



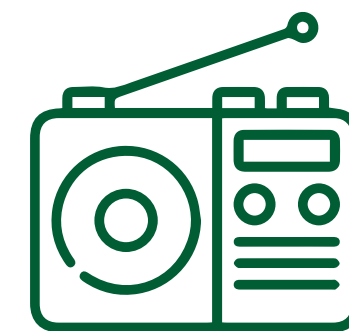
I Dolorán

Rebranding

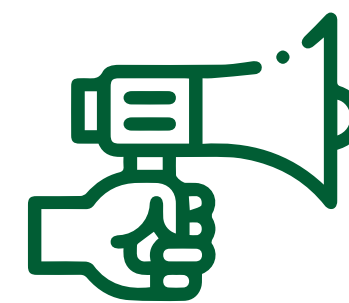
Ronald Álvarez Lopez
Paula Guarín Becerra
Mariana Marquéz Salgado
Vanessa Monsalve Moreno
Andreina Soto Rossini

Historia

Dolorán surgió en Colombia en la **década de los 50**, en un contexto económico dominado por el sector agropecuario y comercial. Con un sector industrial aún en crecimiento, el fundador **Héctor Rivera Garzón** enfrentó el desafío de posicionar este producto en el mercado. Optó por ofrecer Dolorán en consignación a droguistas locales, logrando así que la pomada ganará espacio en las vitrinas de farmacias de **Ibagué, Tolima**.



Dolorán se promocionó en la radio con mensajes innovadores, destacando el comercial del **"Sí, señor"**, el cual se convirtió en un distintivo del producto en la memoria colectiva.



El lema **"El dolor le tiene miedo a Dolorán"** ha perdurado en el tiempo y se ha convertido en un ícono de la publicidad colombiana.

Objetivo General

Posicionar la marca Doloran entre un público de 30 a 50 años mediante una **renovación de identidad visual** que contemple el rediseño del logotipo y el desarrollo de campañas de marketing efectivas, con el propósito de **modernizar y fortalecer la percepción de la marca**, ampliando así su presencia en nuevos segmentos de mercado.



Objetivos Específicos

Actualizar los **elementos gráficos y visuales** de la marca Dolorán, incluyendo tipografía, colores y diseño de empaque, para alinearlos con los gustos y expectativas del público objetivo, asegurando que la identidad visual sea **coherente y atractiva**.



Crear y optimizar contenido en redes sociales y medios digitales enfocado en **educar, inspirar y motivar** al público objetivo, utilizando mensajes que resalten cómo Dolorán se adapta a sus estilos de vida y necesidades actuales.

Tipo de Rebranding

REBRANDING PARCIAL

Buscamos actualizar su imagen o corregir ciertos **elementos de su identidad** que ya no funcionan, pero sin perder el reconocimiento y la lealtad que han construido en el mercado.

01

Análisis y evaluación inicial

- Estudio de mercado
- Auditoría de marca

02

Rediseño de Identidad Visual

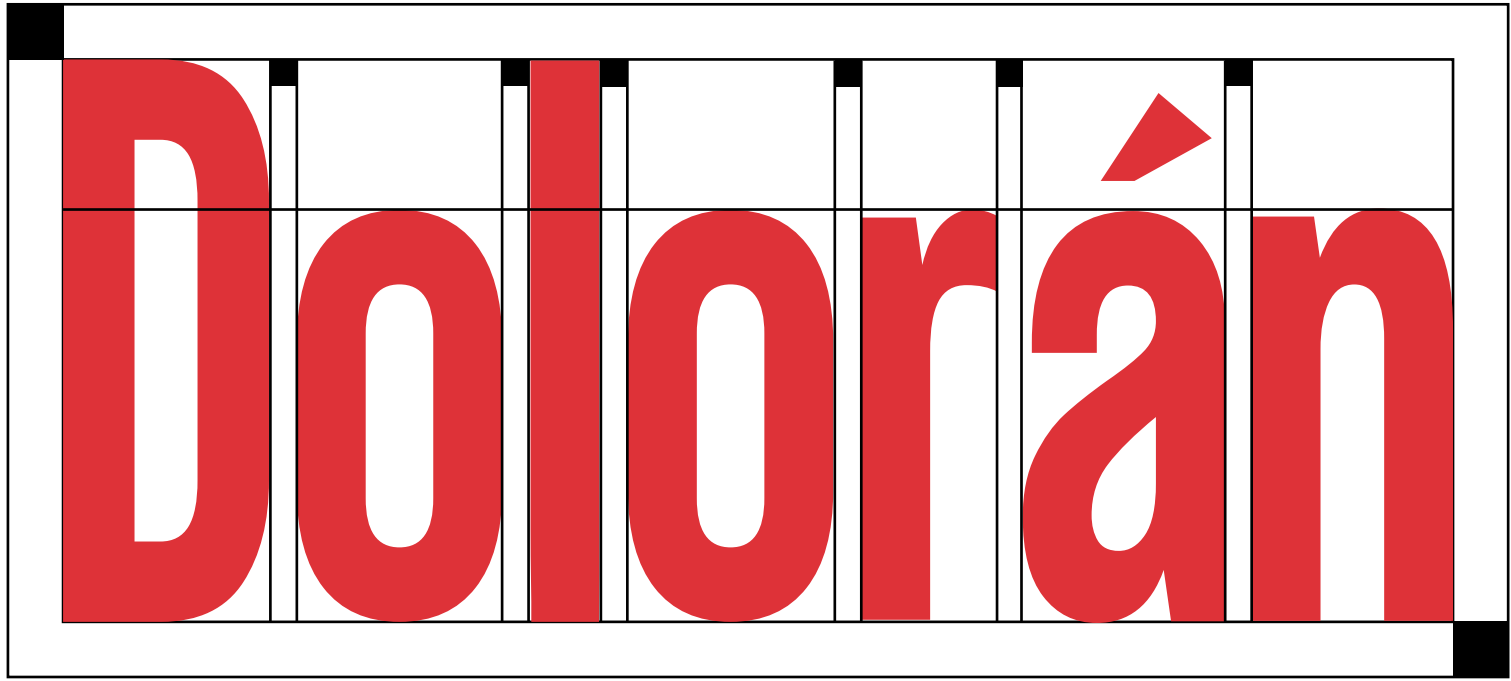
- Logotipo
- Tipografía
- Diseño de empaque

