



MANUAL CORPORATIVO 2023

Guías Visuales

ÍNDICE

4. Misión

5. Visión

6. Filosofía

7. La Marca

8. el concepto

9. el isotipo 1

10. el isotipo 2

11. el logotipo

12. el isologotipo vertical

13. el isologotipo horizontal

14. variaciones del isologotipo 1

15. variaciones del isologotipo 2

16. convivencia con otras marcas 1

17. convivencia con otras marcas 2

18. convivencia con otras marcas 3

19. El color

20. gama principal

21. gama secundaria

22. los degradados

23. La Tipografía

24. la familia 1

25. la familia 2

26. uso tipográfico 1

27. uso tipográfico 2

28. uso tipográfico 3

29. Iconografía

30. el diseño

31. el sistema iconográfico 1

32. el sistema iconográfico 2

33. Imágenes

34. imágenes en RGB

35. imágenes en monotono

36. imágenes en duotono/tritono

37. imágenes originales

38. imágenes retocadas

39. Firma Email

40. firma email 1

41. firma email 2

ÍNDICE

42. Motivos

- 43. motivo 1
- 44. motivo 2
- 45. motivo 3

46. Publicidad

- 47. anuncio 160x30 cm
- 48. anuncio 70x100 cm
- 49. instagram carrusel 1080x1080 px

50. Papelería

- 51. papel carta 210x297 mm 1
- 52. papel carta 210x297 mm 2
- 53. papel carta 210x297 mm 3
- 54. tarjeta de visita 90x50 mm
- 55. sobre 210x110 mm 1
- 56. sobre 210x110 mm 2

57. Productos

- 58. gorro
- 59. bolso
- 60. camisetas

61. Pautas del diseño

- 62. Resumen

MISIÓN

Cultural Universals is un corporativo que ofrece un serie de online servicios para que el público pueden acceder a las informaciones y conseguir entradas de los eventos culturales en diferentes regiones y paises del mundo.

Estos eventos pueden ser conciertos musicales, conferencias de literatura, exhibiciones de artes visuales, festivales de cinematografía, charlas de diseño, etc.

VISIÓN

Cultural Universals cree que hay cualidades que comparten los seres humanos en general. Cultura es uno de estos aspectos.

El objetivo es desarrollar los intercambios culturales, mejorar las comunicaciones y el entendimiento entre diferentes razas étnicas. De este modo, promover la integridad de la raza humana.

FILOSOFÍA

Los valores más importante de **Cultural Universals** son: **accesibilidad, eficiencia y calidad.**

Brindar al mundo informaciones precisas y exactas, de manera eficiente y accesible.

01

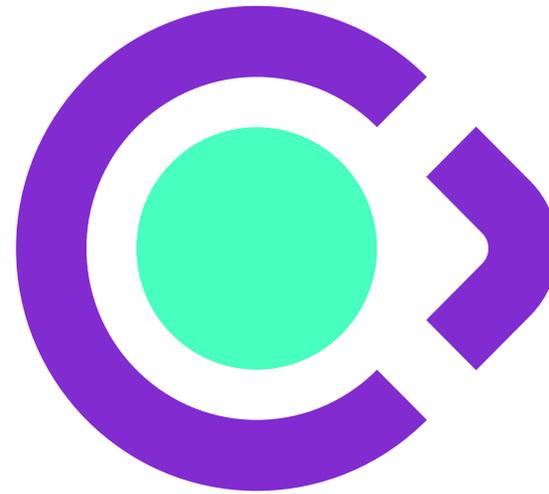
LA MARCA

EL CONCEPTO

La idea del diseño incluye la letra C, que representa **Cultural**, y la letra U, que representa **Universals**.

El rodondo verde en el centro es la imagen de la tierra que está envuelta por C y U genera la sensación de integridad y unión de los seres humanos en este mundo.

El logotipo ubicado debajo del isotipo da una clara indicación del nombre de la marca.

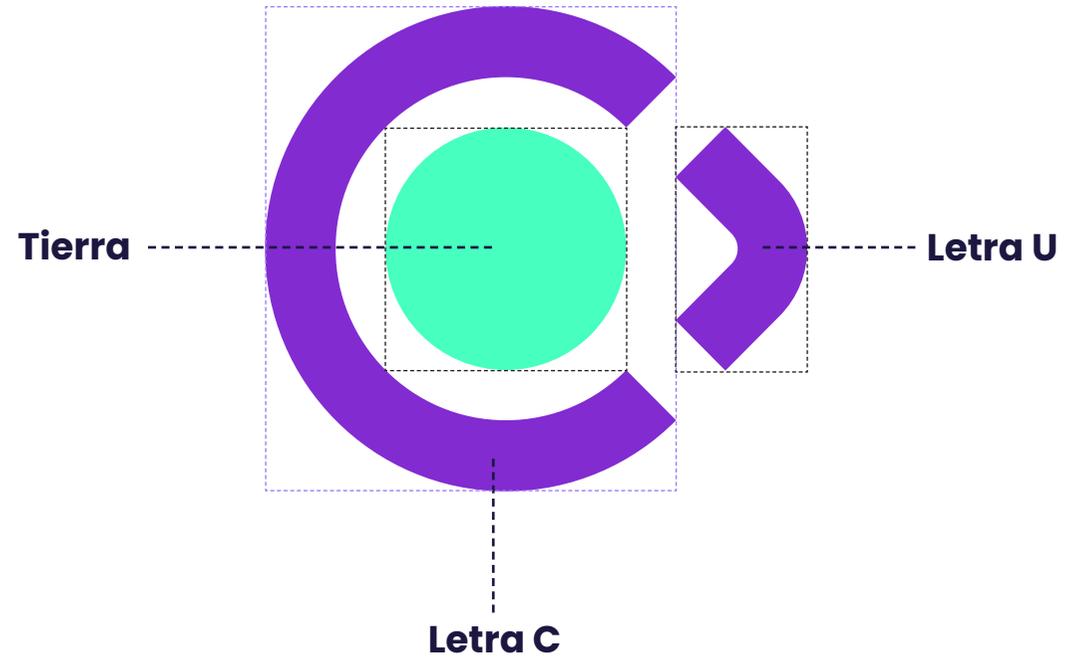


CULTURAL
UNIVERSALS

EL ISOTIPO 1

La composición del diseño incluye la letra C, que representa **Cultural**, y la letra U, que representa **Universals**.

