

## La bruma y el vino ecuatoriano en una etiqueta

### PROBLEMA

En Ecuador, el 80% del vino total consumido proviene de Chile y Argentina. Su alta demanda se debe a sus bajos precios y trayectoria. La bodega Dos Hemisferios es actualmente líder en producción vitivinícola nacional pero con poca visibilidad frente a sus competidores internacionales.



### OBJETIVO GENERAL

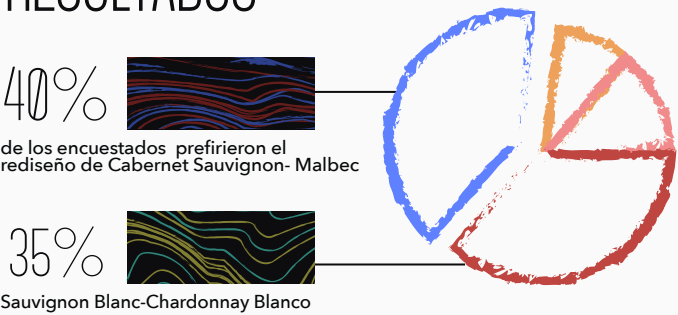
Realizar una propuesta de diseño para la línea Bruma mediante el análisis gráfico de las etiquetas de vino para reforzar la identidad visual de la empresa a nivel nacional e internacional.

### PROPUESTA DE VALOR



Rediseñar las etiquetas de la línea Bruma, un vino bivarietal (vino producido con la mezcla de dos variedades de uva) de la bodega para que sea más atractivo ante su público objetivo. Se propone un concepto de identidad mediante el elemento de la línea, creando ondas que simulen una huella dactilar y que se muestre como propio, realzando el sentido del tacto a través de los relieves y texturas de la etiqueta sin perder la idea original de la bruma, el misterio que abarca.

### RESULTADOS



El proyecto por parte del grupo objetivo y la representante de la bodega Dos Hemisferios genera aceptación y apertura hacia el rediseño.

### CONCLUSIONES

Bruma, al ser un vino económico en el mercado y muy utilizado para acompañarlo con comidas, requiere de mayor reconocimiento entre sus consumidores.

Mediante la herramienta de Design Thinking, Moodboard y Coolboard se logró crear un diseño que se ajusta a los gustos del público objetivo de la bodega para esta línea de vinos, con un estilo más juvenil.