y fríos.	Sin serif	No existe la presencia de módulos.	Primario	X	Contener	1	Apilar	3	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	2	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Equilibrio: la composición conserva su integridad mediante un eje asimétrico el cual atrae y centra la acción del diseño.</p> <p>Gradación: aumenta y disminuye paulatinamente las cualidades del espacio dando una sensación de luminosidad y profundidad a la imagen.</p> <p>Orden: existe jerarquía dentro de la composición para que su expresión sea armónica.</p>			<p>Observación:</p> <p>Contenido : café</p> <p>Materiales: plástico</p>							
				<p>Tendencia: ilustración / bebidas</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
51	<p><i>Figura 51.</i> Bolsa estómago vacío de “City Harvest”. Fuente: Ganador & One (2021).</p>	Andy Ganador y One Show Merit	Un diseño simple monocromático, tipografía sin <i>serif</i> que transmite modernidad. Las líneas de diseño sutil, texturas táctiles, poco texto. El color verde trasmite ideas de vida, fuerza y salud, el color marrón transmite el color de la tierra y naturaleza.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales desiguales, e s un diseño asimétrico su peso visual se encuentra en el cuarto cuadrante.	Marrón y verde	Tipografía sin <i>serif</i>	No tiene módulo	Primario	X	Contener	3	Apilar	-	Identificar	1
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	-	Informar	2
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	<p>Textura: el material de la bolsa</p> <p>Armonía: tiene orden y equilibrio.</p> <p>Equilibrio: tiene proporción asimétrica.</p> <p>Adición y sustracción: sustrae la forma de estómago.</p>			<p>Observación:</p> <p>Busca concientizar. Los materiales que utilizan son papel kraft, plástico. No especifica su impresión.</p>							
				<p>Tendencia: minimalismo / alimentos</p>							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
52		Stephen Cicala	Un diseño reduce lo esencial, transparente, monocromático y mucho texto. Usa tipografía sin <i>serif</i> que expresa modernidad. Transmite limpieza y pureza. El color negro transmite sensación de elegancia.

Figura 52. Frasco Antipodes wáter. Fuente: Cicala (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales similares. Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada.	Negro	Tipografía con <i>serif</i> y sin <i>serif</i>	No tiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	3
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Armonía: tiene orden y equilibrio. Orden: la organización de la estructura. Equilibrio: mantiene una estabilidad física y visual.			Observación: El producto que contiene es agua con gas o sin gas. Busca transmitir con su imagen ser el agua más pura. Utiliza botella de vidrio.							
				Tendencia: minimalismo / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
53		Linda Rodin	Un diseño que transmite elegancia, sofisticación y tranquilidad. Es monocromático, poco texto. Usa tipografía sin <i>serif</i> que expresa fuerza. En la cromática el color blanco impone pureza y perfección, el negro fuerza y prestigio.

Figura 53. Caja de perfume Rodin de Olio. Fuente: Rodin (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Tiene orden y mantiene el peso visual en la parte superior.	Negro y blanco	Tipografía sin <i>serif</i>	No tiene módulo	Primario		Contener	2	Apilar	1	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	-	Informar	-
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	3	Persuadir	1
Categoría compositiva	Textura: la superficie externa es material de cartón. Armonía: tiene orden y equilibrio. Contraste: la tipografía resalta al contrastar con el fondo			Observación: El producto es un perfume y el material que utiliza caja de cartón							
				Tendencia: minimalismo / cosméticos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
54		Niura Herrero	Un diseño simple, tipografía sin <i>serif</i> que inspira modernidad. Las líneas de diseño sutil, texturas táctiles, colores suaves, poco texto.

Figura 54. Botella de vino Niura Herrero. Fuente: Herrero (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales desiguales, es un diseño asimétrico su peso visual se encuentra en la parte inferior.	Joven: colores cálidos. Crianza: colores fríos. Gran reserva: escala de grises	Tipografía sin <i>serif</i>	No tiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	2
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Armonía: Sensación de orden y equilibrio. Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico. Gradación: en el aumento y disminución de la cromática.			Observación: El producto que contiene es vino, utiliza botella de vidrio.							
				Tendencia: de lujo / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
55	<p><i>Figura 55. Fruna. Fuente: Brabdlab (2021).</i></p>	Brandlab	<p>Un diseño realizado por líneas gruesas, estas líneas expresan fuerza y energía. Su tipografía manuscrita expresa diversión y la tipografía sin <i>serif</i> modernidad. El color amarillo transmite dulzura, optimismo y felicidad, color blanco imponen caridad y limpieza.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Los elementos están ordenados y tienen peso visual.	Amarillo, rojo, naranja y verde.	Manuscrita y sin <i>serif</i>	Lineas blancas y amarillas	Primario	X	Contener	2	Apilar	1	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	-
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	2	Persuadir	2
Categoría compositiva	Ritmo: la duplicación del módulo le da una sensación de ritmo. Armonía: tiene orden y equilibrio. Adición y sustracción: sustrae formas para colocar la figura de una fruta.			Observación: El producto que contiene es caramelo blando.							
				Tendencia: cubismo / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
56	<p>Figura 56. Nordic Berry. Fuente: Stupuraite (2021).</p>	Kristina Stupuraite	Un diseño monocromático, su cromática transmite un efecto tranquilizante y relajante, tipografía sin <i>serif</i> , poco texto, utiliza ilustraciones de animales formada por líneas que expresan sensación de movimiento, ritmo, voluptuosidad. El color marrón transmite el color de la tierra y naturaleza, morado azulado transmite encanto y misterio.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales similares. Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada.	Marrón y morado azulado	Tipografía sin serif	No tiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Textura: la superficie externa es material de papel. Armonía: tiene orden y equilibrio. Equilibrio: tiene moderación asimétrica.			Observación: Aves y animales ilustrados, son amantes conocidas de las bayas.							
				Tendencia: ilustración / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

N°.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
57		Nacho Huizar	Un diseño <i>packaging</i> donde su cromática está compuesto por colores fríos que emiten calma, tranquilidad y colores cálidos que transmiten cercanía, intimidad, calidez. Tipografía sin <i>serif</i> , poco texto, utiliza ilustraciones de trajes típicos de Oaxaca que transmite un producto artesanal formado por líneas que expresan sensación de movimiento, ritmo.

Figura 57. Sabor de Oaxaca mole. Fuente: Nacho (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada. Contiene espacios estructurales similares.	Cálidos y fríos	Tipografía sin <i>serif</i>	Ilustraciones de trajes típicos de Oaxaca en el fondo	Primario	X	Contener	1	Apilar	2	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Ritmo: sucesión o repetición de las ilustraciones.			Observación:							
	Armonía: tiene orden y equilibrio			El producto contiene mole salsa mexicana. Los materiales que utiliza son bote de vidrio y papel.							
	Movimiento: sus líneas producen dinamismo										
	Agrupamiento: la ubicación de las ilustraciones			Tendencia: ilustración / alimentos							
	Figura-fondo: el rectángulo donde están el logo y el fondo que se encuentra atrás.										

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
58	<p><i>Figura 58. KIREI Hair care. Fuente: Ávila (2021).</i></p>	Mer Ávila	<p>Este diseño combina las figuras geométricas a blanco y negro de fondo con colores de neón emitiendo modernidad. Las figuras geométricas están formadas por líneas que expresan dinamismo y movimiento. El color blanco expresa claridad y limpieza mientras que el negro emite poder, elegancia y modernidad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
La información está distribuida en los cuatro cuadrantes y tiene equilibrio asimétrico.	Blanco y negro, amarillo y rosa	Tipografía sin <i>serif</i> y manuscrita	Figuras geométricas en el fondo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Ritmo: sucesión de figuras geométricas.			Observación: Contiene un producto para el cuidado del cabello, los materiales que utiliza son plástico y su impresión flexografía, serigrafía.							
	Positivo-negativo: negro y blanco.										
	Movimiento: sus líneas producen dinamismo.			Tendencia: pop art / cosméticos							
	Agrupamiento: se agrupan los módulos.										
Figura-fondo: el círculo donde están el logo y el fondo.											