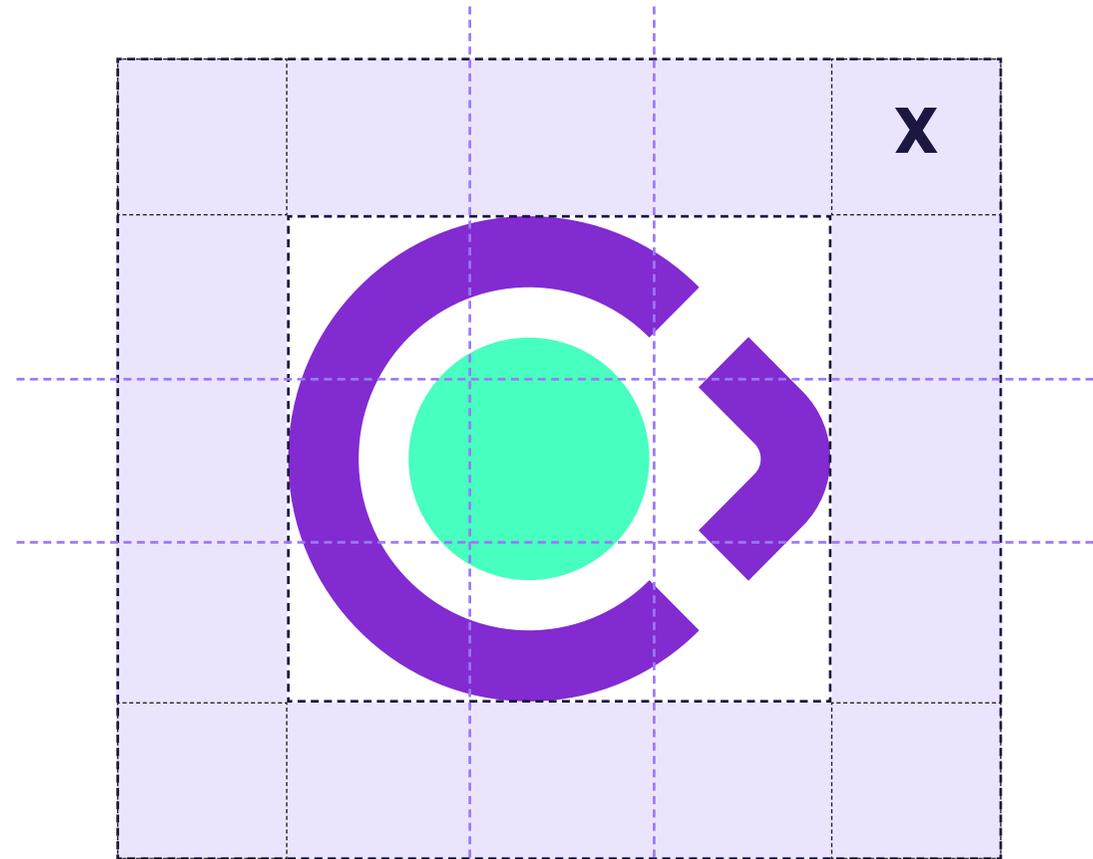
La bola verde en el centro es la imagen de la tierra que está envuelta por C y U genera la sensación de integridad y unión de los seres humanos en este mundo.



EL ISOTIPO 2

Hay que mantener el área de protección o de no invasión en blanco, excepto cuando se añado el texto al isologo.

Para calcular el área de protección se divide el logo en 3 secciones exactamente iguales, y utilizar las dimensiones de una sección para establecer el área de protección.



Dividido en 3,
para obtener
el valor **X**



Área de protección o no invasión

EL LOGOTIPO

El isotipo en inglés es más fácil de entender en nivel mundial, por lo tanto esto ayuda a establecer una imagen internacional de la marca.

El texto en Audiowide regular forman un estilo de ciencia-ficción y futurista. Esto añade una atmósfera modernista a la marca.

CULTURAL
UNIVERSALS

EL ISOLOGOTIPO VERTICAL

El isologotipo vertical está formado por el isotipo y el logotipo.

El isotipo está ubicado arriba y el logotipo abajo, el texto con alineación centrada, que da forma de triángulo al isologotipo, creando una sensación visual de estabilidad.

Aquí también se toma el área de protección con el valor X proporcional del isotipo para calcular las dimensiones.



Área de protección o no invasión

EL ISOLOGOTIPO ORIZONTAL

El isologotipo horizontal está formado por el isotipo y el logotipo.

El logotipo está ubicado a la parte derecha del isotipo. De esta forma permite el uso del logo en diferentes objetivos, por ejemplo: el sobre y la tarjeta de visita.

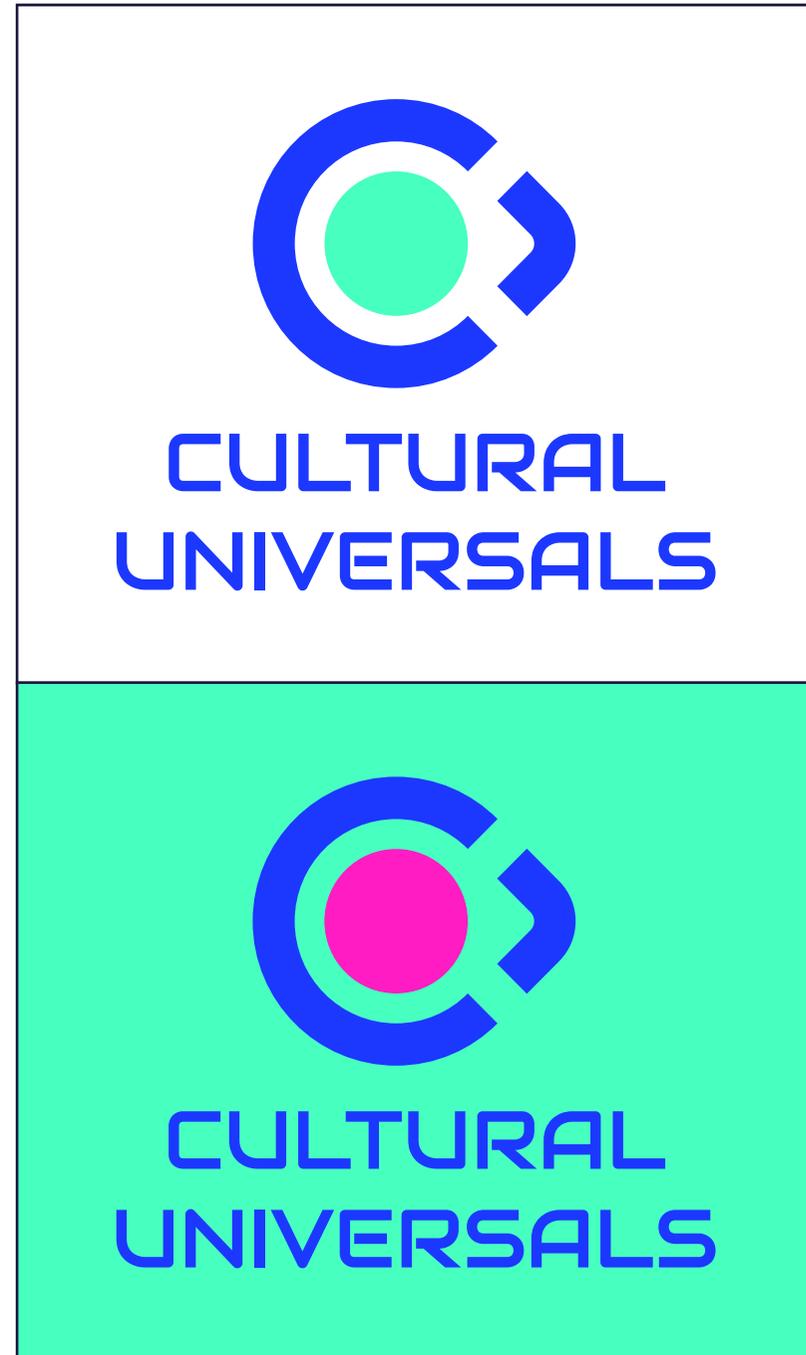
El área de protección es el mismo valor X proporcional del isotipo para calcular las dimensiones.



