



Catalina Díaz

José Luis Cruz

Marco Ávalos

*Campaña para producto*  
**EL NARANJERO**

# OBJETIVO

Promocionar y dar a conocer “El Naranjero” en la zona metropolitana de Nuevo León, a través de una identidad que permita a los consumidores generar asociaciones de sabor, originalidad y frescura al estar en contacto con la publicidad.

# PÚBLICO META

Personas de nivel socioeconómico D+ y D (Clase media baja y clase baja respectivamente), es decir, de nivel austero y bajos ingresos.

# CLIENTE

Directivos y Departamento de Mercadotecnia de Jugos del Norte S.A. de C.V.



# BRIEF DEL PRODUCTO

El Naranjero es un jugo de naranja natural cuyos elementos de identidad reflejan un producto económico y accesible para todos los habitantes de la zona metropolitana de Nuevo León. La presentación de 220 ml tiene un costo de \$4.00.

Las principales características de este producto son su sabor natural y original, y la mascota siempre sonriendo refleja bienestar y salud.



# DESCRIPCIÓN GENERAL

- **Marca:** El Naranjero.
- **Precio:** \$ 4.00 pesos.
- **Propietarios:** Jugos del Norte S.A. de C.V.
- **Categoría del producto:** Bebidas
- **Producto:** Hecho a base de naranjas con un sabor original.
- **Mercado:** Habitantes de la zona metropolitana de Nuevo León de clase socioeconómico media baja y baja.
- **Estrategia de marketing:** Promocionar la marca como un sabor natural, único y accesible para todos.
- **Estrategia de comunicación:** Reflejar la accesibilidad por medio de elementos de identidad simples y entendibles para todos los sectores de la sociedad.
- **Estrategia de medios:** Panorámico en una calle céntrica del municipio de Santa Catarina., así como pósters para tiendas de conveniencia y abarrotes que comercialicen el producto.



IMAGEN DEL PRODUCTO

EL NARANJERO  
*Sabor original*



# IMAGEN DEL PRODUCTO

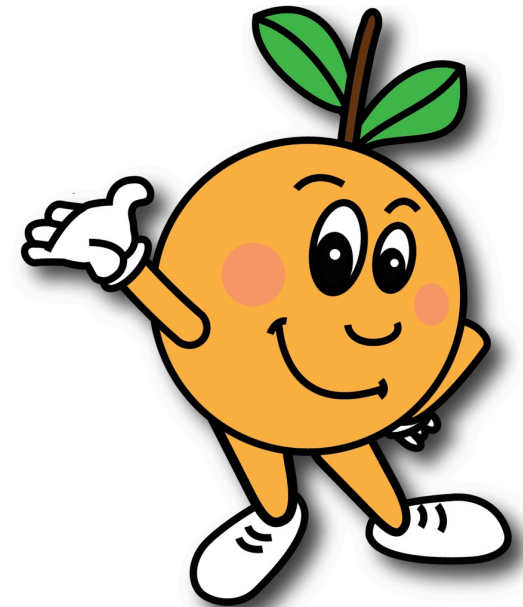
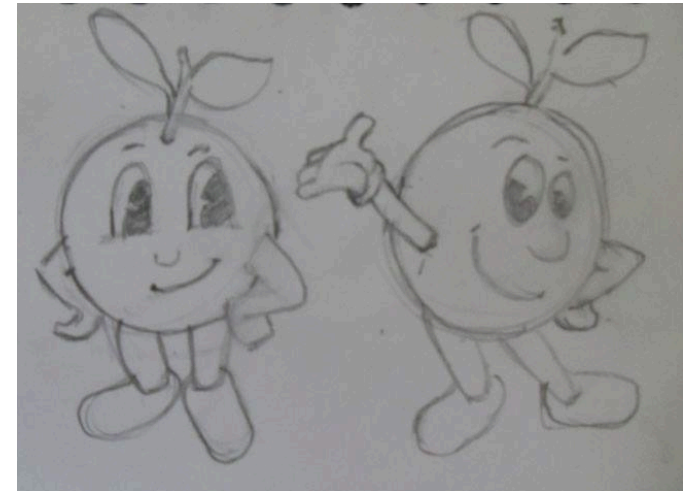


# ESTUDIO DE ELEMENTOS

En el desarrollo de la publicidad es muy importante el manejo del color, y su aplicación va directamente enfocado al tipo de producto. Las particularidades de cada uno definen los colores y los elementos que conforman su imagen.

