

Deliz





Presentación

El presente manual tiene como objetivo crear una submarca bajo la dirección de Mondelez Internacional.

En él se indicarán conceptos y labores propias de diseño, basados en un proceso de ideación y geometrización.

La marca creada busca su permanencia y reconocimiento dentro de esta gran familia de marcas posicionadas.



1. Mercado activo de gelatinas

2. Análisis del consumidor

3. Lluvia de ideas

3.1. Boceto 1

3.2. Boceto 2

3.3. Boceto 3

4. Variaciones

5. Malla Geométrica

6. Tipografía y cromática

7. Aplicaciones



Mercado activo de gelatinas

La gelatina ha incursionado en el mercado desde tiempos inmemorables, está presente en el 99% de hogares en todo el mundo, es el favorito de los niños y adultos, en su transcurso han existido muchas marcas que extienden su mercado por la gran acogida que posee este producto, por lo cual mencionaremos algunas de ellas, puesto que serán nuestra competencia en nuestro recorrido por crear una marca sólida de gelatinas con relleno.



La compañía Quila lanza refrescos en polvo en 1989; Frutiño brinda economía, y rendimiento, desarrollado con gran superioridad sobre Royal de Mondeléz en aspectos como sabores, empaques, embalajes y su comunicación por su amplia gama de publicidad

Su target se encuentra en el hogar, preferido por amas de casa y niños, medio bajo. Sus mercados son México, República Dominicana, Ecuador, Perú y Guatemala.



Exquisita nació en 1959 como harina de trigo, en la década de los 70 ingresó en la categoría de gelatinas y postres; es una de las marcas de mayor variedad e innovación.

Su target tiene un ambiente familiar, medio alto. Se comercializa en más de 50 países.



Se inició en Italia, en 1960 crea postres en polvo bajo licencia norteamericana, su gran demanda la llevo a fundar INDUSTRIAS AMBROSOLI S.A totalmente posicionado.

Su target se concentra en los niños, medio alto. Se comercializa en latinoamérica, Europa y Asia.

Mondeléz al ser una marca internacional merece tener una submarca que compita con productos en polvo, que a diferencia de Royal, esta nueva submarca compita en el mercado con ideas frescas e innovadoras, es por ello que hemos creado DELIZ, un producto con extensiones en línea orientado a gelatinas en polvo con mezclas de sabores y frutas dentro.

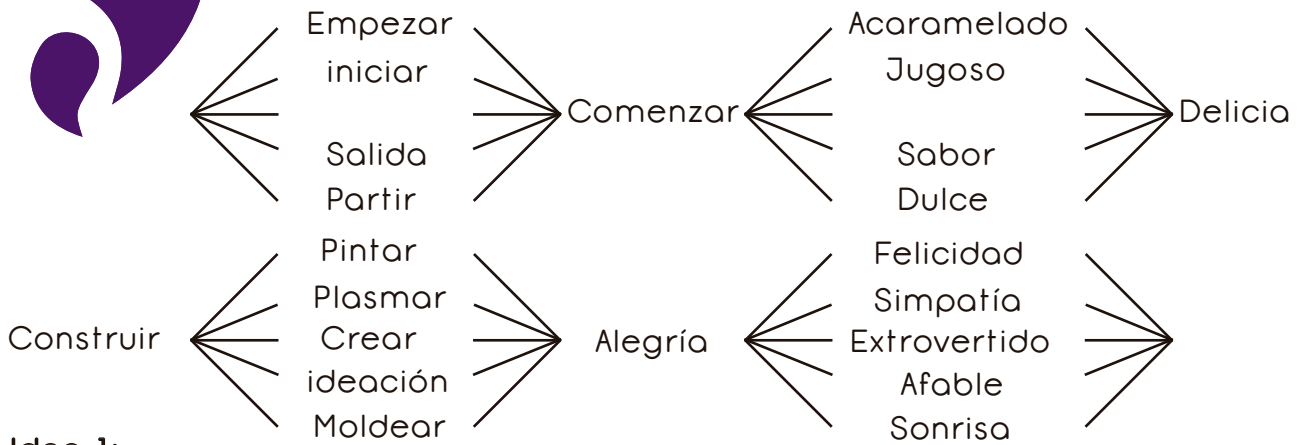


Análisis del consumidor, nivel socio-económico.

