

TRABAJO FINAL DE GRADO

**INGENIERÍA EN DISEÑO INDUSTRIAL  
Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**

DISEÑO DE UNA MARCA Y  
PROYECTO DE IMAGEN CORPORATIVA  
PARA UNA EMPRESA DEL SECTOR HÁBITAT



**QVO**  
HABITAT



**~~ÍNDICE~~**

I	Portada
III	Índice
IV	Valores
VI	Marca
VI	Versión principal
VII	Versiones secundarias
VIII	Construcción de la marca
X	Colores corporativos
XII	Tipografía
XIV	Espacio de respeto
XVI	Versión en positivo
XVII	Versión en negativo
XVIII	Tamaño mínimo
XIX	Usos incorrectos
XX	Aplicaciones de la marca
XXXIX	Terminología

## Statu quo

[~~estatu-kuó~~] /En el estado en que

Referencia al estado de las cosas en un determinado momento. Latinismo empleado para aludir al conjunto de condiciones que prevalecen en un determinado momento histórico y es la reducción de la fórmula diplomática *in statu quo ante*.

QVO es una editora de diseño dedicada a la creación y comercialización de accesorios que cubran todas las necesidades del hogar. Estos productos están diseñados con especial cuidado sin seguir ningún tipo de tendencia, de este modo se pretende conseguir la atemporalidad. Otra forma empleada por la marca para conseguir esta sensación es la utilización de materiales de alta calidad y duración para evitar el reemplazamiento continuo de objetos de mala calidad. Toda esta marca hace referencias continuamente al imperio romano ya que es uno de los que más influencia ha tenido en nuestra cultura y además, sus obras arquitectónicas aún perviven en la actualidad.

QVO pretende con esta identidad corporativa transmitir al usuario estos valores:

- I. Atemporalidad**
- II. Compromiso social**
- III. Utilidad**
- IV. Calidad**

---

/VERSIÓN PRINCIPAL

**QVO**  
HABITAT

La versión principal de la marca se crea con la unión del título QVO con el tagline HABITAT. Esta versión se utilizará como versión estándar de la marca.



## /VERSIONES SECUNDARIAS

La marca QVO permite transformar el logotipo según se disminuya el tamaño de éste para permitir transmitir la esencia de la marca en cualquiera de los tamaños. Este aspecto se contempla para que en tamaños pequeños, especialmente en dispositivos móviles, se pueda utilizar el logotipo de forma coherente.



