

IDENTIDAD CORPORATIVA

MANUAL DE





INDICE

PRESENTACIÓN	4
---------------------	----------

1.ELEMENTOS BÁSICOS

1.1	LOGOTIPO	6
1.2	ESQUEMA DE TRAZADO	8
1.3	MEDIDAS DE LA MARCA	10
1.4	VARIANTES CROMÁTICAS	12
1.5	TIPOGRAFÍA Y COLORES	14

2.PAPELERÍA

2.1	TARJETAS	16
2.2	SOBRE AMERICANO	18
2.3	PAPELES DE CARTA	20
2.4	BLOCK NOTES	22

3.APLICACIONES

3.1	TARJETAS DE ROPA	24
3.2	CARTELOS POR NEGOCIO	26
3.3	CAMISAS POR NEGOCIO	28

4.MERCHANDISING

4.1	CAMISETA HOMENAJE	30
4.2	BOLSA DE PAPEL	32
4.3	BOLIGRAFO Y LAPIZ	34

PRESENTACIÒN

La marca que se presenta a continuación se refiere a New Beauty Coats, una empresa de ropa masculina y femenina.

La huella de New Beauty Coats es fácil de reconocer por un estilo casual, el uso de colores cálidos y determinados, un corte clásico pero con contornos modernos e innovadores, una alta calidad de los tejidos y particularmente por su gran cuidado en los detalles.

1.1 Manual de identidad corporativa
ELEMENTOS BÁSICOS

LOGOTIPO





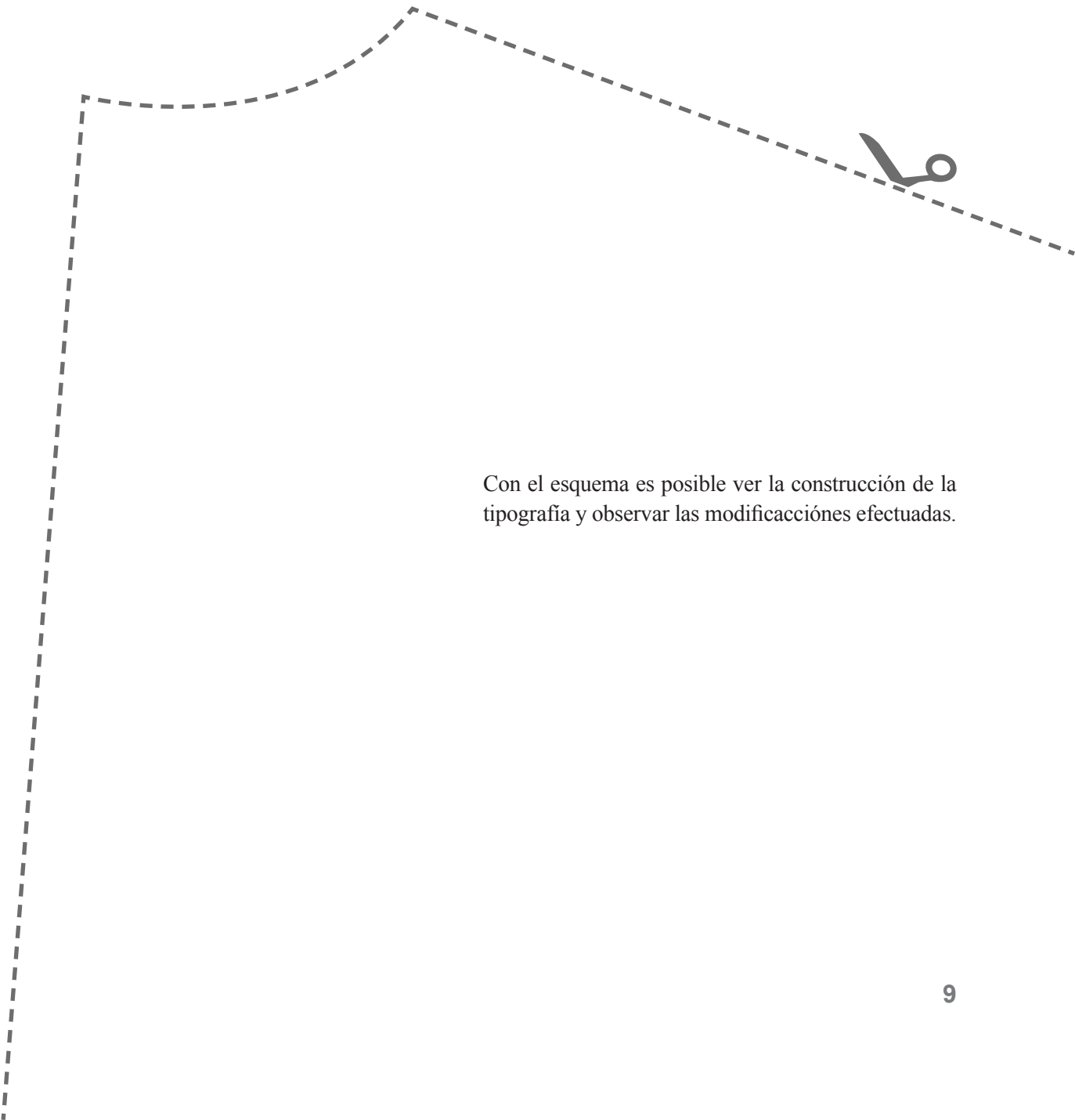
Para la creación de la imagen corporativa, se he
decidido utlizar una particular tipografía y paleta
cromática.

La tipografia básica elegida es la “Century Gothic”
y, para que transmita el caracter de la empresa, se
ha modificado redondeando las lineas y aligerando
las formas.

Los colores se han elegidos por el fuerte impacto
visual y por el equilibrio entre los tres.

