

ÍNDICE

PRÓLOGO

03 / Uso de éste manual

ANÁLISIS DE MARCA

04 / Misión y Visión

05 / Target

06 / Brand Ideal

DESARROLLO DE IDENTIDAD

07 / Estrategia Conceptual

LINEAMIENTOS

08 / Logotipo

09 / Isotipo

10 / Area Segura

11 / Colorimetría

12 / Tipografía

14 / Trama

16 / Sistema de Grillas

17 / Estilo Fotográfico

PIEZAS GRÁFICAS

19 / Papelería

21 / Packaging

22 / Indumentaria

23 / Social Media

24 / Web Design

PRÓLOGO

Uso De Este Manual

Este documento ayuda a comprender la naturaleza de la marca **Pau Organic®** para una óptima comunicación visual sea cual sea el medio en el que se difunda. Por favor, tome la información del siguiente manual como una referencia seria y fundamental.



Paola Coronado
CEO FOUNDER

ESTUDIO DE MARCA

Misión y Visión

Misión: Queremos ayudar a las personas a cuidar su piel con productos 100% naturales, brindado bienestar a nuestros clientes con productos de alta calidad a un precio accesible.

Visión: Ser una empresa líder en el mercado peruano de cosméticos naturales, que a través de su variedad de productos entrega siempre a sus clientes lo que buscan y necesitan de la naturaleza.

ESTUDIO DE MARCA

Target

Mujeres emprendedoras y con gran valoración hacia sí mismas. Amantes de los desafíos, dan lo mejor de sí en el ámbito profesional, personal y social. Esta postura ante la vida las ha llevado hacia el camino natural de la vida, en sintonía con la naturaleza y su ser. Y encuentran, en la naturaleza, las herramientas necesarias para auto conocerse y mimarse día a día.

ESTUDIO DE MARCA

Brand Ideal

Pau Organic® existe para promover la asimilación y uso de productos naturales en la vida cotidiana. Un nuevo estilo de vida más saludable y armónico con el la tierra.



DESARROLLO DE MARCA

Estrategia Conceptual

Propósito: Educar al cliente en el uso de productos naturales generando satisfacción.

Compromiso: Aceptarnos como somos.

Intención: Promover la aceptación y amor hacia uno mismo mediante el cuidado personal haciendo uso de productos naturales.

Valores: Amor / Respeto / Honestidad

Amarte es cuidarte naturalmente

Frase principal

Amarse es algo natural

Frase secundaria

LINEAMIENTO

Logotipo

En **Pau Organic**® comprendemos la importancia de la identidad, y que esta debe estar sujeta a los avances tecnológicos, es por eso que nuestro logotipo se adapta a todos los medios disponibles, ya sean digitales como físicos.

Usted podrá elegir entre cuatro modelos diferentes tomando en consideración el rango de altura que el soporte permita. La utilización de estas versiones asegura no solo la mayor versatilidad a la marca, también refleja modernidad, atemporalidad y continuidad.

A - 140 px - (+) / 2,2 cm - (+)

PAU
ORGANIC

B - 58 px - 139 px / 1,1 cm - 2,1 cm

PAU ORGANIC

C - 28 px - 57 px / 0,88 cm - 1 cm

PAU ORGANIC

D - 8 px - 27 px / 0,55 cm - 87 cm

PAU ORGANIC

LINEAMIENTO

Isotipo

El isotipo de **Pau Organic**® también posee distintas versiones y aunque su uso frecuente no es recomendado permanentemente, es indispensable también considerad el tamaño del área donde será incluido.

Nuestro isotipo posee tres versiones diferentes, cada una más sintética que la anterior, suponiendo que el tamaño en el cual será presentado es más reducido.



