



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

BRAND COMMUNICATION GUIDELINES

ÍNDICE

INDEX

INTRODUCCIÓN / INTRODUCTION 3

Descripción / Description 4

Misión / Mission 5

Visión / Vision 6

Valores / Values 7

EL LOGOTIGPO / THE BADGE 8

Descripción / Description 9

Construcción / Creation 10

Adaptativo / Adaptive 11

Márgenes de seguridad / Exclusion zone 12

Monocromático / Single colour 14

Usos erróneos / Dont's 15

Secundario / Secondary 16

Mínimo y eslogan / Minimum sinze & slogan 17

Tipografía / Thypography 18

Colores / Palette Colours 19

FOTOGRAFÍA / PHOTOGRAPHY 21

Estilo / Line 22

Usos erróneos / Dont's 26

LA TIENDA / THE SHOP 27

Tarjetas / Cards 28

Uniformes / Regimentals 29

Exterior / Outdoor 31

Interior / Inside 32

Embalaje / Packaging 33

Internet / Online 36

Comercialización / Merchandising 38

Tarjeta de fidelización / Points customer card 40

PRODUCTOS / PRODUCTS 41

Dimensiones grandes / Big 42

Pequeñas dimensiones / Small 45

PUBLICIDAD / ADVERTISING 48

Revista / Megazine 49

Doble página / A3 formart 50

Marquesina / Bus stop poster 51

Gran formato / Huge format 52

INTRODUCCIÓN / INTRODUCTION

DESCRIPCIÓN
DESCRIPTION

“Para tener éxito hay que creer en algo con tanta pasión que se convierta en una realidad”

“To be successful you have to believe in something with such passion that it becomes a reality”

ANITA RODDICK

Funder of The Body Shop.’



The body shop es más que una tienda de cosmética e higiene, es compromiso social con el planeta. La primera tienda se abrió en 1976, en Brighton, más tarde en Bruselas se creó la primera franquicia en 1978 en Bruselas. Es una marca que le preocupa el maltrato animal y la sostenibilidad del planeta.

The body shop is more than a shop of cosmetics and hygiene, it is a social commitment with the planet. The first store was opened in 1976, in Brighton, later in Brussels the first franchise was created in 1978 in Brussels. It is a brand that is concerned about animal abuse and the life of the planet.



MISIÓN MISSION

El modelo de negocio The body shop es un ejemplo a seguir para otras marcas ya que buscan tener una imagen vegana y respetuosos, sabiendo que hay que cuidar el planeta cuidando tanto las plantas como los animales, y por supuesto a sus clientes ofreciendoles los productos de mejor calidad.

Su misión concienciar a todo el mundo de que se conviertan en personas como sus clientes de esa manera todo el mundo que se empieza a concienciar de que hay que cuidar el planeta y respetar el Medio Ambiente se convierten en potenciales clientes.

The business model The body shop is an example to follow for other brands, they seek to have a vegan and respectful image, knowing that we have to take care of the planet, how to care for plants, how animals, and offering to customers the best quality products.

His mission is to make everyone aware of the fact that they become people as their clients in this way, everyone who begins to be aware of the need to take care of the planet and respect the environment becomes potential customers.