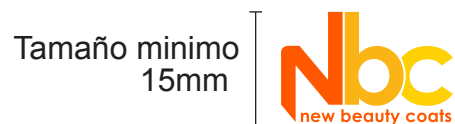
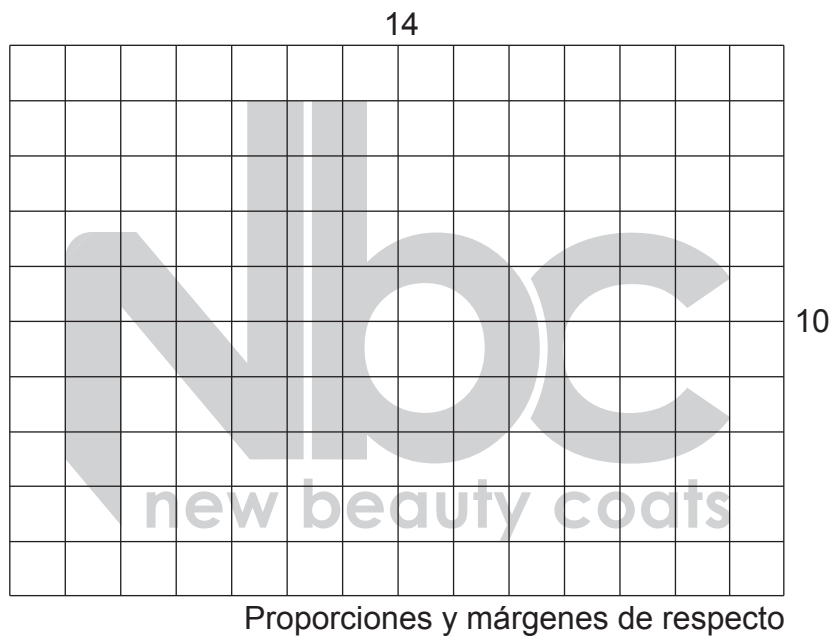
ESQUEMA DE TRAZADO





Con el esquema es posible ver la construcción de la tipografía y observar las modificaciones efectuadas.

MEDIDAS DE LA MARCA





Mostramos la marca junto con una retícula, para su fácil reproducción. Con la retícula se establece la relación entre los distintos puntos que la componen. Es posible también ver el margen de respecto y el tamaño mínimo.

VARIANTES CROMÁTICAS



escala de grises



versión invertida



blanco y negro



blanco y negro invertidos



A continuación se muestran las posibilidades de reproducción de la marca: versión en escala de grises, en blanco y negro y los negativos (negro y naranja).

Poniendo la marca sobre uno de sus colores se pone el logo en blanco, sin que pierda ninguna de sus características y visibilidad.

TIPOGRAFÍA Y COLORES

Century Gothic Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 . , : ; ! ? () € + - /

Century Gothic Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 . , : ; ! ? () € + - /



PANTONE
1665 EC

C: 0
M: 80
Y: 100
K: 0



PANTONE
124 EC

C: 0
M: 32
Y: 100
K: 0



PANTONE
116 EC

C: 0
M: 17
Y: 100
K: 0



Los colores corporativos son el Pantone Negro, el 1665 EC, el 124 EC y el 116 EC; estos son invariables.

La tipografía de la marca es la Century Gothic en las versiones regular y bold, para todas las aplicaciones.

