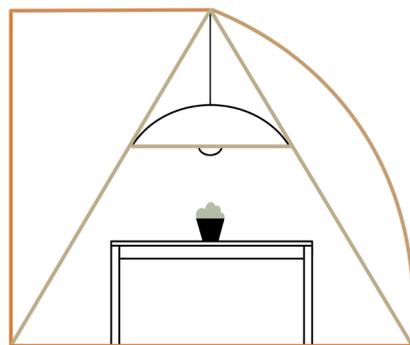
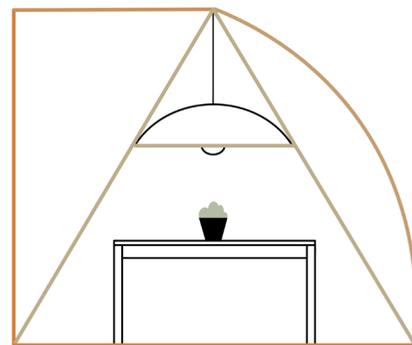


# MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA



**LA LOJA DE ANA**  
*muebles y decoración*



**LA LOJA DE ANA**  
*muebles y decoración*

Diseñado por:  
Gloria Cantillo Rodríguez

Manual de Identidad Visual Corporativa  
Universidad de Sevilla

# CONTENIDO

## 0. INTRODUCCIÓN

## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.1. LA MARCA

- Isologo
- Marca gráfica principal
- Construcción gráfica
  - Réticula
  - Área de seguridad
  - Reducción mínima
- Otras variaciones del isologo

### 1.2. NORMAS DE UTILIZACIÓN DE LA MARCA

- Usos de la marca en casos especiales
- Usos incorrectos de la marca

### 1.3. TIPOGRAFÍA

- Tipografía principal corporativa
- Tipografía complementaria

### 1.4. PALETA CROMÁTICA

- Colores primarios
- Colores secundarios

## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

- Hoja de carta y sobre americano
- Sobre de bolsa C4
- Carpeta de uso interno
- Tarjeta visita

## 3. APLICACIONES ARTÍCULOS CORPORATIVOS

- Material escritura
- Sello
- Etiqueta
- Bolsas corporativas
- Caja de envío

## 4. ONLINE

- Página web versión ordenador
- Página web versión móvil

## 5. IMAGINERÍA

# INTRODUCCIÓN

La identidad visual exige un proceso de traducción simbólica que consiste en llevar a cabo un proceso de identificación de los atributos, valores más característicos de la marca y llevarlo a una representación de imagen visual. El uso de elementos gráficos es fundamental para: transmitir los mensajes que nos hayamos propuesto, reflejar la identidad de la marca y acercar nuestros valores a los consumidores.

El Manual de Identidad Corporativa es un documento en el que se concretan y sistematizan la normativa y las orientaciones que se derivan del diseño de un programa de identidad gráfica. Este sirve de referencia para todos los departamentos, estamentos y colaboradores implicados en la comunicación de la marca.

Por ello, aquí se proporciona la información, normas e instrucciones necesarias para describir, de manera clara e inequívoca, la identidad corporativa de La Loja de Ana, y así asegurar su correcta aplicación en cualquier situación.

Es fundamental la aplicación de las normas descritas en este manual, ya que solo así se logrará una imagen corporativa homogénea, atractiva y fácilmente identificable, con la cual se optimiza la eficacia de sus comunicaciones.

