

**sabor
activo**

**Manual de
Identidad Gráfica**

Contenidos

Personalidad de marca

Sabor activo

Un resumen de lo que vemos

Imagotipo

Isotipo

Imagotipo horizontal

Imagotipo vertical

Versión en grises

Usos incorrectos

Tipografías

Familias

Usos

Colores

Paleta principal

Paleta completa

Diseño Web

Retícula

Versión escritorio - Página de inicio

Versión escritorio - Página secundaria

Retícula en pantallas reducidas

3 Versión reducida - Página de inicio
Versión reducida - Página secundaria

Comunicación en redes 26

6 Propuesta
Publicaciones sencillas
Carrusel con portada
Reels institucionales
Plantillas básicas para stories
Ejemplo de grid

12 Aplicaciones en producto 35

Estampación
Mockups
Tarjeta de visita

15 Atribuciones 40

18 Moodboard
Imágenes editadas
Vectores y mockups

Personalidad de marca



Sabor activo

Hay varios conceptos que definen la personalidad de marca de este proyecto.

En primer lugar, **sabor activo** es una marca que representa y da sentido a una consultoría dietética especializada en salud hormonal para la mujer y nutrición deportiva.

Dado que no es un servicio dietético convencional, se pretende evitar relacionar a **sabor activo** como un servicio de dietas generalista que hace uso de ideas como *healthy, fit, saludable, sano, vital, comer bien...* Esta batería de conceptos no define a **sabor activo**.

Asímismo, lo que sí defiende la marca es la necesidad de redescubrir los nutrientes que se necesitan según patologías o necesidades del usuario sin perder de vista el concepto de disfrutar comiendo.

Un resumen de lo que vemos

En este manual de identidad gráfica vamos a encontrarnos con conceptos visuales diseñados para darle personalidad a la marca **sabor activo**.

Entre estos conceptos, los que destacamos son:

- Un diseño de identificación a partir del imagotipo (basado en un fruto asociado a la mujer)
- La elección de tipografías afines al proyecto
- Una amplia paleta de colores que da sentido y cohesión a todos los diseños
- Una propuesta para la página web y también plantillas y aplicaciones de uso diario que nutrirán de contenido las redes sociales de **sabor activo**.

Imagotipo



Isotipo

El isotipo que identifica a la marca se basa en la forma fisiológica de un fruto relacionado con la mujer. Estamos hablando del **higo**.

Se distingue claramente en vista frontal la forma del fruto si se parte por la mitad.

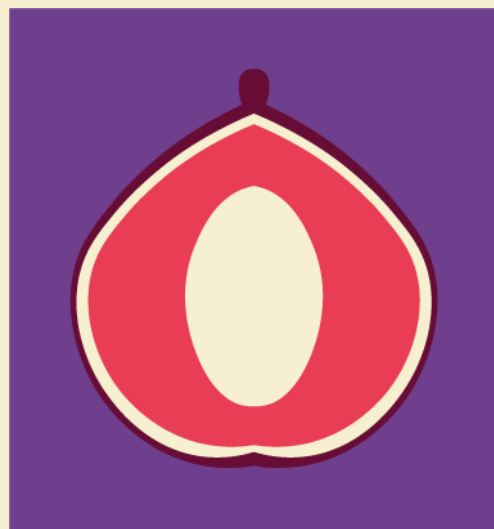
Presentamos versiones tanto en positivo como en negativo.

Respecto a las unidades, el isotipo mide **6x** por **6,5y**. El 0,5y se debe al tallo superior.

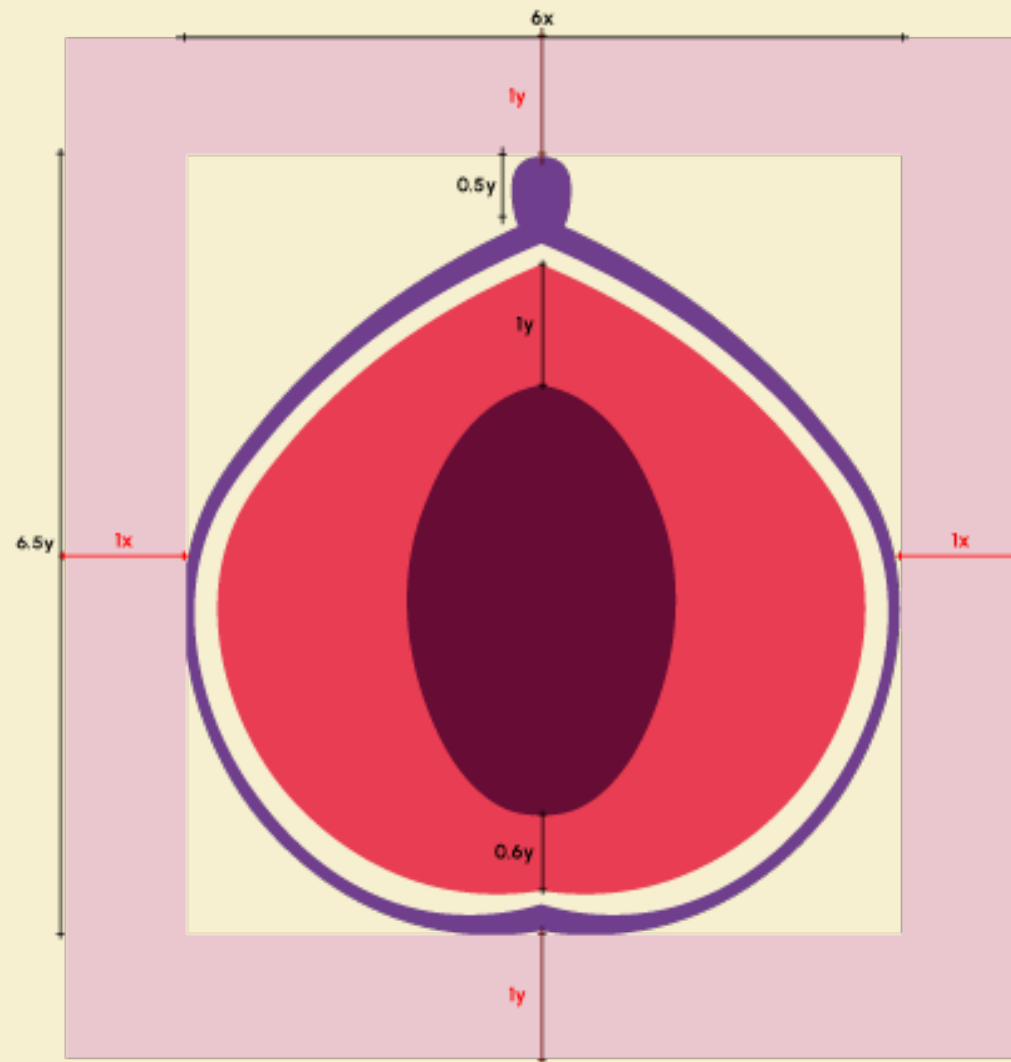
Si se hace uso del isotipo, se deberá dejar un margen de seguridad mínimo de **una unidad**, tanto en el eje x como en el y.



