



Ivanna Musule Ruíz Fonseca

Lic. María Eugenia Pedrueza Cano.

Diseño Gráfico.

Cuatrimestre III

Unidad III

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Elaboración de una etiqueta de brandy de nombre Áureo, incluye ambos lados y el plegable.

INVESTIGACIÓN:

El brandy Áureo, aunque no documentado de forma explícita en fuentes históricas verificables desde 1914, puede entenderse como una marca que representa una posible evolución dentro del contexto del desarrollo de brandy mexicano. El año 1914 marca un periodo de profundas transformaciones sociopolíticas durante la Revolución Mexicana, lo cual impactó directamente la producción de bebidas espirituosas en el país. Si Áureo surgió en ese momento, habría tenido que enfrentar desafíos como la escasez de insumos, la falta de infraestructura y un mercado interno inestable. Sin embargo, el interés por replicar las técnicas europeas de destilación pudo haber impulsado esfuerzos artesanales que más tarde darían paso a marcas consolidadas.

Durante las décadas siguientes, especialmente entre 1920 y 1940, se consolidó en México la influencia española en la elaboración de brandy, con la introducción de técnicas como la crianza en barricas y el sistema de solera. Marcas como Domecq abrieron camino en el país, y es probable que una marca como Áureo se posicionara en un nicho más exclusivo, buscando diferenciarse por calidad antes que por volumen de producción. En ese sentido, el uso de alambiques de cobre, la selección meticulosa de uvas blancas cultivadas en regiones como Baja California, y una crianza prolongada en barricas de roble americano habrían sido parte esencial del proceso.

A medida que avanzó el siglo, en particular entre las décadas de 1950 y 1980, Áureo habría podido consolidarse como una marca de prestigio. En ese contexto, su nombre —que evoca el color dorado y la nobleza— habría sido parte de una estrategia de marketing destinada a posicionarla como un brandy de gama alta. Las etiquetas, el diseño de la botella, y el enfoque sensorial de la bebida podrían haber apelado a consumidores exigentes y conocedores.

En el siglo XXI, con un mercado saturado por productos industrializados, una marca como Áureo tendría que reinventarse apostando por autenticidad, tradición y trazabilidad. La narrativa de marca, sustentada en valores históricos y en la excelencia de la elaboración, sería

clave para mantener su relevancia. En un contexto de consumidores que valoran lo artesanal y lo local, Áureo podría aprovechar su herencia para conectar emocionalmente con nuevos públicos.

SÍNTESIS

Áureo representa la posible materialización de la tradición mexicana del brandy, nacida en tiempos revolucionarios, madurada a través de técnicas europeas, y perfilada como una expresión sensorial de lujo y autenticidad. Su historia, aunque no verificable en fuentes específicas desde 1914, permite construir una visión coherente de lo que una marca de este calibre puede significar en el panorama nacional.

ANÁLISIS

La clave de la permanencia de Áureo reside en tres elementos: la consistencia en la calidad de su producto, la solidez de su narrativa histórica y la capacidad de adaptarse sin perder su esencia. En un entorno cada vez más competitivo, donde lo artesanal compite con lo masivo, Áureo podría ser un emblema del brandy mexicano si logra mantener esa identidad dorada no solo en el nombre, sino en la experiencia que brinda a quien lo consume.



5:37



ETIQUETA IVANNA plaaforaaa.pdf

OK

8 de 9

