

Crear un packaging especial para Navidad ya no exige grandes tiradas ni grandes inversiones

Tus Medios | 17/09/2026

Barcelona, septiembre de 2026. La Navidad concentra uno de los periodos comerciales más relevantes del año para numerosas categorías. En Alemania, noviembre y diciembre representan el 18,5 % de la facturación anual del retail, según cálculos del Handelsverband Deutschland, mientras que Mastercard estimaba para 2025 un crecimiento del 3,1 % del gasto retail europeo durante la campaña navideña.

Pero destacar durante estas semanas no implica necesariamente desarrollar un packaging completamente nuevo ni asumir grandes tiradas.

Con este planteamiento, SelfPackaging presenta su Colección Navidad 2026, que reúne cajas para regalos y envíos, formatos para crear packs, calendarios de Adviento, cajas para tarjetas regalo y complementos pensados para campañas estacionales.

La propuesta parte de una idea sencilla: adaptar la inversión en packaging al producto, al volumen y al objetivo real de cada campaña.

Una pequeña marca puede mantener su packaging habitual e incorporar una faja, una pegatina o una tarjeta navideña; personalizar un formato estándar en una tirada limitada; o utilizar una solución ya desarrollada específicamente para Navidad. Cuando el volumen o las necesidades técnicas lo requieren, también puede evolucionar hacia un proyecto completamente a medida.

“Una campaña especial no necesita necesariamente una caja completamente nueva. La clave está en elegir el nivel de personalización e inversión adecuado al objetivo y al volumen de la marca.”

Además de diferenciar la presentación, el packaging puede ayudar a crear nuevas propuestas comerciales. Un best seller puede combinarse con otro producto para formar un pack regalo, varias referencias pueden convertirse en un gift set y los pequeños formatos pueden transformarse en un calendario de Adviento.

De esta forma, el packaging deja de ser únicamente un contenedor y puede convertirse en una herramienta para aumentar el valor percibido, crear nuevas ocasiones de compra y presentar el producto como regalo.

Con más de 20 años de experiencia en packaging, SelfPackaging ayuda a las marcas a tomar mejores decisiones de packaging en función de su producto, su volumen, su canal, su momento y su objetivo comercial. La Colección Navidad 2026 responde a esa filosofía: ofrecer soluciones flexibles para que cada marca pueda adaptar su campaña sin asumir más inversión o complejidad de la necesaria.

Más información:

<https://selfpackaging.es/139-coleccion-navidad-2026>

Autor: Redacció