GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Sincla analiza cómo elegir la ubicación del logotipo en el packaging

Actualidad Empresarial | 04/11/2026 | 00:00

La personalización de una caja no termina al incorporar un logotipo. Su posición, tamaño y relación con el resto del diseño condicionan cómo se identifica el producto en una estantería, durante una entrega o al abrir un regalo. Sincla analiza en su blog cómo elegir la ubicación del logotipo según el formato del envase y el contexto de uso.

El punto de partida es observar cómo llegará el embalaje a manos del destinatario. Una caja expuesta de frente en una tienda presenta unas superficies visibles diferentes de las de un paquete colocado sobre una mesa. Por ello, decidir la posición de la marca requiere considerar también el apilado, el transporte y la apertura.

Una jerarquía visual adaptada al canal

La tapa ofrece un espacio amplio para identificar la marca y suele tener protagonismo en las fotografías del conjunto. La cara frontal puede facilitar la lectura en el punto de venta, mientras que los laterales permiten una presencia más discreta. El interior, por su parte, incorpora un mensaje que se descubre durante la apertura.

Estas alternativas no tienen por qué utilizarse de forma simultánea. Repetir el mismo elemento en todas las superficies puede recargar la composición. La guía plantea establecer una jerarquía clara, con un punto principal de identificación y zonas secundarias que complementen el diseño cuando sea necesario.

La proporción importa tanto como la posición

El tamaño del logotipo debe relacionarse con las dimensiones de la caja y con la información que lo acompaña. Un espacio libre alrededor ayuda a separar la marca de textos, patrones o elementos decorativos. El contraste con el material también merece atención, especialmente cuando el diseño se aplica sobre madera.

Antes de producir una serie, comprobar la legibilidad en una muestra permite valorar cómo se comporta el acabado real. También facilita detectar si una tapa, una cinta o la disposición del contenido ocultan partes relevantes de la gráfica.

Sincla sitúa esta decisión dentro del diseño general del embalaje, junto con la estructura y los acabados. Sus cajas de madera personalizadas permiten trabajar la presentación de regalos y productos desde esa perspectiva conjunta. La finalidad es que la marca se reconozca con claridad y que su presencia acompañe el producto durante toda la experiencia, desde la exhibición hasta la apertura.

Autor: Redacció