



MANUAL DE IDENTIDAD

IDENTIDAD VISUAL

CAPÍTULO 1: Uso de logotipo

1. La marca

1.1 Logotipo y medidas

1.2 Paleta de colores

1.3 Texturas y fondos

1.4 Tipografía

CAPÍTULO 2: Estrategia fotográfica

CAPÍTULO 3: Papelería y digital

3.1 Carpeta de presentación (Tarjeta,

Hoja membretada, firma para email.)

Construcción de la comunicación de la marca

CAPÍTULO 4: Usos y aplicación de la marca:

4.1 Social Networks

4.2 Uniformes y transporte

CAPITULO 1

1. INTRODUCCIÓN

Este manual es una herramienta creada para garantizar un uso correcto y coherente de todos los elementos visuales que componen la marca.

La aplicación de las pautas aquí descritas contribuyen a proyectar una imagen de marca bien definida y, por tanto, más sólida.

Tu rigor en el seguimiento de estas pautas es esencial.

Gracias por tu colaboración.

1.1 CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

Una marca es mucho más que un logo.
En nuestro caso, la construcción de la marca PULITO CLEANING SERVICES responde a la integración de los diferentes elementos que veremos en este apartado 2 del manual.
La construcción de la marca genera una personalidad definida en torno a diferentes valores: servicio, limpieza, calidad, dedicación, efectivo, profesional y competitivo.



ISOTIPO

Cíclico, movimiento.
Indirectamente forma la letra P de PULITO. Las aspas son como flechas que apuntan a una dirección da la idea que va a un objetivo específico.

PULITO
cleaning services

LOGOTIPO

Letra redondeada y fácil de leer por su simplicidad.
Tipografía:
Pulito > Profesional
cleaning services > Coolvetica regular



CONSTRUCCIÓN Y COMPOSICIÓN

La palabra IFF lo utilizamos como área de respeto para el logo, esto nos ayuda a darle respeto a la hora de aplic

TAMAÑO MINIMO

El tamaño minimo garantiza legibilidad e impacto visual.



1.2 PALETA DE COLORES

El color predominante es el turquesa, seguido por el azul. El verde deberá ir en una menor proporción, como el blanco en lo posible, siempre deberán estar presentes.



**PANTONE
DS 239-4 C**

C 75%
M 0%
Y 15%
K 0%

**PANTONE
DS 214-1 C**

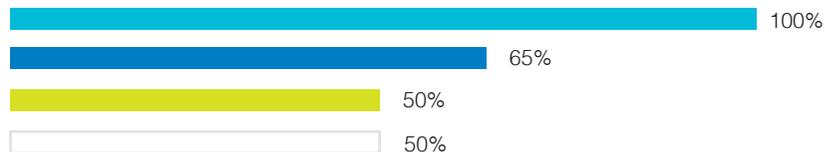
C 100%
M 40%
Y 0%
K 0%

**PANTONE
DS 309-1 C**

C 20%
M 0%
Y 100%
K 0%

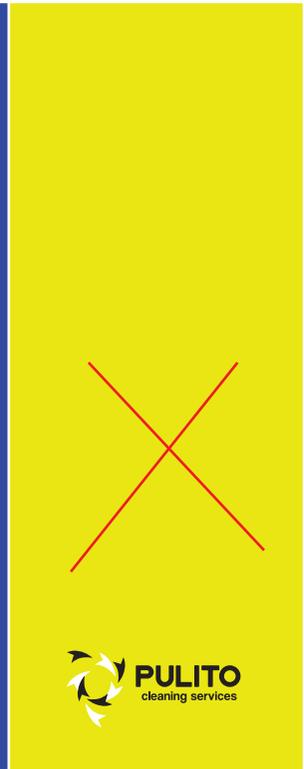
**PANTONE
N/A**

COMPORTAMIENTO DEL COLOR



1.3 TEXTURAS Y FONDOS

A fin de asegurar la visibilidad y legibilidad, se plantean una combinación de colores y aplicaciones predefinidas, aplicables tanto en material impreso como digital. Siempre debe ir acompañado el logo con el isotipo ya que al separarlo se podría alterar la marca, el logo no debe de ser modificado, ni alterado, ya sea el caso donde cae sobre colores fuertes se le pone una banda de color blanco, solamente blanco para que destaque el logo. Evitar los colores muy saturados.