Isotipo positivo



Isotipo negativo

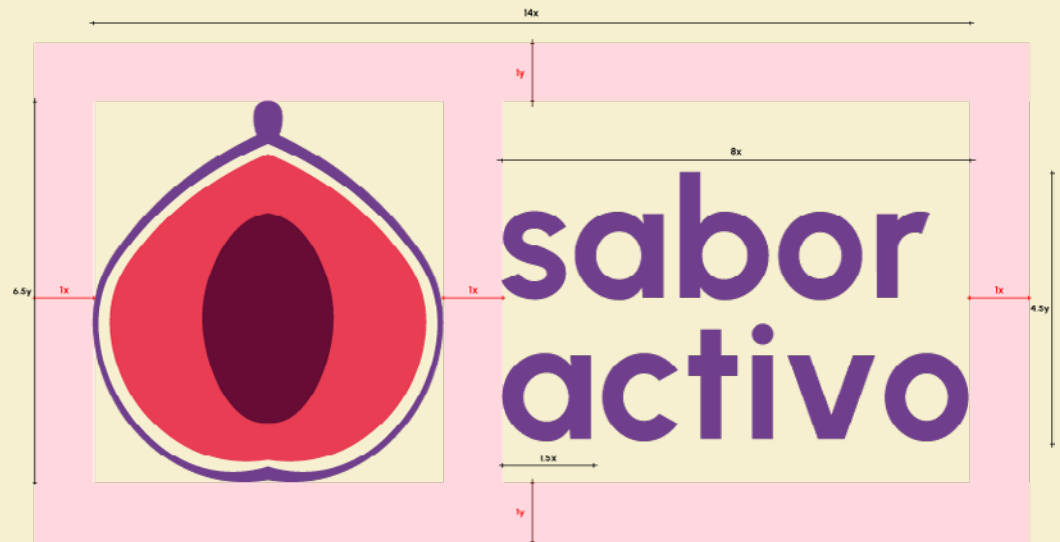


Imagotipo horizontal

El imagotipo horizontal está compuesto por el isotipo y un logotipo con el nombre de marca.

El logotipo mide 8 unidades en el eje horizontal, está alineado a la derecha del isotipo y se define con justificación a la izquierda. Está centrado verticalmente respecto al cuerpo del isotipo. Hace uso de la tipografía "urbanist" en su estilo "bold".

Se deberán respetar los márgenes de seguridad especificados: **una unidad** tanto en eje x como eje y.



Imagotipo horizontal positivo



Imagotipo horizontal negativo

Imagotipo vertical

El imagotipo vertical está compuesto por el isotipo y un logotipo con el nombre de marca.

El logotipo mide 3 unidades en el eje vertical, está centrado horizontalmente respecto al isotipo y se define con justificación centrada.

Se deberán respetar los márgenes de seguridad especificados: **una unidad** tanto en eje x como eje y.



