

GROD[®]



IMPORTADORA

INTRODUCCIÓN

Este manual de Identidad Corporativo recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de GROD. Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografía y las aplicaciones cromáticas, la marca.

Debidamente aplicado, este manual asegura la consecución de una imagen homogénea, atractivo y fácilmente identificable, a la vez optimiza la eficacia de sus comunicaciones.



ÍNDICE

01

CREACIÓN LA MARCA

Logotipo
Isotipo
Tipografía
Colores
Variantes

02

USOS DE LA MARCA

Variantes de color
Usos básicos de la tipografía
Matriz de aplicación
Área de reserva y reducción
Usos incorrectos de la marca

03

PROYECCIÓN LA MARCA

Papelería
Paquetería
Publicidad exterior
Redes sociales



LOGOTIPO

La tipografía utilizada para la construcción del logotipo Neogrotesk Ess Black Regular esta tipografía fue personalizada y estilizada para darle elegancia a la marca, la letra G se le realizaron alteraciones, al igual que parte de las otras letras que componen el logotipo.

Neogrotesk es la elección perfecta para el diseño editorial, corporativo y publicitario, por ser una tipografía con carácter y elegancia, siendo la tipografía idónea para este proyecto.

GROD



ISOTIPO

Partiendo del punto inicial en el que **Grod Importaciones** es una marca que se dedicara al mundo de la belleza, se realizó una exhaustiva búsqueda donde se encontró a venus la diosa de la belleza, tomando como principal inspiración el cuadro “El nacimiento de venus” en el cual venus esta posando desnuda encima de una concha marina, en búsqueda de simplificar esta idea se encontró un fenómeno natural conocido como la danza de venus(planeta asociado de a la diosa de igual manera) el cual forma una flor al concluir cierta cantidad de rotaciones alrededor del planeta tierra, juntando estas dos ideas se llegó a la construcción de un isotipo fácilmente reconocible en el cual se puede observar la silueta simplificada de la venus en los espacios negativos, la concha en la cual esta postrada esta representada en los pétalos y el punto en la zona inferior.



TIPOGRAFÍA

La familia de Montserrat es tipografía neutra y se adaptan a cualquier situación. Es moderna y profesional, fue creada por la diseñadora Julieta Ulanovsky. Tomó como fuente de inspiración la arquitectura, los viejos carteles, los letreros luminosos y las marquesinas del barrio bautizado con el mismo nombre en Buenos Aires. La intención de Ulanovsky era rescatar la belleza de la tipografía urbana de la primera mitad del siglo XX.

Es una tipografía que se caracteriza por contener contrastes finos y gruesos en sus formas. Además, también contiene unos remates delgados que los caracterizan mucho, siendo elegante y que va muy bien con la marca de Grod ya esta tipografía llena de belleza diseñada por una mujer. Definitivamente, una tipografía que va muy bien con la personalidad que inspira la marca, la belleza y feminidad.

MONTSERRAT
Bold

MONTSERRAT
Regular

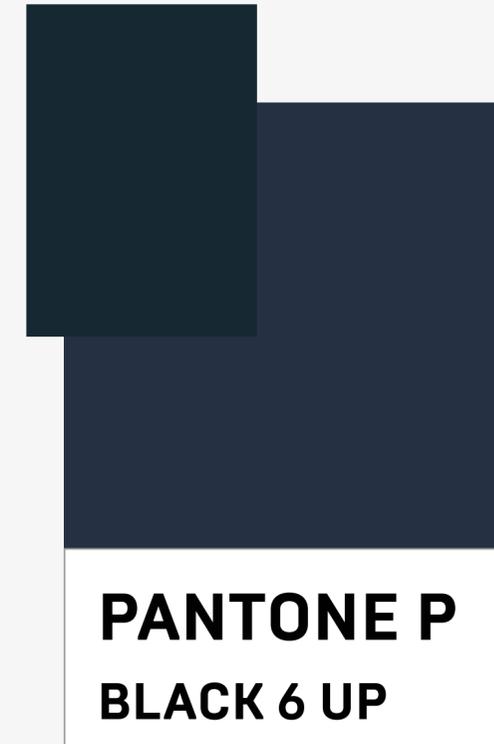


COLORES

Los colores corporativos son una parte muy importante de la identidad visual de nuestra marca. Usados apropiadamente, podemos establecer una relación directa entre los colores y la marca.