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
59	<p>Figura 59. Vinos Astros. Fuente: Milia (2021).</p>	Guillo Milia	El diseño contiene tipografía sin <i>serif</i> creando más legibilidad. Utiliza la línea como módulo creando la letra “A”, la línea emite movimiento, dinamismo. Una línea gruesa sugiere fuerza y vivacidad. La cromática presenta dorado y negro dándole un toque de lujo y elegancia.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
La información está distribuida en los cuatro cuadrantes y tiene equilibrio asimétrico.	Dorado y negro	Tipografía sin <i>serif</i>	La línea que forma la letra A	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	-
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Movimiento: sus líneas producen dinamismo . Agrupamiento: la agrupación del módulo . Armonía: tiene orden y equilibrio. Dirección: el triángulo un punto de atracción . Simetría: sus formas son semejantes y dan una sensación de orden.			Observación: El producto que contiene es vino y utiliza botella de vidrio.							
				Tendencia: cubismo / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
60	<p><i>Figura 60.</i> Malbec del Mercado. Fuente: Maron (2021).</p>	Saguan Maron	<p>Tiene tipografía sin <i>serif</i> y manuscrita que emite diversión, elegancia y modernidad. También utiliza ornamentos florales que expresan la naturaleza y frescura. La cromática: el color negro emite elegancia mientras que el color verde frescura y confianza.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales desiguales, es un diseño asimétrico su peso visual se encuentra en la parte superior.	Marrón y morado azulado	Tipografía sin <i>serif</i> y manuscrita	No tiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Textura: la tipografía del logo tiene relieve. Armonía: tiene orden y equilibrio. Ritmo: sucesión o repetición de las ilustraciones.			Observación: Contiene vino y utiliza botella de vidrio.							
				Tendencia: ilustración / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
61	<p><i>Figura 61.</i> Petit Comité. Fuente: Llorente (2021).</p>	Valentina Llorente	<p>Diseño en blanco y negro donde el color blanco expresa claridad y limpieza mientras que el negro emite poder, elegancia y modernidad. Las figuras geométricas expresan dinamismo, la línea gruesa emite poder.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Su estructura es irregular, tiene espacios estructurales desiguales, es asimétrico.	Blanco y negro	Tipografía sin <i>serif</i>	Figuras geométricas en el fondo	Primario	X	Contener	1	Apilar	2	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	2
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Movimiento: sus líneas producen dinamismo. Figura-fondo: la ubicación de las figuras geométricas. Adición y sustracción: sustrae formas y la añade. Positivo-Negativo: negro y blanco. Ritmo: sucesión de figuras geométricas.			Observación: El producto que contiene son alimentos, utiliza papel y frasco de vidrio.							
				Tendencia: cubismo / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
62	<p>Figura 62. Almay Cosméticos. Fuente: Scannicchio (2021)</p>	Breña Scannicchio	El diseño está formado por una composición de líneas quebradas que expresan eternidad y voluptuosidad. Su tipografía con <i>serif</i> emite elegancia y tradicional. Su cromática en su mayoría el color blanco que expresa claridad, limpieza. También el turquesa y el plomo transmiten seriedad y confianza.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes, tiene espacios estructurales desiguales. Es asimétrico.	Blanco, turquesa y plomo.	Tipografía con <i>serif</i>	Polígonos formados por una línea quebrada.	Primario		Contener	2	Apilar	1	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	2	Persuadir	2
Categoría compositiva	Armonía: tiene orden y equilibrio. Ritmo: repetición de elementos. Equilibrio: tiene proporción asimétrico. Ritmo: sucesión de figuras geométricas. Agrupamiento: agrupación de polígonos			Observación: Contiene maquillaje con ingredientes seguros y naturales, los materiales que utiliza son papel e impresión digital.							
				Tendencia: cubismo / cosméticos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
63	<p><i>Figura 63.</i> Estribor cosméticos para bebés. Fuente: Modbenito (2021).</p>	Modbenito	<p>En el diseño se utiliza el azul y blanco que emite serenidad, confianza y frescura. La tipografía manuscrita transmite elegancia y modernidad. Las líneas finas expresan simplicidad y delicadeza. Las líneas diagonales dan la impresión de movimiento.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes, tiene espacios estructurales desiguales. Es asimétrico.	Azul y blanco	Manuscrita	Línea horizontal gruesa que se repite en el envase	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	2
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Armonía: tiene orden y equilibrio.			Observación: Contiene cosméticos para bebés, el material que utiliza es plástico.							
	Ritmo: sucesión o repetición de líneas.										
	Movimiento: sus líneas producen dinamismo.			Tendencia: ilustración / cosméticos							
Equilibrio: tiene proporción asimétrica.											

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
64	<p>Figura 64. OMG. Fuente: Adar (2021).</p>	Gadi Adar	Decorativa y sin <i>serif</i> que le dan un toque divertido. Usa colores puros, brillantes y fluorescentes que contribuyen sensación de energía, espontaneidad y juventud. Utiliza sucesión puntos que dan una sensación de tensión o dirección.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales desiguales, es un diseño asimétrico su peso visual se encuentra en la parte superior.	Rosado Amarillo Celeste	Tipografía sin <i>serif</i> y manuscrita	El punto que se repite en el fondo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Ritmo: sucesión o repetición de puntos . Movimiento: los puntos producen dinamismo. Armonía: tiene orden y equilibrio. Figura-fondo: la ubicación de las figuras.			Observación: Contiene cosmético para chicas jóvenes, los materiales que utiliza son plástico, vidrio. El proceso de impresión es impresión de cuatros colores en plástico y la impresión digital.							
				Tendencia: pop art / cosméticos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
65	<div> </div> <p><i>Figura 65.</i> Pure Garden Organic Soap. Fuente: Nishizumi (2021).</p>	Natsumi Nishizumi	El diseño tiene como fondo ilustraciones que expresan la naturaleza, ilustraciones limpias y orgánicas. Su cromática expresa la claridad, limpieza. Su tipografía sin <i>serif</i> expresa modernidad. Utiliza líneas finas horizontales y verticales que expresan calma, delicadeza y ligereza.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes, tiene espacios estructurales desiguales. Es asimétrico.	Blanco y colores pasteles	Tipografía sin <i>serif</i>	Ilustraciones orgánicas de fondo	Primario	X	Contener	3	Apilar	1	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	2	Informar	2
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	3	Persuadir	1
Categoría compositiva	Textura: la superficie externa es material de papel.			Observación: El producto contiene jabones naturales y utiliza papel reciclado.							
	Armonía: tiene orden y proporción.										
	Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico porque tiene una estabilidad física y visual.			Tendencia: ilustración / cosméticos							
Gradación: en el aumento y disminución de la cromática.											

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
66	<p>Figura 66. Ourbrand Skin Care. Fuente: Khasanyanova (2021).</p>	Albina Khasanyanova	Un diseño formado por patrones geométricos de fondo, utiliza tipografía sin <i>serif</i> que expresa frescura y actualidad. La cromática usa el color negro que suele dar la sensación de poder, elegancia y fuerza, el color rojo expresa fuerza, dinamismo y energía; el morado da la sensación de vanidad y riqueza, el azul turqués expresa frescura. El cuadrado invita a mirar en su centro y simboliza estabilidad. El rectángulo expresa solidez, las líneas curvas emiten fantasía y juventud, las líneas quebradas crean la impresión de movimiento y dinamismo, los círculos a diferente escala también dan la impresión de movimiento e infinitud.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada. Es asimétrico	Negro, morado, azul turqués y rojo	Tipografía sin <i>serif</i>	Círculos y líneas en el fondo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	2
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Ritmo: la repetición de los elementos.			Observación:							
	Movimiento: figuras geométricas que expresan dinamismo y movimiento.			Un producto para el cuidado de la piel, el material que utiliza es el plástico.							
	Agrupamiento: la relación que existen entre los elementos.										
	Figura-Fondo: el cuadrado y rectángulo			Tendencia: pop art / cosméticos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
67		Andrea Ribera, Paloma Baladrón	<p>Un diseño que, en su mayoría, es texto con la tipografía con <i>serif</i> y manuscrita que emite elegancia y tradicional. Su cromática de fondo utiliza el blanco marfil, que da la sensación de calidez y confort; el color negro emite seriedad y fuerza. Utiliza líneas finas que expresan simplicidad y ligereza, la información está ubicada en varios rectángulos que aportan estabilidad y solidez.</p>

Figura 67. Kiehl’s Beard. Fuente: Paloma (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales similares. Distribuye la información en los cuatro cuadrantes ordenadamente Es asimétrico	Blanco marfil y negro	Tipografía con <i>serif</i> y manuscrita	No contiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	3
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Textura: la superficie externa es material de papel. Orden: la organización que se da en la estructura. Armonía: tiene orden y proporción. Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico.			Observación: Un producto para el cuidado de la barba, donde utiliza la ilustración de un esqueleto con la barba bien cuidada. Material que utiliza es vidrio y papel.							
				Tendencia: ilustración / cosméticos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
68		Jorge Simeira	<p>El siguiente diseño tiene una tipografía decorativa que emite fuerza y juventud, la cromática tiene el color amarillo que transmite energía y comodidad, el color negro fuerza y elegancia, el color blanco pureza y honradez. Usa líneas delgadas que emiten simplicidad y líneas gruesas que emiten fuerza y energía.</p>

Figura 68. Capelli Cosméticos. Fuente: Simeira (2021).

