

Muebles 
PAIDAHUE

Tapicería & reciclaje desde 1985

Muebles PAIDAHUE

Tapicería & reciclaje desde 1985

El manual de identidad corporativa recoge los elementos que conforman la Identidad Visual de **MUEBLES PAIDAHUE** y sus aplicaciones.

Como elementos de identidad visual establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

Con este Manual se logra la identidad visual de la empresa y su objetivo es incrementar el grado de recordación y posicionamiento de cada uno de sus elementos regidos por las recomendaciones expuestas en este manual, que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión comercial.

El manual de la marca debe ser por tanto una herramienta viva y presente en todas las aplicaciones de la empresa, las indicaciones que contiene este manual no pretenden restringir la creatividad de **MUEBLES PAIDAHUE**, sino ser una base que abra nuevas formas creativas e innovadoras de comunicar su propia esencia. En caso de dudas se recomienda consultar con el autor del manual, y lo expuesto aquí debe respetarse y aplicarse.



- La definición de la Identidad corporativa resuelve una composición limpia y moderna donde la tipografía estilizada se equilibra en armonía con el isotipo, que corresponde a una poltrona, la definición de Paidahue es “lugar de descanso” en mapudungun que tiene relación con el concepto de negocio, que corresponde a la tapicería, reciclaje y creación de muebles.

Los colores utilizados y basados en la psicología del marketing corresponde al turquesa, que se asocia a conceptos como confortabilidad equilibrio, estabilidad y control emocional y un gris que apela a la neutralidad.

- Se resuelve técnicamente como **ISOLOGO** que es el resultado de la unión del logotipo (texto) y el isotipo (imagen), ambos están equilibrados y en armonía, y no se puede utilizar por separado.
- El slogan “**tapicería y reciclaje desde 1985**” apela a los años de experiencia del negocio.



La composición general corresponde a un **ISOLOGO**, que es el resultado de la unión del logotipo (texto) y el isotipo (imagen), ambos están equilibrados y en armonía, y no se puede utilizar por separado.

Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo.

Definir una zona de seguridad para el logotipo o marca asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.



TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante.

Avian regular

A B C D E F G H I
 J K L M N O P Q R
 S T U V W X Y Z a
 b c d e f g h i j k
 l m n o p q r s t
 u v w x y z 0 1 2
 3 4 5 6 7 8 9 ! "
 # \$ % & ' () * +
 , - . / : ; < = > ? @
 @ { } | ~ ` ^ _ \
 á í é ó ú ñ Ñ ü

Ping fan thin

A B C D E F G H I J K L M
 N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z

LOS COLORES

El color define un escenario de valores concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.
A continuación la definición de los colores hexadecimal:



#339999

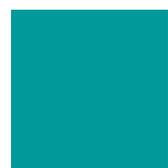


#666666



LOS COLORES

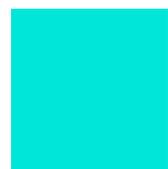
MATICES DEL COLOR PRINCIPAL TURQUESA y gris



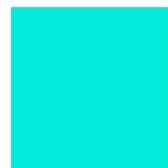
#339999



#00cccc



#00ffcc



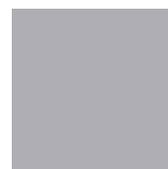
#66ffcc



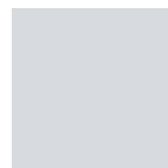
#666666



999999



9999cc



cccccc

USOS CORRECTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA



Original



Fondo gris



Negativo

USOS CORRECTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA



Original



Fondo gris



Negativo



Con imagen



Logo blanco con borde en imagen
oscura

USOS CORRECTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA



Merchandising

Tarjetas de presentación



Merchandising

Muebles 
PAIDAHUE

Tapicería & reciclaje desde 1985