Aloë

IDENTIDAD DE MARCA

jmapdesign.es

jmapdesign.es

ÍNDICE

NOMBRE 5

LOGOTIPO 7
Inclusión en malla 9
cotas 10
área de seguridad 11
test de reducción 12
colores 13

OTRAS VERSIONES 14
monocromática 15
escala de grises 16
tinta plana 17
sobre colores coincidentes 19

USOS 20
usos propios 21
usos incorrectos 22
reproducciones incorrectas 23

TIPOGRAFÍAS 24

RECURSOS GRÁFICOS 26
malla 27
otros gráficos 29

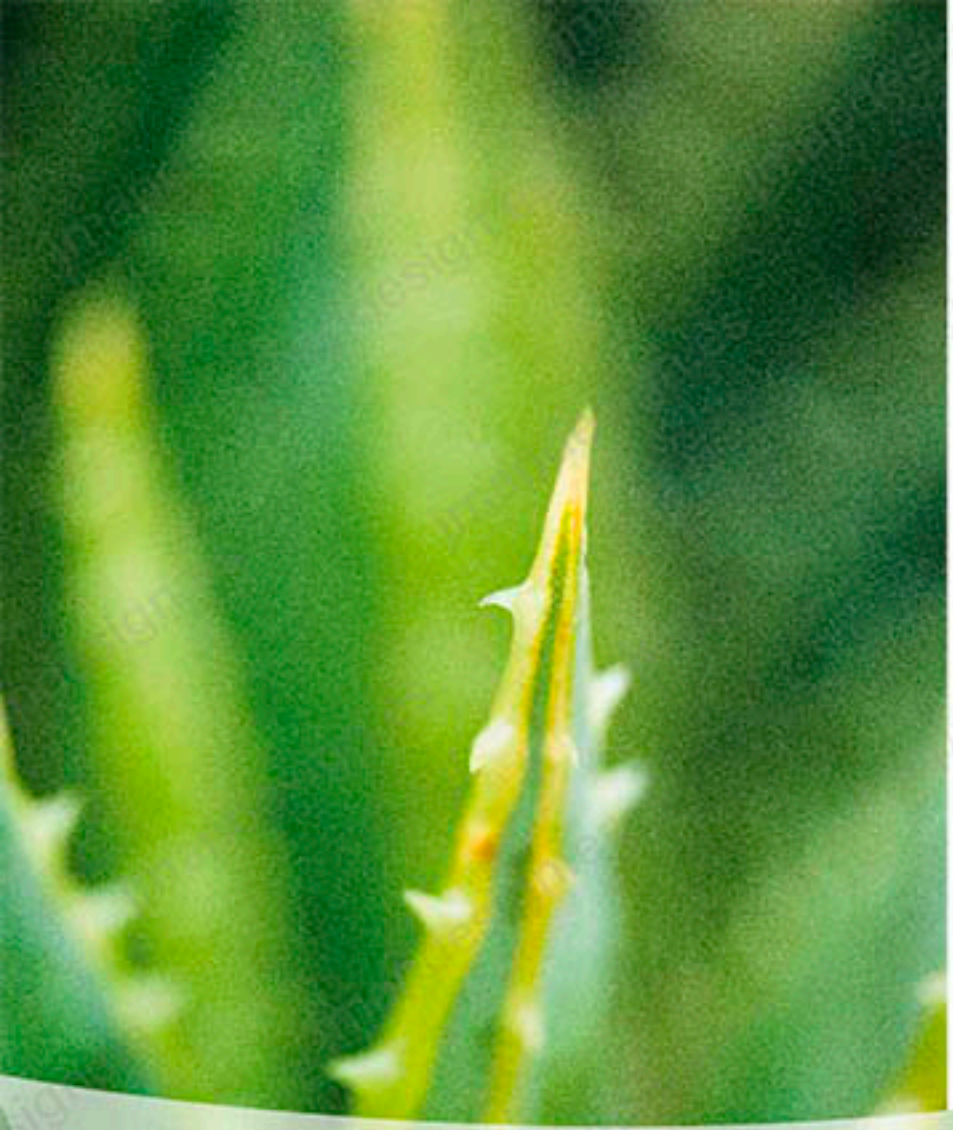
PAPELERÍA 30
tarjetas de visita 31
hoja de carta 32
sobre americano 33
sobre para papel de carta 34
carpeta 35

PACKAGING 36
tipos de envase 37
etiquetas de alimentación 38
etiquetas de cosmética 39
cajas 40