2.1 Manual de identidad corporativa PAPELERÍA TARJETAS



55 mm



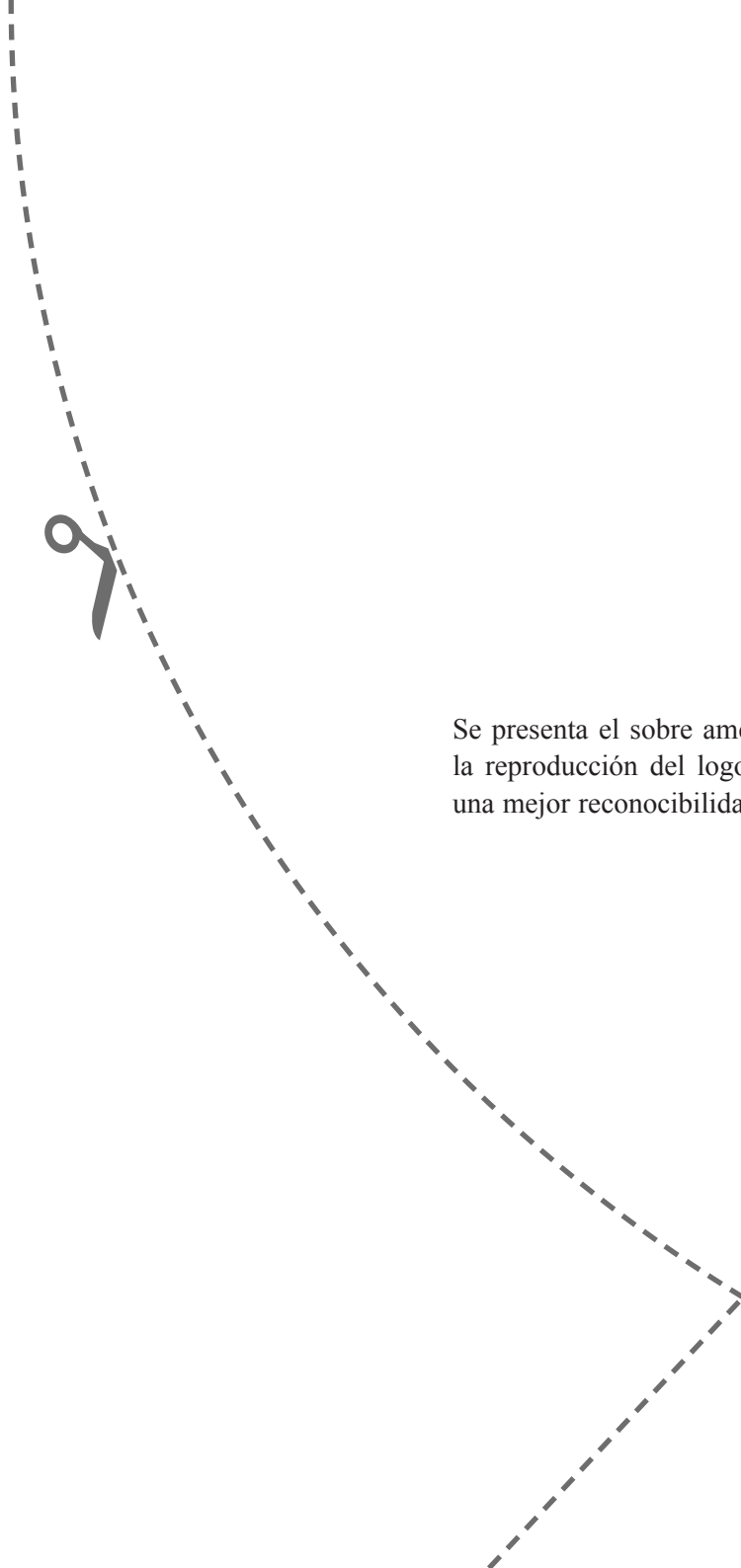
85 mm



Se presentan las tarjetas de presentación, con todas las informaciones de la empresa, una en versión general y una para el personal. Se ha decidido poner el fondo blanco e imprimir en un solo lado para subrayar la elegancia de la marca.

