

PRESENTACIÓN



PROYECTO 
TEQUILIFE



2025

CONTEXTO

Tequilife es una marca de tequila mexicana fundada en Guadalajara, Jalisco, en 2013. Su propuesta se posiciona en el mercado de bebidas alcohólicas premium, destacándose por ofrecer dos productos diferenciados visualmente: un tequila blanco rosa y un tequila reposado cristalino azul. Ambos utilizan 100% agave azul y procesos artesanales.

El rebranding actual busca dar identidad visual y conceptual a la marca, elevándola de un producto a una experiencia aspiracional. Tiene presencia en redes sociales y apunta a una expansión de posicionamiento mediante diseño, storytelling y lifestyle branding. Sus limitaciones actuales son reconocimiento de marca bajo y distribución limitada.

*Esta Propuesta es un documento confidencial y es propiedad intelectual de Mauricio Carreto.
Todos los derechos reservados. Copyright © 2024 Mauricio Carreto.
Ninguna parte de esta propuesta podrá ser reproducida o transmitida en ninguna forma o por ningún
medio sin el permiso por escrito de Mauricio Carreto.*

RESUMEN

BRIEF – CONTRABRIEF

OBJETIVO CENTRAL DE PROYECTO

El objetivo de este proyecto es crear un rebranding completo de Tequilife con enfoque fresco, juvenil, elegante y con elementos culturales mexicanos desde una visión moderna. La necesidad de comunicación es generar impacto visual y emocional para que el consumidor no solo reconozca el producto, sino también la marca y su estilo de vida.

PROPUESTA DE VALOR

Tequilife ofrece un tequila con identidad visual vibrante, narrativa cultural, y sabor equilibrado. Se pretende diferenciar por fusionar tradición y modernidad con elementos culturales como flores mexicanas, colores simbólicos y una estética emocional que evoque a la cultura tradicional del tequila o el agave. Su valor radica en ser una experiencia sensorial que expresa autenticidad, exotismo y lujo, más allá del simple consumo de tequila.

TARGET DE LA MARCA

Tequilife está dirigido a personas de entre 18 y 40 años, con una mentalidad moderna, abierta y exploradora. Hombres y mujeres que valoran la originalidad y encuentran significado en los productos que consumen. Son urbanos, sociables, amantes de la cultura, la gastronomía y el arte. Viven experiencias con intención, disfrutan la mixología, los festivales, las galerías y los rooftops. Buscan marcas con un mensaje, con estilo visual poderoso y con una postura clara ante el mundo.

No solo buscan una bebida, sino que necesitan una marca que diga algo sobre quiénes son y cómo eligen vivir.

ESENCIA DE MARCA

¿QUÉ ES TEQUILIFE?

Es una marca que representa una nueva visión del tequila. Nace del encuentro entre dos mundos: la herencia artesanal del agave y la vitalidad moderna del color. Su esencia está anclada en el corazón de México, pero su mirada apunta al futuro.

Cada botella de tequila es una pieza de diseño, un homenaje visual a la cultura, una obra de arte líquida que narra historias de identidad, celebración y transformación. Esta campaña es el punto de inflexión donde tequilife deja de ser una bebida y se convierte en un manifiesto de vida. Con estética refinada, elementos culturales reinterpretados, y colores que rompen con lo ordinario, la marca se establece como ícono de una nueva generación que celebra con autenticidad.

El enfoque de la campaña es elevar su posicionamiento desde la estética hasta la experiencia emocional, consolidándola como una marca premium con alma joven y disruptiva.



MISIÓN DE LA MARCA

¿PARA QUIÉN LO HACEMOS?

Para personas que buscan algo más que un tequila, buscan identidad, conexión y una historia con la cual brindar y compartir.

¿CÓMO LO HACEMOS?

Combinando ingredientes de alta calidad con un diseño culturalmente rico y emocionalmente poderoso.

¿POR QUÉ LO HACEMOS?

Porque cree que cada celebración merece un producto que honre sus raíces y al mismo tiempo refleje lo mejor de lo que son en sus vida.





OBJETIVOS DE LA MARCA

La campaña de tequilife tiene como propósito impulsar la transición de un producto innovador a una marca emblemática. Cada objetivo está pensado para consolidar su identidad, expandir su presencia y fidelizar a su audiencia:

POSICIONAMIENTO DE MARCA

Instalar a Tequilife como creadora y referente del concepto “tequila rosa y azul”, asociándolo a una narrativa cultural y visual de alto impacto.

AUMENTO DE RECONOCIMIENTO

Mejorar la recordación de marca a través de presencia en canales digitales, diseño disruptivo y experiencias sensoriales diferenciadoras.

CONEXIÓN EMOCIONAL CON EL PÚBLICO

Crear un storytelling auténtico que permita que los consumidores se vean reflejados en la marca, desarrollando pertenencia.

DIFERENCIACIÓN COMPETITIVA

Reforzar los atributos únicos como el color, el origen natural, la inspiración floral y el diseño como formas claras de ventaja competitiva.

EXPANSIÓN DE COMUNIDAD

Construir una base leal de seguidores y consumidores que compartan los valores de la marca y promuevan su estilo de vida.

BRANDKEY

VALORES

La marca actúa con pasión, siendo auténtica al detalle y un profundo respeto por la cultura, fusionando lo artesanal con lo moderno de forma natural.



OBJETIVOS

Posicionarse como la marca que transformó el tequila en una experiencia cultural y visual, destacando por su propuesta sensorial, disruptiva y emocional.

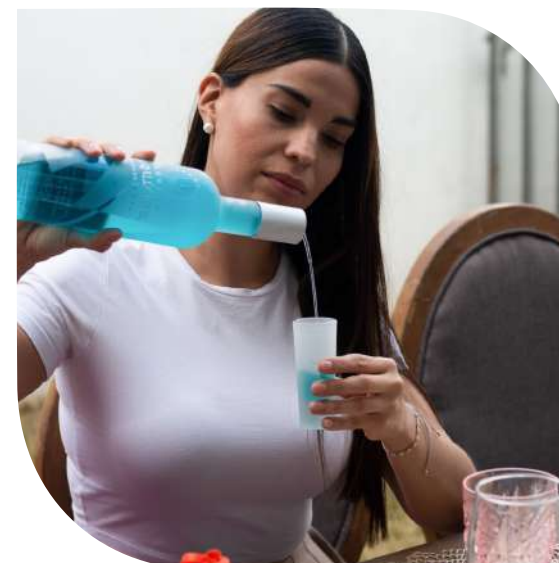


RAZÓN DE SER

Existir para conectar el legado del tequila con una nueva generación que busca identidad, estilo y una celebración auténtica de lo que es.

TONO DE VOZ

Libre, creativo y sofisticado. Expresivo pero elegante. La marca comunica con frescura y confianza, como una conversación entre amigos en un rooftop al atardecer.



BENEFICIOS SENSORIALES

Ofrece una experiencia envolvente. Colores vibrantes, aromas florales, sabores equilibrados y diseño emocional que despierta orgullo y conexión.

TARGET

Personas jóvenes y adultos jóvenes que valoran el diseño, la originalidad y la conexión emocional. Viven con intensidad, disfrutan de la cultura, la gastronomía y buscan experiencias con sentido.



PROPUESTA DE VALOR

Ser el tequila con alma de marca. Un destilado premium que combina estética, narrativa y cultura para convertirse en un ícono de estilo de vida.

INSIGHT

Hoy, las personas no solo eligen qué beben, sino qué representa lo que beben. Eligen productos que reflejan su esencia y celebran su forma de ser.

BENCHMARK AND TRENDS

En el panorama nacional destacan marcas como 1800 Cristalino y Clase Azul, con branding moderno y fuerte presencia, aunque más centradas en el lujo clásico. 400 Conejos resalta por su conexión con lo cultural alternativo y diseño millennial. A nivel internacional, Tequila 818 y Curamia han captado la atención por su estilo joven, estética visual poderosa y storytelling emocional.

La oportunidad clave para Tequilife está en consolidarse como referente del tequila rosa y azul con narrativa cultural, algo que actualmente ningún competidor posee. Su diferencial se centra en el color como identidad, y en posicionarse no solo como producto, sino como experiencia emocional y visual. Los principales retos a superar son el bajo reconocimiento de marca y la necesidad de consolidar una voz propia en canales digitales.

RIESGOS A MEJORAR:

- ✗ Baja percepción de legado (versus marcas con herencia histórica).
- ✗ Distribución limitada y falta de embajadores reconocidos.
- ✗ La estética puede caer en lo decorativo si no está bien sustentada por narrativa.



DATA

El tequila se ha convertido en un emblema aspiracional del estilo de vida mexicano contemporáneo. Más allá de ser una bebida tradicional, hoy representa un símbolo cultural que fusiona herencia, arte y sofisticación. Su presencia en mercados internacionales ha transformado su imagen: ya no es solo una bebida alcohólica, sino un producto cargado de identidad, historia y emociones. Este giro ha captado el interés de nuevas generaciones (local y extranjero) que buscan experiencias auténticas, visuales y con propósito.

RETÓRICA

El color es protagonista, tanto por su carga emocional como por su simbolismo cultural. Elementos florales reinterpretados (como la rosa o la espuela de caballero), texturas inspiradas en bordados mexicanos, grecas de pavo real y contrastes vibrantes entre lo tradicional y lo urbano construyen una identidad visual que impacta. La tipografía deberá ser sofisticada y contemporánea, con carácter, evitando clichés folclóricos. La narrativa visual debe transmitir modernidad, arte y herencia.

FILOSOFÍA

La marca cree que vivir con autenticidad es el mayor acto de libertad. Cada botella es una invitación a celebrar lo que eres, lo que sientes, y lo que compartes. La marca no impone un estilo de vida, sino que lo inspira. No vende sólo tequila, vende una manera de mirar el mundo con más color, más intención y más alma. La belleza, la cultura y la celebración no son un lujo, son una actitud diaria.

CULTURA

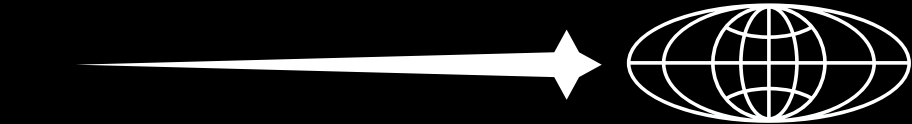
El target de Tequilife vive en grandes ciudades, es cosmopolita, curioso y estéticamente consciente. Le interesa la mixología, los espacios únicos, el arte visual, la moda alternativa y las expresiones culturales auténticas. Consumen marcas con propósito, valoran la estética y quieren sentirse parte de algo más grande. Son personas que usan lo que beben como una extensión de su identidad. Celebran la libertad, lo diverso, lo emocional y buscan productos que estén en sintonía con su espíritu contemporáneo.

COSTUMBRES TRADICIONES

La marca reinterpreta elementos profundamente mexicanos: el agave, la rosa tapatía, la flor silvestre, y la celebración colectiva. Integra estas referencias desde lo simbólico y sensorial, no desde el cliché. Las tradiciones se convierten en lenguaje emocional para una audiencia que valora la raíz, pero quiere proyectarla al futuro. La celebración no se trata de fechas patrias, sino de momentos únicos compartidos: una cata, una galería, un atardecer, una conversación con música y brindis.