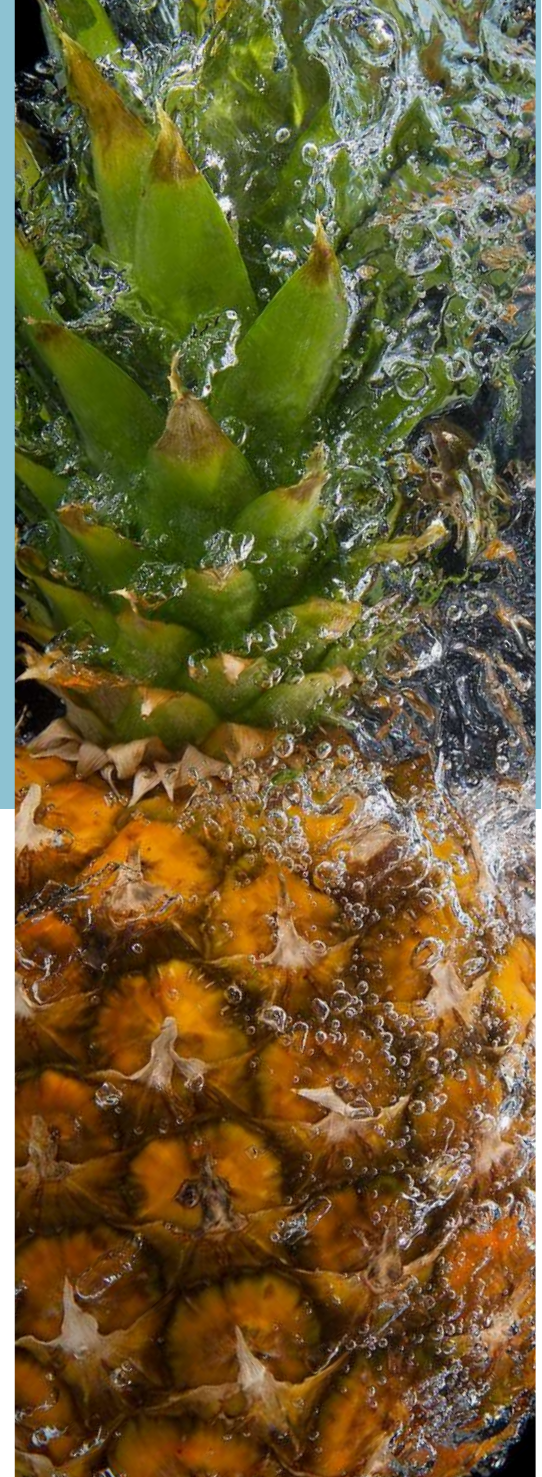
VISIÓN VISION

La visión del negocio fue gracias a Anita Rorddick la fundadora de la marca una mujer que le gustaba que todo el mundo fuese respetuoso y amable.

Para concienciar a los demás de que debían de cambiar su forma de actuar y cuidar un poco más el entorno natural creé una marca de cosméticos, haciendo llegar a las personas que igual que nos cuidamos nosotros, los humanos, debemos hacer lo mismo con las otras especies de seres vivos del planeta.

The vision of the business was thanks to Anita Rorddick the founder of the brand a woman who liked that everyone was respectful and friendly.

To make others aware that they should change their way of acting and take care of the natural environment a little more, I create a brand of cosmetics, making the people reach that just as we take care of ourselves, humans, we must do the same with the other species that are living on the planet.



VALORES
VALUES

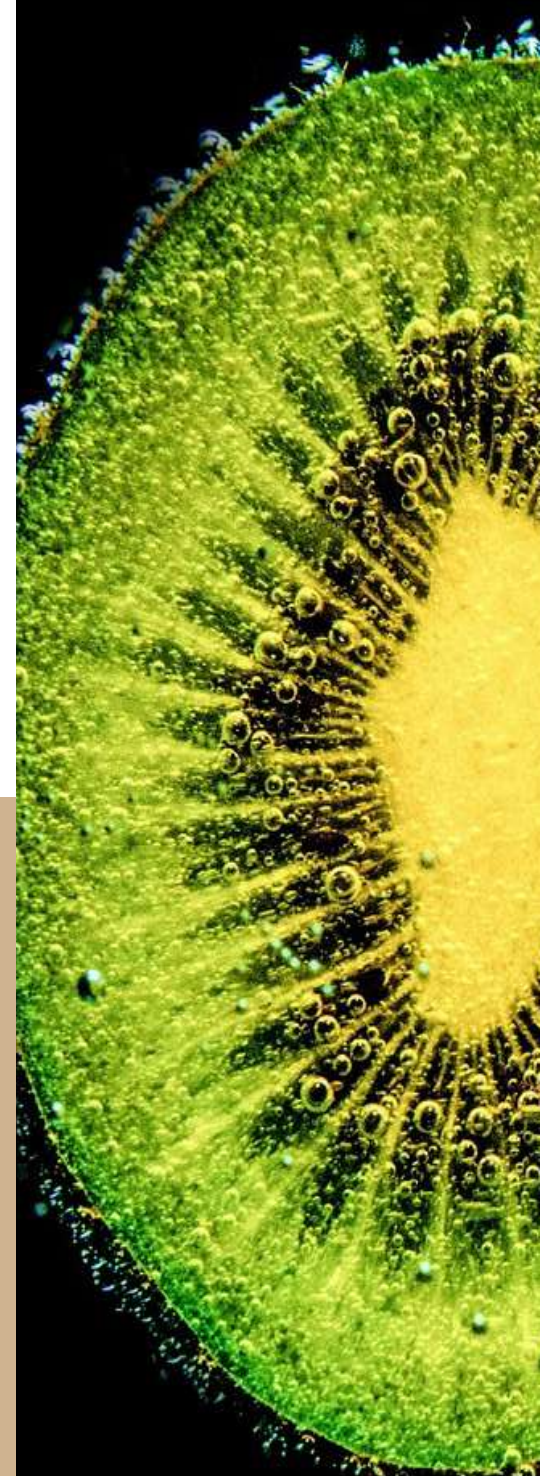


Los valores de la marca son cuatro.

- Respeto, siempre debes hacer lo que te gusta que te hagan a ti
- Amabilidad, si eres amable seguramente el mundo se convertirá en un lugar mejor
- Compromiso, hay que comprometerse con uno mismo y con los demás
- Cuidado, si somos una tienda de jabones... tendremos que cuidar y ser cuidados.

The values of the brand are four.

- Respect, you should always do what you like to be done to you
- Kindness, if you are friendly, surely the world will become a better place
- Commitment, you have to commit yourself and others
- Be careful, if we are a soap store ... we will have to take care and be cared for.



