

www.nim.pe

www.nim.pe

The logo for the NIM Brand Book. It features a horizontal blue line on the left side. To the right of the line, the word "NIM" is written in a large, blue, sans-serif font. Below "NIM", the words "Brand Book" are written in a smaller, blue, sans-serif font.

**NIM**  
Brand Book

# Contenidos

1. Introducción
2. Idea de marca
3. Visión de marca
4. Elementos del logotipo
5. Estilo fotográfico
6. Sistema de pictos
7. Sistema de formatos
8. Recursos corporativos
9. Aplicaciones

# 1. Introducción

Este documento resume de manera práctica los principales lineamientos de la marca \_NIM.

Tiene la función de servirnos como guía para la producción de todo tipo de elementos de comunicación relacionados con la marca.

Considera este documento como referencia para aplicar adecuadamente la comunicación gráfica de \_NIM.



## 2. Idea de marca

\_NIM es una marca dirigida a mujeres jóvenes entre 25 y 35 años que ofrece prendas con un diseño original, moderno y funcional que buscan la expresión a través de las mismas y trascender en el tiempo.

Con sus diseños y prendas buscan llevar la moda peruana al siguiente nivel.



# 3. Visión de marca

En \_NIM se busca que sus clientes se expresen de la manera más genuina posible.

El negocio se apoya en esa visión basándose en dos conceptos: la modernidad y la genuinidad. Ofreciendo prendas únicas y diseñadas exclusivamente para expresar.

La marca concibe el vestir como el medio de expresión por excelencia y busca que cada uno de sus clientes logre convertirse en la mejor versión de si mismos.



# 4.Elementos del logotipo

\_Logotipo

\_Color

\_Tipografía



# Logotipo

Este es el logotipo principal de nuestra marca. Es un logotipo tipográfico y siempre debe ser aplicado siguiendo las pautas indicadas en este manual y recurriendo a la versión digital final.

Nuestro logotipo consiste en un texto que parte de nuestra tipografía principal y se le añade el recurso del guión bajo, presente constantemente como simbolo de la marca. Puesto que representa un espacio iconico en la informatica, lo que se relaciona con un concepto fundamental de \_NIM: la modernidad.

\_NIM es una marca creada por dos mujeres millenials en la era en donde la tecnologia ha avanzado y el guión bajo representa la era moderna.

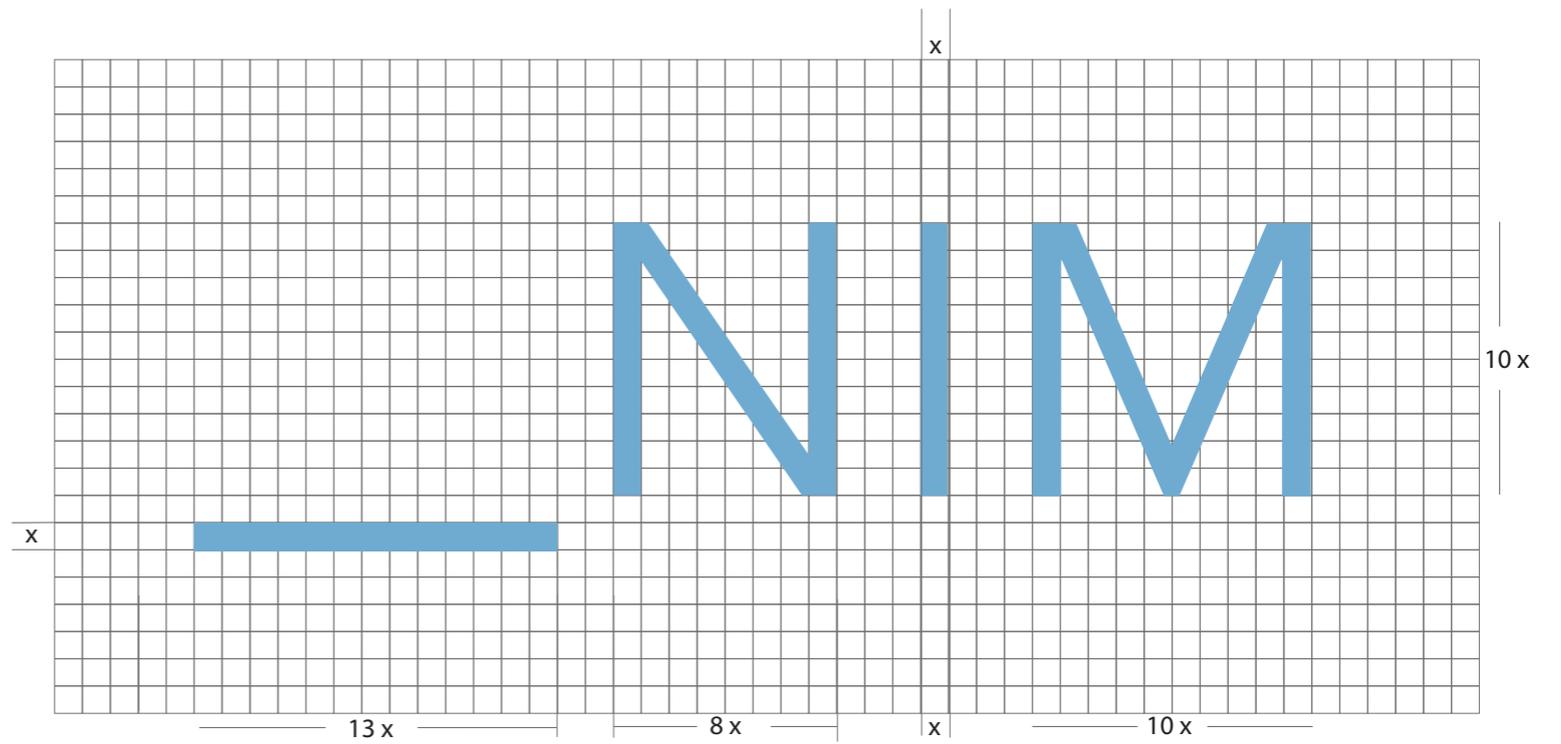
En las siguientes paginas explicaremos como se construye el logotipo y cuales son las pautas para su correcta aplicación.



# Logotipo

## Construcción

La tipografía utilizada es Avenir LT Std, a esta se le ha agregado un símbolo característico de la marca, el guión bajo ( \_ )



# Logotipo

## Versiones de color

A la hora de elegir el logotipo a aplicar, la versión en positivo tiene preferencia sobre la versión en negativo y en gris, es decir nuestra versión positiva es la principal.

Según las características de producción podemos escoger entre las diferente versiones de color y formato más apropiado.



Versión positiva del logotipo

Versión en gris del logotipo

Versión negativa del logotipo

# Logotipo

## Versiones especiales del logotipo

Estas son las versiones principales de la identidad para las categorías principales tentativas de las prendas de la marca.

Por ejemplo, para lanzamientos de colecciones con diseñadoras peruanas o para diferenciar las colecciones por temporadas. Siempre deben ser aplicados siguiendo las pautas generales de este manual y recurriendo a la versión digital final.

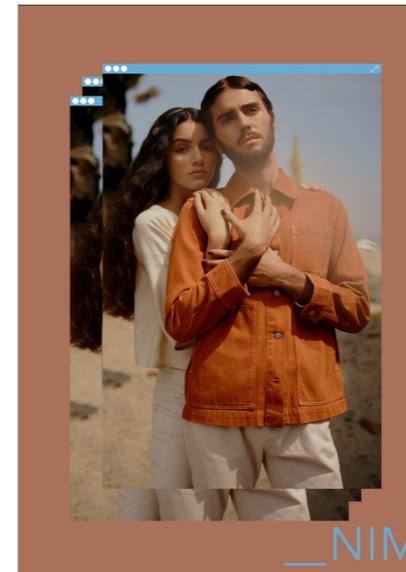
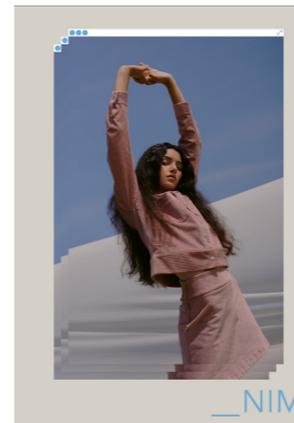


# Logotipo

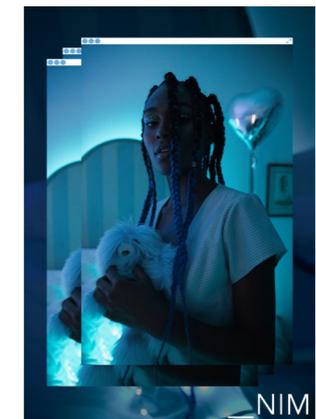
## Uso sobre fotografía

Dependiendo el fondo de la fotografía, seleccionaremos la versión del logotipo que proporcione la mayor visibilidad.

