



Moon Flower

Manual Corporativo





Introducción

En Moon Flower nos apasionan las flores y la jardinería desde hace más de 65 años. Los ramos de flores pero también los centros, las cestas, las rosas rojas, blancas, amarillas... Una pasión heredada de nuestro abuelo Constantino Navarro, florista y jardinero de gran sensibilidad, que ha ido pasando de generación en generación.

Hoy, Moon Flower es un clásico dentro del mundo de las flores y la jardinería, tanto en la calle Valencia de Madrid, la ciudad en la que germinó, como en cualquier lugar del mundo en el que deseen vestir un espacio con los colores de nuestras composiciones.

Conocida como el “jardín de la ciudad”, Moon Flower es una floristería de referencia. . Expertos en el mercado de las flores, nos complace seguir trabajando de forma honesta, ofreciendo lo mejor de nosotros mismos a nuestros clientes.

DESARROLLO

- 11 PREPARACIÓN Y DESARROLLO
- 12 VARIANTES
- 16 CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN DE LOGO

TIPOGRAFÍA

- 20 VARIACIONES TIPOGRÁFICAS
- 22 TIPOGRAFÍA ELEGIDA
- 24 VARIACIONES DE TIPOGRAFÍA ELEGIDA

COLORES

- 28 COLORES CORPORATIVOS
- 30 COLORES PERMITIDOS
- 32 COLORES NO PERMITIDOS

FONDOS

- 36 FONDOS PERMITIDOS
- 40 FONDOS NO PERMITIDOS



VERSIONES

- 44 VERSIONES EN B/N
- 46 DISTORSIONES
- 48 MEDIDAS
- 50 ESPACIO RESERVADO
- 52 TAMAÑOS
- 48 MEDIDAS

PAPELERÍA

- 56 TARJETAS DE EMPRESA
- 58 TARJETAS DE DIRECTIVOS
- 60 TARJETAS DE EMPLEADOS
- 62 SOBRES
- 64 CARTAS
- 66 FACTURAS

PRODUCTOS

PUBLICIDAD



Desarrollo



Preparación y Desarrollo

En este apartado hemos desarrollado 5 simbolizaciones para la preparación del isotipo.

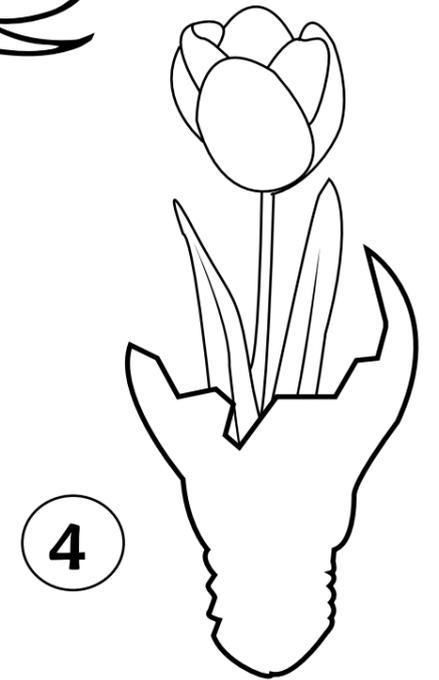
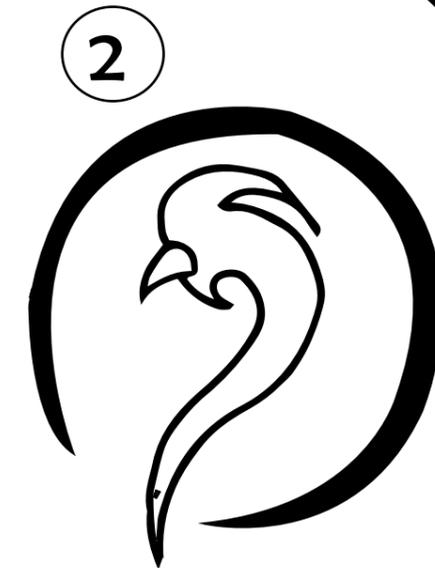
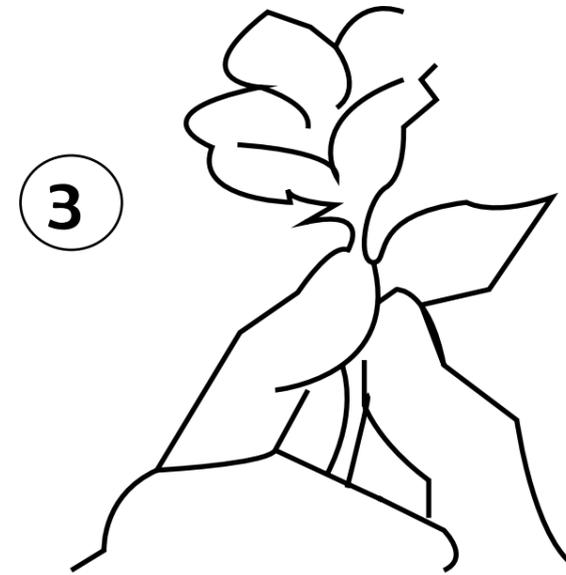
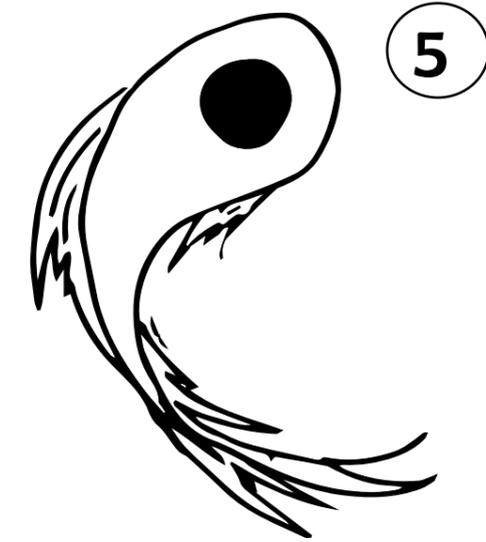
Para empezar las simbolizaciones primero he leído la información de la empresa:

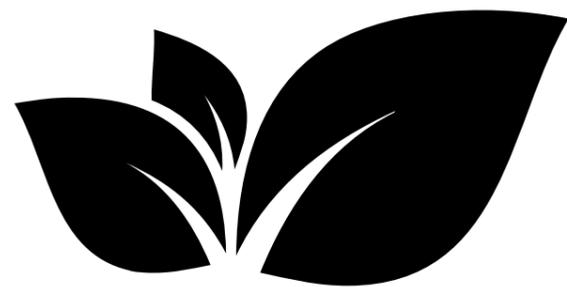
- ❁ Ubicación: La tienda de dulces estará situada en Madrid centro.
- ❁ Tipo de público: para todos los públicos.
- ❁ Diferencias de la competencia: Flores cultivadas sin la utilización de químicos que afecten al medio ambiente y a las mismas flores.

Variantes

Aquí tenemos las diferentes variaciones que hemos realizado:

1. Analogía: el dibujo se parece a la realidad.
2. Contigüidad: aquí asociamos lo que aparece junto.
3. Asociación Lógica: aquí representamos el componente esencial de la actividad de la empresa.
4. Alegoría: aquí hacemos una combinación de elementos reconocibles.
5. Convención: asociación impuesta de códigos distintos a su categoría. Iconos distintos a sus categorías.





Analogía

Como podemos observar el dibujo hace referencia a unas hojas, de las cuales hay tres tamaños desde la más grande a la más pequeña



Asociación Lógica

Aquí representamos el componente esencial de la actividad de la empresa. Como explicamos el componente es la flor que lleva la mano, de las cuales son muchos detalles de regalo.



Contigüidad

Aquí asociamos lo que aparece junto. Tenemos la cabeza de un pájaro denominando Fénix con un círculo en forma de luna que rodea la cabeza.



Convención

Hemos elegido elementos diferentes a su categoría. Aquí tenemos un pez chino sencillo en la cual hacemos una referencia en el círculo negro como el Yin y yang

Construcción y aplicación del logo

La marca comercial Moon Flower nace de la unión de las palabras Moon “Luna” y Flower “flor” en simbología con el proyecto de la empresa..

La forma principal es la propia palabra de la marca con una tipografía gruesa y sencilla de formas, da así al logotipo una fortaleza que transmite elegancia y compromiso como valores añadidos.

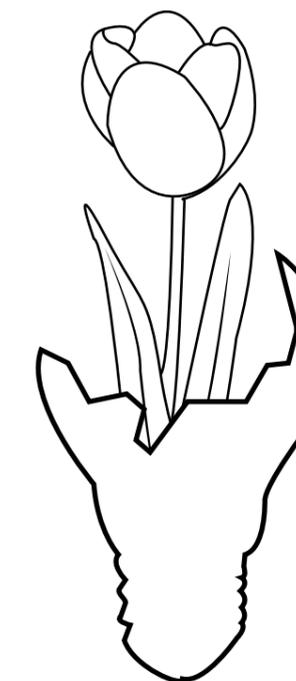
Al isotipo principal puede acompañarle en distintas formas el logotipo adquirido. Este símbolo se presenta como un elemento sencillo de formas suaves y estilizadas. Al logotipo se le puede acompañar por el identificador corporativo, éste añade a la marca los servicios generales de la empresa, “Belleza, elegancia y estilo “.



Logotipo

Moon Flower

Isotipo





Tipografia

Variaciones Tipográficas

En las siguientes variantes tipográfica hemos propuesto Ananda, Wine date, Reality Sunday, Catherine de Beaumont, Atlantis The Lost City: Todas las letras elegidas son de estilo caligráfico por el juego que dan y lo bien que se enlazan con los logotipos y el tema floral.

- Ananda: tipografía elegida.
- Wine date: ha sido propuesta por ser una tipografía cursiva y poder dar juego al imago tipo.
- Reality Sunday: ha sido propuesta por ser una fuente con rasgos para jugar con ella.
- Catherine de Beaumont: tipografía muy parecida a Wine Date pero a la vez con rasgos diferentes.
- Atlantis the lost city: Tipografía secundaria.



Moon Flower

Ananda

Moon Flower

Wine Date Regular

Moon Flower

Atlantis the lost City

Moon Flower

Reality Sunday light

Moon Flower

Catherine de Beaumont



Tipografía

La familia tipográfica corporativa de Moon Flower es Ananda. Se uso en toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa. Se eligió esta tipografía por su claridad, modernidad y buena legibilidad.

Es una tipografía muy llamativa la cual da mucho juego a la hora de unirla al dibujo, formando así la composición que veremos a continuación.

