

## INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo de cualquier organismo humano o sociedad es necesario conocer cada parte y cada cosa que lo hace, lo define, y lo completa.

La imagen que transmita un organismo social debe ser reflejo integro de la identidad del mismo (de cada parte que lo compone). Lo anterior es precisamente lo que hace la identidad Corporativa; procurar que una empresa logre comunicar aquellos elementos que lo definen y parte de estos elementos son los que conforman la identidad visual.

La identidad corporativa como concepto surge hace apenas hace 15 años y rápidamente se volvió indispensable en las grandes empresas.

El presente proyecto tiene como objetivo principal crear e innovar la identidad visual que mejor comunique los atributos y valores que el mezcal de Tobalá tiene por su esencia cultural e histórica. Es decir transmitir aquellos elementos que ya existen en el Mezcal en una imagen de marca y producto para una mejor proyección y posicionamiento de esta bebida.

Para ello es imperioso adquirir el conocimiento de la cultura del mezcal desde sus principios hasta su situación actual, y así conocer información fundamental que contribuya a la construcción de la imagen de esta marca.

La identidad corporativa aplicada en la creación de una marca o producto define las bases para un prospero y continuó crecimiento comercial. Los signos visuales realizados a partir de un proceso creativo tienen la intención de reflejar los activos vitales de la empresa o producto, es decir todos los factores que hacen posible su existencia, elementos que permanecen en la memoria de las personas a partir del contacto visual.

Para San Agustín<sup>1</sup> el proceso de conocerse y encontrarse era parte imprescindible del ser humano, lo cual se aprecia en la siguiente frase: "*...vuelve dentro de ti. La verdad habita en el interior del hombre...*". Este principio filosófico muestra claramente la importancia de conocerse para encontrarse, no solamente en el ser humano si no también en todo aquello que este es capaz de crear. Aplicado a nuestro tema de investigación, podemos decir que si logramos crear una imagen que refleje la esencia del producto esta imagen contribuirá notablemente en la conquista del consumidor, haciendo suyo el peculiar sabor y cuerpo que esta peculiar bebida ancestral tiene, permitiendo el reconocimiento de las bondades de la bebida en cuestión aun antes de abrir la botella.

---

<sup>1</sup> Julián Marías *Historia de la filosofía* (México: Alianza, 1991), 9.