



Diseño Gráfico

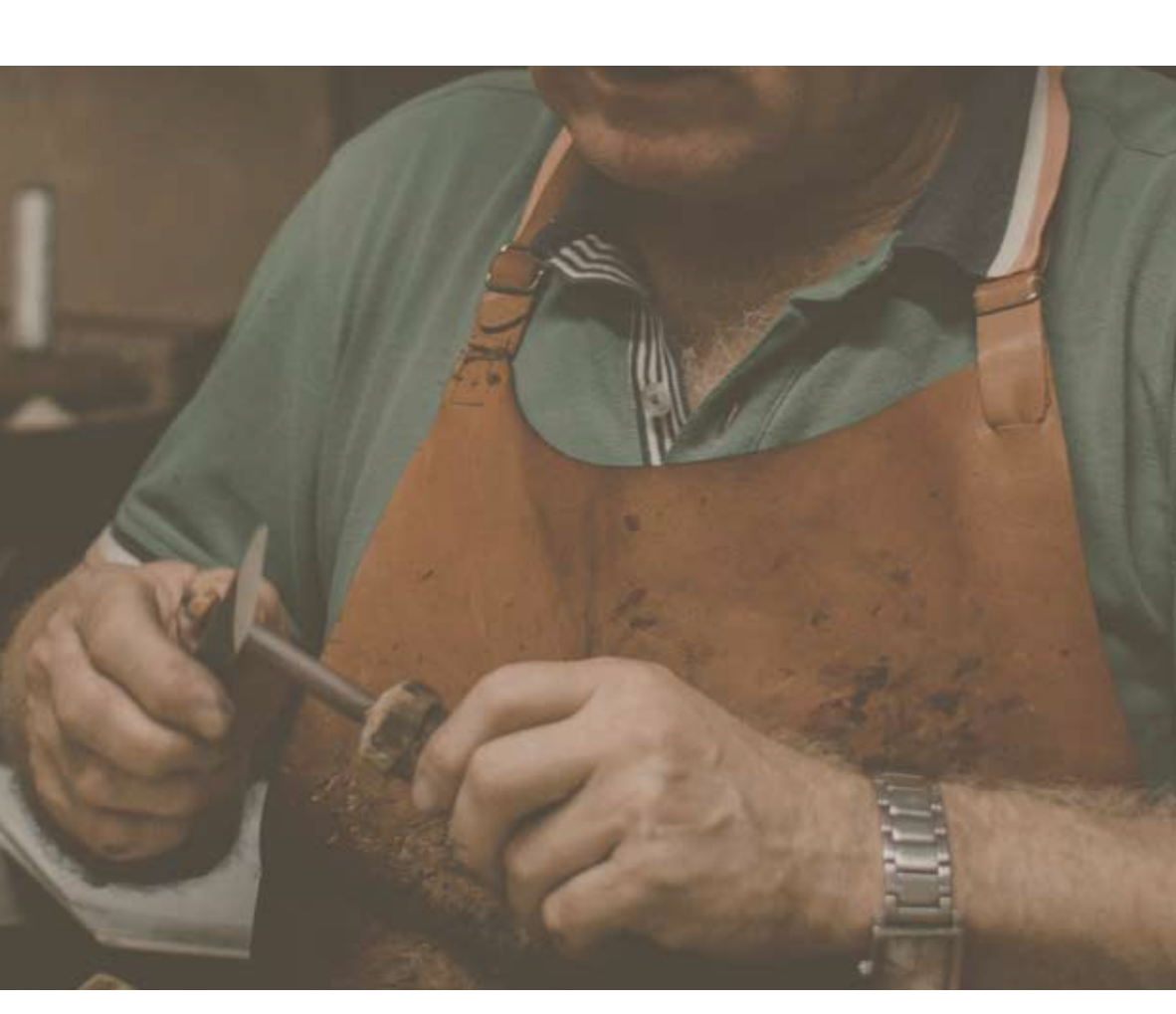
2021.2



Mariajosé López Velásquez

Nombre del proyecto

Creacion de marca, desarrollo estrategico- comercial



Asignatura

Diseño gráfico comercial

Asesoría

José Fernando Zapata

Estudiante

Mariajosé López Velásquez

Objetivación

A través de este proyecto en la asignatura DISEÑO GRAFICO COMERCIAL formamos al diseñador gráfico en la identificación, manejo y aplicación de marca para crear productos gráfico-visuales con alto contenido comunicativo, funcional y estético; así como también en la creación de signos legibles, de significado universal y de comprensión inmediata aplicados a espacios comerciales partiendo del análisis a profundidad de la marca y como esta se traduce en sistemas comunicativos planteando propuestas coherentes a las necesidades y a la relación entre la marca, el espacio y el individuo.

