

SOMRA

Manual de Marca



elévate a las nubes

SOMIA

Bienvenido/a al manual de uso de Somia

Bienvenido/a al manual de marca de Somia. En este documento se explican todos los aspectos a tener en cuenta a la hora de aplicar la identidad de este proyecto. El documento es una guía para mostrar los valores que impulsan a Somia, y permitir un acceso rápido y conciso a todo el material necesario para aplicar correctamente su identidad.

Estos rasgos nos ayudan a crear una marca única, reconocible y flexible que al expresarse en múltiples formatos, no pierde su esencia.

Contenidos:

1. Quiénes somos

Sobre Somia	05
Misión	06
Visión	07
Personalidad	08
Valores	10
Atributos	11
Propuesta de valor	12
<i>Moodboard</i>	13

2. Identidad visual

<i>Naming</i>	15
<i>Tagline</i>	16
Logotipo	17
Gama cromática	21
Tipografías	22
Pictogramas	23
Fotografías	26
Retículas	27
Artes finales	28
<i>Unboxing</i>	29

3. Formatos y aplicaciones

Caja embalaje	31
Agenda	32
Cuaderno Emociones	33
Reto 7 días	34
Listado amor propio	35
<i>Playlists</i> motivación	36
Postal y pegatina	37
Formatos digitales	38



quiénes somos

Sobre Somia

Somia consiste en volver a conectar y estar en armonía con uno mismo mediante procesos de autoconocimiento y desarrollo personal. Es un kit de escritura que contiene diferentes instrumentos para implementar la gestión del tiempo, planificar objetivos, desarrollar sistemas de hábitos, aprender sobre nuestras emociones y fomentar nuestro amor propio. Todo desde una perspectiva consciente y sana para llegar a ser la mejor versión de uno mismo.

Somia nos permite soñar y crecer acorde a nuestras necesidades personales, apoyándose en bases como la gratitud, la perseverancia y la mentalidad positiva, pero nunca invalidando las emociones negativas, puesto que son igual de importantes que las positivas. Con técnicas como el *journaling* nos conoceremos y aprenderemos a gestionar nuestras emociones para ir aumentando nuestra calidad de vida.

Somia quiere cambiar y crear un mundo mejor, donde todos podamos conseguir lo que queremos sin perjudicar al resto.

“Somia quiere cambiar y
crear un mundo mejor”

Misión

Somia es un kit de herramientas para conocerse a uno mismo y aprender a gestionar las emociones a través de la escritura. Este pretende ayudar al usuario a organizarse y enseñarle sobre salud emocional, para así vivir más en calma y armonía.

La misión es la manifestación clara y permanente del propósito que distingue a la marca de otras de su tipo.

La misión de Somia es:
“Permítete alcanzar la versión más completa de ti”.

“Permítete alcanzar la
versión más completa de ti”

Visión

La visión define las metas que se han de conseguir en el futuro. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables que tengan como fin llegar a la misión. La propuesta de visión tiene un carácter inspirador y motivador. El sueño final de la marca.

La visión de Somia es:
"Conecta contigo disfrutando del proceso. Hazlo por ti".

"Conecta contigo
disfrutando del proceso.
Hazlo por ti"

Personalidad

La personalidad de una marca es el conjunto de rasgos que definen su expresión. Es decir, cómo se comporta con los usuarios y cómo se percibe en sus mentes. La marca puede seguir diferentes patrones de personalidad. Si la marca no logra expresarse bien, esta marca será captada como confusa. El psicoanalista Jung definió 12 patrones diferentes de conducta universales, siendo este un método ampliamente utilizado para trabajar el posicionamiento y la personalidad de marca.

Somia sigue dos de estos arquetipos, El Creador y El Inocente, recogidas del libro *Archetypes in Branding: A Toolkit for Creatives and Strategists* escrito por Chen, J. C., & Hartwell, M en 2012. Somia sigue la personalidad de El Creador dado que es inteligente, artista e innovador, basado en la cultura de la imaginación y la creatividad promoviendo la auto expresión y el desarrollo de habilidades. Por otro lado, Somia también sigue el arquetipo de El Inocente. Este es libre de ser uno mismo, y tiene como objetivo ser feliz, creyendo en sí mismo. Esta es una personalidad muy optimista que se asocia a las marcas sencillas y nostálgicas.

Creador
Inocente

Valores

Los valores y atributos son los principios éticos sobre los que se asienta la marca y permiten crear pautas de comportamiento.

Sus valores, los aspectos intangibles de la marca:

Empatía: Somia entiende al consumidor y tiene un compromiso con él, ayudarlo a conocerse a sí mismo. La marca es tan humana como él.

Tranquilidad: crear momentos de calma y paz.

Conocimiento: que el usuario se conozca y aprenda en base a sus decisiones a través de la escritura.

Simplicidad: productos con una finalidad clara y coherente entre sí que formen un todo.