Área de protección o no invasión

VARIACIONES DEL ISOLOGOTIPO 1

El isologotipo vertical también se podría utilizar otros colores dentro del gama de color corporativo, para aplicar en diferentes fondos de medios de comunicación.



VARIACIONES DEL ISOLOGOTIPO 2

Se puede tener el isologotipo horizontal positivo y negativo, para aplicar en diferentes fondos de medios de comunicación.



CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS 1

Existen ocasiones que hay que colaborar con otras partes en algunos eventos o campañas. El primer caso sería colaboración conjunta. Se aplicará las siguiente reglas:

- a) La marca mantendrá un tamaño igual al de las marcas con las que conviva.
- b) La marca se alinearán en la dirección horizontal o vertical con marcas, pero siempre ubicado en el primer lugar de la fila.
- c) Siempre mantener equidistante entre las marcas.

COMUNICACIÓN CONJUNTA

CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS 2

Existen ocasiones que hay que colaborar con otras partes en algunos eventos o campañas. El segundo caso sería colaboración con distintos grados de participación. Se aplicará las siguiente reglas:

- a) La marca mantendrá un tamaño proporcional al de las marcas con las que conviva según su grado de participación, en este ejemplo, otras marcas ocupan el $2/3$ del tamaño de la marca.
- b) La marca se alinearán en la parte superior de otras marcas.
- c) Siempre mantener equidistante entre las marcas del mismo grado. La distancia tiene que ser sobre $1/3$ de la longitud de las marcas.

COMUNICACIÓN CONDISTINTOS GRADOS DE PARTICIPACIÓN

Organizante

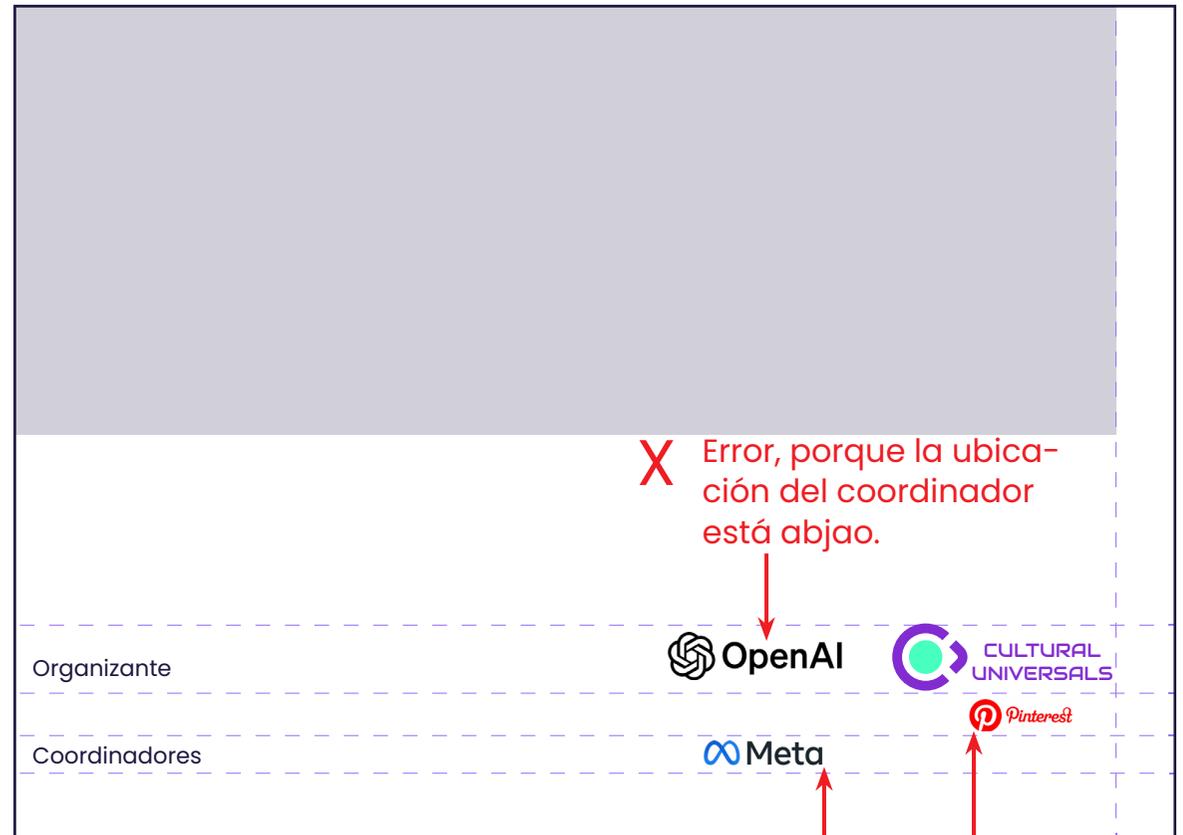


Coordinadores



CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS 3

Este es un ejemplo de lo que **NO** hay que hacer cuando en el caso de convivencia con otras marcas.



X Error, porque la ubicación del coordinador está abajo.

X Error, porque el espacio es demasiado ancho entre las marcas.
Las marcas del mismo grado no están nivelados.

02

EL COLOR

GAMA PRINCIPAL

La combinación de los colores tiene un carácter futurista, tecnológico, moderno y espacial. La gama principal de colores incluye los siguientes colores:

Yankees blue

Turquoise

Blue-violet

Como está representado por el gráfico, el **Yankee blue** ocupa el mayor porcentaje del uso. Ejemplos como el texto principal escrito en la página web y en la papelería puede ser en este color.

El siguiente es **Blue-violet**, que funciona como el color complementario. El **Turquoise** es el color se utiliza con menos frecuencia, para destacar algunas informaciones. Los títulos pueden ser un ejemplo.

YANKEES BLUE

CMYK: 59c / 66m / 0y / 75k

RGB: 22r / 27g / 65b

Pantone 275 C

HEX: #1B1641

TURQUOISE

CMYK: 72c / 0m / 25y / 0k

RGB: 72r / 255g / 192b

Pantone 333 C

HEX: #48FFC0

BLUE-VIOLET

CMYK: 37c / 79m / 0y / 18k

RGB: 131r / 43g / 209b

Pantone 266 C

HEX: #832BD1

GAMA SECUNDARIA

La gama secundaria funciona como el complementario de la gama principal, y enriquece el efecto visual en general. Los colores son lo siguiente:

Medium purple

Hot magneta

Blue (RYB)

Como está representado por el gráfico, el **Medium purple** ocupa el mayor porcentaje del uso. Podría ser aplicado como un color de fondo.

El siguiente es **Blue (RYB)**. El **Hot magneta** es el color que ocupa menos porcentaje, puede ser el enfoque visual en algunas partes. Un ejemplo es la variación del isologotipo de colores diferentes.