Nuestros consumidores principales serán los niños, hacia ellos van orientados exclusivamente nuestros productos, mantendremos un target medio, adaptable a cualquier bolsillo, serán productos en polvo con ciertas variaciones que serán explicadas a lo largo del manual propuesto. Los niños podrán consumir este alimento en las mañanas antes de ir a la escuela y funcionará de manera energética y nutritiva cuidando su salud y protección; nuestra comunicación hacia el consumidor será fuerte en el ámbito de animación e imágenes que los niños disfrutaran ver y explorar.

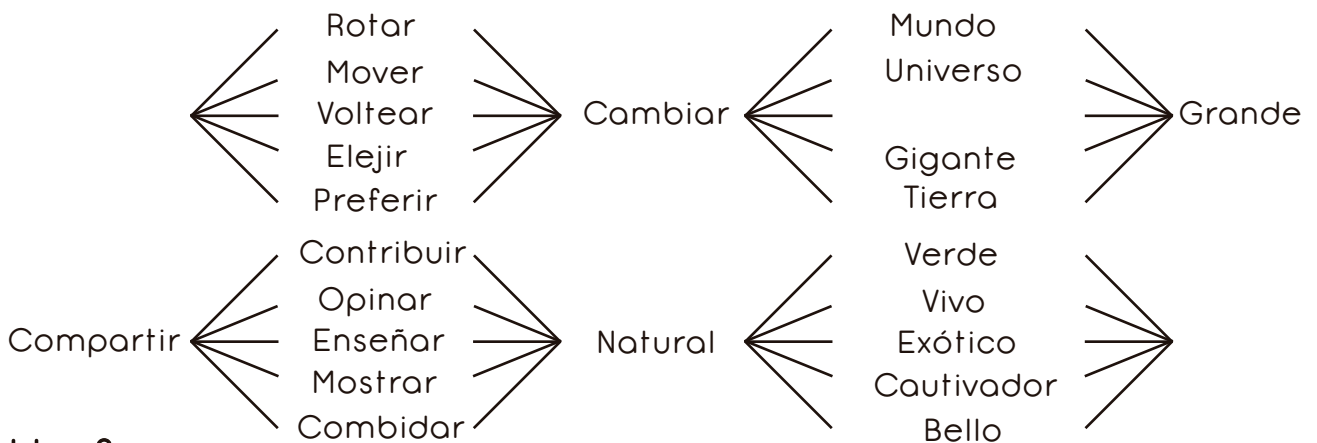


Lluvia de ideas.



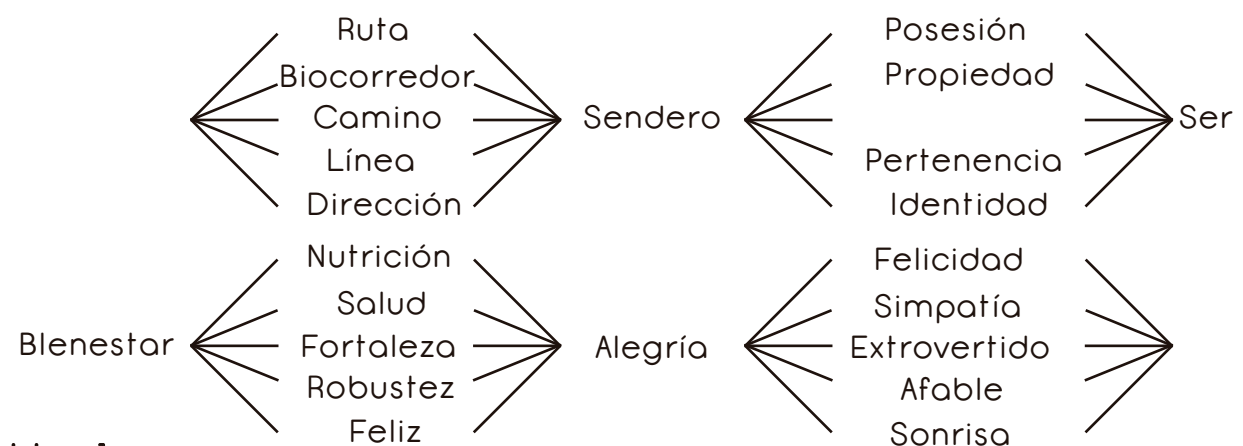
Idea 1:

"Creamos momentos felices cada día, el delicioso sabor de comenzar bien".



