



01 | Introducción

Tequeñísimo es una marca panameña especializada en la producción de tequeños con receta casera, combinando sabor tradicional con un toque gourmet. Tras consolidarse en el canal de venta directa —a través de tiendas propias y eventos—, inicia una nueva etapa: **su ingreso al canal masivo de supermercados**. Este desafío implica construir una presencia sólida y diferenciadora en góndola. Ante este escenario, **Estudio Icarusmedia** desarrolló una propuesta visual que equilibra tradición y modernidad.

La solución busca captar atención, comunicar calidad y conectar emocionalmente con nuevos consumidores. Todo esto se complementa con una campaña de marketing integral que refuerza su visibilidad y posicionamiento en el mercado panameño.



Con esta propuesta, aspiramos no solo a vestir el producto, sino a **narrar su esencia**.



02 | Estrategia de diseño

Se construyó un lenguaje visual sólido y distintivo, alineado con la identidad de Tequeñísimo y pensado para destacar en góndola. El color morado —inusual en la categoría pero propio de la marca— se adoptó como eje cromático principal, permitiendo una diferenciación inmediata frente a la competencia. Se complementa con blancos y acentos cálidos que refuerzan la percepción de calidad, cercanía y sofisticación. La elección tipográfica sigue una lógica funcional y emocional: una fuente principal con carácter, y otra secundaria que aporta claridad jerárquica. La fotografía, cuidadosamente producida, muestra el producto real con enfoque en textura y atractivo visual, apelando directamente al apetito del consumidor.



03 | Conceptos



Paleta cromática distintiva y emocional

Usar el **morado** como color principal de marca, combinado con acentos cálidos y blancos. **Esto genera recordación, sofisticación y cercanía.**



Tipografía con personalidad y jerarquía clara

Elegir una tipografía principal moderna y cálida que represente la cercanía de la marca, combinada con una secundaria funcional para información técnica. **El layout debe respetar una lectura fluida y destacar variedad y marca.**



Fotografías apetitosas, reales y bien producidas

Mostrar el producto real, **recién frito, con su relleno visible.** Incluir contexto de consumo familiar o gourmet. Estética cuidada, fondo limpio, iluminación profesional.



Diagramación limpia y estructurada

Separar claramente los bloques de información: logo, sabor, tipo de producto, peso, sellos y códigos. Incorporar íconos simples para instrucciones o modo de cocción.

03 | Conceptos



Storytelling visible y emocional

Incluir una **frase o lema breve** que conecte con el consumidor (“El sabor que reúne”, “Hechos para compartir”, etc.). **Reflejar la promesa de sabor tradicional** con un toque moderno.



Diferenciación visual por variedad

Usar colores secundarios o detalles específicos para identificar las distintas variedades (ej. chocolate, guayaba, pistacho), sin romper con la unidad gráfica de marca.



Formato estructural atractivo y funcional

Mantener el uso del doypack, pero acompañarlo de un diseño frontal impactante y un reverso informativo y ordenado.



Incorporación de sellos y atributos de valor

Visibilizar atributos como “Receta casera”, “Sabor artesanal”, y el sello de “Hecho en Panamá”. Estos elementos construyen confianza y percepción de calidad.

04 | Desarrollo y Ejecución

El desarrollo del empaque se abordó desde una lógica de diseño estructurado, en la que cada elemento visual cumple una función estratégica dentro del conjunto. **Se definieron variantes cromáticas para identificar sabores**, se diseñó una iconografía funcional para facilitar la lectura de información práctica y se incorporaron sellos distintivos como “Hecho en Panamá” y “Receta casera” que refuerzan el origen y la autenticidad del producto. La fotografía profesional muestra el producto caliente y recién preparado, destacando su textura y aspecto apetitoso. Si bien se mantiene el formato doypack por su funcionalidad y eficiencia logística, su diseño eleva de manera significativa la percepción de calidad. **El resultado es una ejecución cuidada en cada detalle, adaptable a distintas variedades de producto y plenamente coherente con el posicionamiento definido para la marca.**



05 | Diseño Doypack



05 | Diseño Doypack



05 | Diseño Doypack



05 | Diseño Doypack

