SOLO NARANJA

TODO NATURAL

NARANDAM

0% GRASAS

2’5% ALC, VOL

0% GRASAS

2’5% ALC, VOL

NARANDAM

¿ Por qué Narandam ? *NAMING.*

La palabra española «naranja» proviene del sánscrito ***narang***, sin embargo no es una palabra nativa a esa lengua sino que se especula que la tomó de las lenguas drávidas como el tamil donde se le llama ***narandam***. (Fuente Wikipedia)

Narandam es una palabra de 3 sílabas donde la letra A es la única vocal, es facil de pronunciar y recordar a la vez que se convierte en un nombre personal especial y único. las 2 primeras silabas hacen una referencia directa a la materia prima del producto, la naranja. El origen de este nombre otorga al producto legitimidad a traves del tiempo y el espacio, universalizandolo y asentandolo con solera.

¿ Solo naranja, todo natural ? *SLOGAN.*

Para captar al público objetivo el slogan gira entorno al concepto de lo natural y el único ingrediente del producto, la naranja. Esto se expresa sencillamente en el slogan, que es breve, facil de leer y de recordar. El sector del público preocupado por un modo de vida saludable se verá captado e identificado con este slogan.

¡ Desarrollo del Logotipo ! *IMAGEN.*

El motivo principal en la composición de este logotipo es la rodaja de naranja que se presenta acompañada por suaves reflexiones y 3 pequeñas gotas de agua. Esta aparencia limpia, fresca y cristalina otorga al producto conceptos relacionados con la pureza, la claridad y la naturalidad. Una gota anaranjada de la bebida emergiendo directamente del fruto es el elemento unificador entre imagen y tipografía, mostrando que el producto ‘’ NARANDAM ‘’ viene simple y claramente de la misma naranja. La tipografía utilizada para el nombre del producto es *Impact,* reconocida por su forma clara, directa y legible de producir un reclamo. La tipografía utilizada para el slogan es *Helvetica neue Ultra light*. Se usan brillos a lo largo del nombre del producto y reflexiones, esto lo relaciona con objetos preciados, brillantes y también con la noche, reforzandose esto con el uso de un fondo negro que le otorga clase y distinción. El código gráfico usado en el desarrollo del producto es moderno y se puede encontrar en productos tecnológicos de nuevo uso como telefonos de ultima generación y redes sociales de la web 2.0.