3 x



1 x



1/2 x



1/4 x

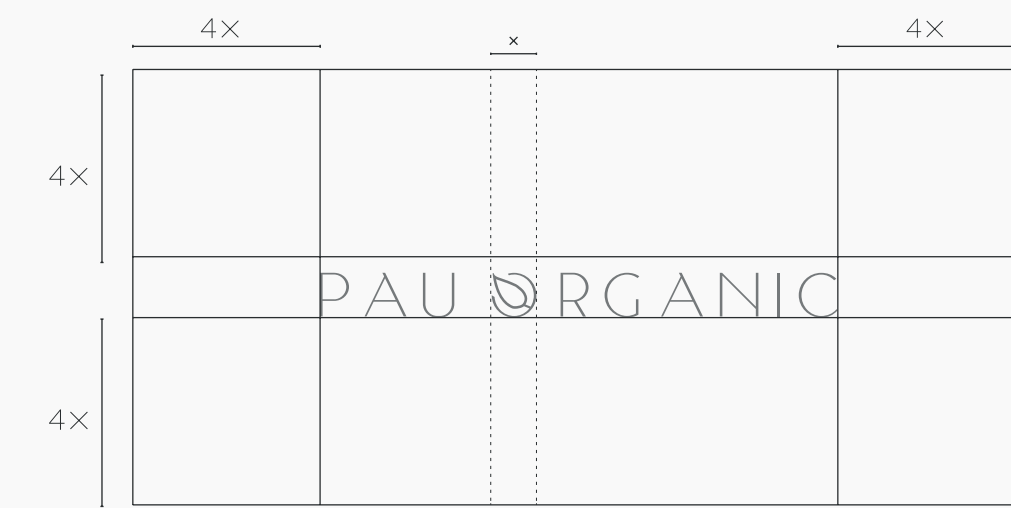
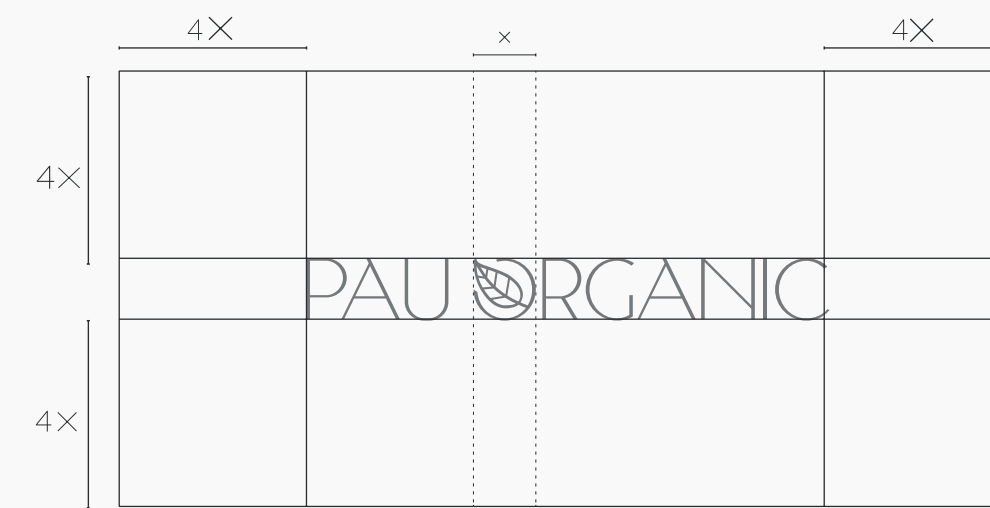
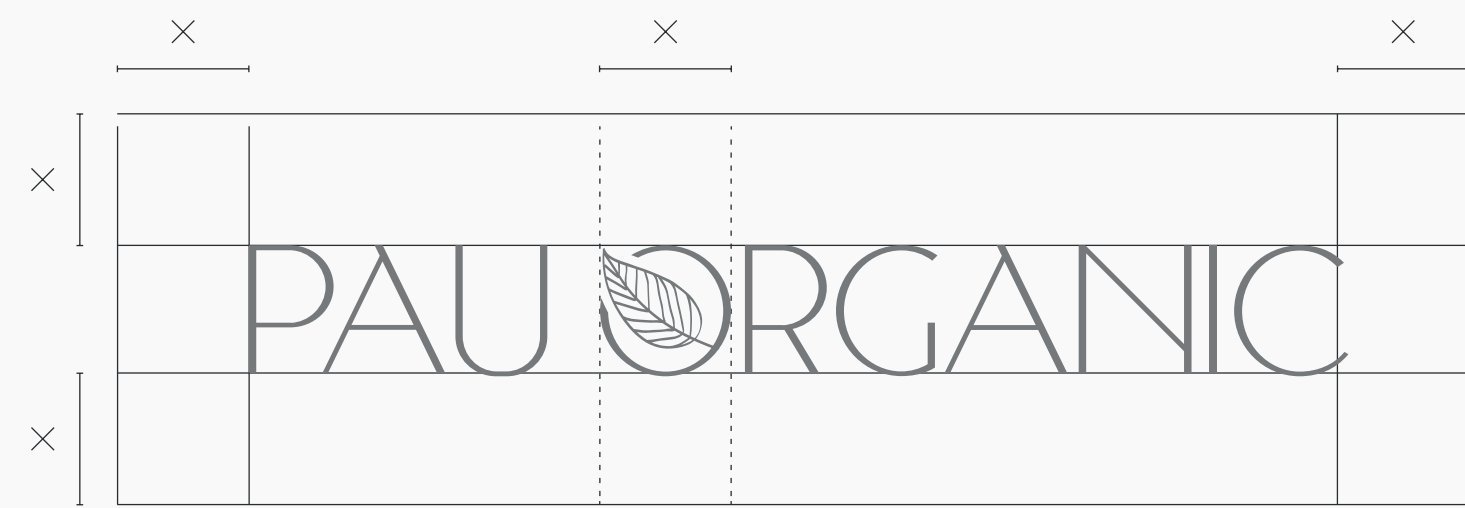
LINEAMIENTO

