



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL  
· EL CATRÍN BARBER SHOP ·

•CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	•	2
LA MARCA	•	3
IDENTIDAD GRÁFICA	•	4
IDENTIDAD GRÁFICA / VARIACIONES	•	6
VARIACIONES / FONDO DE COLOR	•	7
VARIACIONES / MONOCROMÍA	•	8
CÓDIGO DE COLOR	•	9
ESCALA DE GRISES	•	10
TAMAÑO MÍNIMO	•	11
TIPOGRAFÍAS	•	12
ÁREA DE PROTECCIÓN	•	13

## • INTRODUCCIÓN



El presente documento es una guía para la aplicación y el uso de la identidad visual de El Catrín Barber Shop.

Es importante que cualquier pieza de comunicación gráfica en la que se aplique la identidad visual respete los lineamientos y las recomendaciones de este manual.

En este manual se encuentran los lineamientos generales para el uso de la Marca de El Catrín Barber Shop y las aplicaciones básicas del mismo que podrán servir como referencia a las personas responsables del uso de la Marca

Adjunto a este documento hay archivos necesarios para el uso y la aplicación de la identidad, así como las familias tipográficas utilizadas en la comunicación de la marca. En caso de alguna necesidad no prevista en este documento, solicite la recomendación al equipo de diseño.

• LA MARCA



“Catrín” fue un termino que se popularizó en la época del porfiriato, hacia a ilusión a los hombres que se vestían de manera elegante y eran de una clase social alta.

LA CARACTERÍSTICA PRINCIPAL DE ESTAS PERSONAS,  
**ERA QUE LES ENCANTABA  
PRESUMIRLO.**

El catrín fue tan popular que formó parte del famoso juego de lotería. Fue José Guadalupe Posada quien realizó un grabado conocido popularmente como “la catrina”, ella es una calaca vestida muy elegante tal como los catrines. Es ahí donde surge la asociación y se tienen referencias gráficas de la calavera y la elegancia.

Fundada en el año 2017 El Catrín Barber Shop es una barbería en la Cd. de Oaxaca que conjuga la tradición y el cuidado masculino contemporáneo.

Su objetivo es que cada cliente viva y reivindique el placer del cuidado personal, a través de sus excelentes servicios. Para tener una mayor atención de los resultados cuenta con productos para el cuidado de cabello y barba.



La identidad se construye a partir de lo que somos, lo que hacemos y lo que perciben quienes nos ven. Si hacemos un uso correcto de los elementos que integran nuestra identidad el resultado invariablemente será la definición que El Catrín Barber Shop es la mejor de Oaxaca.





◀ ORIGINAL

CONTRACCIÓN ▶

Cuando la identidad se aplique en una superficie circular, se usará esta versión, que tiene una ligera contracción de los elementos, para que de esta manera todo este dentro de una circunferencia.

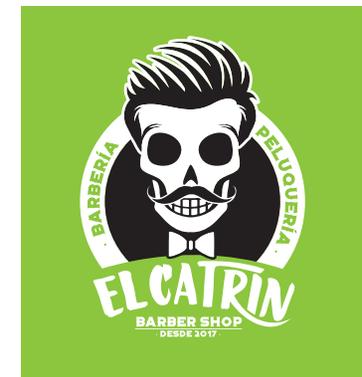
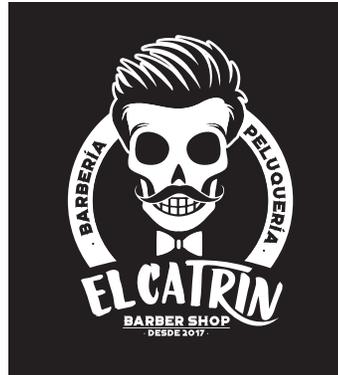


• IDENTIDAD GRÁFICA / **VARIACIONES** / FONDO DE COLOR

Se aplicará en cualquiera de sus versiones cuando la pieza de comunicación así lo requiera y sea la forma en la que mejor se adapte.

Cuando el fondo sea de un color similar a la marca se usará la variante con la tipografía en blanco

O bien en monocromía



• IDENTIDAD GRÁFICA / VARIACIONES / MONOCROMÍA

Cuando sea necesario usar la versión monocromática, todos los elementos deberán estar en negro al 100%.



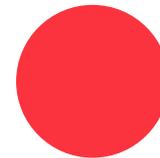
• IDENTIDAD GRÁFICA / **CÓDIGO DE COLOR**

Parte integral de la identidad es el manejo adecuado de los colores que forman parte de la marca.

El logotipo se utiliza únicamente en 2 colores: Rojo y Negro

-Para impresión CMYK -Aplicación de tintas directas -Valores en pantalla RGB y HTML

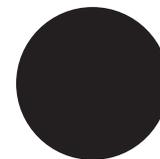
Se podrán utilizar únicamente en los porcentajes aquí señalados. Ninguna variación en porcentajes de color será admitida.