Logotipo sobre fondo claro



Logotipo sobre fondo oscuro



# Logotipo

## Matriz de aplicación

Dependiendo el fondo de color, seleccionaremos la versión del logotipo que ofrezca la mayor visibilidad. Tanto para fondos gráficos como fotográficos.

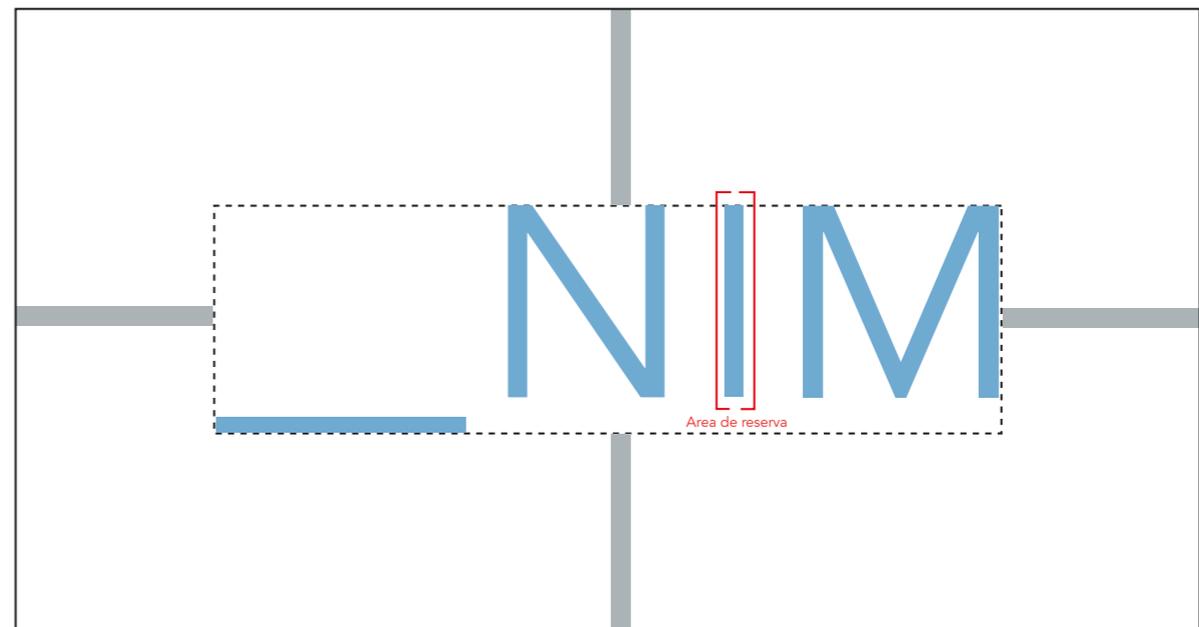
	Versión de color positiva	Versión monocromática positiva	Versión de color negativa
Fondo Azul _NIM			
Fondo Blanco			
Fondos Colores Claros			
Fondos Colores Oscuros			
Fondos Fotografías Claras			
Fondos Fotografías Oscuras			

# Logotipo

## Area de reserva y tamaños mínimos

La marca necesita un espacio en blanco que le permita respirar y ayudar a su legibilidad y peso gráfico. De esta manera no se ve invadida por otros elementos gráficos. Para esto definimos un perímetro de seguridad usando la "I" del logotipo.

Asimismo existe un tamaño mínimo de 24 mm de ancho para impresiones y 178 px de ancho para entornos digitales. Reproducir la marca a un tamaño inferior afectaría su legibilidad.

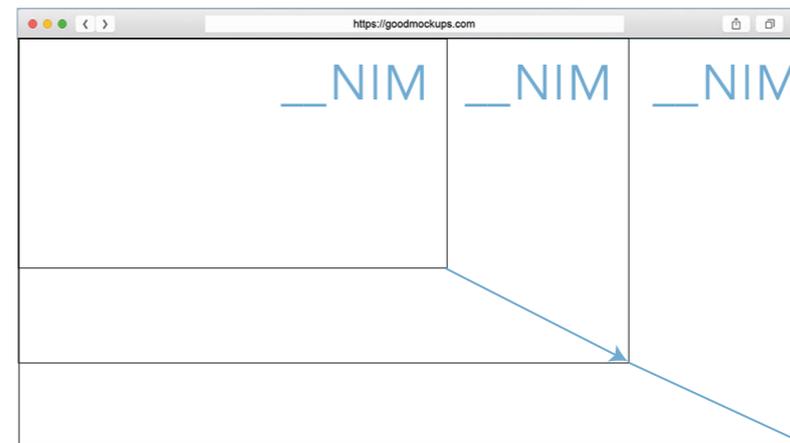


# Logotipo

## Responsive

Una marca responsive es aquella que se adapta según el espacio y el soporte digital en el que se encuentre.

Para \_NIM, el logotipo se mantendrá en su diagramación y se afectará en su tamaño dependiendo del soporte en el que se encuentre, siempre buscando preservar la legibilidad del mismo.



Uso del logotipo según el dispositivo

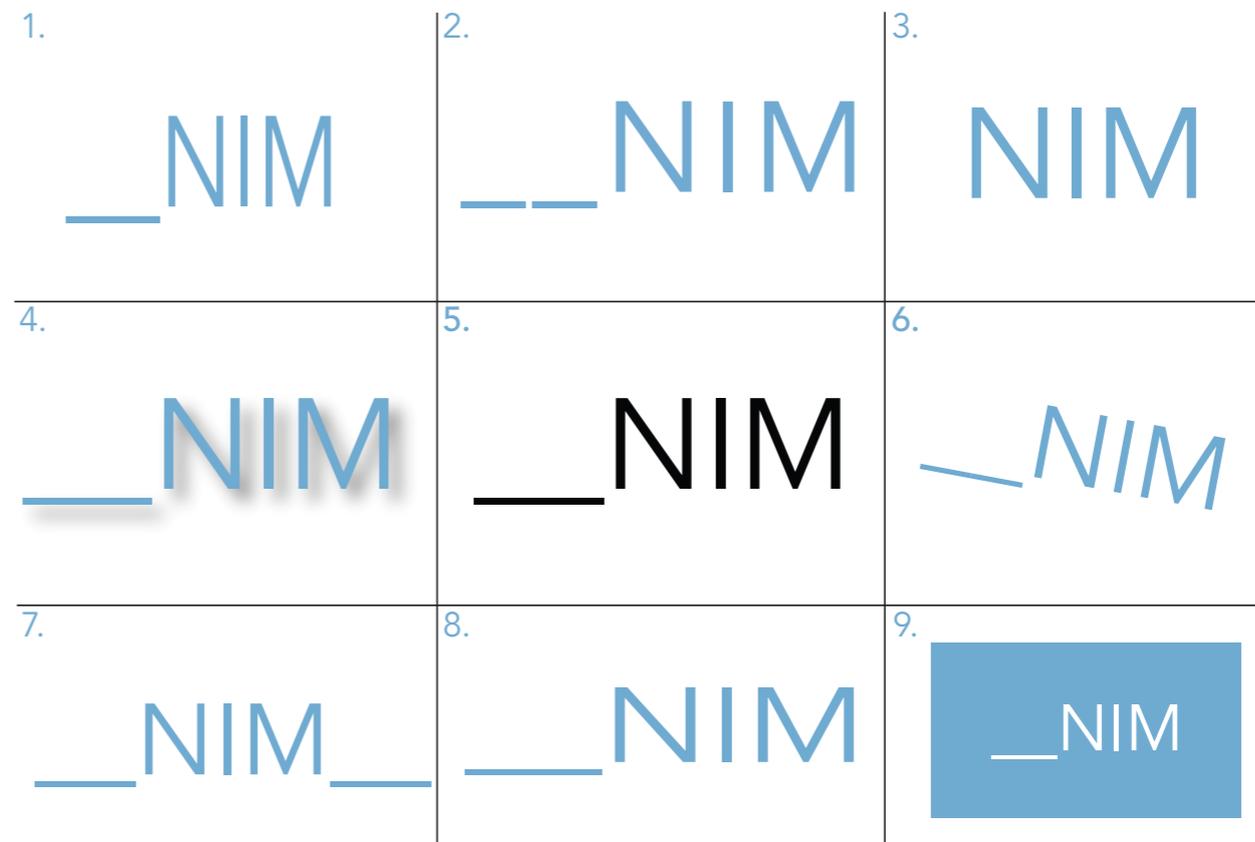
DESKTOPS / LAPTOPS	_NIM
TABLETS	_NIM
SMARTPHONES	_NIM