NUMEROLOGÍA

El número simbólico de Tequilife podría ser el 2: dos colores, dos fundadoras, dos elementos conceptuales (tequila + vida). El número 2 representa equilibrio, dualidad y complementariedad. También es símbolo de conexión, de encuentro entre personas, lo cual refuerza el enfoque de la marca como catalizadora de momentos únicos compartidos.

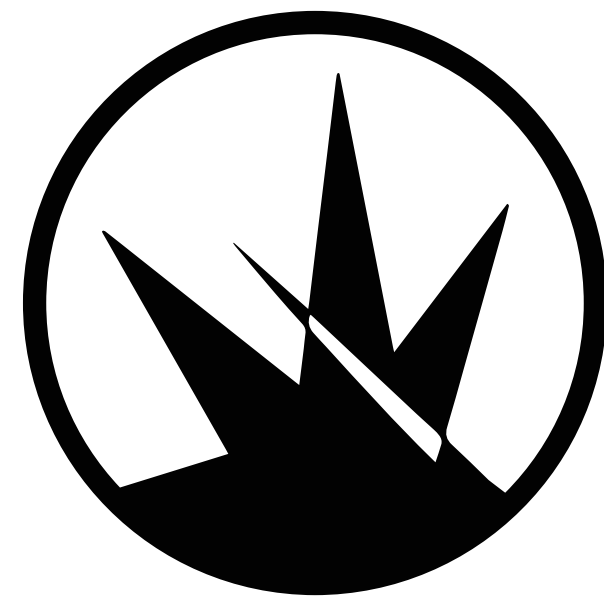


PROPUESTA LOGO

 PROYECTO 
TEQUILIFE

AJUSTES

ANTES



TEQUILIFE®
TEQUILA



ENJOY LIFE, GOOD VIBES ONLY

"DISFRUTA LA VIDA, QUE SOLO HAYA BUENA VIBRA."

AJUSTES



VERSIÓN ORIGINAL

Logo principal de la marca

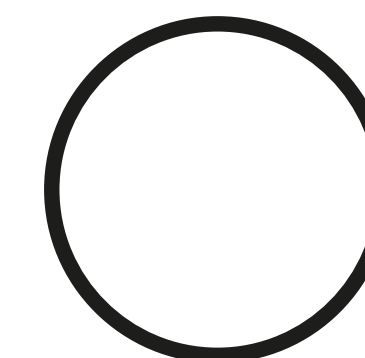
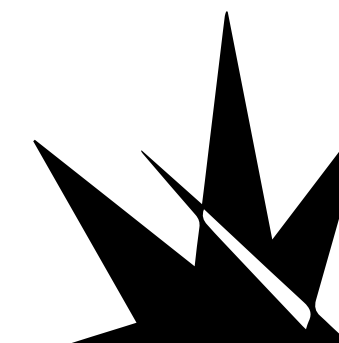
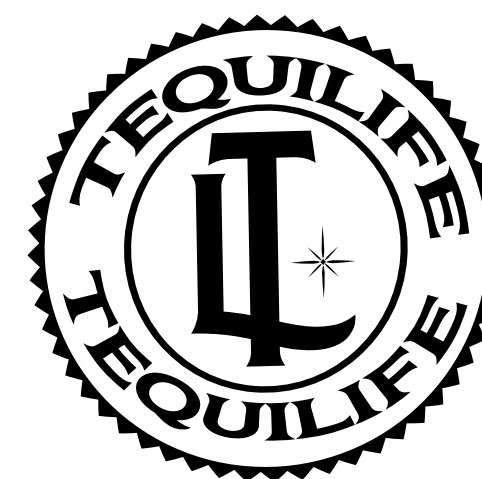


VERSIÓN VERTICAL

Adaptación del logo a vertical para mejorar
la lectura en algunas aplicaciones



TOLF®



VERSIÓN SIMBOLO

Adaptación sencilla
para aplicaciones específicas

VERSIÓN CIRCULAR

Adaptación solo circular para aplicaciones
en donde se tenga que omitir elementos

¿QUÉ SIGNIFICA "TEQUILIFE"?

Tequilife es una palabra compuesta que fusiona:

Tequi: de tequila, el destilado icónico de México, pero también puede sonar a “te quiero” o a una expresión informal y moderna (tipo: “tequi vibe”, como en “party mode”).

Life: vida, estilo de vida, disfrutar, gozar, vivir el momento.

TEQUILIFE = LA VIDA QUE SE DISFRUTA COMO UN BUEN TEQUILA.

Es un estilo de vida donde el tequila no solo se bebe: se vive, se siente, se ve.

"LO QUE VES, LO VIVES."

Tequilife no es solo una marca, es una declaración.
Una forma de ver, de beber, de vivir.

"Tequi" honra nuestras raíces.
Es fuerza, herencia, autenticidad.
Es el espíritu del agave que crece firme bajo el sol de Jalisco.
Es tradición líquida, historia que arde, orgullo que no se explica... se siente.

"Life" representa lo que somos hoy.
Una generación que celebra, que vibra, que goza.
Un estilo de vida libre, elegante y contemporáneo.
Una forma de vivir sin miedo, con ojos abiertos y sentidos encendidos.

Tequilife es la fusión de lo que fuimos y lo que somos.
Lo ancestral y lo moderno.
Lo local y lo global.
Lo profundo y lo estético.

*En México, el color no decora. El color narra.
Cada tono es memoria, cada contraste es identidad.
Nuestros muros, vestidos, bordados y paisajes hablan en paletas vibrantes
que cuentan lo que somos.*

*Y si el tequila es la raíz... el color es la flor.
Ambos nacen de la tierra y se elevan al alma.*

*Por eso, Tequilife no solo se bebe, se mira.
No solo se disfruta, se contempla.
Cada etiqueta es un ritual visual. Cada trago es un portal emocional.*

THE EYE LIFE

LA MIRADA DE LA VIDA

*Porque en esta vida, lo que ves... lo vives.
Y lo que vives, se convierte en ritual, en momento, en historia.
The Eye Life es ese estilo de vida donde los sentidos son el lenguaje y la
mirada el detonante de todo.*

*Tequilife es más que un tequila.
Es lo que sucede cuando el arte de mirar se encuentra con el arte de vivir.*



LA VISION DEL AGAVE

JUSTIFICACIÓN DEL TEQUILIFE



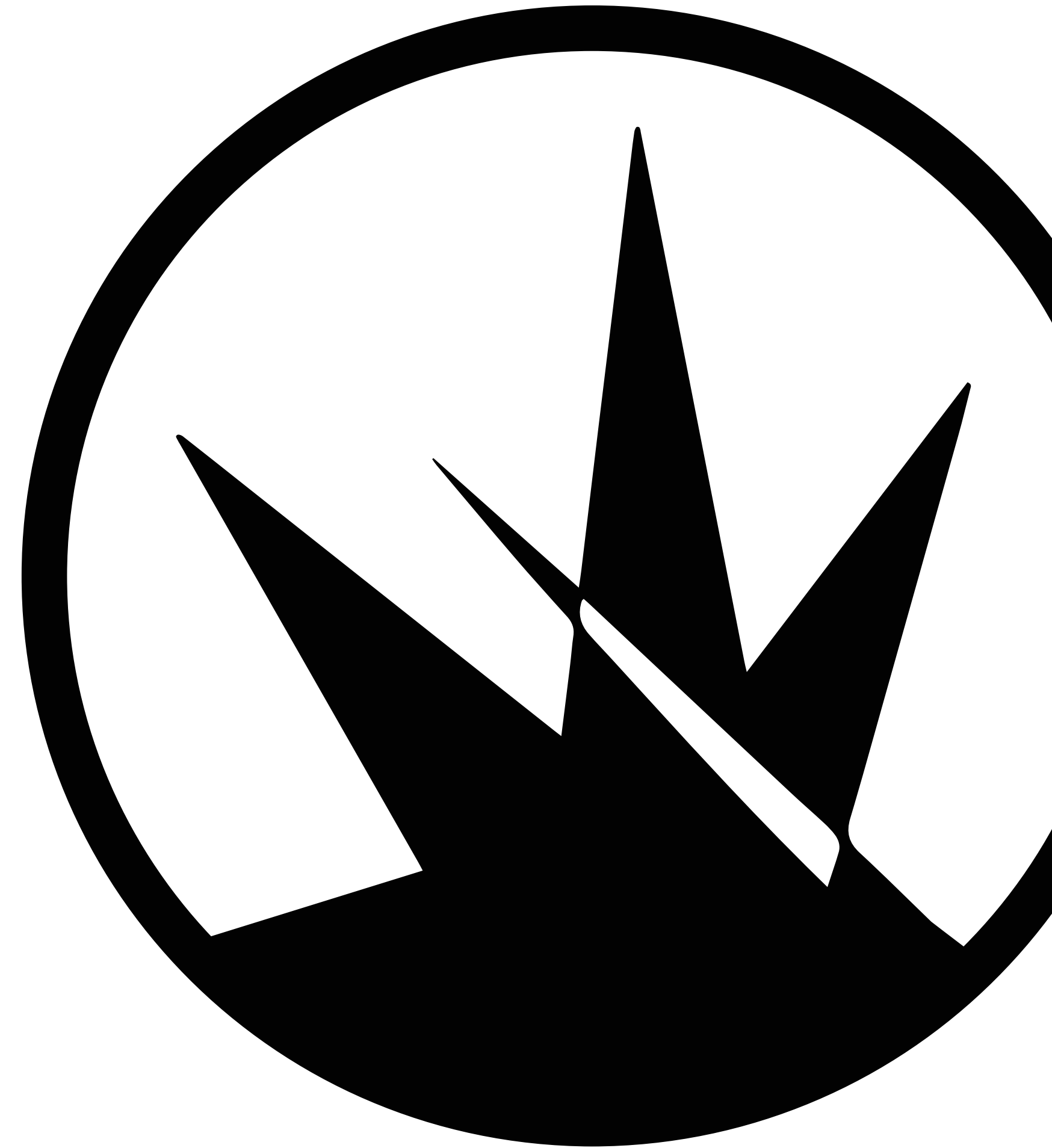
(Símbolo circular con forma de agave estilizado)

A primera vista, el símbolo representa una forma abstracta del agave, raíz de nuestra bebida y alma de Jalisco. Pero en el universo de Tequilife, nada es solo lo que parece.

Este ícono es más que una planta:
Es una fusión entre agave y ojo.
Una figura que abre, mira y conecta.

El círculo representa el ojo que observa. El lente a través del cual vivimos “The Eye Life”.

- Las hojas del agave emergen como pestañas o rayos visuales, formando una figura que apunta hacia el centro, evocando visión, enfoque, energía.
- También puede leerse como un sol naciente, lo cual conecta con el ciclo del día y las dos botellas: Día / Noche
- Al estar contenido dentro del círculo, el ícono también recuerda un sello o marca tribal, como si llevaras impreso un ritual sobre la piel o la memoria.





EL OJO DEL AGAVE

SIGNIFICADO DEL ÍCONO TEQUILIFE

"EL OJO DEL AGAVE"

Este símbolo no es un agave común.