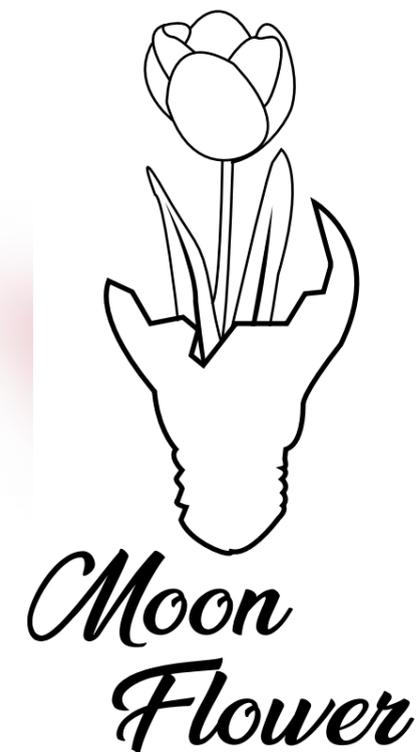
La tipografía elegida y utilizada en conjunto con el isotipo será de un tamaño de 24 puntos.

Por último hay que destacar que es una tipografía muy limitada, pero para el uso de las minúsculas y mayúscula, es adecuada.

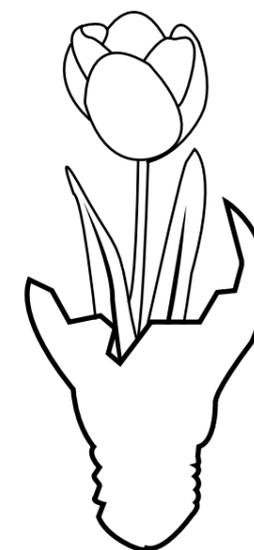
abcdefghijklm
 ño pqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJK
 MNOPQRS
 TUVWXYZ

Variaciones con Tipografia elegida

En este apartado utilizaremos la tipografía elegida en diferentes posiciones en cuanto al isotipo.



*Moon
Flower*





Colores

Colores Corporativos

Las referencias de color de Moon Flower son los Pantones Solid Coated aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en pantone, o en negro.

Éste es el color principal de la marca y el que debe predominar siempre.

Significado del color corporativo: es un color envolvente, refrescante, relajante y tranquilizante. Se deja atrás el agobio y la confusión. Uno se relaja y se sacia por dentro. Ya que favorece la interacción entre las personas o conseguir un descanso profundo.

El color elegido en primer lugar es el

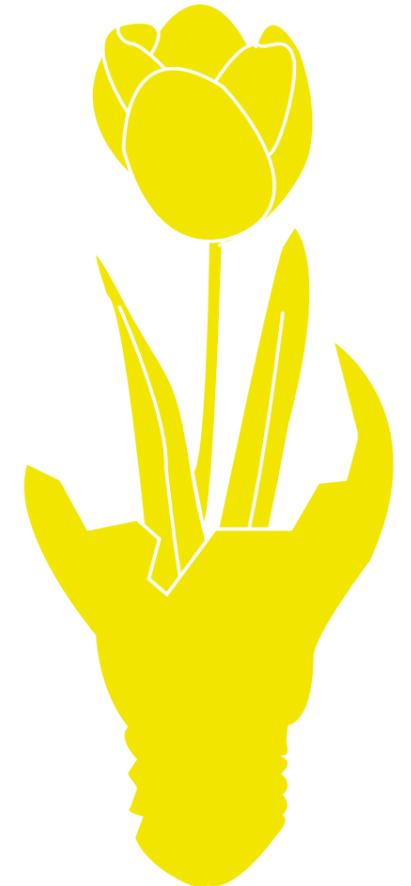
Pantone 298 CP



Colores Permitidos

Por otro lado, tenemos la selección de tres colores que estarían permitidos en caso de que el color principal no quedara bien en su colocación.

- ☛ Pantone 375 C : tenemos 100 tipos de verdes por el cual hemos optado por un verde pistacho. El color verde es la quintaesencia de la naturaleza, amor por la naturaleza. Se suele utilizar como el color de la vida y la salud, en sentido de que todo crece y que todo lo verde entre comillas llega a ser sano.
- ☛ Pantone 226 CP : el color rosa es la segunda opción o mejor dicho magenta. Es escogido porque normalmente simboliza la fuerza de los débiles, como el encanto y la amabilidad. Aunque a su vez, tiene su encanto de ternura erótica.
- ☛ Pantone 396 CP : como ultima opción tenemos el amarillo, un color un tanto peculiar que ya simboliza luz, es decir metafóricamente la luz que abre caminos.



Colores No Permitidos

Estos colores NUNCA formarán parte de la identidad corporativa, ya que son colores prohibidos para la utilización del isotipo.

- ☛ Pantone 2715 CP: este color aunque es de la gama de los azules , es descartado por ser un color que muestra frío,distancia y eso no pega con nuestra esencia .
- ☛ Pantone 485 CP: descartamos totalmente el rojo como color para nuestro isotipo ya que es un color muy agresivo.
- ☛ Pantone 3425 CP: por último, el verde oscuro fue otro de los colores descartados ya que a la hora de combinar no se reflejaba bien el isotipo, perdiendo como podemos ver el trazado .





Fondos

Fondos Permitidos

En Fondos Corporativos mostramos como se debe reproducir la marca sobre fondos de color , utilizando según el caso las versiones de la marca en su color corporativo y colores correctos.