**QVO**  
HABITAT

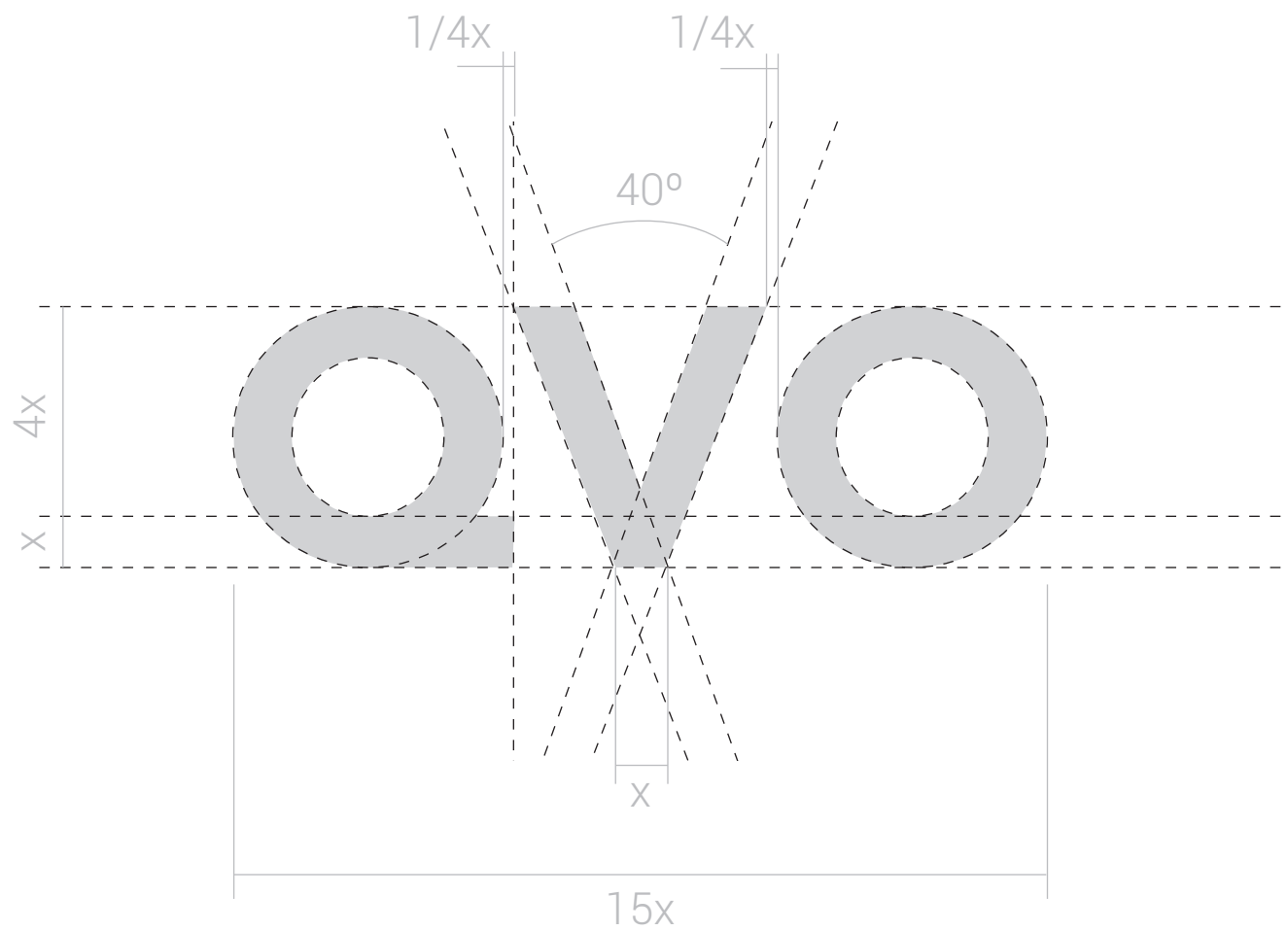


**QVO**



**Q**

## /CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



/CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

**QVO**  
HABITAT



## /COLORES CORPORATIVOS



El color corporativo principal de la marca QVO es el negro, seguido del gris (negro 60%). Como color secundario se empleará el PANTONE 485 C.

El color secundario se ha elegido haciendo referencia al color rojo empleado por el imperio romano en sus estandartes.

Para controlar adecuadamente las tolerancias de color se tendrá en cuenta la norma ISO 12647.

/COLORES CORPORATIVOS



## /TIPOGRAFÍA

aQ

ROBOTO, MEDIUM

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ****abcdefghijklmnopqrstuvwxyz****1234567890**

aQ

ROBOTO, ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**1234567890*

aQ

ROBOTO, LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

aQ

ROBOTO, BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ****abcdefghijklmnopqrstuvwxyz****1234567890**

La familia tipográfica utilizada en la marca será la ROBOTO.

De uso en toda la comunicación interna y externa.

Se ha elegido esta tipografía por la modernidad, buena legibilidad y atemporalidad que aportan.

## /TIPOGRAFÍA

*ROBOTO BOLD 22pt**ROBOTO MEDIUM 14pt**ROBOTO LIGHT 11pt*

La maquetación de textos será de la siguiente forma:

Tabulación al inicio de cada párrafo.  
Espaciado de una línea entre párrafos.  
No se separan las palabras a final de línea.  
No se justifican los párrafos, se deja en bandera.

## Título

### Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus. Temporibus autem quibusdam et aut officiis debitis aut rerum necessitatibus saepe eveniet ut et voluptates repudiandae sint et molestiae non recusandae. Itaque earum rerum hic tenetur a sapiente delectus, ut aut reiciendis voluptatibus maiores alias consequatur aut perferendis doloribus asperiores repellat.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

## /ESPACIO DE RESPETO



Alrededor del logotipo se establece un área de protección mínima que no debe ser empleada por ningún otro elemento. Ésta ha sido determinada por X que corresponde al grosor de los trazos de la tipografía.

