I

El pasado y el futuro del packaging

El packaging en la era posmoderna 11
Cambios sociales y económicos 12
Avances tecnológicos 23
La venta al por menor 27
Cambios en la práctica del diseño 34

II

Comprender al público objetivo

Definir los sectores del mercado 39
Identificar las aspiraciones 48
Técnicas de identificación del público objetivo 51
La preparación de un *moodboard* eficaz 55

III

La caja de herramientas

Materiales 62
Acabados decorativos 74
El color 79
La tipografía 85
Fotografía e ilustración 88

IV

La creación de conceptos de diseño

Comprender el *briefing* 95
Cómo se lleva a cabo una investigación pertinente 97
Fuentes de inspiración 104
Formas de trabajar: generación de conceptos 110
La presentación de los conceptos 117

V

El desarrollo del diseño

Seleccionar y descartar diseños candidatos 121
El desarrollo de los conceptos 123
Maquetas y prototipos 128
La presentación de recomendaciones de diseño 135

VI

Trabajar con marcas

¿Qué es una marca? 143
Tipos de marca y valores de marca 152
El *branding* mediante la forma y el sonido 154
El trabajo con logotipos 156
Creación de marcas, submarcas y extensiones de marca 161

VII

Obligaciones y responsabilidades del packaging

Impacto medioambiental: realidad y ficción 169
Cuestiones de edad, género, sexualidad y etnia 181
Responsabilidad corporativa 187

VIII

Encontrar tu lugar

El futuro del diseño de packaging 197
Consultorías de diseño 202
Fabricación del packaging 207
El propietario de la marca 209
En el futuro... 212

Glosario 216
Bibliografía 218
Fuentes de inspiración 220
Índice albafético 221
Créditos fotográficos y agradecimientos 224