Generando así sistemas gráficos bidimensionales, tridimensionales y de movimiento enfocados al espacio comercial, a través de la conceptualización y desarrollo de narrativas de experiencias de marca y el diseño de piezas o productos gráfico-visuales logrando que el individuo (usuario) entienda el espacio, respire la marca y sienta una afinidad emocional permanente con la misma.



Introducción

El Brand Book o manual de identidad de Tesoros del Tiempo es una guía en el cual se definen, de manera concisa, todos los elementos que ayudan a construir la identidad corporativa. A su vez, ayuda a observar cómo es percibida la marca por las personas ajenas a la empresa.

Es importante seguir correctamente el manual para que la marca siga una coherencia gráfica a lo largo de su trayectoria.



ADN de Marca

REMINISCENCIA

- Piezas del pasado que construyen nuestro presente.
- La vida es un ciclo, todo nace y al final todo vuelve al origen, en ese paso fugaz por la tierra quedan rastros de eso que alguna vez fue, estas piezas se convierten en confidentes del pasado que reviven un recuerdo en este presente que habitamos.

Genotipos

SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL:

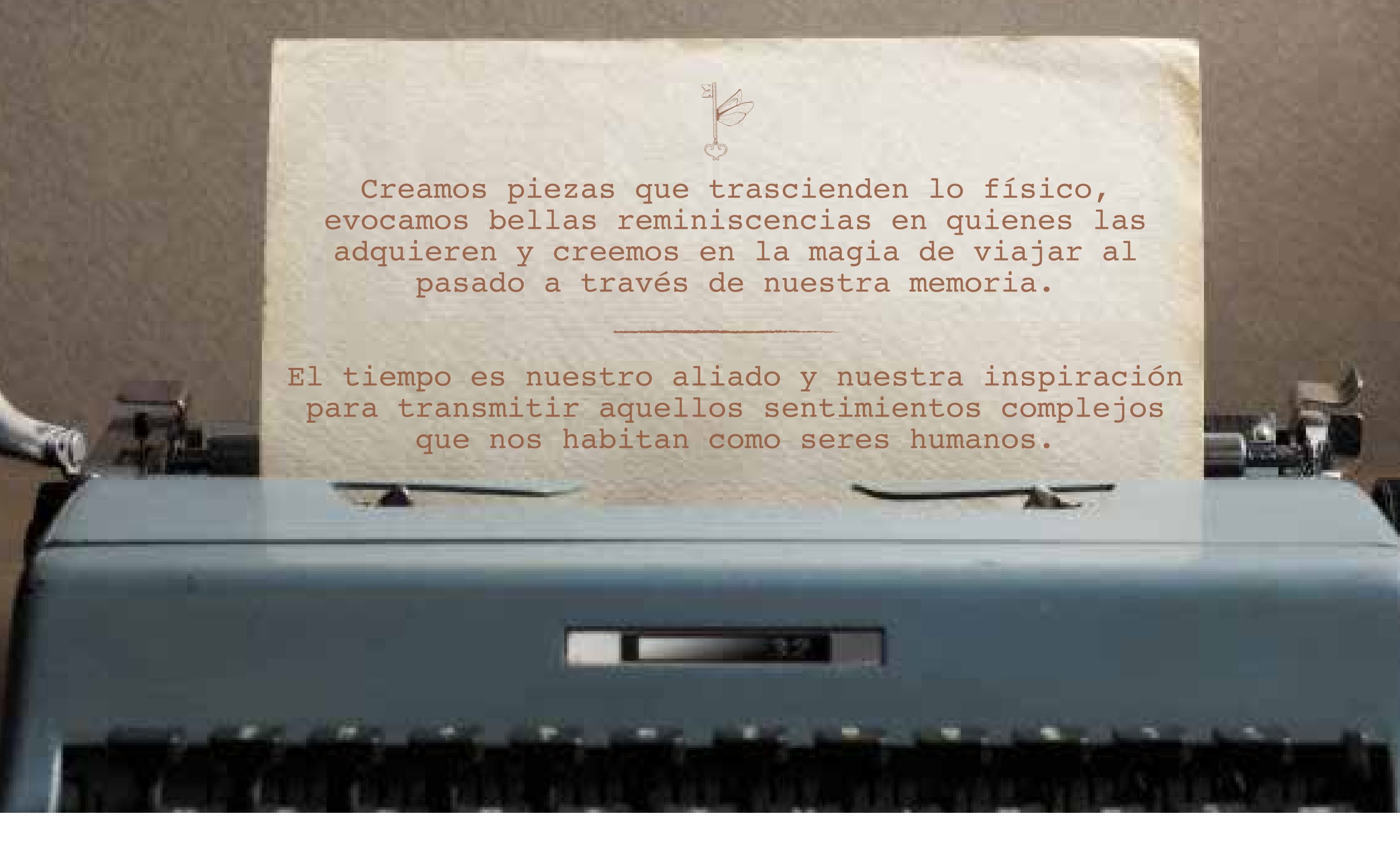
- Somos un todo con la naturaleza.
- Nos reconocemos como parte de un todo, buscamos usar piezas que fueron desechadas y se les da un nuevo uso, una nueva vida con una persona que valore las historias que estos accesorios y piezas de arte llevan guardados y sea consciente del impacto que genera el reutilizar en nuestro entorno.