Idea 2:

"Elije tu mundo, comparte lo natural".



Idea 1:

"Somos el camino hacia la nutrición".



Boceto 1.
DELIZ: Desayuno Feliz





Boceto 2.

BUNLI: Bueno, natural y sin límites



Bunli

Boem
Natural
Sia (Indo) Cabriel

Bunu

Bunli

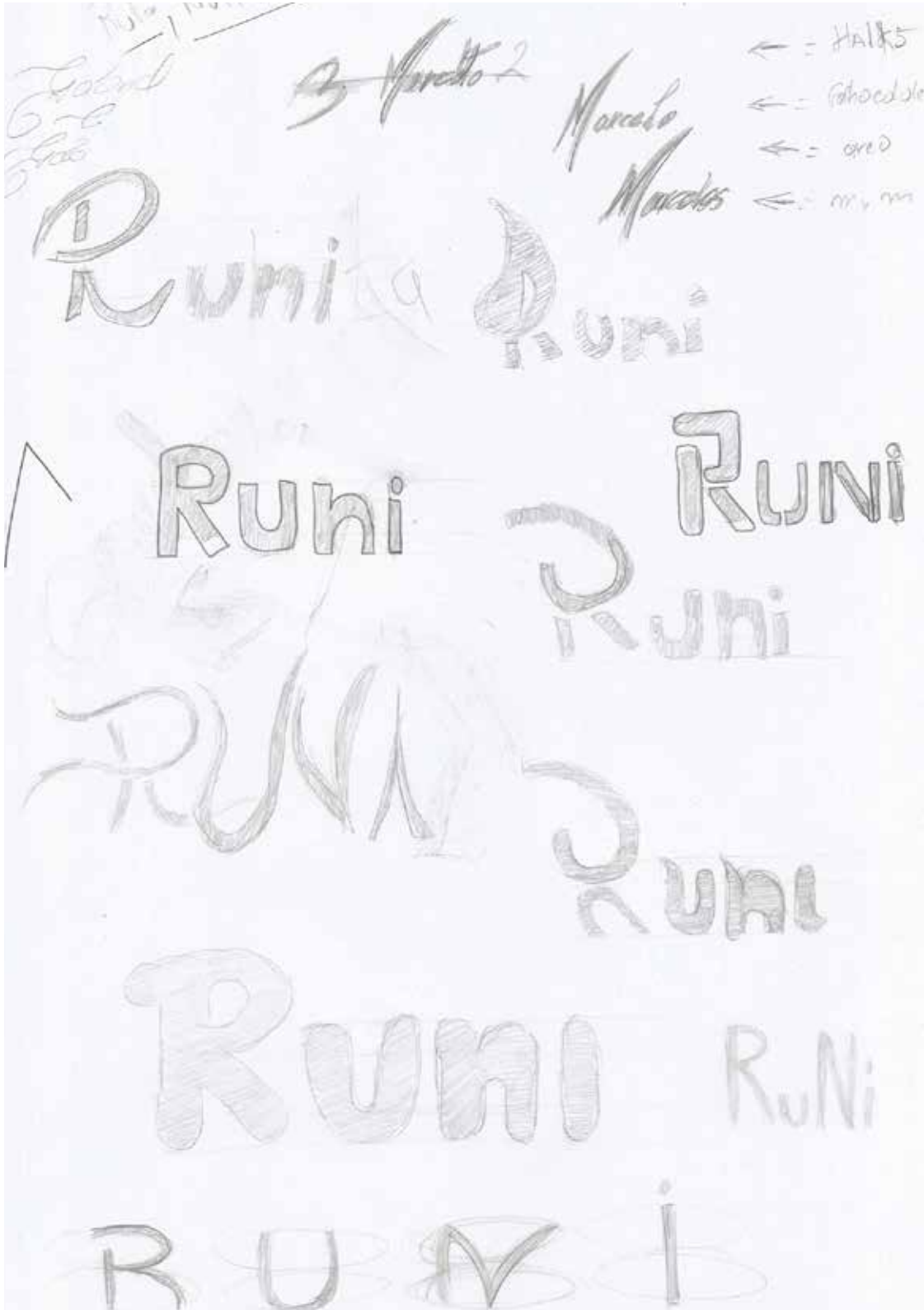
BUNL



Bunli



Boceto 3.
RUNI: Ruta Nutritiva.





