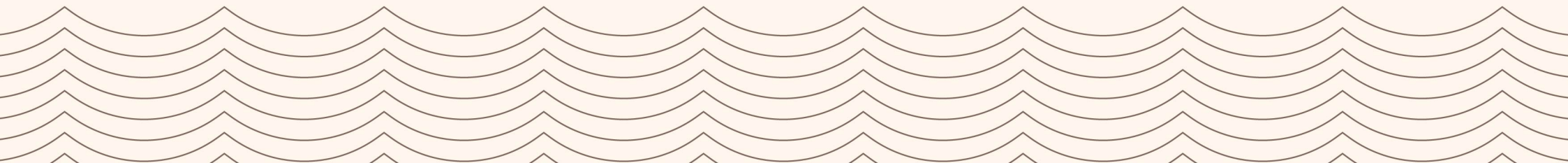




# CONSERVAS DEL MAR:



ORDENAR, SIMPLIFICAR Y PONER EN  
VALOR LA ESENCIA DE LA CONSERVA



01

# EL CONTEXTO



LINEAL CLAVE EN COMPRA COTIDIANA



Las conservas de pescado y marisco son una categoría esencial en la cesta de la compra del hogar. En un lineal de alta presión competitiva y elección rápida, el packaging no solo diferencia: ordena, guía y ayuda a decidir. Además, en marca propia ayuda a construir confianza, calidad percibida y criterio.



02

# EL PROBLEMA



UNA GAMA DIFÍCIL DE LEER Y UN  
PRODUCTO CON UN CASTING MUY DIFÍCIL



## EL ANTES

Falta de armonía, exceso de estímulos y baja identificación de familia en el lineal. Y se trata de un producto poco atractivo de fotografiar.



03

# LA ESTRATEGIA

MENOS RECETA, MÁS PRODUCTO,  
ORIGEN Y CALIDAD



## SISTEMA

### DE DISEÑO

Se construyó un sistema gráfico, integral, escalable y replicable para toda la gama, capaz de ordenar todas las referencias bajo una misma lógica visual.

## LIMPIEZA

### Y CONTENCIÓN VISUAL

La limpieza visual y la reducción consciente de elementos no respondían únicamente a una decisión estética, sino estratégica: expresar honestidad, calidad y confianza a través de la simplicidad.

## ILUSTRACIONES

### HIPERREALISTAS A LÁPIZ COMO SOLUCIÓN ESTRATÉGICA

Ante la “complejidad del casting” y las limitaciones de la fotografía para capturar su textura y detalle, la ilustración permitió un control absoluto del encuadre, la composición y la expresividad.

## TIPOGRAFÍA

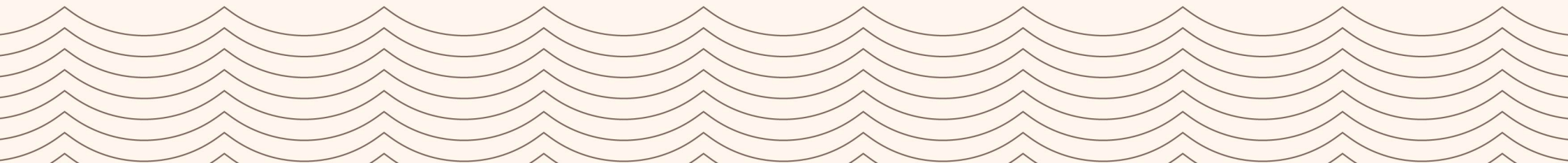
### COMO CONSTRUCTOR DE MARCA

Se eligió una tipografía con carácter y vocación de origen, capaz de transmitir autenticidad y cuidado.

## COLOR

### COMO HERRAMIENTA FUNCIONAL

Se utilizó de manera testimonial y codificada para ordenar referencias sin romper la coherencia del conjunto. Esta contención cromática reforzó la sensación de familia y elevó la percepción de especialidad del lineal.

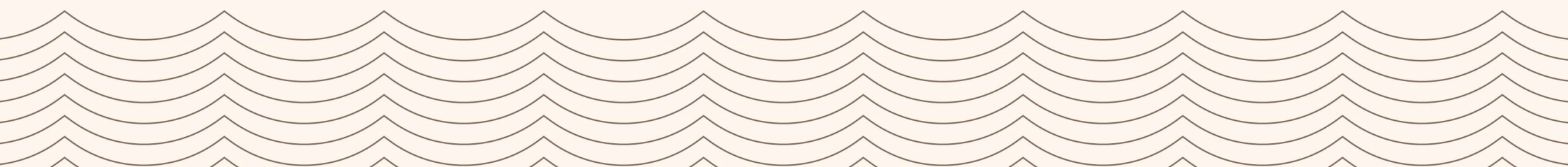
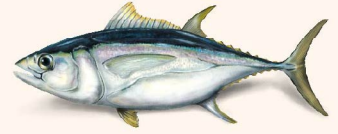


04

# EL RESULTADO









El proyecto confirmó que el packaging, cuando se concibe como estrategia de marca y no solo como estética, es capaz de transformar la experiencia de compra, modificar el comportamiento del consumidor y generar crecimiento real y sostenido para la marca propia.

**+80%**

PREDISPOSICIÓN  
DE COMPRA

**+75%**

PERCEPCIÓN  
DE CALIDAD

**+30 PP**

MIGRACIÓN A  
MARCA CONSUM

**+4,3%**

CRECIMIENTO VOLUMEN  
TOTAL CATEGORÍA