PIEZAS ÚNICAS:

- Objetos decorativos que cuentan historias
- Cada ser que habita la existencia con su luz es único al igual que nuestras piezas irrepetibles; al ser accesorios y esculturas creadas con relojes en desuso cada pieza está pensada para el deleite tanto de quien la lleva puesta como de quienes la observan.

CAPACIDAD DE ASOMBRO:

- Encontrar algo nuevo en lo conocido
- Asombrarse ante lo conocido es un don, como marca nos adaptamos a un entorno cambiante, una sociedad consumista que desecha por montones y le da un giro completamente a la creación de accesorios y esculturas para sorprender a las personas y enamorarlos de este arte de crear bellas composiciones.

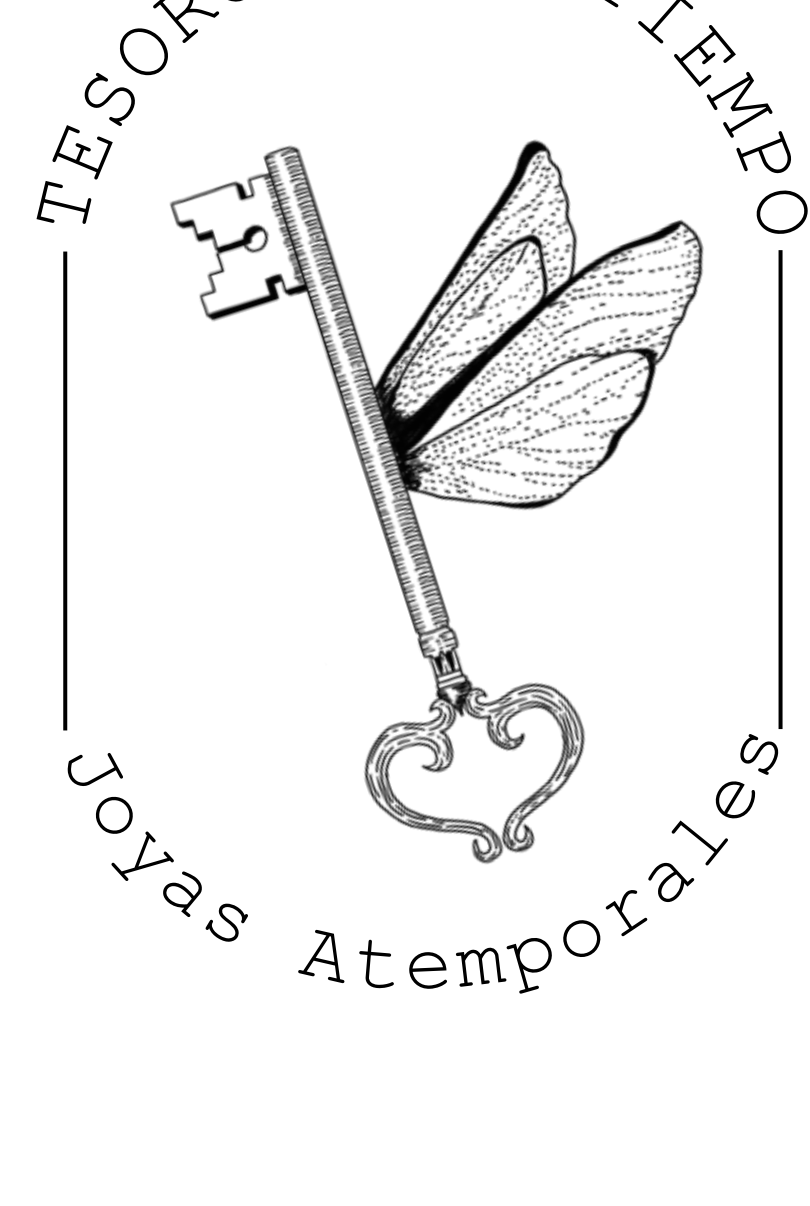


Creamos piezas que trascienden lo físico, evocamos bellas reminiscencias en quienes las adquieren y creemos en la magia de viajar al pasado a través de nuestra memoria.