Area Segura

El area segura o area de seguridad es el perímetro mínimo que debe ser respetado para la correcta identificación y lectura de nuestra marca en el entorno deseado.

Llamaremos como punto X a la unidad de medida para esta función. La unidad podrá ser extraída del ancho del isotipo dentro del logotipo o bien del alto del espacio del interlineado del logotipo original.



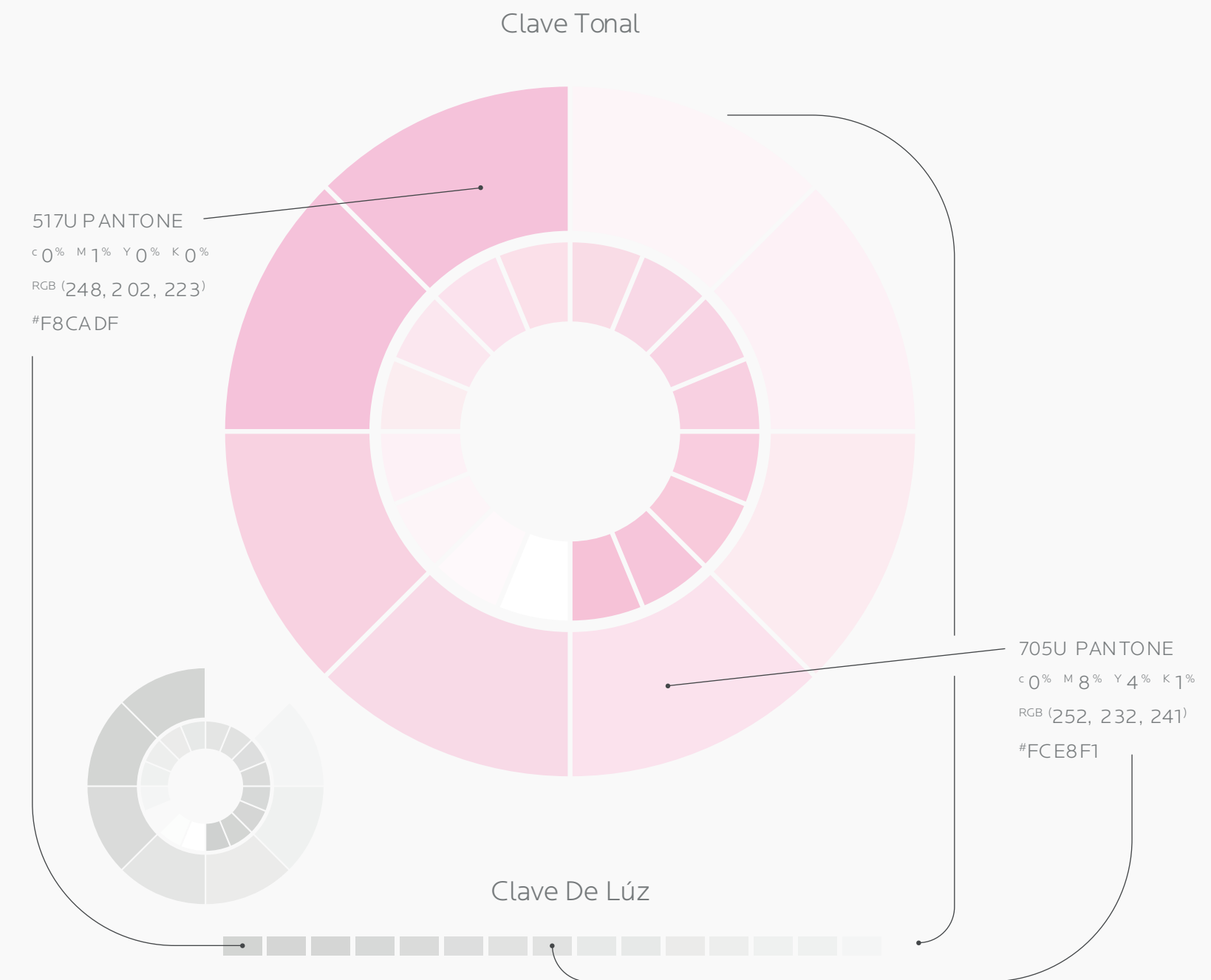


LINEAMIENTO

Colorimetría

Pau Organic® utiliza el rosa pastel como color predominante y en contraste con el blanco o algún otro tono rosa de mayor clave luminica.

Es indispensable que que dicho contraste sea respetado siempre ya que el color es una fuente de indentidad muy importante dentro de nuestra marca.



LINEAMIENTO

Tipografía

Contamos con 2 tipografías muy contrastadas. Locator se utilizará para la gran mayoría de contenido en cualquiera de sus versiones como Light, Regular o Bold. Su estilo sans-serif y curvas denotan ligereza , calidez y versatilidad.

Mientras que la tipografía Garamond con sus remates y pronunciados denota autoridad, experiencia y seriedad. Esta fuente se reserva para uso exclusivo de títulos o keywords muy específicos.

Locator

Font Family

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ñopqrstuvwxyz

Caja Baja

Locator Regular

A B C D E F G H I J
K L M N Ñ O P Q R
S T U V W X Y Z

Caja Alta

Locator Italic

EB Garamond

Font Family

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ñopqrstuvwxyz

Caja Baja

EB Garamond Regular

A B C D E F G H I J
K L M N Ñ O P Q R
S T U V W X Y Z

Caja Alta

EB Garamond Italic

LINEAMIENTO

Trama

Las tramas o patrones será usado con discreción y en situaciones concretas, sobre todo para materiales físicos como papelería o packaging. Bajo la técnica de hot stamping.