Empatía
Tranquilidad
Conocimiento
Simplicidad

Atributos

Sus atributos, los aspectos tangibles de la marca:

Calidad: de los productos y su contenido, calidad premium.

Elegancia: diseño cuidado, estético y tranquilo.

Consciencia: productos creados sin producir residuos innecesarios, sin plásticos y en una cadena de trabajo ética, hecha en España.

Adaptabilidad: los productos de Somia pueden utilizarse en cualquier momento del día, mes o año. Las herramientas de uso diario están diseñadas sin fechas para que el usuario no eche a perder páginas que no ha utilizado. No se desperdicia papel ni dinero.

Calidad
Elegancia
Consciencia
Adaptabilidad

Propuesta de Valor

La propuesta de valor concentra en una frase el principal cometido de la marca y es lo que le diferencia del resto. Este término representa todos los puntos anteriores en un lema y se pretende que el consumidor conecte con él.

“No se trata de la meta, sino de cómo te sientes llegando a ella”.

“No se trata de la meta, sino
de cómo te sientes llegando
a ella”.



permítete alcanzar la
versión más completa de ti





identidad visual

Naming

El nombre de la marca ha de representar los valores, personalidad y atributos de esta, a la vez que tiene que ser memorable y fácil de escribir. Definir el nombre comercial de una marca requiere de análisis y estrategia a la vez que de creatividad.

Somia es una palabra que proviene del verbo somiar en catalán. Esta es la forma verbal del imperativo de la segunda persona del singular, ya que la marca anima al espectador a que sueñe. Somiar en catalán tiene varios significados: soñar e imaginarse buenos escenarios mientras uno está despierto o dormido; fantasear con cosas buenas; y además, también significa meditar, pues el producto de la manera más humilde pretende que la persona cumpla sus sueños, a través de la escritura, la imaginación y la meditación.

Su sonoridad es clara y firme, es una palabra formada por dos sílabas y cinco letras y llana, la sílaba tónica es la penúltima. Todo esto hace que para el consumidor español sea una palabra recordable y fácil de pronunciar. Además, no da pie a ninguna asociación indebida o a la confusión. Cabe destacar que la palabra somia es agradable visualmente por sus curvas, hecho que va a ayudar a la hora de crear el logotipo. Por último, somia, con todo esto en conjunto, es una palabra que sigue la personalidad de la marca.



Tagline

El *tagline* de una marca es el mensaje breve, ocurrente y divertido que acompaña al nombre de la marca, es parecido al eslogan. Su objetivo es atraer al consumidor y añadir valor al producto.

El *tagline* seleccionado es “Elévate a las nubes”. Esta frase representa conectar con uno mismo, trabajando en uno mismo, de una manera más poética como se ha mencionado anteriormente. Este tagline rememora la frase hecha de “tienes la cabeza en las nubes”, que se dice de una persona soñadora que se evade de la realidad para imaginar y meditar, complementando a la palabra *somia*. De nuevo, el mensaje de la marca hacia el usuario lo invita a que haga la acción de centrarse en él. Todo sigue un hilo conductor, alcanzar la versión más completa de uno mismo.

“Elévate a las nubes”

Logotipo

El logotipo principal de Somia es únicamente tipográfico, con el objetivo de mantenerlo simple, de calidad y minimalista, ya que después los diseños de los formatos van a tener una carga más visual y no se quería recargar en exceso.

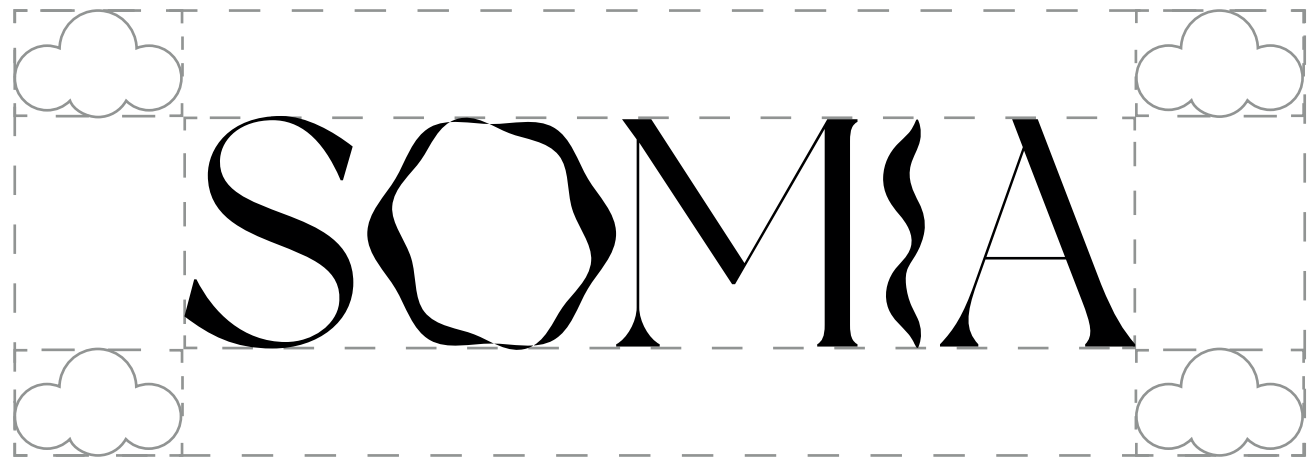
La fuente base escogida se llama *New York* y fue creada en 2020 por Artem Nevsky. Es una tipografía que destaca por su modernidad y elegancia, y además no tiene una carga visual pesada, lo que la hace fácil de adaptar al proyecto. Pues bien es cierto que cada letra de la fuente tiene un toque único, a la hora de crear el logotipo se modificaron las letras O e I. Estas dos letras se alteraron para añadirles ondas. Estas ondas representan el movimiento de la escritura*. Es una iconización extrema que casa perfectamente con el resto de los caracteres. Esto produce un contraste y movimiento, cargando al logotipo de personalidad por sí solo.