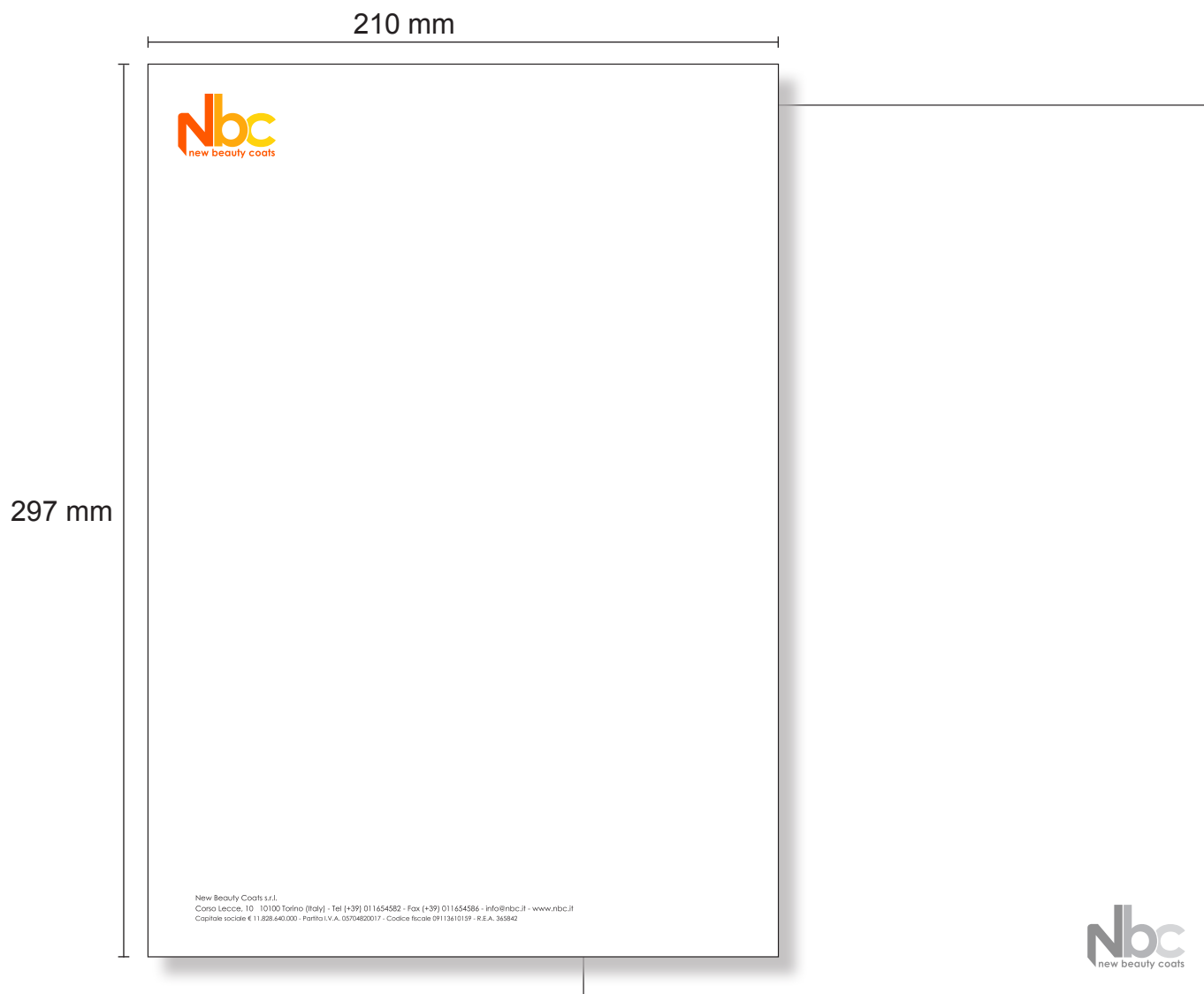
SOBRE AMERICANO

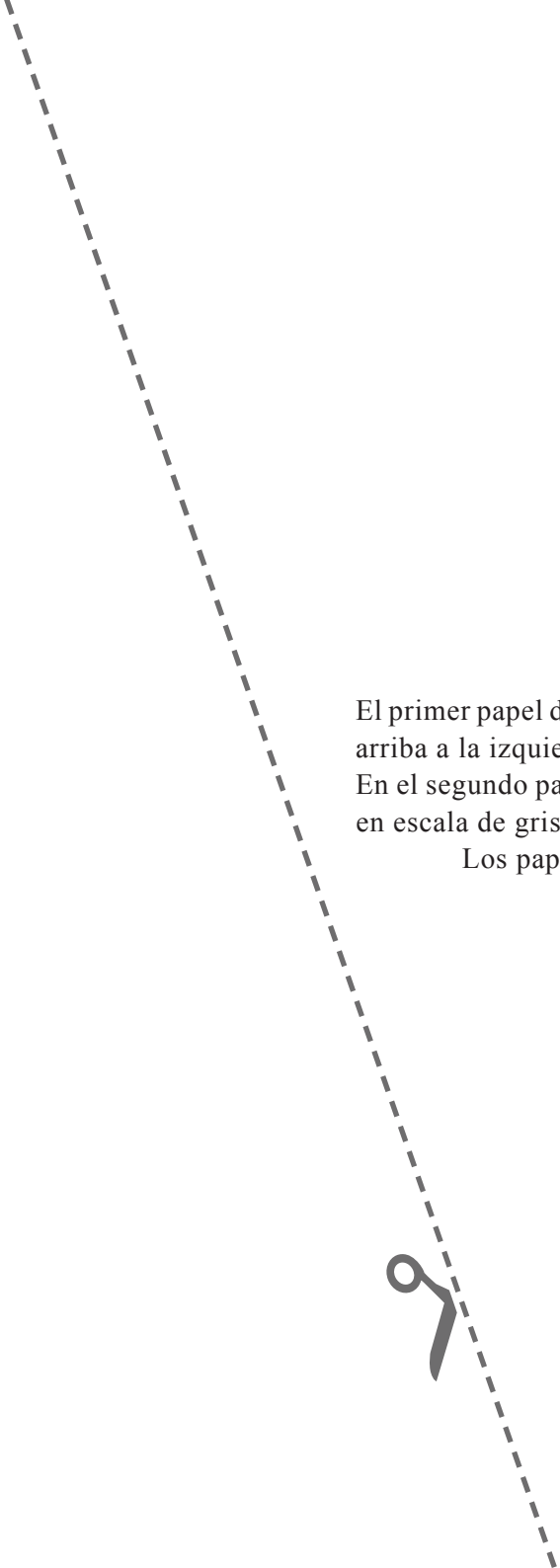




Se presenta el sobre americano con las medidas y la reproducción del logo en ambas las caras para una mejor reconocibilidad. Están también todas las informaciones necesarias.