Análisis sintáctico composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes, tiene espacios estructurales desiguales. Es asimétrico.	Amarillo, negro y blanco.	Decorativa y sin <i>serif</i> .	No contiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	3	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	2
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Armonía: sensación de orden y equilibrio.			Observación:							
	Orden: tiene orden y organización .			Cosméticos para hombres, el material que utiliza es el plástico, impresión flebograpía							
	Positivo-negativo: negro y blanco.			Tendencia: pop art / cosméticos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
69		Bienal Comunicación	La mayor parte del siguiente diseño es tipografía con <i>serif</i> que emite clásico y tradicional. Cromática utiliza el color blanco marfil que transmite limpieza, pureza y confort, el color negro nos transmite seriedad y elegancia, el color rojo emite fuerza y calidez.

Figura 69. Beecheii. Fuente: Bienal de Comunicación (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes, tiene espacios estructurales desiguales. Es asimétrico.	Blanco, negro y rojo	Tipografía con <i>serif</i>	No contiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	3
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Textura: la superficie externa es material de papel. Armonía: tiene orden y equilibrio. Orden: tiene orden y organización			Observación: El contraste entre negro y blanco facilita la lectura para el consumidor. El producto contiene miel medicinal y sus materiales son papel y botellas de vidrio.							
				Tendencia: minimalismo / otros							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
70	<p><i>Figura 70.</i> Abeeja. Fuente: Guerrero (2021).</p>	Andrés Guerrero	Un diseño con poco texto, hace énfasis a su marca (abeeja) utiliza tipografía con <i>serif</i> que nos transmite un estilo clásico y elegante. La cromática usa el color amarillo de fondo que emite dulzura y felicidad y el color negro emite fuerza y prestigio.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
				Primario	X	Contener	1	Apilar	3	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	3
Contiene espacios estructurales similares. Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada.	Amarillo y negro	Tipografía con <i>serif</i>	No contiene módulo								
Categoría compositiva	Armonía: tiene orden y proporción. Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico.			Observación: Con un simple corte en la etiqueta el envase puede mostrar sus alas, asimilan a una abeja haciendo que el producto resalte de los demás.							
	Adición y sustracción: sustrae la forma de unas alas de abeja.			Tendencia: minimalismo / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
71	<p>Figura 71. Inuiq. Fuente: Be:Do (2021).</p>	Be: Do	<p>Diseño monocromático, utiliza líneas gruesas que expresan fuerza dando la forma de un esquimal que expresa el frío de la cerveza. Usa color blanco que puede dar sensación de limpieza, pureza, simplicidad y el negro la sensación de poder fuerza y elegancia. La tipografía sin <i>serif</i> nos expresa modernidad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales similares. Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada. Es asimétrico	Blanco y negro	Tipografía sin <i>serif</i>	No contiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	2
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	Armonía: tiene orden y equilibrio. Positivo-negativo: negro y blanco. Movimiento: sus líneas producen dinamismo . Orden: organización de las figuras geométricas.			Observación: Utiliza botella de cristal de impresión offset con tinta <i>thermochromatic</i> por lo que cuando la botella llega a 6°C la cara y la frase “cerveza fría” aparecen.							
				Tendencia: ilustración / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
72	<p><i>Figura 72.</i> Vinos Jardin. Fuente: Thais Chu (2021).</p>	Thais Chu	<p>La mayor parte del diseño contiene ornamentos expresando las flores y naturaleza, utiliza el color negro transmitiendo elegancia, fuerza y el color blanco pureza, color de la luna. Su tipografía es con <i>serif</i> emitiendo elegancia y clásico. Utiliza líneas curvas que expresan suavidad y elegancia.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada. Es asimétrico.	Blanco y negro	Tipografía con <i>serif</i>	Ornamentos formados por líneas en el fondo.	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Textura: la superficie externa es material de papel. Armonía: tiene orden y equilibrio. Positivo-negativo: negro y blanco. Movimiento: sus líneas producen dinamismo. Orden: organización de las figuras geométricas.			Observación: La botella contiene vino y busca resaltar el aroma floral, los materiales que utiliza son vidrio, corcho, papel y su impresión es digital.							
				Tendencia: lujo / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
73	<p><i>Figura 73.</i> El tiburón. Fuente: Canción (2021).</p>	Ahra Canción	<p>Formado por colores principales como el amarillo, azul, rojo. El amarillo transmite alegría y calidez, azul transmite calma y sinceridad, rojo transmite dinamismo. Tipografía sin <i>serif</i> que inspira modernidad. Utiliza varias figuras geométricas, como círculo emite dinamismo, rectángulo emite solidez, cuadrado emite equilibrio. También por medio de líneas gruesas forma la ilustración de un tiburón que transmite fuerza y energía.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales desiguales, es un diseño asimétrico.	Blanco y amarillo, azul, rojo.	Tipografía sin <i>serif</i>	No contiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Armonía: tiene orden y equilibrio.			Observación: Tiene varios diseños usando el mismo estilo, los materiales que utiliza son papel y vidrio, impresión digital en hojas de adhesivos.							
	Movimiento: sus líneas producen dinamismo.										
	Orden: organización de las figuras geométricas.			Tendencia: cubismo / bebidas							
Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico porque tiene una estabilidad física y visual.											

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
74	<p>Figura 74. Whisky Jameson. Fuente: Pond Diseño (2021).</p>	Pond Diseño	<p>Un diseño que utiliza las líneas para realizar varios ornamentos emitiendo naturaleza y vitalidad. Utiliza el color verde que da la sensación de bienestar, vitalidad, tranquilidad y el color blanco, confort, suavidad. Tipografía con <i>serif</i> nos emite elegancia y tradicional. Líneas finas que nos expresan simplicidad, delicadeza.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales similares. Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada.	Verde y blanco	Tipografía con <i>serif</i>	No contiene módulo	Primario		Contener	2	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Movimiento: las figuras emiten dinamismo . Armonía: tiene orden y proporción . Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico. Orden: organización de las figuras geométricas.			Observación: Contiene la botella de whisky, el material que utiliza es cartón.							
				Tendencia: lujo / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
75		Zilin Yee	<p>El siguiente diseño está formado por ornamentos florales que asimilar a la naturaleza. En la cromática utiliza el color azul turquesa que nos emite confianza y frescura, el color dorado nos emite elegancia. Su tipografía con <i>serif</i> nos transmite tradición y elegancia, usa línea fina que expresa simplicidad y delicadeza, la línea formada por puntos emite dinamismo y atrae la atención del cliente.</p>

Figura 75. Peranakan Hipwrap. Fuente: Yee (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales similares. Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada.	Azul turquesa y dorado	Tipografía sin <i>serif</i>	Si contiene módulo	Primario	X	Contener	3	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	-	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Movimiento: las figuras emiten dinamismo. Armonía: tiene orden y equilibrio. Ritmo: sucesión o repetición de las ilustraciones. Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico.			Observación: Este tipo de <i>packaging</i> tiene como objetivo expresar lo tradicional y el valor de la mujer. En su interior tiene los tradicionales paños Wrap. Los materiales que utiliza son papel y tela.							
				Tendencia: ilustración / vestimenta							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
76	<p><i>Figura 76. Românico Bordados. Fuente: Soares (2021).</i></p>	Helena Soares	El siguiente diseño tiene colores pasteles los cuales nos inspiran ternura, frescura, tranquilidad también usa líneas delgadas que emiten simplicidad, delicadeza. Utiliza ilustraciones de animales de color negro que inspira poder y elegancia. Utiliza texto sin <i>serif</i> que inspira modernidad.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Es completamente irregular, contiene espacios estructurales desiguales, es un diseño asimétrico.	Colores pasteles y negro	Tipografía sin <i>serif</i>	No contiene módulo	Primario	X	Contener	3	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	-
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Textura: el papel cartón.			Observación: En su interior contiene bordados, sus ilustraciones son inspiradas en período histórico romano. Los materiales utilizan es papel cartón e impresión serigrafía.							
	Armonía: tiene orden y proporción.										
	Positivo-negativo: negro y blanco.			Tendencia: ilustración / vestimenta							
Movimiento: las líneas del final producen.											