El tiempo es nuestro aliado y nuestra inspiración para transmitir aquellos sentimientos complejos que nos habitan como seres humanos.

Logotipo

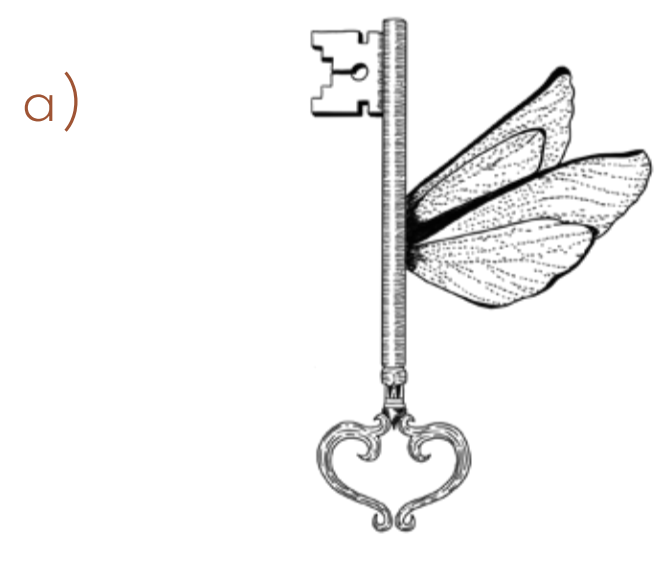
El logotipo consiste en una llave antigua con alas y la tipografía Courier que apoya el concepto de aludir al pasado, a una reminiscencia fantástica y mágica.



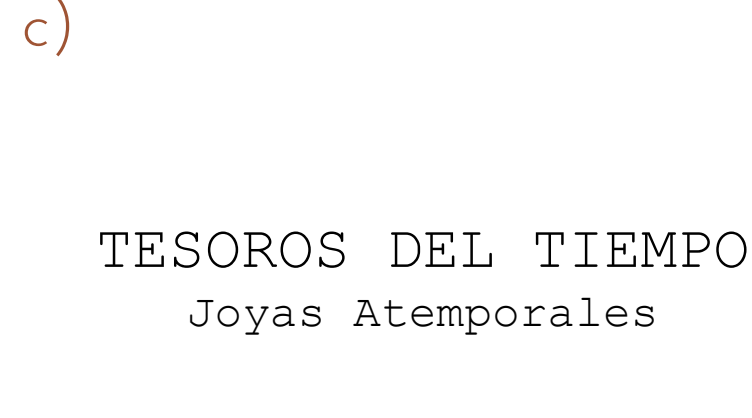
Usos permitidos

- a) Está permitido usar solo el isotipo de la marca.
- b) Puede usarse el isotipo y la tipografía sin la diagramación original del logo en caso de ser usada en un formato que lo requiera.
- c) Es correcto utilizar solo la tipografía y el slogan.
- d) Puede usarse el isotipo con la tipografía y del nombre y el slogan.