Variaciones.

Deliz¹

D'eliz⁶

Deliz²

D'eliz⁷

Deliz³

Deliz⁸

Deliz⁴

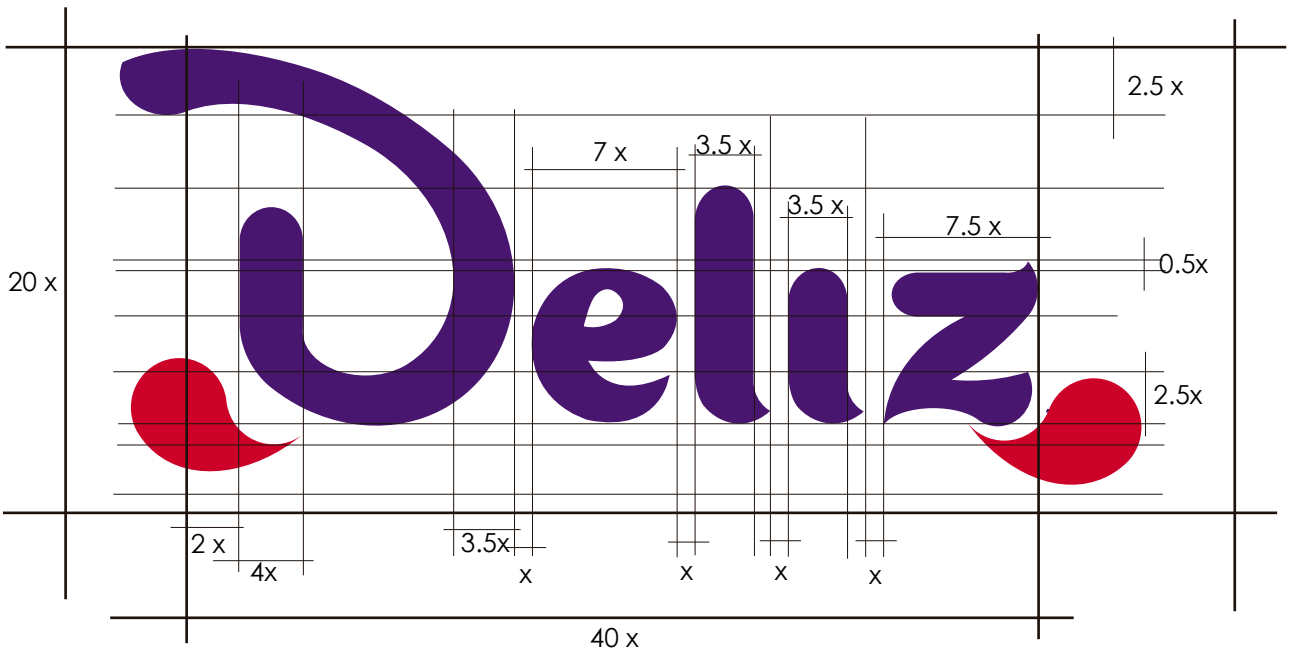
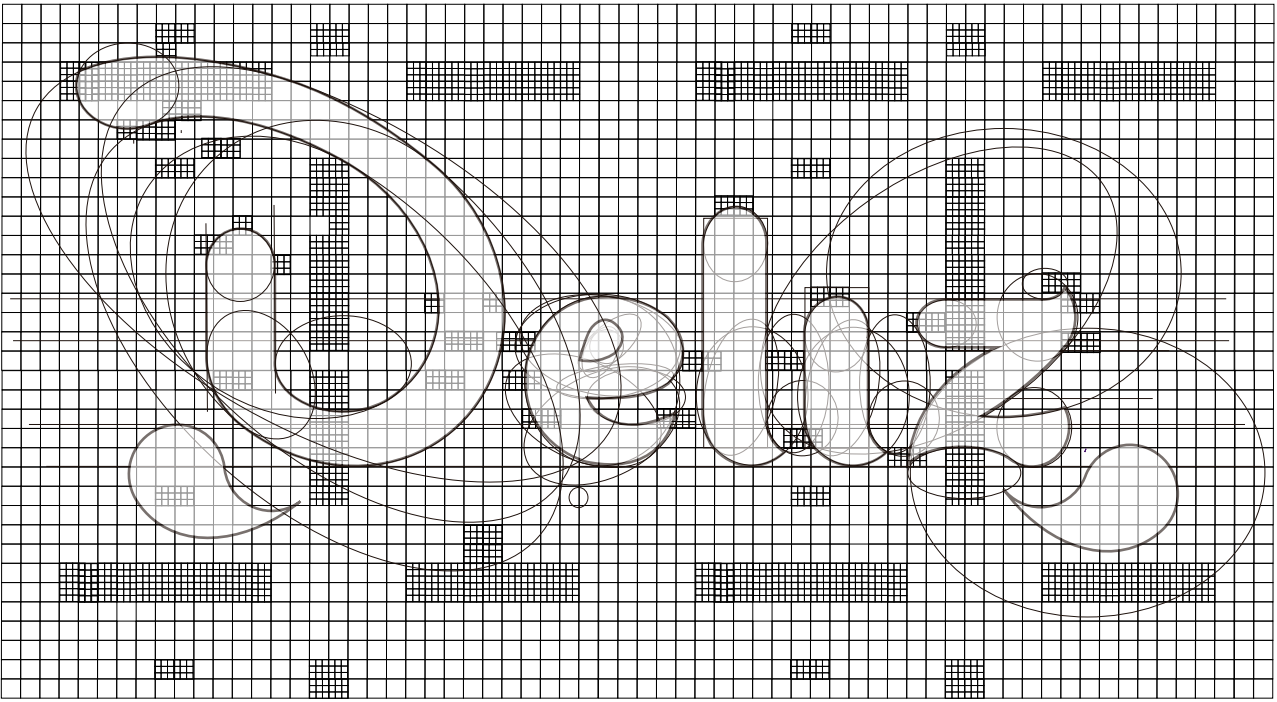
Deliz⁹