# **1** ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

# 1.1. LA MARCA

## ISOLOGO

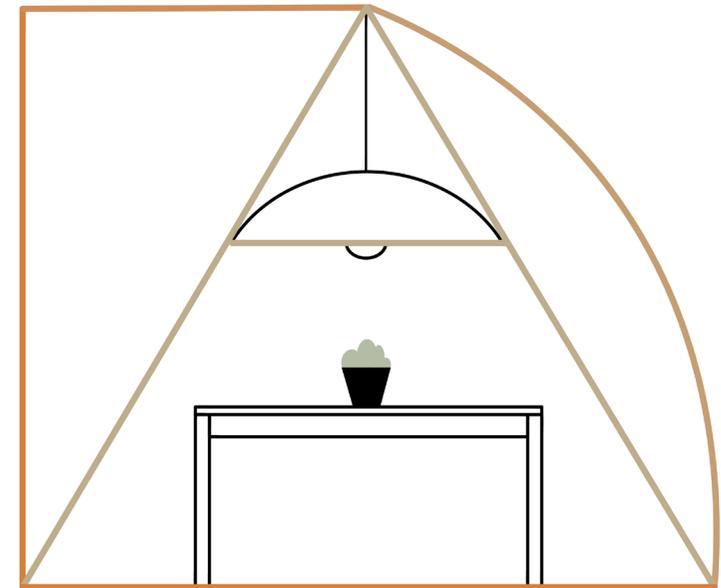
El isologo de la marca está conformado por su nombre “La Loja de Ana” junto con el identificador “muebles y decoración”. Ambos nombres se encuentran en distintas tipografías para así poder diferenciarlas, de esta forma, cada parte cobra importancia.

En cuanto al diseño gráfico, la composición del isologo trata de un anagrama que recoge las iniciales del nombre de la marca “La Loja de Ana”. A su vez, se ha aprovechado el espacio central para introducir elementos visuales característicos y fácilmente reconocibles como es la lámpara, la maceta y la mesa.

Por otra parte, el isologo juega con las líneas rectas y curvas para así crear esta composición moderna y sencilla. Gracias a la tipografía utilizada en el descriptor de “muebles y decoración”, el diseño toma cierto dinamismo.

Todo esto en conjunto conforman la imagen que queremos transmitir de elegancia y exclusividad.

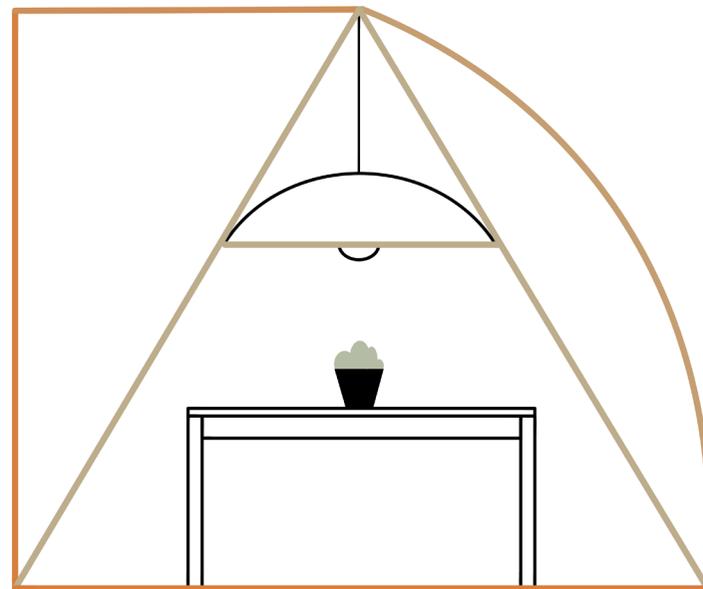
Aunque el logo principal está diseñado con los principales colores corporativos, puede encontrarse en su versión positiva y negativa para que se pueda adaptar a cualquier formato.



**LA LOJA DE ANA**  
*muebles y decoración*

## MARCA GRÁFICA PRINCIPAL

La principal forma de reproducir la marca gráfica corporativa será en los colores corporativos sobre un fondo transparente.



**LA LOJA DE ANA**  
*muebles y decoración*



# CONSTRUCCIÓN GRÁFICA

## Área de seguridad

Se ha establecido un área de seguridad en torno al isologo. Deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.

