



(by)
GARDEN

(by)
RDEN

HANDCRAFTED SPIRIT

GIN

erva®

(by)
GARDEN

(by)
GARDEN

Erva nace bajo el paraguas de Garden Destilería como la oportunidad de definir una identidad propia para un gin nacional premium creado por dos químicos farmacéuticos. Su saber científico se cruza con el universo botánico del gin para elevar a la lima kaffir como botánico protagonista y eje conceptual del proyecto.

Desde el origen, la ambición fue clara: elegancia, minimalismo y autenticidad en un sistema visual que hiciera sentir, a primera vista y al tacto, la experiencia sensorial del destilado.

GIN

Perfil cítrico, fresco y *desigual*

ERVA

Chile



Contexto *cultural*

En el contexto cultural y de mercado, la categoría de gin vive una explosión de propuestas donde el consumidor valora calidad verificable, diseño depurado y relatos honestos sobre origen y botánicos. Los rituales de consumo (barra, coctelería, etc...) buscan marcas con un código estético coherente que transmita confianza, innovación y sofisticación. A nivel de negocio, Garden necesitaba construir una identidad de marca capaz de sostener crecimiento y mostrando su calidad “premium”, sin perder foco en su ADN científico-botánico.

Situación *actual*

Contaban con un producto de alta calidad cuyo universo botánico no se reflejaba en su identidad ni en su etiqueta. La marca carecía de una narrativa visual que integrara el lenguaje de la ciencia con la naturaleza de sus botánicos, y que posicionara con claridad la lima kaffir como su sello distintivo.

El desafío fue crear una identidad y un packaging que, desde la elegancia y el detalle articulen ciencia + botánica en un mismo gesto, y posicionen a Erva en el segmento alto por diseño, sabor y experiencia, conectando emocionalmente con un público que busca excelencia e innovación.





La columna *vertebral*

El concepto central del proyecto es la fusión entre ciencia y naturaleza. La lima kaffir, botánico protagonista y firma aromática, se posiciona como símbolo gráfico, mientras que la narrativa botánica guía toda la identidad, desde la marca, sus arcos herbales, hasta la arquitectura de la etiqueta. Esta decisión convierte a Erva en un gin con autoría clara dentro de la categoría: un destilado donde la precisión química de sus creadores dialoga con la expresividad botánica del producto.

Inmersión *botánica*

Las ideas e inspiración parten de la inmersión en el universo botánico de Garden Destilería, identificado por un alma cítrica singular y por la presencia de la lima kaffir como rasgo sensorial diferenciador. Detectamos que el consumidor premium valora relatos honestos sobre botánicos y experiencias táctiles que confirmen la calidad del líquido. El cruce de estos hallazgos con el origen científico del equipo nos dio el marco de narrar un gin donde ciencia + botánica se manifiestan en códigos visuales de detalle, finos, elegantes y memorables.

Universo y génesis *de marca*

Se adoptó una estrategia de diseño partiendo de un workshop de ADN de marca, donde se interiorizó en el Universo y génesis de la marca actual, para así formular estrategias para la nueva identidad. Analizamos el posicionamiento en un mercado competitivo, expansión de la marca, timeline, identificación de valores, de propósito, personalidades y tono de voz, el consumidor, análisis de competidores y concepto final del proyecto. Con esta base, formulamos el nuevo camino del sistema de identidad visual, analizamos el packaging y materialidad, la arquitectura de información y, finalmente, la consistencia multisoporte, como los lineamientos de dirección de arte fotográfica.

El reto inicial era darle cuerpo visual a un producto sobresaliente cuyo universo botánico no se veía y, a la vez, integrar el ADN científico de los fundadores. La estrategia responde de forma directa: el concepto Ciencia + Botánica resuelve la tensión entre elegancia y expresión natural, la lima kaffir ordena la narrativa, la materialidad premium y la arquitectura elevan la percepción de calidad, alineando identidad y experiencia. Resultado? Un sistema que hace visible lo que se degusta, posiciona a Erva en el segmento alto y crea un territorio propio donde el diseño valida la innovación del producto.

PERFIL



CÍTRICO Y FRESCO

SABOR



DESIGUAL

GIN ERVA



HANDCRAFTED SPIRIT

Identidad botánica *chilena* *con alma exótica*

La nueva etiqueta florece como el gin desde su interior, una estructura en arco inspirada en pétalos que se abren para revelar el corazón de Erva. Rediseñamos con la misma delicadeza con que se trabaja la alquimia de las botellas, y el resultado es una identidad visual fresca, innovadora, disruptiva y elegante. A la vez, la botella se concibe para sugerir un frasco antiguo de alquimia/química: el troquel, el diseño y la identidad evocan ese origen y materializan la unión de ciencia y naturaleza botánica de Erva. Para conectar de forma más directa con el consumidor, presentamos los ingredientes como una historia, donde cada botánico es un personaje que habita el mundo de Erva, así, el recorrido del envase cuenta un relato y genera un vínculo inmediato.

La alquimia del *detalle*

Las ilustraciones son delicadas, lineales y minimalistas, en sintonía con la idea de química y alquimia. Trabajadas con sutileza y cuidado por el detalle, incluyen una pieza principal que da la bienvenida al universo botánico y una abstracción de la lima kaffir que se convierte en sello de la marca y se proyecta a su packaging e identidad.





Experiencia *sensorial*

La ejecución se realiza y materializa sobre un autoadhesivo de papel perlado/nacarado, con pigmentos nacarados que aportan un brillo sutil y una apariencia similar a la perla. Este sustrato, junto al troquel especial, garantiza alta calidad y resistencia en botellas expuestas a frío y humedad, manteniendo la presencia y prolijidad de Erva en barra.

Utilizamos barniz sectorizado para activar la luz en la marca, en la lima kaffir y en los botánicos de arco, relieves que acentúan la lectura táctil, troqueles especiales tanto en el cuerpo de la etiqueta como en el cuello de la botella, folias doradas, buscando equilibrio entre brillo, contraste y volumen.

El troquel en arcos refuerza la sensación de que una flor se abre a la luz del día, al aplicarlo, se percibe como si el gin emergiera desde el interior de esa flor.

Una experiencia que atraviesa la vista, el tacto y el aroma, se vuelve rito en la copa y relato en la mesa, para finalmente quedar como un recuerdo en la memoria.

Los resultados son concluyentes.

Hoy los consumidores exhiben el producto en la mesa y el diseño se volvió “instagrameable”, impulsando tendencia, viralidad y visibilidad cultural.

En términos comerciales, Gin Erva ha registrado un alza de un 20% en ventas durante eventos en los primeros tres meses desde su lanzamiento, consolidando afinidad con un público curioso, bohemio, sociable y “ondero”, que valora el buen diseño y el gin nacional.

Más allá de la solución formal, la marca aporta un relato compartible: la botella y su identidad generan conversación, comunidad y preferencia.

Esta plataforma ha demostrado ser sostenible y escalable, habilitó nuevos sabores, la ampliación de su fábrica, mayor presencia en eventos y una línea de merchandising con sello propio.

En síntesis, una identidad de marca adaptable a otros contextos y canales que la gente elige, muestra y recuerda.

Stop thinking. Start drinking.

Chile





(by)
GARDEN

(by)
RDEN

HANDCRAFTED SPIRIT

GIN

erva®

(by)
GARDEN

(by)
GARDEN