

TWICE LAB

Manual de Identidad Visual Corporativa

Índice de contenidos

Introducción	3		
<i>Naming</i>	4		
1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD	5	2. APLICACIONES DE LA MARCA	20
1.1 Proceso del logotipo principal	6	2.1 Etiqueta	21
1.2 Logotipo principal	7	2.2 Página <i>web</i>	22
1.3 Construcción del logotipo principal	8	2.3 Instagram	23
1.4 Zona de protección del logotipo principal	9		
1.5 Logotipo secundario	10		
1.6 Construcción del logotipo secundario	11		
1.7 Zona de protección del logotipo secundario	12		
1.8 Reducción mínima	13		
1.9 Usos incorrectos	15		
1.10 Tipografía corporativa	16		
1.11 Colores corporativos	17		
1.12 Color corporativo secundario	18		
1.13 La marca sobre fondos de color	19		

Introducción

Este documento proporciona una guía completa sobre la identidad visual y los principios fundamentales que definen a Twice Lab.

El objetivo de este manual es asegurar la consistencia y coherencia en todas las comunicaciones visuales y de marca de Twice Lab. Aquí se encuentran las directrices sobre el uso correcto del logotipo, tipografía, paleta de colores, y otros elementos gráficos. Este documento es esencial para todos los miembros del equipo, diseñadores, y socios que colaboran con la marca, asegurando que la identidad se mantenga reconocible en todos los puntos de contacto.

Naming

Twice Lab refleja la idea de que la moda y la sostenibilidad pueden crecer juntas en un mismo espacio.

La dualidad es un factor clave en el nombre del *hub*. Aquí en Twice Lab, todo, desde prendas nuevas hasta ropa vieja y, desde materiales hasta *packaging*, tiene una segunda oportunidad. Este es un lugar donde la renovación y reutilización son la norma y no la excepción.

“Twice” refleja la idea de renacer, dando una segunda oportunidad a la moda y al planeta. “Lab”, por otro lado, explica la esencia de la innovación y la experimentación en la moda. Este es un recordatorio constante para comprometerse a encontrar nuevas formas de afrontar los desafíos de la moda sostenible.

Por eso, Twice Lab es más que un simple nombre. Es una declaración de principios. Aquí es donde la moda se encuentra con la sostenibilidad, donde la innovación y la conciencia medioambiental se unen para crear un futuro mejor y más sostenible para todos.

**ELEMENTOS BÁSICOS DE
IDENTIDAD**

/01

1.1 Proceso del logotipo principal

Para llegar al logotipo elegido, se han probado diferentes tipografías.

Una vez seleccionada la tipografía que mejor se ajustaba a las necesidades, se procedió a ajustar el *kerning* para asegurar equilibrio y armonía.

TWICE LAB TWICE LAB TWICE LAB

TWICE LAB TWICE LAB

1.2 Logotipo principal

El logotipo se ha diseñado a partir de la tipografía Helvetica Bold.

Su diseño limpio y sencillo asegura que sea fácilmente reconocible y legible en varios tamaños y contextos.

El logotipo se utilizará en todas las aplicaciones de marca, incluyendo página *web*, *packaging*, etiquetas de productos y documentos oficiales. Sin embargo, en situaciones donde el tamaño del logotipo debe ser reducido considerablemente, se utilizará un logotipo secundario en lugar del principal.

El logotipo principal de la marca es en positivo, letra en negro sobre fondo blanco. Para fondos oscuros se utiliza el negativo, con letra en blanco.

POSITIVO



TWICE LAB

NEGATIVO



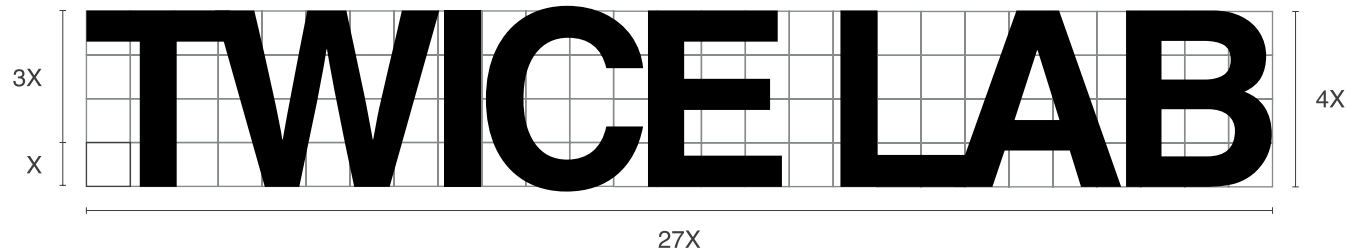
TWICE LAB

1.3 Construcción gráfica del logotipo principal

La construcción gráfica del logotipo principal se ha diseñado de manera estructurada, utilizando una medida denominada "X" como unidad básica.