Las variaciones son permitidas siempre y cuando se conserven los colores de la marca



TESOROS DEL TIEMPO



TESOROS DEL TIEMPO
Joyas Atemporales

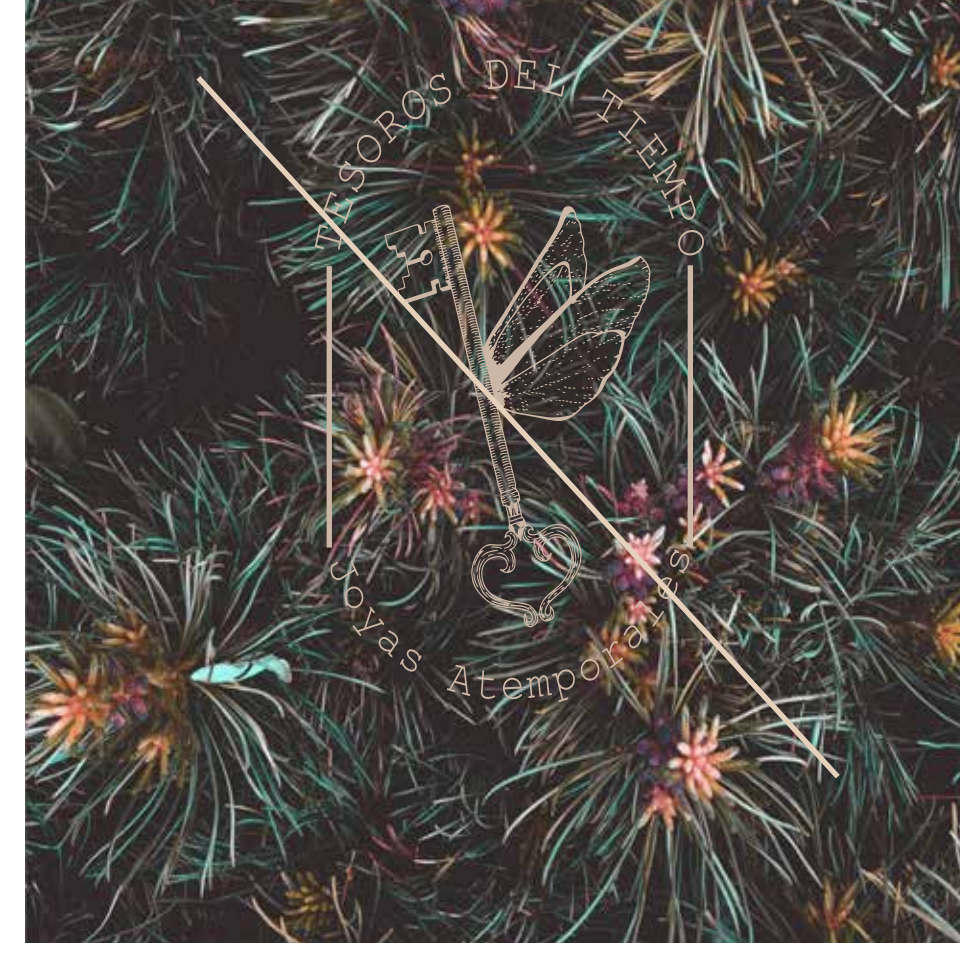
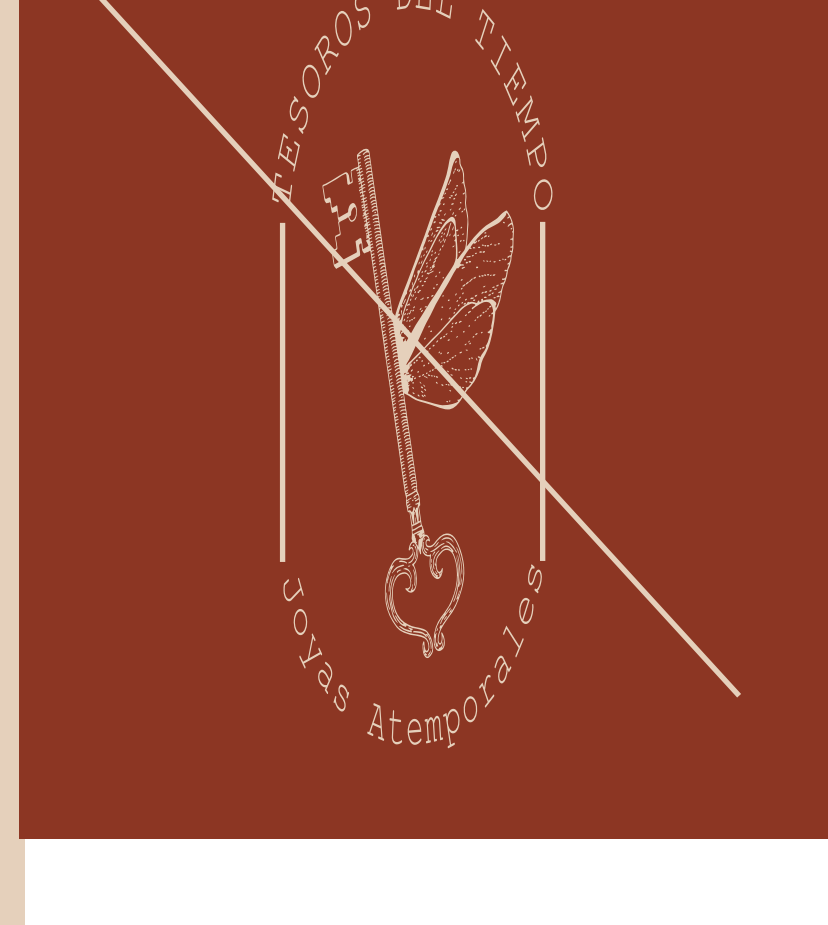