# Logotipo

## Usos Incorrectos

Para evitar que la identidad de \_NIM se vea afectada, el logotipo principal y sus versiones no deben sufrir ningún tipo de alteración. Siempre se debe recurrir a los archivos originales y cuidar de no deformarlos durante la manipulación.

A continuación se muestran los errores más comunes que pueden ocurrir con la marca y que deben evitarse.



### Reglas de uso.

1. No modificar las proporciones del logotipo, al ensancharlo o estirarlo.
2. El guion bajo fue modificado para tener su medida, no tratar de replicarlo, pues el tamaño del guión de la tipografía no es el del isotipo.
3. No utilizar el logotipo sin su isotipo.
4. No colocar sombras, ni biselados.
5. No modificar el color del logo.
6. No inclinar el logotipo.
7. Solo debe llevar un guión bajo al inicio del logo, nunca al final.
8. No estirar el logotipo deformando sus proporciones.
9. No utilizarlo con fondo azul como un todo.

# Logotipo

## Convivencia con otras marcas

A continuación mostramos ejemplos de convivencia de nuestro logotipo con el de otras organizaciones y/o instituciones.

El area de reserva entre los logotipos se delimita a través de la letra "I" de nuestro mismo logotipo. Colocaremos dos "I" cuando la composición sea tanto vertical como horizontal.



# Logotipo

## Nomenclatura Artes Finales

La tipografía de \_NIM se le añadió el símbolo del guión bajo para obtener un logotipo único.

La tipografía de los descriptores deben mantener la del logotipo principal que es Avenir Lt Sd.

AF\_NIM\_VP\_POS\_CYMK.JPG

A Arte Final

Marca

Versión:  
VP: Versión Principal  
VB: Versión Borrador

Estado Logo Usado:  
POS: Positivo  
NEG: Negativo

Modo de color:  
CYMK: Cuatricomía  
PMS: Tintas directas  
RGB: Pantalla  
BN: Blanco y Negro

Formato:  
AI  
EPS  
JPG  
PNG  
PDF

La nomenclatura de los artes finales incluye:

AF + NIM + Versión + Estado + Modo de color + Formato

# Color

## Colores Corporativos

Los colores corporativos son una parte muy importante de la identidad visual de nuestra marca.

Usandolos apropiadamente podemos establecer una relación directa entre los colores y la marca.



# Color

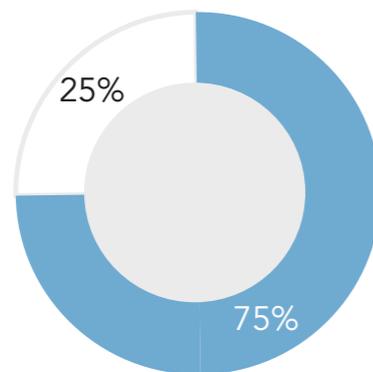
## Colores Corporativos

Los colores corporativos son una parte muy importante de la identidad visual de nuestra marca.

Por ello haciendo un uso apropiado estableceremos una relación directa entre los colores y la marca.

### Proporción de uso de color

La proporción entre ellos también es fundamental para construir identidad de manera correcta y consistente.



	
RGB 123 175 212 HTML #7BAFD4 CMYK 50/20/0/0	RGB 255 255 255 HTML #FFFFFF CMYK 0 0 0 0
CIELO_NIM	BLANCO NUBE

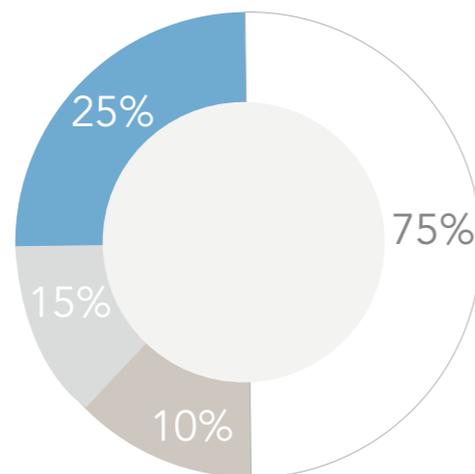
# Color

## Colores de apoyo

La paleta de color se complementa con dos colores de apoyo. Se recomienda usarlos para entornos digitales, combinarlos en algunas publicaciones para redes sociales. Así como integrarlos en la web, para poder brindarle contraste a su diseño.

### Proporción de uso de color (Página Web)

La proporción entre ellos también es fundamental para construir identidad de manera correcta y consistente.



 Pantone® 542 C	 Pantone® White
RGB 123 175 212 HTML #7BAFD4 CMYK 50/20/0/0	RGB 255 255 255 HTML #FFFFFF CMYK 0 0 0 0
CIELO_NIM	BLANCO NUBE
 Pantone® Warm Grey 2C	 Pantone® Cool Grey 1C
CALM BROWN	DOLCE GREY
RGB 199 193 186 HTML #C7C1BA CMYK 20/15/16/0	RGB 217 218 215 HTML #D5D6D5 CMYK 10/7/5/0

# Tipografía

## Usos tipográficos básicos

Con el fin de obtener el máximo rendimiento de la tipografía, se han desarrollado usos básicos que aseguran la legibilidad y visibilidad de la tipografía en todas sus versiones y manifestaciones.

Se recomienda desarrollar todos los documentos con "kerning" óptico. Este ajuste nos ayudará a visualizar correctamente la tipografía en tamaños pequeños.

1. Nuestra tipografía principal es Avenir LT Std
2. Usaremos la tipografía Anonymous Pro exclusivamente para subtítulos o textos complementarios y pequeños como leyendas.
3. Mantener la alineación centrada hacia la izquierda para los titulares y cuerpos de texto.
4. Escribir preferentemente en mayúsculas si se utiliza Avenir LT Std
5. Usar "kerning" óptico.
6. Proporcionar el tamaño tipográfico al formato del material
7. Si tenemos textos complementarios, utilizaremos también la familia tipográfica Anonymous Pro.

# Tipografía

## Avenir Lt Std

Se escoge esta tipografía por la simplicidad que tiene, letras sin serifas, sin complicaciones, que transmiten una comunicación directa, no compleja y cómoda. Que encaja en distintos contextos, plataformas y momentos como se busca que las prendas de \_NIM lo hagan.

Los títulos, encabezados y toda información principal se utilizará con esta tipografía y de preferencia en mayúsculas. También de preferencia se utilizará su versión MEDIUM y BOOK, intercalándose una con otra, para poder generar contraste, nos saltaremos la ROMAN pues son tipografías muy parecidas..