MEDIUM PURPLE

CMYK: 27c / 52m / 0y / 3k

RGB: 156r / 119g / 247b

Pantone 2655 C

HEX: #9C77F7

HOT MAGNETA

CMYK: 0c / 89m / 24y / 0k

RGB: 255r / 29g / 193b

Pantone 807 C

HEX: #FF1DC1

BLUE (RYB)

CMYK: 89c / 78m / 0y / 0k

RGB: 28r / 57g / 255b

Pantone 2728 C

HEX: #v

LOS DEGRADADOS

Los degradados tienen un uso limitado, estrictamente para las superposiciones de imágenes y fondos. En estos casos el cambio de opacidad también es aplicable. Los colores son los siguientes:

Yankees blue
Medium purple
Blue (RYB)

Como está representado por el gráfico, el **Yankees blue** ocupa el mayor porcentaje del uso. El siguiente es **Medium purple**. El **Blue (RYB)** es el color que se aplica en menos ocasiones.



03

LA TIPOGRAFÍA

LA FAMILIA 1

La tipografía **Audiowide** contiene solamente un estilo, que es **regular**.

Según Google fonts: Audiowide es una tipografía sans serif, de estilo tecnológico, compuesta de suaves formas tubulares en las esquinas. Con vagos guiños a estilos de letras como el de Handel Gothic y el logotipo de Converse, Audiowide se desvía en una dirección propia para un estilo tipográfico un poco más tecno-futurista y, sin embargo, claramente legible.

Esta tipografía fue diseñado por Brian J. Bonislawsky para Astigmatic (AOETI).

The image shows two large, dark blue characters, an uppercase 'A' and a lowercase 'a', rendered in the Audiowide Regular font. The letters have a thick, rounded, tubular appearance with smooth curves and a modern, futuristic feel.

Audiowide Regular

ABCDEFGHIJKLMÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!¿?#@%ε()*{ }

Audiowide Regular

LA FAMILIA 2

La tipografía **Poppins** contiene 18 estilos, pero lo que vamos a usar son: **Regular, Regular Italic, Medium, Medium Italic, Bold, Bold Italic, ExtraBold y ExtraBold Italic.**

Según Google fonts: Cada forma de letra es casi monolineal, con correcciones ópticas aplicadas a las uniones de los trazos cuando es necesario para mantener un color tipográfico uniforme.

Esta tipografía fue diseñado por Indian type foundary (ITF) y Jonny Pinhorn.



Poppins Bold

ABCDEFGHIJKLMÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0123456789
!i¿?#@%&()*{ }

Poppins Regular

ABCDEFGHIJKLMÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0123456789
!i¿?#@%&()*{ }

Poppins Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0123456789
!i¿?#@%&()*{ }

Poppins Bold

ABCDEFGHIJKLMÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
0123456789
!i¿?#@%&()*{ }

Poppins Bold Italic

USO TIPOGRÁFICO 1

En principio, el uso de la tipografía Audiowide es para los títulos y subtítulos en diferentes medios de comunicación, ejemplos: publicidad de página web y carteles.

Para el título y el subtítulo en general, la interlínea entre los 2 renglones sería entre 5pt - 7pt más que el tamaño de la letra. El tamaño del subtítulo sería la mitad del título. Los colores pueden variar según la composición gráfica

Aquí están especificados los datos como un ejemplo.

Título con el texto en la tipografía Audiowide

Subtítulo con el texto en la tipografía Audiowide

Título

Audiowide regular: 36

Interlínea: 41

Tracking: 0

Subtítulo

Audiowide regular: 18

Interlínea: 25

Tracking: 0

USO TIPOGRÁFICO 2

Este es un ejemplo de la composición de gráfico y tipografía.

Título Audiowide regular: 36, interlínea 41 y tracking: 0

Subtítulo Audiowide regular: 18, interlínea 25 y tracking: 0

Isologotipo horizontal ubicación: esquina izquierda inferior

Color Yankees blue

Alineación izquierda



USO TIPOGRÁFICO 3

La tipografía Poppins se aplica en todos los textos principales, tanto un artículo en la página web, como una carta de anuncio de la empresa. En la mayoría de los casos se utiliza el color Yankees blue para la mejor legibilidad.

En este caso, el ejemplo está mostrado en la parte derecha de esta página.

Título Poppins bold: 36, interlínea 41 y tracking: 0

Subtítulo Poppins medium: 18, interlínea 25 y tracking: 0

Texto Poppins regular: 12, interlínea 17 y tracking: 0

Color Yankees blue

Alineación izquierda

Celebración Picasso 1973–2023

El 8 de abril de 2023 se cumplió el cincuenta aniversario del fallecimiento del artista español **Pablo Picasso**.

Con el respaldo de instituciones culturales de renombre en Europa y Estados Unidos, la Celebración Picasso 1973–2023 gira en torno a unas cincuenta exposiciones y eventos que, en su conjunto, abordan un análisis historiográfico de la obra de Picasso.

Nacido en Málaga, el 25 de octubre de 1881, y fallecido en la población francesa de Mougins, el 8 de abril de 1973, Pablo Picasso es uno de los más célebres pintores de la historia del arte occidental. Su lenguaje expresivo, libre y multiforme sigue influyendo en el arte y la reflexión contemporáneos.

04

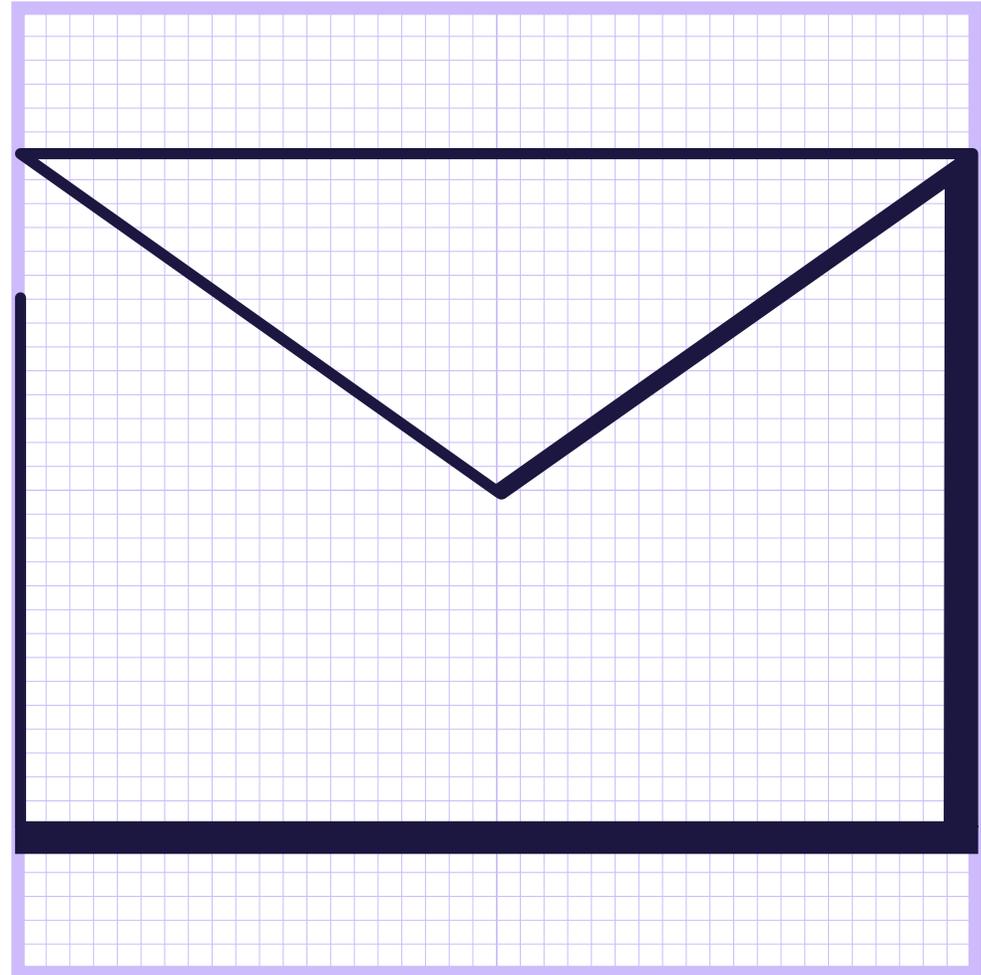
ICONOGRAFÍA

EL DISEÑO

El diseño de la iconografía está establecido en un sistema de retícula.