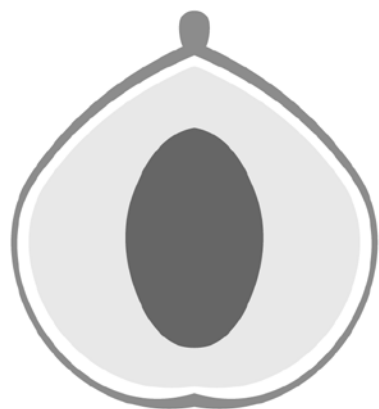
Vertical positivo



Vertical negativo

Versión en grises

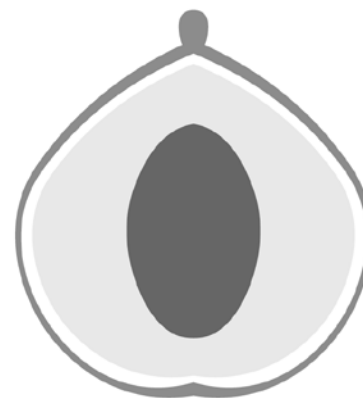
Para aplicaciones de impresión en blanco y negro se recomienda utilizar cualquier de las dos versiones en gris que se presentan, tanto en formato vertical como en formato horizontal.



sabor
activo



sabor
activo



sabor
activo



sabor
activo

Usos incorrectos

Color logotipo diferente



Color isotipo diferente



Imagotipo rotado



Imagotipo deformado



Tipografía logotipo distinta



Imagotipo sin isotipo



Tipografías



Familias

La tipografía **Urbanist Bold** se utiliza para el logotipo y tiene gran presencia en el diseño gráfico de este proyecto. Se define también para usar en la mayoría de títulos y encabezados. Se trata de una tipografía del tipo serif y moderna.

Para párrafos y textos, aunque también se puede usar en títulos, seleccionamos la tipografía **Montserrat**, de tipo sans serif.

Urbanist Bold

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M N Ñ 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 ñ o p q r s t u v w x y z

¿ ? ¡ ! " @ # ~ € & / () = , : ; - _

Ejemplos

Especialistas en salud hormonal

Nutrición deportiva aplicada

El higo, nuestro mejor amigo

Montserrat

Montserrat Regular

Montserrat Light

Montserrat Medium

Montserrat Italic

Montserrat Semibold

Montserrat Bold

Ejemplos

Hacemos dietas

Es nuestra recomendación

El consejo del día

Diet concept

Lunes

Contacto

Usos

Estilos para utilizar en aplicaciones web de escritorio. El fondo de color y el color de la tipografía puede variar.

Urbanist Bold Heading 48 pt

Urbanist Bold h1 Heading 36 pt

Urbanist Bold h2 heading 24 pt

Montserrat Regular p 18 pt

Montserrat Bold h1 36 pt

Montserrat Semibold h2 24 pt

Montserrat Medium h3 24 pt

Montserrat Regular p 18 pt

Estilos para utilizar en dispositivos móviles. El fondo de color y el color de la tipografía puede variar.

Urbanist Bold Heading 36 pt

Urbanist Bold h1 Heading 24pt

Urbanist Bold h2 heading 18 pt

Montserrat Bold h1 36 pt

Montserrat Semibold h2 24 pt

Montserrat Medium h3 24 pt

Montserrat Regular p 18 pt

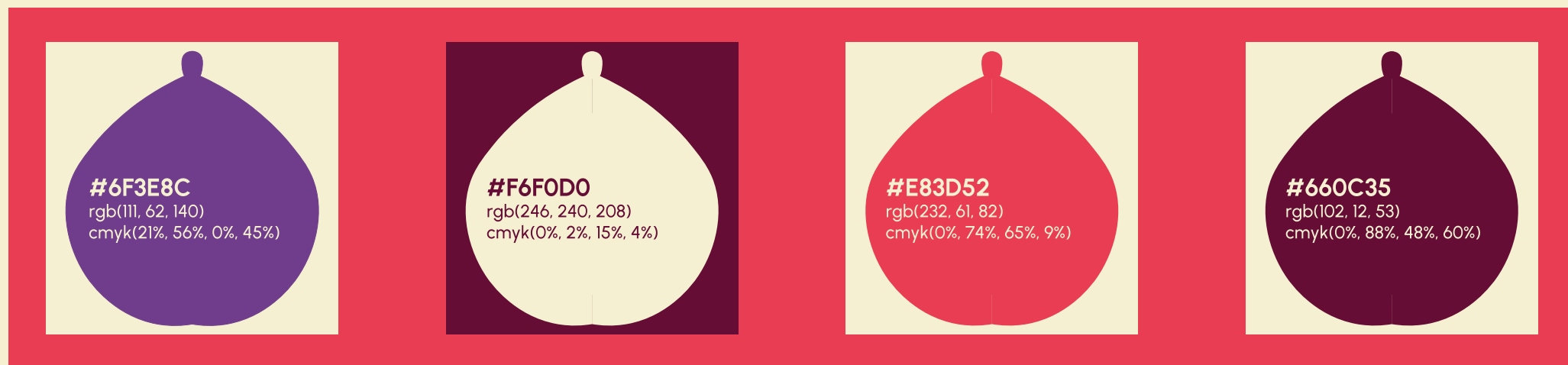
Colores



Paleta principal

La paleta principal de colores está inspirada en colores que podemos observar en el símbolo del proyecto, es decir, en el higo. Se establece una cuatricromía que además funciona en cuanto a contraste.

El tono morado (#6F3E8C) destaca por ser el color principal y dominante, mientras que el secundario es el tono más débil (#F6F0D0) que tiene un claro uso para fondos. Como color de acento destacamos el tono rosáceo (#E83D52). El tono más oscuro se utilizará en detalles (#660C35).



Paleta completa

Complementando a la paleta principal de colores, se establecen variantes de tono para cubrir todas las necesidades de diseño que el proyecto requiera.

De esta manera, nos desplazamos en el espectro obteniendo para cada tono hasta un mínimo de 4 variantes y un máximo de 8 variantes.