SOFISTICADA \_\_\_\_\_ Book

INNOVADORA \_\_\_\_\_ Roman

VERSATIL \_\_\_\_\_ Medium

A

B

€

O

S

H

23

T

&

%

e

b

# Tipografía

## Anonymous Pro

Ademas de las tipografías para titulares y subtulares, \_NIM necesita una tipografía en que apoyarse para cuerpos de texto y leyendas.

Para esto utilizaremos la tipografía Anonymous Pro, una tipografía también Sans Serif, pero que remite y tiene una apariencia de tipografía typewriter, realizada por una maquina de escribir, lo que se vincula una vez más con el enfoque de tecnología y avance que tiene la marca.

Anonymous Pro nos ayuda a contar las historias que \_NIM quiere contar, a explayarnos un poco más sin llegar a ser extensos.

Se podrá usar todas las variaciones mostradas.

### Tipografía de Sistema

Para una correcta visualización en pantalla y compatibilidad con todos los usuarios y aplicaciones, se ha elegido la tipografía Hind como tipografía de sistema para sustituir a la tipografía Avenir Lt Std. Su uso será exclusivo en entornos internos y administrativos (Documentos Office)



Alta calidad \_\_\_\_\_ Regular

Moderno \_\_\_\_\_ Bold

Funcional \_\_\_\_\_ Bold Italic

Futurista \_\_\_\_\_ Italic

— SUMMER  
— SALE  
— NIM

30% OFF

En todos nuestros productos de la  
temporada PV20.

# Tipografía

## Jerarquía de usos tipográficos

En esta página podemos ver un resumen de los usos tipográficos.

01. Titular: Siempre Avenir LT Sd Medium y alineado hacia la izquierda.

02. Subtitular o texto destacado: Siempre Avenir LT Sd Book y también alineado hacia la izquierda.

03. Cuerpo de texto: Anonymous Pro siempre en body copy.

04. Leyendas: Anonymous Pro en su versión bold.

01 **VALENTINES\_NIM**

---

02 Aquí escribimos nuestro  
subtitular

---

03 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi.

---

04

04 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,

# 5. Estilo fotográfico

\_Mundos Fotográficos



# Mundos Fotográficos

Se establecen cuatro mundos fotográficos para la marca. Cada uno regido bajo sus propias reglas.

EDITORIAL\_NIM

CATALOGO\_NIM

LIFESTYLE\_NIM

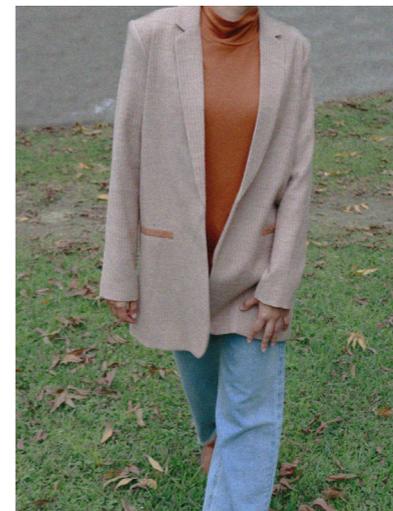
3/2D\_NIM



EDITORIAL\_NIM



CATALOGO\_NIM



LIFESTYLE\_NIM



3/2D\_NIM

# Editorial\_NIM

El fin de este mundo fotográfico es sobretodo resaltar la interacción de la prenda y el modelo. Por ende, el proceso de selección de modelos en este universo es fundamental y depende de la campaña que se realiza.

Punto de vista particular. Planos medios o enteros.

La prenda conjuga con el modelo.

Fondos color entero y/o estilización de la calle.

Retoque naturalista.

Iluminación en clave alta.

Sin contrastes (muy notorios).



Fotografías realizadas por el equipo de \_NIM

# Catálogo\_NIM

La finalidad de este mundo fotográfico es lucir la prenda. El producto \_NIM es el protagonista y los ángulos, la iluminación, el look and feel así como el stylist están enfocados en crear un producto fotográfico de catálogo.

Fotografías con fondo de un solo color, de preferencia contrastable.

Clave alta y con contraste bajo.

Un punto de vista único. Strike a pose.



Fotografías realizadas por el equipo de \_NIM

# Lifestyle\_NIM

La finalidad de este universo es mostrar la conjugación de la prenda con el entorno, el propósito es mostrar a \_NIM en distintos ambientes reales y estéticos. Lugares neutrales, como pistas, parques, paredes de color entero.

Color super desaturado.

Un punto de vista general. Planos enteros.

Elemento "calle" siempre presente.

Un solo elemento, un solo cuerpo.

Iluminación natural.

Sin contrastes



Fotografías realizadas por el equipo de \_NIM

# 2/3D\_NIM

La finalidad de este especial mundo fotográfico nace por la necesidad de re inventar los mundos fotográficos de nuestra marca en situaciones como la pandemia vivida el 2020, por lo que no se pudo trabajar con modelos ni con fotografos.

Siguiendo el eje tematico de nuestra inspiración por la modernidad, mezclamos el mundo real con el mundo 2D, haciendo más presente aún el mundo informático.

Dando libertad total de usar el dibujo en diversos contextos dependiendo de la necesidad creativa.



Diseño elaborado por el equipo de \_NIM

# 6. Sistema de pictos

- \_Construcción de pictogramas
- \_Galería de pictogramas
- \_Aplicación y maquetación
- \_Uso del color



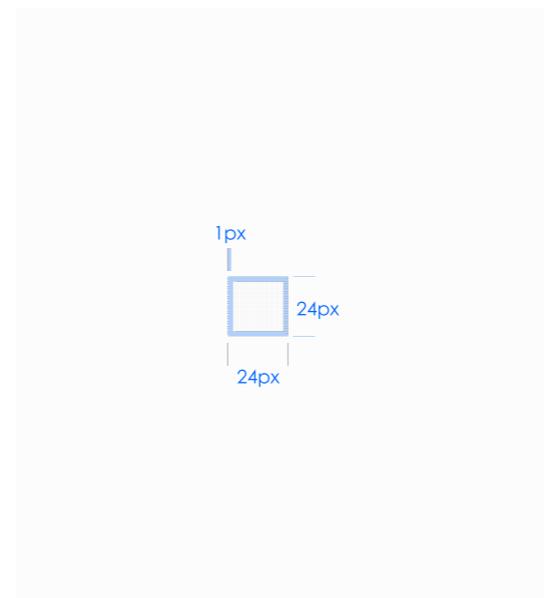
# Sistema de Pictogramas

## Construcción de pictogramas

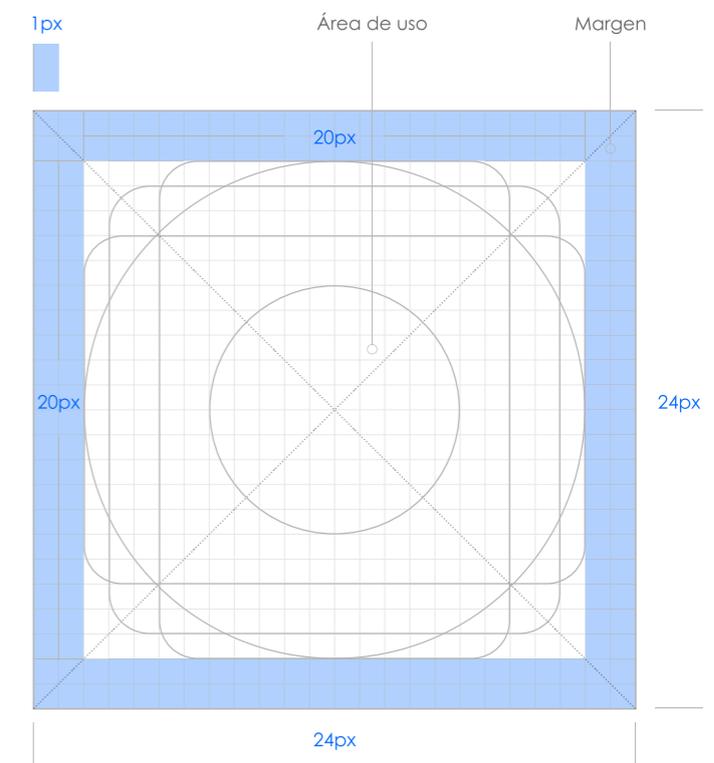
Retícula, Proposiciones y tamaños

Hemos basado nuestro sistema de iconos en las recomendaciones de Google a través de Material Design, en cuanto a la retícula, proporciones y tamaños.