VEHÍCULOS 41

PUBLICIDAD GRÁFICA 43

DIGITAL 46
web 47
redes sociales 51
membrete de email 52



NOMBRE

jmapdesign.es

NOMBRE

Tras más de diez años de producción agrícola para la fabricación de alimentos y cosméticos por parte de terceros, el cliente ha comenzado su propia fabricación a partir de su ya consolidada plantación de aloe vera (también conocida como sábila o acíbar). Para darles salida en supermercados y grandes superficies de venta al por menor necesitaba una marca comercial con un nombre corto y sonoro con una clara alusión a dicha planta y que, al mismo tiempo, denotara su carácter de producción cercana, nacional.

Aloé nace del cambio de acentuación de la palabra "aloe", poniéndola en relación directa con dos voces o expresiones muy españolas:

La primera de ellas, la interjeción "¡eh!", que supone una llamada de atención, muy oportuna para una marca emergente.

La segunda, "¡olé!", la más extendida e internacionalmente reconocida expresión plenamente española por su origen en la tauromaquia, la más tradicional y popular fiesta nacional.

LOGOTIPO

jmapdesign.es

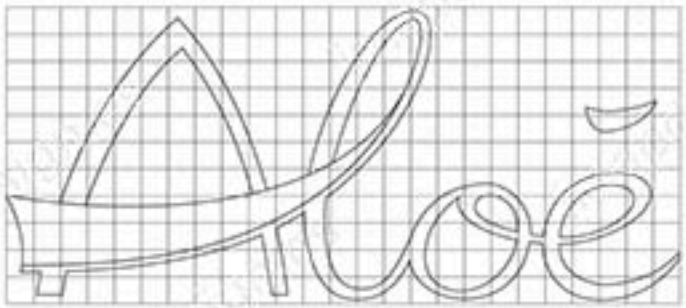
LOGOTIPO

El logotipo de Aloé tenía que mostrar el carácter natural de los productos y el de lo artesano tanto como el origen de su principal y a veces único componente y la frescura de una empresa joven y moderna.

Para ello se ha creado un texto de trazo manuscrito, limpio y continuo que representa tanto la intervención del ser humano y su calidez en el cultivo de las plantas de aloe vera, en su tratamiento y en la fabricación de los productos como la suavidad al tacto y al paladar de los mismos.

Por otra parte, se ha introducido también un grafismo en forma de hoja de sábila cortada simplificada que se integra con la estructura de la letra A inicial y que, además, confiere al resto del texto la idea de provenir de ella de forma fluida como lo hace el jugo que se le extrae para la generación de los productos.

La tilde sobre la letra "e" se ha diseñado para que recuerde vagamente también tanto la forma de la hoja como la sección del corte por el que extrae su jugo.