Se definen hasta 8 variantes para los colores de tono medio, es decir, para el morado y el rosáceo con el detalle de que la última variante hacia oscuro del rosáceo coincide con el color principal #660C35.



Diseño Web



Retícula

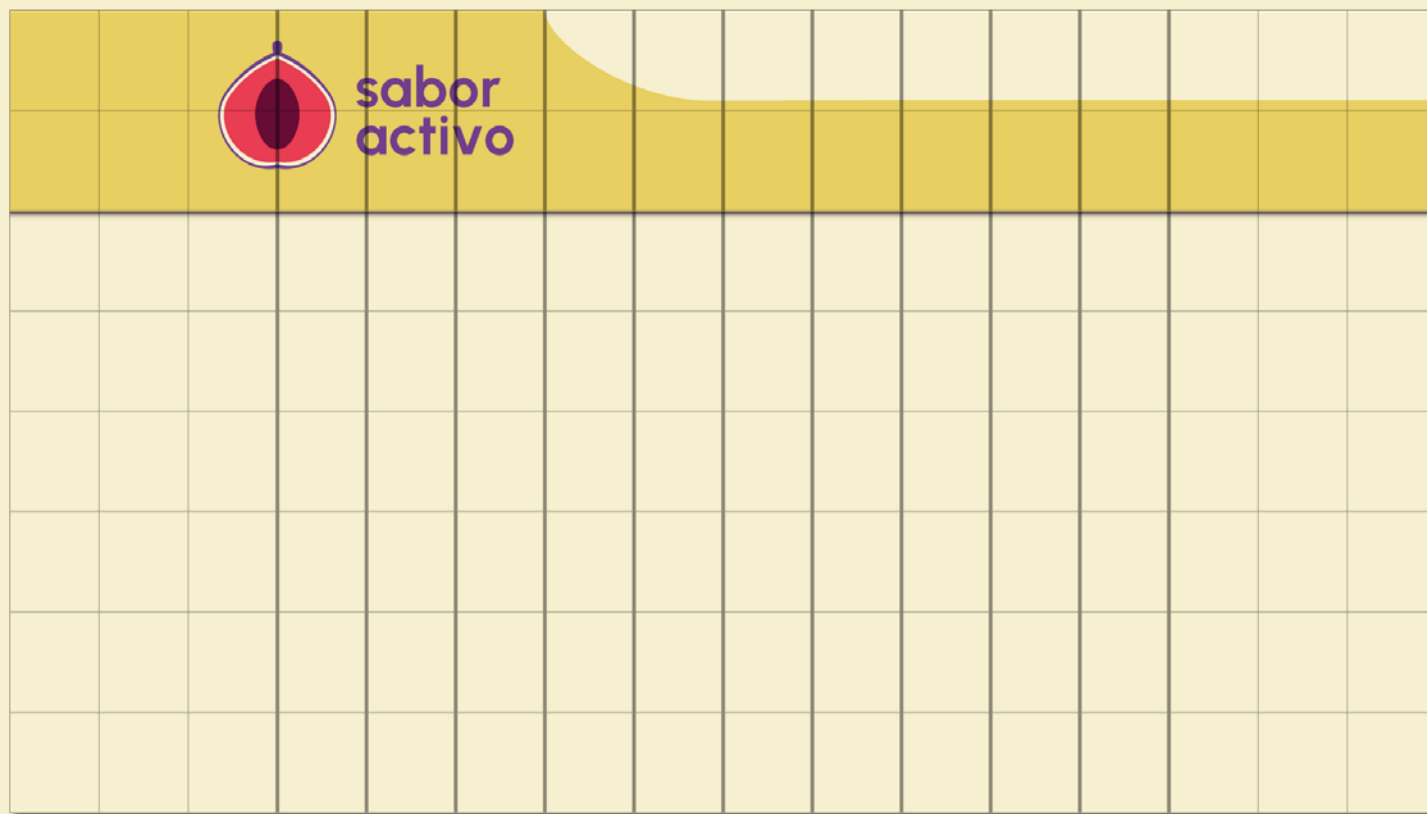
Se trabaja sobre una relación de aspecto 16:9 con un ancho de 1920 píxeles. No obstante, no se fija un límite en el alto de la página

Esto nos permitirá aprovechar todo el ancho para mostrar el contenido.

Se aplicará un diseño responsive para resoluciones inferiores.

La retícula está definida por un total de 16 columnas, con un medianil de 5 píxeles en las columnas interiores.

En pantalla vemos un total de 8 filas.



