



Dicen que en lo profundo de un pueblo había un **valle oculto invadido por lagos luminosos** bajo el sol y rodeado de naturaleza exuberante.

Un día, **un grupo de viajeros sedientos** llegaron a este misterioso paraje. Sorprendidos por la belleza del lugar, decidieron detenerse a descansar **junto a los lagos** que reflejaban el cielo. A medida que se acercaban, notaron que el aire estaba impregnado de fragancias dulces y cítricas. Ansiosos por calmar su sed, se inclinaron sobre las aguas cristalinas y bebieron, descubriendo algo asombroso: **cada lago tenía un sabor distinto**.

El primer lago les regaló un torrente de frescura con el vibrante sabor de **Frutos rojos**, despertando sus sentidos. En otro, hallaron el sabor dulce de los **Arándanos** abasteciéndolos de energía renovada. Un tercer lago, con su refrescante esencia de **Toronja**, los llenó de vitalidad. Y finalmente, el lago de **Cañalimón**, con su chispa cítrica, trajo una risa despreocupada entre ellos.

A partir de ese día, los viajeros llevaron consigo **la historia de este valle mágico**, un lugar donde el tiempo parecía detenerse y cada sorbo estaba lleno de **placer y descubrimiento**. Inspirada en este hallazgo, la INDUSTRIA LICORERA DEL VALLE creó **BLANCOPOPS**, un aperitivo que captura la frescura y los sabores únicos de ese valle escondido. **Con cada lata de BLANCOPOPS, revives esa magia, disfrutando de un plan tranquilo con amigos, donde la diversión fluye y el sabor del Valle del Cauca se siente en cada sorbo.**

Research

En la **Fase de Research** analizamos las marcas de la competencia, las tendencias de diseño aplicadas a la industria en cuestión, buscamos referentes globales y de ser necesario examinamos algunos procesos técnicos de la compañía.