En cuanto colores sólidos, nos hemos decantado en general por los neutros como son el blanco, el negro, azul y rosa palo, ya que son colores que quedan muy bien en cualquier lugar. También legibilidad a la hora de verse. Por otro lado, mostramos como nuestro imagotipo queda bien en fondos de madera o de flores.

Se pone varias comprobaciones de fondos permitidos para resaltar su legibilidad ante tanta variedad.





Fondos No Permitidos

En Fondos no permitidos mostramos como NO se debe reproducir la marca sobre fondos de colores corporativos. En este caso, tenemos el amarillo y el verde como fondos no permitidos, ya que no reflejan bien la belleza del logo y lo que intentamos transmitir en todo momento.

También hacemos la comprobación en todos los fondos de madera o coloridos para ver si queda bien nuestro imagotipo. Por lo tanto estaría totalmente prohibidos estos fondos como otros que no reflejen bien nuestra marca.





Versiones

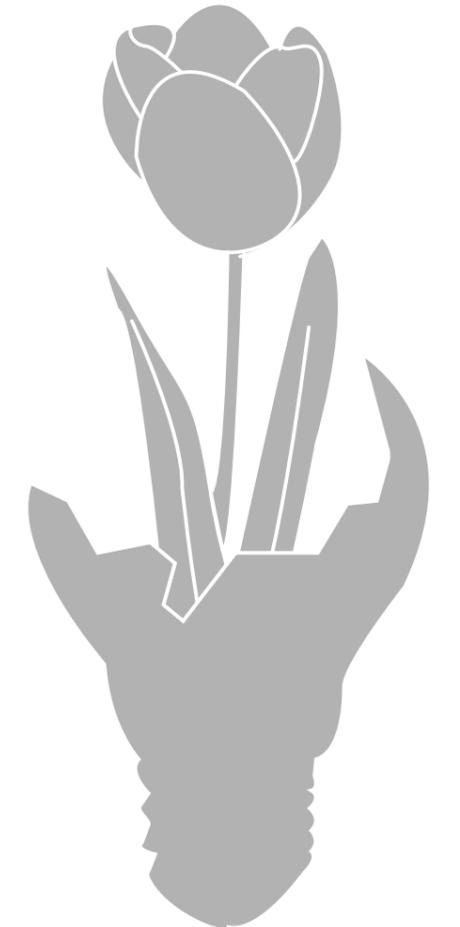
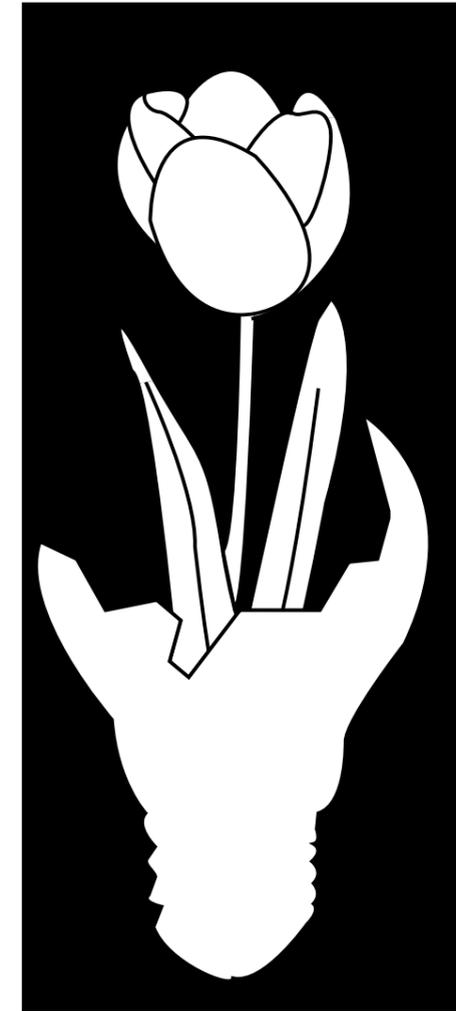
Versiones en Blanco y Negro

En esta página mostramos como se debe reproducir la marca sobre fondos en blanco, negro y gris claro. Dejando a la vista con claridad que los colores negativos quedan perfectos con el isotipo elegido, sin perderse así la esencia que queremos transmitir en todo momento con nuestra empresa.

Hay que destacar, que el color blanco es simbólico, un color lleno de vida y luz. Y en nuestra elección no podía faltar por su elegancia .

Por otro lado tenemos la segunda opción, el color negro, denominado como el color de la elegancia sin riesgo. Hay una frase que lo describe a la perfección :
 “ La elegancia es una mezcla de distinción, naturalidad, esmero y sencillez” Christian Dior

Por último tenemos una versión gris claro, se resalta perfectamente bien las líneas del contorno.



Distorsiones

La marca debe reproducirse siempre siguiendo los estándares corporativos recogidos en este manual.

