



Ahitia
Beauty spa

Manual de imagen



Índice

Introducción	1
Paradigmas	2
Isotipo	3
Logotipo	4
Tipografía	5
Colores	6
Proporción	7
Zona segura	8
Versiones cromáticas	9
Versiones completas	10
Colocación	11
Usos incorrectos	12
Hoja membretada	13
Folder	14
Tarjetas	15



Ahitía
Beauty spa

Es un spa que ofrece servicios de relajación, innovadores tratamientos y experiencia de usuario.

Misión

Nos preocupamos por brindar servicios de calidad, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, mejorando la belleza física y mental, contando con un excelente equipo de trabajo especializados en belleza y salud corporal.

Visión

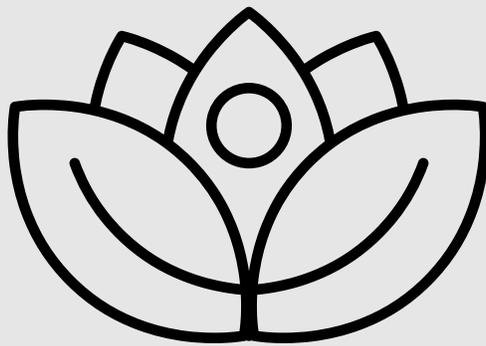
Ser un spa reconocido por nuestra calidad de trabajo, mejorando cada día más nuestros servicios con el fin de mejorar la calidad de vida y aspecto físico de nuestros clientes.

Valores

Compromiso
Responsabilidad
Amabilidad
Respeto
Pasión

Isotipo

El isotipo se creó pensando en los conceptos básicos tanto del spa como los valores que la marca busca representar como lo son el compromiso, la responsabilidad, la amabilidad, respeto y pasión en lo que hacen.



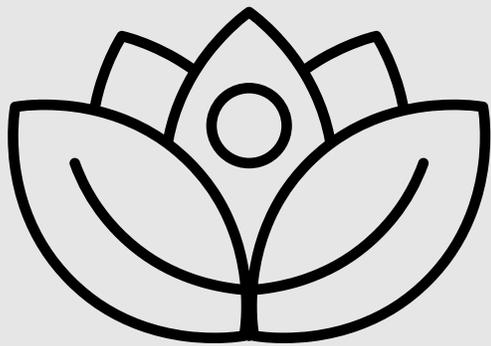
El grafico consta de 2 módulos que unidos entre sí generan la imagen principal de Ahíta spa. El primer módulo es una flor de loto o también conocida como Rosa del Nilo o loto sagrado que representa la pureza y gracias del alma.

El segundo módulo hace referencia a un hombre abstracto con las manos alzadas, que representa al cuerpo. Combinados ambos módulos hacen una armonía entre cuerpo y alma. Con sus trazos delgados y simétricos reflejan la perfección, mientras que el color dorado representa la elegancia.

Cada pétalo en el isotipo hace honor a los 5 valores de la marca; Compromiso, Responsabilidad, Amabilidad, Respeto y Pasión.

Logotipo

El logotipo es un conjunto, se obtiene por la combinación del isotipo y la tipografía que busca crear una armonía entre sí para transmitir un mensaje de manera clara y precisa.



Ahitía
Beauty spa

Su acomodo principal es el horizontal, pero tiene variantes que le permiten generar contenidos en formato vertical o en composiciones que requieran una medida inferior de ancho que de lo alto.

Su nombre se conforma de Ahitía como título, viene seguido de la descripción Beauty Spa.

Tipografía

La tipografía se divide en 2 familias, Oxygen y Sansation. La tipografía principal es Oxygen regular, pero se utilizará su versión en BOLD en títulos y cuando sea necesario.

Oxygen

Aa

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
XYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
0123456789 !@#\$%^&*()_ =

Oxygen Bold

Aa

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
XYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
0123456789 !@#\$%^&*()_ =

Sansation

Aa

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUV
WXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
0123456789 !@#\$%^&*()_ =

Estas tipografías cumplen muy bien con el concepto del SPA, son limpias y son muy flexibles con sus connotaciones porque están entre lo elegante y moderno que da una compañía precisa al isotipo.

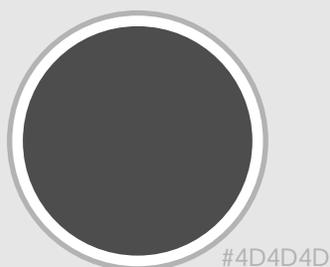
Colores

El color dorado es el color principal del logotipo, este será utilizado solamente en el isotipo y en detalles gráficos cuando sea necesario. Para generar un contraste armonioso se implementará mayormente sobre un fondo oscuro cuando sea viable de lo contrario de utilizar un color gris claro con código **#E6E6E6**



El color secundario es un gris oscuro que se utilizara principalmente en la tipografía logrando crear un contraste adicional al isotipo. Su código es **#4D4D4D**.

Este color será utilizado tanto en la tipografía del logotipo, como en todo texto aplicado bajo un color de fondo claro que fomente su correcto contraste facilitando la lectura.



Los colores secundarios serán el color negro # , el color blanco # y tonalidades de azul.