El alto del logotipo se ha definido como 4 veces la medida "X" (4X). Por otro lado, el ancho del logotipo se ha establecido en 27 veces la medida "X" (27X).

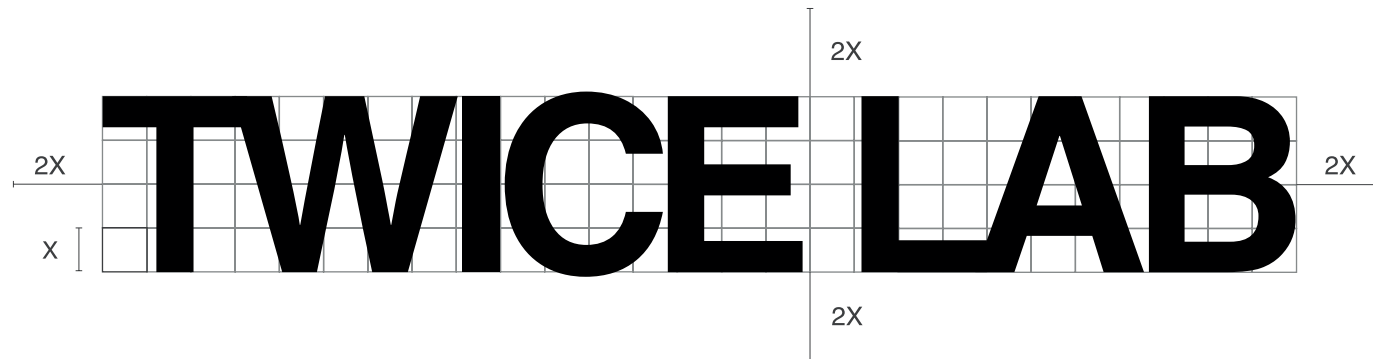
Esta proporción garantiza que el logotipo mantenga su consistencia visual en todas las aplicaciones.



1.4 Zona de protección del logotipo principal

La zona de protección alrededor del logotipo de Twice Lab se ha diseñado utilizando una medida de "2X" en altura y anchura.

Esta zona de protección asegura que el logotipo tenga suficiente espacio para "respirar", manteniendo su integridad visual y asegurando que no se vea obstruido por otros elementos gráficos o textos.



1.5 Logotipo secundario

El logotipo secundario se utilizará en aplicaciones donde el tamaño del logotipo debe ser reducido, afectando su legibilidad.

Esto incluye fotos de perfil en redes sociales como Instagram o el *favicon*¹ en la página *web*. Garantiza que la identidad de Twice Lab permanezca consistente y fácilmente identificable.

¹ Icono gráfico que representa a un sitio *web* y aparece en la pestaña del navegador.