En este sentido, no se podrán alterar nunca los colores indicados ni las proporciones. A continuación se muestran algunos ejemplos de usos incorrectos que modifican la marca:

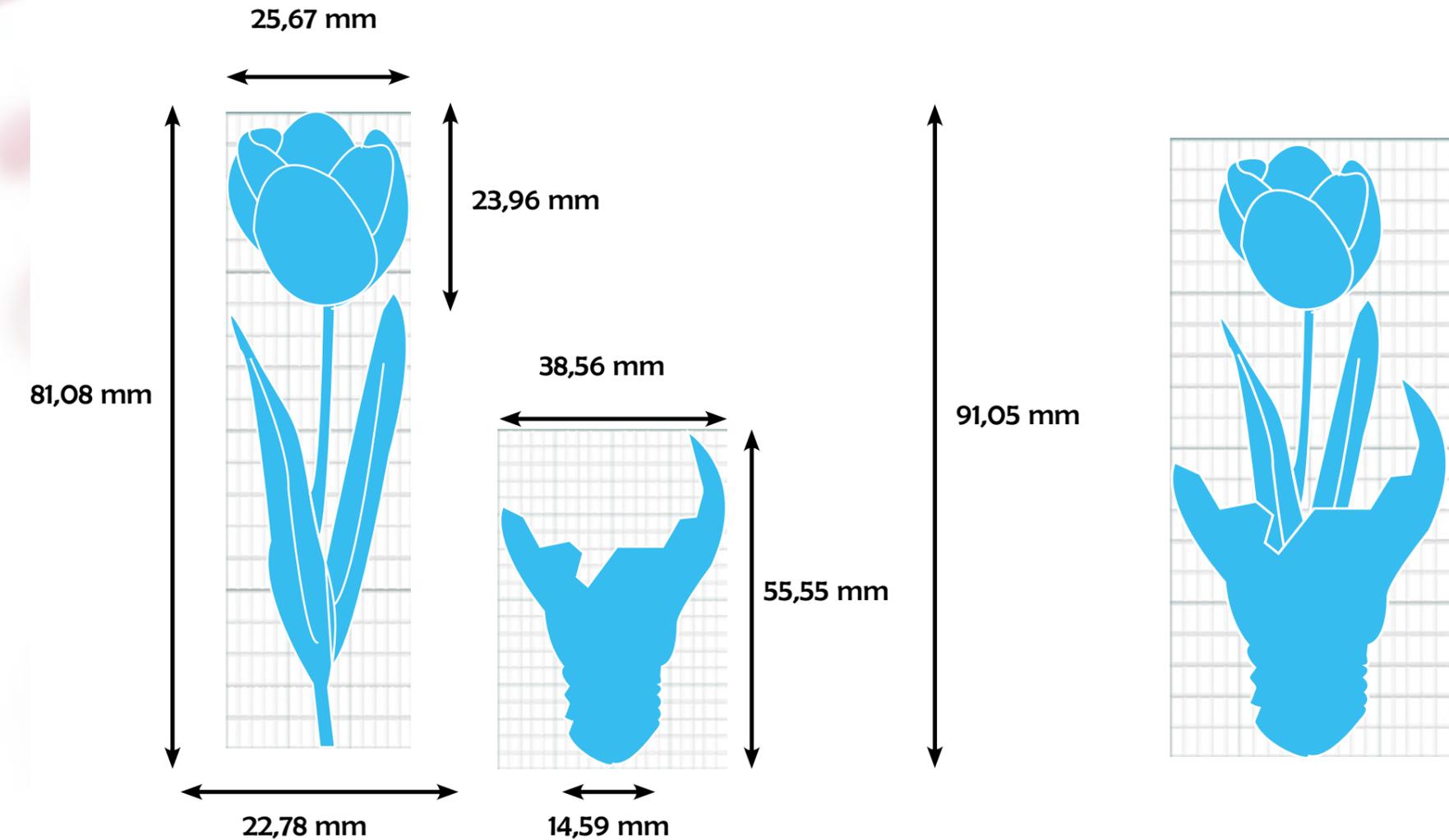
- ☛ No engrosar el trazado del símbolo.
- ☛ No utilizar ningún color diferente a los especificados.
- ☛ No modificar la forma de la marca u omitir parte de la misma.
- ☛ No estrechar la marca.
- ☛ No alargar la marca.
- ☛ No reducir ni ampliar el tamaño de los elementos.
- ☛ No utilizar los colores inadecuadamente.
- ☛ No utilizar otras tipografías (fuentes).



Medidas

El logotipo de MoonFlower, se inscribe en una superficie modular de proporciones 40x94mm .

El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas. Y siempre hay que cuidar que nuestro logotipo nose distosione ni pierda su fuerza a la hora de poder utilizarlo en cualquier tipo de impresión.



Espacio Reservado

ÁREA DE PROTECCIÓN:

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X".

Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).



Espacio reservado 10mm

Tamaños

TAMAÑO MÁXIMO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción de 115mm de largo y de 105mm de alto

