

CAMPAÑA DE BRANDING E IDENTIDAD VISUAL DEL ACEITE DE OLIVA "AÍLA"

Presentación de Proyecto Final de Grado
Grado Multimedia
Área de Comunicación visual y creatividad
Álvaro Chico Fdez. de Terán

EL PROYECTO

Este trabajo profundiza en la creación y el desarrollo de una **campaña de branding e identidad visual corporativa** para lanzar al mercado la novedosa marca de Aceite de Oliva Ecológico Virgen Extra **الزيت**.

LA EMPRESA

La almazara familiar "**Cortijo de La Almoraima**" es una empresa de nueva creación, situada en la Sierra Norte de la provincia de Jaén, que desarrolla una nueva línea de Aceites de Oliva Virgen Extra de Alta Calidad. Este grupo empresarial nacido en el año 2019, además de ser productores de aceite de oliva, integran las distintas fases del proceso productivo para llegar al consumidor final: elaborador, envasador y comercializador.

DESCRIPCIÓN

ملزاه es una nueva marca de aceite de oliva, por lo que fue imprescindible crear todos los elementos de diseño gráfico para lanzarla y posicionarla en el mercado. Para lograrlo se han realizado las siguientes tareas:



Un **estudio y un análisis** sobre la competencia con el objeto de comprender e identificar las necesidades y las tendencias del mercado actual



Su **identidad visual** corporativa para otorgarle una personalidad propia, un carácter único que le permita diferenciarse de su competencia



Una **plataforma web** para ser encontrada en internet, publicitarse y vender sus productos online

MOTIVACIÓN

La idea del proyecto surgió por varios motivos:

- **Pertenecer a una familia (3ª generación) ligada a la producción de aceite de oliva.**
- **Necesidad de dar a conocer el exquisito Aceite de Oliva que elabora mi familia.**
- **Interés personal por emprender y desarrollar un proyecto nuevo y apasionante,** en el que además de ser productores de aceite de oliva, vamos a integrar las distintas fases del proceso productivo (elaborador, envasador y comercializador) que nos permitan llegar al consumidor final, garantizando una perfecta trazabilidad en todo el recorrido de dicho proceso, que comienza desde la formación del fruto en el campo y termina con la venta del producto final.
- **La actual situación convulsa que atraviesa el mercado del aceite de oliva y el nicho de mercado ocasionado.**

OBJETIVOS

- **Definir y desarrollar una identidad visual** para crear la marca de un producto.
- **Diferenciar nuestra marca del resto de competidores.**
- **Visibilizar y posicionar nuestra marca.**
- **Dar a conocer la marca entre el público objetivo.** Definiremos las acciones para impactar por primera vez a usuarios nuevos y lograr que nos recuerden.
- **Fidelizar a los clientes.** Además de captar nuevos clientes, el propósito es conseguir que el consumidor que haya adquirido nuestro producto se convierta en un cliente asiduo.

METODOLOGÍA

CONCEPCIÓN
DE LA IDEA



OBJETIVOS
DEFINICIÓN
DEL PROYECTO



PRE-PRODUCCIÓN



Estudio de la competencia
Análisis de mercado
Determinar la marca
Definir el público objetivo



PRODUCCIÓN
Y
POST-PRODUCCIÓN



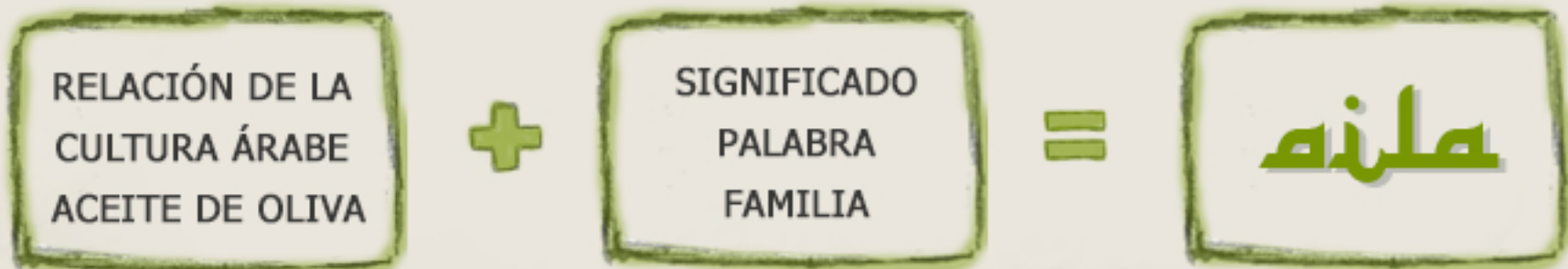
Desarrollo de la identidad visual
Manual de identidad corporativa
Prototipos Lo-Fi y Hi-Fi
Sitio web (contenidos, usabilidad)

