



# EQUAL

EYEWEAR FOR EVERYONE

Este manual ha sido creado como referencia para entender la marca EQUAL; sus valores y lo que representa, y cómo guía de estilo para aplicar su imagen de forma correcta, asegurándose así de que se mantiene una unidad y coherencia en todas sus expresiones.



# 1. LA MARCA

# LA MARCA

---

## manifiesto

---

**EQUAL** es una marca joven pensada para **gente práctica, auténtica y segura** de sí misma.

Reivindica la **identidad personal** y ofrece un producto que puede ser usado sin tener que renunciar al **estilo propio** de cada persona.

Esto se traduce en una imagen exterior **directa** y sin florituras, con un estilo visual **limpio y claro**, poniendo así todo el peso en el producto; un producto accesible a todo el mundo, tanto por su comodidad y versatilidad de uso, como por su precio.

## valores

---

Los valores principales de la marca están contenidos en su nombre. Así, encontramos que:

<b>E</b>	Ellegance
<b>Q</b>	Quality
<b>U</b>	Utility
<b>A</b>	Authenticity
<b>L</b>	Low-Key

### **Elegancia**

Diseño refinado, despejado de elementos complejos, que transmite buen gusto y sencillez.

### **Calidad**

Los materiales que usamos en la fabricación de nuestras gafas son de primera calidad, habiendo seleccionado sólo aquellos que aúnan estética y funcionalidad.

### **Utilidad**

Debido a su diseño limpio, dentro de una amplia gama de formas y estilos, y a la gran calidad de sus acabados, nuestras gafas pueden ser usadas en cualquier ocasión.

### **Autenticidad**

Nuestra prioridad son las personas, así que son nuestros productos los que se adaptan a sus necesidades y gustos, para que en ningún momento nadie tenga que renunciar a su estilo personal.

### **Discreción**

Queremos ser accesibles para todos, por lo que huimos de artificios y dejamos sólo el producto; cuidado, sutil, sin más pretensión que la comodidad para el cliente.



# 2. IDENTIDAD VISUAL



# LOGO

---

## logo principal

---

El logo que debería usarse en la mayoría de los casos.



El logo de EQUAL está formado por la palabra "EQUAL" y el subtítulo o claim "Eyewear for Everyone" en la línea inferior, no superando nunca la anchura total de la palabra EQUAL.



En los casos que lo requieran, podrá usarse el logo en su versión de color invertido. Así mismo, si se desea, puede usarse ésta versión del logo incluyendo su fondo negro, siempre y cuando el tamaño de éste se ajuste al espacio mínimo de no invasión del logo. (ver página 6)

## versiones secundarias del logo

---

logo sin claim



En caso de que se requiera, por motivos de legibilidad, podrá prescindirse del claim.

glifo



En interfaces de usuario con espacio limitado podrá usarse sólo el glifo, siempre y cuando la palabra EQUAL aparezca claramente señalada en algún otro lugar del diseño. En caso de duda, usar el siguiente.

versión vertical



Si la falta de espacio horizontal comprometiera la legibilidad del logo, podrá usarse la versión vertical de éste.

## dimensiones



Siendo  $x$  la unidad de medida y la cifra a su lado el número de veces que dicha unidad se repite a lo largo de la composición de la imagen.

## tamaño mínimo y área de no invasión

área de no invasión



El tamaño del área de no invasión deberá ser, como mínimo, de un tercio de la E de EQUAL. O, lo que es lo mismo, una unidad ( $x$ ) de espacio libre a cada lado del logo.

tamaño mínimo



impresión: 41,15 x 18,29 mm



web: 200 x 89 px

Por razones de legibilidad y estética, el tamaño del logo en ningún caso deberá ser inferior a 41,15 x 18,29 mm en el caso de que vaya a ser impreso, y 200x89 px si su destino es la web.

## usos incorrectos

---



1. No cambiar las proporciones entre la palabra EQUAL y el claim.
2. No bajar la transparencia del logo. Ésta debe ir siempre al 100% de tinta.
3. No cambiar las fuentes del logo.
4. Cuando se use la versión invertida del logo con fondo, no cambiar el color de éste.
5. No cambiar el color del logo a otros que no sean los colores corporativos.
6. No alargar ni deformar de ninguna manera las proporciones del logo.
7. No eliminar el punto de la Q ni el símbolo = en el travesaño de la A.
8. No cambiar el espacio entre las letras que forman el logo.