» Competencia

Bretaña

Postobón



TopoChico

Coca-Cola



Lit

Inversiones la Real



Parce

Central Cerveceraz de Colombia



Like

ILC



» Inspiración



> Referentes local



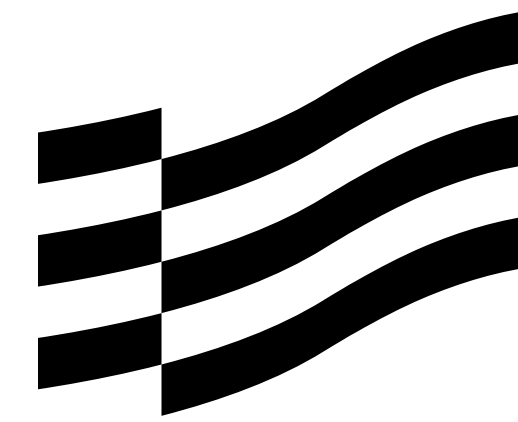
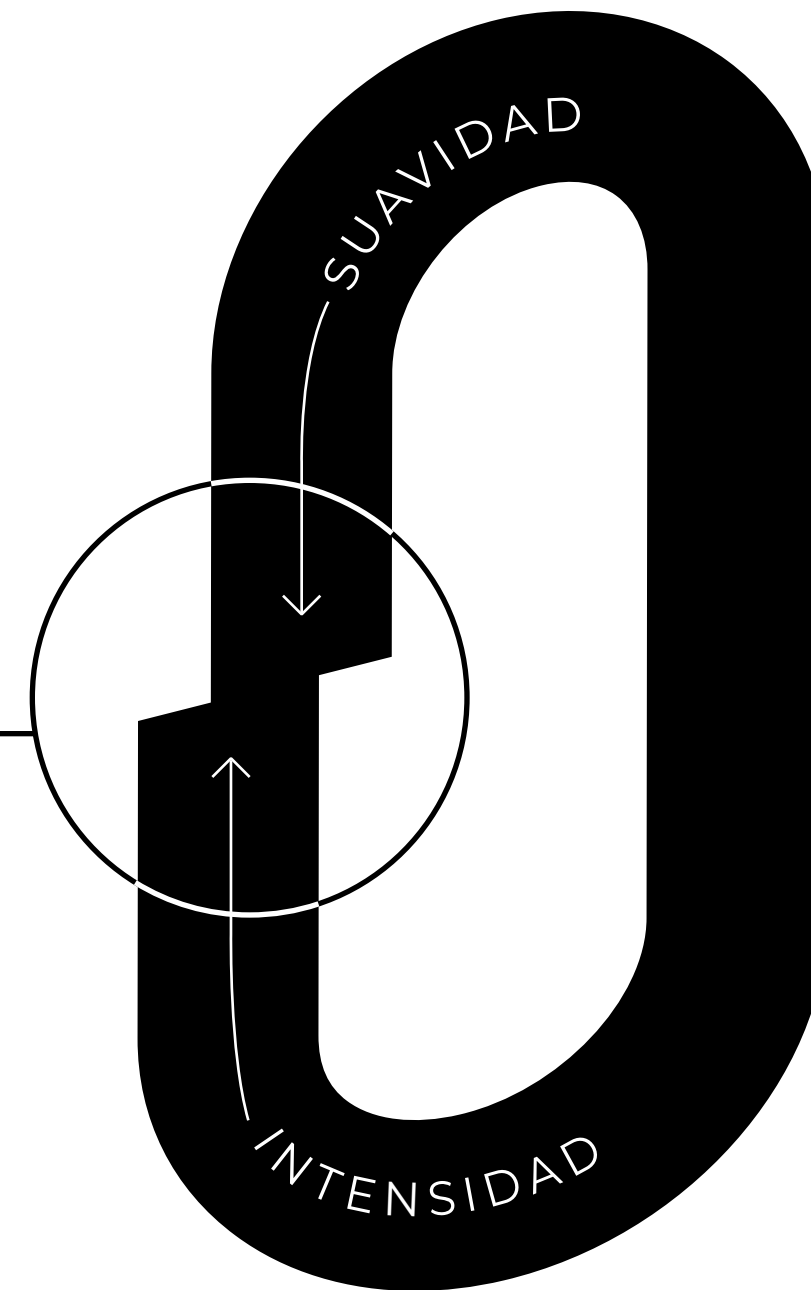
Conceptualización

En la **Conceptualización** buscamos implementar conceptos visuales que sean claves y doten de personalidad a la marca.

› Conceptualización

En la **Letra “O”** podemos encontrar el elemento icónico de la marca. Hablamos de una metáfora conceptual en la que se evidencia un **choque** entre dos líneas que llevan sentidos contrarios, dando lugar a una **fusión entre lo suave del aguardiente y la intensidad de los sabores frutales**.

**FUSIÓN DE SABORES
(Choque)**



Sistema visual

En el sistema visual se aprecia la continuidad de este concepto donde las olas chocan generando una fusión infinita.