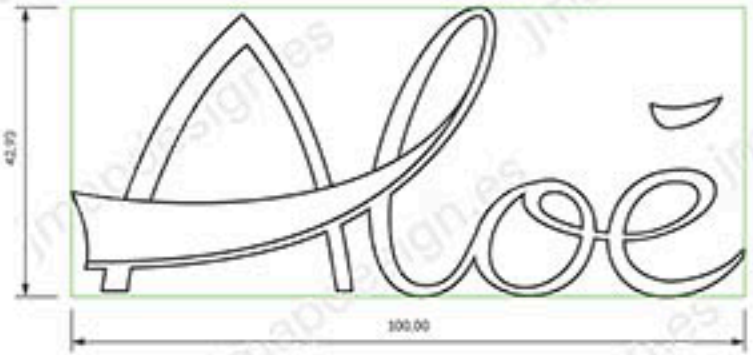


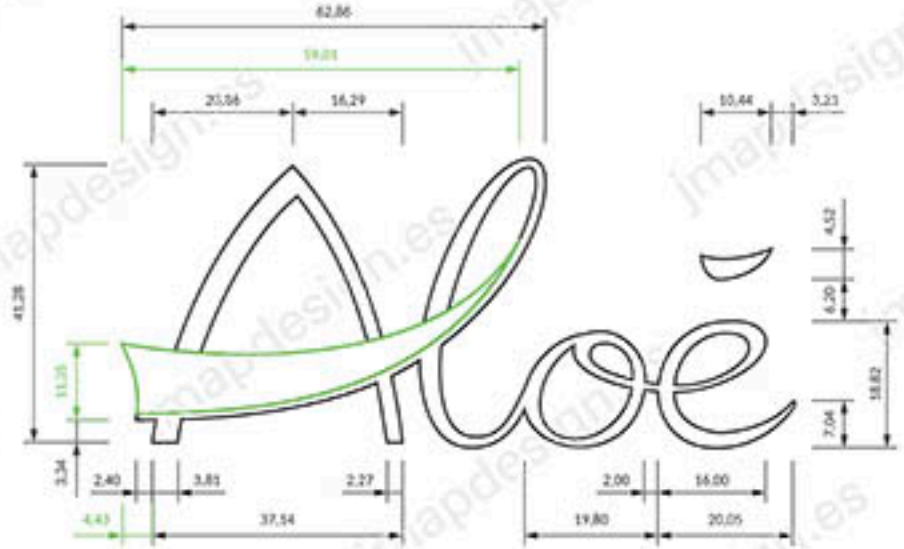
INCLUSIÓN EN MALLA

El logotipo de Aloé se puede reproducir en medios no digitales a partir de una malla de proporciones 25x11 unidades.

jmapdesign.es

COTAS

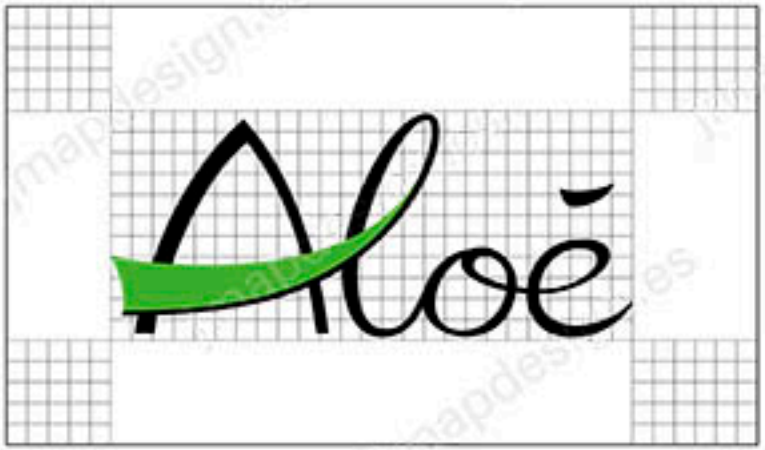




Para un desarrollo de 100 unidades, el logotipo de Aloé tiene realmente una altura de 42,93 unidades.

Nótese que la altura máxima la desarrollan las partes curvas de la letra ele, y que las letras "o" y "e" quedan alineadas con ella por abajo mientras que la base de las patas de la letra "A" quedan ligeramente más altas, y su vértice superior, más bajo que la curva superior de la ele.

Las que se muestran en esta página son cotas seleccionadas para su dimensionado son orientativas, ya que no se muestran todas al tratarse de un trazo manuscrito y, además, se han redondeado a solamente dos decimales. Por este motivo prevalecen siempre las proporciones del archivo digital.



ÁREA DE SEGURIDAD

De igual forma, al logotipo se le establece un área de seguridad respecto a la malla que lo contiene de cinco de sus módulos extra por arriba, por abajo y por su izquierda, y de seis por su derecha. El área resultante queda reservada para el logotipo, y no debe ser invadida por ningún otro gráfico; especialmente textos y otros logotipos.

TEST DE REDUCCIÓN

Los test de reducción se realizan para determinar cuál es el tamaño mínimo al que se puede reproducir un logotipo sin que deje de ser legible o sin que pierda sus cualidades identificativas.

En el caso del logotipo de Aloé, el tamaño mínimo en que puede reproducirse es de 10 mm de desarrollo, aunque es preferible no hacerlo de menos de 15 mm.

COLORES

PANTONE 361 C
CMYK: 73, 0, 100, 0.
RGB: 63, 174, 41.
Hexadecimal: #3FAE29

PANTONE Black C
CMYK común: 0, 0, 0, 100.
RGB: 0, 0, 0.
Hexadecimal: #000000

Los colores escogidos para el logotipo de Aloé son un verde y un negro.

El verde se aplica en el grafismo de la hoja de sábila y, además de a ella misma, representa lo vegetal en general, lo natural, la salud, la felicidad y el optimismo; concepto este último reforzado por su forma curva y ascendente imitando una sonrisa, la curva de una gráfica positiva, el lanzamiento de un cohete, metáfora del lanzamiento de la nueva marca y del trazo que da comienzo a la letra ele.

