



VANORA

COSMETICS

Manual
de identidad

/ Guía para el uso correcto
de la identidad visual.

/ Desarrollado por:
Mate Agencia Creativa



/ Sobre el manual

Este manual de identidad es una herramienta que contiene las pautas para el correcto uso de la marca “Nombre de marca” en aplicaciones impresas y digitales con el fin de estandarizar su reproducción, asegurar legibilidad y establecer una comunicación adecuada.

Contenido

| | | | | | | | |
|-----|------------------|-----|------------------------|-----|--------------------|-----|-----------------------|
| 1.0 | DIRECCIÓN VISUAL | 2.0 | EL COLOR | 3.0 | EL LOGO | 4.0 | TIPOGRAFÍA |
| 1.1 | Moodboard | 2.1 | Códigos de color | 3.1 | Variaciones | 4.1 | Principal |
| 1.2 | Palabras clave | 2.2 | Significado | 3.2 | Planimetría | 4.2 | Secundaria |
| | | 2.3 | Proporciones del color | 3.3 | Área de protección | 4.3 | Jerarquía tipográfica |
| | | | | 3.4 | Tamaño mínimo | 4.4 | Ejemplo de uso |
| | | | | 3.5 | Aplicaciones | | |
| 5.0 | APLICACIONES | 6.0 | CONTACTO | | | | |
| 5.1 | Redes sociales | | | | | | |
| 5.2 | Papelería | | | | | | |
| 5.3 | Empaque | | | | | | |

Dirección Visual



- 1.1 Moodboard
- 1.2 Palabras Clave

1.0

1.1 MOODBOARD

Tiene como objetivo dar claridad a un concepto o idea de una marca.

Se trata de capturar su esencia a través de imágenes, texturas, formas, tipografías, entre otros elementos.



1.2

PALABRAS
CLAVE

Estas son las palabras principales que definen quiénes somos, hacia donde nos dirigimos y cómo lo hacemos.

SOMOS...

Vanora nace de la idea de que la naturaleza tiene el poder de transformar y rejuvenecer. Nuestros ingredientes, cuidadosamente seleccionados, ofrecen a tu cabello una experiencia única. Varona es una expresión de la diversidad natural que amamos y respetamos.

En Vanora, creemos que el cuidado capilar es más que una rutina; es una conexión con la esencia misma de tu cabello. Nos esforzamos por entregar productos que no solo nutren y fortalecen, sino que también te invitan a explorar y abrazar tu belleza única. Cada fórmula está diseñada con un propósito: resaltar lo mejor de tu cabello y permitir que tu confianza florezca.

-
- 01 /

Sostenibilidad
- 02 /

Calidad
- 03 /

Empatía
- 04 /

Confianza
- 05 /

Belleza
- 06 /

Cercanos

El Color



2.1 Códigos de color

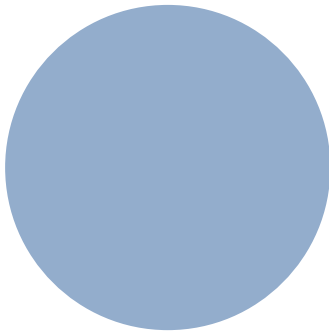
2.0

2.1

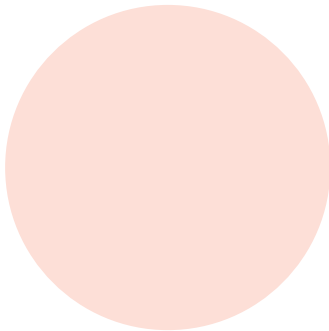
CÓDIGOS
DE COLOR

Esta es la paleta de color de nuestra marca. Cada color fue cuidadosamente seleccionado para transmitir nuestra esencia.

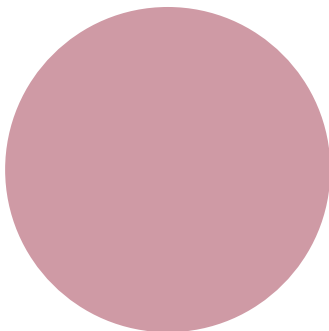
Deben usarse sus códigos exactos para evitar cualquier alteración.