*Iconización del movimiento de la escritura



Área de respeto

Para poder asegurar la correcta lectura y visualización de la marca, se ha definido un área de respeto equivalente a la nube de la marca con la anchura de la "S" del logotipo. Esta área se refiere al espacio mínimo que se debe respetar, por lo que debe estar libre de elementos gráficos, recursos o texto.



Test de reducción

Se ha realizado un test de reducibilidad para especificar los tamaños mínimos a los que puede aplicarse la marca sin pérdida de detalle. A continuación, se muestran las medidas de anchura máxima que pueden adoptar las distintas versiones de logotipo de Somia. La medida en milímetros pertenece a los formatos físicos y en píxeles a los digitales.

Tamaños recomendados:

The Somia logo, featuring the word "SOMIA" in a serif font with a horizontal line underneath.

30 mm | 85 px

Tamaños mínimos:

The Somia logo, featuring the word "SOMIA" in a serif font with a horizontal line underneath.

18 mm | 65 px

Usos incorrectos del logotipo

Somia no se debe alterar ni modificar en ningún caso. Se ha de usar siguiendo las pautas establecidas en este documento. Seguidamente, se muestran los casos más comunes del mal uso de la marca. Cualquiera de estas malas prácticas no sigue las normas marcadas y rompe la coherencia corporativa.

Añadir contornos o trazados:

Eliminar partes para simplificarlo:

Reescalar sin mantener la proporción:

Rotar en cualquier ángulo:

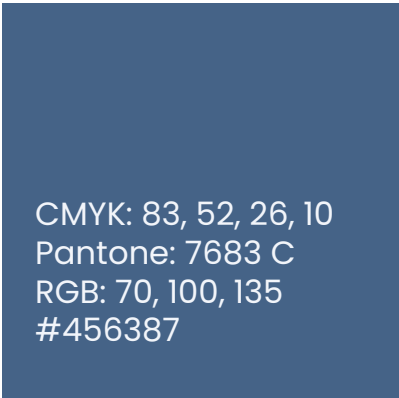
Aplicar el color o degradado fuera de la gama cromática:

Aplicar efectos:

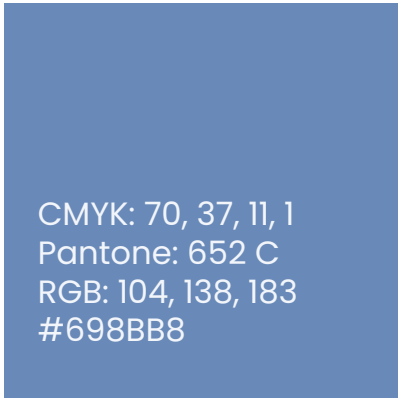
Gama cromática

La paleta cromática de Somia la protagoniza el color azul, que es el color preferido por más personas, el cual transmite simpatía y armonía. Un color muy cercano que a la vez da sensación de lejanía e infinitud. Esto hace que sea un color que psicológicamente representa la fantasía, la espiritualidad y lo divino. Esta carga de significados va ligada a la personalidad de Somia, ya que el azul transmite calma, paz, serenidad, sensación de eternidad y el cielo, entre otros.

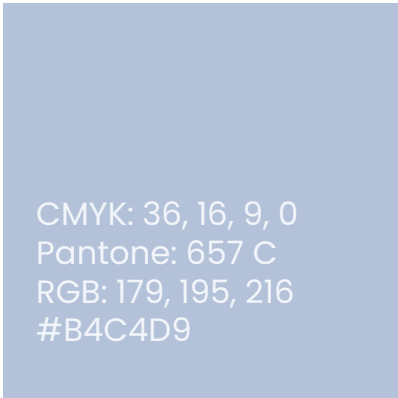
En el esquema de color se especifican los códigos de color exactos tanto si son para impresión (CMYK y Pantone) como si son para reproducirse en pantalla (RGB y HEX).