El espacio de respeto estandar es siempre igual o superior a 2X.

Se aplicará en todas las versiones de la marca.



## /ESPACIO DE RESPETO

La marca se colocará de la siguiente forma cuando se tenga que presentar junto a una institución o evento.



/VERSIÓN EN POSITIVO

**QVO**  
HABITAT

/VERSIÓN EN NEGATIVO



## /TAMAÑO MÍNIMO

1,85 cm  
52 px



**QVO**  
HABITAT

0,9 cm  
26 px



**QVO**

0,4 cm  
11 px



**Q**

El logotipo de la marca QVO se transforma cuando el tamaño va disminuyendo para no perder carácter ni legibilidad.

El logotipo completo se podrá utilizar siempre que no sea menor a 1,85 cm (52px), su variante sin tagline hasta 0,9 cm (26px) y la inicial Q hasta 0,4 cm (11px).

## /USOS INCORRECTOS



Eliminación de elementos del logotipo



Cambio de color



Cambio de orientación



Cambios en proporción vertical



Cambios en proporción horizontal



Añadir elementos a la marca

Se recomienda tener un cuidado especial para evitar usos incorrectos que afecten a la imagen de la identidad corporativa.

## /TARJETA DE VISITA



TARJETA CORPORATIVA



TARJETA PERSONAL

Tarjetas de 85x55mm  
Estucado brillo por ambas caras  
Gramaje (ISO 536): 350g/m<sup>2</sup>.  
Calibre (ISO 534): 293 u-micrones

Blancura (ISO 11475): 123 CIE CON D65/10%  
Blancura (ISO 11476): 105 CON C/2%  
Opacidad (ISO 2471): 99,5%  
Humedad Rel (TAPPIT-502): 44%