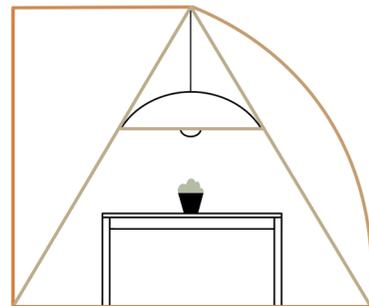


# CONSTRUCCIÓN GRÁFICA

## Reducción mínima

En este apartado se establecen los tamaños mínimos de reproducción impresa y digital.

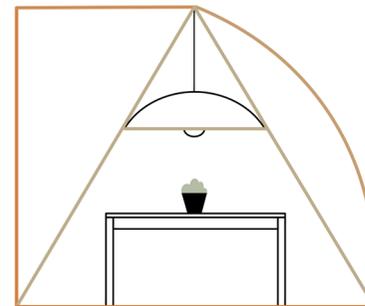
Medios impresos



**LA LOJA DE ANA**  
*muebles y decoración*

25 mm

Medios digitales



**LA LOJA DE ANA**  
*muebles y decoración*

110 px

## OTRAS VARIANTES DEL ISOLOGO

El isologo siempre se representará en su forma original junto con los colores corporativos. Las variaciones del isologo se podrán usar para reemplazar al isologo principal (pero nunca se usará directamente junto al isologo principal).

En el caso de que el isologo no pueda representarse en su versión principal, se deberá seguir el modelo de reproducción de la identidad corporativa en blanco y negro.

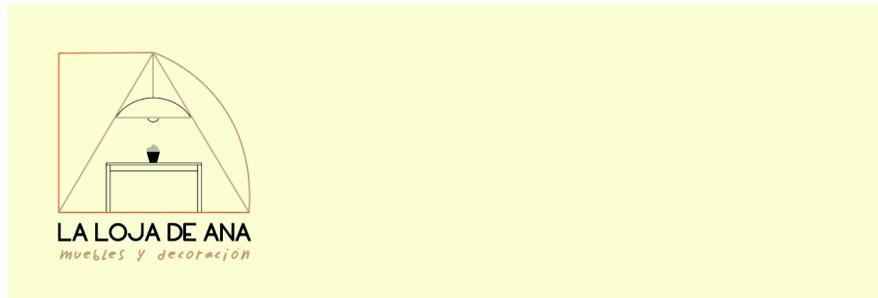


## 1.2. NORMAS DE UTILIZACIÓN DE LA MARCA

## USO DE LA MARCA EN CASOS ESPECIALES

La marca siempre deberá representarse en sus diferentes variaciones sobre fondos no corporativos e imágenes respetando siempre la legibilidad del isologo.

Fondo de color claro no corporativo



Fondo de color oscuro no corporativo



Imagen o fotografía con dominante clara



Imagen o fotografía con dominante oscura



## USOS INCORRECTOS DE LA MARCA

A continuación se mostrarán algunos ejemplos de aplicación incorrecta del isologo. La marca debe reproducirse siempre siguiendo los estándares corporativos.

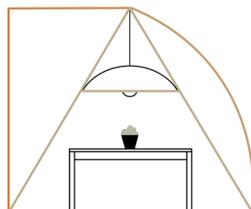
Mal uso o modificación de los colores corporativos



Distorsión de las proporciones horizontal y vertical



Cambios en la distribución o eliminación de elementos



Cambio de tipografía



Uso de efectos



# 1.3. TIPOGRAFÍA

## TIPOGRAFÍA PRINCIPAL CORPORATIVA

El isologo está compuesta por dos tipografías principales, ambas tratan de tipografías sin serifa, la cual resulta más agradable a la lectura y se adapta mejor a las diferentes aplicaciones digitales.

La primera de estas pertenece a la familia tipográfica **Luam** en su versión Bold, es una tipografía moderna y legible. Esta tipografía puede ser utilizada en titulares y encabezamiento en los documentos (versión Bold y Regular).