› Propuesta 1

TORONJA



CAÑA LIMÓN

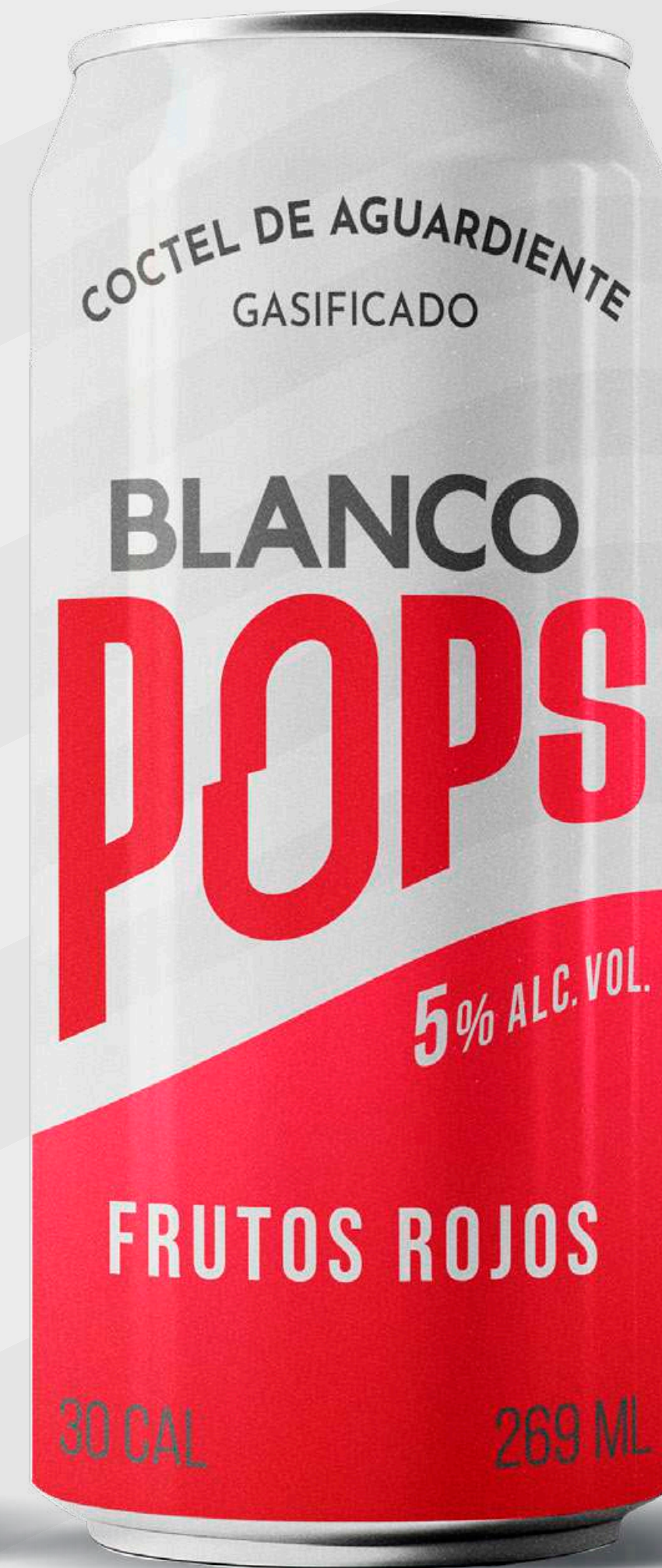