PAPELES DE CARTA



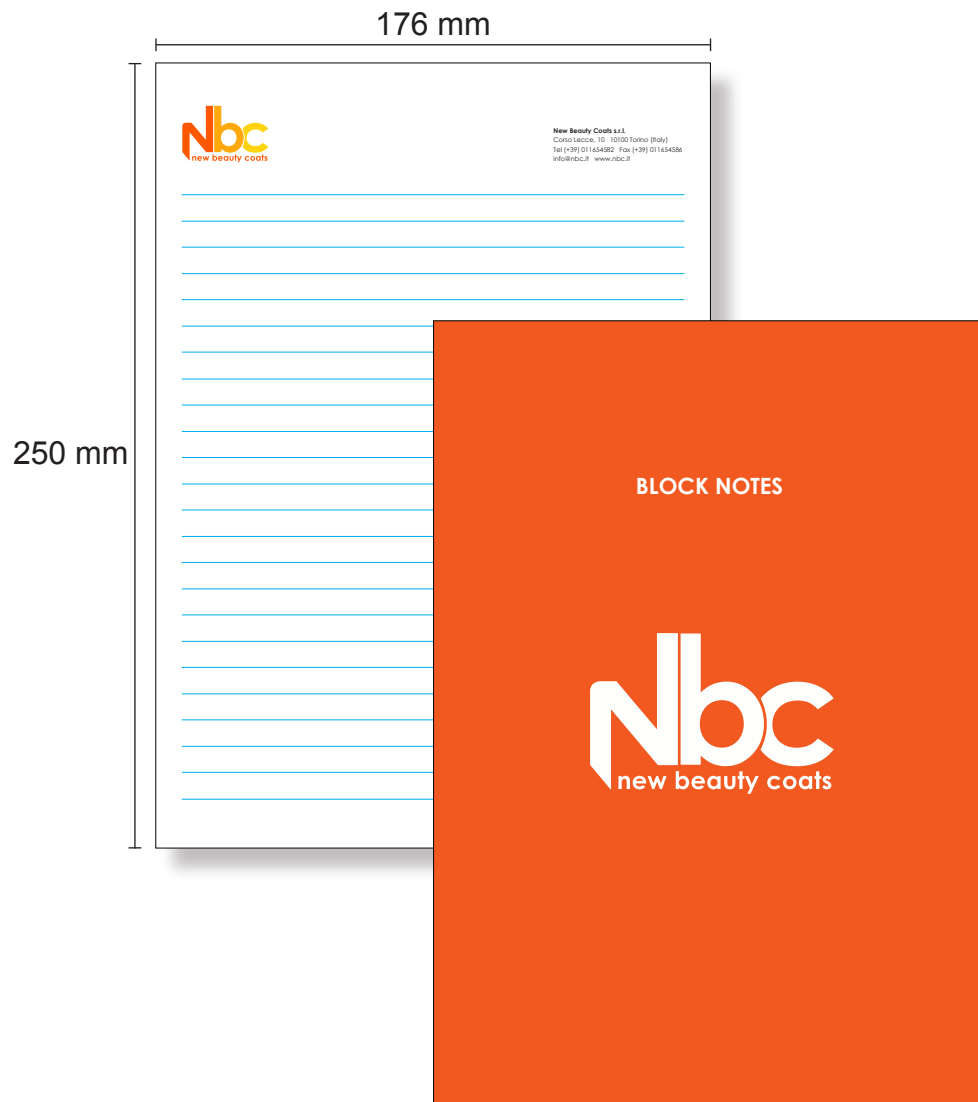


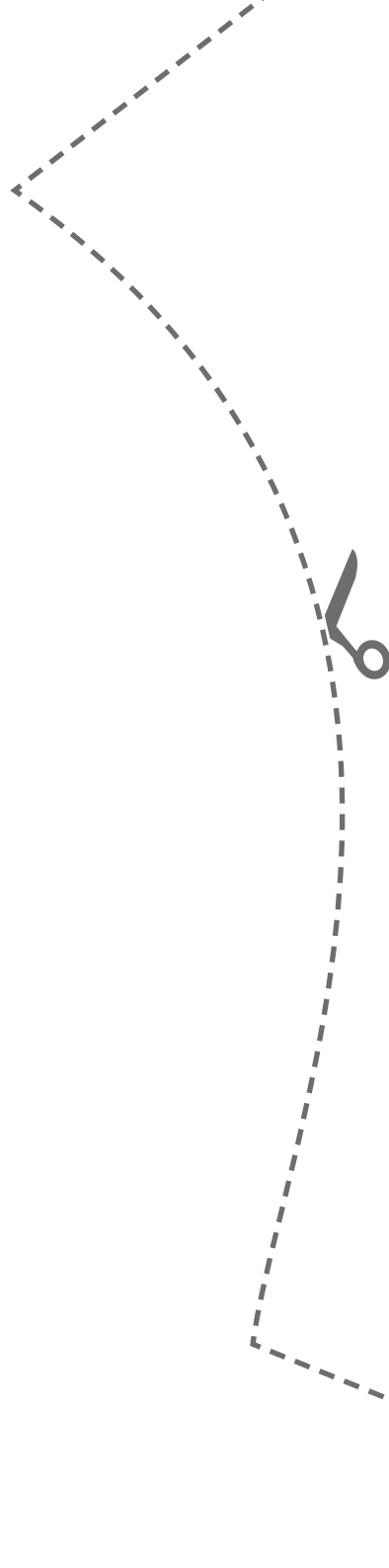
El primer papel de carta presenta el logo alineado arriba a la izquierda y, abajo, las informaciones. En el segundo papel de carta se ha puesto el logo en escala de grises, en la esquina abajo derecha. Los papeles de carta son en tamaño A4.



2.4 Manual de identidad corporativa PAPELERÍA

BLOCK NOTES





Para el block notes se ha elegido un tamaño B5, con la portada naranja y el logo en blanco. Las otras paginas son blancas con rayas para facilitar la escritura. En todas las páginas se encuentran el logo en los colores corporativos y las informaciones.