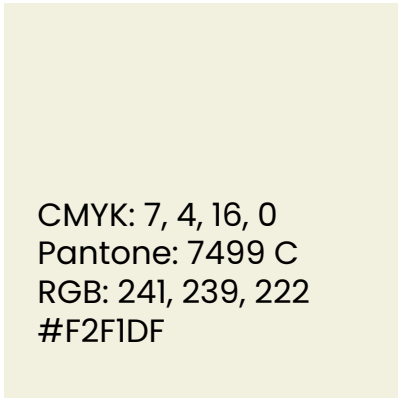
CMYK: 83, 52, 26, 10
Pantone: 7683 C
RGB: 70, 100, 135
#456387



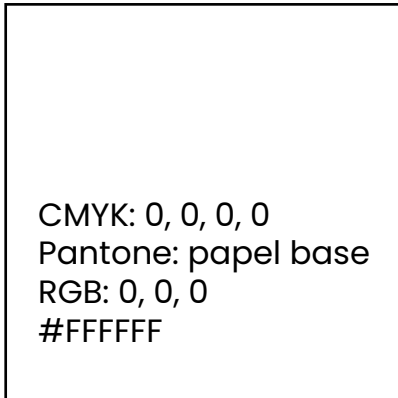
CMYK: 70, 37, 11, 1
Pantone: 652 C
RGB: 104, 138, 183
#698BB8



CMYK: 36, 16, 9, 0
Pantone: 657 C
RGB: 179, 195, 216
#B4C4D9



CMYK: 7, 4, 16, 0
Pantone: 7499 C
RGB: 241, 239, 222
#F2F1DF



CMYK: 0, 0, 0, 0
Pantone: papel base
RGB: 0, 0, 0
#FFFFFF

Tipografías

Para el proyecto se han escogido 3 tipografías, dejando aparte la del logotipo. Para todos los títulos de los formatos se ha utilizado la fuente *Coconat Bold Extended*, diseñada por Sara Lavazza. Esta versión tiene muchos ángulos exagerados que la convierten en una fuente display sans muy elegante y atrevida.

Por otro lado, para los subtítulos se ha empleado la fuente *Cyrene*, diseñada por Agostinelli Riccardo. Esta sans serif se caracteriza por sus formas redondeadas y elegantes con un estilo clásico y moderno. Además, ambas tipografías funcionan muy bien juntas, una es muy angular y otra muy circular.

Por último, para los bloques de texto se ha decidido utilizar la fuente *Poppins*, creada por Jonny Pinhorn. Esta es una de las tipografías de palo seco más utilizadas en los últimos años, gracias a su buena legibilidad y homogeneidad.

Títulos:

Coconat Bold Extended

**abcdefghijklmnñ ·
1234567890 · ?!@#\$%€&***

Subtítulos:

Cyrene

abcdefghijklmnñ · 1234567890 ·
?!@#\$%€&*

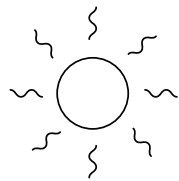
Cuerpo:

Poppins

abcdefghijklmnñ · 1234567890 ·
?!@#\$%€&*

Pictogramas - Emociones

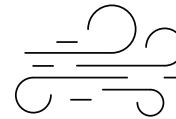
Al tratarse de un kit de escritura donde se aprende sobre la gestión de emociones, se ha desarrollado un lenguaje visual propio donde las emociones se representan a través de iconos de meteorología. El sol es alegría, la lluvia tristeza, la tormenta ira, etc.



Alegre



Pensativo



Ansioso



Triste

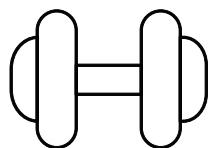


Enfado

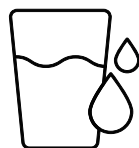
Pictogramas - Iconos secundarios

Como refuerzo se añadieron otros iconos que representan los hábitos que el usuario ha de empezar a llevar a cabo. Esta decisión gráfica se tomó en base a si en el futuro hubiera que traducir el proyecto a otros idiomas, este fuera lo más sencillo de adaptar posible.