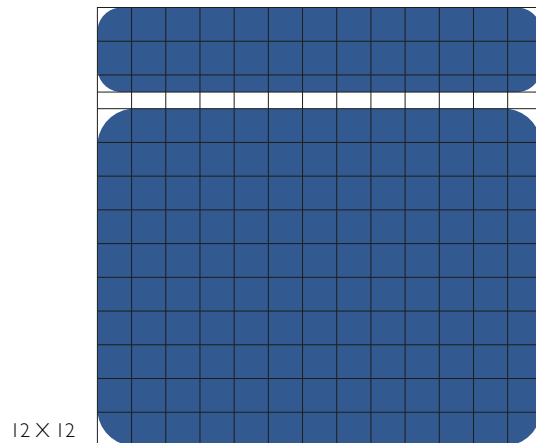
EL LOGOTIGPO / THE BADGE

DESCRIPCIÓN
DESCRIPTION



El logotipo esta inspirado en un recipiente de crema propio del packaging de la marca.

The logo is inspired by a cream container of the brand's own packaging.



Para crear el logo partimos de dos cuadrículas la primera para la etiqueta, y la segunda para el recipiente.

Cuando se combinan debe ser de manera centrada dejando 2 cuadrados por cada lateral, de lo contrario estará mal proporcionado.

To create the logo we start with two grids, the first for the label, and the second for the container.

When they are combined they must be centered leaving 2 squares for each side, otherwise it will be poorly proportioned.



ADAPTATIVO
ADAPTIVE



The body Shop



Estas son las versiones adaptativas o responsive que se utilizan para firmar las cosas de la marca y decorar las instalaciones de la tienda al igual que los carteles y los productos que vendemos.

La version original la encontramos sin modificaciones que es la que se utiliza para espacios cuadrados y rectangulares . La segunda version es la horizontal que se utiliza para espacios reducidos donde si el logo original se situa en ese espacio quedaria ilegible.

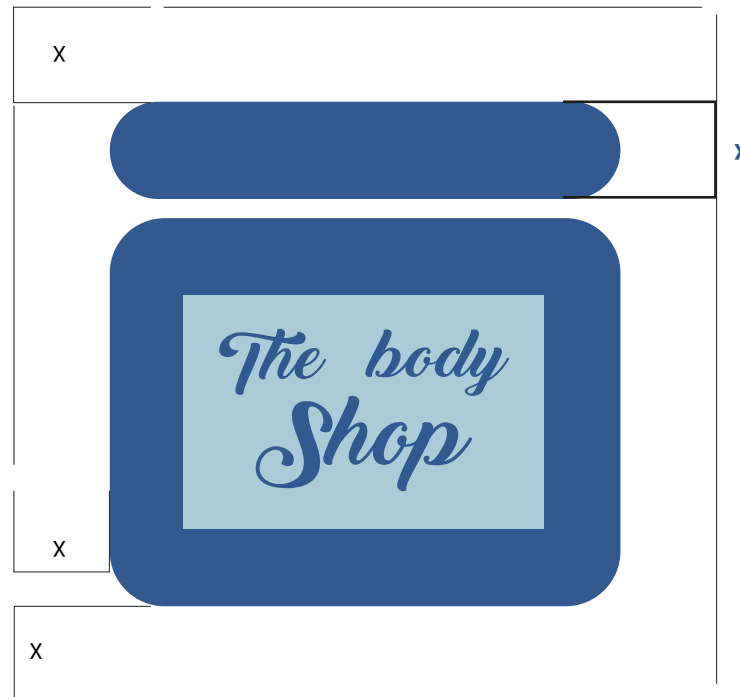
Por ultimo lugar esta la version minima que es de forma cuadrada y se utilizará para situar en etiquetas de información y espacios cuadrados y minúsculos

These are the adaptive or responsive versions that are used to sign the things of the brand and decorate the facilities of the store as well as the posters and the products that we sell.

The original version is found without modifications that is the one used for square and rectangular spaces. The second version is the horizontal one that is used for small spaces where if the original logo is placed in that space it would be illegible.

Finally, there is the minimum version that is square and will be used to place information labels and square and tiny spaces

MÁRGENES DE SEGURIDAD
EXCLUSION ZONE



La zona de seguridad esta marcada por el tamaño de la tapa del envase, que hemos llamado x.

The safety zone is marked by the size of the lid of the container, which we have called x.

MÁRGENES DE SEGURIDAD
EXCLUSION ZONE



En las versiones especiales la X sigue siendo la misma proporción que en el logotipo original, pero en estas versiones cambia el la area de seguridad a $1/2 X$ ya que estarasituado en espacios más queños y posible- mente se necesite espacio para escribir.

In the special versions the X is still the same proportion as in the original logo, but in these versions it changes the security area to $1/2 X$ since it is located in smaller spaces and possibly space is needed to write.

MONOCROMATICO
SINGLE COLOUR



*The body
Shop*



Aplicación de logotipo oscuro sobre fondo claro.
Dark logo application on white background.



*The body
Shop*

Aplicación de logotipo claro sobre fondo oscuro.
White logo on dark photo.

USOS ERRÓNEOS
DONT'S



QUEDA PROHIBIDO LA CONDENSACION Y EXTRUSIÓN DEL LOGOTIPO.
THE CONDENSATION AND EXTRUSION OF THE LOGO IS FORBIDDEN

LOGO SECUNDARIO
SECONDARY LOGO



La única diferencia respecto al logo principal es el uso de un nuevo color y la manera de combinar esos colores para transmitir otra serie de sensaciones, a través de la psicología del color



La única diferencia respecto al logo principal es el uso de un nuevo color y la manera de combinar esos colores para transmitir otra serie de sensaciones, a través de la psicología del color



TAMAÑO MINIMO y ESLOGAN
MINIMUM SINZE & SLOGAN



THE SHOP WHO CARE ABOUT YOU
LA TIENDA QUE TE CUIDA

Para utilizar el eslogan debemoshacerlo siempre en ambos idiomas, el uso del color es independiente siempre que respete las normas del resto del manual.