El negro se aplica al texto como tal, representando fuerza, seguridad, modernidad y claridad de ideas. Para ello debe ser lo más profundo posible según el medio de reproducción que se utilice en cada caso y el presupuesto que se disponga.

Ambos colores adquieren su mayor significado cuando se aplica el logotipo sobre fondo blanco lo más plano y liso posible. Esto representa limpieza e higiene, sencillez, claridad y honestidad.

OTRAS VERSIONES

jmapdesign.es

MONOCROMÁTICA

PANTONE 361 C 40%
CMYK: 33, 0, 43, 0.
RGB: 185, 223, 170.
Hexadecimal: #B9DFAA

PANTONE 361 C
CMYK: 73, 0, 100, 0.
RGB: 63, 174, 41.
Hexadecimal: #3FAE29

En algunos casos nos puede interesar reproducir el logotipo de Aloé en una sola tinta. Ésta será en todo caso de su verde corporativo, aplicándola al 100% directamente para el texto y al 40% en el grafismo de la hoja de sábila.

jmapdesign.es

ESCALA DE GRISES

PANTONE Black C 40%
CMYK común: 0, 0, 0, 40.
RGB: 178, 178, 178.
Hexadecimal: #B2B2B2

PANTONE Black C
CMYK común: 0, 0, 0, 100.
RGB: 0, 0, 0.
Hexadecimal: #000000

De forma equivalente a la versión monocromática, en otros casos no es posible o no conviene reproducir el logotipo de Aloé con sus dos colores y solo se puede aplicar una tinta negra. Para ese uso se utilizará la versión en escala de grises, en la que el texto del logotipo se mantendrá en tinta negra al 100% y se aplicará al 40% para el grafismo de la hoja de sábila.

TINTA PLANA

Ejemplo de creación del filete de separación de grosor mínimo permitido, indicando en color rojo el controno del logotipo original, y en masa negra el resultado.

Logotipo para reproducción en tinta plana.

Cuando el medio o la forma de reproducción elegida no implique mas que el uso de una tinta, se utilizará la versión para tinta plana. Ésta versión del logotipo conlleva una modificación ténica para que se diferencie el grafismo de la hoja de sábila del texto negro, la cual se realizará restando a la misma un filete por debajo; y otro a los palos del texto que se encuentran con ella por arriba. Su anchura será la mínima necesaria para que se aprecie esa separación, no siendo en ningún caso inferior a la mitad del grosor del trazo que corre bajo la hoja y que inicia la letra ele.

TINTA PLANA

La reproduccion en tinta plana se permite en cualquiera de sus colores propios, así como en cualquier otro que se comporte o se pueda entender como neutro, tales como blancos, grises, dorados, plateados, barnices, etc.

Para reproducciones volumétricas se pueden utilizar metales, maderas, plásticos (preferiblemente incoloros) y otros siempre que no desvirtúen el color original de la marca.

Para sellos de caucho se permite el uso de tintas azules tradicionales, aunque se prefiere el uso de tintas negras o verdes.

SOBRE COLORES COINCIDENTES

Por regla general el logotipo de Aloé debe reproducirse sobre blanco, o degradados del mismo, evitándose en la medida de lo posible cualquier otro color de fondo. No obstante, si en alguna ocasión hubiera de ser reproducido sobre otro color, se hará preferentemente sobre alguno de sus colores corporativos. En esos casos, pasará a ser blanca la parte del logotipo cuyo color coincida con ese fondo.

jmapdesign.es

USOS

jmapdesign.es

USOS PROPIOS

Como se muestra en las páginas anteriores, además del uso del logotipo sobre blanco plano también se permite su aplicación sobre fondos con degradados suaves cuyo principal protagonista sea el blanco.

Estos degradados pueden ser a una tinta o velando una imagen de fondo para su utilización sobre imágenes publicitarias, de ambientación, etc.

USOS INCORRECTOS

Queda prohibido el uso del logotipo sobre colores fuertes planos y saturados distintos de los coincidentes; sobre degradados de colores fuertes a blanco cuyo protagonismo no sea de este último; sobre degradados de colores en los que no intervenga el blanco; utilizando una versión alternativa para incumplir la norma establecida.

Tampoco ha de usarse sobre fondos con patrones, dibujos o formas que distorsionen la correcta apreciación del logotipo.

REPRODUCCIONES INCORRECTAS

Queda prohibida cualquier tipo de deformación del logotipo por estiramiento, contracción, sesgado, etc. de la totalidad o de alguna de sus partes.

Tampoco debe modificarse ninguno de sus colores por otros muy distintos o parecidos.