**PANTONE RED 032 C**

HEXADECIMAL #FC2E42

C 0	R 252
M 93	G 46
Y 76	B 66
K 0	

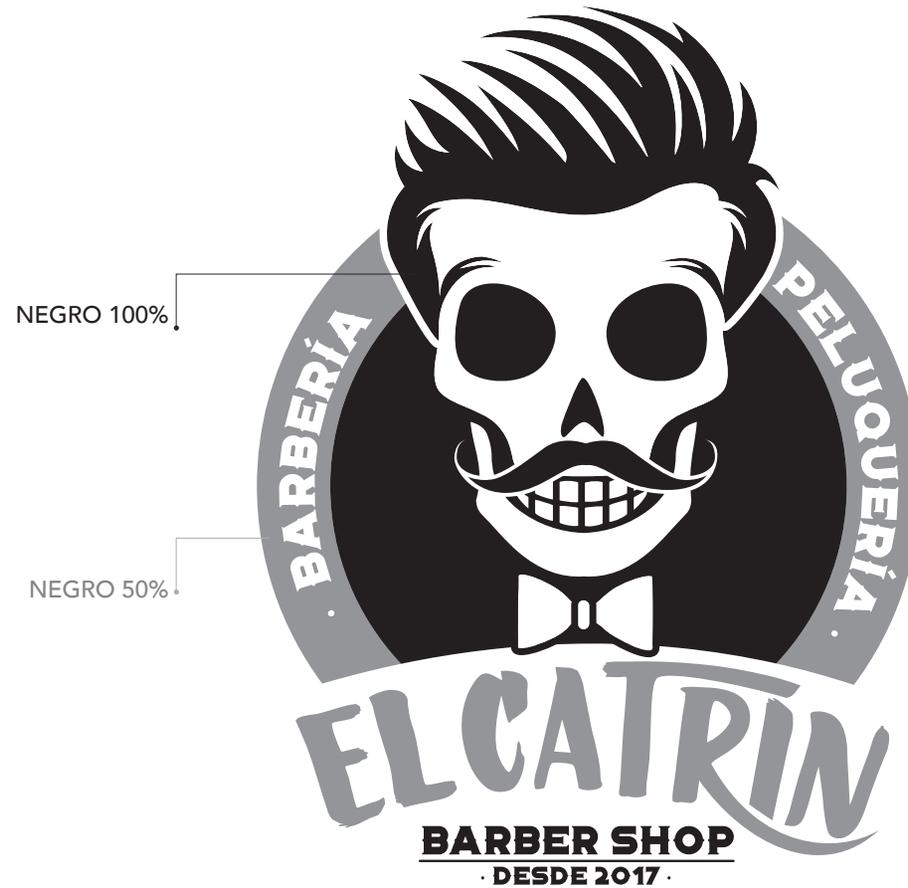


**PANTONE BLACK**

NEGRO 100%

HEXADECIMAL #000000

C 0	R 0
M 0	G 0
Y 0	B 0
K 100	



• IDENTIDAD GRÁFICA / TAMAÑO MÍNIMO

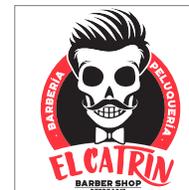
Es importante que la marca sea legible y fácilmente identificable para poder comunicar el mensaje gráfico con claridad.

Debe presentarse en un tamaño que sea armónico con el espacio en el que se encuentra y que se integre al resto de los elementos.

Para mantener la legibilidad es necesario tomar en cuenta los siguientes tamaños mínimos de reproducción en materiales impresos y electrónicos.



2.5 cm



60 px

Las familias utilizadas son:  
Liebe Doris bold y Portico diablo  
son las fuentes de uso institucional  
en la comunicación de la marca  
para cualquier tipo de aplicacio-  
nes, ya sean impresas o en medios  
digitales.

LIEBE DORIS BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**1234567890**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

PORTICO DIABLO

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**1234567890**

## • IDENTIDAD GRÁFICA / ÁREA DE PROTECCIÓN

El logotipo tendrá mayor impacto si se respeta el área de "descanso visual" que la rodea. Deberá aplicarse siempre con un margen como área de protección. Es un espacio mínimo que se asigna a la identidad y que debe respetarse con rigurosa exactitud. Ningún elemento deberá invadir o perforar este espacio, asegurando así su legibilidad.

La retícula del logotipo utiliza la unidad "x", que es igual a la altura y el ancho del "ojo" de la calavera que conforma el logotipo. Esta retícula debe utilizarse para identificar el área de protección que deberá quedar libre como margen entre el logotipo y cualquier otro gráfico que acompañe la pieza de comunicación.

1X 



• PERSONAJE COMPLETO





# APLICACIONES BÁSICAS

• TARJETA DE PRESENTACIÓN



• HOJA MEMBRETADA



JAZMINES 505, COL. REFORMA

BarberiaCatrin

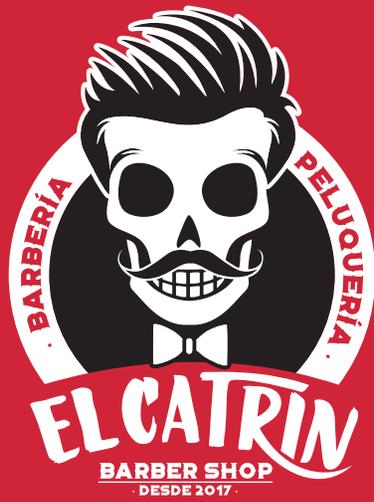
68 8 71 38 / 951 327 17 95

BarberiaCatrin

admin@barberiaelcatrin.mx

www.barberiaelcatrin.mx

• PLAYERA





ABRIL 2019