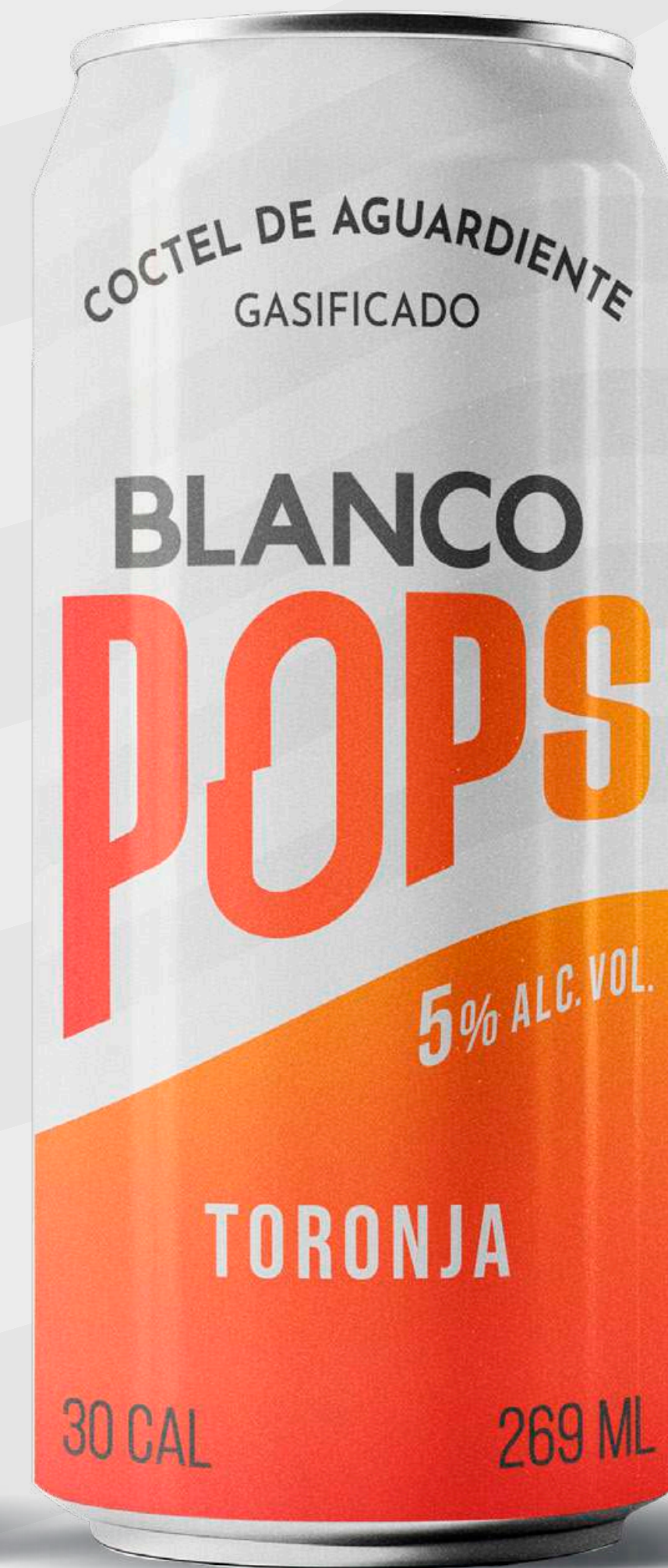
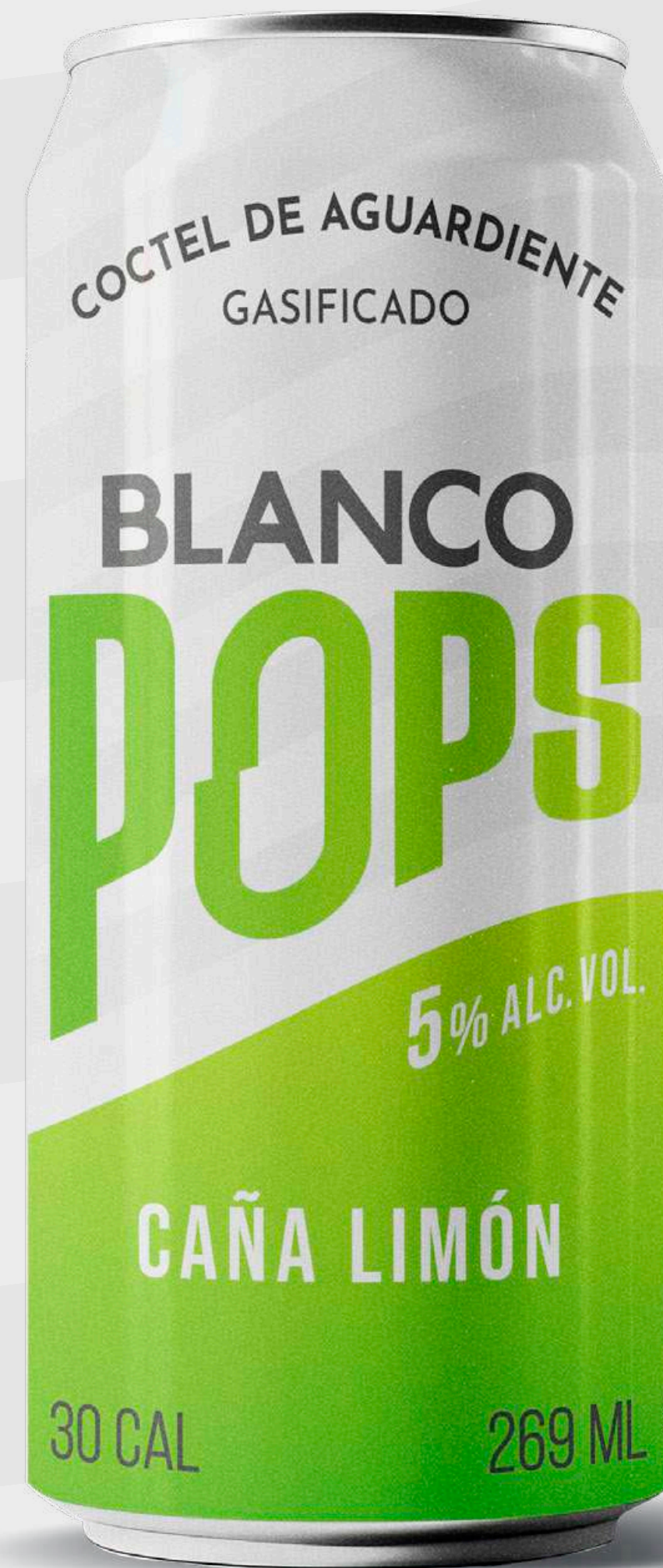