POSITIVO



**TWICE
LAB**

NEGATIVO

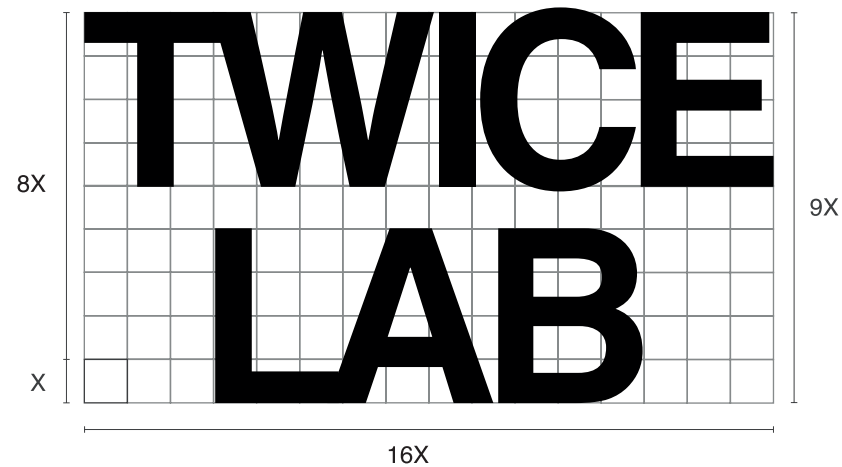


**TWICE
LAB**

1.6 Construcción gráfica del logotipo secundario

La construcción gráfica del logotipo secundario se ha diseñado de manera estructurada, al igual que el principal, utilizando una medida denominada "X" como unidad básica.

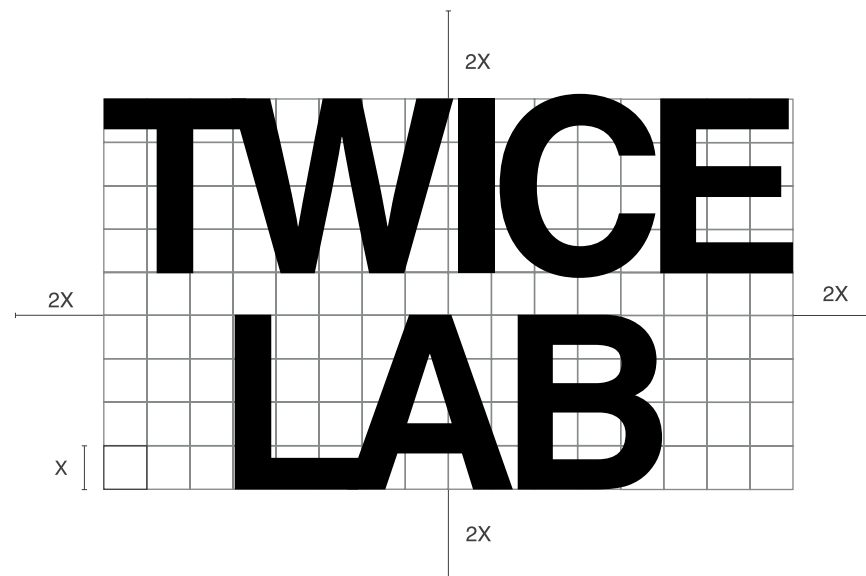
El alto del logotipo se ha definido como 9 veces la medida "X" (9X). Por otro lado, el ancho del logotipo se ha establecido en 16 veces la medida "X" (16X).



1.7 Zona de protección del logotipo secundario

La zona de protección alrededor del logotipo secundario se ha diseñado utilizando una medida de "2X" en altura y anchura, al igual que en el logotipo principal.

Al respetar esta zona de protección, se permite que la identidad visual de Twice Lab se mantenga clara y efectiva en cualquier aplicación.



1.8 Reducción mínima

Se ha llevado a cabo la reducción mínima tanto del logotipo principal como del logotipo secundario para garantizar su claridad y legibilidad en diversos medios impresos y digitales.

En este proceso, se han considerado aplicaciones específicas como la foto de perfil de Instagram y el *favicon* de la página *web*.

Medios impresos

TWICE LAB

TWICE LAB

30 mm

TWICE LAB

TWICE LAB

16 mm

Medios digitales

TWICE LAB

TWICE LAB

100 px

TWICE LAB

TWICE LAB

70 px

**TWICE
LAB**

**TWICE
LAB**

100 px

**TWICE
LAB**

**TWICE
LAB**

16 px

1.9 Usos incorrectos

Para mantener la coherencia de la identidad, se debe evitar los usos incorrectos del logotipo.

No se debe torcer, distorsionar, utilizar un color que no sea negro o blanco, no utilizar únicamente parte del logo separando las dos palabras y no cambiarlas de su posición original.

~~TWICE LAB~~

~~TWICE LAB~~

~~TWICE LAB~~

~~TWICE~~

~~TWICE
LAB~~

1.10 Tipografía corporativa

La tipografía corporativa asociada a la marca en sus aplicaciones corporativas es Helvetica.

Es una tipografía sans-serif que destaca por su claridad, legibilidad, versatilidad y modernidad, lo que la convierte en una gran elección para la tipografía corporativa de Twice Lab.