# COLORES CORPORATIVOS

## colores principales

EQUAL se caracteriza por el uso de sólo dos colores principales; blanco y negro.



Pantone CMYK Uncoated  
CMYK  
RGB  
HEX

P 1-1 U  
0/0/0/0  
255/255/255  
#ffffff



Pantone Solid Uncoated  
CMYK  
RGB  
HEX

Neutral Black U  
0/0/0/100  
26/23/27  
#1a171b



Siempre que sea posible, el logotipo debe ir en color negro.

## casos especiales



En el caso de fondos oscuros en los que no pueda usarse el logotipo negro, se recomienda el uso de la versión blanca con fondo negro, pudiendo también usarse el logotipo al aire.



En éstos casos, la decisión final sobre cuál de las dos versiones del logo blanco escoger, corresponderá al diseñador, que valorará todas las condiciones buscando siempre la máxima legibilidad posible y velando por la coherencia visual de la marca.



## colores secundarios

---



Pantone 872 U  
C:30 M:40 Y:61 K:10  
R:177 G:144 B:100  
# B19064



Pantone 7529 U  
C:29 M:28 Y:36 K:0  
R:193 G:180 B:161  
# C1B4A1



Pantone Warm Gray 10 U  
C:52 M:47 Y:45 K:9  
R:131 G:123 B:119  
# B19064

Además del blanco y el negro principales, la imagen de EQUAL se caracteriza por los colores otoñales que evoquen materiales puros como la madera o la tierra.

Si bien el blanco y el negro del logo no han de modificarse, éstos otros colores deben encontrarse presentes en demás documentos corporativos como puedan ser catálogos, flyers, memorias de empresa, etc, siempre y cuando el grueso del texto sea negro.

# TIPOGRAFÍA

---

## tipografía del logo

---

**TREND**  
**TREND**

Tanto logo como claim usan la tipografía Trend, caracterizada por ser una tipografía de sólo letras capitales, aunque existe distinción entre mayúsculas y minúsculas, por lo que se debe prestar atención a que EQUAL use mayúsculas y "eyewear for everyone" esté escrito en minúsculas.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOQRSTUVWXYZ

1234567890



## tipografía del logo

---

**EQUAL**

Es obligatorio el uso del punto en la Q y el símbolo = en el lugar del asta transversal de la A.

**EYEWEAR FOR EVERYONE**

El claim usa la versión en minúsculas, prestando especial atención a la primera y última E, que ha de ser 6 pt mayor que el resto de las letras.

La O en "for" es la variante n.5 de la misma tipografía, y también es obligatorio el uso del punto en el interior de su circunferencia.

## tipografía corporativa

---

Futura LT Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Futura LT Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

## estilos de párrafo

---

**TREND N.1, 28PT**

**C:30 M:40 Y:61 K:10**

**TREND N.1, 12 PT. COLOR NEGRO**

**Futura LT Bold, 14 pt. Color Negro (90% opacidad)**

Futura LT Regular, 11 pt. Color Negro (90% opacidad)