FRUTOS ROJOS



ARÁNDANOS





Etiquetas



Etiquetas con variación



› Propuesta 2

TORONJA



CAÑA LIMÓN



FRUTOS ROJOS



ARÁNDANOS





Etiquetas



› Comparativa

› **Comparativa** / Opción 1



› **Comparativa** / Opción 2



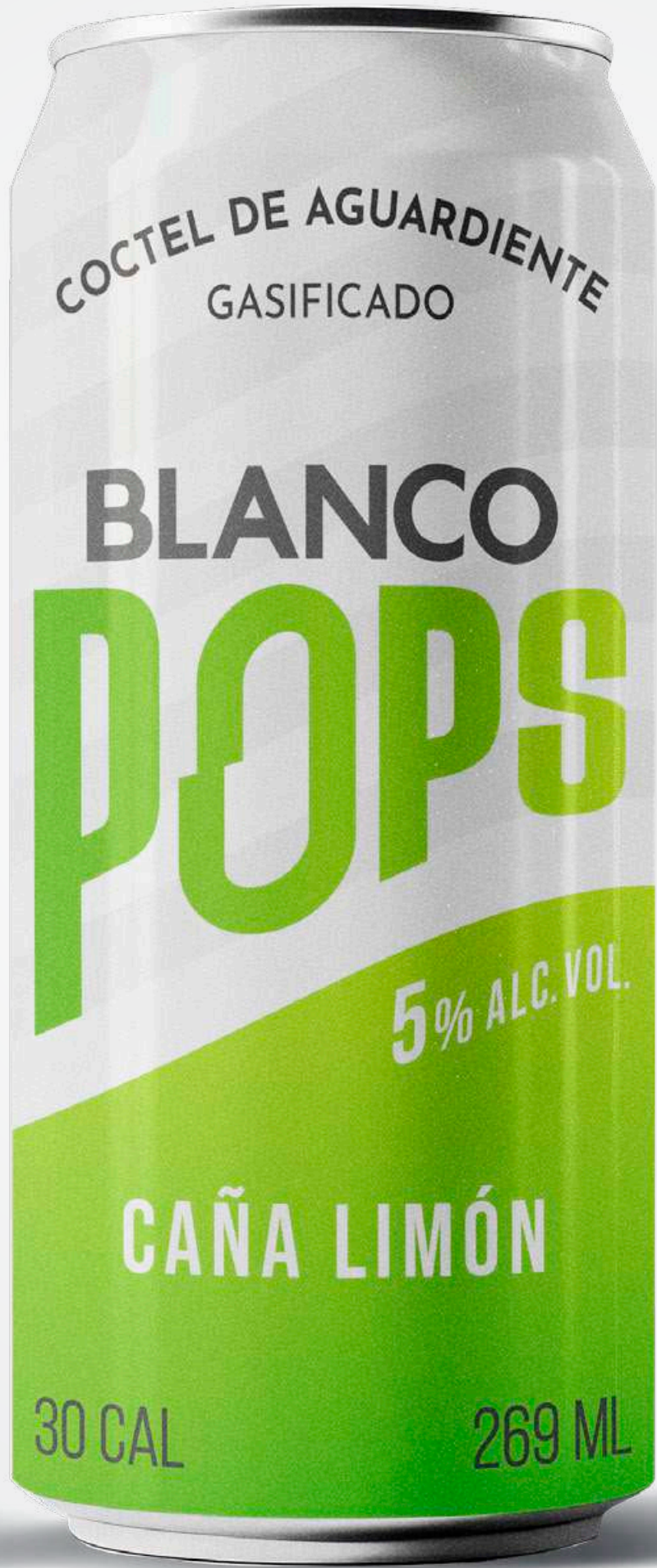
› Vista 360

> **Vista 360 /** propuesta 1

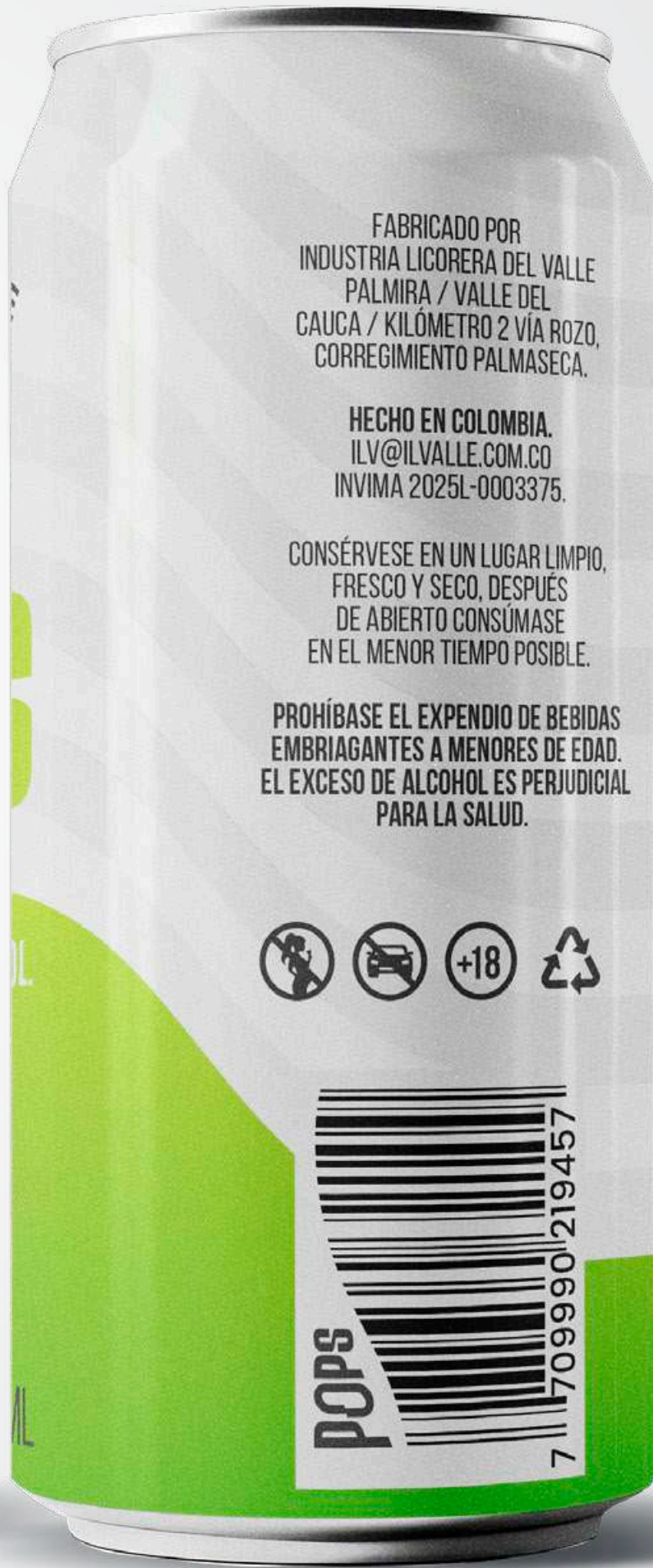
Vista lateral izquierda