En el caso de nuestro producto, que es un jugo de naranja y partiendo también del mercado meta, después de un análisis en equipo se decidió, presentar una mascota, en este caso la llamamos “naranjito”, que transmite la alegría y el optimismo natural en la niñez, donde se pretende lograr una identificación con el consumidor y así colocar al producto dentro del mercado.

El eslogan, que es directo: “ Sabor Original” funciona como un apoyo a la imagen del producto..





# ESTUDIO DE ELEMENTOS

Los elementos que componen el logotipo son: La tipografía, el nombre , slogan, hojas y los colores naranja y verde



Tipografía Jelly:

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Tipografía Motion Picture:

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

- Tipografía: Jelly
- Nombre del producto
- Hojas que simbolizan el tallo de la naranja
- Colores naranja y verde
- Slogan "Sabor original"
- Tipografía slogan: Motion Picture



# ESTUDIO DE ELEMENTOS



Los elementos que componen el empaque son:

- Logo
- Slogan
- Logo y slogan en blanco
- Naranjas
- Especificaciones del producto
- Frase: Jugo de naranja natural
- Colores naranja, verde y blanco



# PSICOLOGÍA DEL COLOR

Los colores y su significado van íntimamente relacionados con las características del color que presenta su pureza; así es como un color secundario, es una mezcla de dos primarios, heredan también equivalentemente los significados de los colores que lo conforman.

## *Naranja:*

El color naranja, hereda las características del rojo: un color intenso, vibrante, agresivo; y del amarillo: que refleja relajación, alegría y optimismo; es estimulante; estimula las emociones e incluso el apetito. Es un color que llama la atención, difícilmente podría pasar desapercibido; se relaciona en la naturaleza con los cítricos, lo que se asocia también con salud.

Es sinónimo de otoño, si hablamos como significativo, representa la transición entre dos cosas; está asociado con el aprendizaje y el conocimiento.

## *Verde.*

Así mismo, el color verde, es una mezcla entre el azul y el amarillo; el azul representa la tranquilidad; la claridad, la neutralidad, lo profundo y tiene un efecto tranquilizante; el color verde está asociado con la naturaleza y con la vida; con el crecimiento, la renovación y el descanso; en consecuencia, equilibrio, armonía y estabilidad.