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
77	<p><i>Figura 77.</i> Rawganique. Fuente: Brosz (2021).</p>	Peltan-Brosz	<p>El siguiente diseño utiliza una tipografía personalizada para la marca, tipografía decorativa que le da un toque único y personalizado. En la cromática utiliza el color amarillo que nos inspira vitalidad, frescura y el color blanco nos inspira pureza y limpieza. Usa líneas gruesas que emite fuerza y energía, al ser líneas diagonales da la impresión de movimiento.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales desiguales, es un diseño asimétrico su peso visual se encuentra en la parte central.	Amarillo y Blanco	Tipografía decorativa	No contiene módulo	Primario	X	Contener	2	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	2
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Movimiento: sus líneas producen dinamismo.			Observación:							
	Ritmo: repetición de la línea.			El producto que contiene el <i>packaging</i> es de jabón orgánico libre de químicos. Los materiales cartón y papel e impresión offset.							
	Armonía: tiene orden y equilibrio.										
	Agrupamiento: agrupamiento de líneas.			Tendencia: cubismo / cosméticos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
78		Brooke Gabrek	El siguiente diseño es monocromático, usa el color blanco que nos emite limpieza y frescura, el negro nos emite elegancia y seriedad, la tipografía es sin <i>serif</i> que inspira modernidad. Las líneas son finas, expresan ligereza y simplicidad.

Figura 78. Historias de hilo. Fuente: Gabrek (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes, tiene espacios estructurales desiguales. Es asimétrico.	Blanco y negro	Tipografía sin <i>serif</i>	No contiene módulo	Primario	X	Contener	3	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	-	Yuxtaponer	-	Informar	2
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Armonía: tiene orden y equilibrio. Positivo-negativo: negro y blanco. Movimiento: sus líneas producen dinamismo.			Observación: No solo contiene el envoltorio del ovillo si no también el etiquetado de productos terminados y las indicaciones de lavado. Los materiales que usan son papel e impresión digital.							
				Tendencia: minimalismo / vestimenta							

Tendencias dseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
79		Robot Food	<p>Un diseño que utiliza tipografía sin <i>serif</i> que emite modernidad y tipografía manuscrita que emite diversión y elegancia. La cromática contiene el color negro que transmite poder y fuerza, el color blanco, pureza y positivismo, el rojo da la sensación de amor y energía. Usa líneas gruesas que emiten fuerza y energía, son diagonales y dan la impresión de movimiento. Contiene un cuadrado que invita a mirar en su centro y se asocia con la honestidad, limpieza y esmero.</p>

Figura 79. Winter Warmers. Fuente: Food (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Su peso visual se encuentra en la parte central, tiene espacios estructurales similares.	Negro, blanco y rojo.	Tipografía sin <i>serif</i> y manuscrito.	La línea en el fondo	Primario	X	Contener	3	Apilar	-	Identificar	1
				Secundario		Proteger	1	Yuxtaponer	3	Informar	2
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	Movimiento: las líneas emiten dinamismo. Orden: organización de las figuras geométricas. Ritmo: la repetición de los elementos. Agrupamiento: las líneas. Figura-Fondo: el cuadrado y fondo			Observación: Contiene calcetines con la misma cromática y con temática navideña, en la parte posterior contiene un saludo navideño y un poema divertido. Los materiales que usa son metal de estaño.							
				Tendencia: cubismo / vestimenta							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
80		Bestiola	<p>El siguiente <i>packaging</i> en la cromática tiene colores fluorescentes como el naranja, amarillo, azul, verde, azul, violeta que transmiten fuerza y juventud. Tipografía de color negro sin <i>serif</i> que emite poder y elegancia. Usa líneas gruesas y diagonales que transmiten movimiento y energía, al ser un poco curva transmite diversión, inestabilidad, elegancia.</p>

Figura 80. Kypers gafas de sol. Fuente: Bestiola (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes, tiene espacios estructurales desiguales. Es asimétrico.	Azul turquesa y dorado	Tipografía sin <i>serif</i>	La línea de colores en el fondo	Primario	X	Contener	2	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	-
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Movimiento: las figuras emiten dinamismo. Armonía: tiene orden y equilibrio. Ritmo: sucesión o repetición de las líneas. Figura-fondo: la ubicación de las figuras.			Observación: El producto que contiene son gafas de sol para jóvenes, refleja la identidad de la marca. Los materiales que usa son tubos de cartón e impresión digital.							
				Tendencia: pop art / vestimenta							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
81	<p><i>Figura 81.</i> Restyling Pulvapies. Fuente: Gworkshop (2021).</p>	Gworkshop José Luis, García Eguiguren	El siguiente diseño está realizado con la cromática verde y blanco, el verde inspira frescura, salud y el blanco inspira limpieza y pureza. Utiliza tipografía sin <i>serif</i> que emite fuerza y modernidad también usa la ilustración de un pie que se asimila con el producto.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
La lectura empieza de abajo hacia arriba y de izquierda a derecha, contiene espacios estructurales desiguales.	Blanco y verde	Tipografía sin <i>serif</i>	No contiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	2
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Armonía: tiene orden y equilibrio.			Observación: En su interior contiene producto para los pies. Material que utiliza plástico. Producto ecuatoriano.							
	Orden: la organización de la estructura.										
	Equilibrio: mantiene una estabilidad física y visual.			Tendencia: ilustración / cosméticos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
82		Gworkshop José Luis García Eguiguren	<p>El siguiente <i>packaging</i> utiliza el marrón, naranja y verde agua, el marrón es un color serio que inspira idea de experiencia, comodidad, elegancia. El naranja inspira diversión y actividad y el color verde agua emite calma y serenidad. Utiliza tipografía sin serf que inspira modernidad y manuscrita que inspira retro y alegría. Usa una línea formada por puntos que emite dinamismo.</p>