También se hace hincapié en que hay que evitar no cambiar de ubicación o de escala o eliminar ninguna de sus partes ni hacer rellenos imprevistos.

TIPOGRAFÍAS

jmapdesign.es

TIPOGRAFÍAS

Carlito

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 . , : ; - @ # % & ( ) ¿ ? ¡ !

Carlito Negrilla (Bold)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 . , : ; - @ # % & ( ) ¿ ? ¡ !

Carlito Itálica (Italic)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 . , : ; - @ # % & ( ) ¿ ? ¡ !

Carlito Negrilla Itálica (Bold Italic)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 . , : ; - @ # % & ( ) ¿ ? ¡ !

La marca Aloé tiene como tipografía propia la familia Carlito, diseñada por tyPoland Lukasz Dziedzic. De palo seco, destaca de ella su carácter sencillo y su lectura agradable aún en largos textos.

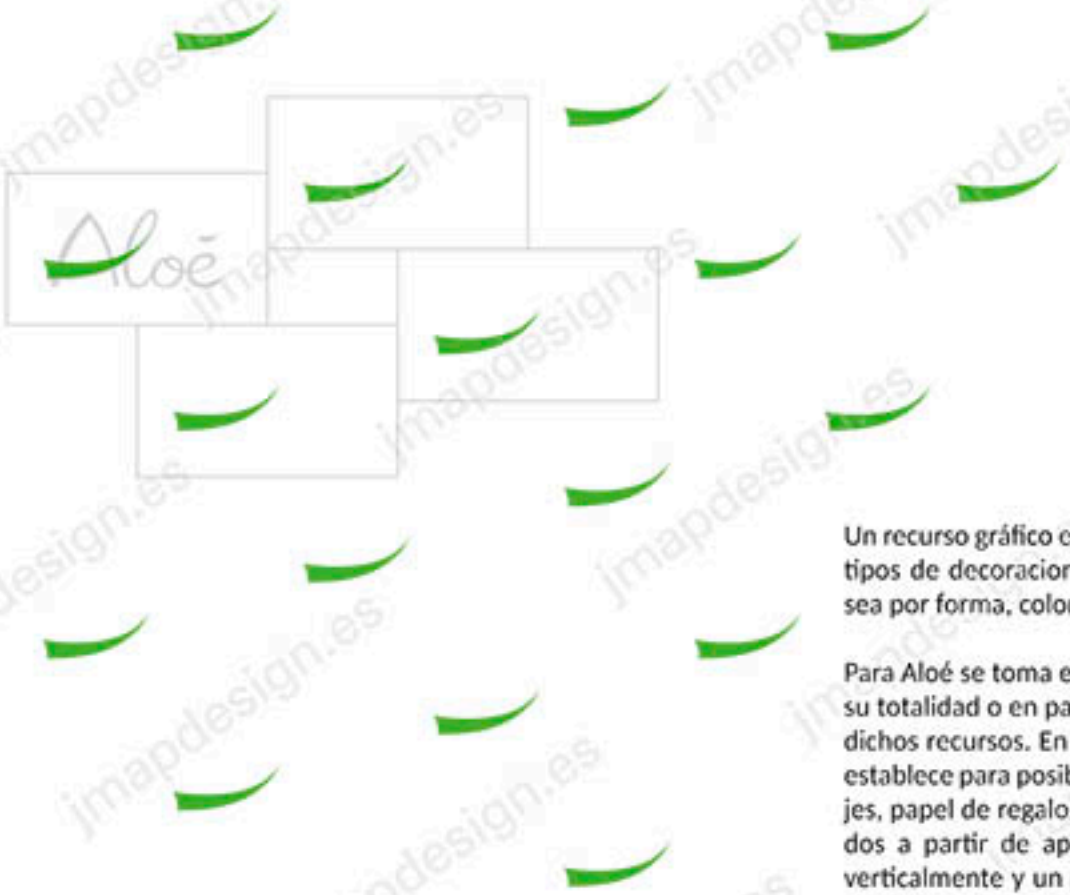
Por regla general se usará en minúsculas para los textos corridos y la negrilla para resaltes, reservando la itálica para otros usos puntuales.

mayúsculas y negrilla para titulares, pudiendo presentarse cualquiera de los colores del logotipo, blanco o alguna de las tramas de los tres.

RECURSOS GRÁFICOS

jmapdesign.es

MALLA



Un recurso gráfico es un elemento que se utiliza para distintos tipos de decoraciones y que tiene relación con la marca, ya sea por forma, color, estilo, concepto, etc.