Retícula aplicada



Versión escritorio - Página de inicio

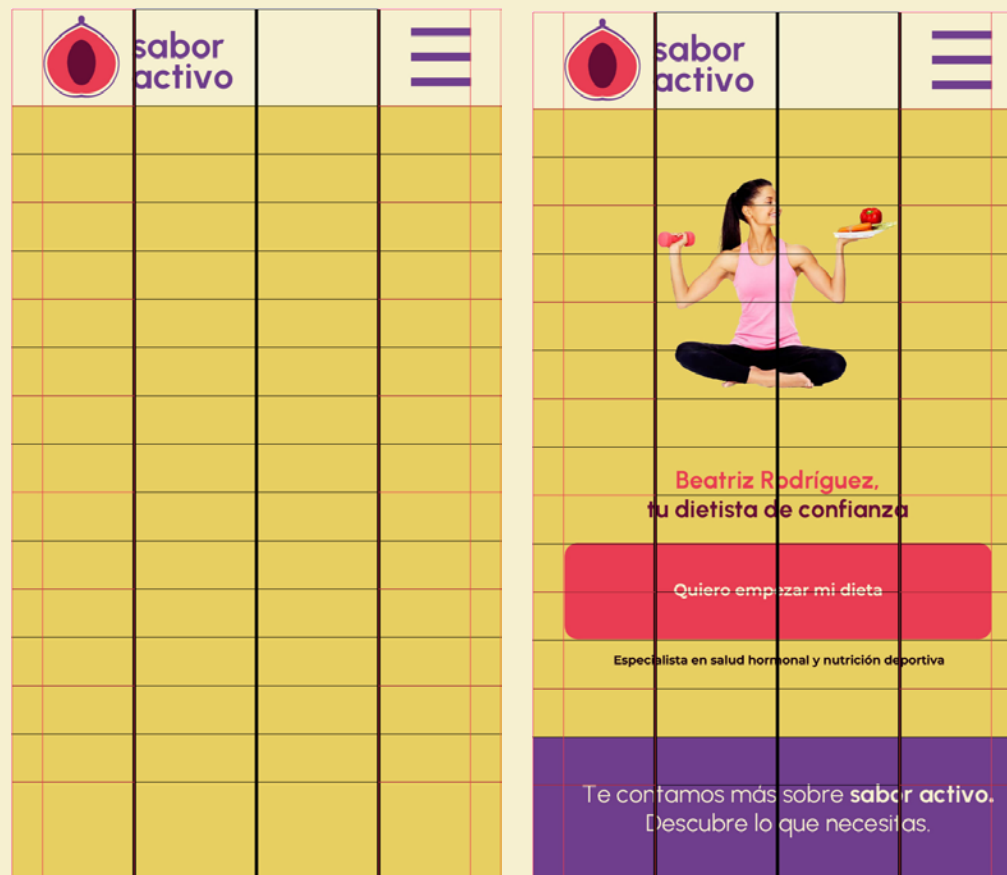


Versión escritorio - Página secundaria



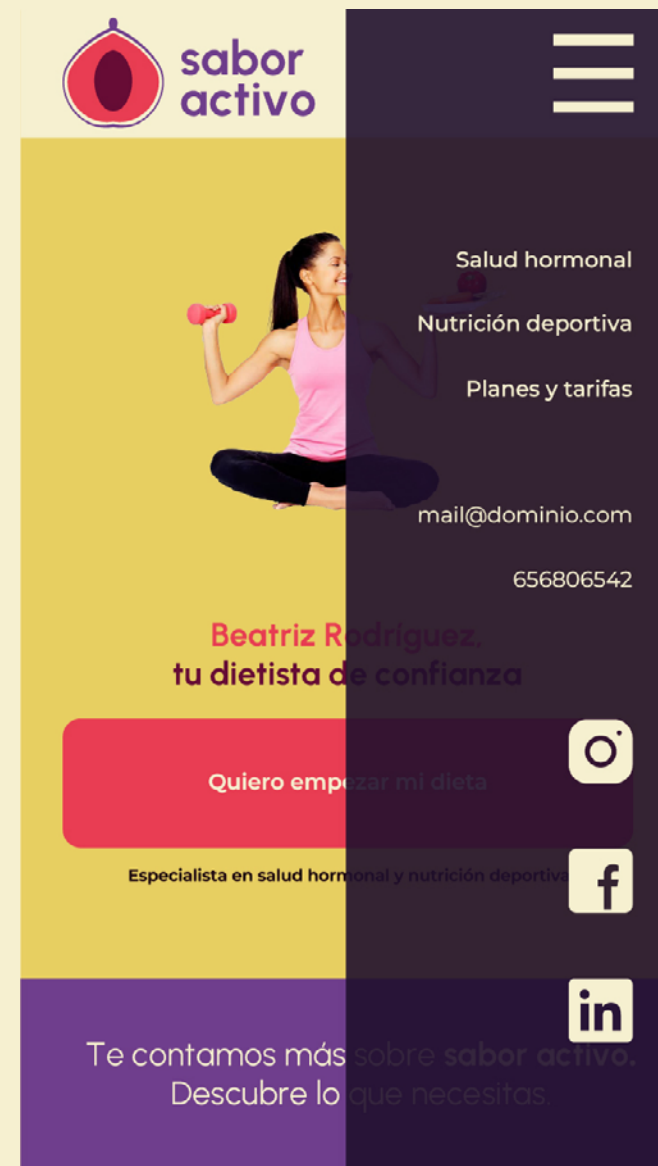
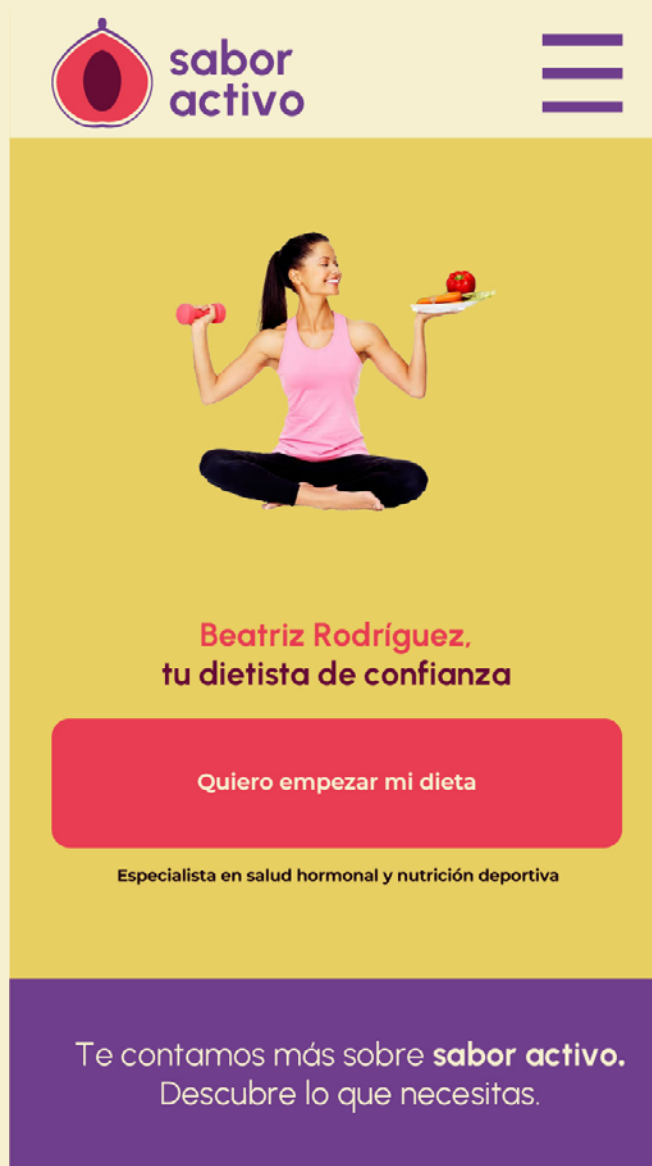
Retícula en pantallas reducidas