La retícula está compuesta por 40mm de anchura, y la misma altura. Cada cuadrado es 1mm x 1mm.

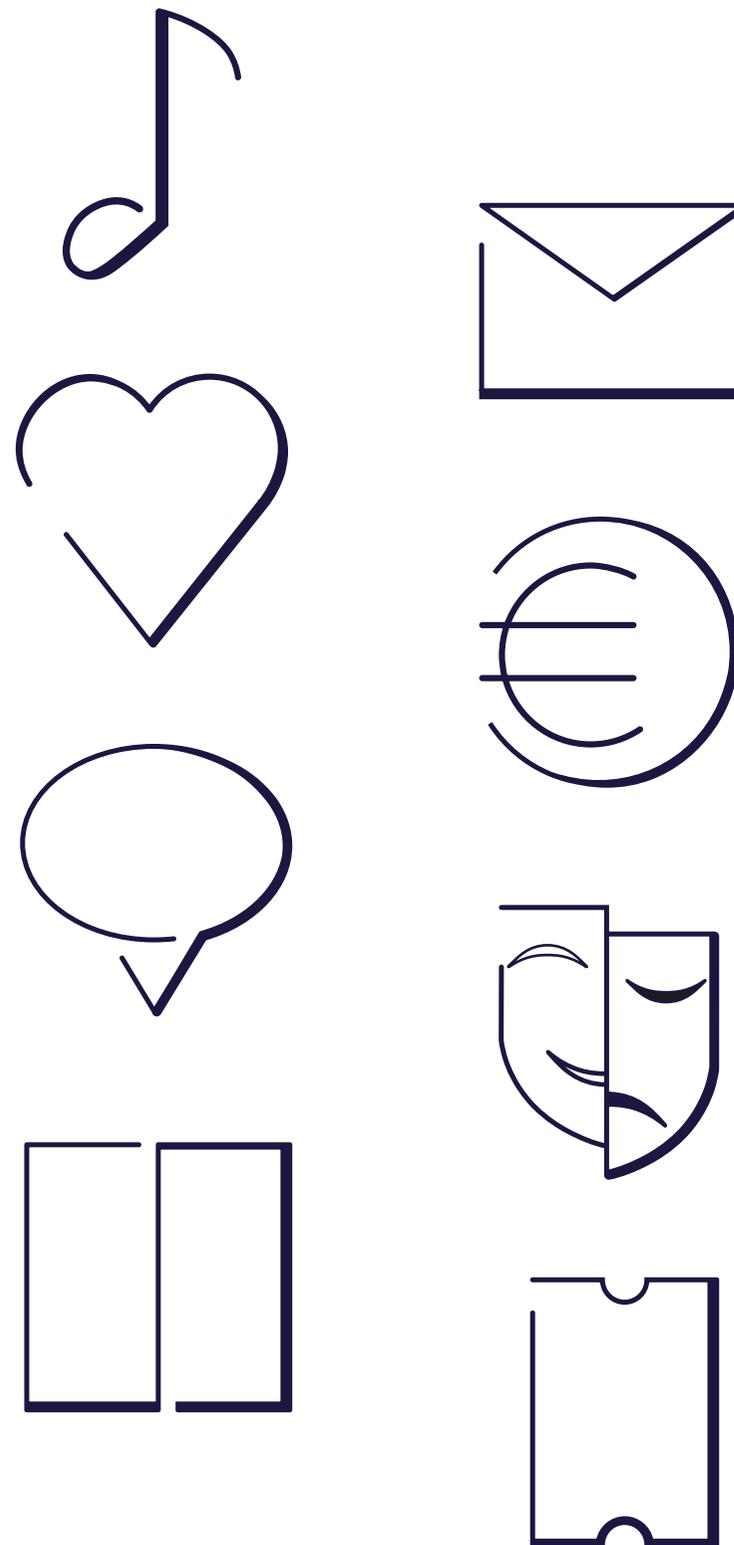
De esta manera, los íconos están estrictamente diseñado con un tamaño semejante, y proporciones cuidadosamente calculados.



EL SISTEMA ICONOGRÁFICO 1

Los íconos tienen un estilo moderno, compuestas por líneas y formas sencillas y limpias. El color que utiliza es Yankee blue.

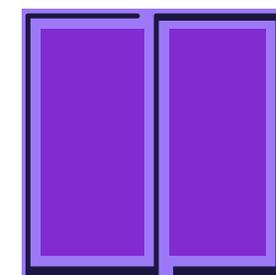
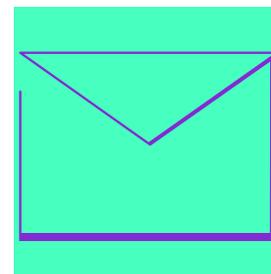
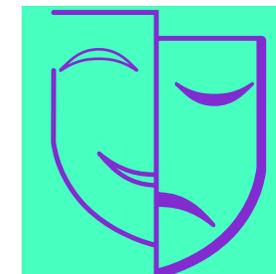
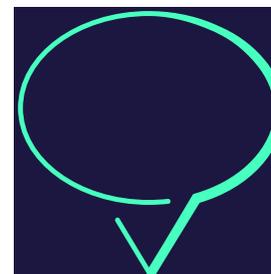
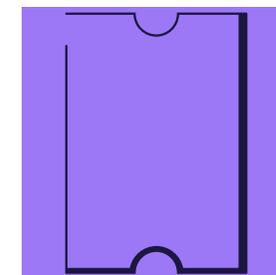
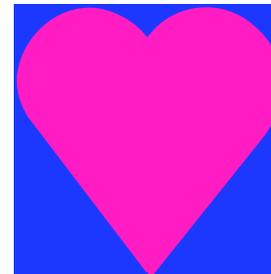
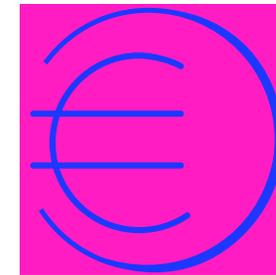
Aquí lo que muestran son unos íconos como la referencia del estilo. Se puede desarrollar otros íconos según la necesidad.



EL SISTEMA ICONOGRÁFICO 2

Los íconos con colores corporativos.