LA TIENDA QUE TE CUIDA
THE SHOP WHO CARE ABOUT YOU

To use the slogan we must always do it in both languages, the use of color is independent as long as it respects the rules of the rest of the manual.



X = 0,5 CM

Las tipografías elegidas son tres, dependiendo cual vaya a ser la aplicación final deberemos elegir la que más se acerque a lo correcto. **Back to black** es la utilizada para poster y el logotipo. **Futura** siempre en mayúsculas y es utilizada para títulos y números. **Gill Sans** es la más apropiada para los cuerpos de texto y en su versión light para destacar algo, se debe utilizar la tipo regular.

The typographies chosen are three, depending on what the final application will be, we must choose the one that comes closest to the correct one. **Back to black** is the one used for poster and logo. **Futura** always in capital letters and is used for titles and numbers. **Gill Sans** is the most appropriate for body text and in its light version to highlight something, you should use the regular type.

Back to Black

El pinguino Wenceslao hizo kilómetros bajo exhaustiva lluvia y frío, añoraba a su querido cachorro.

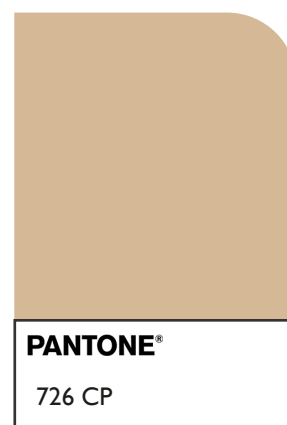
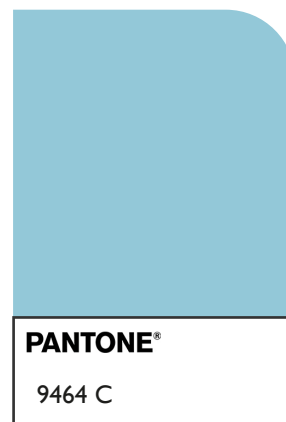
FUTURA

EL JEFE BUSCÓ EL ÉXTASIS EN UN IMPREVISTO BAÑO DE WHISKY Y GOZÓ COMO UN DUQUE.

Gill Sans - Light

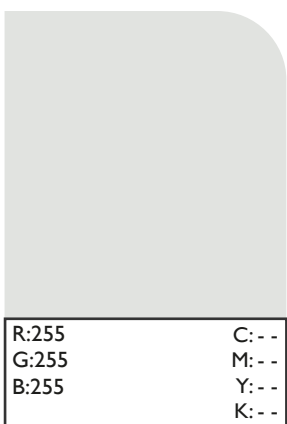
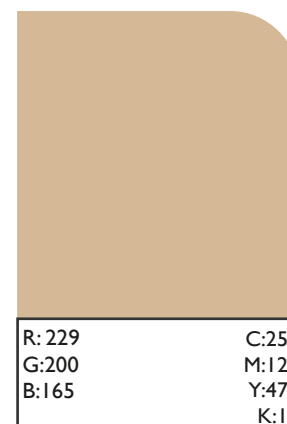
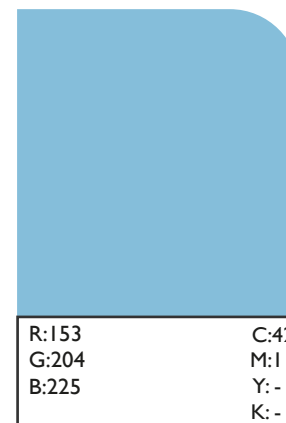
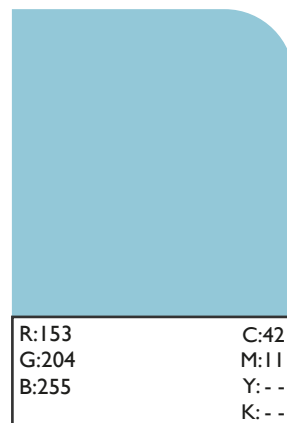
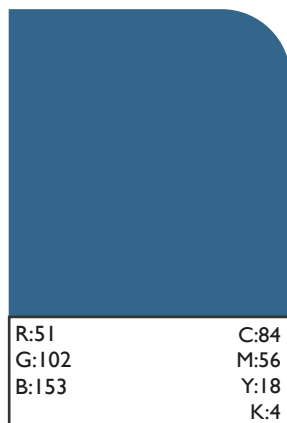
Le gustaba cenar un exquisito sándwich de jamón con zumo de piña y vodka frío.