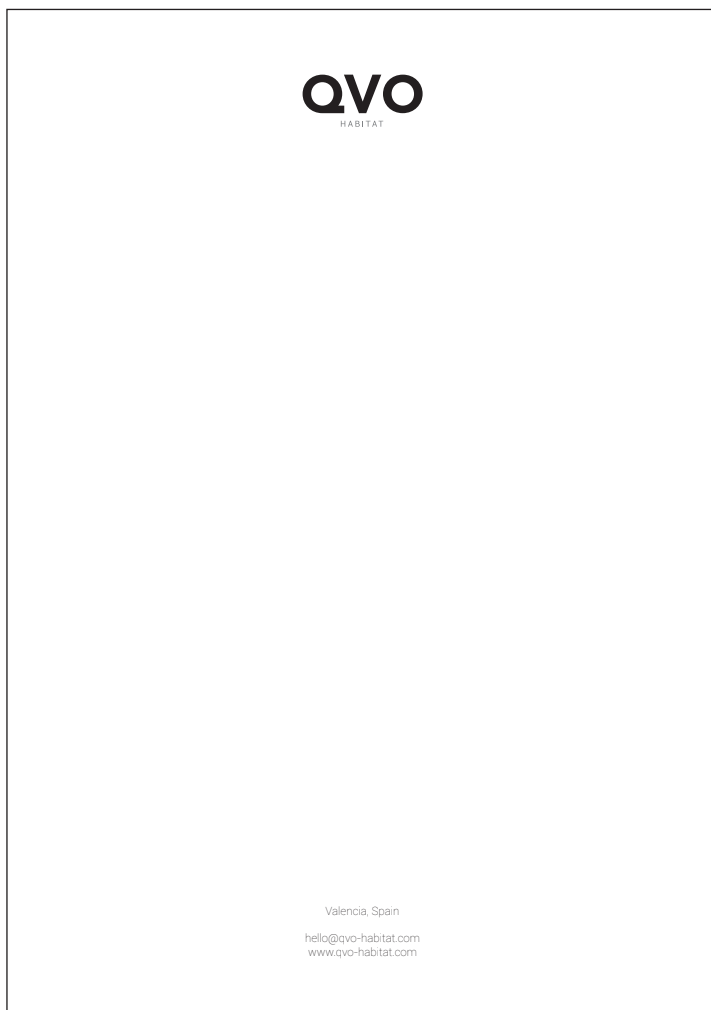
Brillo papel (TAPPIT-480): 76%

1 tinta: Pantone Process Black

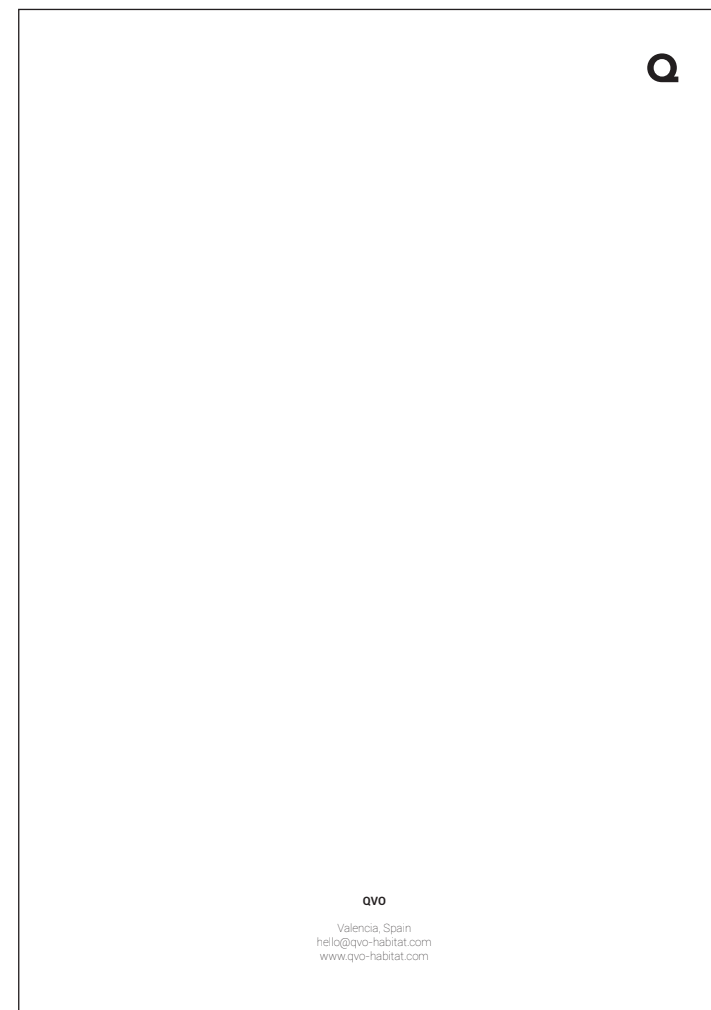
/TARJETA DE VISITA



/HOJA DE CARTA



PRIMERA HOJA DE CARTA



SEGUNDA HOJA DE CARTA

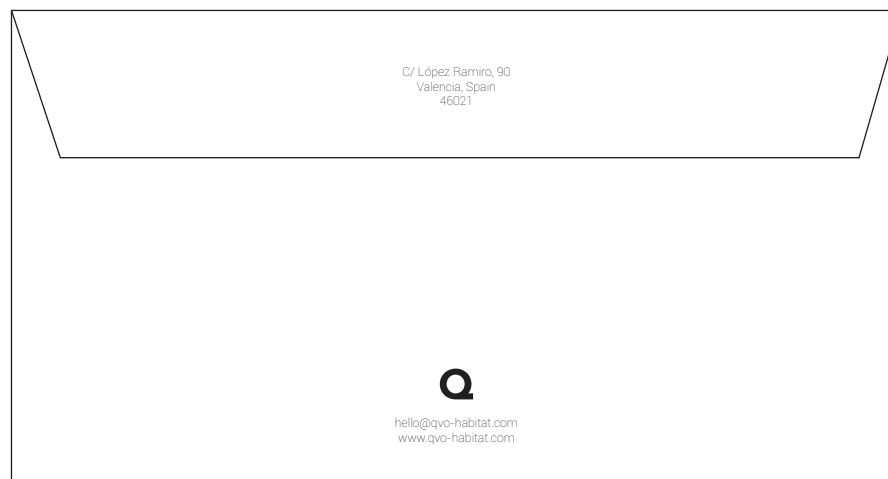
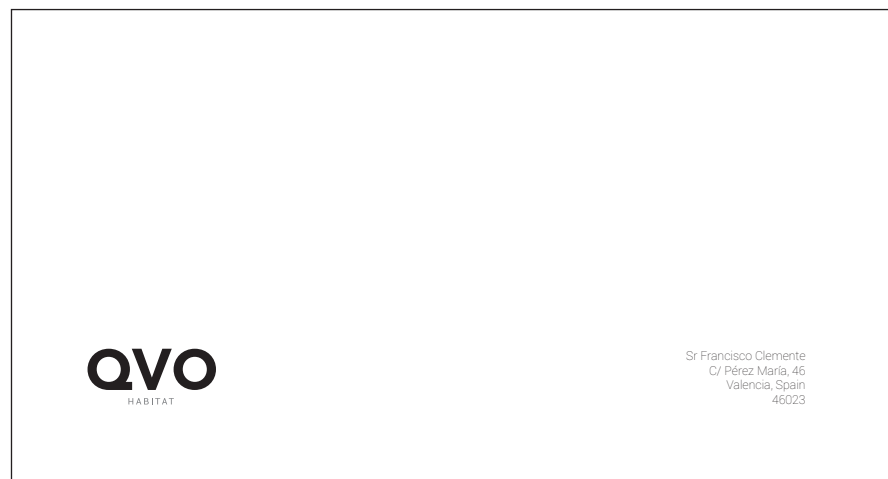
Hoja tamaño A4 (ISO 216 / DIN 476)  
Impresión Offset  
1 Tinta  
1 Cara



