

NUEVA IDENTIDAD GRÁFICA PARA PRODUCTOS DE UNA EMPRESA VINÍCOLA EN EL VALLE DE PARRAS, COAHUILA

Problema Uno de los problemas al que se enfrenta la sociedad mexicana actualmente, debido a la globalización, es la competencia de marcas posicionadas en el mercado, de tal manera que el consumidor se encuentra en la opción de escoger de acuerdo a la imagen, calidad y rango de precio de dicho producto.

Casa Madero es una empresa vinícola que está expuesta al mercado internacional, compitiendo a la vez con diversas marcas de vinos mexicanos. San Lorenzo y Monteviña, dos productos accesibles por su precio, son vinos de esta casa que están a la altura de su competencia en cuanto a calidad, mas no con respecto a la imagen que presentan, puesto que no está actualizada, por lo que el público no los reconoce con facilidad.

El reto para este proyecto es rediseñar la imagen de los productos Monteviña y San Lorenzo, con el fin de que tanto su imagen como el producto proyecten el mismo nivel de calidad, compitiendo a la vez con su segmento de mercado.



**“CON EL FIN DE QUE
TANTO SU IMAGEN
COMO EL PRODUCTO
PROYECTEN EL MISMO
NIVEL DE CALIDAD”**

Objetivo General Rediseño de la identidad gráfica, etiquetas y empaque de dos de los productos de bajo costo de la vinícola Casa Madero, para darle el poder competitivo que se requiere en el mercado de vinos en la actualidad.

SAN
LOR
ENZO



1

2

3

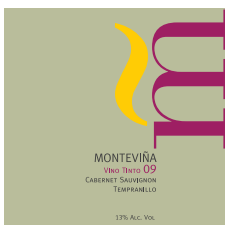
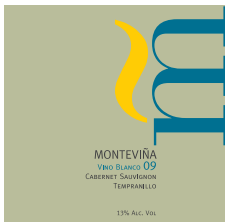
Propuesta final #2

Alcances del Proyecto

Se realizaron dos etiquetas frontales y dos posteriores para cada una de las marcas nombradas anteriormente.

Se presentaron las normas y el manejo de marca, todo esto a nivel de prototipos, los cuales fueron acompañados de una investigación completa sobre el proceso de diseño efectuado para llevar a cabo el proyecto.

El material finalmente fue entregado a Daniel Milmo, gerente comercial de la empresa vinícola Casa Madero, para que considerara las propuestas generadas por el equipo.



1

2

3

Propuesta final #2

