

CREACIÓN DE UNA MARCA DE PRODUCTO Y SU ETIQUETA

TRABAJO DE FIN DE GRADO

PABLO MONTES MENCHÓN



Escuela Técnica Superior de Ingeniería del Diseño



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

OBJETIVOS

- MARCA DE PRODUCTO Y SUS APLICACIONES
- REAL, COMPLETO, VIABLE Y RENTABLE
- PRESENCIA REAL Y DURADERA
- LANZAR AL MERCADO UN PRODUCTO

BRIEFING

- PUNTO DE INICIO, LA HIDROMIEL
- PUBLICO OBJETIVO
- EXPERIENCIA DE USUARIO
- VALORES COMO ÉPICO Y FOLK

TENDENCIAS DEL DISEÑO



TENDENCIAS



RESUMEN TENDENCIAS

- HIDROMIEL EN UN MERCADO DE CERVEZAS
- ACENTUACIÓN DEL DISEÑO DE MARCA SOBRE EL PRODUCTO
- COLOR, SENCILLEZ, VINTAGE Y PERSONAJES COMO TENDENCIA

PROPUESTAS

kuyala



MARCA DEFINITIVA

- DISEÑO GRÁFICO POTENTE Y COMPACTO
- PRESENTA LOS VALORES PLANTEADOS EN EL BRIEFING
- VERSÁTIL



EL PRODUCTO

- SENCILLEZ
- PROTAGONISMO DEL DISEÑO GRAFICO
- POLIPROPILENO TRANSPARENTE
- ETIQUETADO MANUAL



APLICACIONES



**Mash
Brew**

PRESENTA SU NUEVA HIDROMIEL



1 ENERO
ANTULL - MONTCADA

15 FEBRERO
PHENOMENON - VALENCIA

25 MARZO
OPHIDIAN BREWING COMPANY - NAQUERA

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT. ALIQUAM EROS ERAT, CONSEQUAT IN SOLLICITUDIN DAPIBUS, CONSEQUAT AC TORTOR. MORBI SIT AMET FERMENTUM SEM. UT DICTUM.

PRESUPUESTO

- ETIQUETAS 244,8€ - 317,65€
- CAJAS 206€
- CAMISETAS 362,20€ - 414,71€
- DISEÑO 250€ + 10€ POR APLICACIÓN

CONCLUSIONES

- OBJETIVOS ALCANZADOS
- IMPORTANCIA DEL BRIEFING
- ACOTAR LA INVESTIGACIÓN
- APLICACIONES

MUCHAS GRACIAS