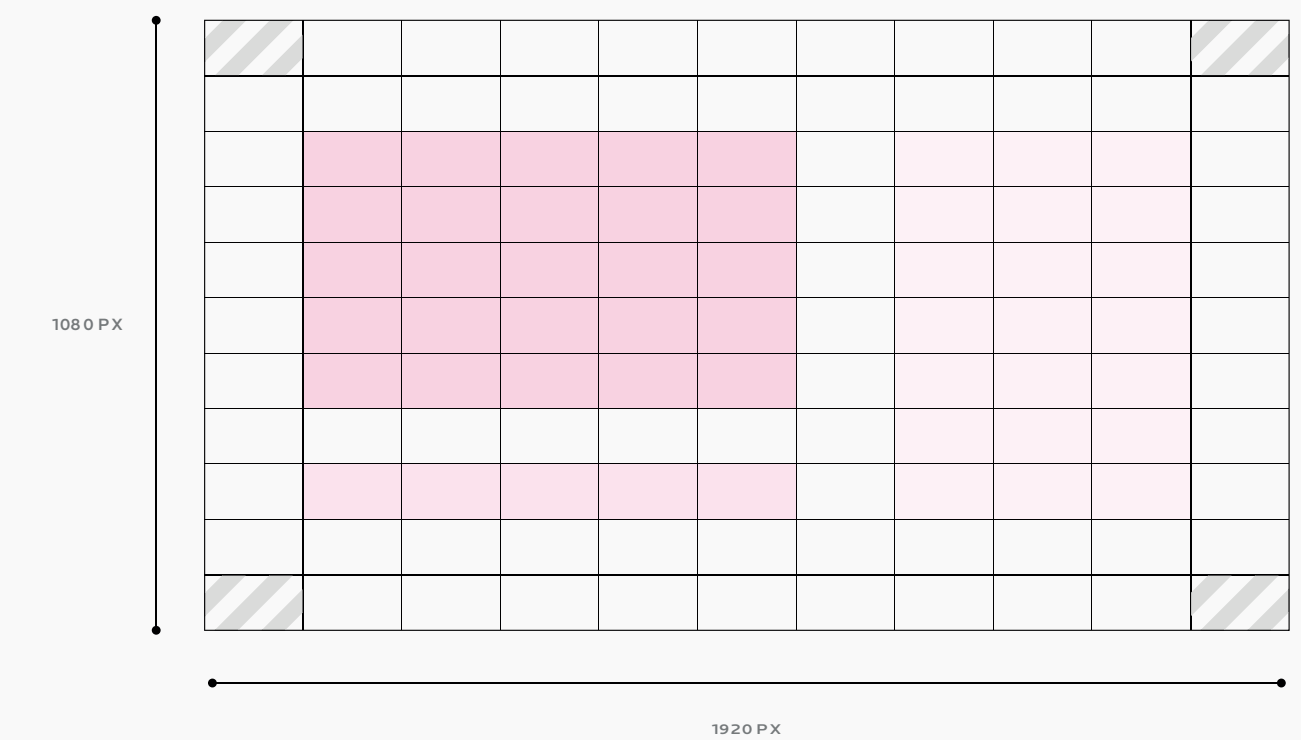