Esta fuente será empleada en textos de cuerpo principal, descripciones de productos, y en la mayoría de los contenidos escritos.

Para destacar elementos importantes, como títulos, encabezados y secciones clave, se utilizará Helvetica Bold.

Helvetica Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!¡@

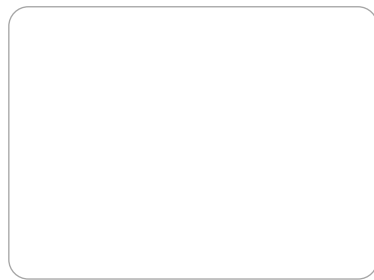
Helvetica Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!¡@

1.11 Colores corporativos

El blanco y el negro son los colores corporativos de la marca debido a su versatilidad y elegancia.

Estos colores se utilizan en el diseño del logotipo y en diversas aplicaciones como tarjetas de visita y empaques de productos, proporcionando una apariencia limpia y sofisticada. Además, se emplearán en el diseño de la página *web* y en el de redes sociales.

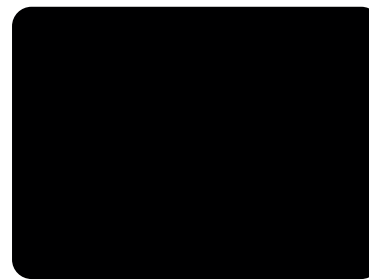


PANTONE 000C White

RGB 255 255 255

CMYK 0 0 0 0

FFFFFFFF



PANTONE Black C

RGB 0 0 0

CMYK 0 0 0 100

000000

1.12 Color corporativo secundario

El azul “*smoke blue*” es el color corporativo secundario del *hub*, principalmente por sus connotaciones de transparencia, calidad y confianza, que son valores fundamentales de Twice Lab. Este tono transmite una sensación de fiabilidad y estabilidad, fortaleciendo la imagen de la marca.

El color corporativo secundario se utilizará para diversas aplicaciones de la marca, como en la página *web* y redes sociales, actuando como un elemento unificador y representativo de la identidad visual. Este color refuerza el reconocimiento de la marca en todos estos contextos. Sin embargo, nunca se aplicará al logotipo principal ni al secundario. En su lugar, se mantendrán en su versión en negro, positivo y negativo.



PANTONE 17-4412 TCX

RGB 109 137 149

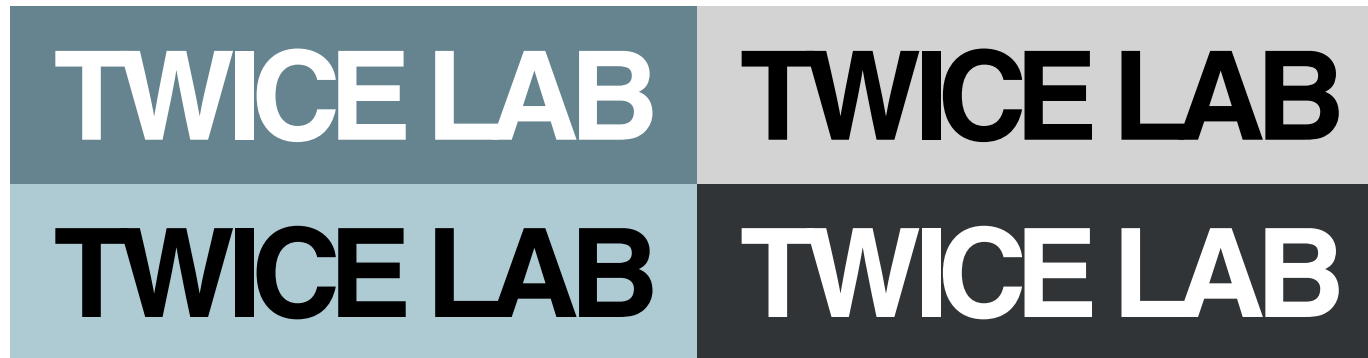
CMYK 60 34 32 12

#6D8994

1.13 La marca sobre fondos de color

Siempre que sea posible, se utiliza el logo en positivo, es decir, con los colores originales del logo sobre un fondo claro, para asegurar su máxima visibilidad y reconocimiento.