Es un agave que mira.

Una figura viva que mezcla lo natural, lo visual y lo ritual.

FORMA GENERAL:

El círculo representa el ojo universal. La visión.

La forma en que vivimos, observamos, celebramos.

Dentro del círculo, las hojas del agave emergen en tres puntas marcadas, simulando una pupila de luz, pero también una corona ritual, una herencia.

Es la raíz de nuestra cultura, pero también una mirada al presente.

DETALLE "CALADO" / CORTE IMPERFECTO:

Ese trazo blanco que corta el agave no
es un error, es un gesto humano.
Una cicatriz visual que representa:

- La imperfección natural de lo hecho a mano. ●
- El acto de cortar el agave, como símbolo del inicio del tequila. ●
- Una mirada que atraviesa, que rompe la superficie, que ●
cuestiona la tradición para hacerla propia.
- Es como si alguien hubiera abierto el ojo con un machete ●
para dejar pasar la luz.

**"NUESTRO SÍMBOLO ES UN AGAVE
QUE TAMBIÉN ES UN OJO.**

**UNA MIRADA VIVA QUE HONRA EL PASADO,
OBSERVA EL PRESENTE Y CELEBRA CADA INSTANTE CON INTENSIDAD.**

**LA LÍNEA BLANCA NO ES UN CORTE:
ES UNA GRIETA DE LUZ."**

QUE ME
GUSTARIA A MI

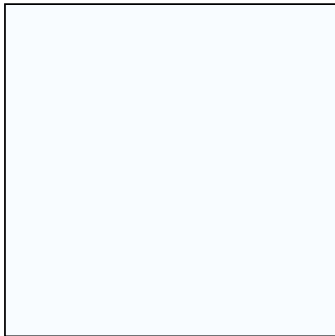


COLORES

PRINCIPAL



BOTELLA AZUL



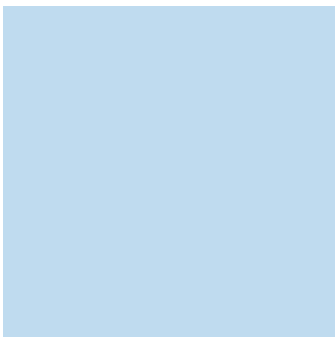
BLANCO HIELO

Nombre: Aura Cristalina
Significado: Representa la pureza del ritual. El momento antes de tomar, el respiro limpio y brillante de un día que comienza. El alma transparente del tequila reposado



AZUL MEDIANOCHE

Nombre: Misterio Celeste
Significado: El punto más oscuro del día aún iluminado por el cielo. Es el silencio elegante antes del atardecer, cuando el oro y el azul se encuentran.



AZUL CIELO CLARO

Nombre: Horizonte Sereno
Significado: Evoca el cielo sin nubes de una mañana caribeña. Es la calma visual antes del primer sorbo, cuando el cuerpo se rinde a la contemplación del paisaje.



MARRÓN MADERA

Nombre: Raíz del Ritual
Significado: El elemento tierra en la experiencia. Hace alusión a las barricas, la madera, la historia. Lo que sostiene el instante.



AZUL TURQUESA

Nombre: Vibración Marina
Significado: El instante en que el mar refleja el sol y vibra en tonos eléctricos. Es energía sutil, refrescante y alegre. Como el primer contacto del tequila con la lengua.



DORADO ÁMBAR

Nombre: Sol Líquido
Significado: El color del reposado mismo. Brilla con el calor del mediodía y la suavidad de la experiencia. El dorado que da carácter y lujo.



AZUL OCEANO PROFUNDO

Nombre: Reflejo Sagrado
Significado: Profundidad emocional. Ese azul que aparece cuando la vista se pierde en el agua infinita. La dimensión espiritual del ritual.



AMARILLO CLARO

Nombre: Resplandor Dorado
Significado: El brillo en la copa cuando el sol lo atraviesa. El destello que enamora al ojo antes de probar. Es la luz hecha sabor.

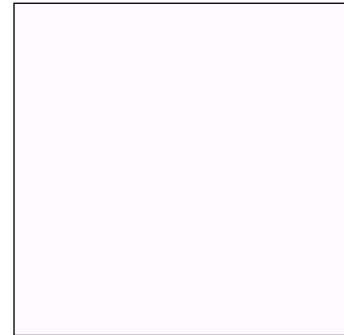
BOTELLA AZUL DEGRADADO



PRINCIPAL



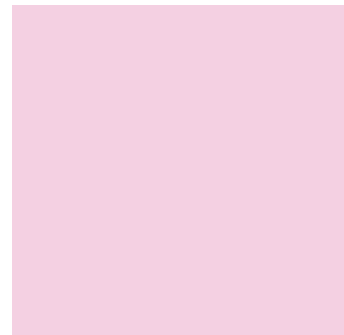
BOTELLA ROSA



BLANCO HIELO

Nombre: Flash Inesperado

Significado: Como una cámara en medio de la oscuridad. Es el destello que captura un instante, la mirada que se enciende, el recuerdo congelado en plena fiesta.



ROSA CLARO

Nombre: Piel de Medianoche

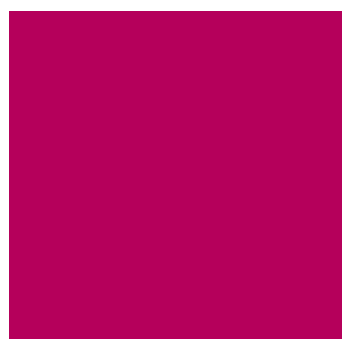
Significado: Tacto visual. Representa la suavidad y la insinuación. Un rosa íntimo que acaricia la mirada y evoca cercanía, deseo y juego.



ROSA INTENSO (NEÓN)

Nombre: Neón Sensual

Significado: Como un letrero que vibra en lo alto del club. Es el color que llama, que grita “aquí pasa algo”. La energía que no pide permiso.



MAGENTA PROFUNDO

Nombre: Latido Fucsia

Significado: La sangre del deseo, la intensidad de un beso que se da sin pensar. Color de ritmo, provocación y pulsos acelerados. Velvet puro.



VINO OSCURO

Nombre: Misterio Lunar

Significado: El fondo de la noche. La mirada oculta, el rincón más oscuro del antro. Este color observa, sugiere y domina.



VERDE OSCURO

Nombre: Agave Nocturno

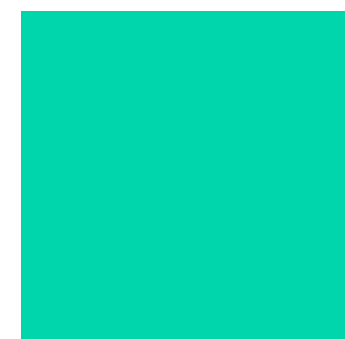
Significado: Homenaje al origen. Es el agave observado bajo la luz de la luna, con brillo húmedo y textura salvaje. El alma vegetal del trago.



VERDE JADE

Nombre: Veneno Dulce

Significado: Cautivante, como un trago fuerte y suave a la vez. Es el veneno que sabe a libertad. Un verde eléctrico que te atrapa.



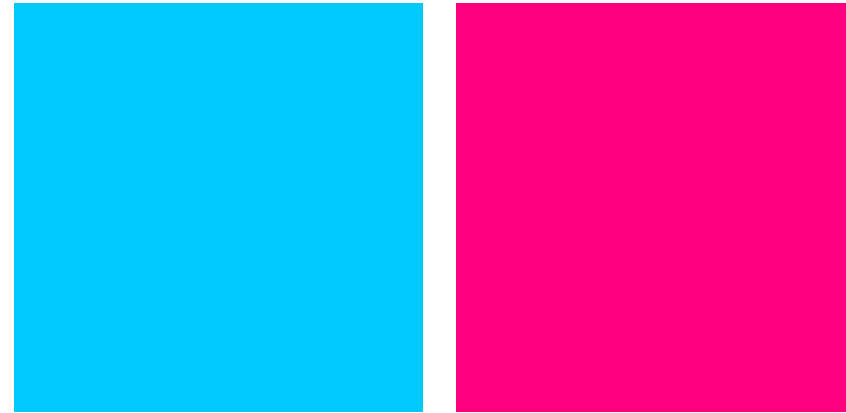
VERDE AQUA CLARO

Nombre: Reflejo de Club

Significado: Como el reflejo de luces en el hielo o en un espejo. Es brillo y movimiento. Representa el glamour visual del instante justo antes de perderse en la música.

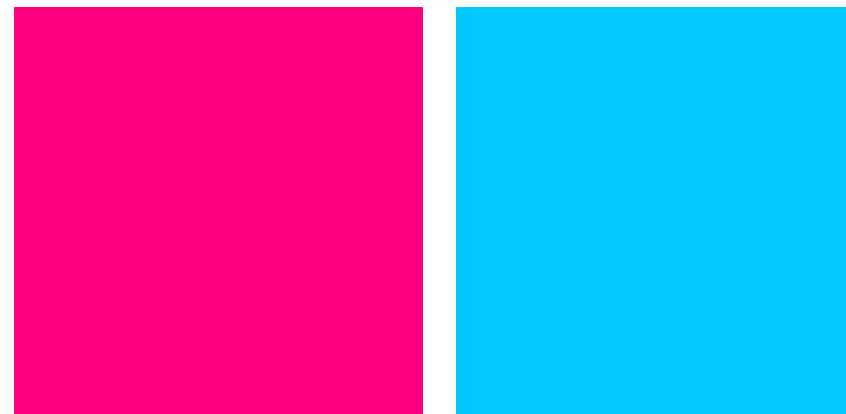
BOTELLA ROSA DEGRADADO





EL DEGRADADO COMO RITUAL VISUAL

En Tequilife, el color no es decoración: es
atmósfera, emoción y símbolo.



EL DEGRADADO ROSA-AZUL

Este degradado representa la
transición entre dos mundos que
coexisten en la experiencia Tequilife:

DE ROSA A AZUL

El paso de la pasión a la contemplación.
De la fiesta al descanso. Del deseo al recuerdo.

Como si la noche terminara, y el cielo comenzara a limpiarse.
La mirada baja, el alma respira.

EL DEGRADADO ROSA-AZUL

Este degradado representa la
transición entre dos mundos que
coexisten en la experiencia Tequilife:

DE AZUL A ROSA

La transformación del día en deseo.

Del horizonte al latido. De la calma a la vibra.
Como si el cielo se sonrojara al caer el sol, anunciando que algo va a pasar.

La mirada se enciende, el cuerpo despierta.

**ESTE DEGRADADO NO ES UN EFECTO
VISUAL, ES UN PUENTE EMOCIONAL.**

*Cada dirección del degradado es un viaje:
una forma de vivir el momento con los ojos bien abiertos.*

COLORES ESTRUCTURALES: **LO QUE SOSTIENE EL UNIVERSO TEQUILIFE**

En un universo cargado de degradados vibrantes, metálicos y emociones visuales intensas, hacen falta cimientos cromáticos.

Estos dos colores no gritan, pero son los que permiten que todo lo demás brille.

ARENA LIGERA

Significado: El color del agave cocido, de la tierra seca, del inicio del proceso.