Vista frontal



Vista lateral derecha

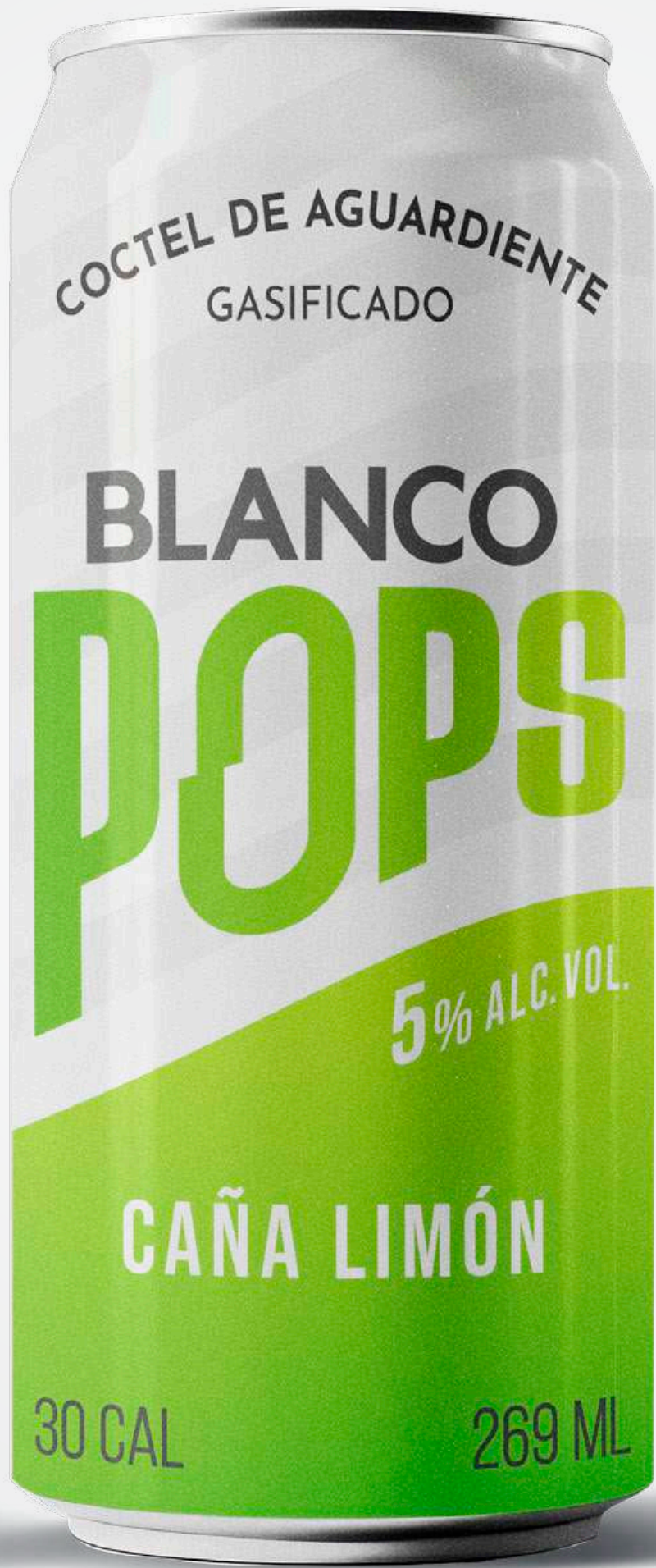


> **Vista 360 /** propuesta 1 variación

Vista lateral izquierda



Vista frontal



Vista lateral derecha