Aquí lo que muestran son unos íconos como la referencia del estilo. Se puede desarrollar otros íconos según la necesidad. v



05

IMÁGENES

IMÁGENES EN RGB

El estilo de las imágenes también está relacionado con el estilo de la marca. En general tienen que ser colores fríos, con una superposición azulada, que da una sensación de tecno-ficción. Al mismo tiempo tienen que ser coloridos, para generar vitalidad a la imagen de la marca.



Foto RGB original



Foto RGB retocado

IMAGENES EN MONOTONO

Estos son los ejemplos de las imágenes en monotono, utilizando los colores principales corporativos.



Foto en monotono Yankees blue



Foto en monotono Blue-violet

IMAGENES EN DUOTONO/TRITONO

Estos son los ejemplos de las imágenes en duotono y tritono, utilizando los colores secundarios corporativos.



Foto en duotono **Hot magneta/Blue (RYB)**

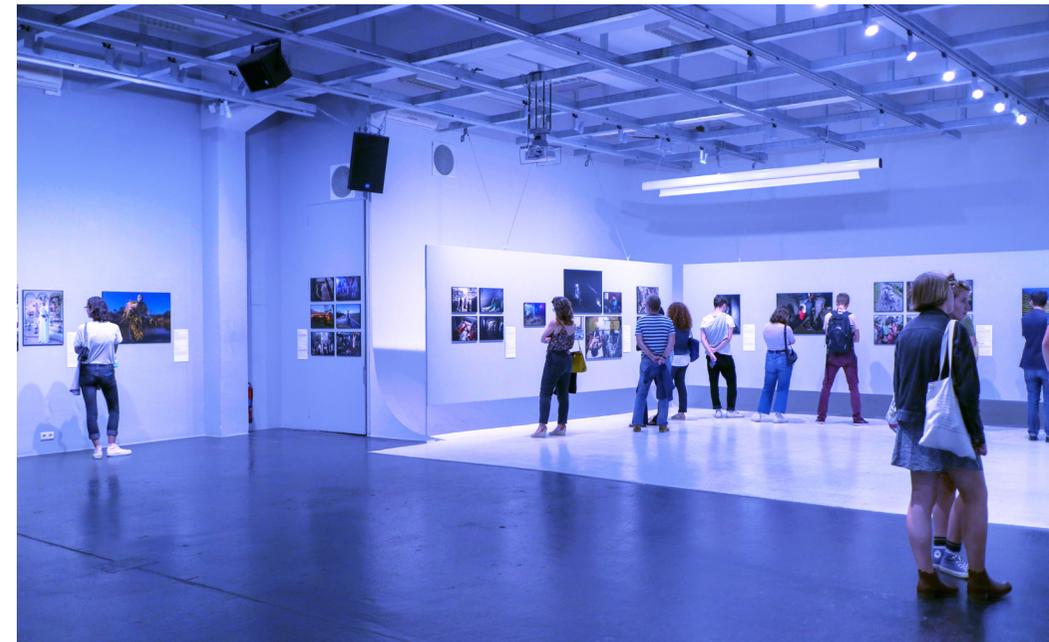


Foto en tritono
Hot magneta/Blue (RYB)/ Medium puprple

IMÁGENES ORIGINALES



IMÁGENES RETOCADAS



06

FIRMA EMAIL

FIRMA EMAIL 2

Firma de Email en modo de noche

Nuevos mensajes — ✖ ×

收件人

tema

Shijing Peng
Cultural Universals
Art Director

Tel: +34 914 326 421
E-mail: psj@culturaluniversals.com
Web: www.culturaluniversals.com

 **CULTURAL
UNIVERSALS**

Síguenos en:

2023 © Cultural Universals
All rights reserved.

Enviar ▾         

07

MOTIVOS

MOTIVO 1

Los colores utilizados en este motivo son lo siguiente:

Yankees blue

Hot magneta

Medium purple

El diseño del motivo 1 consiste en 2 círculos formado por el logo, significa integridad humana en la tierra.



MOTIVO 2

Los colores utilizados en este motivo son lo siguiente:

Yankees blue

Turquoise

Medium purple

El diseño del motivo 2 es una variación del motivo 1, con una combinación de diferentes colores.



MOTIVO 3

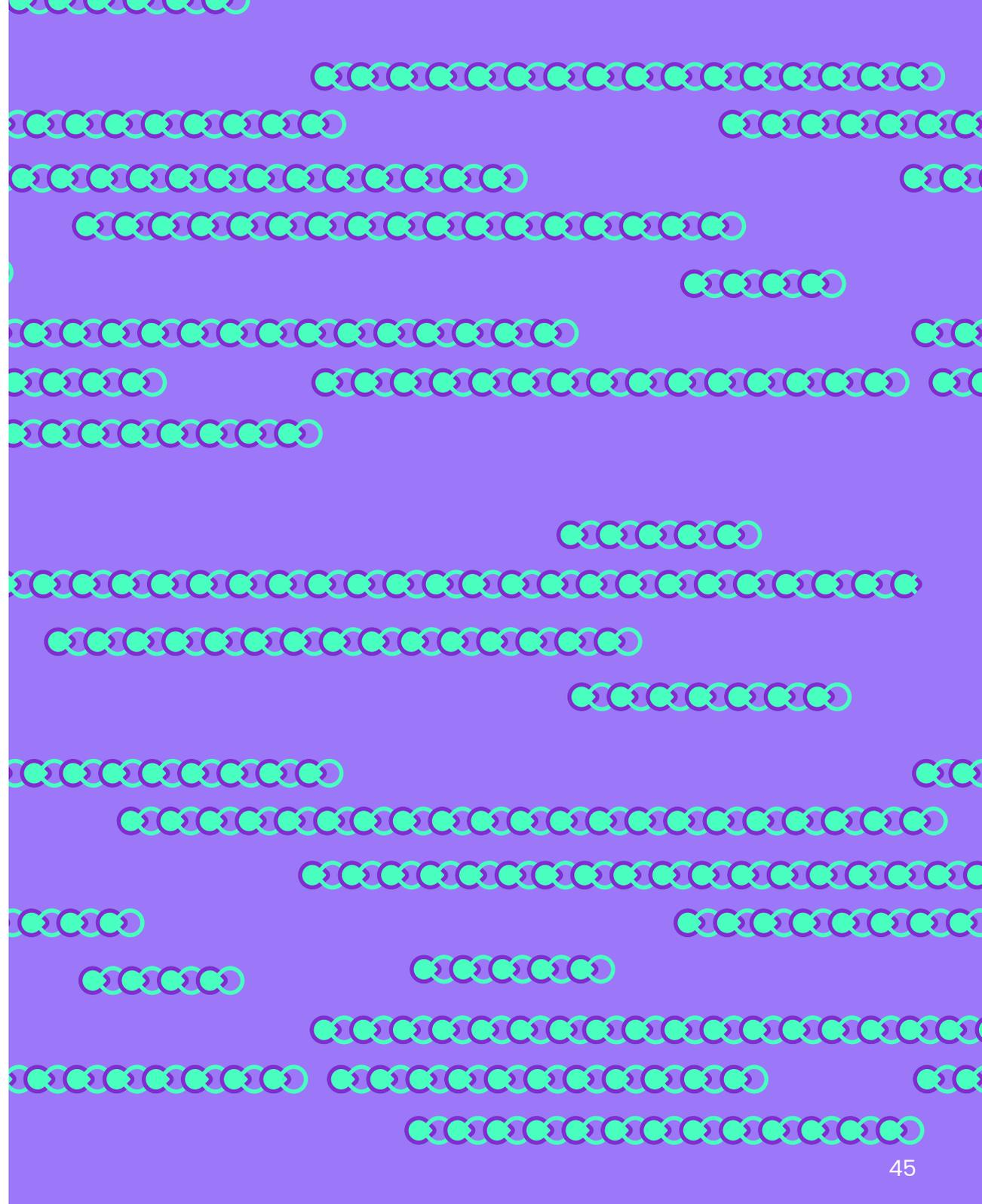
Los colores utilizados en este motivo son lo siguiente:

Medium purple

Turquoise

Blue-violet

El diseño del motivo 3 utiliza el isotipo, creando un signo de ∞ , que representa las intercambios culturales y conexiones infinitas de los seres humanos.



08

PUBLICIDAD

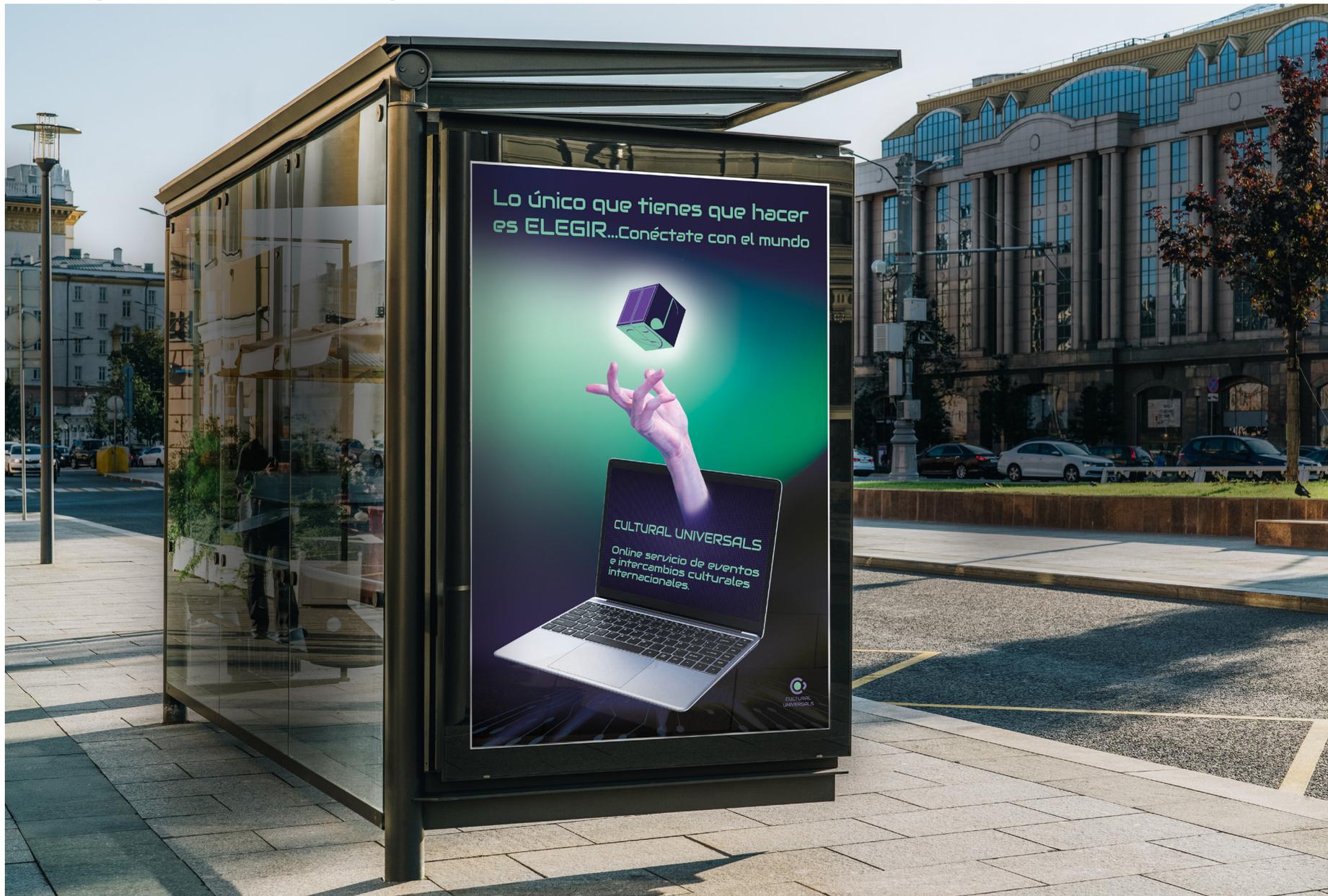
ANUNCIO 160X30 CM

Mockup del anuncio en una pared de un túnel



ANUNCIO 70X100 CM

Mockup del anuncio en una parada de autobus



INSTAGRAM CARRUSEL 1080X1080 PX

Mockup de instagram carrusel



09

PAPELERÍA

PAPEL CARTA 210X297 MM 1

1º hoja-diseño 1



Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas.

Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca.

Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias

CULTURAL UNIVERSALS
Calle del Príncipe de Vergara, 131
28002 Madrid / +34 914 328 421

culturaluniversals.com

2º hoja-diseño 1



Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas.

Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca.

Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias

PAPEL CARTA 210X297 MM 2

1 ° hoja-diseño 2



Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas.

Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca.

Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias

CULTURAL UNIVERSALS
Calle del Príncipe de Vergara, 131
28002 Madrid / +34 914 328 421

culturaluniversals.com

2 ° hoja-diseño 2



Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas.

Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca.

Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias

PAPEL CARTA 210X297 MM 3

1º hoja-diseño 3



Att. Shijing Peng
Calle López de Hoyo, 143
28002, Madrid
España

Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas.

Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca.

Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas;

Saludos Att.

CULTURAL UNIVERSALS
Calle del Príncipe de Vergara, 131
28002 Madrid / +34 914 328 421
culturaluniversals.com

2º hoja-diseño 3



Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas.

Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca.

Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro.

Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas; porque no es posible que el mal ni el bien sean durables, y de aquí se sigue que, habiendo durado mucho el mal, el bien está ya cerca. Así que, no debes congojarte por las desgracias que a mí me suceden, pues a ti no te cabe parte dellas. Y, viéndole don Quijote de aquella manera, con muestras de tanta tristeza, le dijo: Sábete, Sancho, que no es un hombre más que otro si no hace más que otro. Todas estas borrascas que nos suceden son señales de que presto ha de serenar el tiempo y han de sucedernos bien las cosas;

TARJETA DE VISITA 90X50 MM

Frente-diseño 1



Frente-diseño 2



Frente-diseño 3



Detrás-diseño 1



Detrás-diseño 2

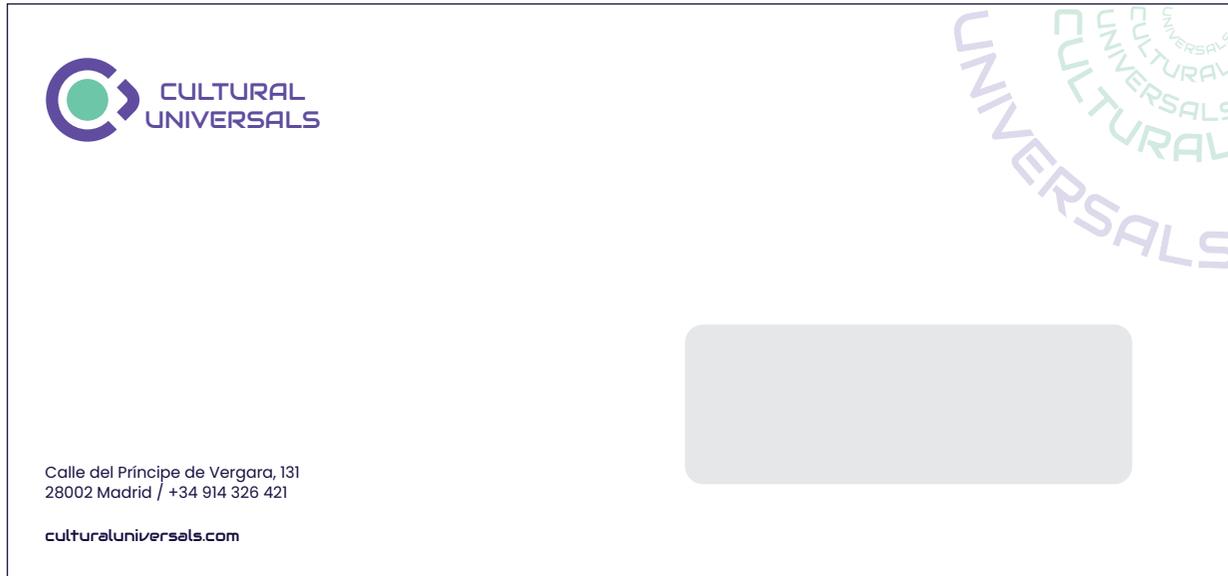


Detrás-diseño 3

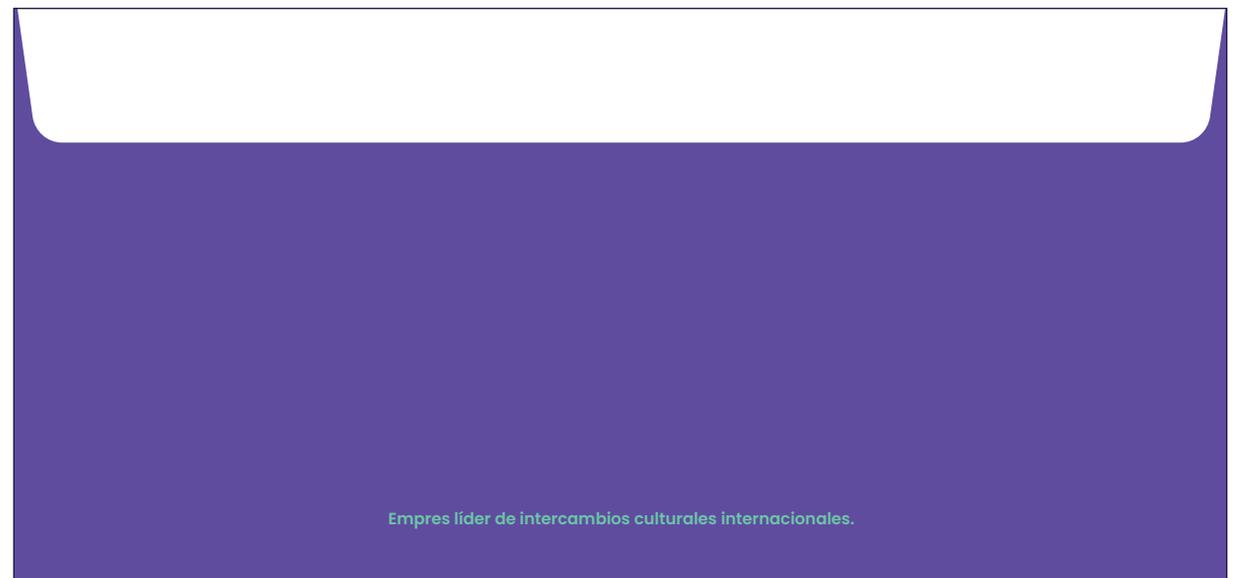


SOBRE 210X110 MM 1

Frente-diseño 1



Detrás-diseño 1



SOBRE 210X110 MM 2

Frente-diseño 2



Detrás-diseño 2



10

PRODUCTOS

GORRO

Mockup del gorro unisex

El diseño de los productos se realiza una combinación de motivos y el isologo de distintas variaciones.

En principio, se aplica el color blanco al fondo, junto con los motivos coloridos para crear un estilo energético y futurista.

A parte de poner en venta a los productos, también puede utilizarlo como publicidad para la empresa.



BOLSO

Mockup del bolso de tote



CAMISETAS

Mockup de las camisetas para hombre y mujer



11

PAUTAS DEL DISEÑO

RESUMEN

El principio clave es siempre diseñar para cumplir la misión, visión y la filosofía de la marca.

1) **E**n el proceso de aplicación hay que respetar el diseño original del logotipo, isotipo eisologotipo, sobre todo la proporción, la forma y el espacio de seguridad. Presetar atención en la selección de los variantes más adecuados en la aplicación.

2) **T**ener cuidado con el uso de la tipografía. Para mejor legibilidad y la consistencia de la imagen de la marca solo hay que utilizar Audiowide y Poppins. Respetar las interlíneas, las relaciones de proporciones, y otros aspectos mencionados.

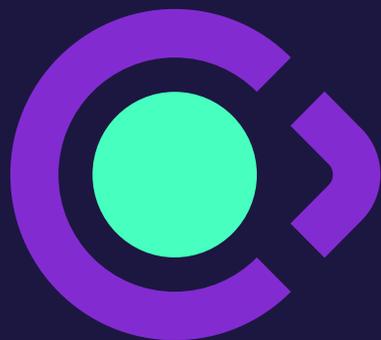
3) **S**e debe usar el rango de los colores corporativos según las circunstancias correspondientes. Para las imágenes se debe respetar las mismas reglas.

4) **S**i desarrolla otros diseños de iconos es necesario de mantener el estilo moderno, sencillo, y con fuertes contrastes de colores. En cuanto la aplicación de los motivos, hay que tener en cuenta la proporción y la combinación de colores.

5) **T**ener cuidado con el uso de la tipografía. Para mejor legibilidad y la consistencia de la imagen de la marca solo hay que utilizar Audiowide y Poppins. Respetar las interlíneas, las relaciones de proporciones, y otros aspectos mencionados.

6) **P**ara las campañas publicitarias y el diseño de la página web hay que respetar todos los aspectos mencionados arriba. Lo más importante es tener un estilo homogéneo.

7) **E**n la firma de email y la papelería los diseños ya está bastante concretos, solo hay que seguir los formatos.



CULTURAL UNIVERSALS