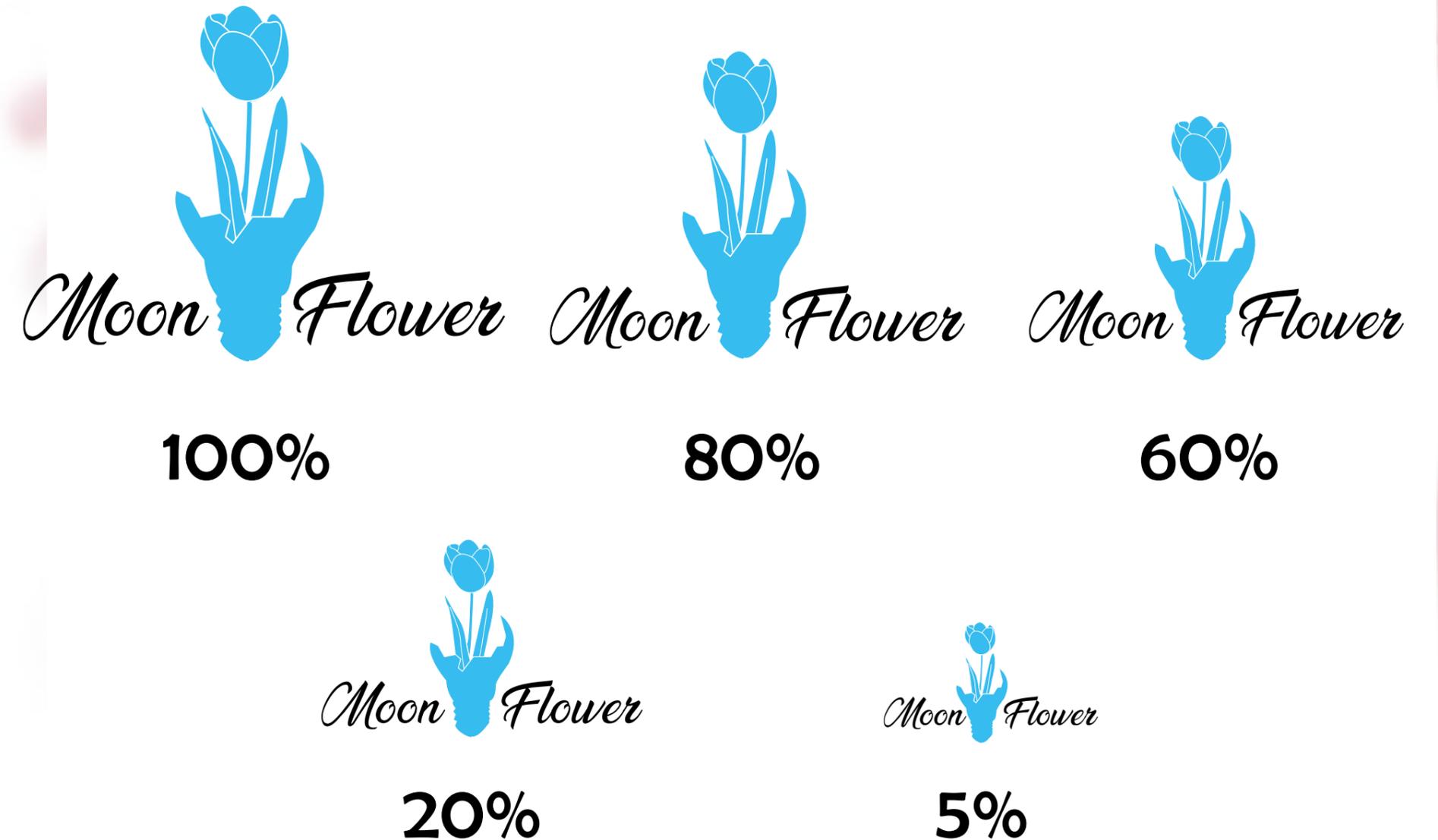
TAMAÑO MEDIO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción de 73,6mm de largo y de 67,2mm de alto

TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción de 41,4 mm de largo y de 37,9mm de alto

Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 100 píxeles de largo. En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), Se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.





Papeleria

Tarjetas de Empresa

Aquí tenemos el diseño de tres tarjetas de empresas, siempre en relación a la floristería y a nuestra esencia.

El tamaño real es 9x 5cm con rebase de 3mm



Tarjetas de Directivos

Aquí tenemos el diseño de tres tarjetas de Directivos, siempre en relación a la floristería y a nuestra esencia. Estas son mucho más elaboradas.

El tamaño real es 9x 5cm con rebase de 3mm



Tarjetas de Empleados

Por último tenemos las tarjetas de empleados. Éstas son más simples , pero no dejan de tener su encanto original.

El tamaño real es 9x 5cm con rebase de 3mm



Sobres

Sobre Especial

Lleva una marca de agua estilo acuarela en color rosa que se esparce por todo el sobre. Aquí incluimos el logotipo en color rosa.



Sobre Clásico

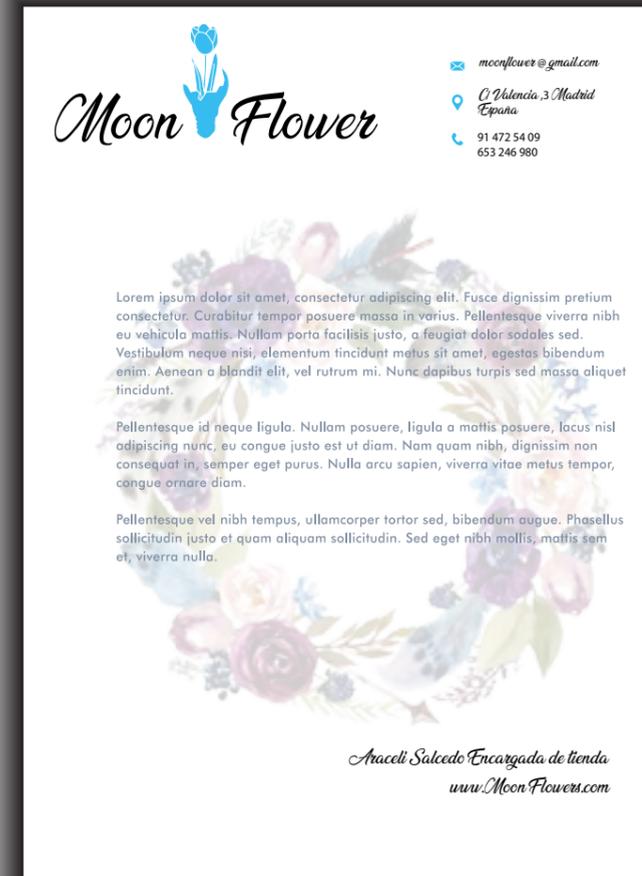
Se compone de un triángulo azul, donde lleva un dibujo simple de una bicicleta con una flores. Por detrás lleva el logotipo metido en otro triángulo más pequeño.