Movimiento



Beber agua



Comer bien



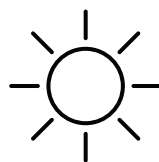
Descanso



Selfcare



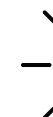
Rutina mañana



Rutina trabajo



Rutina noche



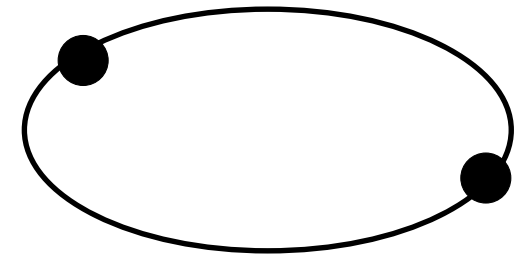
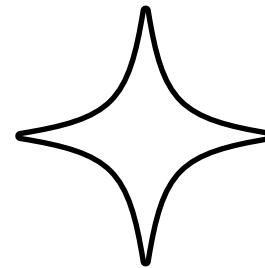
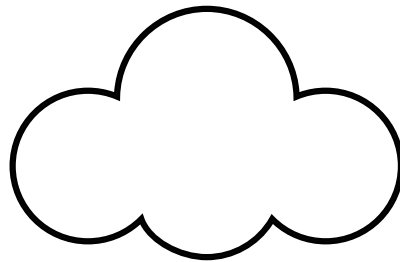
Agradecimiento



Tarea

Pictogramas - Ilustraciones de apoyo

Se diseñaron unos elementos que se repetirían a lo largo de todo el proyecto: la nube, las estrellas y las órbitas con satélites. Según el formato pueden tener un significado u otro



Fotografías

Se seleccionaron dos imágenes, hechas analógicamente el pasado diciembre de 2021. Estas fueron tomadas durante un día de niebla desde una montaña de Calp. En ellas se puede ver la infinidad de las nubes, la tranquilidad y la calma. Estas fotografías encajan a la perfección con el resto de la identidad, ya que el *tagline* de la marca es: “elevate a la nubes”; y estas fotografías lo representan por completo.



Retículas

Los recursos que componen la identidad de Somia se encajan en la retícula que se ha creado especialmente para la marca. De esta manera se genera una unidad entre los diferentes materiales que la componen. El sistema se debe respetar en la medida de lo posible, pudiendo escalarla para adaptarse a los diferentes formatos. Los márgenes superiores e inferiores mantienen una altura de 100 mm en todos los formatos, excepto en la agenda, dado que está maquettato en Wire-O.

Las líneas rojas representan los troqueados.

Reto Inicial	
<p>1. resetea</p> <p>Ordena y limpia tu espacio para reiniciar tu vida. Puedes hacer una limpieza de armario, vaciar la bandeja de entrada del mail, etc.</p>	00.
<p>recuerda tus metas 2.</p> <p>Haz un listado de las metas que quieras alcanzar y recuerda porque quieres o temerías. Tenerte siempre presente aquello a que sigas trabajando en ellas.</p>	
<p>3. organiza tu día</p> <p>Empieza a planear tu día y ten a la mano tus metas, con 3 es suficiente. Intenta que esas tareas a puedas o adelantar o los resultados de tus objetivos.</p>	
<p>gratitud 4.</p> <p>Practica gratitud cada mañana. Agradece 3 cosas que te hagan muy feliz.</p>	
<p>5. lo mejor de cada día</p> <p>Al finalizar el día escribe 3 cosas buenas que te hayan pasado. Seguro que alguna vez y quien sabe, a lo mejor hace que te sientas mejor.</p>	
<p>rutina nocturna 6.</p> <p>Diseña tu rutina de noche ideal. Piensa cuántas horas quieres dormir y cuál sería tu horario de sueño. También puedes plantear actividades relajantes antes de ir a dormir.</p>	
<p>7. rutina matutina</p> <p>Diseña tu rutina de mañana ideal. Calcula a qué hora te gustaría levantarte, y añade actividades que te ayuden a empezar el día con buen pie.</p>	
<p>Intenta seguir estas actividades cada día, adaptadas según tu estilo de vida y cómo te sientas mejor.</p>	
SOMIA	

>>>	Productividad y Objetivos	<<<
<p>disfruta del proceso</p>		
<p>01.</p>		

<p>02.</p>	
<p>Cuaderno de Emociones</p>	
<p>conecta contigo</p>	
<p>SOMIA</p>	

Artes finales

Somia, al ser un producto físico necesita ser arte finalizado. Se han seguido una serie de pautas y especificaciones para que a la hora de producirse en masa siga unas mismas características y sus acabados sean ideales. Se ha escogido la serie de papeles Freelifa Kendo reciclados de Fedrigoni. Se han añadido troqueles a dos formatos y según la herramienta necesitan unos acabados u otros.