En situaciones donde el logo debe colocarse sobre el azul corporativo o cualquier fondo oscuro, se utiliza el logo en negativo.



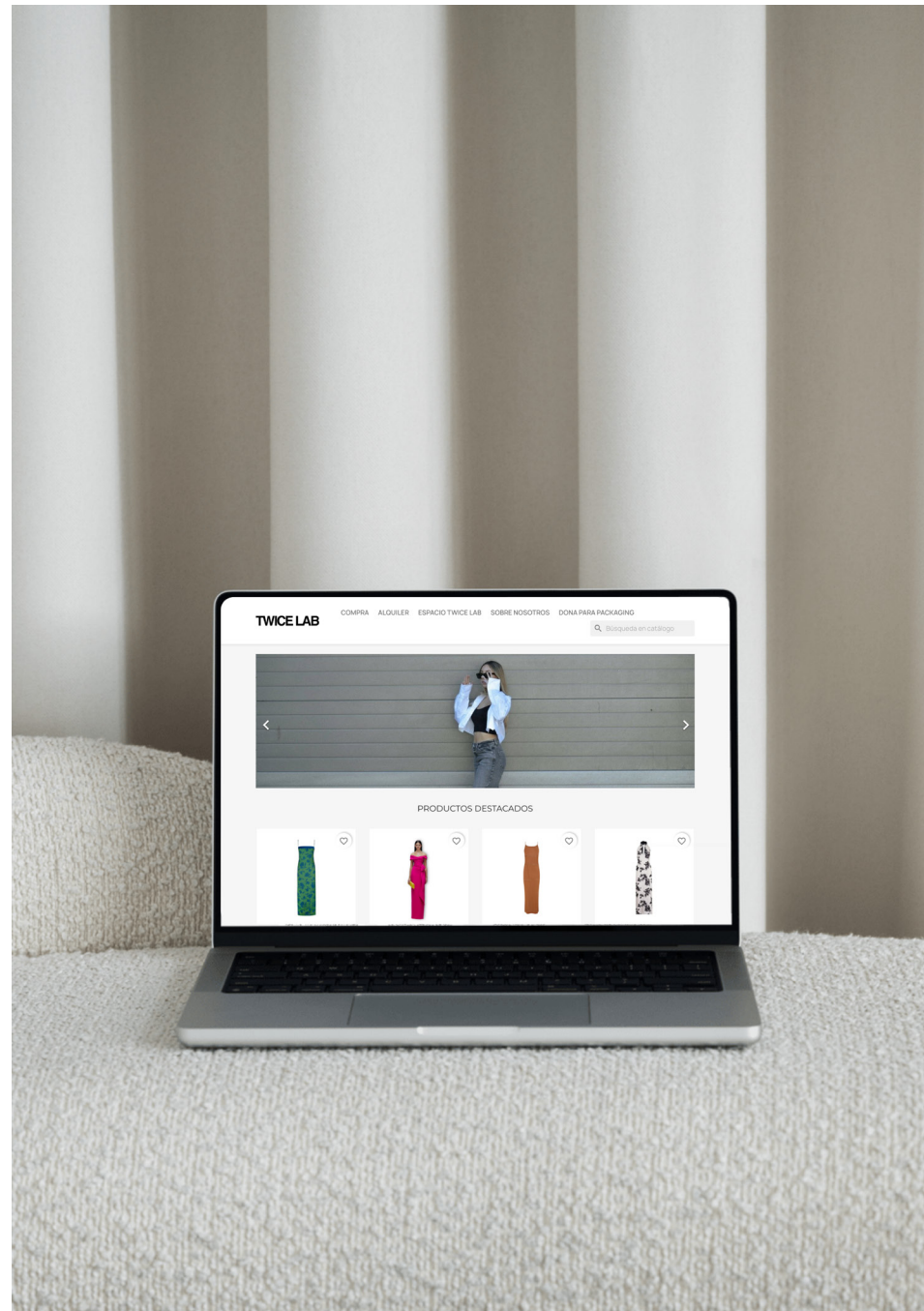
**APLICACIONES DE LA
MARCA**

/02

2.1 Etiqueta



2.2 Página web



2.3 Instagram



TWICE LAB