Uso estratégico: Sirve como lienzo neutro que respeta los degradados y permite resaltar cualquier color sin competir.

Culturalmente: Conecta con lo natural, lo artesanal, lo puro.

Técnicamente: Perfecto para contrastar logotipos oscuros o metálicos sin perder calidez.
El alma silenciosa del diseño.

OBSIDIANA MATE

Significado: Evoca la piedra volcánica, la noche sin ruido, el misterio contenido.

Uso estratégico: En lugar de usar negro puro (que endurece), este tono mantiene elegancia sin robarse la escena.

Culturalmente: Hace referencia a la obsidiana usada en rituales, al filo que corta (como el ícono del agave).

Técnicamente: Da profundidad, estructura visual, contrasta con dorados, blancos y colores vibrantes sin saturar.
El fondo que da forma, la sombra que revela.

*Estos dos colores son como el bajo y la batería en una canción:
no siempre se notan, pero sin ellos no hay ritmo, ni equilibrio, ni fuerza.*

*Usarlos no es un capricho gráfico, es una decisión de diseño funcional, estética y cultural.
Sin ellos, los colores vibrantes de Tequilife no podrían respirar ni destacar.*

**TEQUILIFE NO SOLO SE VE, SE MIRA.
Y LO QUE SE MIRA, TRANSFORMA.**

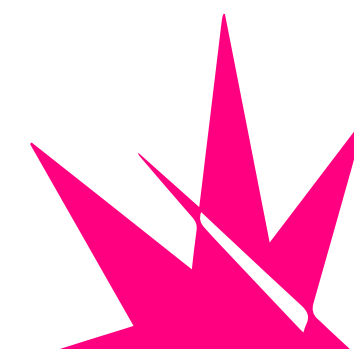
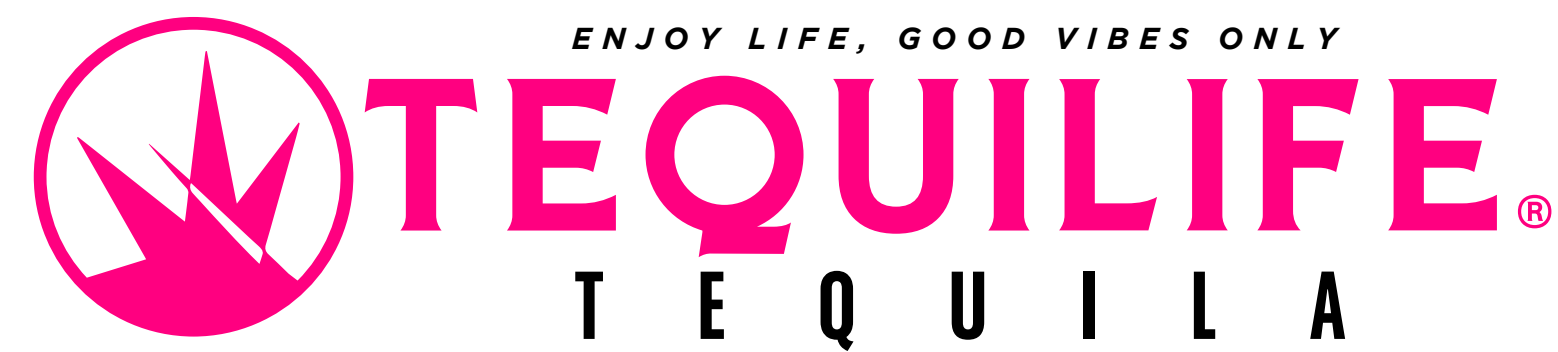
CON COLOR

TQLF[®]



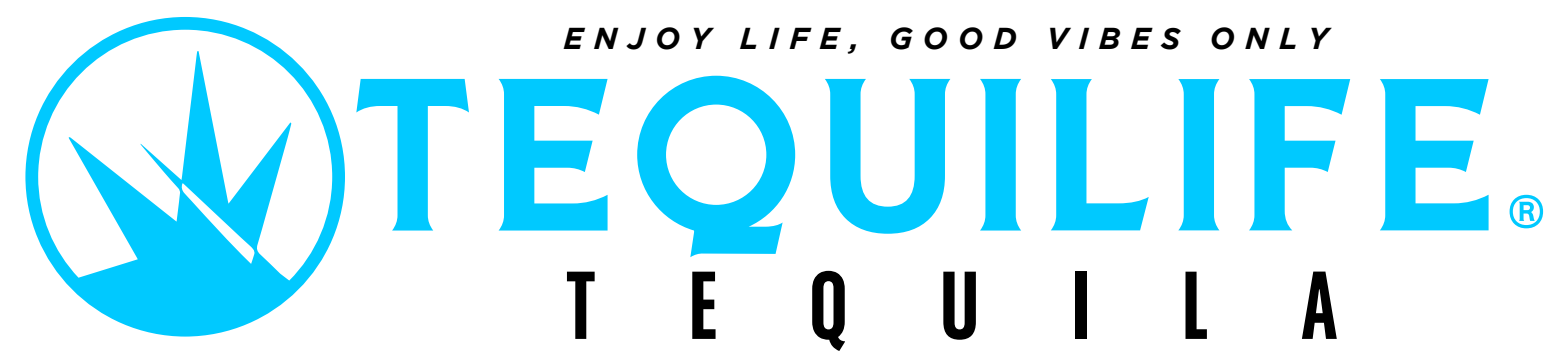


TQLF®





TQLF®





MERCH

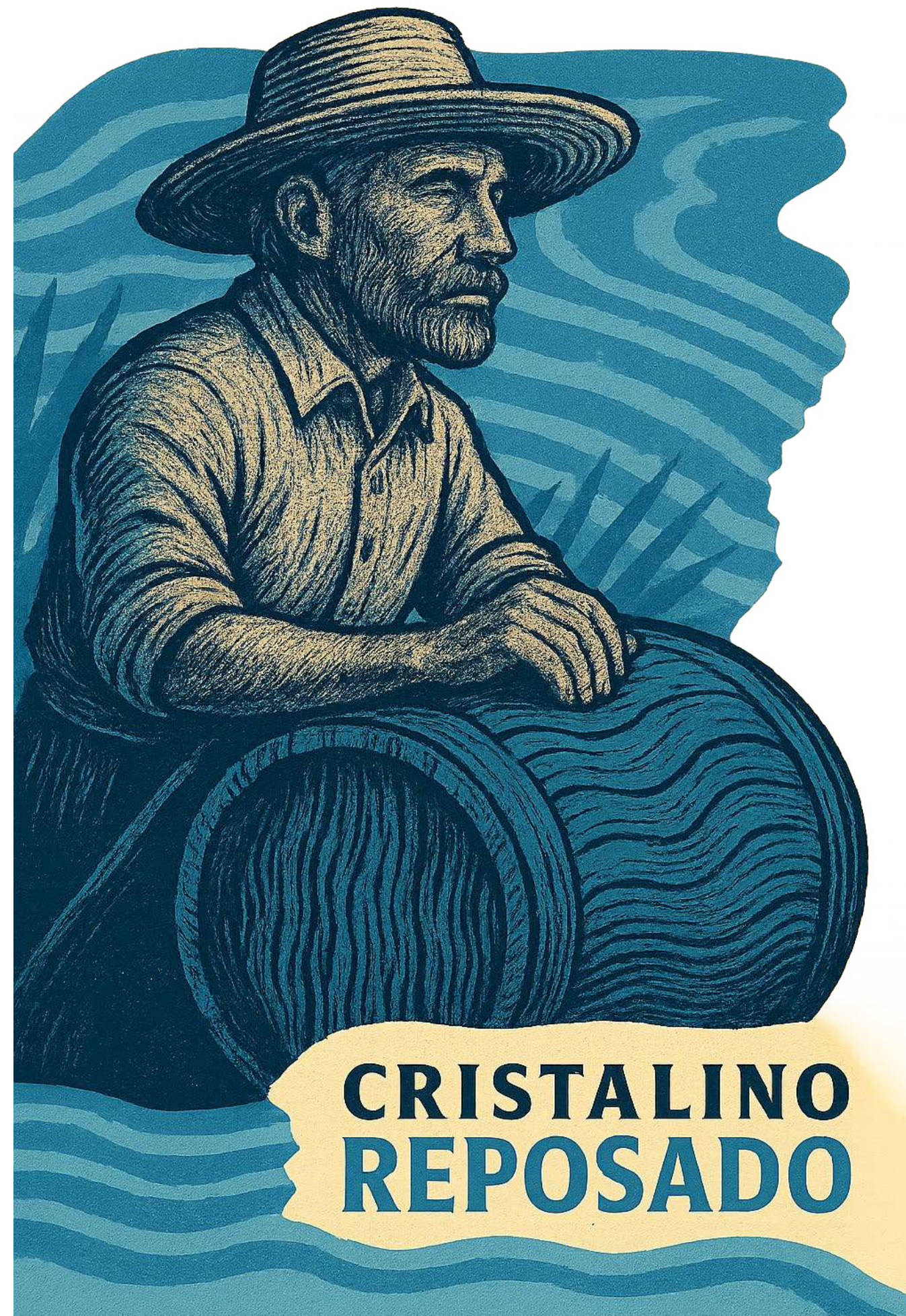


 2025

→
CONCEPTO 1
 PROYECTO
TEQUILIFE

MAURICIO
CARRETO
•BRANDING•ILLUSTRATION•PACKAGING•MUSIC•

STORYTELLING ETIQUETA 1

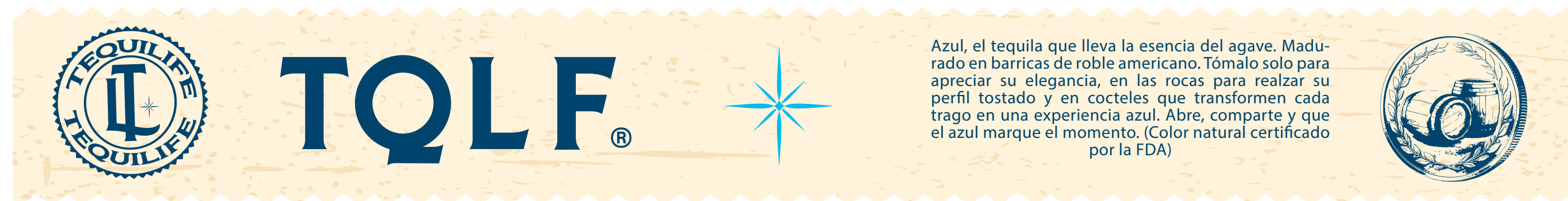


Dicen en los altos de Jalisco que hubo una vez un finquero con manos curtidas y mirada profunda, que hablaba poco pero escuchaba mucho: al agave, al viento, a la madera. Su finca no era la más grande, ni la más moderna, pero tenía algo que nadie podía replicar: tiempo. Aurelio no sembraba por cosechar, sembraba por legado.

Cada barrica que entraba a su bodega era marcada por sus manos. No con fuego, sino con formas onduladas que se tallaban en la madera, como si quisiera enseñarle al tequila a respirar distinto. Decía que esas curvas eran como caminos secretos, que guiaban al espíritu del agave mientras dormía. Y cuando alguien le preguntaba por qué lo hacía, respondía: “Para que el tequila sueñe antes de despertar”.