LOGO EN NEGRO - POSITIVO



LOGO EN BLANCO - NEGATIVO

1.4 TIPOGRAFÍA

Para el nombre se usó la fuente PREFESIONAL muy legible, limpia y simple, que confiere practicidad a la marca, tiene en el nombre un outline para que le dé más cuerpo y fuerza. Como alternativa para título o encabezados de textos en las acciones online, empleamos la COOLVÉTICA REGULAR.

Para cuerpo de texto utilizamos la HELVÉTICA que nos asegura de la correcta legibilidad de nuestras acciones en cualquier dispositivo.

PULITO

FUENTE PRINCIPAL > PROFFESIONAL
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?()@!

cleaning services

FUENTE > COOLVETICA REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?()@!

cuerpo de texto

FUENTE > HELVETICA REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?()@!

CAPITULO 2



Estrategia fotográfica

La estrategia a emplear es que tanto el logo como la imagen no sean desapersividos. Se hará hincapié en el contexto, en la pulcritud de los espacios así como también en los empleados: uniformes, cabello ordenado, mascarilla, guantes, equipos de calidad.

El encuadre debe ser el adecuado para reforzar los espacios e implementos que intervienen en la limpieza. Se puede utilizar fotografías con segundo plano desenfocado.

Asimismo, es necesario que las imágenes tengan una buena dosis de luz, resolución, será muy importante la post-producción en las imágenes para generar efectos lumínicos sobre los productos, actores y las situaciones.



CAPITULO 3

3.1 PAPELERÍA Y DIGITAL

A continuación se recogen los elementos más comunes de papelería que empleará PULITO para comunicarse con sus audiencias (Papelería Comercial) y también los elementos más comunes de papelería interna.

TARJETA DE PRESENTACIÓN

Aplicación de la marca en tarjeta.
Medida 9.00 cm ancho x 5 cm alto

90 mm



50 mm

DEBORAH CASTELLANO
Gerente General

Av Hkdada Jjdasdckasc 345
kcasmoX Jmcascm
+01 989 93939 03030

www.pulitocleaningservices.com



HOJA MEMBRETADA

Aplicación de la marca en hoja membretada

210 mm



Fecha
Sep 25, 2019

Lorem ipsum dolor sit amet,
consecsit amet.

Fecha
Juan Pérez
Gerente

Lorem ipsum dolor sit amet,
consecsit amet.

Dirección
Av. La Paz 123,
Miraflores

Lorem ipsum dolor sit amet,
consecsit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Erat volutpat.

DEBORAH CASTELLANO
Gerente General



297 mm

CAPITULO 4

4.1 USOS Y APLICACIÓN

Aplicaremos el uso adecuado de la marca en social networks, publicidad y btl. El encuadre debe ser el adecuado para reforzar la cercanía con los productos. Asimismo, es necesario que las imágenes tengan una buena dosis de luz, será muy importante la post-producción en las imágenes para generar efectos lumínicos sobre los productos.

Browser window showing a Facebook page for Pulito Cleaning Services. The page header includes the name "Pulito Cleaning Services" and navigation options like Home, Find Friends, and Settings. The main content area features a large image of a cleaning worker in a white shirt and green suspenders. Below the image are interaction buttons: "Liked", "Message", and "More". A "Call Now" button is also visible. The page shows a status update with a "Write something..." prompt. A "This Week" summary displays 23,949 Post Reach, 2 Website Clicks, and 1 Call Now. A "Find New Customers For Your Store" section includes a "Promote Local Business" button.

Facebook post from Pulito Cleaning Services, dated Today at 19:33. The post content is a placeholder: "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad". A "See translation" link is present. The main image shows a person in a blue apron and jeans holding a blue bucket filled with cleaning supplies, including gloves and a brush. The post has 1.035 reactions (likes, love, wow) and a "Write something..." comment prompt. The bottom of the post shows interaction buttons: Like, Comment, and Share.