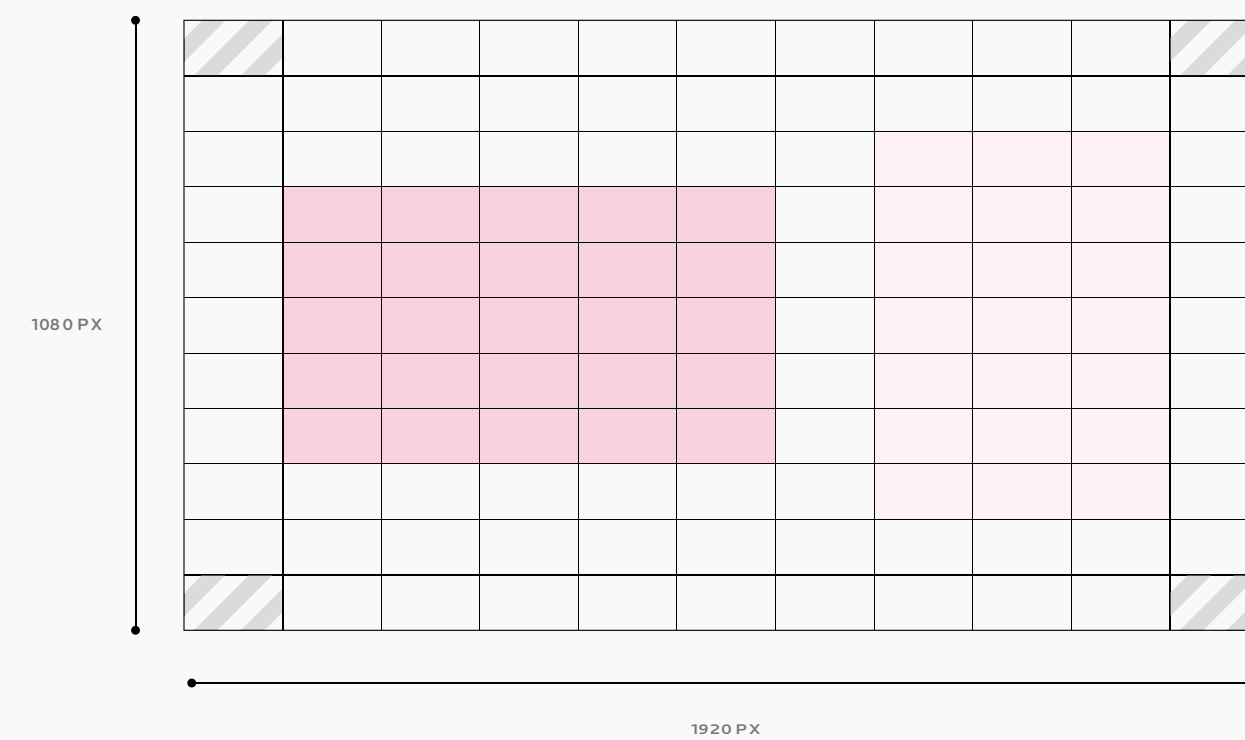
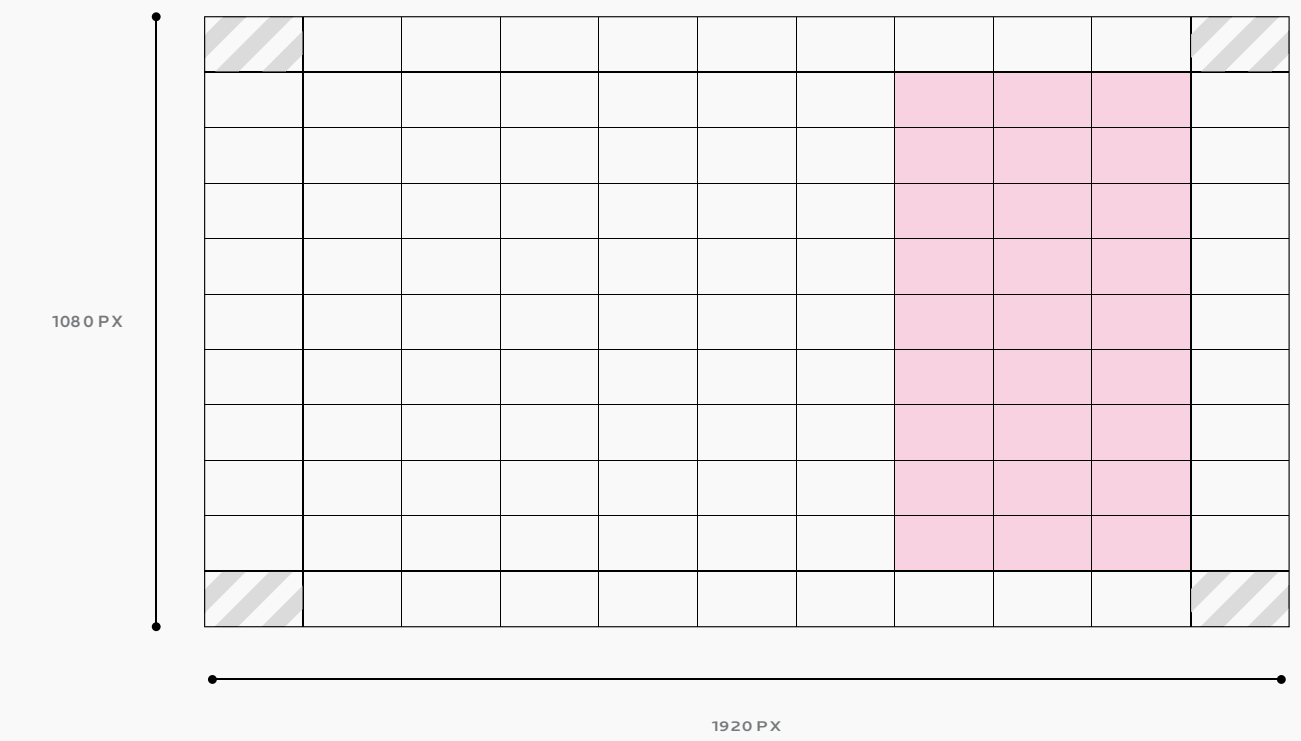