El azul que hoy reviste la etiqueta de “Cristalino Reposado” es un homenaje a Aurelio. No al hombre, sino al mito. Al cielo que lo vio trabajar, a las madrugadas en que hablaba con sus plantas, al color de sus pensamientos cuando miraba el horizonte. Las formas que recorren el diseño no son gráficas: son sus trazos, sus caminos, sus sueños tallados en madera.

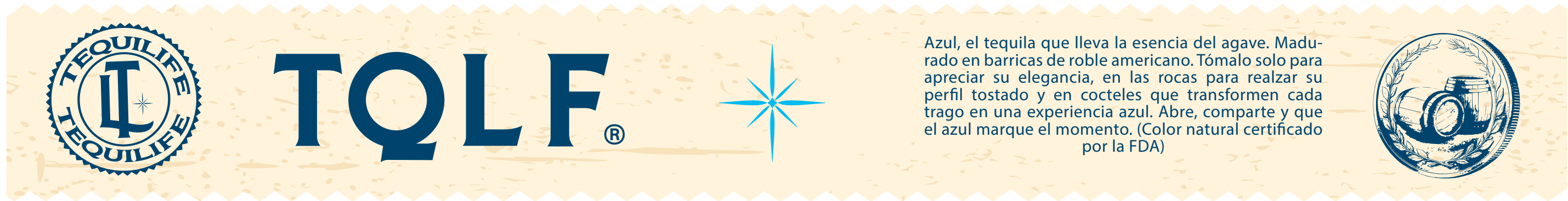
Porque este tequila no solo honra la tradición, honra a quienes la hicieron mágica. Y cada botella lleva un poco de Aurelio, del hombre que enseñó al tequila a soñar.



“Cristalino Reposado” nacido de una visión clara: *capturar la esencia del tequila moderno sin perder la raíz de su tradición*. Desde el primer trazo, buscamos que cada elemento comunique algo más que información; que evoque sensaciones, que hable de origen, de calidad, de orgullo.

MEDIDAS

2.02 cm



15.96 cm

3.84 cm



22.65 cm

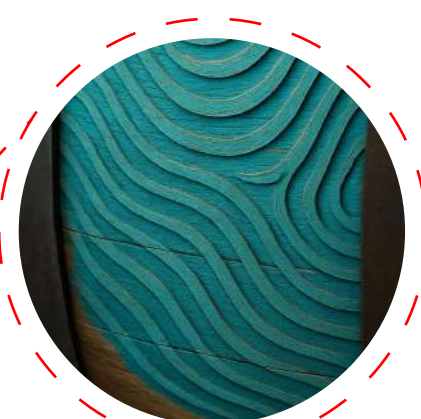
ADN



En cada gota de “Cristalino Reposado” hay una historia que no se cuenta con palabras, sino con tiempo, con madera, con silencio. El diseño de su etiqueta no busca adornar, sino revelar. El azul que la envuelve no es solo frescura: es profundidad. Es el eco del cielo que cubre los campos de agave, pero también el reflejo del alma líquida que reposa en barricas, esperando su momento.



BARRICA



MOVIMIENTO



TEXTURA

La textura no busca decorar: busca evocar. Como las vetas de una barrica que ha respirado años de silencio, como las huellas que deja el agave cuando se parte con el hacha, como los caminos que dibuja el sol sobre la tierra seca.

Cada relieve es un gesto. Un susurro de lo que fue y lo que permanece. El tacto no es solo físico: es emocional. Porque cuando los dedos recorren la superficie, también recorren una historia.

La textura ondulada representa el tiempo que no se mide en horas, sino en pausas. En espera. En contemplación. Es el lenguaje de lo artesanal, donde cada imperfección es una firma, y cada curva, una intención. Así, la etiqueta no solo se mira. Se siente. Se recuerda. Se honra.

ADN



CORTE QUE REVELA, NO QUE OCULTA



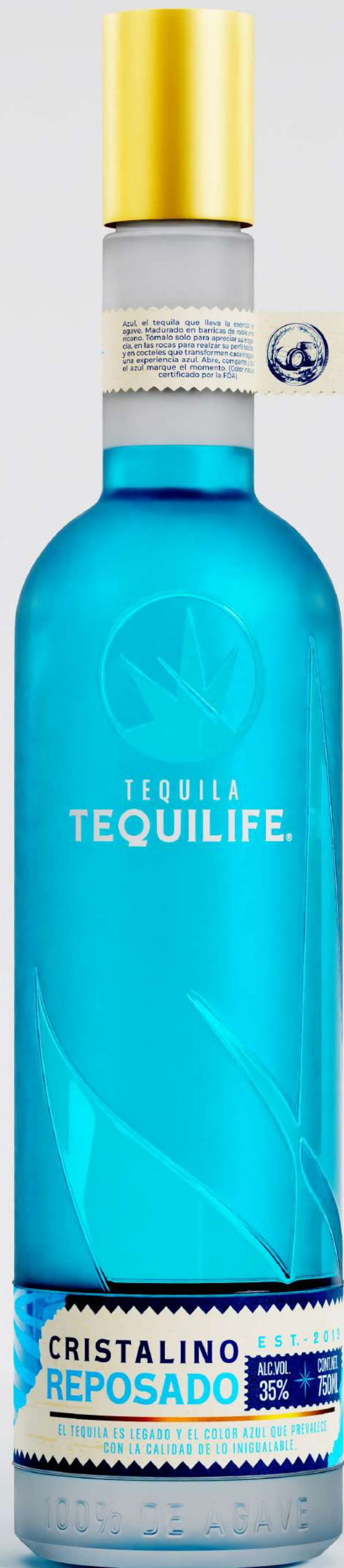
“Orgullosamente Tapatío, Intensamente Mexicano” no es una frase. Es una cicatriz colectiva. Una que se lleva en la piel, en la voz, en la forma de hacer las cosas sin pedir permiso. Es el eco de generaciones que no buscaron destacar, sino permanecer.



La textura de la etiqueta no fue pensada para ser lisa. Fue pensada para ser cortada.

Como la piel del agave cuando se abre al sol. Como la madera cuando se deja tallar. Como la tierra cuando recibe la lluvia.

Ese borde irregular, casi desgarrado, no es accidente. Es testimonio. Es la marca de lo hecho a mano, de lo que no busca perfección sino verdad. Cuando tomas la botella, no solo ves el azul. Lo sientes. Lo recorres con los dedos. Y ese corte —ese filo suave— te recuerda que detrás de cada trazo hay una historia que fue vivida.





Azul, el tequila que lleva la esencia
agave. Madurado en barricas de roble
rica en las rocas para realzar su perfil
y en cocteles que transformen cada
una experiencia el momento. (Color
el azul marcado por la FDA)



TEQUILA
TEQUILIFE®

CRISTALINO
REPOSADO

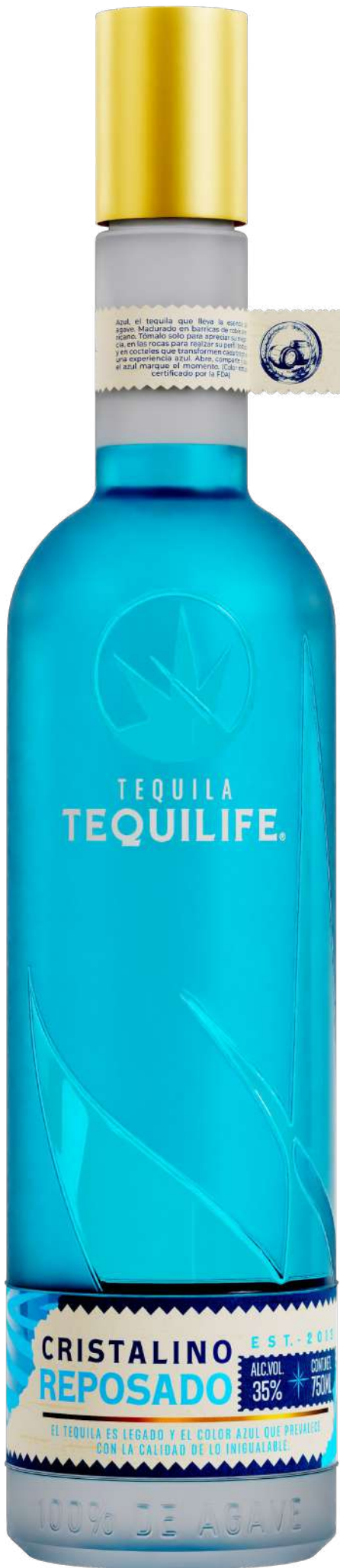
ESTADO UNIDOS
ALCOHOL
35%

EL TEQUILA ES LEGADO Y EL COLOR AZUL QUE PROTEGE
CON LA CALIDAD DE LO INIGUALABLE

100% DE AGAVE



TOTAL



STORYTELLING ETIQUETA 2

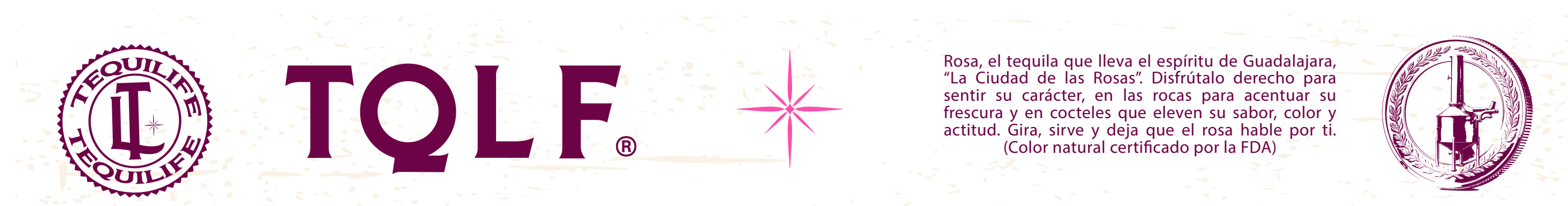


Dicen que en lo alto de Jalisco, donde el viento no sopla: si no que canta, existe una ciudad que no aparece en los mapas. La llaman la Ciudad de las Rosas. No por sus jardines, sino por su aroma. Porque allí, cada rosa no se cultiva: se convoca, se adora y se cuida.

En esa ciudad, el tequila no se destila: se sueña. Y el blanco –el más puro, el más directo– es el que guarda el canto del viento. El que no tiene color porque tiene esencia. El que no reposa porque vuela.

El tequila “Premium Blanco” nace de ese lugar invisible. El rosa que la envuelve no es tinta: es historia. Es el recuerdo de las rosas que se abren cuando el viento las toca. Las formas onduladas no son diseño: son corrientes de aire que cruzan la ciudad, llevando secretos, suspiros, promesas. Cada botella es una carta enviada desde la Ciudad de las Rosas. Y el sello rosa es su firma. No se lee, se siente.

Como el primer aroma que llega antes del primer sorbo, como el viento que acaricia antes de hablar.