TESOROS DEL TIEMPO
Joyas Atemporales

Usos incorrectos

La correcta utilización del logo garantiza su propósito gráfico, no debe realizarse ningunos de las siguientes modificaciones:

- No distorcionar.
- No utilizar combinaciones de colores que impidan su correcta visualización.
- No aplicar sombreado al logo.
- No utilizar sobre fondos altamente texturizados o estampados.



Paleta de color principal

Nuestra paleta de color está inspirada en los mismos productos de la marca y sus tonalidades ocre, vinotinto y café entre otras. Es una paleta de colores cálida en la que priman los colores tierra.

#9b2a13
C: 26% R: 155%
M: 92% G: 42%
Y: 100% B: 19%
K: 24%

#ad4e28
C: 24% R: 173%
M: 75% G: 78%
Y: 89% B: 40%
K: 16%

#ff9400
C: 0% R: 255%
M: 50% G: 148%
Y: 93% B: 0%
K: 0%

#ecd3bc
C: 8% R: 236%
M: 19% G: 211%
Y: 27% B: 188%
K: 0%

Paleta de color secundaria

Nuestra paleta de color está inspirada en los mismos productos de la marca y sus tonalidades ocre, vinotinto y café entre otras. Es una paleta de colores cálida en la que priman los colores tierra.

#50220a
C: 42% R: 80%
M: 80% G: 34%
Y: 88% B: 10%
K: 66%

#5e371e
C: 40% R: 94%
M: 69% G: 55%
Y: 82% B: 30%
K: 58%

#865c2a
C: 33% R: 134%
M: 55% G: 92%
Y: 85% B: 42%
K: 36%

#a98077
C: 28% R: 169%
M: 47% G: 128%
Y: 43% B: 119%
K: 18%

Tipografía principal

El diseño original de la tipografía Courier es de Howard Bud Kettler, que en 1955 recibió de IBM el encargo de crear un tipo de letra específico para sus nuevas máquinas de oficina.

Tipografía alterna

La idea de esta tipografía es que sea geométrica, elegante, con un aire vintage, para usar en tamaños más grandes. Está inspirada en diseños geométricos sans serif.