Para Aloé se toma el gráfico de la hoja de aloe vera, ya sea en su totalidad o en parte y en su color o invertido, para generar dichos recursos. En esta página podemos ver la malla que se establece para posibles usos como fondos gráficos de embalajes, papel de regalo, bolsas, etc. Ésta surge mediante duplicados a partir de aplicar un desplazamiento de medio paso verticalmente y un paso horizontalmente del área de seguridad del logotipo, respetando la posición del gráfico de la hoja de aloe vera.

MALLA

jmapdesign.es

OTROS GRÁFICOS

Otros recursos para componer elementos gráficos o corpóreos son el gráfico de la hoja de aloe vera, el uso de las curvas del mismo, los colores corporativos y variaciones de valor de ellos.

También puede contarse con ilustraciones y fotografías que transmitan los valores de la marca, con alusiones directas al aloe vera, a sus plantaciones, a labores de procesado, a los productos en que se emplea, a la forma de uso de los mismos, a sus usuarios, etc. Estas imágenes es preferible que sean en clave de luz alta y que aparezcan tonos verdes muy similares al corporativo cuando no pueda ser el mismo.

PAPELERÍA

jmapdesign.es

TARJETAS DE VISITA

Las tarjetas de visita serán en formato horizontal, y tendrán las proporciones del área de seguridad del logotipo, y su tamaño no excederá el estándar de las tarjetas de crédito, lo que facilita su almacenamiento y transporte en carteras y tarjeteros personales; es decir, que serán de 85,6 mm de anchura y 49,9 de altura.

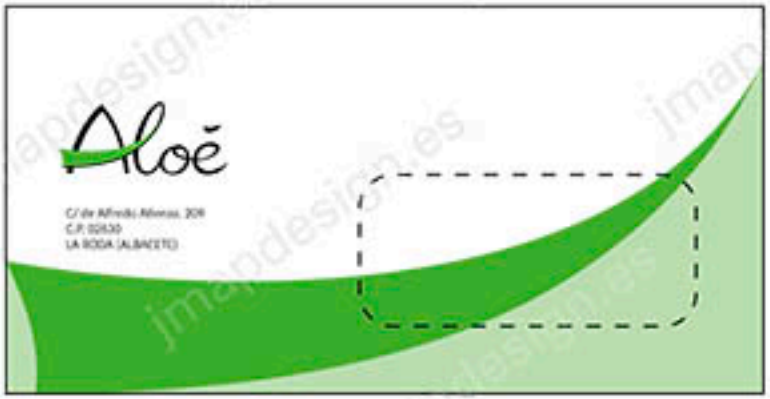
Serán de cartulina blanca a partir de papel reciclado, lo más liso y blanco posible sin que para ello se usen productos ni procesos agresivos con el medio ambiente.

Habrá un modelo genérico y otro personalizado que compartiran el mismo dorso.

HOJA DE CARTA

Para las cartas y otro tipo de documentos que requieran ser impresos física o digitalmente en formato imprimible por el destinatario se usará el formato normalizado DIN-A4. Cuando sea en papel, éste será preferiblemente reciclado, pero lo mas liso y blanco posible sin tratamientos agresivos con el medio ambiente, siguiendo los principios de la marca.

Para su diseño gráfico se utilizan tanto el logotipo de Aloé en la parte superior izquierda como el recurso gráfico de la hoja del logo en tono verde corporativo degradado a modo de cierre inferior, donde también figuran los datos legales de la empresa, impresos centrados en color negro y con la tipografía corporativa a 9 puntos de tamaño.



SOBRE AMERICANO

El sobre para envío de cartas más utilizado actualmente es el americano.