MARCA Y NAMING

La marca **ملزہ** es el nombre que recibe todo el Aceite de Oliva Ecológico Virgen Extra que se obtiene de la almazara "Cortijo de La Almoraima".

El nombre **ملزہ** es la pronunciación de la palabra "familia" en árabe. Para el grupo empresarial "Cortijo de La Almoraima" se trata de una palabra que designa un grupo social muy importante en la vida de las personas.

Esta palabra se extrae de un poema de Juan Ramón Jiménez incluido en la obra "Olvidos de Granada". Este universal poeta fué un fiel admirador de la poesía gestada en Al-Ándalus durante los siglos de permanencia de los árabes en la Península Ibérica.



IMAGOTIPO

La marca está compuesta por un imagotipo (símbolo y logotipo) que representa la identidad del producto. El símbolo es un diseño geométrico de inspiración árabe que emula los elementos ornamentales de los principales monumentos arquitectónicos del legado de al-Andalus.



La intención es crear una representación gráfica de la marca con personalidad propia y carácter andalusí, que traslade la tradición y cultura.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

El manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de **ملزہ**. Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.



DISEÑO Y DESARROLLO DEL SITIO WEB

La página web "www.aila.com" tiene como objetivos promocionar, publicitar y comercializar el Aceite de Oliva Ecológico Virgen Extra **علايه**, a través de una interfaz atractiva, ágil e intuitiva adaptada perfectamente a los requerimientos de los estándares actuales y a los establecidos en el manual de identidad visual. Esta web está estructurada de la siguiente manera:

- **Página de inicio.** Muestra la marca del aceite junto con un eslogan publicitario. Mediante un slider o carrusel de imágenes se visualizan varias fotografías del producto.
- **Nuestro aceite.** Muestra de manera gráfica toda la información y características de los distintos tipos de aceites, recomendaciones de cata y compra online de los productos.
- **La almazara.** De manera gráfica y documental se describe al usuario la almazara, la finca y el entorno en el que se ubica esta.
- **Quienes somos.** Descripción de la empresa, de su historia y de su filosofía.
- **Contacto.** Formulario de contacto sencillo, rápido y fácil de completar.