COURIER

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789i!@\$\$%&'/()

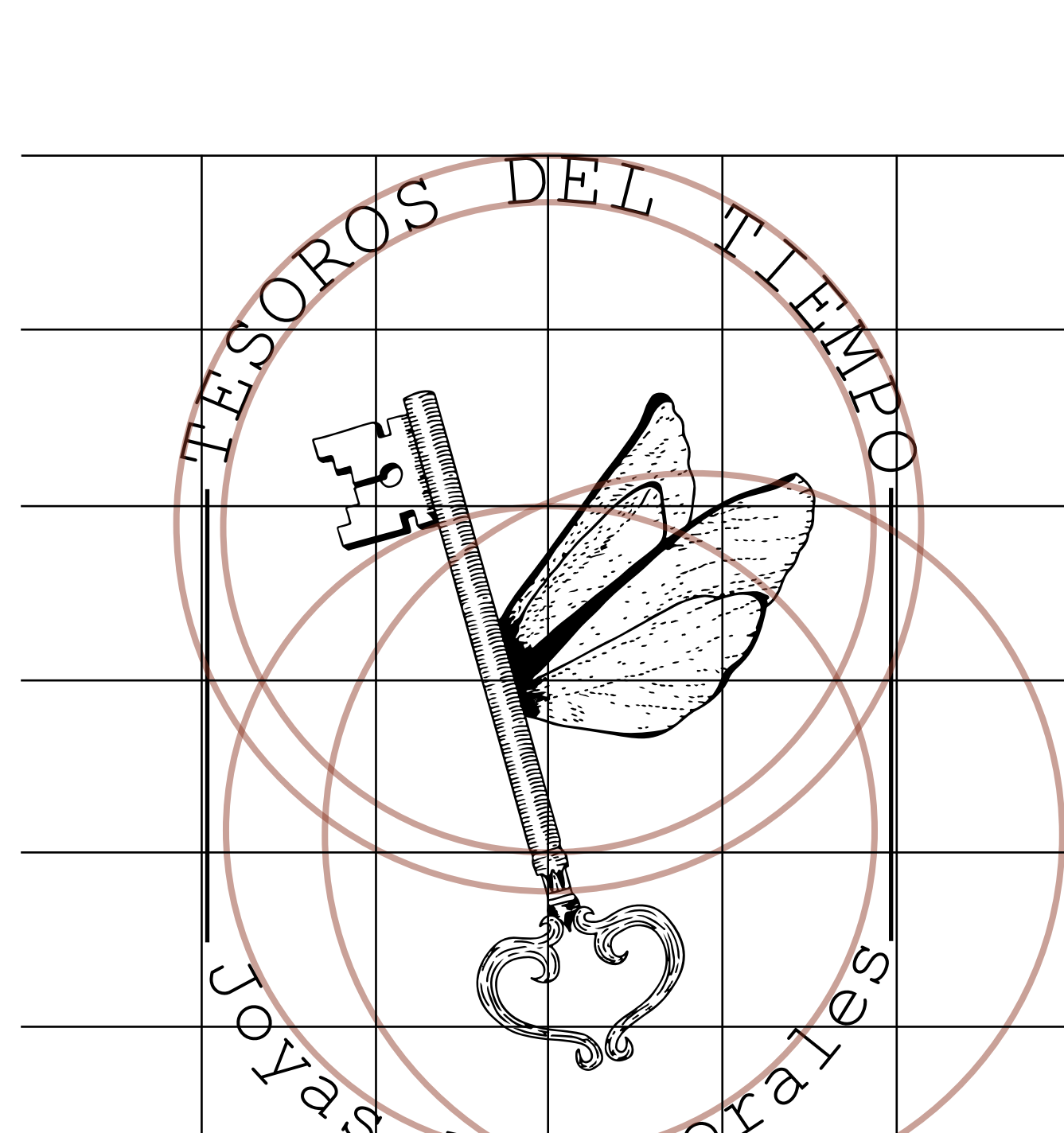
Interlineado: Entre 4 y 6 puntos por encima del tamaño de la tipografía

JOSEFIN SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789i!@\$\$%&'/()

Interlineado: Entre 4 y 5 puntos por encima del tamaño de la tipografía

Planimetría



Área de reserva

Se debe respetar el área de reserva para la correcta visualización del logo no debe verse afectada por otros elementos a la hora de su uso en diferentes piezas gráficas.