06/60/74
#DDBCA0
95/60/48/49



19/167/157
#1A2930
76/7/44/0



228/228/228
#1D1D1B
13/9/10/0



VARIANTES

A la hora de elegir el logotipo a aplicar, la versión en negativo tiene preferencia sobre la versión en positivo

GROD[🌿]



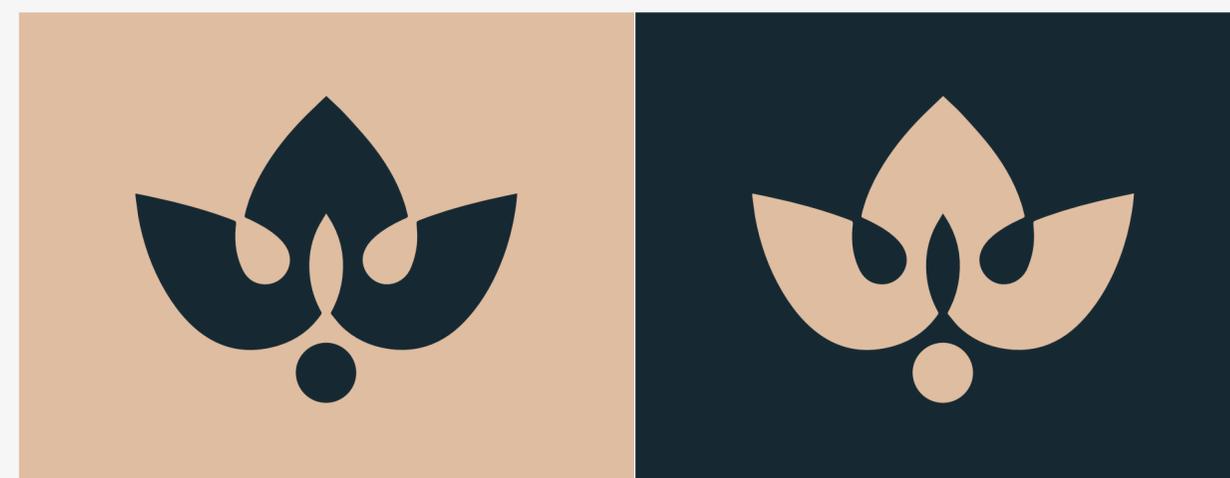
GROD
IMPORTADORA

GROD[🌿]
IMPORTADORA

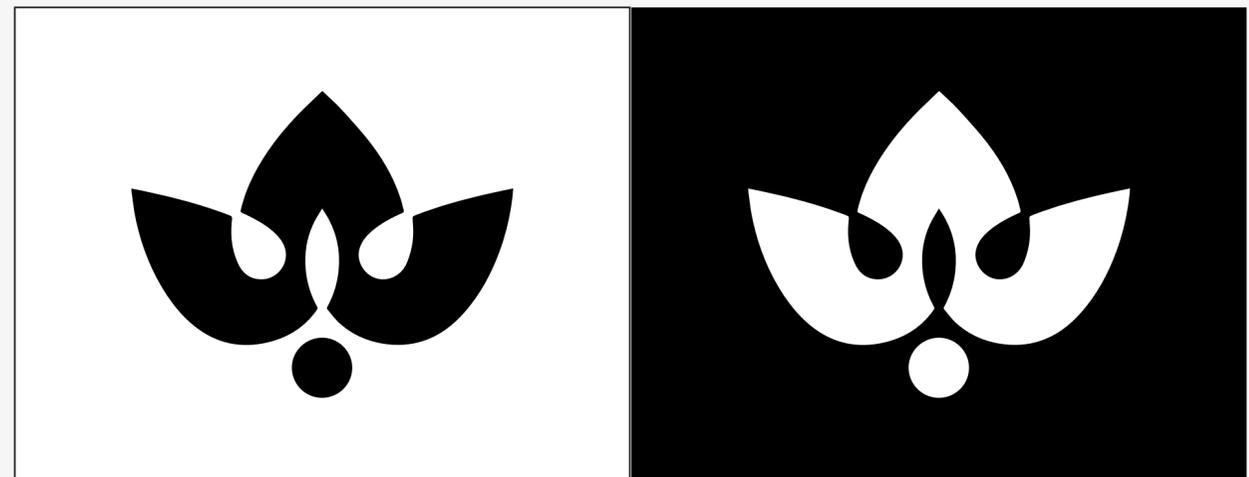


VARIANTES DE COLOR

Según las características de producción podemos escoger entre las diferentes versiones de color y formato más apropiado, el logo puede usarse en los distintos colores de la marca.