3.1 Manual de identidad corporativa APLICACIONES

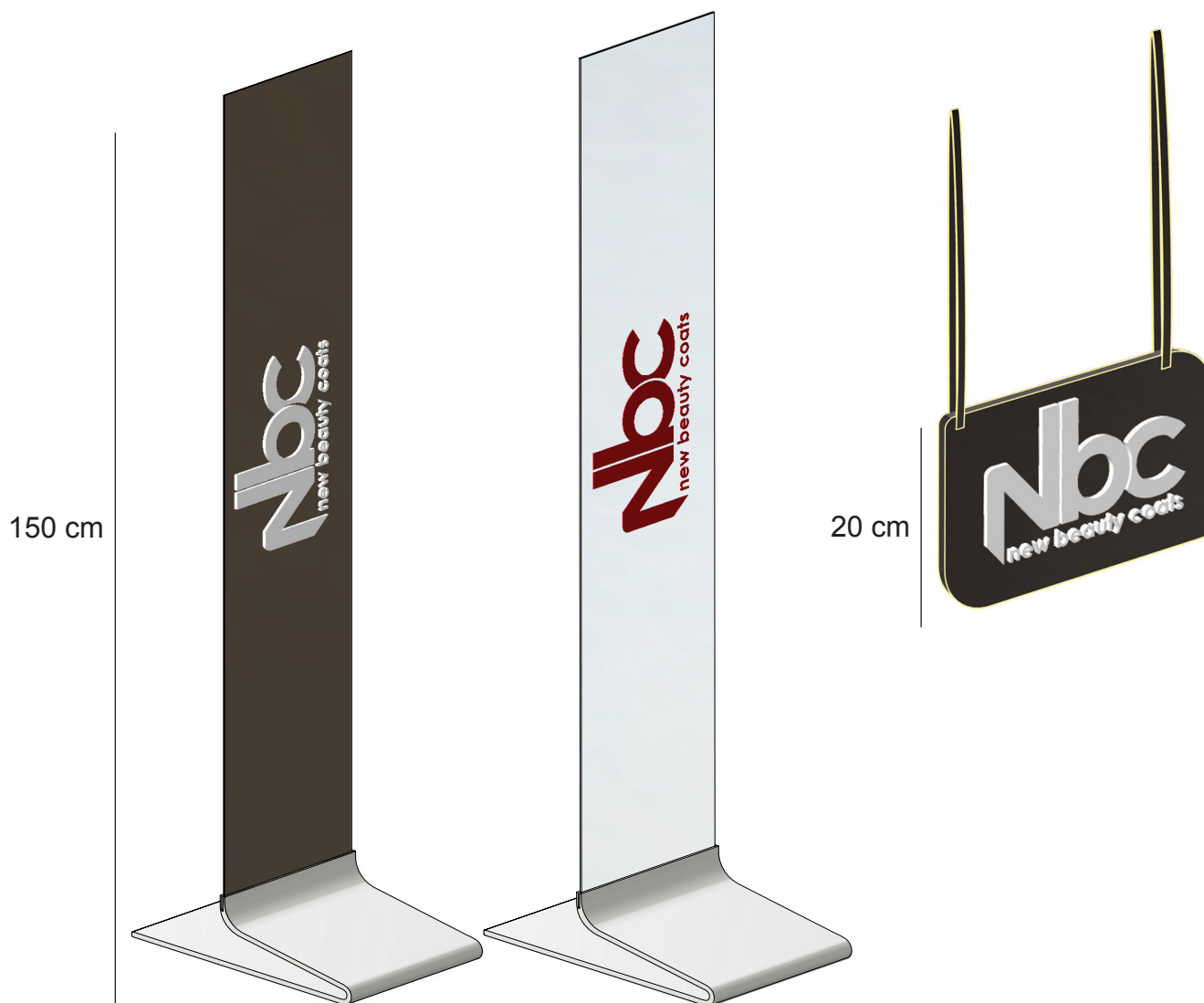
TARJETAS DE ROPA

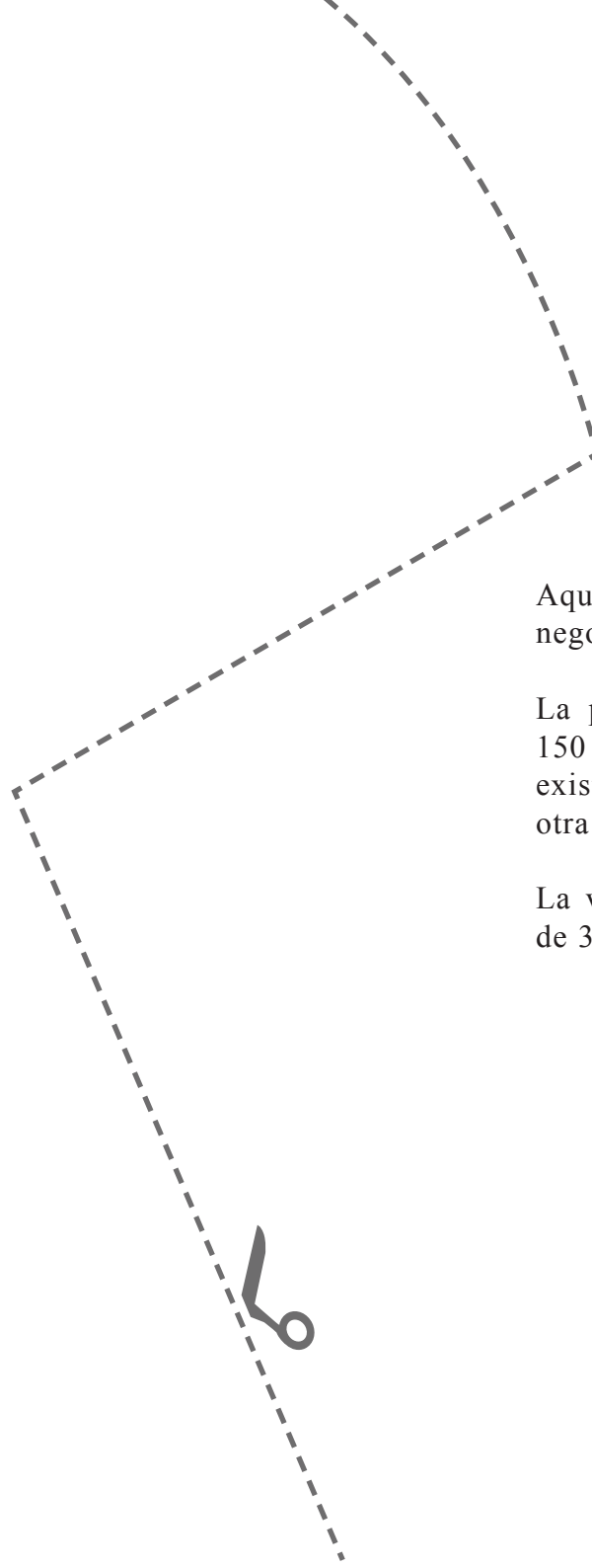




Las tarjetas son dos, una para el interior de la ropa y la otra como cartel de precio. La primera presenta dos variantes, una negra con el logo en escala de grises para no contrastar demasiado con ningún tipo de ropa y la otra en blanco. La costura se refiere al color corporativo. La tarjeta externa es en cartón y se presenta en blanco con la parte del precio que se puede cortar. El logo es puesto en oblicuo y esto confiere a la tarjeta mas dinamismo. En el reverso están presentes la talla, el código de barras y el código de producto.

CARTELES POR NEGOCIO





Aquí son representados los carteles por negocio en dos variantes: una en vertical apoyada en el suelo y otra colgada. La primera tiene una altura de cerca de 150 cm por una anchura de 30 cm. De ésta existen dos variantes, una en cartón y la otra en material plástico transparente. La base es de material plástico. La variante colgada presenta una anchura de 30 cm, al igual que la otra, y una altura de 20 cm.