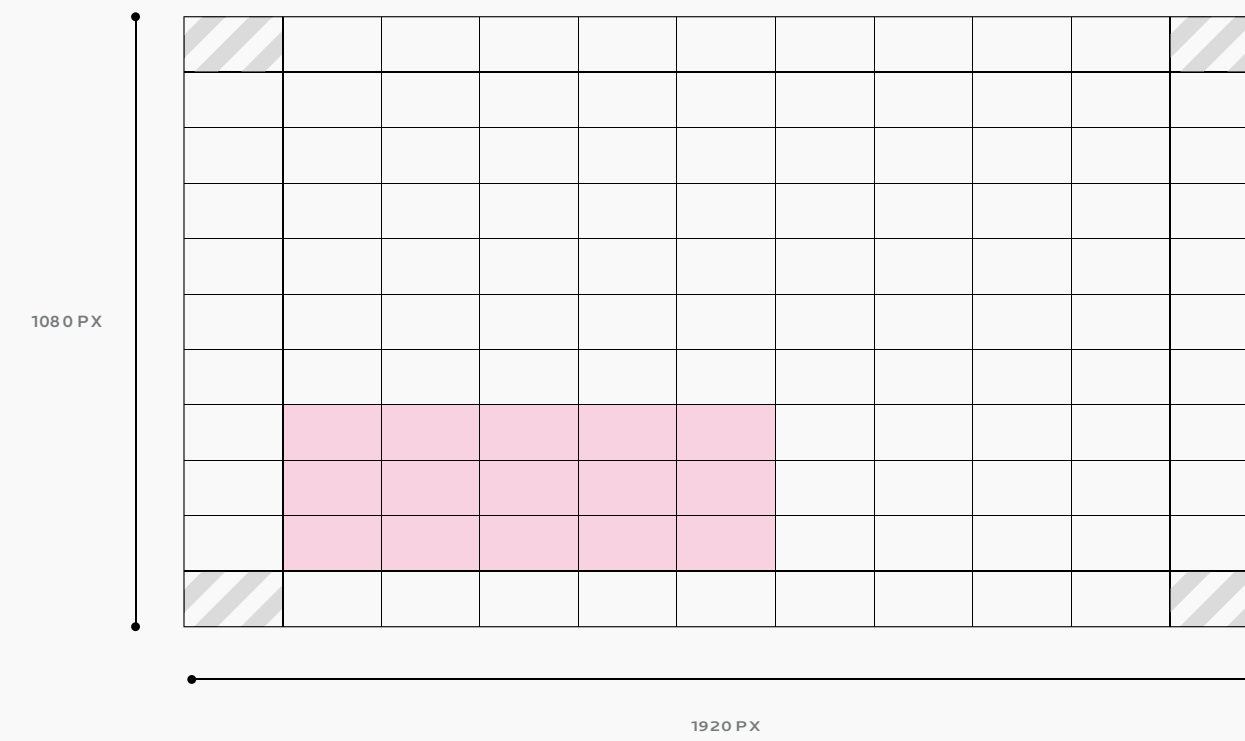
LINEAMIENTO