VERSIÓN POSITIVO Y NEGATIVO



USO BÁSICO DE LA TIPOGRAFÍA

El uso de la tipografía debe ser consistente, se debe utilizar en todas las comunicaciones: folletos, postres, papelería y cualquier otra aplicación gráfica que lleve texto. De esta manera, combinando los mensajes, las imágenes y la tipografía, la comunicación de la marca logrará tener el impacto adecuado.

MONTSERRAT
Bold

MONTSERRAT
Regular



MATRIZ DE APLICACIÓN

- A** Fondo Color Orange
- B** Fondo Blanco
- C** Fondo Colores Claros
- D** Fondo Colores Oscuros
- E** Fondos Fotografías Claras
- F** Fondos Fotografías Oscuras

	Versión color Positiva	Versión monocromática Positiva	Versión de color Negativa	Versión monocromática Negativa
A	X	GROD [®]	GROD [®]	GROD [®]
B	GROD [®]	X	GROD [®]	GROD [®]
C	GROD [®]	GROD [®]	X	GROD [®]
D	GROD [®]	X	X	GROD [®]
E	GROD [®]	X	X	GROD [®]
F	GROD [®]	X	X	GROD [®]
	X	GROD [®]	GROD [®]	X



ÁREA DE RESERVA Y REDUCCIÓN

La marca necesita un área que le permita respirar y que no se vea Invadida por otros elementos gráficos, Para esto definimos un perímetro de seguridad usando la circunferencia isotipo.

Existe un tamaño mínimo de 30 mm de ancho para impresiones y 115 px de ancho para entornos digitales. Reproducir la marca a un tamaño inferior afecta seriamente es legibilidad.



USO INCORRECTO DE LA MARCA

Para evitar que la identidad de GROD IMPORTADORA se vea dañada, el logotipo principal y sus versiones no deben sufrir ningún tipo de alteración. Siempre se deben recurrir a los archivos originales y cuidar de no de formarlos durante la manipulación.

A continuación se muestran los errores más comunes que pueden ocurrir con la marca y que deben evitarse.

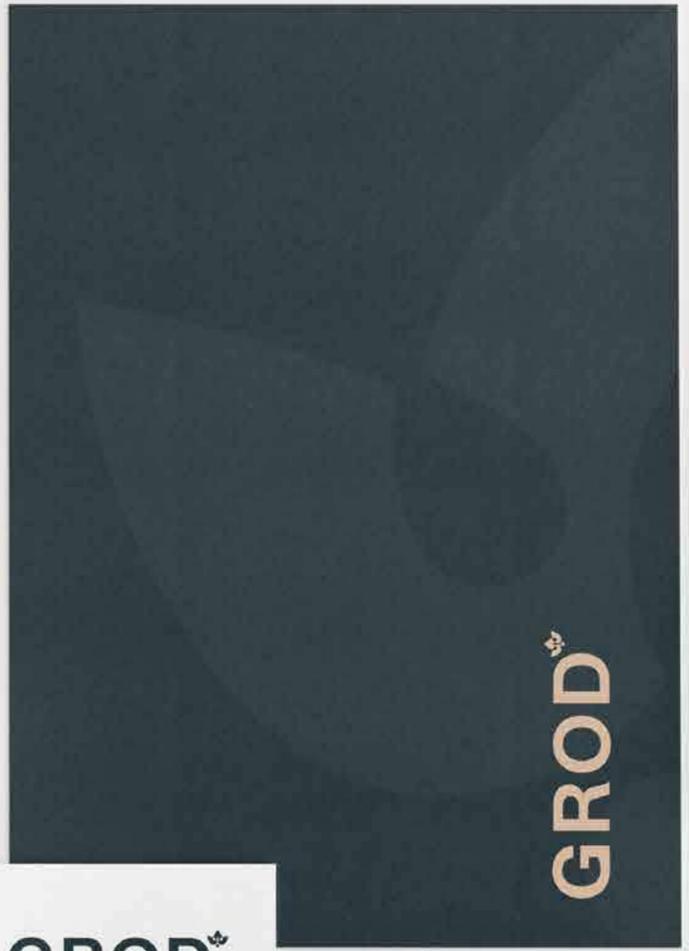
COLORES QUE NO SEAN DE LA MARCA.

DEFORMACIÓN DEL LOGO.

INCLINACIÓN NO PERMITIDA.



PAPELERÍA



PACKAGING



PUBLICIDAD EXTERIOR

GROOD 



SOCIAL MEDIA

Los Mockups se utilizan habitualmente en la fase inicial del desarrollo de un proyecto, como podría ser la creación de una red social, web o una app, por ejemplo. Así, se presenta la apariencia de la plataforma, a la vez que se realiza un control de calidad de la misma.