# IMAGEN GENERAL

*Anuncio POP*



# DISEÑO DE MODELO

*Anuncio POP*





# ANÁLISIS DEL PROYECTO

*Anuncio POP*



**Categoría:** Producto

**Tipo de Publicidad:** Reconocimiento

**Medio:** Cartel

**Segmentación:** Fragmentada

**Alcance:** Local

**Frecuencia:** Indefinido

**Formato:** Exterior

**Estructura:** Visual

**Nivel de respuesta:** Cognitiva

**Nivel hipertextual:** No aplica

**Escenario:** Estudio

**Música:** No aplica

**Nivel sociocultural:** Bajo

**Personaje:** Viñetas

**Narrativa:** Informativo

**Encuadre:** Vertical

**Plano:** Entero

**Ángulo:** Normal

**Ritmo musical:** No aplica

**Iluminación:** Artificial

**Cromatismo:** Real

**Logotipo:** Centro arriba

**Eslogan:** Descriptivo

**Lingüístico:** Otro



# ANÁLISIS DEL PROYECTO

## *Anuncio POP*



### Estructural expresivo:

- Es un anuncio “Punto de venta “ (POP) que presenta el producto de manera frontal.; es de formato vertical mide aproximadamente 90 X 60 cms.
- En la parte superior está el logotipo y justo debajo de él se sitúa el eslogan.
- El fondo es un degradado central de color azul a blanco.
- A un lado del jugo se presenta un dibujo de una rebanada de naranja y presenta la leyenda “SOLO \$4”
- El producto se muestra en proporción grande y justo del lado derecho se observa a la mascota con un brazo apuntando al producto como presentándolo. En la parte inferior hay una hilera de naranjas partidas que a su vez ayudan a dar estabilidad a la composición. En la parte de abajo a la derecha se presenta la leyenda : “ALIMÉNTATE SANAMENTE.”
- En la parte inferior izquierda se presenta el permiso de salubridad



# ANÁLISIS DEL PROYECTO

## *Anuncio POP*



### **Transaccional:**

Dirigido al niño según el esquema de Freud, porque la imagen es divertida.

### **Relacional sistemático:**

Se relaciona con la alimentación sana

### **Fenomenológico:**

Frescura, vida sana, nutrición, bienestar, natural, diversión.





# DISEÑO DE MODELO

*Anuncio panorámico*



# IMAGEN GENERAL

*Anuncio panorámico*



# ANÁLISIS DEL PROYECTO

*Anuncio POP*

**Categoría:** Producto

**Tipo de Publicidad:** Reconocimiento

**Medio:** Panorámico

**Segmentación:** Fragmentada

**Alcance:** Local

**Frecuencia:** Indefinido

**Formato:** Exterior

**Estructura:** Visual

**Nivel de respuesta:** Cognitiva

**Nivel hipertextual:** No aplica

**Escenario:** Estudio

**Música:** No aplica



**Nivel sociocultural:** Bajo

**Personaje:** Viñetas

**Narrativa:** Informativo

**Encuadre:** Horizontal

**Plano:** Entero

**Ángulo:** Normal

**Ritmo musical:** No aplica

**Iluminación:** Artificial

**Cromatismo:** Real

**Logotipo:** Centro

**Eslogan:** Descriptivo

**Lingüístico:** Otro



# ANÁLISIS DEL PROYECTO

## *Anuncio panorámico*



### Estructural expresivo:

- Es un anuncio espectacular o panorámico, presenta el producto de manera frontal; es un formato horizontal de aproximadamente 12 X 4 mts.
- En la parte central y de formato grande está el logotipo y justo debajo de él aparece el slogan: "Sabor original".
- El fondo es un degradado central de color azul a blanco.
- El producto se muestra del lado izquierdo y en proporción grande; del lado derecho se observa a la mascota con un brazo apuntando hacia el producto como presentándolo.
- En la parte inferior hay una hilera de naranjas partidas que a su vez ayudan a dar estabilidad a la composición.
- En la parte de abajo a la derecha se presenta la leyenda : "ALIMÉNTATE SANAMENTE".
- En la parte inferior izquierda se presenta el permiso de salubridad
- En la esquina superior izquierda se presenta un dibujo de una rebanada de naranja y presenta la leyenda "SOLO \$4"



# ANÁLISIS DEL PROYECTO

## *Anuncio panorámico*



### **Transaccional:**

Dirigido al niño según el esquema de Freud, porque la imagen es divertida.

### **Relacional sistemático:**

Se relaciona con la alimentación sana

### **Fenomenológico:**

Frescura, vida sana, nutrición, bienestar, natural, diversión.



# CONCLUSIONES

Para el desarrollo de la imagen de El Naranjero se pensó cuidadosamente en los elementos que integrarían la identidad de la marca; su importancia radica en que cada detalle, por mínimo que sea, comunica y permite al consumidor crear asociaciones (como frescura y salud), y posteriormente otorgarle un nivel de importancia al producto.