A partir de ellos, hemos basado un sistema propio alineado a nuestro estilo visual, pero asegurando que las cuestiones funcionales estuvieran resultas, logrando el objetivo de lo que buscamos comunicar con este sistema de símbolos y la legibilidad sin importar el tamaño de representación.



zoom



%1000 zoom

# Sistema de Pictogramas

## Galería de Pictogramas

Galería de Pictos

Mensajería \_NIM

Carrito de compras

Candado

Ubicación

Correo

Teléfono

Bolsa de compras



Mensajería \_NIM



Carrito de compras



Candado



Ubicación



Correo



Teléfono



Bolsa de compras

# Sistema de Pictogramas

## Aplicación y Maquetación

En los materiales corporativos físicos y digitales en que tengamos la necesidad de colocar dos o más pictogramas de \_NIM, utilizaremos estas pautas de maquetación.

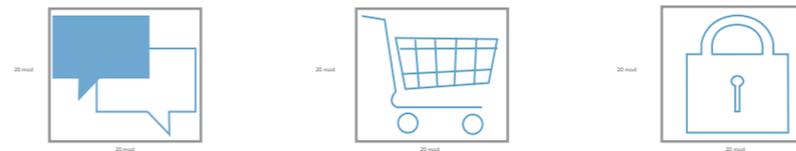
### Aplicación

Todos los pictogramas deben mantener la misma proporción, pautada en las anteriores páginas.

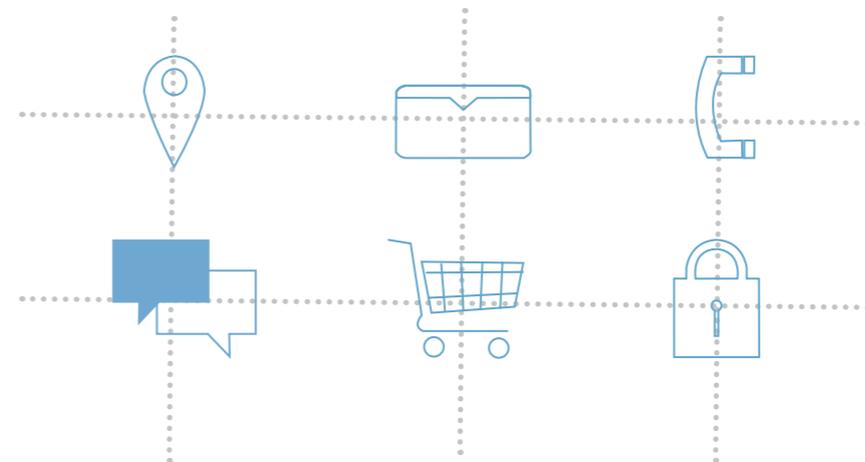
### Alineación

Todos los pictogramas se alinearan al centro, tanto horizontal como verticalmente

### Aplicación



### Alineación



# Sistema de Pictogramas

## Uso del color

En esta página se marcan los colores aplicables a los pictogramas de \_NIM. En sus versiones positivo y negativo.

En la versión positiva de los pictogramas aplicaremos nuestro color de marca: Cielo \_NIM

En la versión negativa de los pictogramas podemos usar el siguiente color: Blanco Nube sobre fondo Cielo \_NIM



Cielo\_NIM



Blanco Cielo



# 7. Sistema de formatos

\_Disposición

\_Ejemplos impresos

\_Ejemplos digitales



# Sistema de Formatos

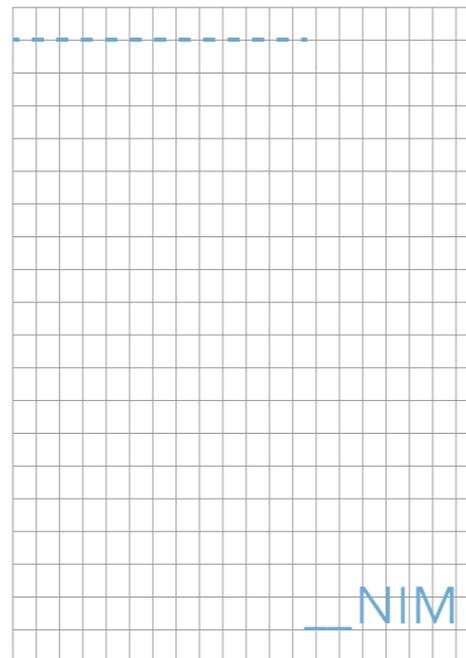
## Disposición

Siempre dispondremos una línea dividida en la parte superior izquierda, que emulara el significado de continuidad interrumpida que nos brinda también nuestro logotipo y a su vez completa el guión bajo del mismo ( \_ ) que se encuentra en el borde inferior derecho.

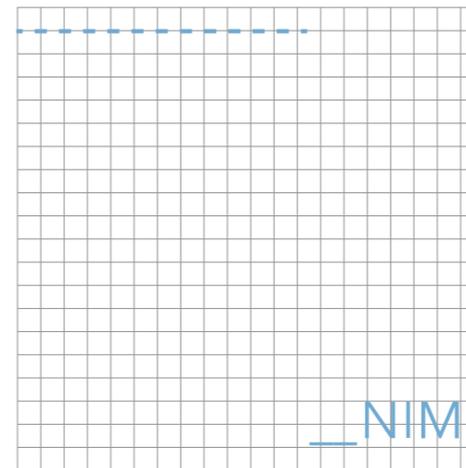
De esta manera se establece un marco indispensable para nuestros formatos.

La aplicación del logotipo debe priorizar el área más visible de la pieza, alineado a la izquierda.

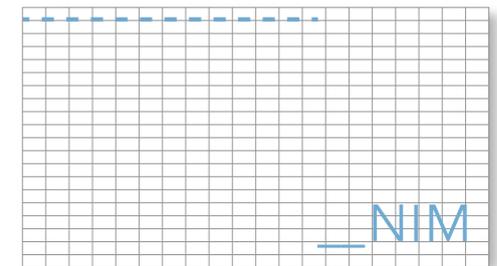
2:3



1:1



16:9



# Sistema de Formatos

## Ejemplos impresos

El logotipo puede ser utilizado en su versión positiva o negativa. Aquí se muestran 3 ejemplos utilizando el logotipo e ambas versiones y con la disposición correcta.

2:3



1:1



16:9







PRIVAMERA VERANO 2020

NIM

# Sistema de Formatos

## Formatos Web



# 8. Recursos corporativos



# Recursos corporativos

## Papelería corporativa

En esta página mostramos un overview de nuestra papelería corporativa. Le daremos continuidad al pattern del guión mencionado en nuestro sistema de formatos, que se ajusta a las necesidades de nuestra papelería y nos permite lograr la uniformidad en todos nuestros diseños.



