



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO  
“IDAT”  
PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO**

**EL PACKAGING DE FENGO. LIMA, 2025.**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de  
Diseño Gráfico**

**TANIA ALEXIA CANCHAYA  
NAVARRO  
(0009-0008-1199-3550)**

**Lima – Perú  
2025**

*Agradezco a mi familia por brindarme la oportunidad de estudiar y, también, a mis profesores por educarme para lograr llegar hasta acá.*

## Índice General

	<b>Pág.</b>
<b>Resumen Ejecutivo</b>	8
<b>Introducción</b>	9
<b>Capítulo I: Planteamiento del Problema</b>	
Problema de Investigación	10
Formulación del Problema: Desarrollo del packaging de Fengo	14
Justificación	15
Objetivos de la Investigación	16
Hipótesis: ¿El packaging de Fengo destaca en la industria del diseño en Perú?	16
<b>Capítulo II: Marco Teórico - Formulación del Packaging de la Marca</b>	
Antecedentes de la Investigación	17
Bases Teóricas	21
Construcción de la Identidad de la Marca	23
Gestión de Branding	26
Definición de Términos Básicos	32
<b>Capítulo III: Planteamiento</b>	
Indicador y Variables	35
Tipos de Investigación y Análisis	38
<b>Capítulo IV: Diseño y Ejecución de la Solución</b>	
Solución Principal	40
Desarrollo de Piezas	53
Fundamentaciones Gráficas	64
Costo del Proyecto y Presupuesto	72

	<b>4</b>
Validación final	75
<b>Conclusiones</b>	76
<b>Recomendaciones</b>	78
<b>Referencias Bibliográficas</b>	80
<b>Anexos</b>	86

## Índice de Tablas

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 1.</b> Costo de establecimiento y servicios	72
<b>Tabla 2.</b> Costo de producción	73
<b>Tabla 3.</b> Diagrama de Gantt	74

## Índice de Figuras

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 1.</b> Foda de Fengo	25
<b>Figura 2.</b> Logotipo de Fengo	26
<b>Figura 3.</b> Isotipo de Fengo	26
<b>Figura 4.</b> Paleta de color 1	27
<b>Figura 5.</b> Paleta de color 2	27
<b>Figura 6.</b> Paleta de color 3	27
<b>Figura 7.</b> Vista de la cuenta de Instagram de Fengo	29
<b>Figura 8.</b> Vista de la página de Facebook de Fengo	30
<b>Figura 9.</b> Vista de la página web de Fengo	31
<b>Figura 10.</b> Imagen de post en carrusel sobre material de packaging 1	53
<b>Figura 11.</b> Imagen de post en carrusel sobre material de packaging 2	54
<b>Figura 12.</b> Imagen de post en carrusel sobre material de packaging 3	54
<b>Figura 13.</b> Imagen de post en carrusel sobre material de packaging 4	55
<b>Figura 14.</b> Imagen de post en carrusel sobre técnica de impresión 1	55
<b>Figura 15.</b> Imagen de post en carrusel sobre técnica de impresión 2	56
<b>Figura 16.</b> Imagen de post en carrusel sobre técnica de impresión 3	56
<b>Figura 17.</b> Imagen de post en carrusel sobre técnica de impresión 4	56
<b>Figura 18.</b> Imagen de post de empaque estrella en catálogo de Fengo 1	57
<b>Figura 19.</b> Imagen de post de empaque estrella en catálogo de Fengo 2	58
<b>Figura 20.</b> Imagen de post de empaque lonchera en catálogo de Fengo 1	58
<b>Figura 21.</b> Imagen de post de empaque lonchera en catálogo de Fengo 2	59
<b>Figura 22.</b> Post de empaque de Ohashi	59
<b>Figura 23.</b> Post de empaque de cerveza artesanal	60
<b>Figura 24.</b> Buyer persona de gerente de packaging	60
<b>Figura 25.</b> Buyer persona de emprendedor	61
<b>Figura 26.</b> Mapa de empatía	61
<b>Figura 27.</b> Customer journey map 1	62

<b>Figura 28.</b> Customer journey map 2	62
<b>Figura 29.</b> Customer journey map 3	63
<b>Figura 30.</b> Embudo digital	63
<b>Figura 31.</b> Brand Onion	64
<b>Figura 32.</b> Cronograma de actividades	64
<b>Figura 33.</b> Maquetación de packaging de Ohashi	65
<b>Figura 34.</b> Maquetación de packaging de cerveza artesanal	65

## Resumen Ejecutivo

La presente tesis tiene como objetivo analizar el packaging elaborado por la empresa Fengo, localizada en el departamento de Lima. Para cumplir con este objetivo, se aplicó la metodología cualitativa por medio de la técnica de entrevistas compuestas por 8 preguntas que fueron realizadas a 2 expertos en diseño gráfico, con el fin de recibir respuestas justificadas bajo la experiencia y el conocimiento de sus especialidades, y un emprendedor con interés en el packaging para conocer así la perspectiva de alguien que compone el público objetivo. Por este motivo, se obtuvieron varios resultados que ayudarán al fortalecimiento y posicionamiento de la marca. Entre los resultados, el más importante es que los empaques de Fengo requieren de una orientación durante la elaboración de su diseño. Con esto, se puede fortalecer la relación de los clientes con el servicio, además, los resultados también resaltan que los empaques requieren de maquetaciones creativas para diferenciarse en el mercado. Durante las entrevistas, una de las menciones más recurrentes fue el uso de técnicas de impresión comunes demostrando que, para lograr un empaque destacable, se debe difundir los diversos conocimientos que forman parte del packaging para que, de esta forma, ampliar las opciones de los clientes al personalizar un empaque. En consecuencia, se concluye que Fengo no solo debe dar prioridad a las necesidades de sus clientes, sino también, debe divulgar las elecciones que hay al diseñar, maquetar e imprimir un empaque para adaptar, de forma más idónea, la identidad de los negocios de su público.