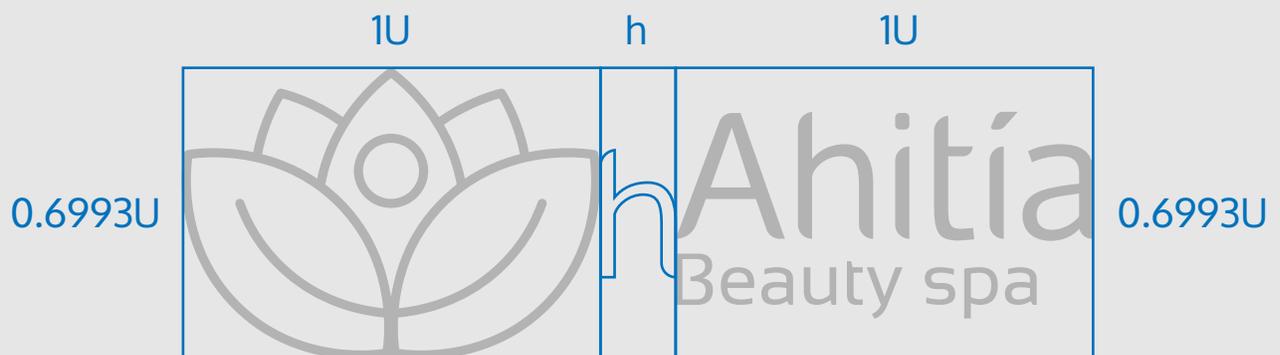
Proporción

Es la relación que existe entre el ancho y el alto de un objeto. Se debe utilizar un equilibrio entre proporciones y respetar la misma al momento de que se haga un cambio de tamaño ya que equitativamente el ancho y el alto deberán reducirse o ampliarse en unidad para no generar una distorsión gráfica.



El ancho de la figura siempre será 1U, mientras que el alto deberá ser 0.6993U. Sin importar el tamaño, ya que la proporción se seguirá respetando sin importar la escala.

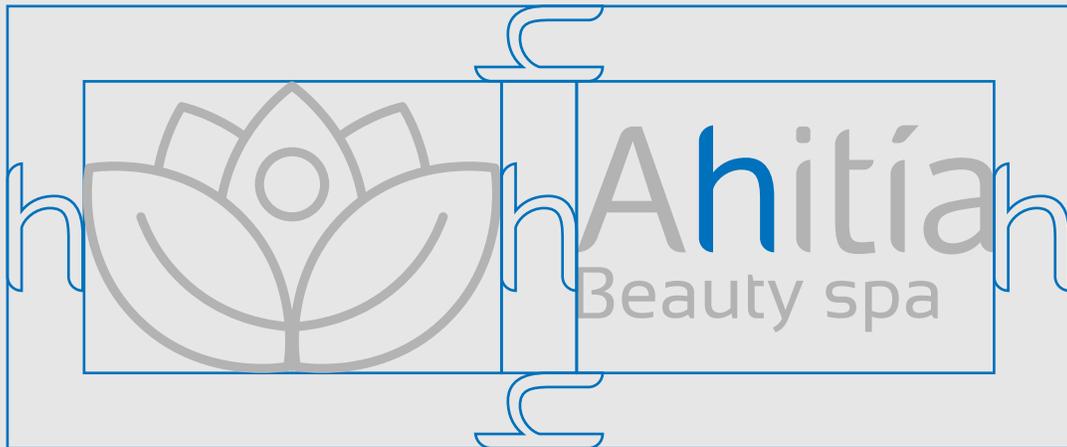
Para la separación entre el isotipo y la tipografía se utiliza como referencia la letra "h", esta servirá para generar la medida sin importar que escala estén utilizando, así mismo esta funcionará respetando la proporción.



Zona segura

La zona segura o también conocida como área segura es el espacio asignado a un logotipo que protege al logotipo de otros elementos gráficos que generen una sensación de desorden y falta de espacio visual.

La letra "h" cuenta con una doble función más allá de formar parte de la tipografía. Esta limita el espacio de la zona segura y crea una separación coherente entre el isotipo y la tipografía.



La letra "h" cuenta con una doble función más allá de formar parte de la tipografía. Esta limita el espacio de la zona segura y crea una separación coherente entre el isotipo y la tipografía.

Versiones cromáticas

El logotipo debe poder generar un alto contraste sin importar su fondo. A continuación, se muestran distintos colores de fondo y que colores son los óptimos para el logotipo.



Versiones completas

Las variantes completas se les denominara a los distintos acomodados del logotipo disponibles.

Horizontal (principal)



Vertical (secundaria)



Estas versiones son en caso de que se desee utilizar el logotipo sobre una textura muy compleja. El espacio entre el logotipo y el rectángulo es la letra "h" del logotipo.



Colocación

El logotipo siempre deberá colocarse en la parte superior izquierda, sin importar el formato u orientación como se mostro anteriormente.

La separación entre el borde del formato y el imagotipo es independiente a la zona segura, pero tiene el mismo principio.

Para calcular la separación se deberá tomar nuevamente la letra "h" como referencia. Se utilizaran dos para generar la separación ideal entre el borde del formato y el logotipo.



Usos incorrectos

Para mantener la esencia elegante y la representación de los valores de la marca, es necesario respetar el logotipo y no ser manipulado ya que podría generar una connotación negativa de la marca.

  <p>No cambiar color</p>	  <p>No cambiar color de fondo</p>
  <p>No distorsionar</p>	  <p>No usar otro degradado</p>
  <p>No cambiar tipografía</p>	  <p>No usar efectos</p>
  <p>No rotar</p>	  <p>No agregar elementos</p>
  <p>No usar versión correcta</p>	  <p>No utilizar texturas</p>
  <p>No respetar zona segura</p>	  <p>No hacer cambios en la distribución</p>



Hoja membretada



Folder



Tarjetas



Ahitía
Beauty spa