# Recursos corporativos

## Papelería corporativa

Hoja de carta

210 x297 mm (A4)



# Recursos corporativos

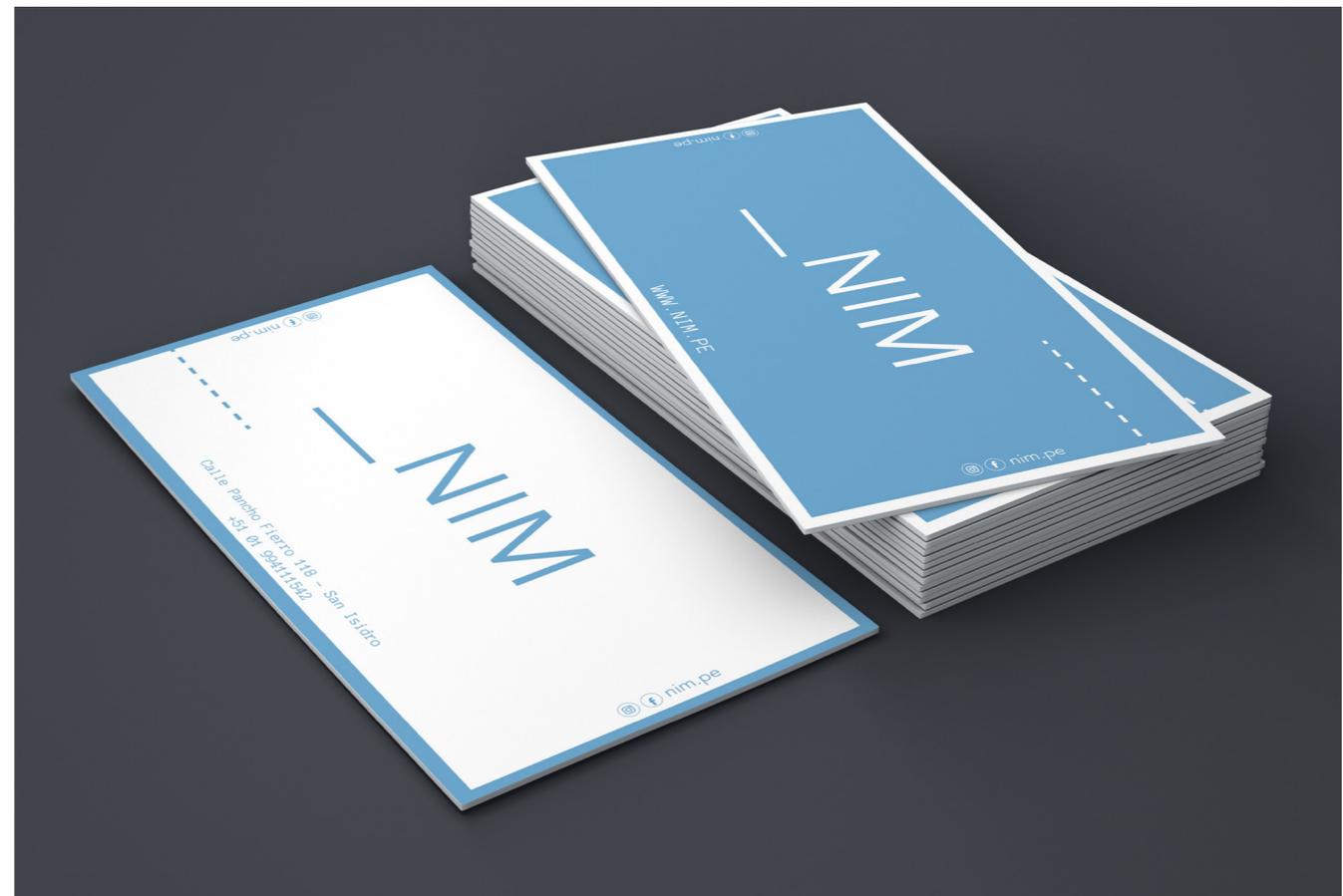
## Papelería corporativa

Tarjeta de visita

En la siguiente página mostramos dos ejemplos de tarjeta de visita.

Tamaño

85 x 55 mm



# Recursos corporativos

## Papelería corporativa

Carpeta exterior

En la siguiente página mostramos la carpeta corporativa de nuestra marca.

Tamaño

215 x 310 mm



# Recursos corporativos

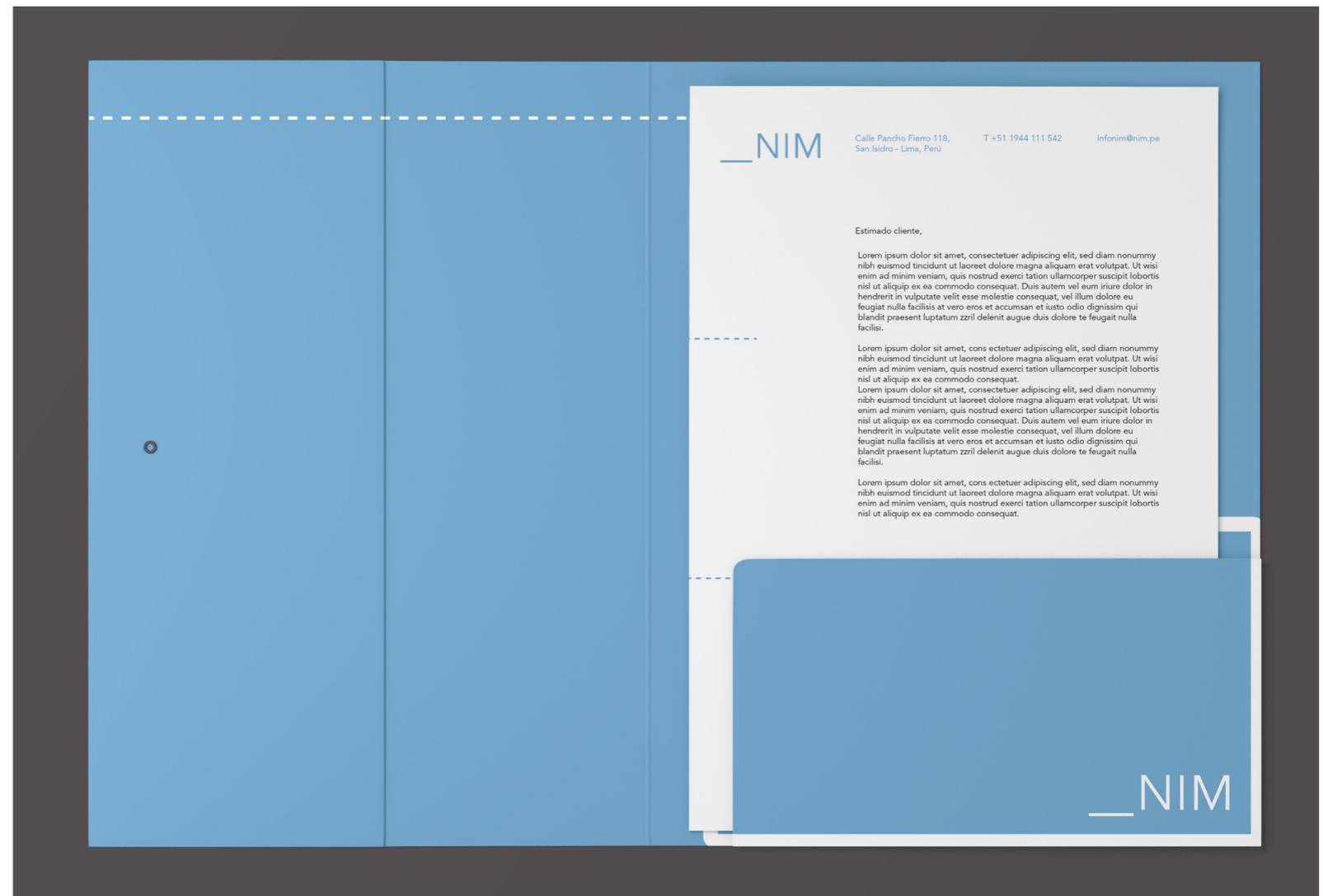
## Papelería corporativa

Carpeta exterior

En la siguiente página mostramos la carpeta corporativa por dentro.

