

Nombre del anunciante: **COLORÍN**

Agencia: **HelloBrand**

Categoría: **Gráfica**

Título de la campaña: "**La mejor creación para tus maderas**"

Responsables: **Equipo de Marketing de Disal/Colorín + equipo creativo**

Hellobrand y Persona





Diagnóstico y punto de partida

MADECOR es la línea especializada de Colorín para protección y embellecimiento de maderas. Con un fuerte posicionamiento en exterior (decks, pérgolas, muebles de jardín), la marca buscaba capitalizar la temporada de verano para reforzar su liderazgo, frente a un mercado donde lo gráfico suele ser técnico y poco memorable.

Desde el análisis del comportamiento del consumidor, se detectó una conexión profunda y emocional entre los usuarios y sus creaciones en madera. No se trata solo de proteger una superficie, sino de preservar el tiempo invertido, el orgullo del trabajo propio, la estética del hogar y el valor emocional de lo hecho con las manos.

A eso se suma un contexto cultural donde la madera tiene un lugar simbólico en la vida cotidiana: noble, viva, versátil. Se buscaba entonces resignificar esa relación desde un lugar sensible, artístico y emocional.



Objetivos

- Desarrollar una pieza gráfica icónica y sostenible que represente la esencia de MADECOR.
- Aumentar la recordación de la marca en el segmento hogar y bricolaje.
- Diferenciarse visualmente del resto de la categoría (generalmente técnica y funcional).
- Transmitir calidad estética, valor simbólico y propósito del producto en una sola imagen.



Estrategia

El punto de partida conceptual fue una expresión arraigada en la cultura popular:

“Tocá madera”, un gesto ligado al deseo, la protección y la buena suerte.

El equipo creativo decidió apropiarse de esa frase y resignificarla desde la dirección de arte. “Tocá madera” pasó a ser una declaración emocional, que celebra la relación entre las personas y sus creaciones en madera.

La idea fue plasmar esa conexión en una escena poderosa: dos manos articuladas de madera, inspiradas en “La creación de Adán”, se tocan, iluminadas en un gesto que une la creación con el creador. Pero ambas son de madera. La pieza fue acompañada por una bajada que completa el juego conceptual:

"La mejor creación para tus maderas"

MADECOR no solo protege la madera. Protege todo lo que representa para quien la trabaja: tiempo, dedicación, estética y orgullo.



Acciones clave

- Desarrollo de pieza gráfica de alto impacto visual para uso nacional.
- Adaptaciones para vía pública, punto de venta y comunicación digital.
- Selección de medios clave en temporada alta: verano, con foco en exterior y bricolaje.
- Amplificación a través de distribuidores y locales de venta (pinturerías).



Argumentación de valor

Esta pieza gráfica se destaca por:

- **Su fuerza simbólica**, al reinterpretar un ícono universal desde una mirada poética y emocional.
- **Su originalidad estética** en un segmento donde predomina lo técnico.
- **Su dirección de arte impecable**, con protagonismo absoluto del material: la madera.
- **Su capacidad de síntesis conceptual**: una sola imagen y una frase bastan para entender la propuesta.

El aviso logra elevar el producto desde lo funcional a lo emocional, estableciendo un vínculo sensible entre marca y consumidor.



Resultados

- La pieza generó una fuerte recordación de marca entre distribuidores, usuarios finales y profesionales del rubro madera, consolidando a MADECOR como la línea premium de Colorín.
- La campaña ayudó a reposicionar la marca no solo como un producto técnico, sino como un aliado emocional del creador: alguien que protege no solo la madera, sino todo lo que ella representa.
- Abrió un nuevo tono posible para la marca, más humano, artístico y emocional, sin perder solidez técnica.
- La campaña resignificó el rol del protector de maderas: ya no como una capa que cubre, sino como un homenaje a la madera, planteándola como una obra de arte.



ANEXO PIEZAS

<https://docs.google.com/presentation/d/1HngaxxxdLzRbxvtTwQqXLzLHRqk3bYu08j4LiFrMM6o/edit?usp=sharing>