COLORES
COLOURS PALETTE



COLORES

COLOURS PALETTE



FOTOGRAFÍA / PHOTOGRAPHY

ESTILO
LINE STYLE



FRUTAS DULCES



FONDOS MONOCROMATICOS

OPACIDADES



AGUA

PATRONES Y TEXTURAS



ESTILO
LINE



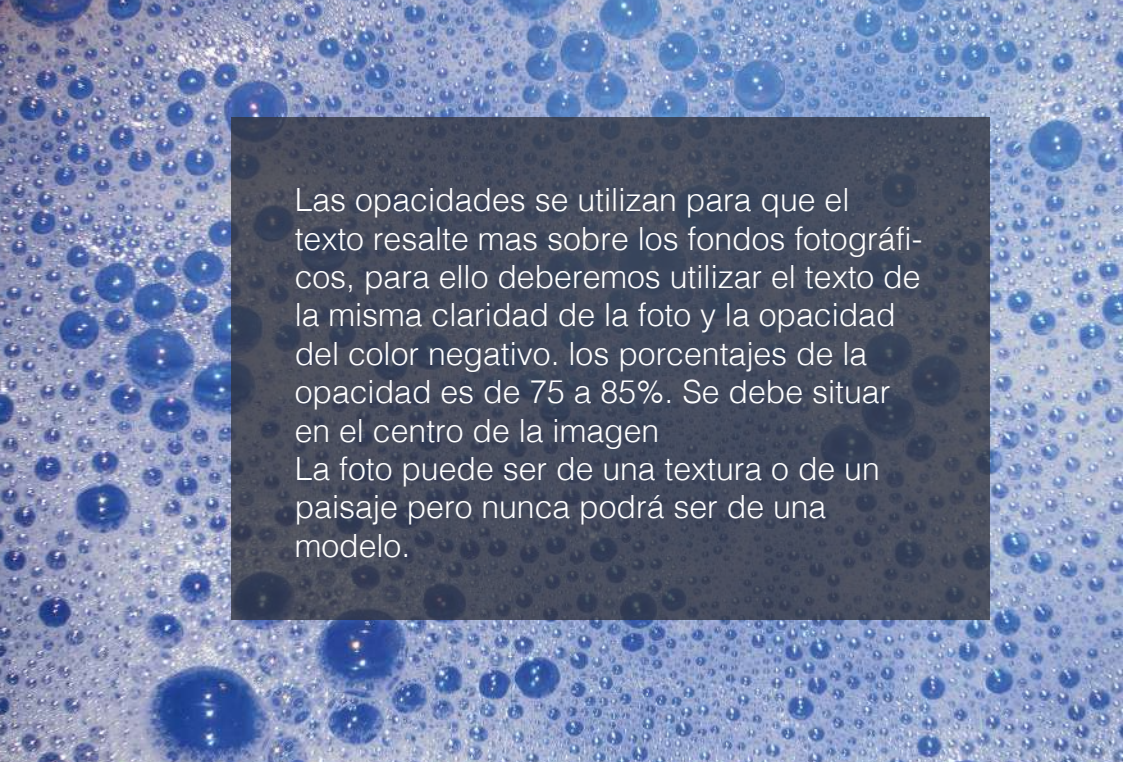
El estilo fotográfico de las modelos debe ser correcto y que cumplan los canones de belleza marcados por la sociedad ya que es un punto muy importante para el marketing, lo que debe aparecer obligatoriamente es la combinación de colores entre algo físico y algo natural de su cuerpo, como los ojos, los labios, las uñas...

The photographic style of the models must be correct and comply with the canons of beauty marked by society as it is a very important point for marketing, which must necessarily appear is the combination of colors between something physical and something natural to your body , like the eyes, the lips, the nails ...