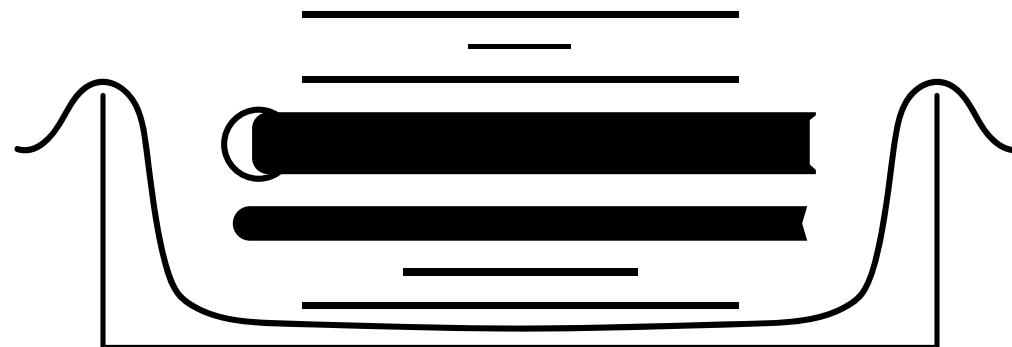
Unboxing

Somia quiere que el cliente disfrute desde el descubrimiento de la marca en redes sociales, hasta que acaba el kit. Uno de los momentos más importantes para cautivar al comprador es cuando recibe el producto. Por ello se ha trabajado en la experiencia *unboxing* y en aportar más valor.

El paquete de envío ha de representar la personalidad de la marca, que no se utilicen plásticos o residuos innecesarios. Se ha de tener en cuenta el presupuesto que se quiere dedicar a cada caja, el tamaño y peso de los formatos, cómo se transportará y, por último, cómo se protegerá el paquete.

La caja de embalaje que se ha elegido es tiene un tamaño de 24 x 32 x 10 cm y cuenta con tapa magnética, es decir, se cierra con imán, en blanco satinado, sobre esta se dispondría en papel de pegatina la portada del kit. La caja se abre por el lado más alargado, por lo que se abre como un libro.

Orden y la disposición de los elementos dentro de la caja:



1. Postal
2. Pegatina de cierre
3. Reto de 7 días
4. Agenda
5. Cuaderno de emociones
6. Listado amor propio
7. Playlists de música
8. Papel de embalaje
9. Caja



formatos y
aplicaciones

Caja embalaje

Tamaño:

24 x 32 x 10 cm

Materiales:

Caja de cartón con tapa magnética, es decir, se cierra con imán. En blanco satinado, sobre esta se dispondría en papel de pegatina la portada del kit. La caja se abre por el lado más alargado, por lo que se abre como un libro.

Color:

Pegatina: impresión en *offset* 5 + 0 (CMYK más barniz de protección).



Agenda

Tamaño:

A5, 140 páginas.

Materiales:

Libreta encuadernada en Wire-O con tapa dura. Con troquel en la portada principal.

Papel:

Portada: papel estucado Stucco old Mill 120gr Fredigoni.

Interiores: páginas sueltas, papel no estucado, Free Life Kendo(reciclado) 150gr color "white" Fredigoni. La primera hoja con gramaje de 300gr.

Color:

Portada: impresión *offset* 5 +0 con barniz de protección.

Interior: primera página 4 + 0. Resto de hojas impresión *offset* 1 + 1 pantone 7683U.



Cuaderno de emociones

Tamaño:

A5, 60 páginas.

Materiales:

Libreta cosida Singer. Con troquel en la portada principal. Acabado glasofonado.