Figura 82. Made Of Frutz. Fuente: Gworkshop (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee espacios estructurales similares, su peso visual se encuentra en la parte central.	Negro con rojo, amarillo, verde, naranja.	Tipografía sin serif	No contiene módulo	Primario		Contener	2	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	3	Informar	2
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Adición y sustracción: sustrae formas . Figura-Fondo: el cuadrado y rectángulo. Textura: la sensación de la fruta. Armonía: tiene orden y equilibrio.			Observación: El producto que contiene son frutas en almíbar, el material que utiliza es cartón.							
				Tendencia: cubismo / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
83	<p><i>Figura 83.</i> Divertimentos. Fuente: Rizoma Estudio (2021).</p>	Rizoma Estudio Diego Gonzáles	<p>El siguiente <i>packaging</i> utiliza el marrón, naranja y verde agua, el marrón es un color serio inspira idea de experiencia, comodidad, elegancia. El naranja inspira diversión y actividad y el color verde agua emite calma y serenidad. Utiliza tipografía sin <i>serif</i> que inspira modernidad y la manuscrita inspira retro y alegría. Usa una línea formada por puntos que emite dinamismo.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes, posee espacios estructurales similares	Marrón, naranja y verde agua	Tipografía sin <i>serif</i> y manuscrita	Contiene módulos formado por figuras geométricas circulares y triangulares en la parte superior e inferior.	Primario		Contener	3	Apilar	1	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	2	Persuadir	2
Categoría compositiva	Ritmo: sucesión de figuras geométricas.			Observación:							
	Movimiento: figuras geométricas que expresan dinamismo y movimiento.			Contiene una colección de juegos tradicionales y el material que utiliza es cartón.							
	Agrupamiento: agrupamiento de figuras geométricas.										
	Armonía: tiene orden y equilibrio			Tendencia: ilustración / otros							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
84	<p>Figura 84. Palo Santo. Fuente: Pulsum marcas (2021).</p>	Pulsum marcas	<p>Este <i>packaging</i> utiliza el color negro, blanco, naranja, verde, y morado. El color negro inspira elegancia, el color blanco positivismo, el color naranja, vitalidad, el color verde, serenidad y el color morado inspira romanticismo. Cada color va de acuerdo con sus sabores. También usa tipografía romana que e mite formalidad, tradición y tipografía manuscrita que emite elegancia y delicadez. Utiliza líneas finas que expresan simplicidad y un rectángulo con la sensación de menor solidez y en el fondo usa ilustraciones de hojas inspiradas en las hojas nativas del café.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Posee espacios estructurales similares, su peso visual se encuentra en la parte central.	Negro, blanco, naranja, verde y morado	Tipografía romana y manuscrito.	Ilustraciones de hojas en el fondo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	2
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	1
Categoría compositiva	Movimiento: las ilustraciones emiten dinamismo. Ritmo: la repetición de los elementos . Agrupamiento: en el fondo. Figura-Fondo: el rectángulo y fondo.			Observación: El producto que contiene es café ecuatoriano y es vendido en la hacienda Palo Santo.							
				Tendencia: ilustración / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
85	<p><i>Figura 85.</i> Wajuko Guayusa Tea. Fuente: Gworkshop (2021).</p>	Gworkshop José Luis García Eguiguren	<p>El siguiente diseño utiliza el color negro que inspira fuerza, elegancia, y blanco que inspira pureza; los siguientes colores varían según los sabores, rojo si es canela, morado si es con mora, naranja si tiene naranja, son colores que inspiran el ingrediente extra que tiene el producto. Usa tipografía decorativa que les da un toque único, también usa líneas delgadas que emiten simplicidad y usa la ilustración de un búho que tiene que ver con la historia detrás de la marca.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes, su peso visual se encuentra en la parte superior.	Blanco, negro, rojo, naranja, verde, morado.	Tipografía decorativa	No contiene módulo	Primario		Contener	2	Apilar	2	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	3	Yuxtaponer	-	Informar	2
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	3	Persuadir	1
Categoría compositiva	Armonía: tiene orden y equilibrio. Ritmo: sucesión o repetición de las hojas. Figura-fondo: la ubicación de las figuras.			Observación: El producto que contiene son bolsas de té de guayusa (ecuatoriano). El material que usa es papel.							
				Tendencia: ilustración / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
86	<p><i>Figura 86.</i> Birra Pratello. Fuente: Usoppo (2021).</p>	Usoppo	<p>El siguiente diseño usa los colores blancos, negro y amarillo. El color negro emite elegancia, poder y el blanco pureza. Las líneas son amarillas emiten dinamismo y optimismo, al ser líneas gruesas inspiran fuerza y energía. Utiliza tipografía sin <i>serif</i> que expresa modernidad y actualidad. Tiene una ilustración que emite movimiento.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Es completamente irregular, Contiene espacios estructurales desiguales, es un diseño asimétrico.	Blanco, negro y amarillo.	Tipografía sin <i>serif</i>	Las líneas en forma de V	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Ritmo: la repetición de los elementos.			Observación: El producto que contiene es cerveza y utiliza botellas de cristal							
	Agrupamiento: la relación que existen entre los elementos.										
	Movimiento: sus líneas producen dinamismo			Tendencia: ilustración / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
87	<p><i>Figura 87. Vitis Vinifera. Fuente: Quiñones (2021).</i></p>	Roberto Quiñones	El diseño de esta botella tiene dos colores; es el blanco que inspira pureza, limpieza y claridad y el azul que inspira serenidad, calma y confianza. Las ilustraciones de ornamentos y uvas inspiran la naturaleza y frutos del vino. Usa tipografía manuscrita que emite elegancia y simplicidad.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada. Es asimétrico.	Blanco y azul	Tipografía manuscrita	Ornamentos formados por líneas en el fondo.	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	-
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Armonía: Tiene orden y equilibrio.			Observación:							
	Movimiento: Sus líneas producen dinamismo.			La botella contiene vino, los materiales que utiliza son vidrio, corcho.							
	Orden: Organización de las figuras geométricas.			Tendencia: ilustración / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
88	<p>Figura 88. Siete Cruces Cerveza Artesanal. Fuente: Gworkshop (2021).</p>	Gworkshop José Luis García Eguiguren	El siguiente diseño en su mayoría tiene una ilustración de un inca y un español inspirada en una historia. Trabaja con blanco y negro, que emiten elegancia, perfección y poder. El color amarillo inspira el toque frutal que tiene la cerveza y el colore varía según el sabor de la cerveza. Usa una tipografía decorativa que emite fuerza y tradición.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Es regular y rígido, tiene orden. Utiliza los cuatro cuadrantes.	Blanco, negro y amarillo	Tipografía sin <i>serif</i>	No contiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Armonía: tiene orden y equilibrio. Figura-fondo: la ubicación de las ilustraciones. Positivo-negativo: negro y blanco.			Observación: El diseño de la etiqueta alude a la confrontación que hubo entre los indios y los españoles en la conquista del continente americano. Los materiales que utiliza es la botella de vidrio, tapa tillo y etiqueta.							
				Tendencia: ilustración / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
89	<p><i>Figura 89. Oatrageous. Fuente: Gworkshop (2021).</i></p>	Gworkshop José Luis García Eguiguren	El siguiente diseño tiene más imágenes, el color que utiliza es blanco que inspira la pureza, ligereza y limpieza acompañado por un color que inspira el sabor del producto con el cual está combinado el producto. Usa líneas finas que emiten delicadeza y la figura aparte de ser ergonómica insinúa la sensación de adelgazamiento. Utiliza tipografía decorativa que inspira elegancia, delicadez y juventud.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada. Es asimétrico.	Blanco y morado, naranja, amarillo	Tipografía decorativa	No contiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico. Orden: organización de las figuras. Movimiento: las figuras emiten dinamismo . Armonía: tiene orden y equilibrio.			Observación: Contiene leche, frutas y avena. El material que utiliza es plástico.							
				Tendencia: minimalismo / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
90	<p><i>Figura 90.</i> Inca's Treasure. Fuente: Gworkshop (2021).</p>	Gworkshop José Luis García Eguiguren	El siguiente <i>packaging</i> utiliza en el fondo patrones de la descendencia incaica que están inspirados en la marca y emiten dinamismo, la tipografía es sin <i>serif</i> que inspira modernismo, fuerza. La cromática en Galapagos: azul y morado que inspiran confianza, seguridad, el mar. Loja: rojo, naranja, café que inspiran fuerza y calidez. Pastaza: verde y amarillo que inspiran frescura, serenidad y calma.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Es regular y rígido, tiene orden. Utiliza los cuatro cuadrantes.	Blanco, azul y morado, rojo y naranja, verde y amarillo	Tipografía sin <i>serif</i>	Si contiene módulos en el fondo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Movimiento: las figuras emiten dinamismo.			Observación: El producto que contiene es café ecuatoriano.							
	Armonía: tiene orden y equilibrio.										
	Ritmo: sucesión o repetición de las ilustraciones.			Tendencia: ilustración / bebidas							
Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico.											

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
91	<p><i>Figura 91.</i> Vedanna Organic Teas. Fuente: Julián (2021).</p>	Ignacio Julián	<p>El siguiente <i>packaging</i> utiliza colores tierra como el café que transmite el color de la tierra y naturaleza, el amarillo simboliza valores culturales y tranquilidad. La tipografía que utiliza es decorativa que inspira elegancia y suavidad. Gran parte del diseño tiene ilustraciones de maestros espirituales, rosas y flores que emiten tranquilidad. Usa líneas finas que expresan ligereza y simplicidad.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada. Tiene buena proporción.	Café y amarillo	Tipografía decorativa	No contiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Ritmo: la repetición de los elementos.			Observación: El producto que contiene es té orgánico y el material que utiliza es papel craf.							
	Agrupamiento: la relación que existen entre los elementos.										
	Movimiento: ilustraciones que producen dinamismo			Tendencia: ilustración / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
92	<p><i>Figura 92. EKOLOGISKA. Fuente: Kollor (2021).</i></p>	Kollor	<p>El siguiente diseño utiliza el color verde oscuro que nos inspira confianza, frescura y el color verde claro, vida, fuerza y salud. La tipografía es sin <i>serif</i> que inspira modernidad y fuerza. Usa ilustraciones de hojas que inspiran la naturaleza, el color transparente de la funda muestra el producto color blanco que emite limpieza y pureza.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Impone orden, distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada.	Verde claro y verde oscuro	Tipografía sin <i>serif</i>	No tiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Orden: organización de la tipografía. Armonía: tiene orden y equilibrio. Color: cromatismo verde.			Observación: La botella contiene vino, los materiales que utiliza son vidrio, corcho.							
				Tendencia: eco / otros							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
93	<p>Figura 93. Happy Eggs. Fuente: Szczypek (2021).</p>	Maja Szczypek	<p>Este <i>packaging</i> trabaja con el medio ambiente ya que en su mayoría está formado por heno y la otra por papel donde utiliza colores fríos como el verde y azul que inspiran confianza, frescura y tranquilidad. La tipografía sin <i>serif</i> transmite modernidad y fuerza, con el número de unidades que contiene el <i>packaging</i>.</p>