Tamaño

215 x 310 mm

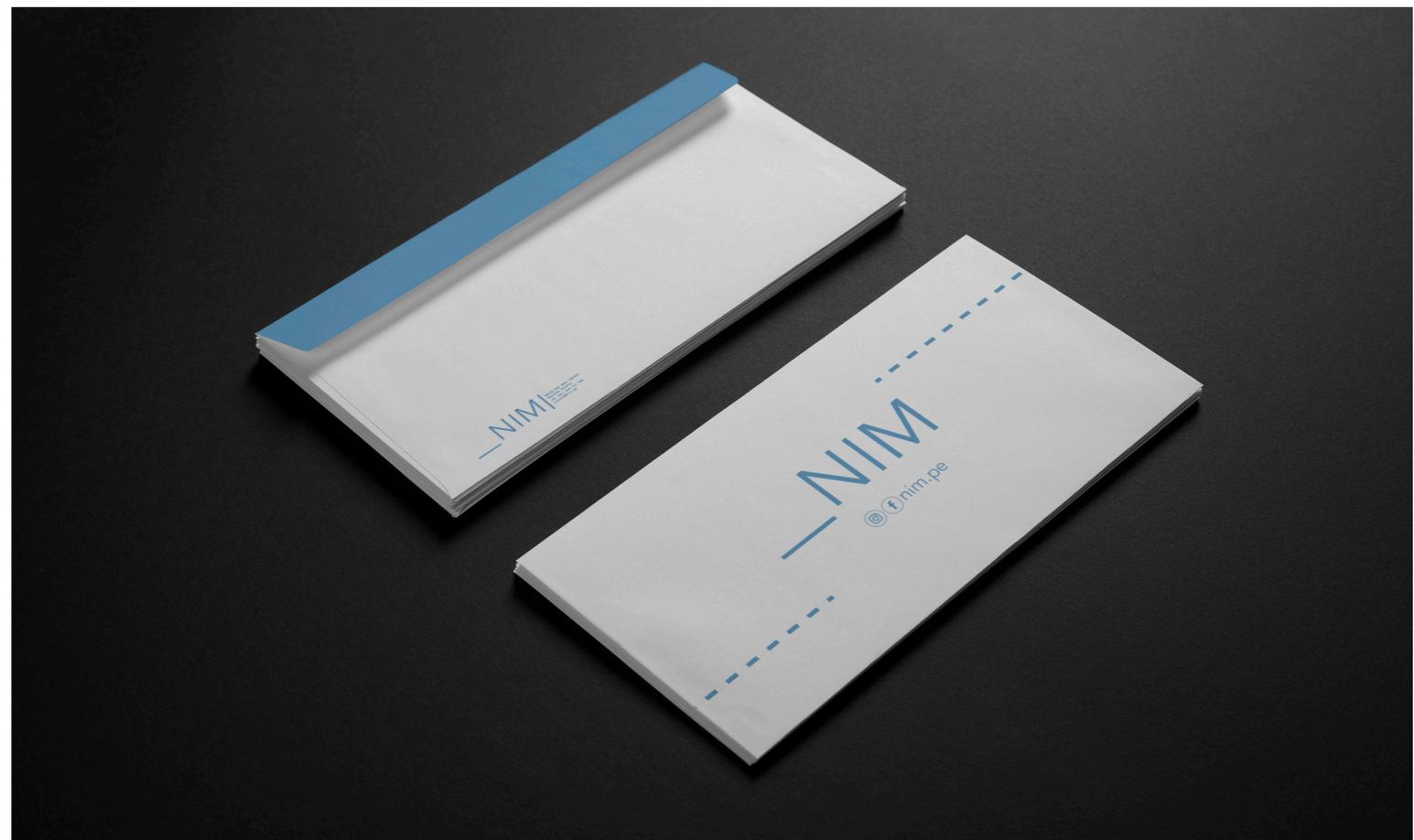


# Recursos corporativos

## Papelería corporativa

Sobres

En la siguiente página mostramos los sobres que irán fondeados de CELESTE\_NIM por dentro. .



# Recursos corporativos

## Papelería corporativa

A continuación se muestra la firma de email. .



# 9. Aplicaciones



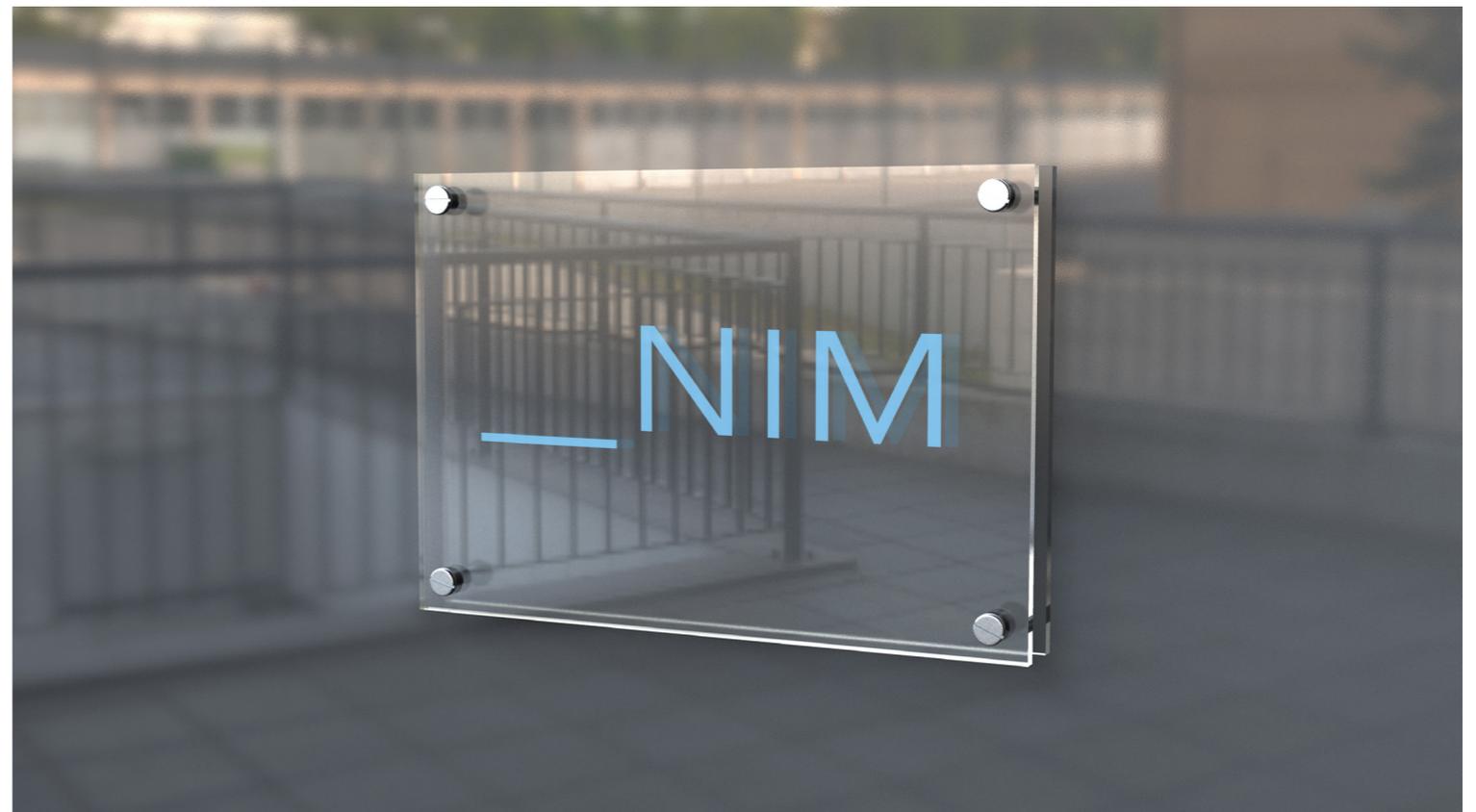
# Aplicaciones

## Medios Físicos

A la hora de seleccionar los artículos en donde se llevara y representará nuestra identidad visual, se buscara la innovación, calidad en materiales y la diversidad.

Se aplicará la marca de forma dinamica, y creativa aplicando nuestros colores corporativos. Evitaremos seleccionar artículos de naturaleza agresiva, negativa o poco atractiva.

En la imagen vemos la aplicación en placa de vidrio.



# Aplicaciones

## Medios Físicos

Aplicación de dos billboards en el lobby de la tienda.



# Aplicaciones

## Medios Físicos

Aplicación en bolsa de compra.



# Aplicaciones

## Medios Físicos

Aplicación en etiqueta de compras.