Deliz⁵

Deliz¹⁰



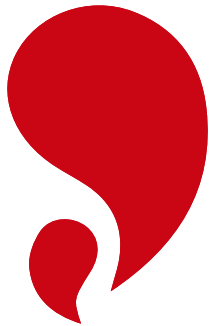
Malla Geométrica





Tipografía y Cromática.

Deliz



RGB
R 216 G 38 B 46
Cuatrinomía
C 13% M 100% Y 98% K 3%
Código. 431A66
PANTONE 269C



RGB
R 79 G 40 B 112
Cuatrinomía
C 83% M 100% Y 22% K 10%
Código. 431A66
PANTONE 1795C

Apettite

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R

S T U V W X Y Z

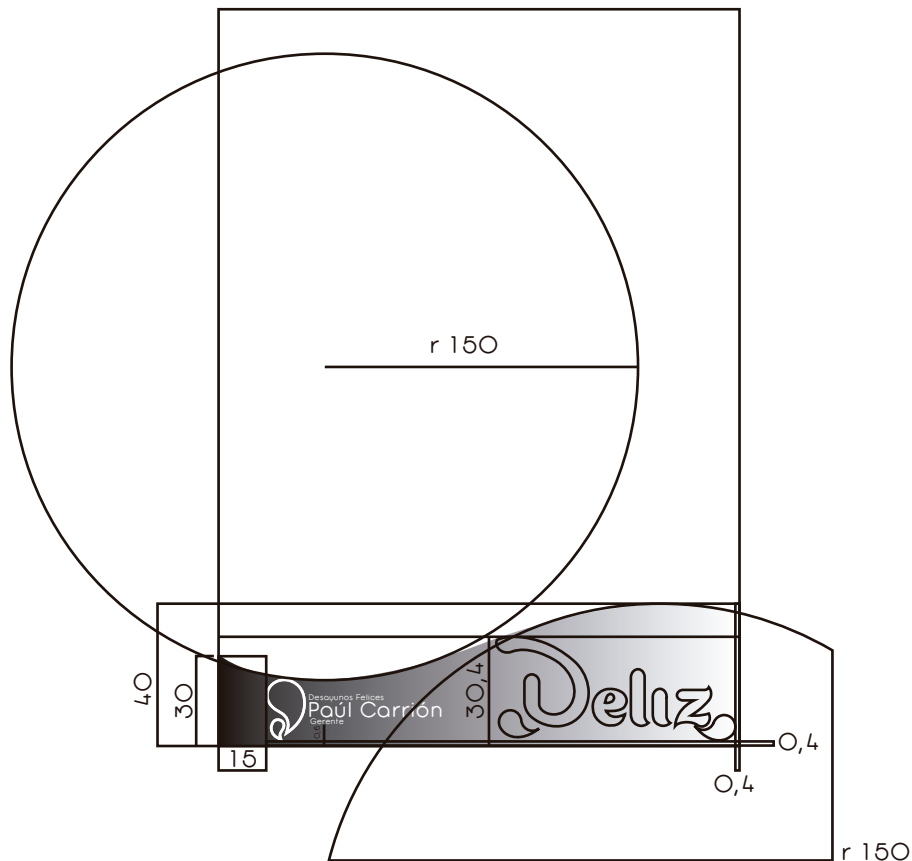
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Aplicaciones.
Papelería básica.

Hojas membretadas.

A4 210x297mm



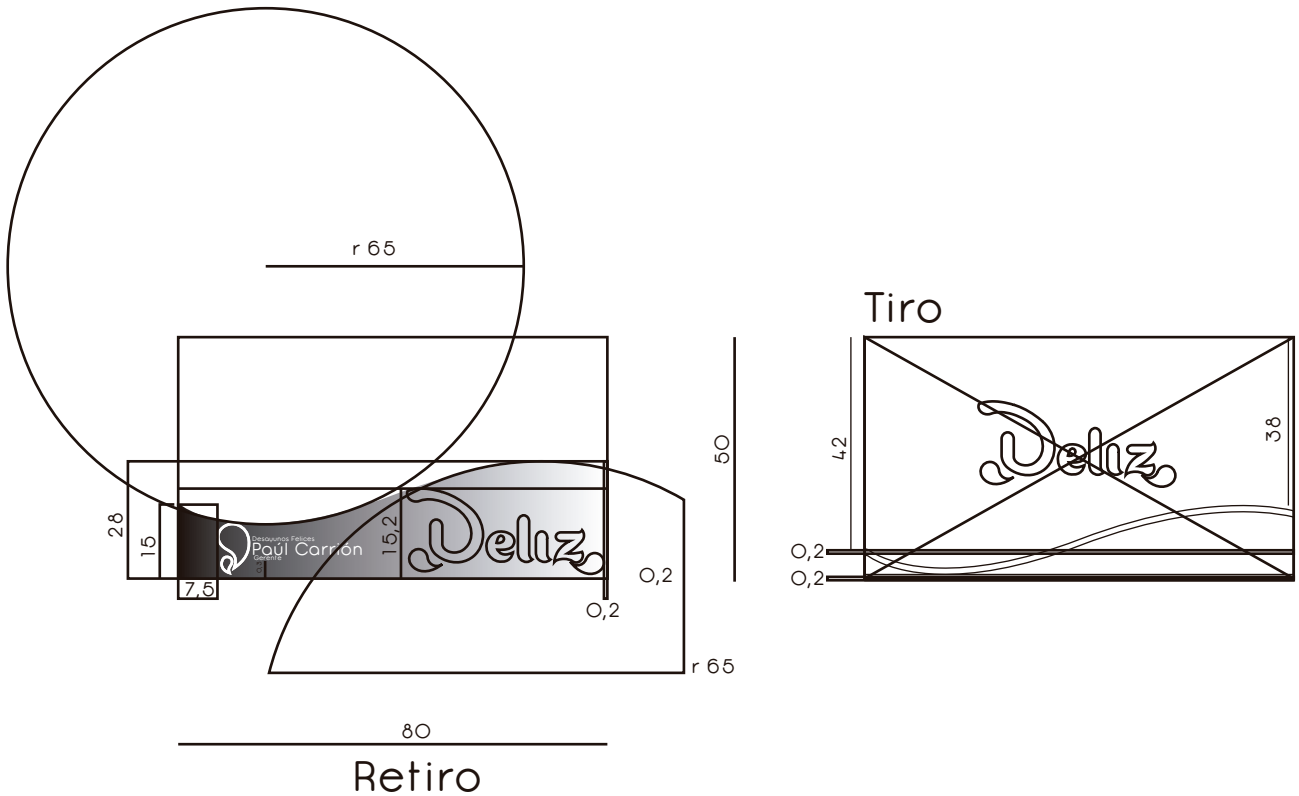
Para la configuración de tamaño de hoja cada cantidad numérica debera ser proporcinal al tamaño de papel escogido, funciona para todos los soportes y se puede resolver utilizando regla de 3 simple.