/HOJA DE CARTA



/SOBRE



Sobre comercial 23x11 cm (C6/5)  
Orientación horizontal  
Gramaje (ISO 536): 90g/m<sup>2</sup>  
Impresión en anverso y reverso  
1 tinta: Pantone Process Black

/SOBRE



/SELLO



Sello de diámetro 15mm. Siempre utilizado en negro o rojo.

/SELLO



/ICONO DE APLICACIÓN



/ICONO DE APLICACIÓN



/BOLSA



Bolsa de tela.  
Dimensiones: Ancho 30cm x Alto 25cm  
Material: 100% algodón natural 135g  
Blanco natural  
Impresión serigráfica a 1 color: Pantone Black C  
Solo anverso



/BOLSA



## /APLICACIÓN DE MARCA EN PRODUCTOS



La marca se aplicará en los productos en color negro siempre que sea posible. En caso de que el color del producto sea oscuro, ésta se aplicará en color blanco.

/APLICACIÓN DE MARCA EN PRODUCTOS



/ETIQUETA PARA TUBOS



Papel adhesivo estucado mate  
Gramaje (ISO 536): 115g/m<sup>2</sup> ±7%  
Calibre (ISO 534): 100 µm ±7%  
Volumen (ISO 534): 0,87 cm<sup>3</sup>/g ±5%  
Blancura CIE (ISO 11475): 157% ±2  
Brillo ISO (ISO 2470): 107% ±2  
Opacidad (ISO 2471): 95,8% -0,5  
Rigidez a la flexión: 0,8 / 0,5 ±15%