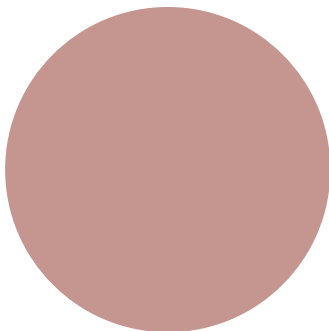
| | |
|-----------------|------------------|
| HEX | CMYK |
| #93ADCC | 48 / 26 / 11 / 0 |
| <hr/> | |
| RGB | |
| 147 / 173 / 204 | |



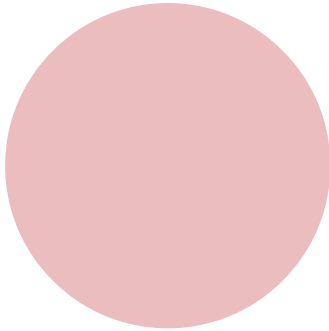
| | |
|-----------------|-----------------|
| HEX | CMYK |
| #FDDFD7 | 0 / 17 / 14 / 0 |
| <hr/> | |
| RGB | |
| 253 / 223 / 215 | |



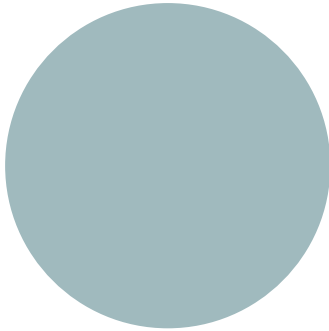
| | |
|-----------------|------------------|
| HEX | CMYK |
| #CF9AA5 | 19 / 45 / 24 / 3 |
| <hr/> | |
| RGB | |
| 207 / 154 / 165 | |



| | |
|-----------------|------------------|
| HEX | CMYK |
| #C5968F | 21 / 44 / 36 / 8 |
| <hr/> | |
| RGB | |
| 197 / 150 / 143 | |



| | |
|-----------------|-----------------|
| HEX | CMYK |
| #EBDBE | 7 / 33 / 19 / 0 |
| <hr/> | |
| RGB | |
| 235 / 189 / 190 | |



| | |
|-----------------|------------------|
| HEX | CMYK |
| #AOBABE | 42 / 17 / 24 / 2 |
| <hr/> | |
| RGB | |
| 160 / 186 / 190 | |

El Logo



3.1 Variaciones

3.0

3.1 VARIACIONES

/ Logo principal

Deberá ser usado la mayor partedel tiempo siempre y cuando haya espacio suficiente.

/ Logo secundario

Deberá usarse en lugar del logo principal cuando este no se adapte al formato requerido.

/ Símbolo

Se usará en aquellos formatos más pequeños como en la imagen de perfil en redes sociales o formatos de impresión de menor tamaño.

Logo Principal



Logo Secundario



Tipografía



4.1 Tipografía Principal

4.2 Tipografía Secundaria

4.0

4.1

TIPOGRAFÍA
PRINCIPAL

Las tipografías son un elemento indispensable para toda identidad visual.

Biospace será usada en todo momento para cualquier tipo de comunicación de la marca para títulos y frases importantes.

Biospace

AaBb

TÍTULOS Y FRASES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!@#\$%^&*()_+

4.2

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Poppins es una tipografía con alta legibilidad. Por esto, se seleccionó para ser usada en párrafos o textos corridos.

Poppins Italic será usada como tipografía secundaria para textos o palabras especiales.

DM SANS REGULAR

PÁRRAFOS / TEXTO CORRIDO

AaBb

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()+

DM SANS ITALIC

TEXTOS ESPECIALES

AaBb

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()+*

Aplicaciones

○ ○ ○ ○ ○ ● ○



5.1 Papelería
5.2Empaque

5.0

5.1 PAPELERÍA



5.1

PAPELERÍA



5.1

PAPELERÍA



5.2 EMPAQUE

troquel etiqueta



Contacto

IDENTIDAD VISUAL
CREADA POR: Mate Agencia Creativa