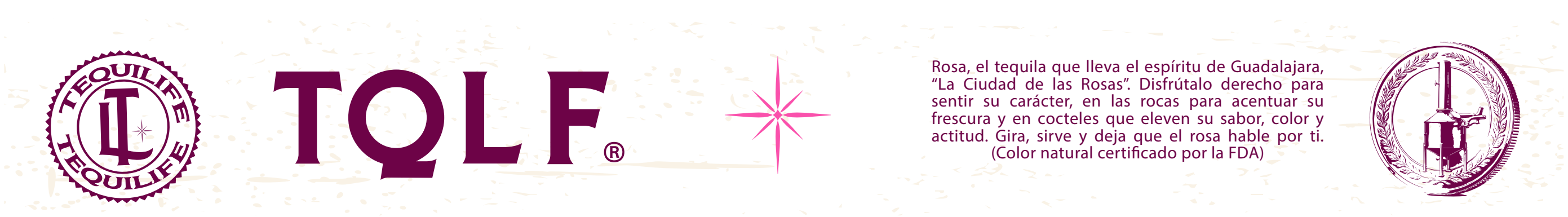


“Premium Blanco” es la expresión más pura del tequila. No tiene reposo, pero sí profundidad. Más que color, existe carácter. El rosa no es adorno, es símbolo, así como el viento, que pasa entre los campos de agave y levanta el aroma de las rosas que crecen cerca. Porque en Jalisco, hasta el viento tiene memoria.

El rosa representa lo que no se ve pero se siente. Es el color de la flor que se abre sin pedir permiso. Es el gesto suave de quien sabe que la fuerza no siempre viene del volumen, sino de la intención.

MEDIDAS

2.02 cm



15.96 cm

3.84 cm



22.65 cm

ADN

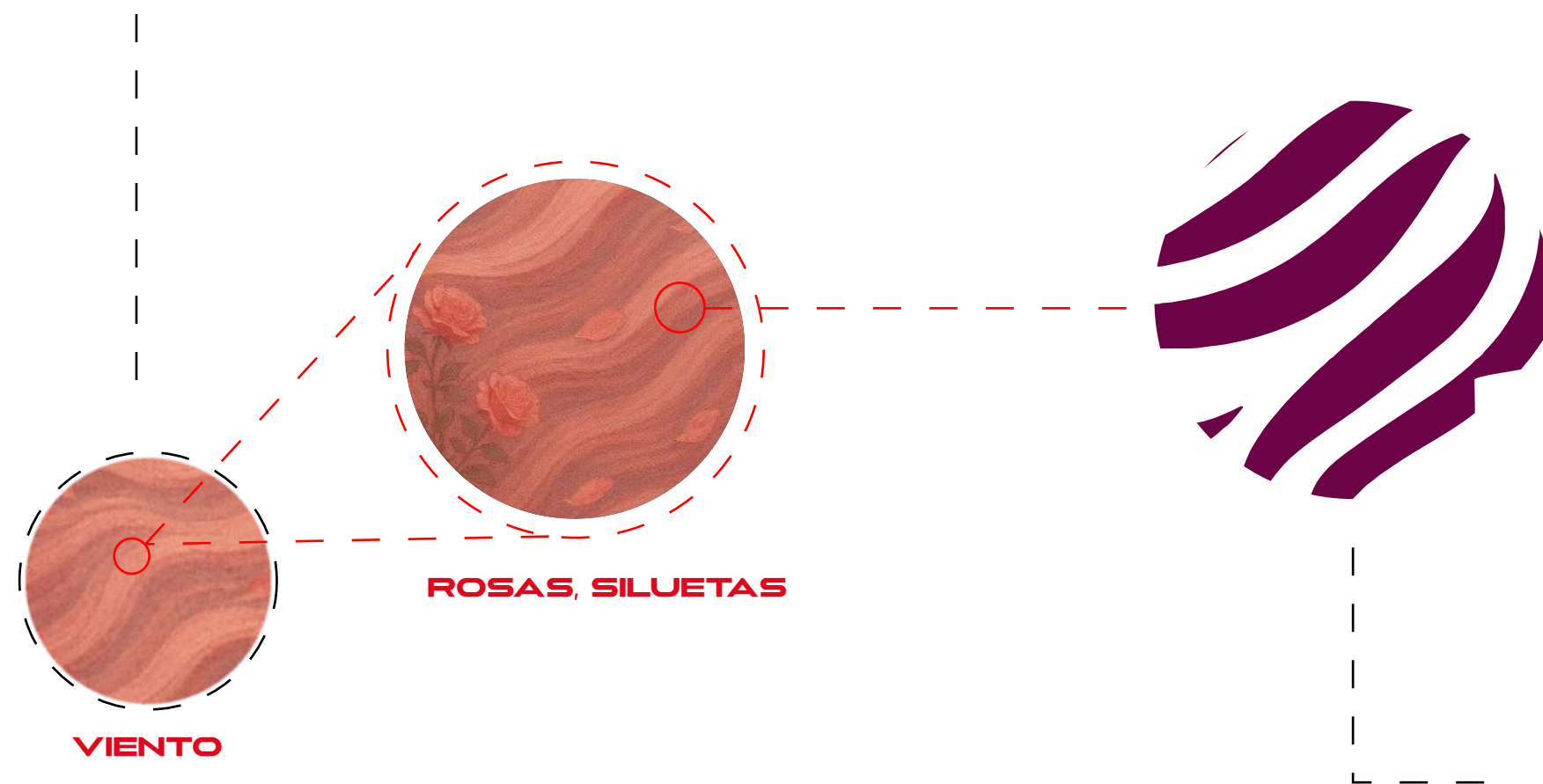


Al tocarla, no se lee: se escucha, porque el papel no es papel, es viento que ha aprendido a quedarse quieto.

Sus ondas suaves —casi imperceptibles— son susurros que cruzan la ciudad invisible.

No hay líneas rectas, solo corrientes que guían la mano como si el aire tuviera memoria.

Con su textura de lo eterno: suave, quebradiza, íntima. Como si cada rosa hubiera dejado su huella antes de desaparecer.



TEXTURA

La textura de esta etiqueta nace de ese viento, ondulada, suave, casi líquida, como si el papel hubiera sido tocado por una brisa que no quiere irse. Cada curva es una melodía sin sonido, una línea que no se dibuja: sino que se siente.

El rosa que la recorre no es color, es temperatura, es el tono que toma el aire cuando atraviesa un campo de rosas y entre sus pliegues, flotan pétalos, no como ornamento, sino como testigos.

Al tacto, la etiqueta no se revela: se susurra, porque este tequila blanco no se presenta, se deja descubrir, y su textura es la primera pista, un viento de rosas que no se ven, pero se recuerda.

ADN



CORTE QUE REVELA, NO QUE OCULTA



“Orgullosamente Tapatío, Intensamente Mexicano” no es una frase. Es una cicatriz colectiva. Una que se lleva en la piel, en la voz, en la forma de hacer las cosas sin pedir permiso. Es el eco de generaciones que no buscaron destacar, sino permanecer.



La textura de la etiqueta, Tiene corriente, al tocarla, la yema del dedo no se posa: navega. Porque lo que cubre esta botella no es papel, es viento ondulado, detenido en su danza, las curvas suaves que la recorren no fueron diseñadas. Fueron convocadas.

Son las mismas que se forman cuando el viento rosa atraviesa los campos de la Ciudad de las Rosas, llevando consigo pétalos que no caen, sino flotan.

El rosa no es uniforme, tiene matices, como si el aire hubiera sido pintado por la luz del atardecer y entre cada ondulación, el tacto descubre un ritmo: una cadencia que no se ve, pero se siente, poseyendo un suaje, que simula un corte, una abertura, como el despertar de las rosas, en los mejores campos de jalisco





rosa, el tequila que lleva el espíritu de
dajalara. "La Ciudad de las Rosas". Que
lo derecho para sentir su carácter.
rocas para acentuar su frescura y en
les que elevan su sabor, color y actua
sirve y natural certificado por la FDI



TEQUILA
TEQUILIFE®

**PREMIUM
BLANCO**

ESTADO
ALCOHOL
35%

EL TEQUILA ES LA RAÍZ, EL COLOR ROJO
EL SELLO DE NUESTRA HISTORIA.

100% DE AGAVE



TOTAL





ENJOY LIFE, GOOD VIBES ONLY

TEQUILLIFE®

T E Q U I L L A



TQLF®

CRISTALINO
REPOSADO

TEQUILIFE
TEQUILA

PREMIUM
BLANCO +
REPOSADO

PREMIUM
BLANCO +
REPOSADO

PREMIUM
BLANCO +
REPOSADO

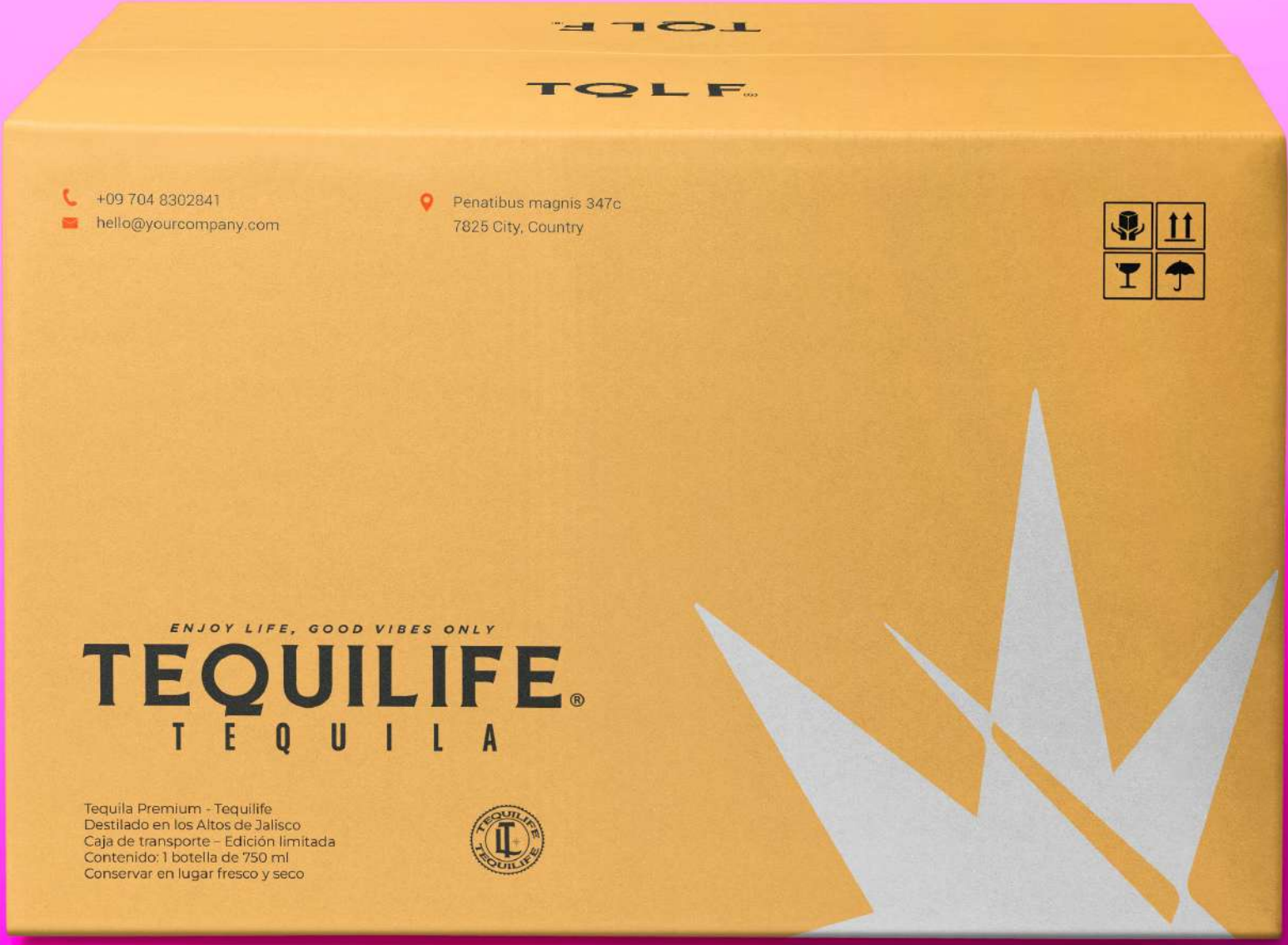
TQLF®

TQLF®

ENJOY LIFE, GOOD VIBES ONLY
TEQUILIFE
TEQUILA

PREMIUM
BLANCO +
CRISTALINO
REPOSADO

Tequila Premium - Tequila
Destilado en los Años de 2000.
Caja de transporte - Edición limitada
Contiene 1 botella de 750 ml
Conservar en lugar fresco y seco