Nuestra hoja membretada, cumple líneas curvas, las cuales aseguran un proceso libre de estancamientos erroneos, consolidan a la marca. Nuestras constantes para el resto de papel serían formas curvas y tipografía redonda.



Aplicaciones.
Papelería básica.

Tarjetas de presentación.



Mantenemos la constante aplicada, ahora con un cambio del logotipo sobre fondo morado, este último tendrá la función de mostrar a la empresa en el centro del mundo en: geletinas en polvo.

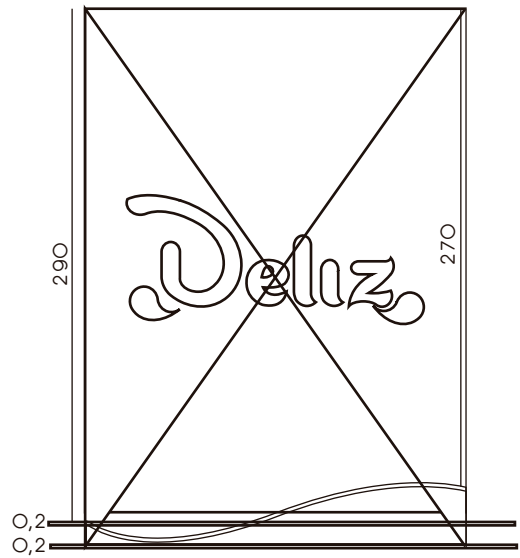
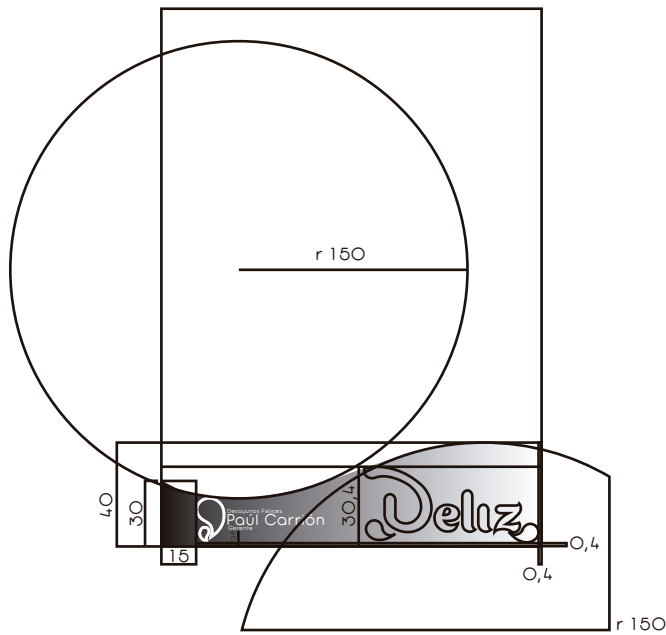




Aplicaciones.
Papelería básica.