03

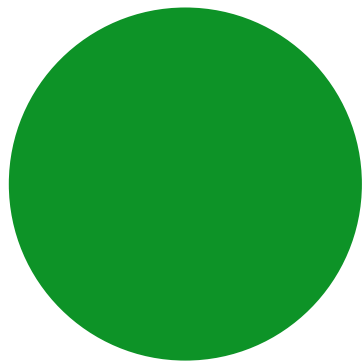
Desarrollo de campañas de marketing

- Campañas en redes sociales
- Historias y experiencias
- Tendencias y actualidad
- Publicidad digital
- Colaboraciones

Rediseño

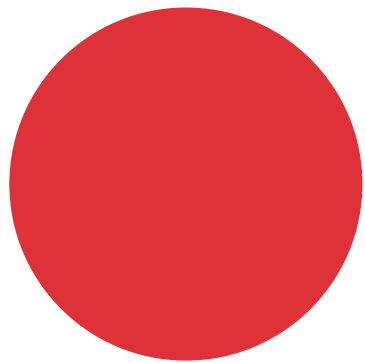


Paleta de Colores



#0d9327

R: 13	C: 84%
G: 147	M: 13%
B: 39	Y: 100%
	K: 2%



#de3238

R: 222	C: 5%
G: 50	M: 91%
B: 56	Y: 76%
	K: 0%

Font logotipo

CookConthic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123453789



COMPOSICIÓN

Cada 100 gramos contiene:

- Mentol 2 g.
- Alcanfor 8 g.
- Salicilato de Metilo 8 g.
- Excipientes csp 100 g.





Estrellas que representan las décadas desde 1953 hasta 2024

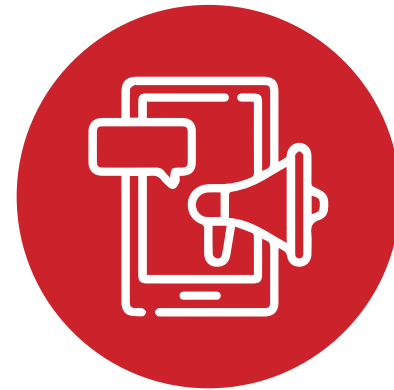
Conservamos la esencia de la tipografía

Año de creación de la marca

Redes Sociales



Antes del lanzamiento



Fase de intriga

- Campaña Teaser en redes sociales
- Videos de corta duración

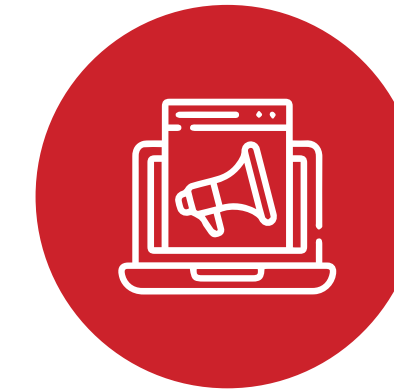
Día del lanzamiento



Evento de lanzamiento

- Evento en vivo
- Invitados especiales
- Interactividad en tiempo real

Experiencia en tiendas



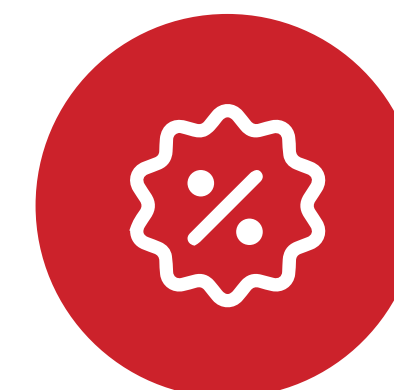
Pop-up

Crear un “pop-up” con actividades interactivas



Campaña de relaciones públicas y medios

- Comunicado de prensa
- Colaboraciones estratégicas



Promociones y Ofertas Especiales

- Descuentos por tiempo limitado
- Regalo con compra

Estrategia de lanzamiento

Dolorán