CAMISAS NEGOCIO

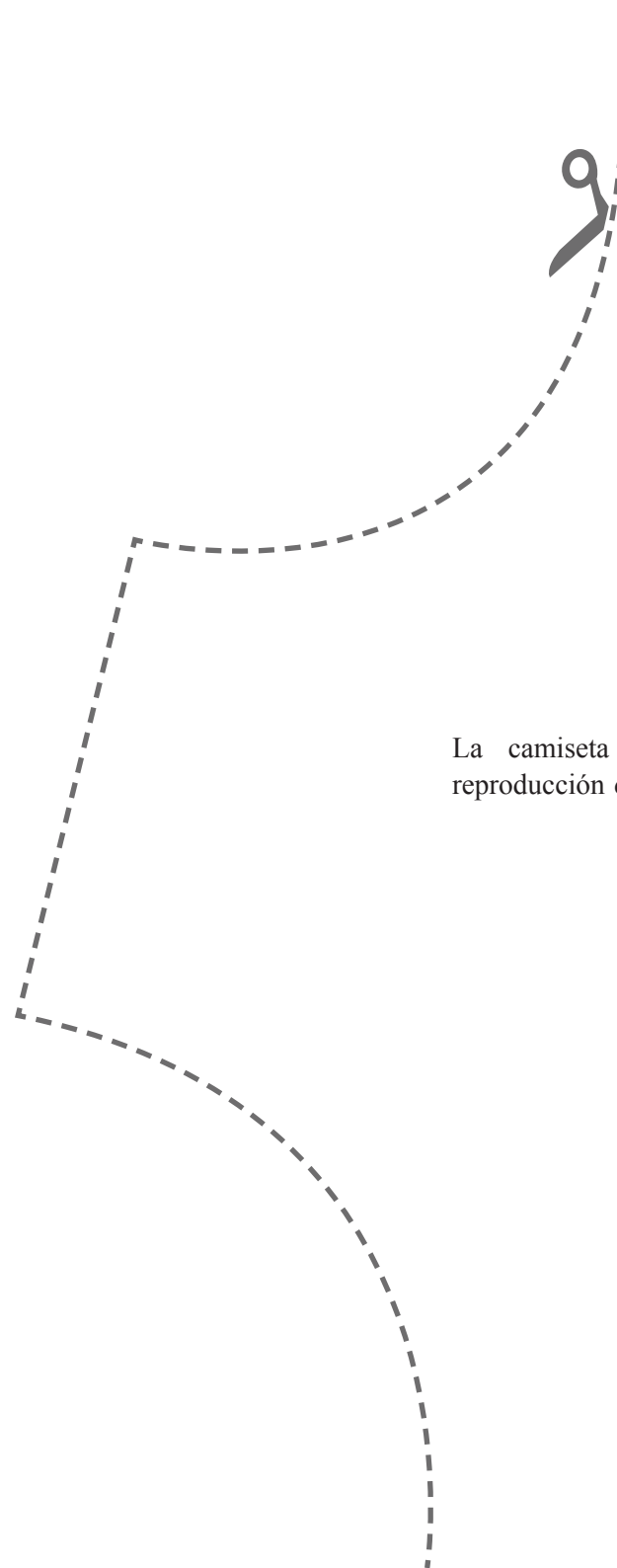




Para el personal del negocio se ha diseñado una camiseta de color gris con el logo delante en tamaño pequeño. Esta combinación resalta muchos los colores del logo. La camiseta ha sido elegida para transmitir la imagen de seriedad de la empresa también al personal.

CAMISETA HOMENAJE



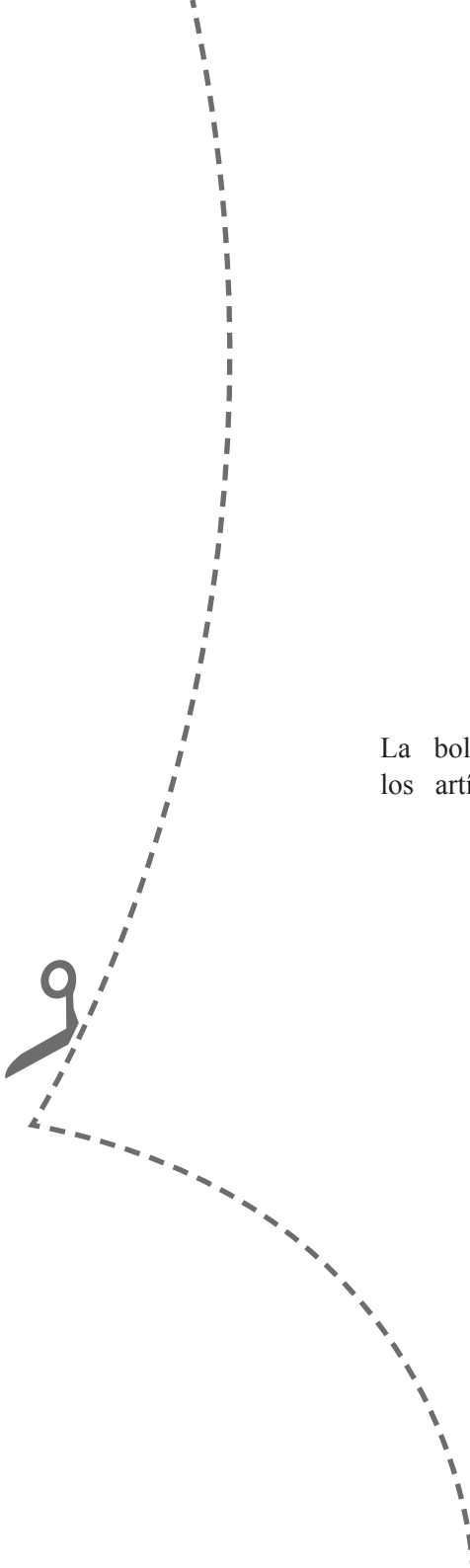


La camiseta se presenta en blanco con la reproducción del logo en la parte lateral derecha y una reproducción pequeña detrás.