Se trabaja sobre una relación de aspecto 9:16 con un ancho de 720 píxeles. No obstante, no se fija un límite en el alto de la pantalla. La retícula está definida por un total de 4 columnas, con un medianil de 5 píxeles en las columnas interiores. Establecemos un margen lateral equivalente

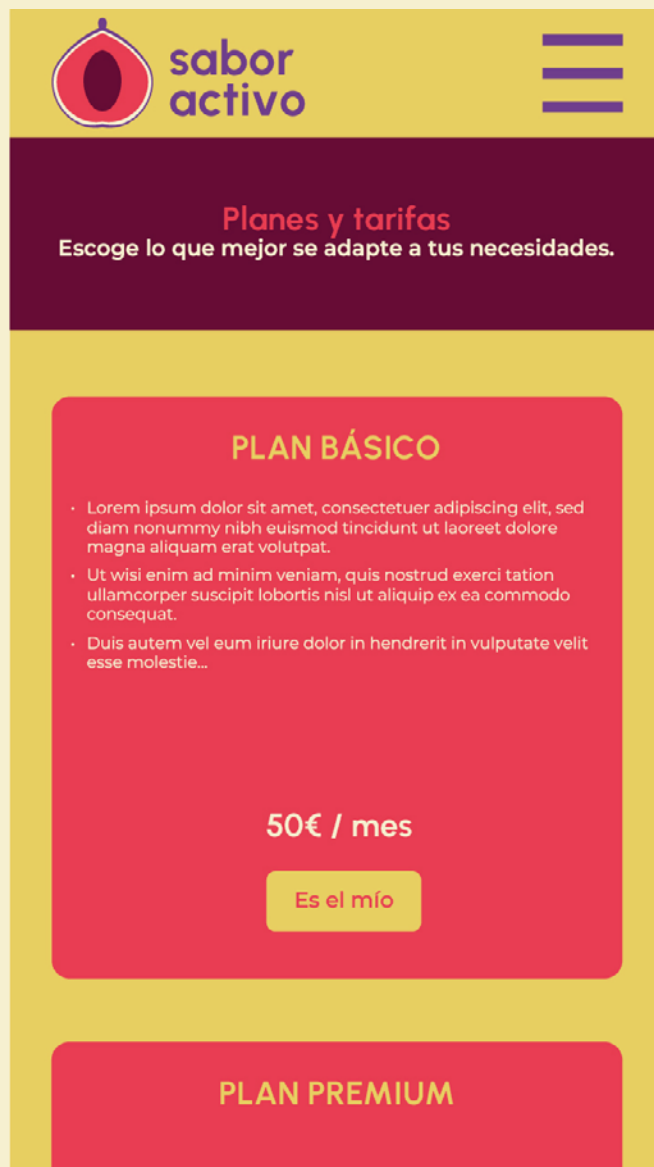


Versión reducida - Página de inicio

La idea es establecer un header fijo donde encontremos el imagotipo y un menú desplegable e integral que se mostrará en la posición absoluta superior y derecha cuando se active.



Versión reducida - Página secundaria



Comunicación en redes



Propuesta

Se proponen los siguientes diseños:

- Creaciones gráficas sencillas para utilizar en publicaciones.
 1. Formato cuadrado.
 2. Formato horizontal.
 3. Formato vertical.
- Carrusel con portada.
- Reel institucional.
- Plantilla básica para stories.