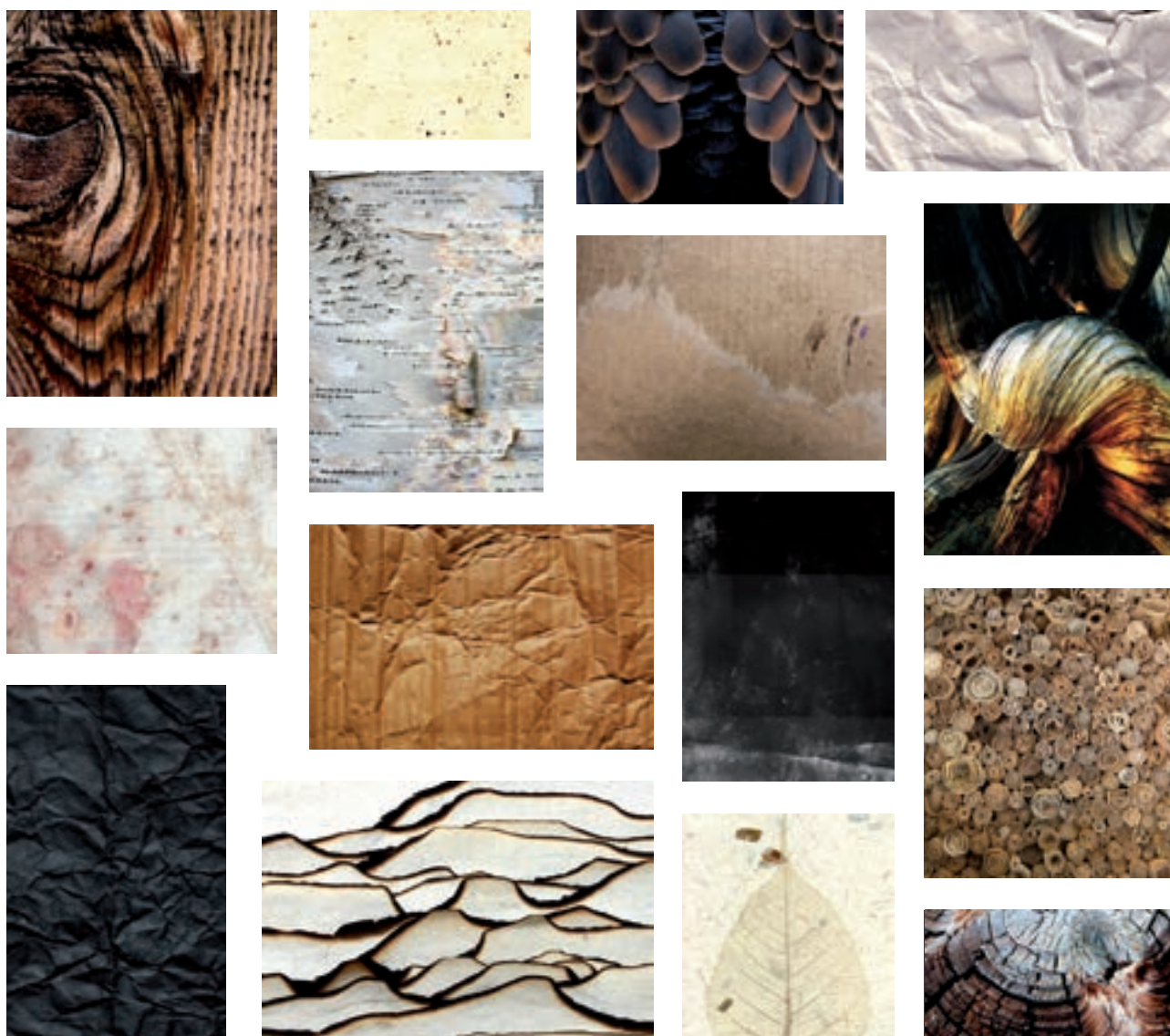
# IMÁGENES Y SENSACIONES

## sensaciones

EQUAL se caracteriza por ser una marca cercana, respetuosa con el medio ambiente y que apuesta por la expresión personal del individuo. Es por ésto que usamos materiales puros, sacados de la naturaleza, reciclados, sin alterar, materiales que podemos encontrar en nuestro día a día y que invitan a ser tocados, buscando esa sensación de contacto directo y de autenticidad.

Así mismo, se buscan los diseños elegantes y discretos, con acabados ligeros, cómodos y adaptables a todo tipo de situaciones y personas. Apostamos por el negro como color accesible por excelencia, carente de fuertes connotaciones y fácilmente combinable pero a la vez con una rotunda personalidad.

A la hora de plasmar éstas sensaciones en nuestro discurso visual, se han recopilado algunas imágenes que pueden servir como inspiración.



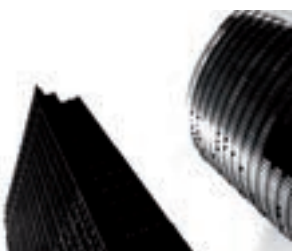
## fotografías

Dado el hincapié que se pone en la búsqueda de la sencillez y la honestidad en nuestra marca, las fotografías que se usen en los medios han de transmitir éstas ideas.