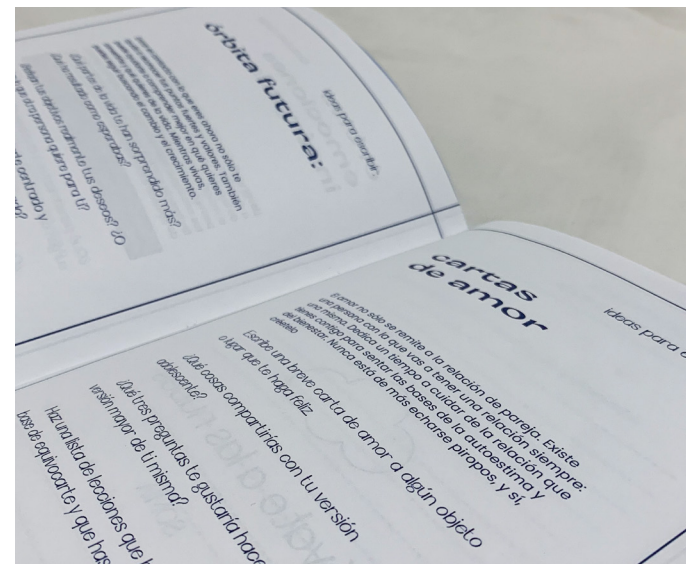
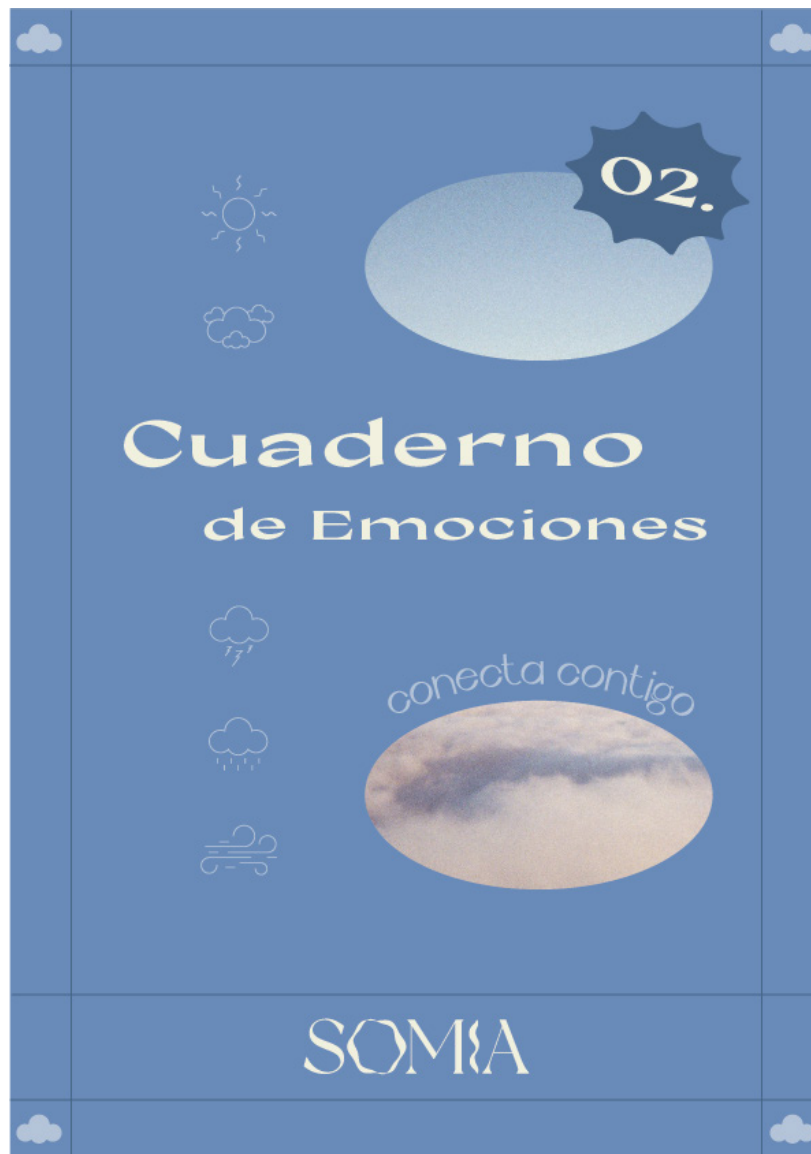
Papel:

Portada: papel estucado Stucco old Mill 300gr Fredigoni.

Interiores: páginas en cuadernillos, papel no estucado, Free Life Kendo(reciclado) 150gm color "white" Fredigoni. La primera hoja con gramaje de 300gr.

Color:

Portada: díptico en offset 4 + 0.
Interior: primera página 4 + 0. Resto de hojas impresión offset 1 + 1 pantone 7683U.



Reto 7 días

Tamaño:

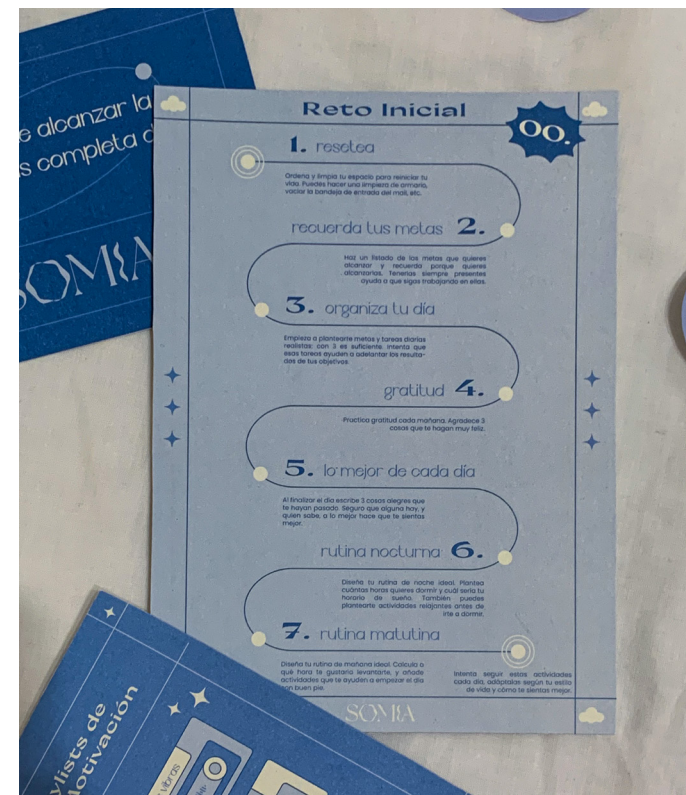
A5.

Papel:

Papel no estucado, Free Life Kendo (reciclado) 300gr color "white" Fredigoni. Contracolado.