Sistema de Grillas

El sistema de grillas servirá para ordenar todo el contenido que **Pau Organic**® presente ya sea de manera física como digital.

La base de esta grilla se compone del perímetro total del área a utilizar dividida entre 11 teniendo como número de referencia el ancho. Una vez hecha la reducción se procederá a llenar el área con estos pequeños bloques.

El área de seguridad será definido por los cuatro bloques en los extremos. Esta no es una regla a seguir todo el tiempo, usted podrá romper el área segura siempre y cuando la pieza no influya o se deje influenciar por contenido ajeno que dificulte o malinterprete el mensaje original.



LINEAMIENTO

Estilo Fotográfico

El estilo fotográfico deberá buscar siempre la luminosidad, fondos preferentemente claros o cremas trate, por favor, de involucrar elementos de la naturaleza en todo momento sin llegar a saturar la pieza.



PIEZAS GRÁFICAS

Papelería

Aquí podrá poner en ejecución todo lo dicho anteriormente. Elementos como tipografía, color, área segura y grilla en conjunción son los que dan forma a nuestra identidad de manera coherente.



PIEZAS GRÁFICAS

Packaging

Aquí podrá poner en ejecución todo lo dicho anteriormente. Elementos como tipografía, color, área segura y grilla en conjunción son los que dan forma a nuestra identidad de manera coherente y armónica con toda la línea de productos.



PIEZAS GRÁFICAS

Indumentaria

Para un trabajo sobre prendas utilice el logotipo en su versión B, la cual puede encontrar en éste documento.