En cuanto a la segunda tipografía pertenece a la familia tipográfica **Heart Vibes** en su versión Regular, trata de una tipografía de estilo más informal y ofrece personalidad. Se uso está restringido solo y únicamente como identificador dentro del isologo. No debe ser utilizada más que para ese fin.

### Luam Bold

aA ABCDEFGHIJKLMNOP-  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñop-  
qrstuvwxyz  
0123456789 (,.;;&%.)

### Luam Regular

aA ABCDEFGHIJKLMNOP  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñop  
qrstuvwxyz  
0123456789 (,.;;&%.)

### Heart Vibes

aA ABCDEFGHIJKLMN  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno  
pqrstuvwxyz  
0123456789 (,.;;&%.)

## TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

La tipografía secundaria se utilizará en caso de razones técnicas que no permitan el uso de la corporativa. Se trata de la Helvetica LT Std en sus versiones Bold, Oblique y Light.

Se recomienda su uso para cuerpo de texto en todas las publicaciones e impresos.

### Helvetica LT Std Bold

**aA** | ABCDEFGHIJKLMN-  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñop-  
qrstuvwxyz  
0123456789 (,.;;&%)

### *Helvetica LT Std Oblique*

*aA* | ABCDEFGHIJKLMN-  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
*abcdefghijklmnñop-*  
*qrstuvwxyz*  
*0123456789 (,.;;&%)*

### Helvetica LT Std Light

aA | ABCDEFGHIJKLMN-  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñop-  
qrstuvwxyz  
0123456789 (,.;;&%)

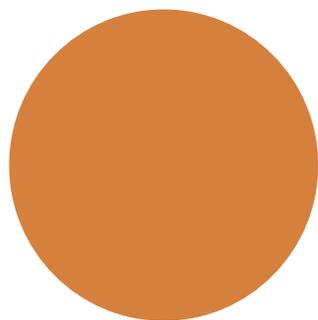
# 1.4. PALETA CROMÁTICA

## COLORES PRIMARIOS

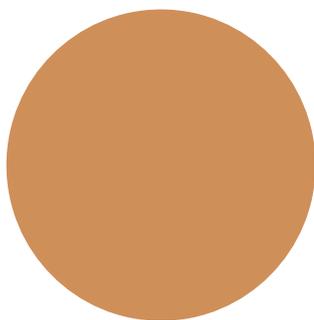
Los colores primarios elegidos juegan un papel importante en la transmisión de significado, todos ellos evocan el sentimiento de medioambiente mientras que los tonos marrones recuerdan a los colores de la madera, asociando de esta forma los tonos directamente con el sector en el que operamos.

De entre los tonos marrones y naranjas destaca, en centro del símbolo, un tono verde que, además de reforzar la idea de medioambiente, se asocia a la innovación y la modernidad.

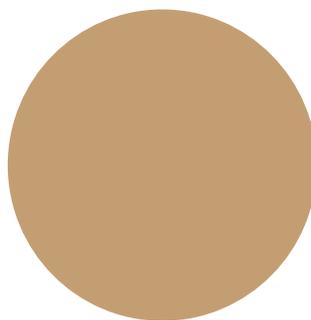
Por otro lado, el tono negro se ha incorporado en la tipografía y actúa como color primario, ya que ofrece esa exclusividad y elegancia que queremos transmitir.