Publicaciones sencillas



Cuadrado



Horizontal



Vertical

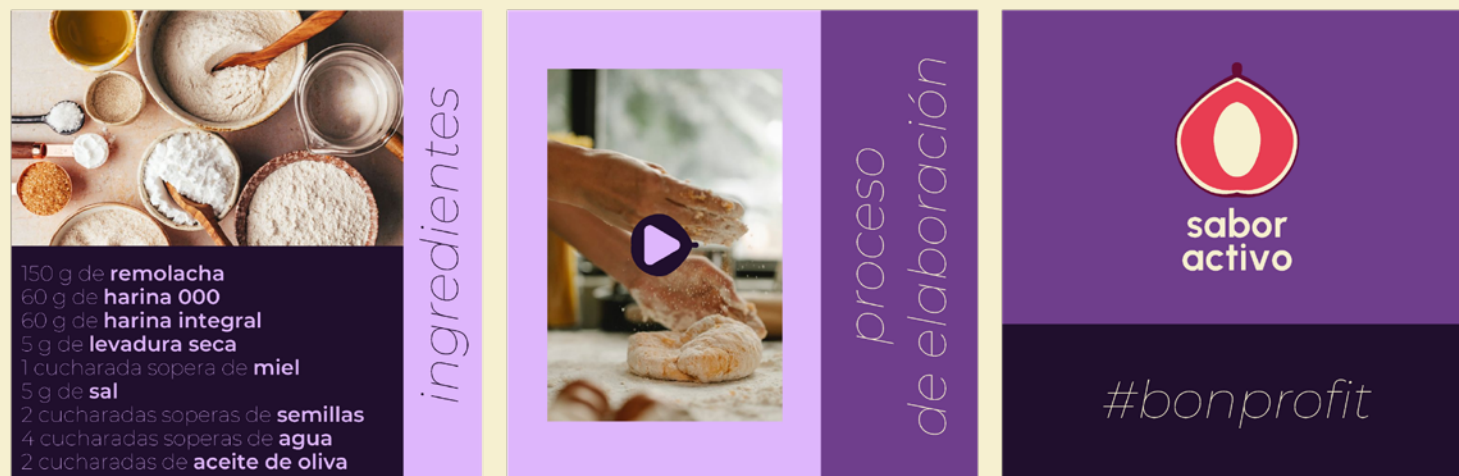
Carrusel con portada



Modelo A

Este modelo sirve para publicar contenido del tipo recetas. En cualquier caso la primera imagen será siempre una portada, mientras que el cuerpo del carrusel serán las imágenes que definan la receta. Por último, habrá un cierre de la serie de publicaciones.

La variación de colores podrá establecer colecciones.



Modelo B

En este caso, este modelo sirve para publicaciones en las que se quiera comunicar cualquier contenido de tipo informativo y educativo.

La variación de colores podrá establecer colecciones.



 <p><i>fase folicular</i></p> <p>La fase folicular también conocida como fase proliferativa o preovulatoria, consiste en un proceso de crecimiento de los folículos ováricos que abarca desde el inicio de la menstruación hasta la ovulación.</p>	<p>Alrededor del día 14 del ciclo menstrual, la hipófisis produce una subida de los niveles de LH, lo cual se conoce como pico de LH y que provoca la ovulación, por el cual el folículo de Graaf se rompe y el óvulo maduro que contiene en su interior es liberado a la trompa de Falopio.</p>  <p><i>fase ovulatoria</i></p>	 <p>La fase lútea también llamada fase secretora o postovulatoria, es la que empieza justo después de la ovulación y que dura hasta el final del ciclo menstrual, es decir, hasta que vuelve a haber un sangrado menstrual.</p> <p><i>fase lútea</i></p>	<p>En caso de que el óvulo liberado no sea fecundado por un espermatozoide, el cuerpo lúteo desaparece. En consecuencia, la producción de estrógenos y progesterona disminuye gradualmente en lo que se conoce como fase isquémica del ciclo menstrual.</p> <p><i>nunca es tarde para volver a empezar</i></p>  <p><i>fase isquémica</i></p>	 <p>sabor activo</p> <p>#saludhormonal</p>
---	--	---	--	---

Reels institucionales

Portada reel, modelo a

Portada reel, modelo b

Opener reel, modelo a

Opener reel, modelo b



Se diseñan portadas de reels de formato cuadrado para mostrar en el feed del usuario.

A la derecha vemos dos openers que servirán para introducir la temática del reel. Estos openers están pensados para ir sobre imagen.