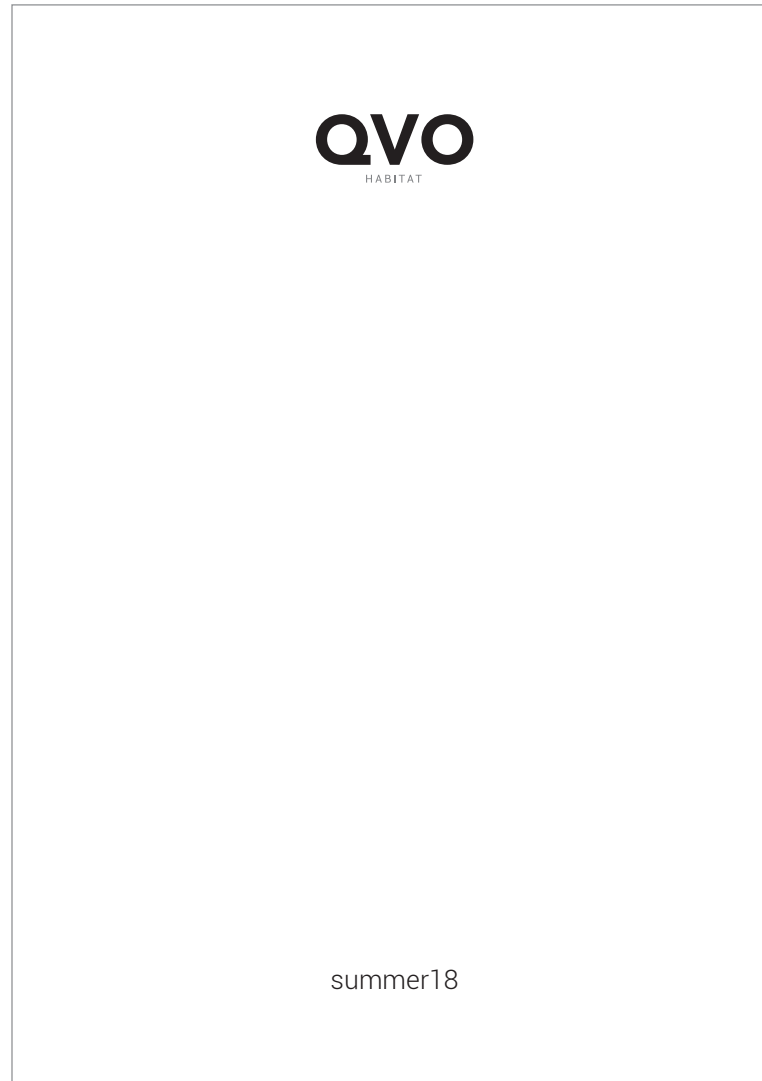
Se empleara 1 tinta: Pantone Process Black  
El reverso será adhesivo

Cuando se deban entregar unos planos o archivos impresos se entregarán usando un tubo de cartón plastificado con acabado en color cobre. Este tubo estará identificado mediante una etiqueta de 5cm de altura x 13,5cm de ancho.

/ETIQUETA PARA TUBOS



## /PORTADA DE CATÁLOGO



El diseño de los catálogos será en formato A4 empleando una imagen a sangre del producto principal de la colección en portada. Se situará el logotipo principal de la marca en la parte superior y en la inferior, el nombre de la colección. La encuadernación será mediante grapas en el lomo.

**PORTADA/CONTRAPORTADA**

/Estucado brillo - Estucado Premium mate dos

caras blanco absoluto 100% pasta química

Gramaje (ISO 536): 130 g/m<sup>2</sup>

Calibre (ISO 534): 94 µm

Volumen (ISO 534): 0,72 cm<sup>3</sup>/g

Blancura (ISO 11475): 126%

Brillo DIN 75° (ISO 8254-2): 51%

Brillo TAPPI 75° (ISO 8254-1): 64%

Rugosidad OOS (ISO 8791-4): 0,8 µm

Opacidad (ISO 2471): 94,5%

Humedad rel (TAPPI 502): 50%

**PÁGINAS INTERIORES**

/Estucado semimate - Estucado multicapa

semimate dos caras 100% pasta química

Gramaje (ISO 536): 115 g/m<sup>2</sup>

Calibre (ISO 534): 87 µm

Blancura (ISO 11475): 120%

Brillo R457 D65 (ISO 2470-2): 95%

Opacidad (ISO 2471): 93%

Humedad rel (TAPPI 502): 50%

/PORTADA DE CATÁLOGO







Para conseguir una mejor comprensión de este manual, a continuación se exponen las definiciones más comunes de los términos utilizados.

**Imagen corporativa**

Percepción que una determinada persona o colectivo tienen de una entidad. Es la imagen mental ligada a una corporación y a lo que esta representa.

**Identidad corporativa**

Conjunto de características específicas y personales de una entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorizable de ella misma y la diferencian de las demás identidades.

**Identidad visual**

Parte visible de la identidad de una empresa.

**Manual de identidad corporativa**

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad corporativa en el ámbito del diseño.

TRABAJO FINAL DE GRADO

**INGENIERÍA EN DISEÑO INDUSTRIAL  
Y DESARROLLO DE PRODUCTOS**

DISEÑO DE UNA MARCA Y  
PROYECTO DE IMAGEN CORPORATIVA  
PARA UNA EMPRESA DEL SECTOR HÁBITAT