Enjoy life
goodvibesonly

Dónde el agave besa la tierra y el tiempo
lo convierte en oro líquido, hace este te-
quila. Un tributo a nuestras raíces, a nues-
tras noches, y a los recuerdos que se
sirven en cada copa.

TEL. 2221547894

TQLF

ENJOY LIFE, GOOD VIBES ONLY

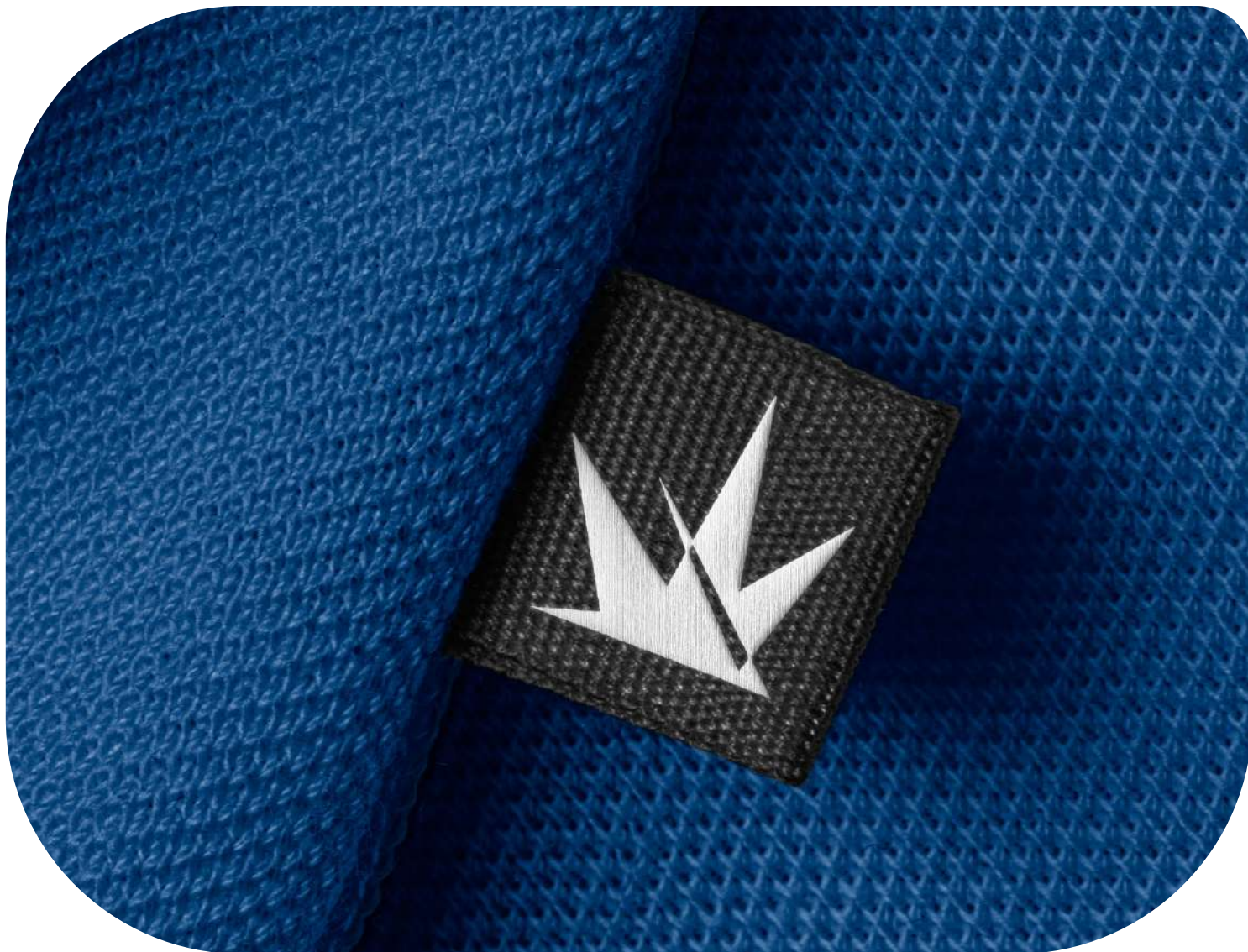


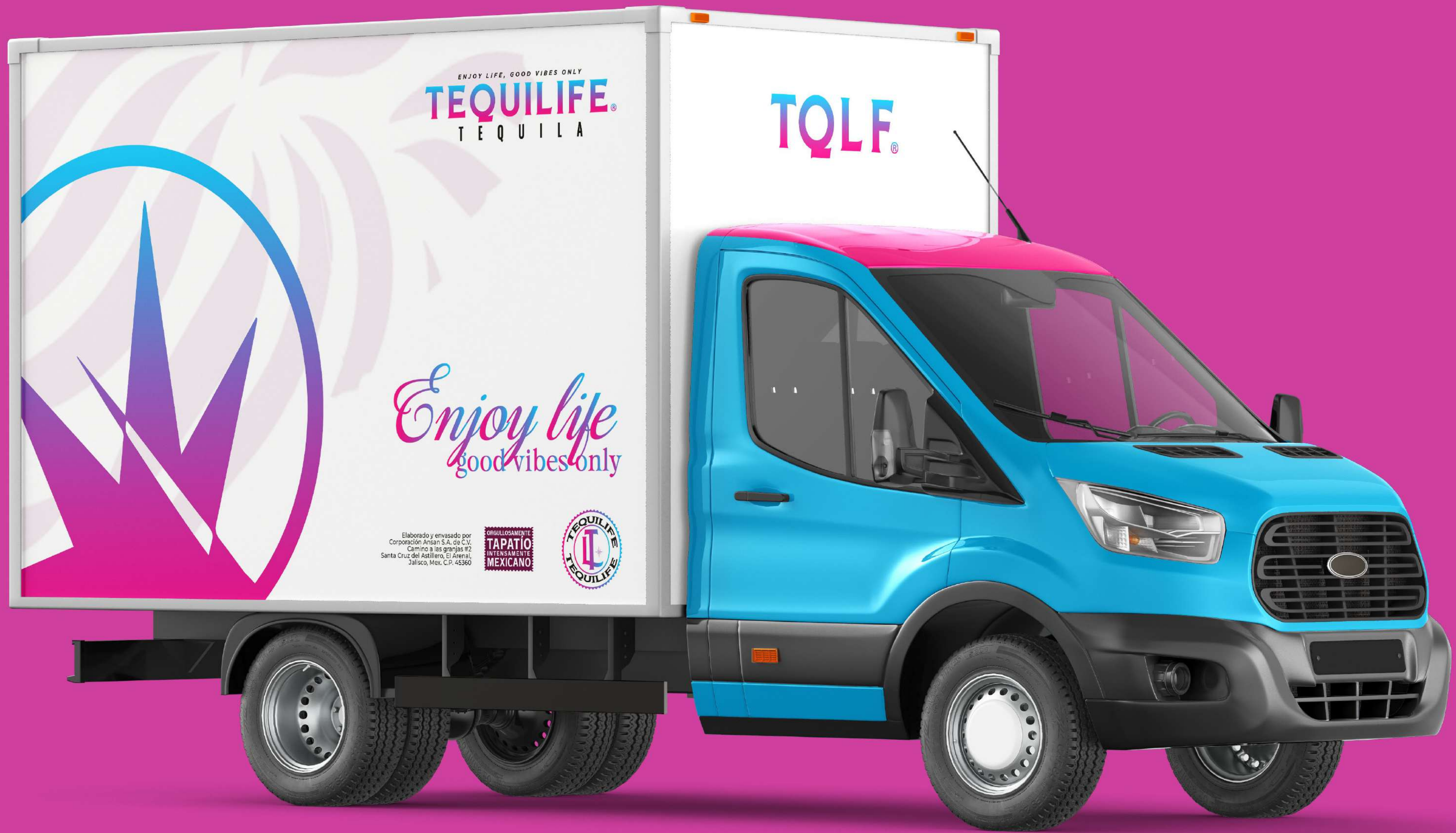
ORGULLOSAMENTE
TAPATIO
INTENSAMENTE
MEXICANO



ENJOY LIFE, GOOD VIBES ONLY
TEL. 2221547894







ENJOY LIFE, GOOD VIBES ONLY
TEQUILIFE
TEQUILA

TQLF

Enjoy life
good vibes only

Elaborado y envasado por
Corporación Ansan S.A. de C.V.
Código a las granjas #2
Santa Cruz del Astillero, El Arenal,
Jalisco, Mex. C.P. 45360