Cierre reel sobre imagen, modelo a



Cierre reel sobre imagen, modelo b



Cierre reel sobre fondo, modelo a



Cierre reel sobre fondo, modelo b



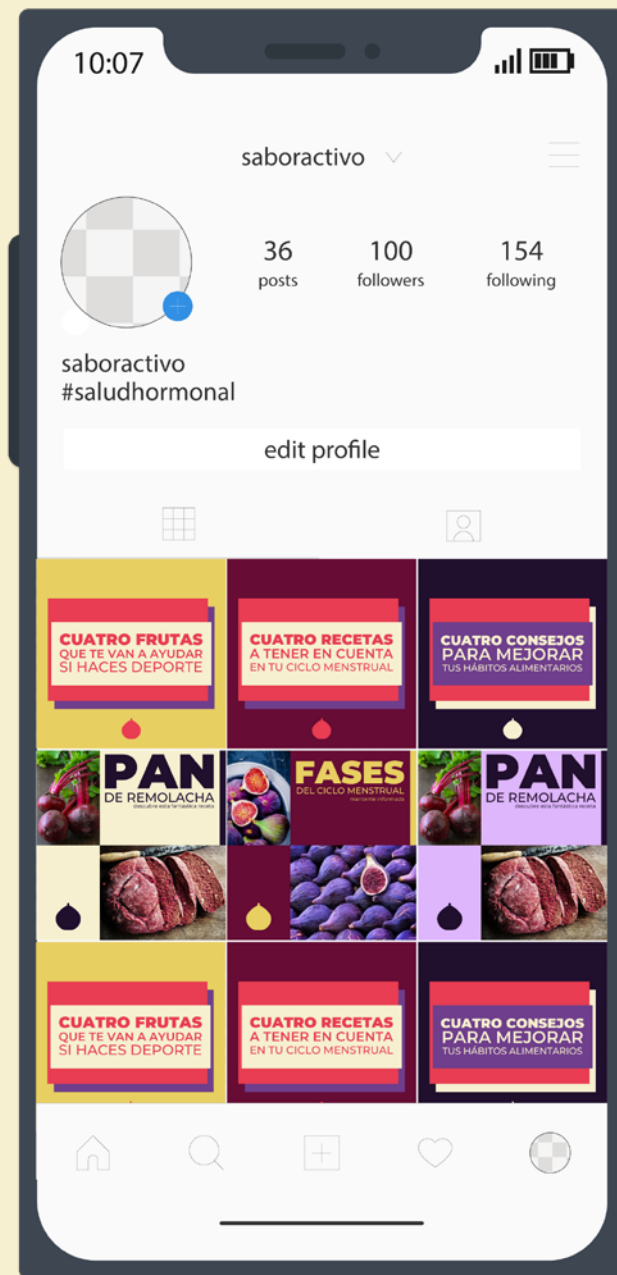
Se diseñan dos tipos de cierre para los reels. Uno funciona sobre imagen y el otro está pensado para que vaya por corte sobre un fondo de motivo animado.

Plantillas básicas para stories



Se diseña una plantilla que sirve para publicar stories con un fondo con imagen. La imagen debe ser suficientemente buena como para que el resultado sea el deseado. En los siguientes casos, se aplica un diseño genérico con fondo de motivo personalizado. El color definirá la temática del contenido informativo.

Ejemplo de grid



Aplicaciones en producto



Estampación



Se diseñan motivos con los elementos gráficos principales de la marca. Estos motivos se pueden aplicar tanto en contenido de redes (cierres animados) como en estampación de producto.

Mockups





Tarjeta de visita



Atribuciones



Moodboard

- Food Aesthetics – Simone | House Of Mustard - <https://pin.it/4YK1NEVuf>
- СМОКВА – СМОКВА - <https://pin.it/19SzwN18x>
- Regola dei terzi e sezione aurea in food photography – Le mie Ricette Con Essenza - <https://pin.it/4Dio82HEh>
- Using curves in food photography - Use Your Noodles - <https://pin.it/FtZZAEh0K>
- Pork and Pumpkin Mole Chili – Little Rusted Ladle - <https://pin.it/3CZfYDFjB>
- Trío de hummus: remolacha, aguacate y pimienta asado – Loleta - <https://pin.it/1OdOukaUu>
- Colorful wellnes brand – Mint Lane Studio - <https://pin.it/6VDBqrkNm>
- Minimalist instastory – Wabi Fathan - <https://pin.it/g4xW430ol>
- 999design - <https://pin.it/2z2G3ZaFt>
- 7 minimalist graphic design tips, use negative space in your design – Zeka Design - <https://pin.it/6nzGIwAbG>
- Yum. Gluten free magazine september 2014 – Issuu - <https://pin.it/6ugGqmRcO>

Imágenes editadas

- 12 Recipes for Purple Food for Breakfast, Dinner, Appetizers, Cocktails, and Summer Treats – Bon Appetit Magazine - <https://pin.it/7bXBh7vqH>
- Nutrient Healthy Diet Nutrition – IMGBIN - <https://pin.it/17UqYyWEu>
- How to roast beets – Olga Olga’s Flavor Factory - <https://pin.it/7twthfM1k>
- Beetroot and walnut bread – Twigg studios - <https://pin.it/5htNor07i>
- Ingredientes para confeitaria – Danielle Noce - <https://pin.it/2hM6STuM6>
- Cómo hacer panes del mundo en casa – Condé Nast Traveler - <https://pin.it/1B0w2sZpU>
- Vintagehome - <https://pin.it/HV97NWlme>
- ViX - <https://pin.it/7GfTbW4J8>
- Higos: propiedades, beneficios y su relación con los veganos – ABC - <https://pin.it/7GfTbW4J8>

Vectores y mockups

- Plantilla de interfaz de perfil de instagram – Freepik - <https://shorturl.at/ghlwJ>
- Black smartphone with carousel interface post – Vecteezy - <https://shorturl.at/deUV4>
- Instagram frame template with light and dark theme – Vecteezy - <https://shorturl.at/ezPW0>
- Bolsa de asas holded blanco aislado – Vectonauta (Freepik) - <https://shorturl.at/gtDGW>
- Vista frontal de la mujer disfrutando de una bebida en la taza en el interior – Freepik - <https://shorturl.at/mzFU2>



**sabor
activo**