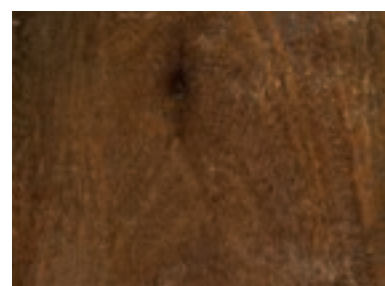
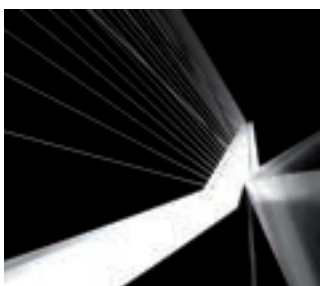
Las clasificaremos en 3 grupos:

1. Imágenes de personas
2. Imágenes de atmósferas y ambientes
3. Imágenes de materiales

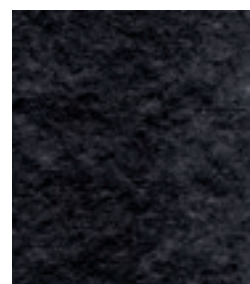
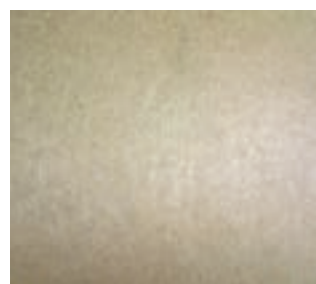
1. Las fotos que se realicen a los modelos deben de reflejar su personalidad. Se les debe hacer protagonistas de las foto, usando fondos lo más neutros posibles, y asegurarse de que estén representadas diferentes etnias, clases sociales y estilos de vida.



2. Se tratarán de evocar sensaciones de equilibrio, claridad y limpieza. Dado que nuestra marca posee un estilo claramente urbano, son recomendables las fotos de éstos escenarios, siempre buscando las composiciones en las que predominen las líneas rectas y los espacios negativos.



3. Para transmitir cercanía y contacto con el cliente, se usarán fotos de materiales lo más puros y orgánicos posible; papel hecho a mano, maderas sin tratar, y otros materiales que hayan sufrido pocas o ningunas alteraciones, buscando siempre transmitir naturalidad y autenticidad.





# 3. APLICACIONES

# PAPELERIA

---

## papel carta

---

215,9 mm

279,4 mm

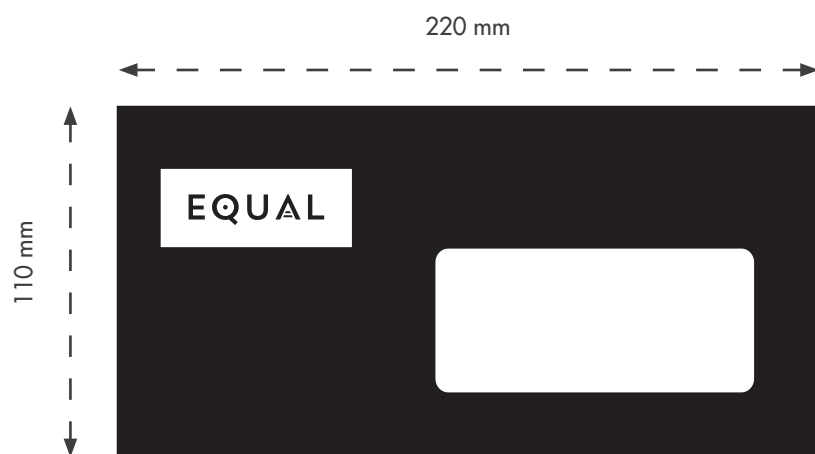
**EQUAL**  
EYEWEAR FOR EVERYONE

C/ CALERUEGA, N° 291.  
28033. MADRID.