Análisis Sintáctico / Composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Tiene una lectura accedente, ubicada la información en orden.	Verde y azul	Tipografía sin <i>serif</i>	No contiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Textura: la superficie externa.			Observación: El producto que contiene son huevos y el material que utiliza es heno y papel, se utiliza una prensa calentada para moldear el heno en su forma general.							
	Armonía: tiene orden y proporción.										
	Equilibrio: tiene moderación asimétrica			Tendencia: eco / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
94	<p><i>Figura 94.</i> Green Things. Fuente: PyW (2021).</p>	P&W	El siguiente diseño usa los colores verde y blanco que inspiran vitalidad, limpieza, salud y frescura. La tipografía es decorativa que emite naturaleza y dinamismo, tiene una ilustración de una hoja que transmite la naturaleza y el medio ambiente.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes, tiene espacios estructurales desiguales. Es asimétrico.	Blanco y verde	Tipografía decorativa	No contiene módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	2	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	3	Persuadir	2
Categoría compositiva	Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico . Movimiento: las líneas curvas. Armonía: tiene orden y equilibrio			Observación: El producto que contiene es papel 100% reciclado, el material que usa es plástico que expira en 12 o 18 meses.							
				Tendencia: eco / otros							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
95	<div> </div> <p>Figura 95. Tyto Alba. Fuente: Rivortti (2021).</p>	Rita Rivotti	<p>El siguiente diseño reusable utiliza el color dorado que infunde lujo, prestigio y comodidad. Tiene una tipografía manuscrita que transmite elegancia y tipografía sin <i>serif</i> que inspira modernidad y poder. En el centro tiene la sustracción de un círculo que invita a mirar al receptor y transmite protección.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Tiene una lectura accedente, es regular y tiene orden.	Dorado	Tipografía sin serif	No contiene módulo	Primario		Contener	1	Apilar	2	Identificar	3
				Secundario	X	Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	3	Persuadir	2
Categoría compositiva	Armonía: tiene orden y equilibrio. Textura: la superficie externa. Adición y sustracción: sustrae un círculo. Orden: la organización que se da en la estructura.			Observación: El producto que contiene es una botella de vino que se convierte en la casa para un ave, la marca promueve a reutilizar y que la conciencia ambiental es de gran importancia.							
				Tendencia: eco / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
96	<p><i>Figura 96.</i> Platayuc Organic. Fuente: Gworkshop (2021).</p>	Gworkshop	<p>El siguiente <i>packaging</i> utiliza colores oscuros para potenciar la forma de los platanitos, usa el color negro que inspira elegancia y poder, también el color café que trasmite seguridad y fortaleza. A través de las fotografías informa el lugar de origen y los ingredientes principales. Usan una franja verde para informar que es natural, rojo si tiene picante y naranja si es dulce. La tipografía es sin <i>serif</i> que inspira modernidad y fuerza.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales similares. Distribuye la información de una manera ordenada.	Marrón, verde y amarillo	Tipografía sin <i>serif</i>	No tiene módulos	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Orden: la organización que se da en la estructura. Armonía: tiene orden y equilibrio. Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico.			Observación: El producto que contiene es platanitos ecuatorianos, su propósito es crear una línea de productos para el mercado internacional.							
				Tendencia: ilustración / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
97		Gworkshop	<p>El siguiente diseño usa el color blanco que transmite pureza y perfección, el color café que transmite la tierra y la naturaleza. La tipografía sin <i>serif</i> que inspira modernidad y fuerza. Usa una línea formada por puntos que emiten dinamismo, indica por dónde se debe abrir el producto y una sustracción por dónde se observa el producto. También una fotografía de un campesino junto a sus sembríos que transmiten el trabajo duro por la cosecha del producto.</p>

Figura 97. Fuyupamaba-Uvillas del Volcán. Fuente: Gworkshop (2021).

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Distribuye la información en los cuatro cuadrantes de una manera ordenada. Contiene espacios estructurales similares.	Café y blanco	Tipografía sin serif	No hay módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Orden: la organización que se da en la estructura. Armonía: tiene orden y equilibrio. Dirección: la dirección de las montañas. Escala: relación del tamaño a la persona. Adición y sustracción: sustrae figura.			Observación: El producto contiene uvillas ecuatorianas, el material que utiliza es plástico.							
				Tendencia: ilustración / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
98	<p><i>Figura 98.</i> Corfruit. Fuente: Gworkshop (2021).</p>	Gworkshop	El siguiente <i>packaging</i> utiliza el color blanco que inspira pureza, perfección acompañada de un color fuerte como el azul, verde y rojo que transmiten colores frutales. Usa líneas curvas que emiten dinamismo y un círculo donde ver el producto que transmite protección. La tipografía sin <i>serif</i> emite modernismo y fuerza. Las líneas finas que expresan delicadez y simplicidad.

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
La información está distribuida en los cuatro cuadrantes y tiene equilibrio asimétrico.	Blanco y verde, blanco y azul, blanco y rojo	Tipografía sin <i>serif</i>	No hay módulo	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	-	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Movimiento: sus líneas producen dinamismo. Figura-fondo: la figura y la fotografía. Orden: la organización que se da en la estructura. Armonía: tiene orden y equilibrio. Adición y sustracción: sustrae un círculo			Observación: Contiene frutos secos ecuatorianos. Mantiene esos colores porque e s un rediseño y no quiere perder la asociación que ya tenía con los anteriores diseños.							
				Tendencia: cubismo / alimentos							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
99	<p>Figura 99. Malondro. Fuente: Fuente: Gworkshop (2021).</p>	Gworkshop	<p>Este diseño es monocromático blanco y negro que inspiran elegancia, fuerza y prestigio. Utiliza ilustraciones de acuarela que inspiran los viñedos del producto. Usa tipografía sin <i>serif</i> que inspira modernidad y poder.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
La información está distribuido en los cuatro cuadrantes y tiene equilibrio asimétrico.	Blanco y negro	Tipografía sin <i>serif</i>	No hay módulos	Primario	X	Contener	1	Apilar	-	Identificar	3
				Secundario		Proteger	2	Yuxtaponer	3	Informar	1
				Terciario		Mantener	3	Cubicación	-	Persuadir	2
Categoría compositiva	Positivo-negativo: negro y blanco. Movimiento: sus líneas producen dinamismo. Dirección: dirección de profundidad. Orden: la organización que se da en la estructura. Escala: relación del tamaño.			Observación: El producto que contiene es vino. Los materiales que usa es una botella de vino y corcho, tiene ilustraciones contemporáneas de los lugares de donde la uva es cosechada y producida.							
				Tendencia: lujo / bebidas							

Tendencias de diseño de *packaging*

Nº.	Producto	Diseñador	Análisis semiótico
100	<p><i>Figura 100.</i> Codorniu Pinot noir. Fuente:Gworkshop (2021).</p>	Gworkshop	<p>Este <i>packaging</i> utiliza el color gris que da la sensación de naturalidad y calma, transmite sensaciones elegancia, solidez y sofisticación, también utiliza el color rojo violeta que representa la sensualidad, dramatismo y fuerza. Utiliza tipografía sin <i>serif</i> que inspira modernismo e intensidad. Usa sustracción de círculos que emiten dinamismo y protección.</p>

Análisis sintáctico / composición

Estructura de ordenamiento	Cromática	Tipografía	Módulo	Tipo de envase		Función básica		Función de apilamiento		Función comunicacional	
Contiene espacios estructurales desiguales, es un diseño asimétrico su peso visual se encuentra en la parte inferior.	Gris y rojo violeta	Tipografía sin serif	Círculo	Primario		Contener	1	Apilar	-	Identificar	2
				Secundario	X	Proteger	2	Yuxtaponer	--	Informar	
				Terciario		Mantener	-	Cubicación	-	Persuadir	3
Categoría compositiva	Movimiento: sus formas producen dinamismo . Equilibrio: tiene equilibrio asimétrico. Ritmo: sucesión o repetición del círculo. Adición y sustracción: sustrae un círculo										
				Tendencia: lujo / bebidas							

TENDENCIAS DE
DISEÑO APLICADAS AL
PACKAGING
POR PERFIL DE USUARIO

LÍNEA
GRÁFICA POR
PERFIL DE
USUARIO

Minimalista

Características	Perfil de usuario	Categoría
<ul style="list-style-type: none"> - Tipografía limitada - Tipografía sin <i>serif</i> - Monocromático - No contiene ornamentos - Figuras geométricas lineales - Máxima sencillez - Su marca es el principal elemento de publicidad. - Sus principales elementos compositivos son: - Equilibrio - Simetría - Orden 	<p>Media alta - alta Hombres y mujeres de 30-60 años</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas - Cosméticos - Alimentos

Cubismo

Características	Perfil de usuario	Categoría
<ul style="list-style-type: none"> - Utiliza figuras geométricas planas - No contiene perspectiva - Sus principales Elementos compositivos son: movimiento, figura-fondo, ritmo. - Dinamismo - Tipografía sin serif / con serif - Utiliza líneas para forma plano representados en positivo y negativo - No usa figuras naturales - Usa planos bidimensionales - Usa líneas curvas y rectas - Colores mates - Usa módulos repetitivos o variantes. 	<p>Media alta - alta Hombre y mujeres de 25 – 40 años</p> <p>Media típica - media Mujeres de 30 – 40 años</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cosméticos - Alimentos - Bebidas