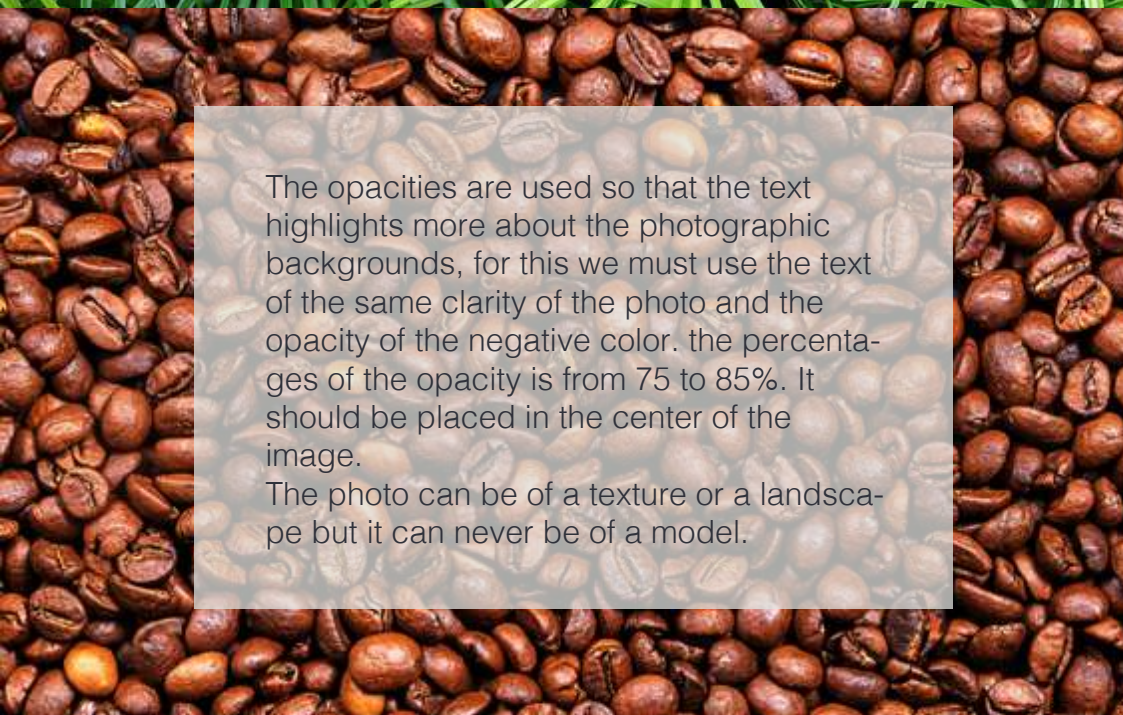




ESTILO
LINE



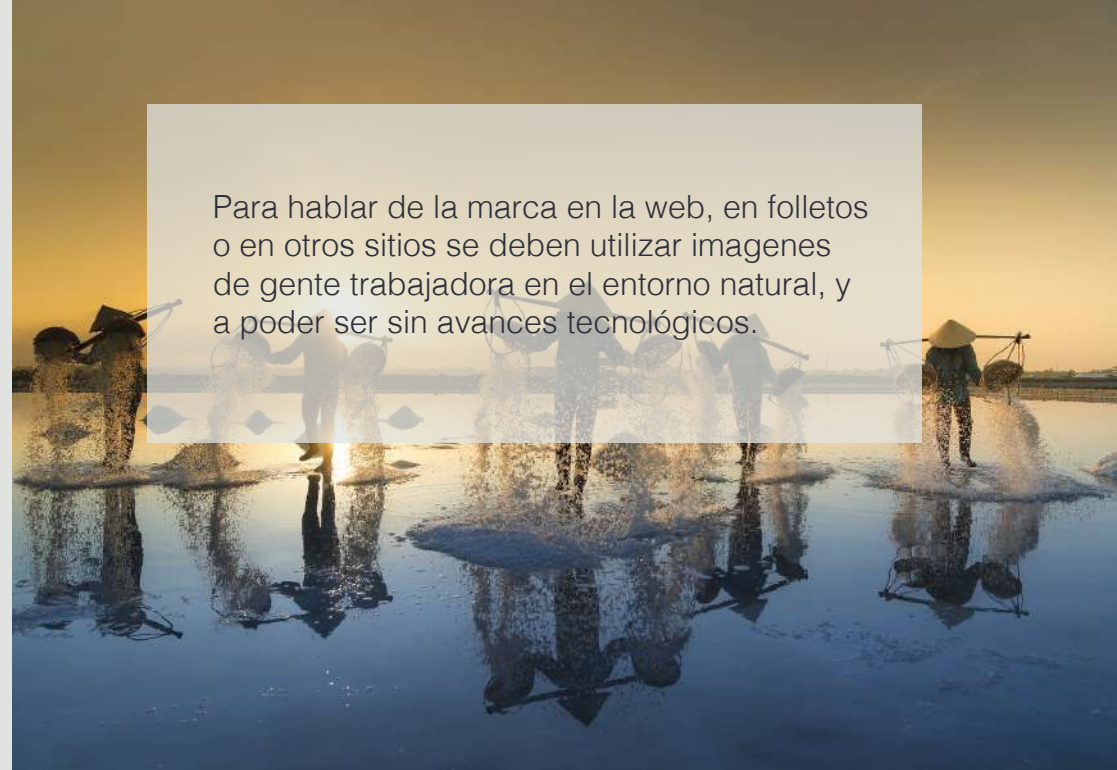
Las opacidades se utilizan para que el texto resalte mas sobre los fondos fotográficos, para ello deberemos utilizar el texto de la misma claridad de la foto y la opacidad del color negativo. los porcentajes de la opacidad es de 75 a 85%. Se debe situar en el centro de la imagen
La foto puede ser de una textura o de un paisaje pero nunca podrá ser de una modelo.



The opacities are used so that the text highlights more about the photographic backgrounds, for this we must use the text of the same clarity of the photo and the opacity of the negative color. the percentages of the opacity is from 75 to 85%. It should be placed in the center of the image.
The photo can be of a texture or a landscape but it can never be of a model.

ESTILO
LINE

Para hablar de la marca en la web, en folletos o en otros sitios se deben utilizar imágenes de gente trabajadora en el entorno natural, y a poder ser sin avances tecnológicos.



To talk about the brand on the web, brochures or other sites should use images of working people in the natural environment, and to be able to be without technological advances.