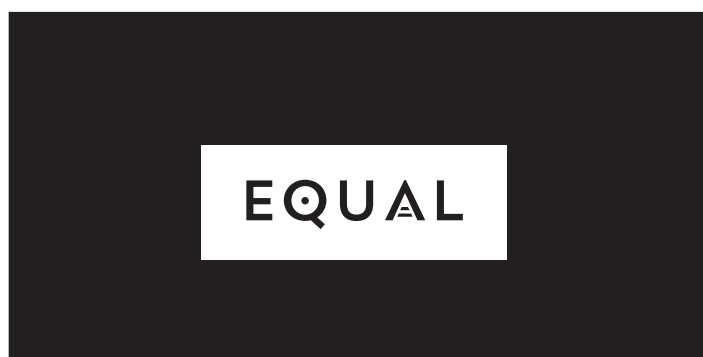
TELÉFONO: 914 315 276  
FAX: 914 315 299

INFO@EQUAL.COM  
WWW.EQUAL.COM

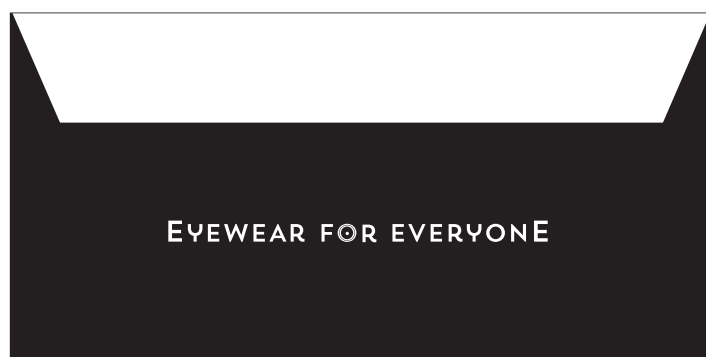
## sobres



Sobre americano  
con ventana



Sobre sin ventana



Reverso de sobre

## tarjetas de visita



Anverso de tarjeta de visita .



Reverso de tarjeta de visita. Versión para tienda.



Reverso de tarjeta de visita. Versión para empleado.





## ejemplos de aplicaciones en papeleria



## ejemplos de aplicaciones en papeleria



# MATERIAL PROMOCIONAL

## página web



## publicidad

La publicidad de EQUAL está principalmente basada en la idea de que las gafas han dejado de ser una necesidad para pasar a ser un complemento más, que aporta personalidad y ayuda a definir un estilo personal. Se propone una campaña de tintes minimalistas en las que sólo se muestran diferentes gafas de personalidades famosas del mundo del cine, la música o la política; mostrando que, efectivamente, existe una gafa para cada persona.

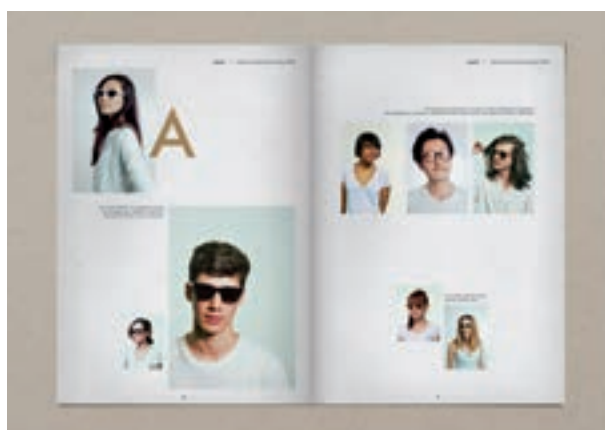


Carteles publicitarios con las gafas de Woody Allen y Louise Sawyer.



Publicidad impresa con las gafas de Janis Joplin.

## publicidad



Catálogo de la colección Primavera/Verano 2014

## complementos



Bolsa EQUAL con las gafas de Malcolm X.



Camiseta EQUAL con las gafas de Lolita.

# PACKAGING

---



Embalaje standard de uno de nuestros productos.



Edición especial con el sello de EQUAL grabado en la caja.



# MÁS INFORMACIÓN

Si fuera necesaria más información o se tuviera alguna duda acerca de ésta guía, así como de la marca EQUAL, puede ponerse en contacto con un representante de la misma escribiendo un correo electrónico a la siguiente dirección:

[info@equal.com](mailto:info@equal.com)

Muchas gracias.