Pop art

Características	Perfil de usuario	Categoría
<ul style="list-style-type: none"> - Colores puros, brillantes y fluorescentes - Figuras naturales - Usa formas geométricas y cromáticas creando combinaciones únicas - Usa módulos repetitivos o variantes - Dinamismo - Joviales - Utiliza collage - Sus principales elementos compositivos son ritmo, movimiento y figura-fondo 	<p>Media alta - alta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombre y mujeres de 15 – 25 años <p>Media típica a media</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres de 15 – 25 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Cosméticos - Alimentos - Obras artísticas

Ilustración

Características	Perfil de usuario	Categoría
<ul style="list-style-type: none"> - Usa formas naturales - Usa imágenes que generan una acción - Contiene ornamentos - Siempre va acompañada de un diseño comercial y su marca - Debe identificar al producto - Originalidad - Movimiento - Genera personalidad al producto y su marca - Su cromática varía según la necesidad del producto, pero conservará el sentido de dibujo - La técnica vectorial es la más utilizada dentro la ilustración para <i>packaging</i>. 	<p>Media alta - alta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres de 5 - 40 años <p>Media típica a media</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres de 5 – 35 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas - Alimentos - Obras artísticas - Vestimenta

Eco - diseño

Características	Perfil de usuario	Categoría
<ul style="list-style-type: none"> - Usa las 3R (reducir, reciclar, reutilizar) - La cromática que utiliza es el color blanco y verde - Usa materiales biodegradables - Multifuncional (puede volver a ser útil) - La tipográfica puede ser variable considerando que existe tipografías ecológicas para el ahorro de tinta - Debe generar impacto visual sin perder de vista la parte ecológica - Usa formas orgánicas 	<p>Media alta - alta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombre y mujeres de 35 – 50 años <p>Media típica a media</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres de 30 – 50 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Cosméticos - Alimentos - Obras

Diseño de lujo

Características	Perfil de usuario	Categoría
<ul style="list-style-type: none"> - Usa líneas rectas - Cromática en contrastes de luminosidad en su mayoría blanco, negro plateado y dorado. - Utiliza iconografía con elementos gráficos elegantes y sutiles - Materiales de calidad - Texturas táctiles - Exclusividad - Estético, simple, limpio y elegante - Tipografía sin serif 	<p>Media alta - alta</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hombre y mujeres de 30 – 60 años 	<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas - Cosméticos - Vestimenta - Tecnología

TENDENCIAS DE
DISEÑO APLICADAS AL
PACKAGING
POR PERFIL DE USUARIO

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES

- La conceptualización del término tendencia en el contexto nacional como internacional aún es ambiguo, por lo que la información presentada en este trabajo es relevante y servirá como referencia para futuras investigaciones.
- Dentro de los parámetros comunicaciones el *packaging* es el que tiene el primer contacto con el usuario, y por ende se vuelve en un efecto decisivo de compra. Es por ello que la adecuada utilización de los elementos gráficos, afín a una tendencia de diseño, permite su perdurabilidad en el tiempo, sumado a la aceptación del futuro consumidor.
- La identificación de un perfil de usuario, permite conocer el estilo de vida del futuro consumidor, correspondiente a sus características y gustos, lo que garantizará la aceptación y consumo del producto.
- Las fichas técnicas elaboradas de tendencias de diseño aplicadas al *packaging*, dejan una información relevante para los diseñadores, considerando que las mismas le permiten delimitar las características de diseño que debe poseer la propuesta gráfica, para que vaya de acorde con una tendencia y a un consumidor específico. El aporte brindado sobre este tema es innovador, debido a la especificidad del tema.

BIBLIOGRAFÍA:

- Araya, J. (2012). *Pop art*. Arte Comunicación y Diseño. [Consultado 14 de Enero de 2017] Disponible en: <http://visual744.blogspot.com/2012/09/pop-art.html>
- Arellano, R. (2002). Comportamiento del Consumidor: enfoque América Latina. México: Mc Graw-Hill.
- Azcuéna, L. (1988). ¿Packaging o Packing ? *Revista Énfasis*, N° 3, pág. 65
- Coleman CBX (2015). *Branding corporativo, Packaging*. [Consultado 09 de Junio de 2017] Barcelona, España. Disponible en: <http://www.colemancbx.com/articulos/>
- Canalé (2016). *Ecodiseño, desafío evolutivo del diseño*. Catalogo Digital de Publicaciones DC. Universidad de Palermo. [Consultado 11 de Junio de 2016]. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=1460&id_libro=10
- Enriques, M. (2010). Siento, luego compro. La función intrínseca del packaging. *Revista Escritos de Facultad*, Volumen 60..
- Hampshire, M. y Stephenson, K. (2008). *Packaging, Cómo diseñar envases para un público concreto*. México: Rotovisión
- Harvard D. (2020). *Segmentación de mercado, variables y beneficios*. [Consultado 15 de julio de 2020] de: <https://retos-directivos.eae.es/variables-y-beneficios-de-la-segmentacion-de-mercado/>
- Joseph, C. (2017). *Ejemplos de un perfil de segmentación del mercado*. [Consultado 15 de julio de 2020] de: <https://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-un-perfil-de-segmentacin-del-mercado-5098.html/>

- Infopack (2020). Criterios comunicacionales. [Consultado 05 de Octubre de 2020] Disponible en <https://www.infopack.es/es>
- Marín, F. (2015). *Cinco corrientes artísticas que son tendencia en diseño hoy*. [Consultado 05 de octubre de 2020]. Disponible en: <https://www.creativosonline.org/blog/5-corrientes-artisticas-que-son-tendencia-en-diseno-hoy.html>
- Peters (2016). Nanomateriales para productos y aplicaciones en agricultura, alimentación y alimentos. *Revista de Ciencias y Tecnología de los alimentos*, pág. 155-164.
- Raymond (2010). Tendencias: qué son, cómo identificarlas, en qué fijarnos, cómo leerlas. Madrid, España: Laurence King.
- Stafford, C. (1993). *Packaging / Diseños Especiales*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- Zitterkopf, M. (2003). El packaging como vendedor silencioso y factor determinante de la compra, Buenos Aires, Argentina, Universidad Abierta Interamericana.

BIBLIOGRAFÍA DE FIGURAS

Souza, E. (2008). *Packaging of the World*. Obtenido de <https://www.packagingoftheworld.com/2016/11/hamilton-de-holanda-e-o-baile-do.html>

Chen, C. (2008). *Packaging of the World*. Obtenido de <https://www.pinterest.fr/pin/832180837365535245/>

Mrotek, M. (05 de 07 de 2016). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/07/maria-sadowska-jazz-na-ulicach.html>

Yong, Y. (2021). Obtenido de WE AND THE COLOR revista en línea: <https://weandthecolor.com/jooze-fruit-package-design-by-yunyeen-yong/16641>

Desinghourse. (2021). Obtenido de The packaging of the world: <https://ar.pinterest.com/pin/778419116821317881/Appassimento>

Sommer, D. (2021). Obtenido de World Brand desing: : <https://worldbranddesign.com/espacioblanco-visual-communication-edelbrand-series%EF%BB%BF/>

Kodimsky. (2021). Obtenido de Barware: <https://www.barware.com.au>

Fagnot, M. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.pinterest.ie/pin/281756520417687913/>

Vala, E. (2021). Obtenido de Ernesta Vala: <https://www.behance.net/ErnestaVala>

- Chikakcjiev, D. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.pinterest.com/pin/794322453025589561/>
- Yool Estudio. (2021). Obtenido de FLIPHTML5: <https://fliphtml5.com/olup/fhun/basic/51-100>.
- Magalhaes, L. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/01/saberes-populare.html>
- Takahashi, Y. (2021). Obtenido de Packaging of the Worl: <https://competition.adesignaward.com/design.php?ID=78303>
- Papalini, M. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://es.scribd.com/document/398107477/Sello-Del-Buen-Diseno-Argentino-8>
- Hailong, X. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.viaje-a-china.com/ano-nuevo-chino/regalar-sobres-rojos-hongbao.htm>
- Walmsley, V. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2015/12/rapha-eyewear.html>
- Taxi Studio. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://taxistudio.co.uk>
- Sheridan y Co. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <http://goanunciantes.com/2020/10/amor-a-primera-vista-destaque-en-el-mercado-gracias-a-un-buen-empaque>

- Mousegraphics. (2021). Obtenido de Packaging of the word: <https://ar.pinterest.com/pin/457396905901603534/>
- Frank, R. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/12/moo-yogurt.html>
- Jones, W. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/12/before-after-naked-marshmallow-co.html>
- Lin, J. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.pinterest.es/pin/328973947779324259/>
- Youssef. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/01/air-code.html>
- Comunitaria creativa. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.pinterest.com/pin/170362798384938162/>
- By North. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://retaildesignblog.net/2017/02/02/craig-alibone-chocolate-packaging-by-by-north/>
- LSO Fuego. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/02/huerto-marias.html>
- Artemov, S. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.pinterest.com/pin/322429654546806693/>

