



kartonable

Características

Subjetivas

- **Diferenciación:**

Ofrecemos no sólo una opción de artículos reciclables y (modulares en su totalidad) de fácil armado, sino que también, una alternativa accesible para el público, nuestros precios son más bajos que los de los competidores. En 3 clicks tienes el artículo en tu casa.

- **Coherencia:**

Somos una marca que fomenta el reciclaje, por lo que todo nuestro contenido deberá hacer énfasis en los atributos ecológicos de nuestros productos y compartir información en torno a ello al respecto.



Características

Subjetivas

- **Relevancia:**

Buscamos transmitir frescura, minimalismo y simplicidad a través de nuestra imagen. Con nuestras acciones debemos transmitir que somos una marca sustentable (amigable con el medio ambiente), confiable y accesible que ofrece una alternativa diferente a base de cartón para cubrir las necesidades de nuestros futuros clientes.

- **Reputación:**

Al cumplir con los 3 puntos anteriores, se irá ganando buena reputación ante los clientes



Nuestro compromiso

Ofrecer una alternativa resistente, accesible y amigable
con el medio ambiente a los muebles y accesorios
convencionales.

Nuestra producción involucra procesos “Cero Residuos”
(zero waste)



Frase inicial

Creamos productos accesibles y funcionales que ayudan a
cuidar nuestro planeta



Historia de la **Marca**

Kartonable nace de la idea de crear artículos de uso cotidiano y temporal que minimicen el impacto ambiental y a la vez que sean accesibles para todos los bolsillos, por lo que nos dimos a la tarea de diseñar muebles, juguetes y otros artículos hechos 100% de cartón.

Su resistencia, fácil armado, almacenaje, así como su fácil disposición al terminar su vida útil, hacen de nuestros productos la mejor opción para nuestra casa u oficina.

¡El cartón tiene bondades inimaginables!



Identidad Visual

Versión Principal Imagotipo

Nuestra marca se conforma por una combinación entre el isotipo (símbolo) más el logotipo (nombre de nuestra empresa), tienen una relación justa que siempre debe respetarse.



ISOTIPO

LOGOTIPO



Identidad Visual

Versión Secundaria Imagotipo

Se define una versión secundaria del imagotipo. Esta distribución se deberá usar solamente en ocasiones especiales.



Identidad Visual

Área de protección

Es importante mantener el un espacio entre el imagotipo y cualquier otro elemento gráfico.



Identidad Visual

Paleta de Colores

PANTONE: #1F2E4C

RGB: 31, 46, 76

CMYK: 96, 81, 41, 41

PANTONE: #7EC142

RGB: 126, 193, 66

CMYK: 57, 0, 88, 0

Tipografía

- Principal: Dongle Bold

Público

Objetivo

- **Lugar de residencia:** Toda la República Mexicana principalmente, Monterrey N.L.
- **Edad:** 22-35 años
- **Poder adquisitivo:** Nivel socio económico D+ (clase media baja) o C + (clase media alta)
- **Profesión u ocupación:** Estudiantes o profesionistas de cualquier tipo
- identidad de género: N/P
- Economía Circular**7Rs
- **Eco-Actives** Se caracterizan por su preocupación por el medio ambiente y por sacar provecho de las acciones para reducir sus residuos. En el 2019, esta categoría representó para México el 4% y para el 2021, incrementó al 18%.
- **Eco-Considerers** Son aquellos que toman ciertas acciones para reducir el impacto ambiental, pero con menos frecuencia que los Eco Actives. En el 2019, esta categoría representó el 16% de los consumidores mexicanos y para el 2021, incrementó a 39%.

Cliente Ideal

Personas que tienen la necesidad de adquirir un mueble o juguete temporal a bajo costo y/o personas que sean conscientes del cuidado del medio ambiente y opten por artículos hechos con materiales reciclables.



Buyer Persona



Sara López

Mujer
22 años
Soltera

Vive en Monterrey, N.L. Es originaria de Jalisco, renta departamento temporalmente, estudia la Licenciatura de Diseño gráfico, trabaja en turnos de medio tiempo, sus ingresos son en la mayoría de sus padres y el resto es por su propia cuenta.

Debido a que vive en un depto temporal no invierte en muebles duraderos, además pasa la mayor parte de su tiempo libre conociendo lugares y saliendo con amigos.

Le interesan los productos ecológicos, reciclables y cruelty free. Su principal fuente de información son las redes sociales como Instagram y Tiktok, le gusta adquirir productos en línea.

ECO-ACTIVE



Rodrigo Cruz

Hombre
30 años
Casado

Vive en Monterrey, N.L., acaba de adquirir su primera vivienda propia, es recién casado, es Ingeniero Mecánico egresado hace 5 años, tiene un puesto como Jefe de área en una empresa. Debido a la rutina de trabajo solo suele salir los fines de semana con su familia y su mascota, por el momento se encuentra en proceso de equipar su casa, tiene un interés por los artículos fáciles de reciclar y fáciles de guardar, que no ocupen mucho espacio en el hogar.

Su principal fuente de información son las redes sociales como Facebook e Instagram.

ECO-CONSIDERER

Definición del lenguaje a usar

- Encabezados con temas de interés
- Sencillez en las oraciones
- Lenguaje de cercanía y un tratamiento informal que implique confianza.
- Juegos de palabras o frases
- Frases de llamado a la acción
- Estructura: Imagen, Encabezado, Cuerpo y eslogan
- Mensajes cortos



Mensaje

- **Eslogan:** “Creatividad en tus manos”

- **Misión:**

Crear productos asequibles y funcionales, hechos 100% de cartón. Buscando la innovación y rentabilidad a través de nuestros diseños.

- **Visión:**

Ser la tienda online #1 que ofrezca la mejor alternativa en productos fabricados en cartón, brindando una experiencia de compra sencilla y confiable a nuestros clientes.

- **Valores:** Responsabilidad social y ambiental, Empatía, Optimismo, Solidaridad