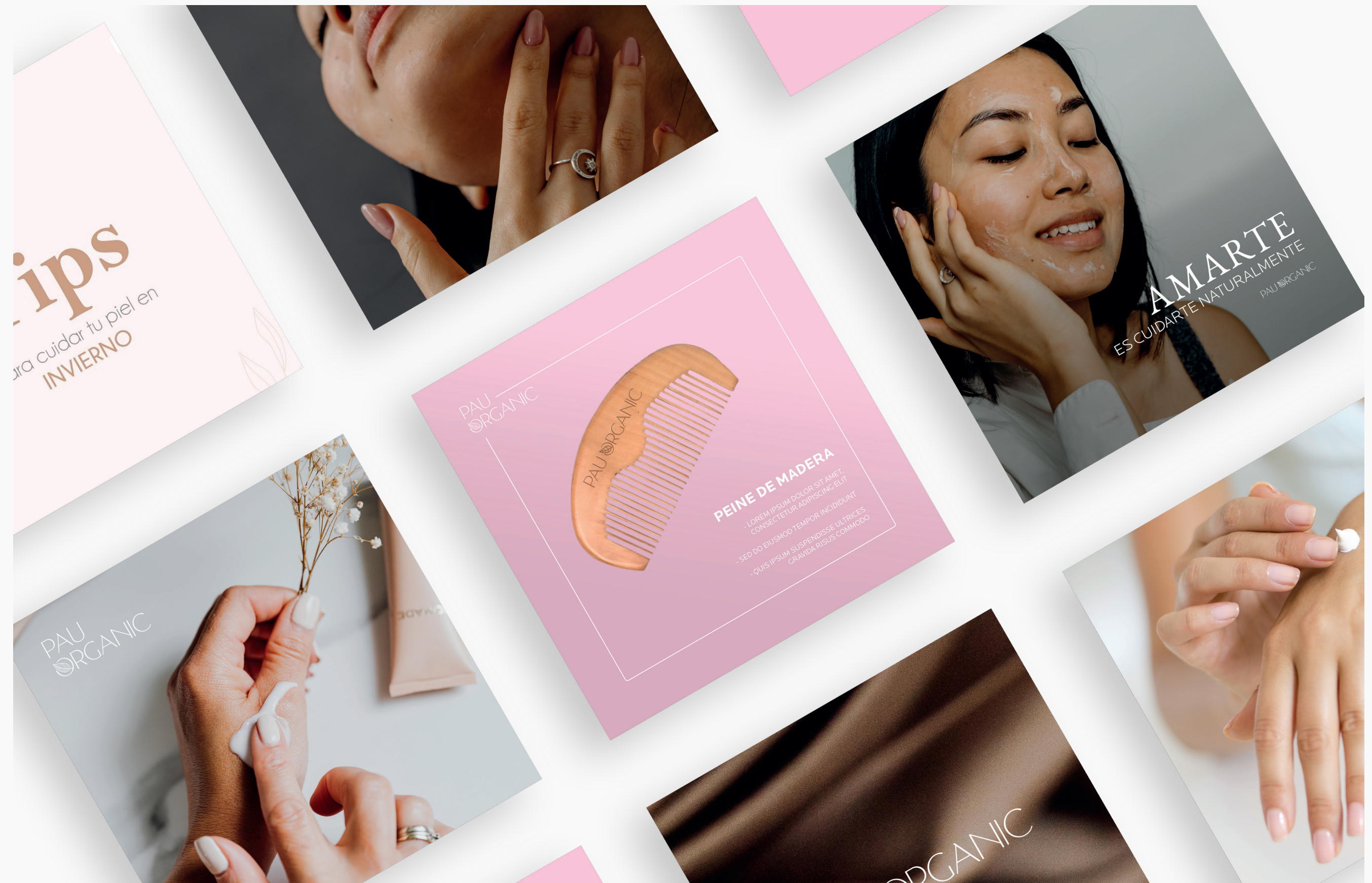
Recomendamos el uso de vinilo textil adherido con la técnica de sublimación sobre algodón ya que la definición de las letras será mejor que una serigrafía.



PIEZAS GRÁFICAS

Social Media

La comunicación de **Pau Organic**® en redes sociales debe reflejar todo lo comprendido en este manual. Desde las fotos hasta el uso tipográfico.



PIEZAS GRÁFICAS

Web Design

La página web de **Pau Organic**® deberá trabajar sobre un fondo blanco y usar la tipografía "Locator" en sus diferentes variantes.