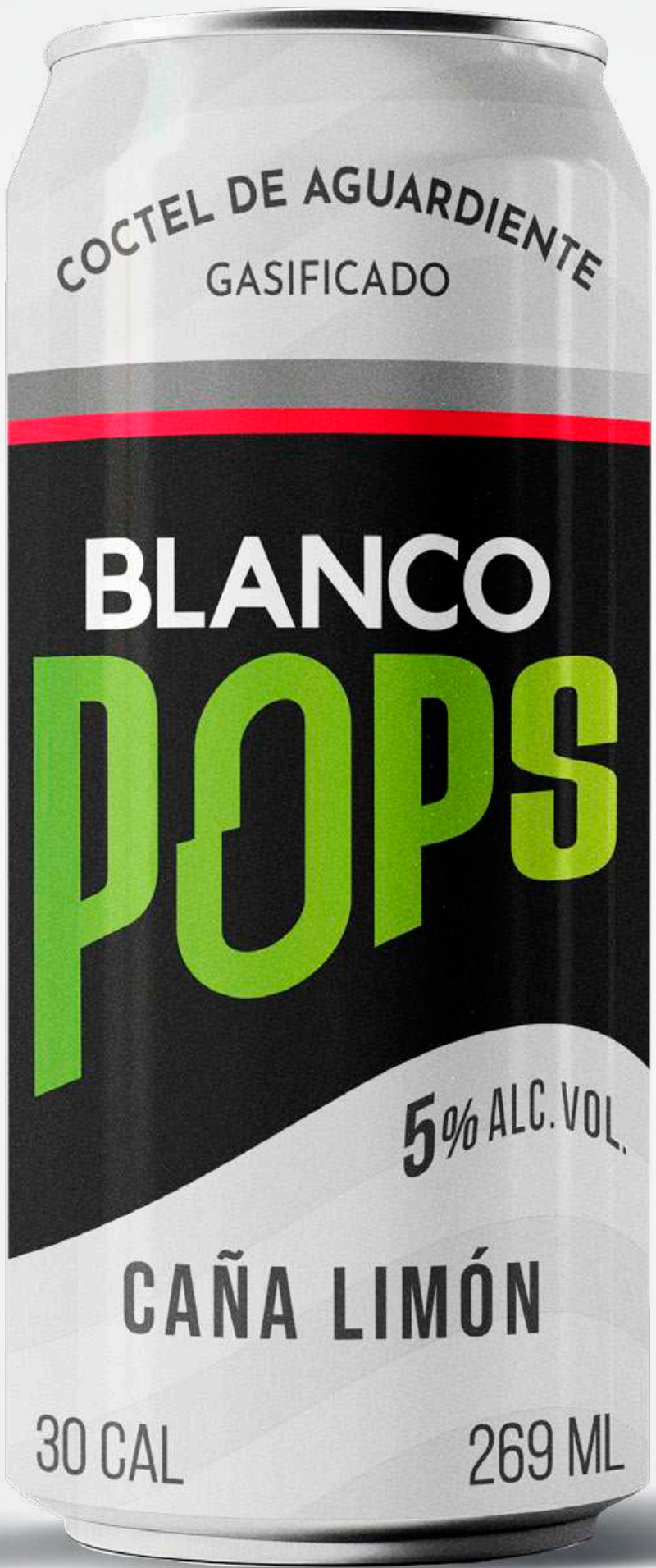


> **Vista 360** / propuesta 1 variaciónz

Vista lateral izquierda



Vista frontal



Vista lateral derecha





Crea un futuro con **Impakto**.