Cartas

Carta Especial

Tenemos una marca de agua ocupando el campo de texto de la carta, en la parte superior tenemos el conjunto del imago tipo.



Carta Clásica

A diferencia de la especial, ésta no lleva marca de agua, tan sólo una línea azul en la parte superior donde lleva incrustado el nombre de la marca.



Facturas

Factura Especial

Esta factura se diferencia de la clásica por su imagen en la parte superior de una flores y que jugamos con el color azul del isotipo.

S.L	Descripción	Precio	Dty	Total
1	rosas blancas	50.00	1	50.00
1	Amapolas	20.00	3	60.00
3	bolsas de regalo	10.00	2	20.00
4	Geranios	90.00	1	90.00
Sub Total:				220.00
Tax:				0.00%

Albaran: 521487
 Día: 02/01/2019

Moon Flower
 Calle Valencia
 Madrid, España
 29987

Información de Pago:
 Cuenta: 123 45267 89456
 A/C Nombre: Juanita López
 Domicilio del banco: 00000000

Términos y condiciones:
 Acepto las condiciones de este contrato al firmar, asumiendo así todo lo que conlleva la aceptación.

Firma

Factura Clásica

Tan solo lleva el imago tipo y el nombre en grande remarcando bien la empresa.

QTY	PRODUCT DESCRIPTION	PRICE	TOTAL
5	Papel de regalo	50.00€	250.00€
1	Ambientador	10.00€	10.00€
3	bolsas de regalo	25.00€	75.00€
2	Camisetas promoción	40.00€	80.00€
		Subtotal	415.00€
		Tax Rate	0.00%
		TOTAL	415.00€