Color:

Impresión en *offset* 5 + 0 (CMYK más barniz de protección).



Listado amor propio

Tamaño:

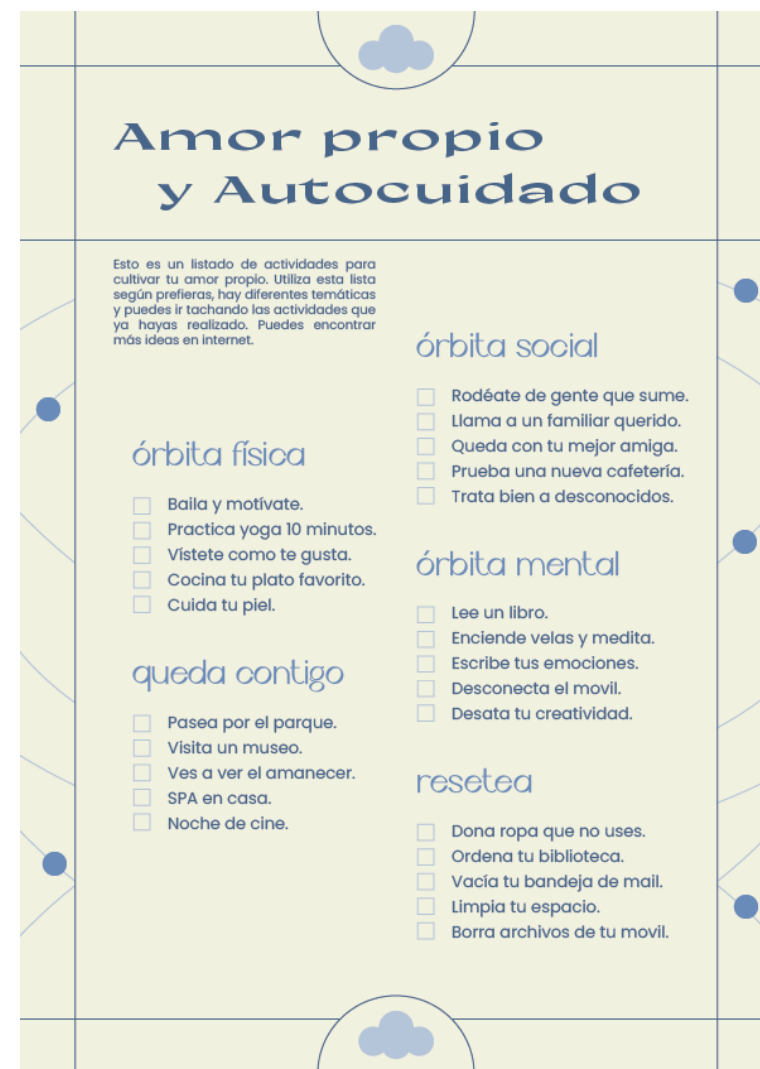
Tríptico A4.

Papel:

Papel estucado.

Color:

Impresión en *offset* 4 + 4.



Playlists de motivación

Tamaño:

A6.

Papel:

Papel no estucado, Free Life Kendo (reciclado) 300gr color "white" Fredigoni. Contracolado.

Color:

Impresión en offset 5 + 0 (CMYK más barniz de protección).



Postal

Tamaño:

A6.

Papel:

Papel no estucado, Free Life Kendo (reciclado) 300gr color "white" Fredigoni. Contracolado.

Color:

Impresión en *offset 5 + 0* (CMYK más barniz de protección).



Pegatina

Tamaño:

5 x 5 mm.

Papel:

Pegatina: impresión en *offset 5 + 0* (CMYK más barniz de protección).

Color:

Impresión en *offset 1 + 0*.



Formatos digitales

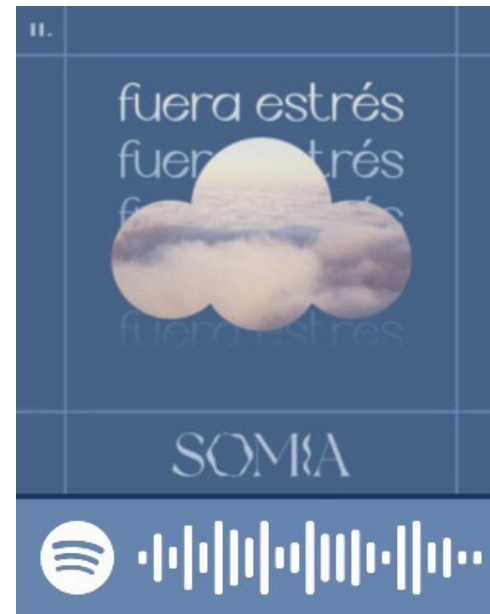
Portadas *playlists*

Tamaño:

1080 x 1080 px.

Color:

RGB.





permítete alcanzar la
versión más completa de ti

SOMIA