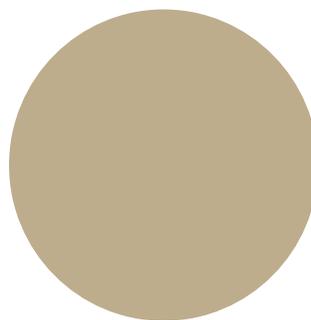
RGB: 214 127 62  
CMYK: 13 56 81 3  
Hex: #D67F3E  
Pantone 7412 C



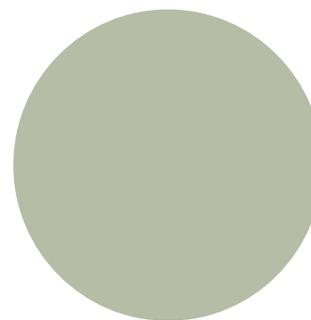
RGB: 206 142 88  
CMYK: 17 47 69 5  
Hex: #CE8E58  
Pantone 2432 C



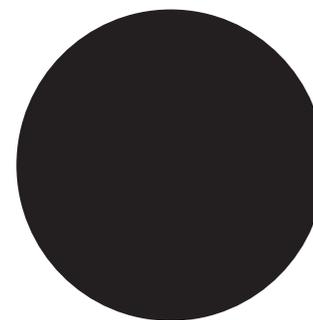
RGB: 197 158 114  
CMYK: 21 36 57 9  
Hex: #C59E72  
Pantone 4254 C



RGB: 189 173 140  
CMYK: 26 27 45 8  
Hex: #BDAD8C  
Pantone 4241 C



RGB: 180 188 166  
CMYK: 34 18 37 3  
Hex: #B4BCA6  
Pantone 4177 C

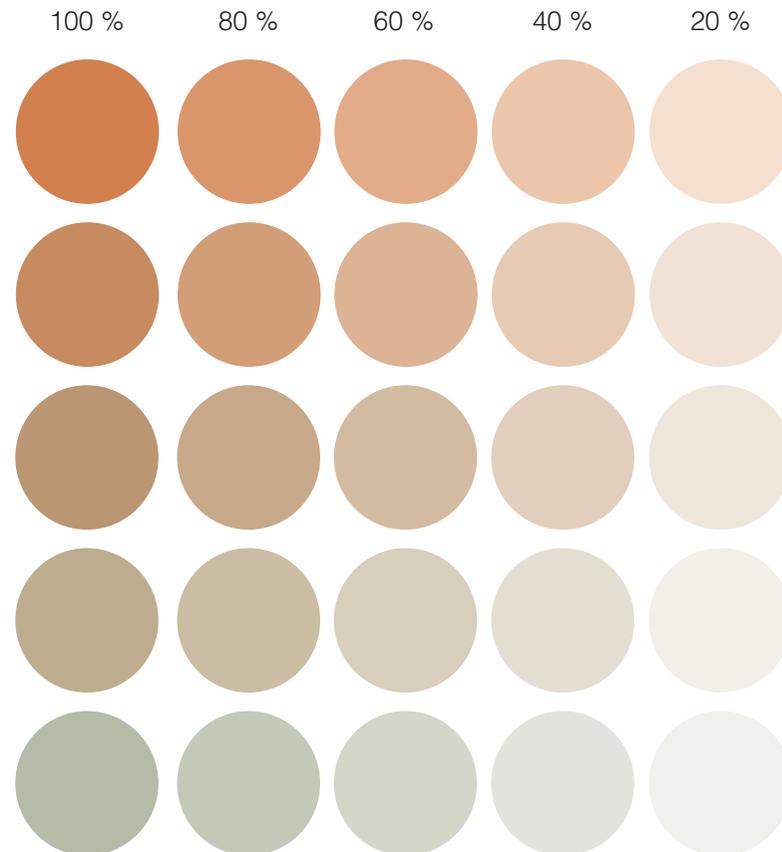


RGB: 0 0 0  
CMYK: 0 0 0 100  
Hex: #000000  
Pantone BLACK 6 C

## COLORES SECUNDARIOS

Los colores secundarios se usarán siempre y cuando sean necesarios. Dentro de los colores secundarios estarán el blanco y todas las opacidades de los colores primarios (excepto el tono negro).

No se acepta ningún otro color como secundario.