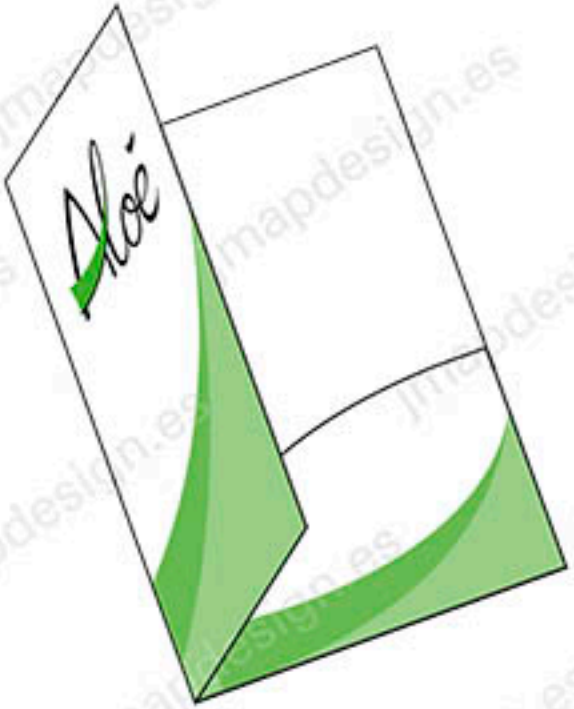
Ya sea con o sin ventana, su diseño parte del gráfico de la hoja de aloe vera del logotipo, aplicándole su color y a la parte inferior restante, el mismo verde al 40 %. Los datos del remite, en tipografía corporativa color negro a 11 puntos de tamaño.

SOBRE PARA DIN-A4

Las medidas del formato de sobre para hojas tamaño DIN-A4 son 229 x 324 mm. Para este formato se recomienda el uso de sobre sin ventana, ya que resulta más versátil.

Como el sobre americano, su diseño parte del gráfico de la hoja de aloe vera del logotipo, aplicándole su color y a la parte inferior restante, el mismo verde al 40 %. Los datos del remite, en tipografía corporativa color negro a 11 puntos de tamaño.

CARPETA



Con frecuencia hay que entregar documentos con información a clientes, proveedores y otros colaboradores. Disponer de carpetas corporativas para contenerlos es siempre una atención elegante.

PACKAGING

jmapdesign.es

TIPOS DE ENVASE

Aloé busca producir el menor impacto medioambiental posible. Por este motivo utilizará siempre envases acordes a esta idea, al tiempo que transmitan su imagen de modernidad y sencillez. Así, dependiendo de que producto vayan a contener pueden ser de papel o cartón reciclados, de vidrio retornable preferiblemente incoloro o blanco u otros materiales sustitutos de estos cuando no puedan emplearse por algún motivo.

Este tipo de envases tienen la ventaja añadida de facilitar su etiquetado, para lo que, siguiendo la linea de Aloé, se pueden crear modelos muy sencillos.

ETIQUETAS DE ALIMENTACIÓN

Las etiquetas para productos de alimentación llevarán en su composición alguno de los recursos gráficos señalados anteriormente.

ETIQUETAS DE COSMÉTICA

Las etiquetas para productos de cosmética llevarán en su composición una banda horizontal de color corporativo u otro ilustrativo de la serie a que pertenezcan.

CAJAS

Las cajas para envasar los productos y hacer los envíos serán lo más sencillas ecológicas y económicas posible, con separadores interiores, ya que la marca no utiliza cajas para cada unidad de producto.

El logotipo se colocará centrado en las cuatro caras verticales de la misma, en sus colores o en versión negra, acompañado por el gráfico de la hoja y la dirección de la página web hacia el ángulo inferior derecho. Todo esto se omitirá de las dos caras pequeñas cuando su anchura con respecto a las caras grandes sea menor a un 80%.

VEHÍCULOS

jmapdesign.es

VEHÍCULOS

La flota de vehículos aprovechará igualmente los recursos gráficos además del propio logotipo y los datos esenciales de contacto con la marca, en especial la dirección de su web.

La composición exacta dependerá de cada modelo de vehículo, teniendo en cuenta la estructura de sus chapas, embellecedores, etc., pero se buscará siempre una llamada de atención en el diseño. En esta página se muestran algunos ejemplos orientativos básicos.

PUBLICIDAD GRÁFICA

jmapdesign.es

PUBLICIDAD GRÁFICA

Toda la comunicación de una marca debe transmitir una imagen acorde a sus principios, y en esto la publicidad es un caso especialmente delicado, ya que va especialmente dirigida a los consumidores, sean clientes efectivos o no.

Así, como se ha señalado en el capítulo sobre recursos gráficos, la publicidad utilizará elementos presentes en otro tipo de soportes de comunicación, imágenes que muestren los productos, sus usos y/o las plantaciones o instalaciones de Aloé y sus empleados, etc., siempre en tono afable y preferiblemente en clave de luz alta.

Igualmente, el tono del texto ha de ser cercano, pero respetuoso y formal; de tú a tú, pero sin caer en la excesiva confianza o colegueo.

Los colores mayoritariamente utilizados o presentes en los anuncios serán blancos, verde corporativo y sus tramas para los gráficos. Las imágenes e ilustraciones tendrán tonos que armonicen con ellos, así como la actitud de los modelos estará alineada con los valores de la marca.