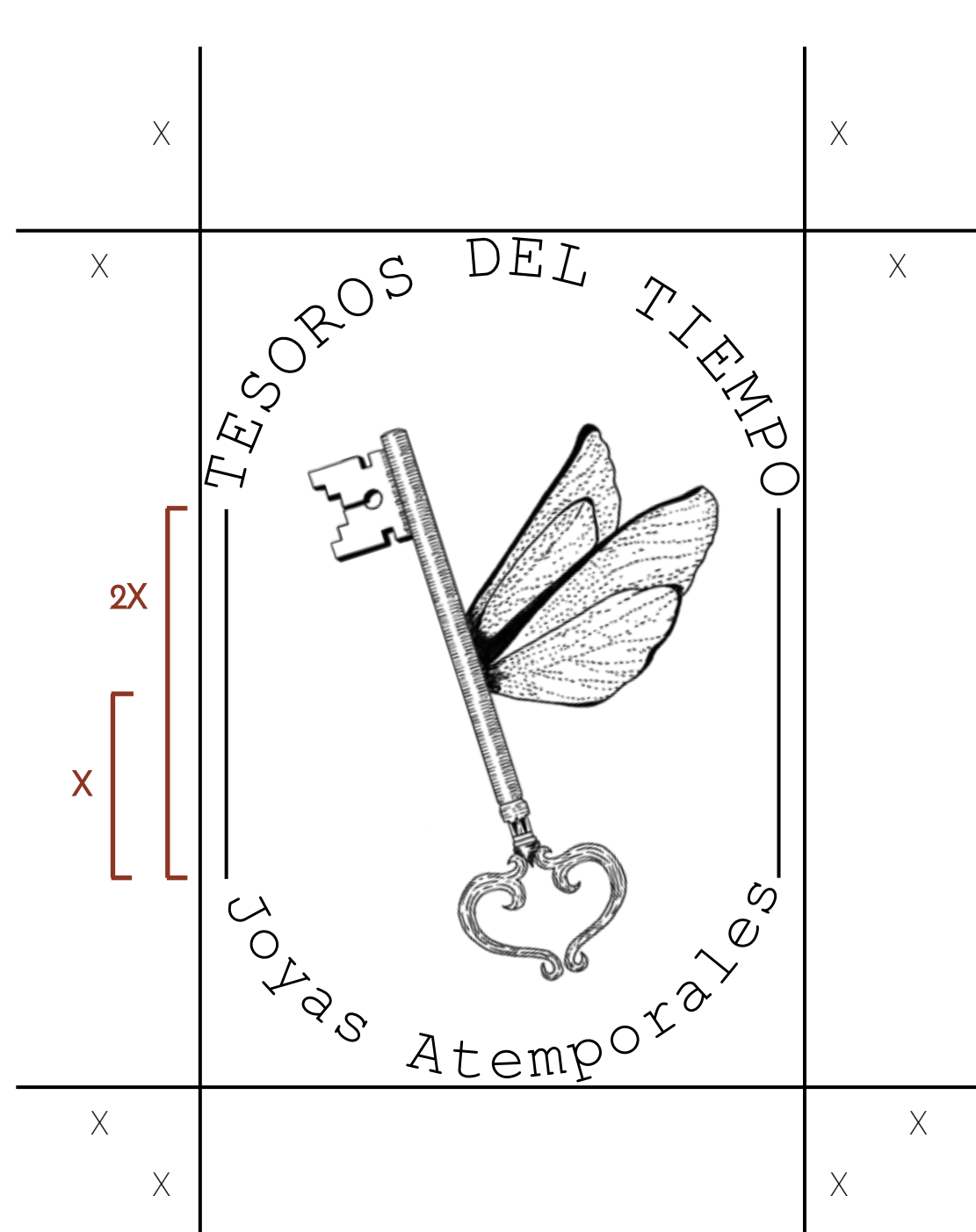
Tamaño mínimo permitido

Formato impreso: 5cm x 3cm
Formato digital: 184px x 254px



Digital

Impreso



¡Gracias!