- Mormedi. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.franquicias.es/sectores-espana/servicios-especializados/skyvap>
- AGRafix Ltd. (2021). Obtenido de PAcKaging of the world: <https://www.pinterest.cl/pin/474215035749558100/>
- Inskinyte, J., & Plytnykiene. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/02/puses-puse-jewellery-line-concept.html>
- Mo, K. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/02/all-you-need-is-love-chocolates.html>
- Tha family and Friends. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/02/askeys-making-your-own-fun.html>
- Bratzler, S. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/02/go-go-go-alcohol.html>
- Kumnf, M., & Wex, N. a. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/search?q=happy+times>
- Wonder Machine Studio. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/02/once-upon-tea-instant-aroma-tea.html>

- Studiobium. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/10/thai-tip-fresh-milk.html>
- Sealburger. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/search?q=poet>
- Vishal Vora artista 3D: RD. (2021). Obtenido de Packagign of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/02/moveda-eau-de-toilette.html>
- Proud design. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/02/nada-nothing-added.html>
- Ghvezzy, D. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/search?q=BerryBon+>
- Base 501. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/02/ambriona-chocolates.html>
- Gribergs, T., & Blicsons, A. (2021). Obtenido de Packaging of the worl: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/07/brum-box.html>
- Kétyi, B. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/02/paos-premium-soap-student-project.html>

- Saad de marca + diseño. (2021). Obtenido de Packaging: <https://www.packagingoftheworld.com/search?q=re>
- Nam. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/search?q=donquijote>
- Nam. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/search?q=donquijote>
- Agencia BUD. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://packageinspiration.com/alteza-coffee/>
- Ganador, A., & One, S. (2021). Obtenido de ANY: <https://www.amny.com/new-york/city-harvest-delivered-56-million-pounds-of-food-to-new-yorkers-in-need-during-pandemic>
- Cicala, S. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/search?q=antipodes>
- Rodin, L. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.todoslosperfumes.com/rodin/rodin-bis-olio-lusso-perfume-mujer/>
- Herrero, N. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.todoslosperfumes.com/rodin/rodin-bis-olio-lusso-perfume-mujer/>
- Brabdlab. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/12/fruna.html>
- Stupuraite, K. (2021). Obtenido de Packagign of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/01/nordic-berry.html>

- Nacho, H. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/09/sabor-de-oaxaca-mole-sauce.html>
- Ávila, M. (2021). Obtenido de Packeging of the word: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/12/kirei-hair-care.html>
- Milia, G. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/10/astros-wines.html>
- Maron, S. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/08/malbec-del-mercado.html>
- Llorente, V. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2012/11/petit-comite-student-work.html>
- Scannicchio, B. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/01/almay-cosmetics-student-project.html>
- Modbenito. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/01/almay-cosmetics-student-project.html>
- Adar, G. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/01/omg.html>

- Nishizumi, N. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/search?q=rosemary>
- Khasanyanova, A. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.pinterest.es/pin/473159504585363934/>
- Paloma, R. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.kiehls.com/mens/hair-beard-care-products-for-men/grooming-solutions-nourishing-beard-grooming-oil/KHL810.html>
- Simeira, J. (2021). Obtenido de Cargo colectivo: <http://cargocollective.com/nuriaherrero/filter/packaging-wine>
- Bienal de Comunicación. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/11/beecheii.html>
- Guerrero, A. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/12/Abeeja.html>
- Be:Do. (2021). Obtenido de Packaging of the word: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/01/inuiq.html>
- Thais Chu. (2021). Obtenido de Packaging of the word: <https://www.packagingoftheworld.com/2013/12/jardin-vermello-nosos-bosques-student.html>
- Canción, A. (2021). Obtenido de Packaging on the world: <https://www.packagingoftheworld.com/search?q=tuburon>

- Pond Diseño. (2021). Obtenido de Bratitosa: <https://bravitosacom.com/producto/whisky-jameson-750ml/>
- Yee, Z. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/02/peranakan-hipwrap-sarong-student-project.html>
- Soares, H. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2015/07/romanico-baby.html>
- Brosz, P. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2015/09/rawganique.html>
- Gabrek, B. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/01/yarn-stories-student-project.html>
- Food, R. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/search?q=winter>
- Bestiola. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/09/kypers-sunglasses.html>
- Gworkshop, J. G. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2012/11/pulvapiestrestyling.html>
- Rizona Estudio. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2014/08/divertimentos-juegos-tradicionales.html>

- Pulsum marcas. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/07/palo-santo.html>
- Usoppo. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2020/07/la-birra-di-re-artu.html>
- Quiñones, R. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2012/11/vitis-vinifera.html>
- Julián, I. (2021). Obtenido de Packaging of the worl: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/07/vedanna-organic-teas.html>
- Kollor. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.pinterest.co.kr/pin/201325045819077069/>
- Szczypek, M. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2017/01/happy-egg.html>
- PyW. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2011/04/green-things.html>
- Rivortti, R. (2021). Obtenido de Packaging of the world: <https://www.packagingoftheworld.com/2016/09/tyto-alba.html>

RECOMENDACIONES DE LA LECTURA A LOS AUTORES

Efectivamente el trabajo evidencia una investigación argumentada gracias a la metodología de análisis semiótico visual, pues no es solamente una aplicación sintáctica y semántica la que se hace, pues, se llega a trabajar el mensaje, el usuario, el target, mediante un análisis semiótico. Sin embargo, muy pocas ocasiones se menciona este detalle que es realmente el elemento nodal del análisis. También cuando se estructura el diseño categorial, se omiten las fuentes que permitieron la construcción del modelo semiótico operativo. Por ello se recomienda incluir un párrafo que evidencie el conocimiento de los autores de esta fuente.

Los estudios de caso analizados (pues son más bien eso, y no estudios etnográficos como se menciona) pueden ofrecer la posibilidad de llegar a sistematizaciones de la información de modo general lo cual abonaría a

desarrollar conclusiones que permitan valorar el amplio modelo de análisis y hasta incluir comparaciones con arribos analíticos importantes. Se recomienda incluir algunas llegadas de síntesis de los análisis en las conclusiones, para justamente aprovechar el interesante material de análisis, mensajes y exploraciones que se encuentran en las aplicaciones de los casos.

La bibliografía citada y la bibliografía final requieren incluir los links de las fotografías estudiadas al final, no en los cuadros, según el sistema APA, y verifica si todas las fuentes de estudio están citadas al final, no solo la bibliografía.

Finalmente, considero que el trabajo es bueno, propone una metodología y analiza de modo relevante llegando a conclusiones que abrirán un camino para quienes sigan este campo de estudio aún poco explorado, como se comprueba a lo largo del texto.

**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
CHIMBORAZO**

Gestión del Conocimiento y Propiedad Intelectual

TENDENCIAS DE DISEÑO APLICADAS AL PACKAGING POR PERFIL DE USUARIO; se publicó
en el mes de marzo de 2022 en la Universidad Nacional de Chimborazo.

TENDENCIAS DE DISEÑO APLICADAS AL **PACKAGING** POR PERFIL DE USUARIO

El presente libro surge en función de una problemática latente dentro del área del Diseño, ya que en el contexto nacional e incluso internacional existe carencia de información sobre tendencias de diseño en el *packaging* y sus características, por lo que no se cuenta con basta información de base que permita realizar un diseño de *packaging* adecuado a un determinado perfil de usuario. De ahí que, con el objetivo de aportar con información que permita plantear propuestas sustentadas de diseño de *packaging* desde el aspecto técnico, se planteó la presente propuesta sobre tendencias de diseño de *packaging*, en la que se levantaron 118 fichas que recopilan información detallada de los elementos compositivos de los *packaging*, elaborados por diseñadores o estudios de diseño, para garantizar la información a analizar. Con los datos recopilados se realizó un análisis sintáctico y semántico de los elementos compositivos que presentan, así como la estructura, la forma gráfica del *packaging*, y los materiales con los cuales está elaborado. Dicho análisis enlistó las formas y las interpretó. Con la información levantada se definió las características que debe tener un *packaging* en virtud de un perfil de usuario determinado, con lo que se pretende garantizar un diseño de *packaging* adecuado para un consumidor meta, acorde a su perfil de usuario.

ISBN: 978-9942-835-84-0

ISBN: 978-9942-835-85-7

VICERRECTORADO DE Investigación, Vinculación y Posgrado
DIRECCIÓN DE Investigación
GESTIÓN DEL Conocimiento y Propiedad Intelectual

Campus "La Dolorosa" Avda. Eloy Alfaro y 10 de Agosto | Teléfonos: (593-3) 37 30 880 • ext. 2007- 2008
<http://investigacion.unach.edu.ec/>