4.2 Manual de identidad corporativa MERCHANDISING

BOLSA DE PAPEL

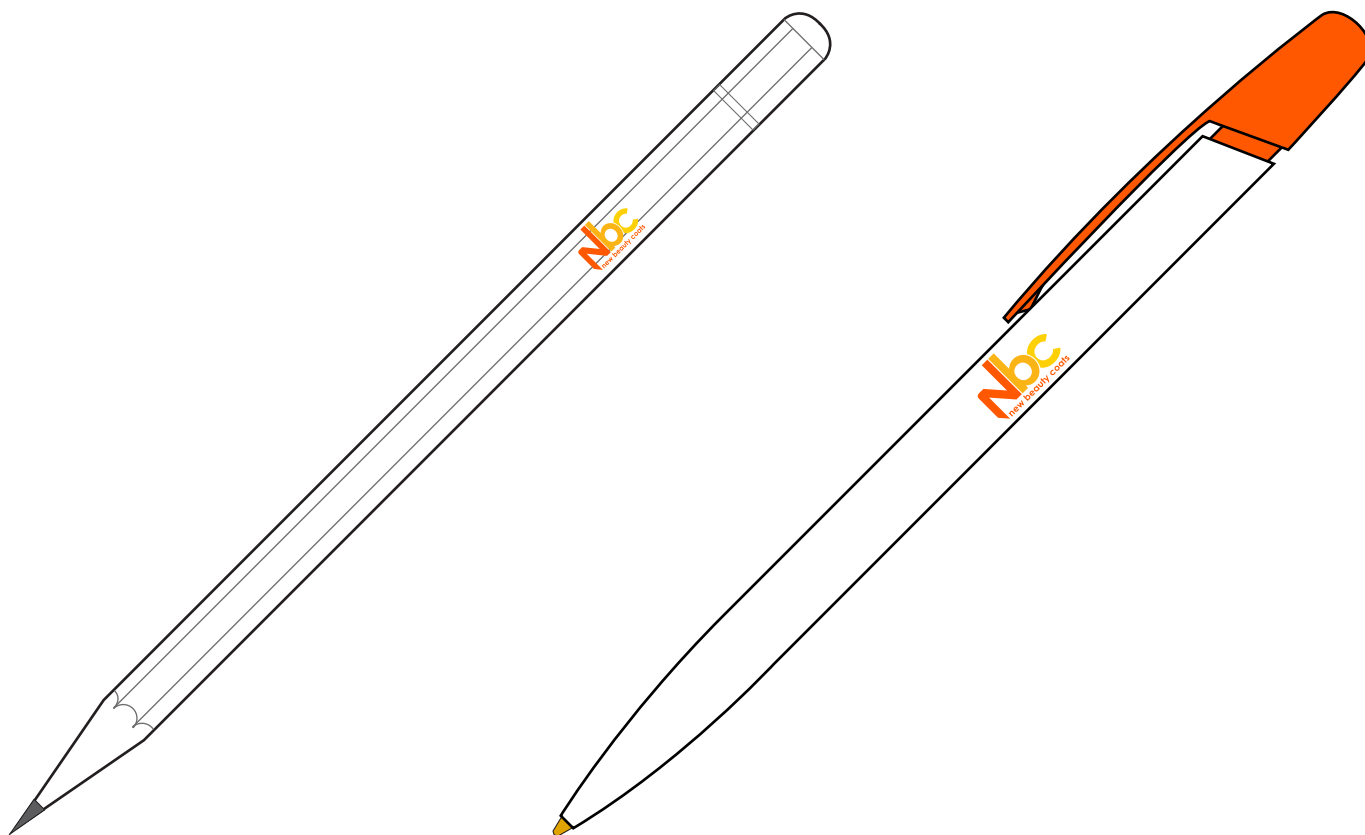


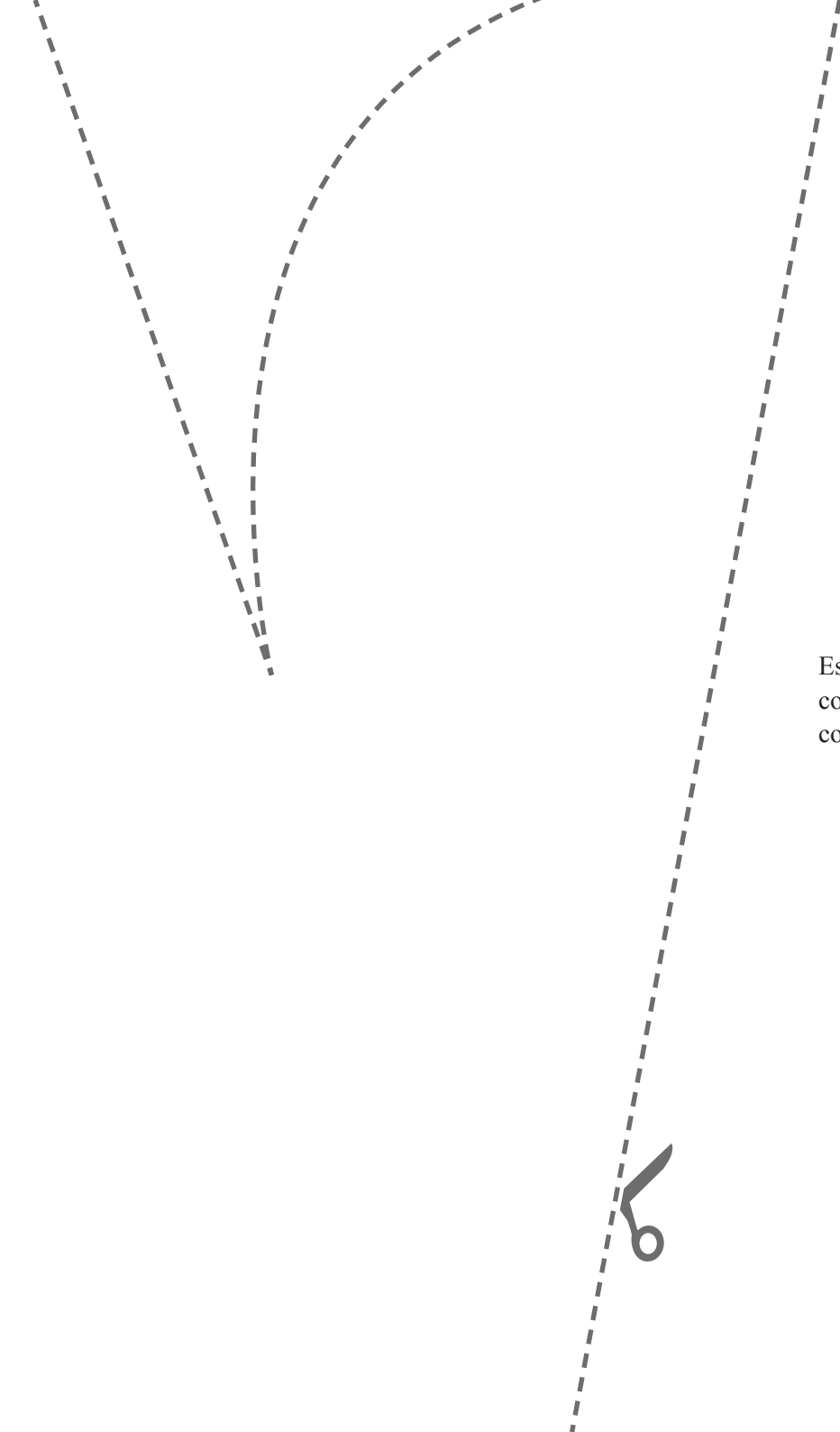


La bolsa de papel está pensada para poner los artículos de compra. Presenta los colores corporativos, con los detalles en naranja.

4.3 Manual de identidad corporativa MERCHANDISING

BOLIGRAFO Y LAPIZ





Estos artículos de merchandising están fabricados con el fondo blanco porque es el color que más contrasta con el logo y subraya las características de la marca.





Bertotti Alessio
Boccardo Francesco
Coco Cinzia
Italiano Caterina
Meysam Nasiri
Voorwinden Emanuela