USOS ERÓNEOS DONT 'S



La línea de estilo fotográfico no contiene, familias ni parejas. tampoco se pueden utilizar imágenes que contengan animales y humanos con algo que les impida su libertad absoluta. Tampoco elementos contruidos por el ser humano que rompan el entono natural como carreteras edificios o aparatos informáticos

The line of photographic style does not contain, families or couples. You can not use images that contain animals and humans with something that prevents their absolute freedom. Neither elements built by the human being that break the natural environment as roads buildings or computer equipment

LA TIENDA / THE SHOP

TARJETAS CARDS



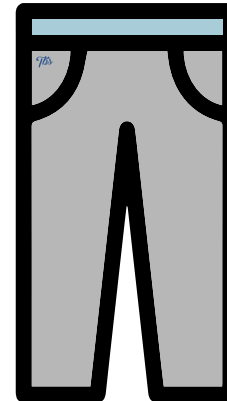
La información que debe aparecer en las tarjetas es la dirección de la tienda, el teléfono y la página web, si el trabajador desea poner su móvil personal y su nombre puede hacerlo si es con bolígrafo azul debajo de la web.

The information that should appear on the cards is the address of the store, the telephone and the web page, if the worker wishes to put his personal mobile and his name can do so if it is with a blue pen under the web.





VERSIÓN DE INVIERNO / WINTER VERSION

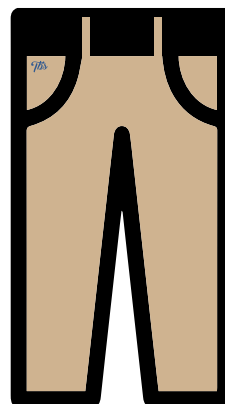


Este uniforme esta compuesto por una camisa azul marino con el color corporativo, de puños y cuello azul celeste y un pantalon gris más un cinturon azul celeste y deportivas blancas. El logo bordado en ambas prendas textiles.

Todo los publicos se pueden sentir identificados con esta vestimenta.

This uniform is composed of a navy blue shirt with the corporate color, with blue collar and cuffs and gray pants plus a light blue and white sports belt. The embroidered logo on both textile garments.

All the public can feel identified with this outfit.



Este uniforme esta compuesto por una camisa azul celeste con el color corporativo, de puños y cuello blanco y un pantalon beige más un cinturon negro y deportivas blancas. El logo bordado en ambas prendas textiles.

Todo los publicos se pueden sentir identificados con esta vestimenta.

This uniform is composed of a light blue shirt with the corporate color, with cuffs and white collar and beige pants plus a black belt and white sports shoes. The embroidered logo on both textile garments.

All the public can feel identified with this dress.

EXTERIOR
OUTDOOR

La cartelería exterior de las tiendas tiene que ser como aparece en la imagen en el cartel perpendicular a la pared con el logo mínimo y en el cartel paralelo a la fachada debe de ser el logo caligráfico, iluminado por detrás para una mayor atención de los posibles clientes.

The outdoor signage of the shops has to be as it appears in the image in the poster perpendicular to the wall with the minimal logo and in the poster parallel to the facade it must be the calligraphic logo, illuminated from behind for a greater attention of the possible customers.



INTERIOR INSIDE

La tienda debe de estar iluminada con colores frios pero los muebles deben de ser de tonos calidos; el suelo debe ser madera y la disposicion de los productos tiene que estar ordenados por el tipo de productos y despues por el tipo de aroma.

The tienda must be illuminated with cold colors but the furniture must be of warm tones; the floor must be wood and the disposition of the products has to be ordered by the type of products and then by the type of smell.



EMBALAJE PACKAGING



Esta es la bolsa que se entregará a los clientes si superan un precio mínimo marcado por cada establecimiento. Es una bolsa de tela y va serigrafada con tinta azul marino.

This is the bag that will be delivered to customers if they exceed a minimum price marked by each establishment. It is a cloth bag and is printed with navy blue ink.

EMBALAJE PACKAGING



Esta es la bolsa que se entregará a los clientes cuando realicen una compra de algún producto de pequeño tamaño. Es una bolsa de papel reciclado y tiene una pestaña para poder cerrar, también sirve como envoltorio de regalos.

This is the bag that will be delivered to customers when they make a purchase of a small product. It is a recycled paper bag and has a tab to close, also serves as a gift wrap.

EMBALAJE PACKAGING



La caja que aparece a la izquierda es la caja con la que se hacen todas las entregas de pedidos online, va cerrada con cinta adhesiva con el logo dejando al descubierto la tapa superior.

The box that appears on the left is the box with which all the deliveries of online orders are made, it is closed with adhesive tape with the logo revealing the top cover.

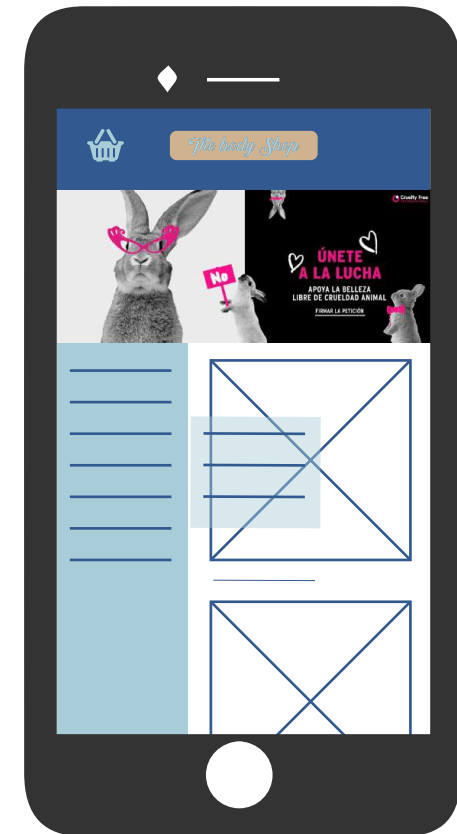


La apariencia online tiene que ser muy cuidada al igual que en la tienda física, y con una estética minimalista.
The online appearance has to be very careful as in the physical tienda, and with a minimalist aesthetic.