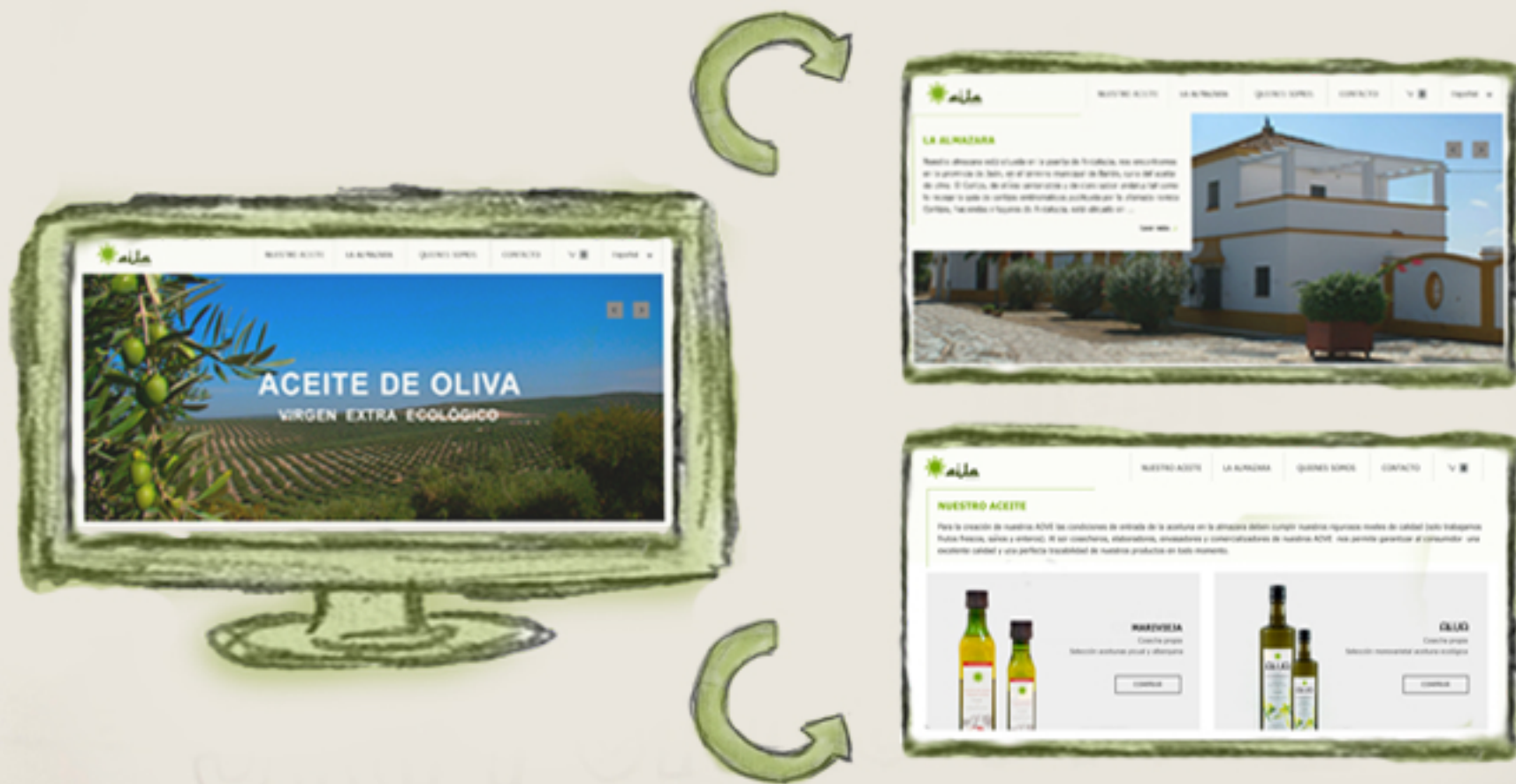
DISEÑO Y DESARROLLO DEL SITIO WEB

Con el objeto de que el usuario pueda navegar de forma intuitiva, rápida y efectiva por nuestra página web, en su elaboración se han tenido en cuenta las siguientes premisas:

- **Diseño sencillo y agradable** con la información estrictamente necesaria.
- **Facilidad de uso.** Se ha tenido en cuenta la diversidad de usuarios que pueden visitar la web.
- **Coherencia visual y textual.** Manteniendo el mismo estilo en toda la web.
- **Estructura web horizontal y plana** para que el usuario pueda acceder a las diferentes secciones con más comodidad.
- **Útilidad.** Es necesario que el tiempo que el usuario pase en nuestra web sea provechoso y útil. Una buena distribución de los elementos que componen la web y una señalización adecuada permiten que los usuarios puedan interactuar de forma rápida y beneficiosa.

PROTOTIPOS DE LA PÁGINA WEB

Los prototipos Hi-Fi se diseñaron una vez realizados la arquitectura de la información, los prototipos Lo-Fi, y de evaluar su usabilidad mediante el método de evaluación heurística.



MOCKUPS

Los mockups o mock-ups son fotomontajes que permiten a los diseñadores gráficos y web mostrar al cliente cómo quedarán sus diseños.



GRACIAS POR VUESTRA ATENCIÓN