# **2** | PAPELERÍA CORPORATIVA

La identidad visual de La Loja de Ana quedará reflejada en todos los elementos que se utilicen tanto dentro del establecimiento como los que son concebidos para usarse fuera del mismo, con el objetivo de que sean fácilmente identificables.

Todos nuestros productos corporativos estarán fabricados con materiales sostenibles y reciclados, manteniendo siempre los colores corporativos.

# HOJA DE CARTA Y SOBRE AMERICANO



# HOJA DE CARTA Y SOBRE AMERICANO



**Ciudad día, mes, año**  
Nombre Apellido Apellido

**Empresa o Institución**  
Calle, número, piso  
Código postal, ciudad

**Nombre Apellido Apellido**  
Cargo

Fusce scelerisque sem sem, non interdum ligula gravida id. Curabitur sit amet molestie elit. Pellentesque ac congue diam. Duis varius suscipit elementum. Ut ac volutpat arcu, id commodo erat. Suspendisse tempor diam ut nunc egestas finibus, Maecenas quis porttitor dolor, a accumsan odio. Phasellus nisl metus, consectetur ut venenatis sit amet, imperdiet at nunc.

Donec facilisis malesuada ipsum sit amet vulputate. Integer justo justo, fermentum vitae pellentesque feugiat, ullamcorper non velit. Suspendisse molestie volutpat nisl at faucibus. Praesent posuere sodales libero, sed lacinia lacus ultrices eu. Phasellus lobortis, lectus sit amet vehicula hendrerit, risus purus blandit nunc, porttitor dictum arcu nisl varius ipsum. Nam tempus et purus sit amet cursus. Ut nec mauris quam. Integer condimentum quis magna id tempus. Pellentesque et orci scelerisque nisl faucibus egestas et at orci. Aliquam placerat ultricies erat id trincidunt. Nunc quis justo ipsum. Pellentesque at nisl et nulla posuere sollicitudin vitae vel ex. Vivamus fermentum orci sem. Phasellus tempor, metus vitae rutrum varius, ex libero mattis sapien, nec dictum enim augue non augue. Vestibulum in orci ut augue laculis porttitor.

Praesent sit amet augue auctor, ultrices dui eget, pellentesque enim. Vivamus eu elementum odio. Nulla vitae enim porta, posuere tellus in, euismod nulla. Pellentesque vitae sodales ligula, vitae viverra nunc. Integer tristique sit amet leo vel feugiat.

**Nombre Apellido Apellido**  
Cargo

Calle, número, piso, código postal  
Número de teléfono, correo electrónico



**Ciudad día, mes, año**  
Nombre Apellido Apellido

**Empresa o Institución**  
Calle, número, piso  
Código postal, ciudad

**Nombre Apellido Apellido**  
Cargo

**Nombre Apellido Apellido**  
Cargo

Calle, número, piso, código postal  
Número de teléfono, correo electrónico

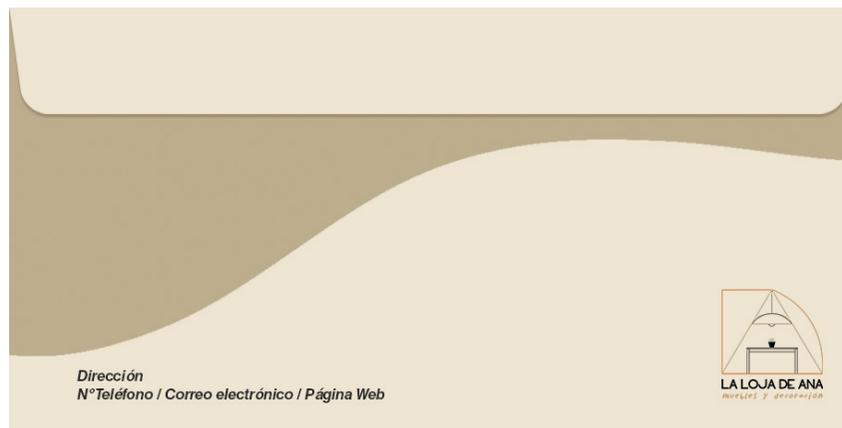
- Formato

A4 (210 x 297 mm)