Moon Flower
 Calle Valencia
 Madrid, España
 29987

Moon Flower
 Calle Valencia
 Madrid, España
 29987

INVOICE # 24856 | DATE: 01 / 02 / 2020

Bill to: Dwyane Clark
 24 Dummy Street Area,
 Location, Lorem Ipsum,
 570xx59x

Ship to: Salcedo Araceli
 27 Lagos blancos,
 Mostoles, España
 526897452X

Gracias por su compra
 Tiene 15 días de devolución después de su compra

Firma



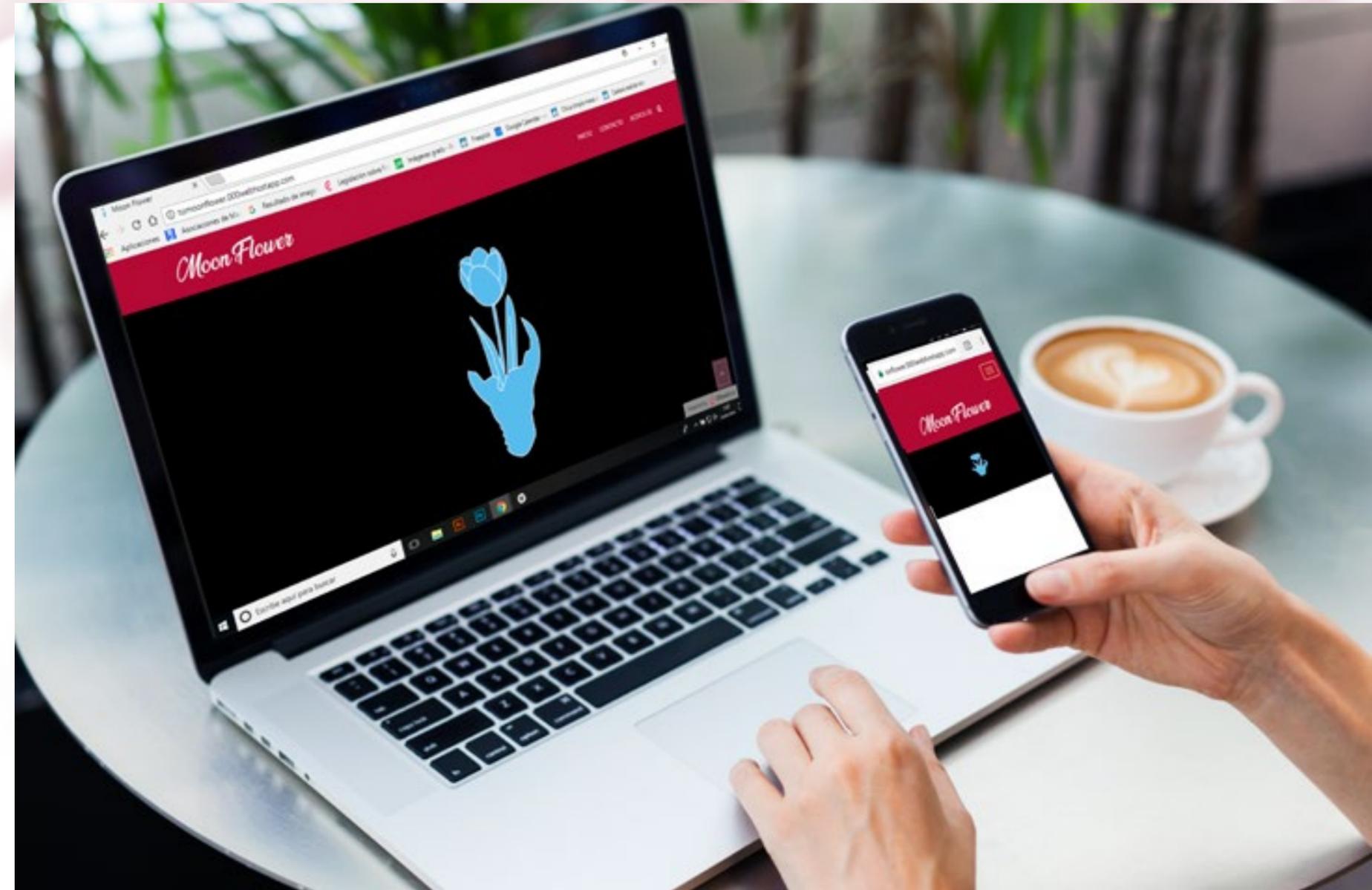
Productos





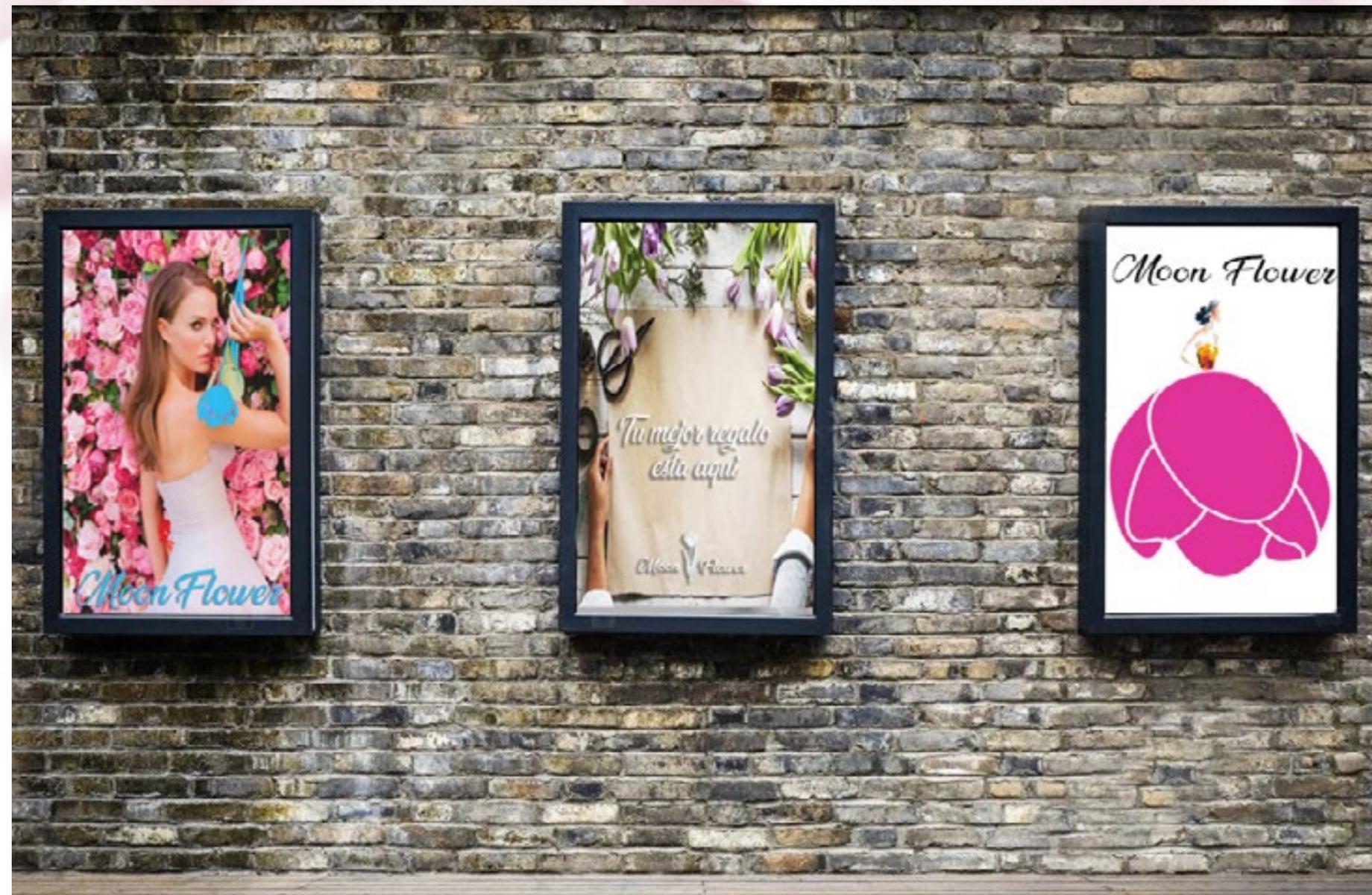


Publicidad











Diseñado y maquetado por: Araceli Salcedo y Jennifer Sacristán