COMERCIALIZACION MERCHANDISING

Para una mayor experiencia de compra además de tener una web, ofrecemos una aplicación donde los usuarios pueden encontrar consejos y ejercicios para cuidarse, además de tener toda la carta de productos y la opción de realizar pedidos desde el smartphone

For a greater shopping experience besides having a website, we offer an application where users can find tips and exercises to take care of themselves, in addition to having the entire product card and the option to place orders from the smartphone



COMERCIALIZACIÓN MERCHANDISING

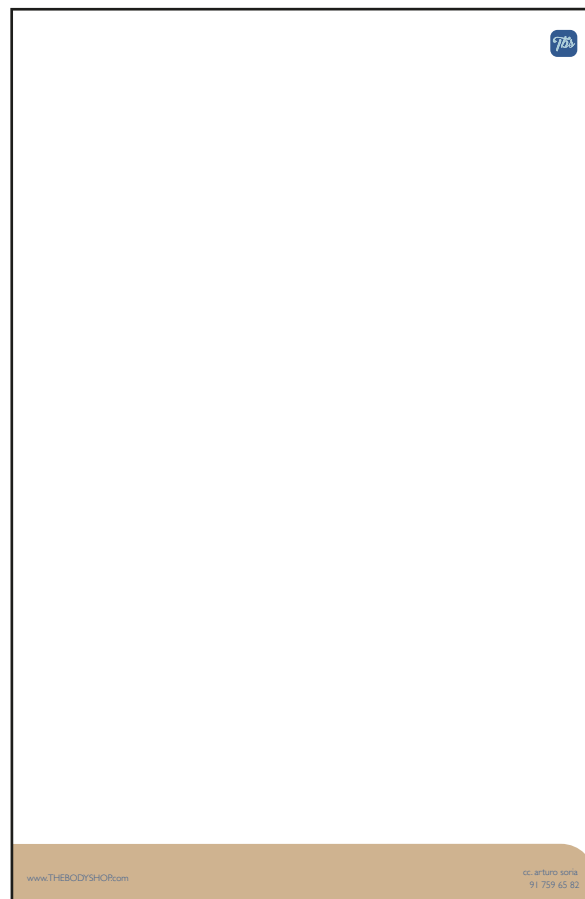


Algunos productos de la marca que llegan a la tienda para que los propios agentes comerciales y los buenos clientes puedan disfrutar.

Some products of the brand that come to the tienda so that the commercial agents themselves and good customers can enjoy.



COMERCIALIZACIÓN
MERCHANDISING



Folio A4
Lapiz de madera con la web serigrafiada

Paper sheet A4
Wooden pencil with web screen printed



TARJETA DE FIDELIZACIÓN
POINTS COSTUMER CARD

La Tarjeta club sirve para fidelizar clientes, con ella acumulas puntos por cada compra que realices que mas tarde se convertiran en descuentos.

The Club Card serves to build customer loyalty, with it you accumulate points for each purchase you make that later will become discounts.



PRODUCTOS / PRODUCTS

DIMENSIONES GRANDES
BIG

BOTE DE CREMA CORPORAL / BODY CREAM BOTTLE



*Este producto solo es un ejemplo existen mas variantes
* This product is only an example, there are more variants

SALES DE BAÑO / BATH SALTS



*Este producto solo es un ejemplo existen mas variantes
* This product is only an example, there are more variantes

DIMENSIONES GRANDES
BIG

DIFUSOR GEL DE BAÑO / DIFFUSER BATH GEL



*Este producto solo es un ejemplo existen mas variantes
* This product is only an example, there are more variants

PEQUEÑAS DIMENSIONES
SMALL

TUBO DE CREMA DE MANOS / HAND CREAM TUBE



*Este producto solo es un ejemplo existen mas variantes
* This product is only an example, there are more variantes

PEQUEÑAS DIMENSIONES
SMALL

BOTE DE CHAMPÚ Y ACONDICIONADOR SHAMPOO AND CONDITIONER BOTTLE



*Este producto solo es un ejemplo existen mas variantes
* This product is only an example, there are more variantes

PEQUEÑAS DIMENSIONES
SMALL

PASTILLA DE JABÓN / SOAP PILL



*Este producto solo es un ejemplo existen mas variantes
* This product is only an example, there are more variants

PUBLICIDAD / ADVERTISING

Esta es la línea que se debería seguir para hacer una campaña publicitaria.

This is the line that should be followed to make an advertising campaign.



DOBLE PÁGINA
A3 FORMAT



MARQUESINA
BUS STOP POSTER



GRAN FORMATO
HUGE FORMAT





LA TIENDA QUE TE CUIDA