## HOJA DE CARTA Y SOBRE AMERICANO

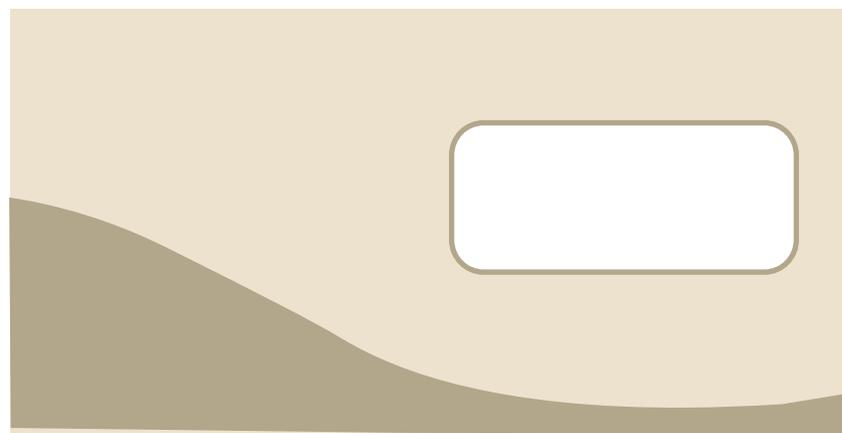
*- Formato*

Americano (DL) (220 x 110 mm)



*- Formato*

Americano (DL)  
(220 x 110 mm) con ventanilla



## SOBRE BOLSA C4



- *Formato*

C4 (229 x 324 mm)

# CARPETA DE USO INTERNO



- Formato

235 x 320 mm (cerrado)

# TARJETA DE VISITA



- Formato  
85 x 55 mm

# **3** | APLICACIONES ARTÍCULOS CORPORATIVOS

## MATERIAL DE ESCRITURA



# SELLO



# ETIQUETA



## BOLSAS CORPORATIVAS

Bolsa de papel reciclado.  
Uso exclusivo para venta en tienda



Bolsa de tela (tote bag).  
Uso exclusivo para eventos, ferias y congresos.