PUBLICIDAD GRÁFICA

Siempre habrá de tenerse en cuenta el destino del gráfico diseñado y adaptar tanto la cantidad de elementos a incluir como su tipo.

En esta página mostramos un ejemplo de diseño creado para monoposte de carretera que cuenta con los elementos mínimos dadas sus condiciones de lectura, que será fugaz y a gran distancia. Así, únicamente se introducen en él el logotipo y el eslogan potenciado sobre una pastilla verde con su lado superior curvo, proveniente de la hoja de aloe vera del logotipo.

DIGITAL

jmapdesign.es

WEB

Ninguna empresa, negocio o marca actual destinada al gran público puede prescindir de tener presencia en Internet.

Al igual que el resto de los elementos en que tenga presencia la marca, la página web debe respirar su espíritu y su estética. Como parte de la marca, para ella se debe tener en cuenta el perfil de cliente a que se enfoca y adaptar al mismo la navegabilidad, el texto de los mensajes, las imágenes, etc.

WEB

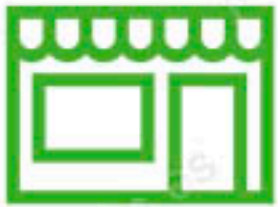
Tanto por motivos de atención a los visitantes como de posicionamiento en Internet, se establece que la página debe contar con un blog para artículos relacionados con el sector a que se dedica la marca. Éstos se escribirán, como el resto de mensajes, con un lenguaje claro, sencillo y directo, evitando frases pomposas y/o enrevesadas tanto como tecnicismos sin explicar para que los pueda entender cualquier persona ajena al sector empresarial, etc.

Además el sitio web contará también con una tienda para incitar a los visitantes a conocer y adquirir productos en ella, ya sean distribuidos posteriormente por la marca, enviados por mensajería o se establezcan puntos de recogida donde se pueda también realizar el retorno de los envases de productos agotados.

WEB

Otra circunstancia que hay que tener muy en cuenta es que hoy día la mayor cantidad de visitas a las páginas de Internet se realizan desde los teléfonos móviles, así que indudablemente es indispensable que la web sea adaptativa a los tres tipos de dispositivos desde los que se hacen principalmente las visitas: pantalla de ordenador, teléfono móvil y tableta. Carece de sentido crear páginas sin esta característica.

WEB



Para ella se han diseñado los pictogramas que acompañan los títulos de algunas de las secciones, siguiendo la estética sencilla de la web y de la marca en general.

Cuando sea preciso crear otros, se debe seguir la misma línea, y aplicarlos en la web en colores acordes a la misma y su ubicación en ella.

REDES SOCIALES

Al igual que en la página web, los perfiles en las redes sociales deben seguir la política y principios de la marca y los criterios que se establecen en este manual de identidad:

En cuanto a las imágenes, se dará prioridad a los fondos claros, y a temas relacionados con el aloe vera, con los productos derivados, los clientes, etc. Los tonos verdes corporativos o cercanos a ellos deben aparecer en las imágenes, pudiéndose utilizar en su defecto alguno de los recursos gráficos de la marca.

El tono de los textos será directo, informal, pero respetuoso con los lectores. En charlas individuales puede ser desenfadado cuando no se traten temas sensibles, aunque los gestores de estas redes sociales deben evitar mantener charlas prolongadas. En ningún caso se tratarán temas personales que no estén directamente relacionados con la marca y sus actividades y/o los productos.

MEMBRETE DE EMAIL

Alfredo Atienza
Director

C/ de Alfredo Atienza, 209. C.P. 02630 LA RODA (ALBACETE)
Tel. 967 01E 41O alfredoatienza@aloeproducts.es

Antes de imprimir este mensaje piensa si es necesario hacerlo. El medio ambiente te lo agradecerá.

El membrete de los pies de los correos electrónicos tendrá la información siempre en texto escrito, según los colores corporativos o los más cercanos posible.

Además de los datos del remitente, siguiendo los valores de la empresa, ese texto se complementará con una alusión al uso responsable y ecológico de la impresora.

Es recomendable, aunque opcional, añadir sobre dicho texto una imagen a modo de tarjeta de visita, con un formato horizontal más alargado, siguiendo la estética de aquellas.

2022

jmapdesign.es
681 910 933

jmapdesign.es

Aloë

IDENTIDAD DE MARCA

J.MAP Design

jmapdesign.es