ORGULLOSAMENTE
TAPATIO
INTENSAMENTE
MEXICANO

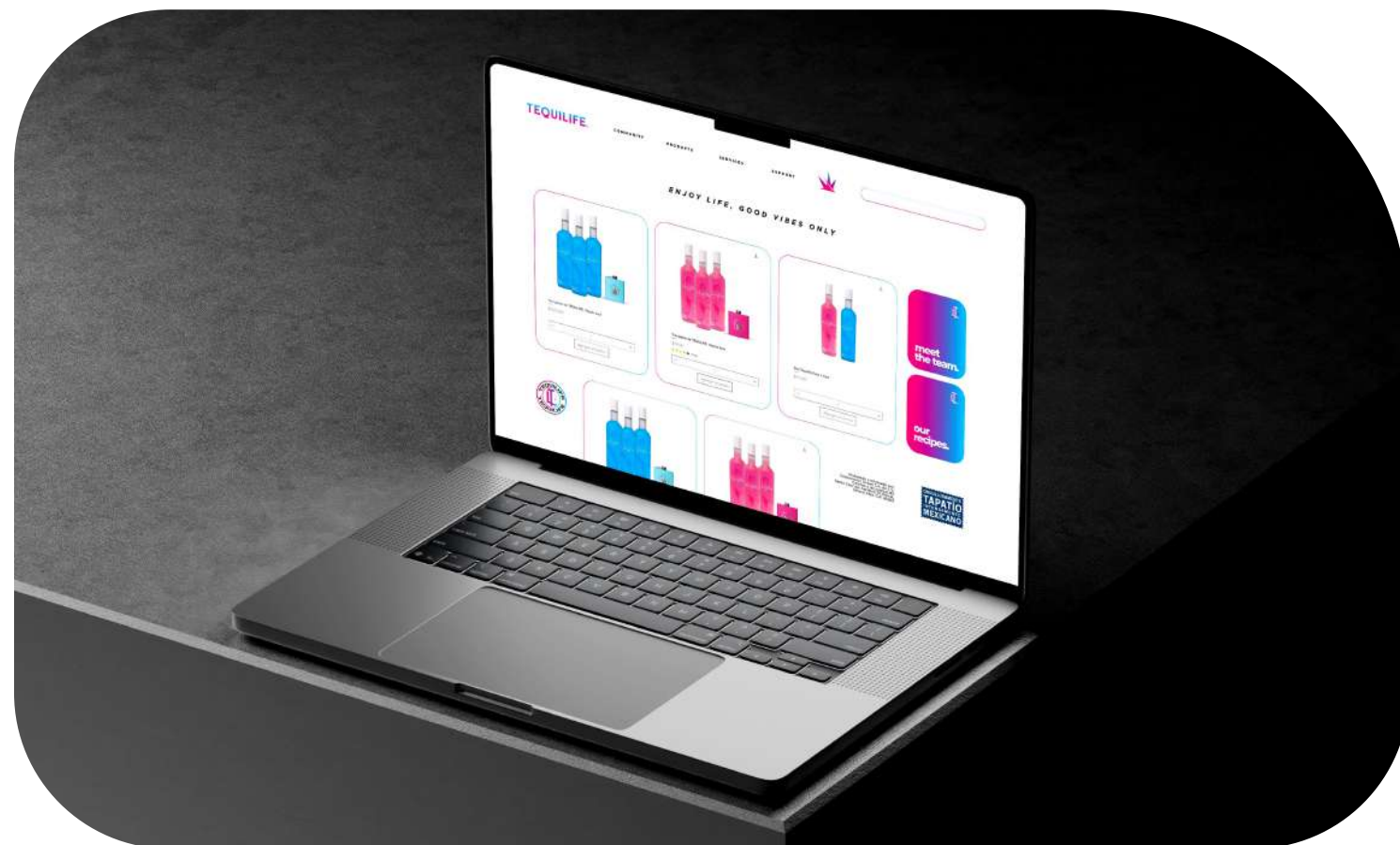
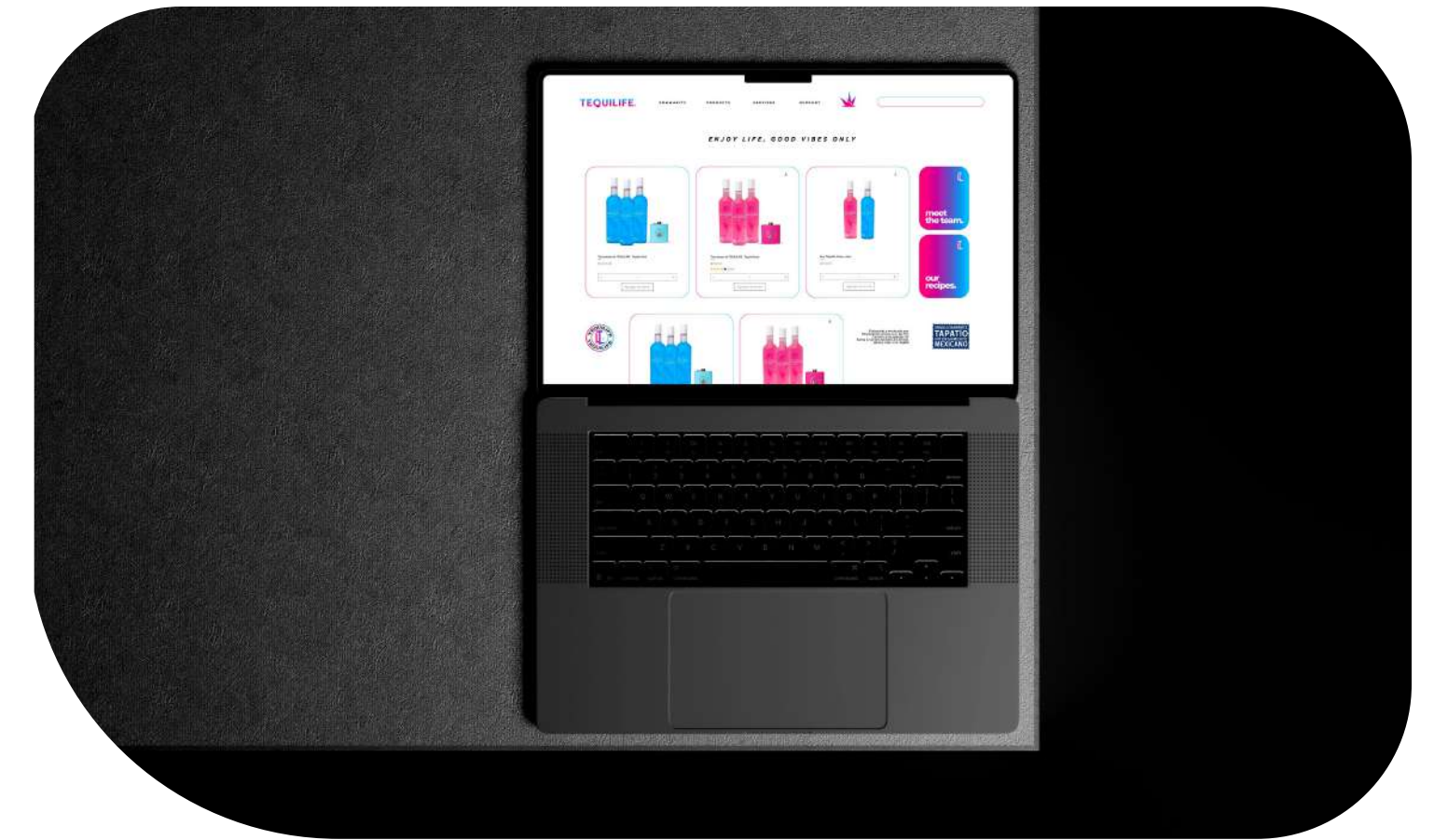
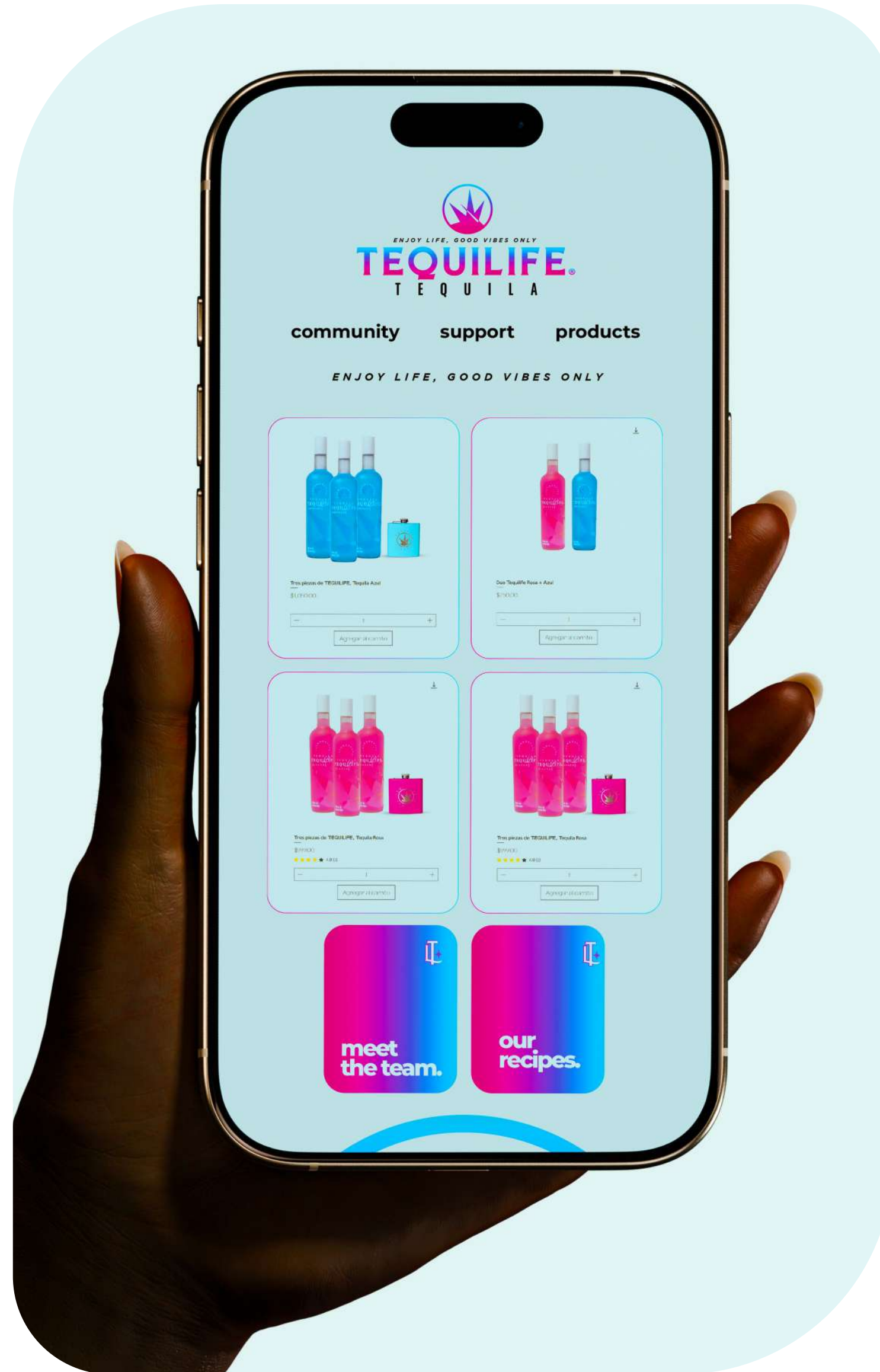














**TEQUILIFE NO SOLO SE VE, SE MIRA.
Y LO QUE SE MIRA, TRANSFORMA.**

*Detrás de un buen diseño,
siempre hay un buen cliente*

*Esta Propuesta es un documento confidencial y es propiedad intelectual de Mauricio Carreto.
Todos los derechos reservados. Copyright © 2024 Mauricio Carreto.
Ninguna parte de esta propuesta podrá ser reproducida o transmitida en ninguna forma o por ningún
medio sin el permiso por escrito de Mauricio Carreto.*

PROYECTO 
TEQUILIFE

 **2025**