Carpetas

A4 210x297mm

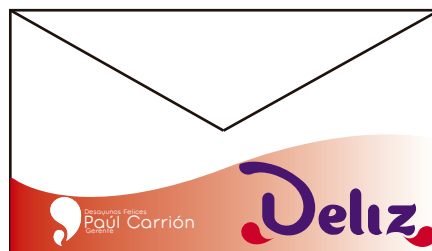
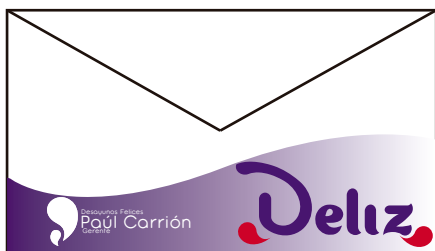
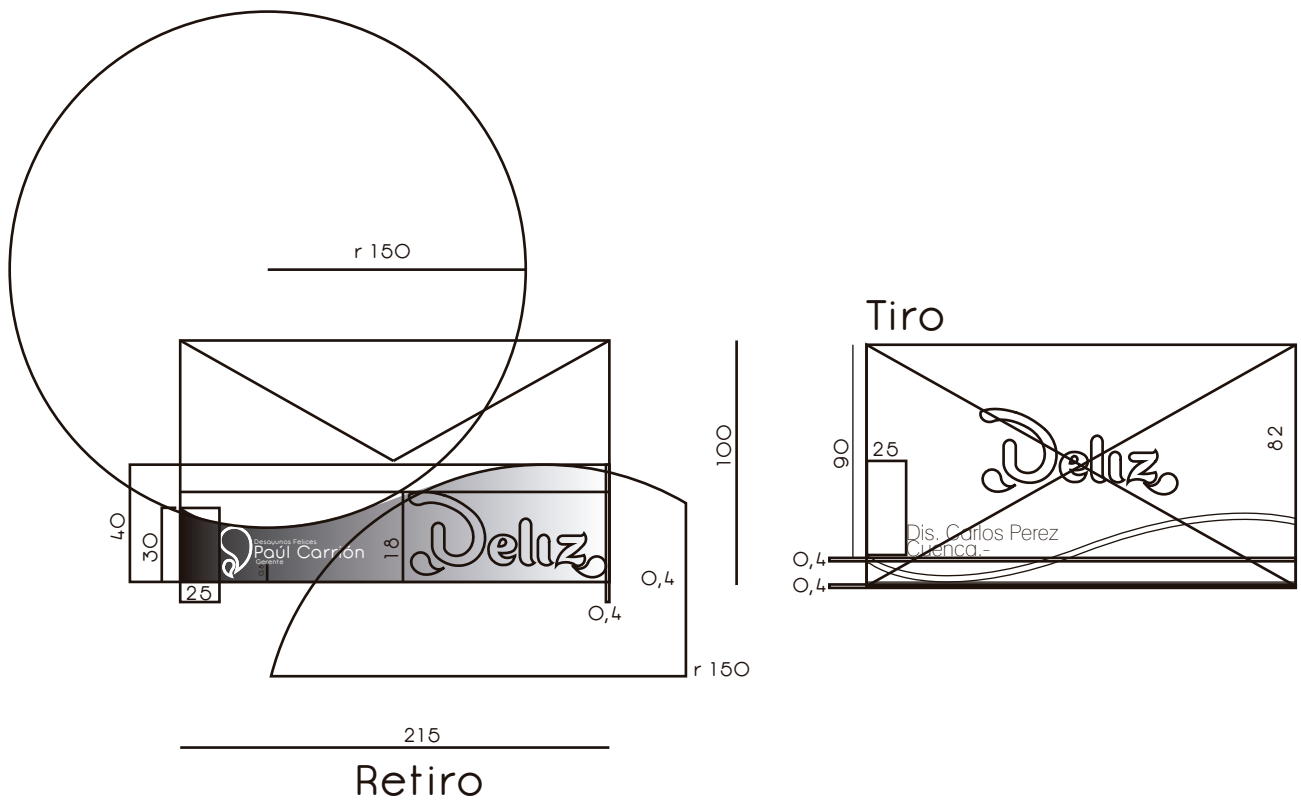


La carpeta guarda gran parecido a la tarjeta de presentación y respeta de manera clara las constantes a las que estas se rigen, en efecto, pueden varias sus tamaños proporcionalmente con la misma regla de 3 antes mencionada.



Aplicaciones.
Papelería básica.

Sobres.



La única variación que posee la carta es el nombre y lugar de envío del tiro del sobre, considera la misma cantidades de piezas gráficas para no perder la identidad como empresa DELIZ.