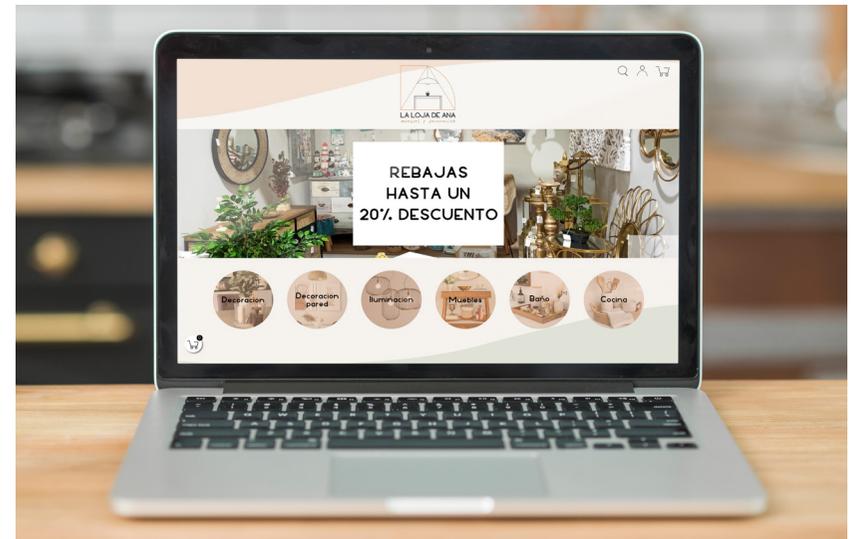


## CAJA DE ENVÍO

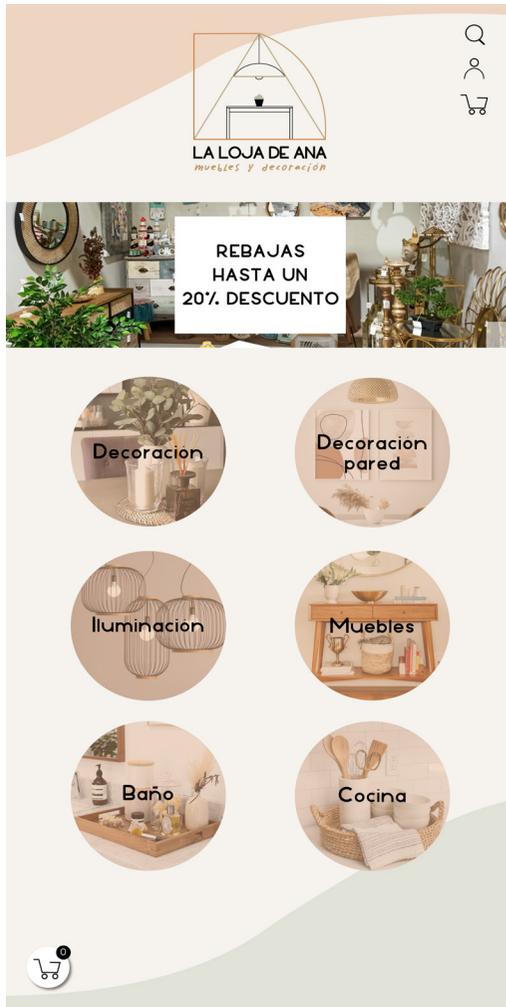


**4** | **ONLINE**

# PÁGINA WEB VERSIÓN ORDENADOR



# PÁGINA WEB VERSIÓN MÓVIL

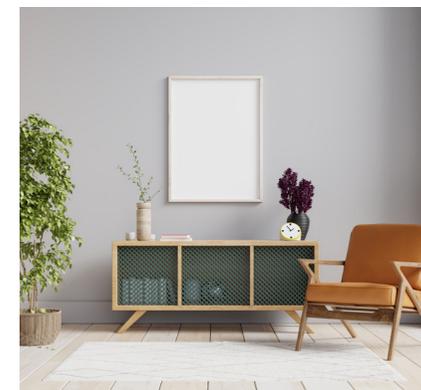


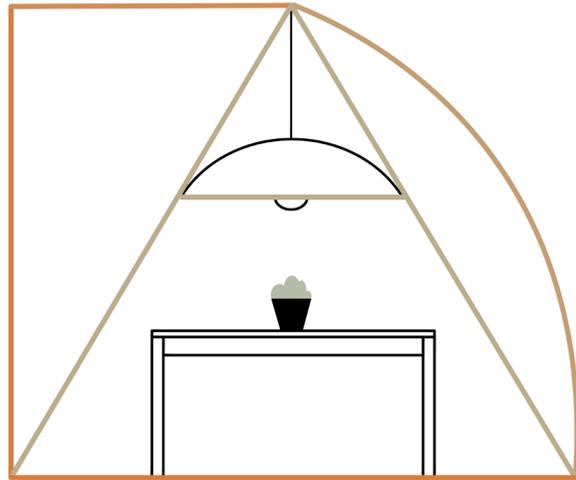
# 5 | IMAGINERÍA

# IMAGINERÍA

Las imágenes que se utilizarán deben de estar relacionadas directamente con la marca. El formato debe ser en todo momento de alta calidad, así como mantener la gama de colores que representan a la marca.

Deben seguir la temática de la marca corporativa y transmitir sus valores, por ello deben ser imágenes relacionadas con el sector del mueble y la decoración.





**LA LOJA DE ANA**  
*muebles y decoración*