# Aplicaciones

## Medios Físicos

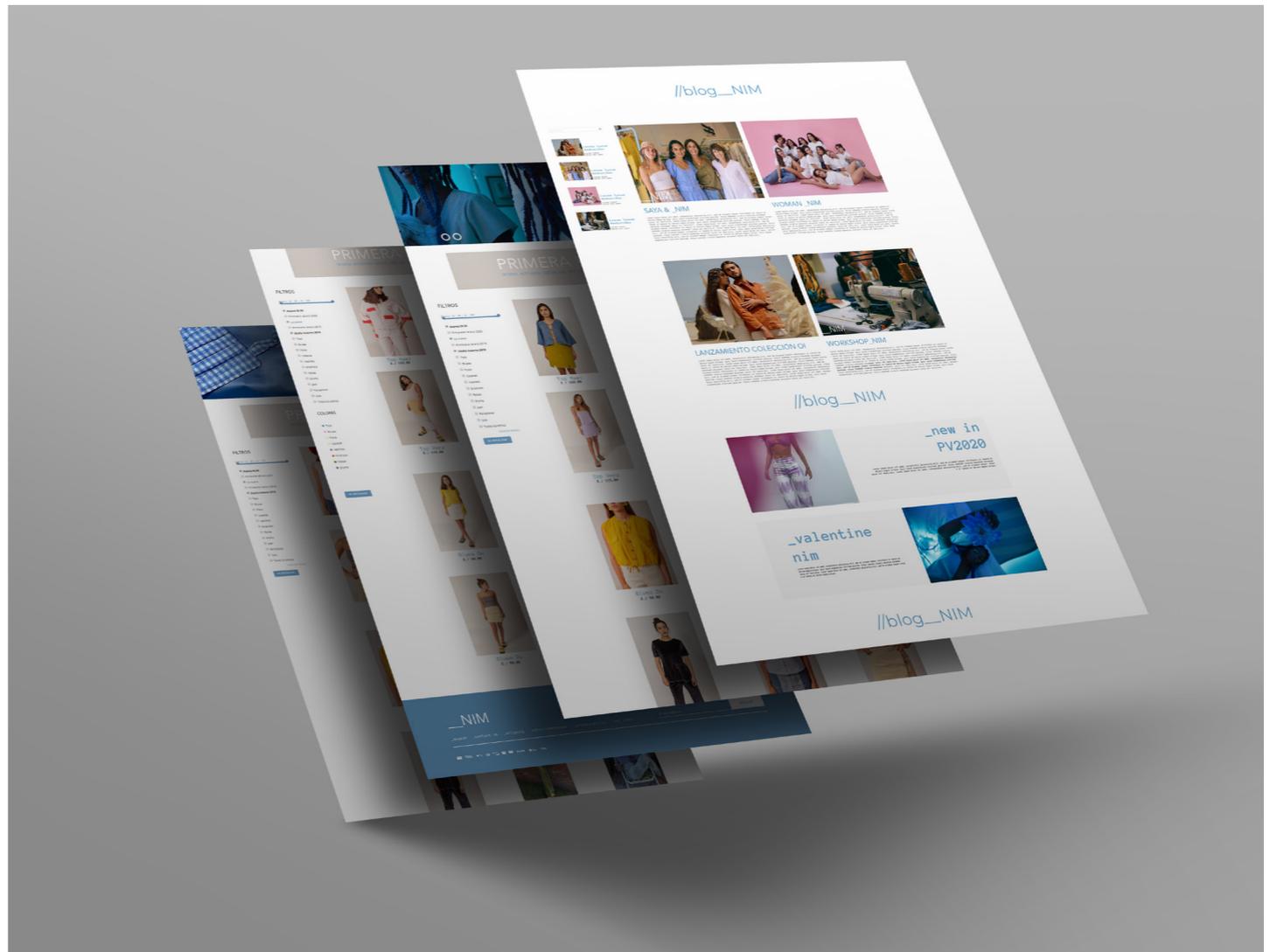
Aplicación en auto corporativo.



# Aplicaciones

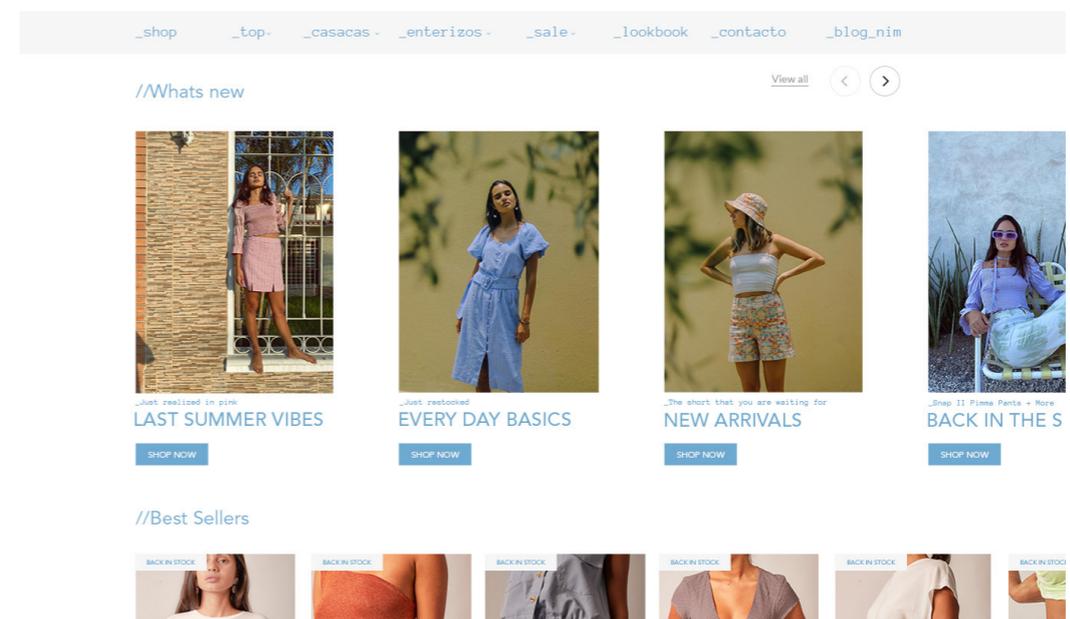
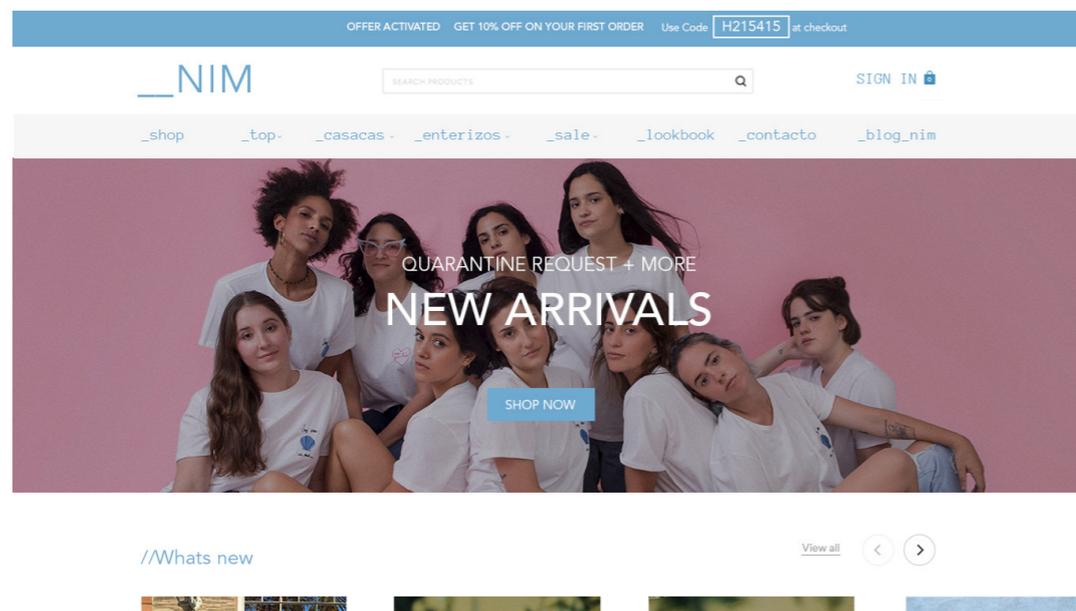
## Medios Digitales

Prototipo de diseño web.



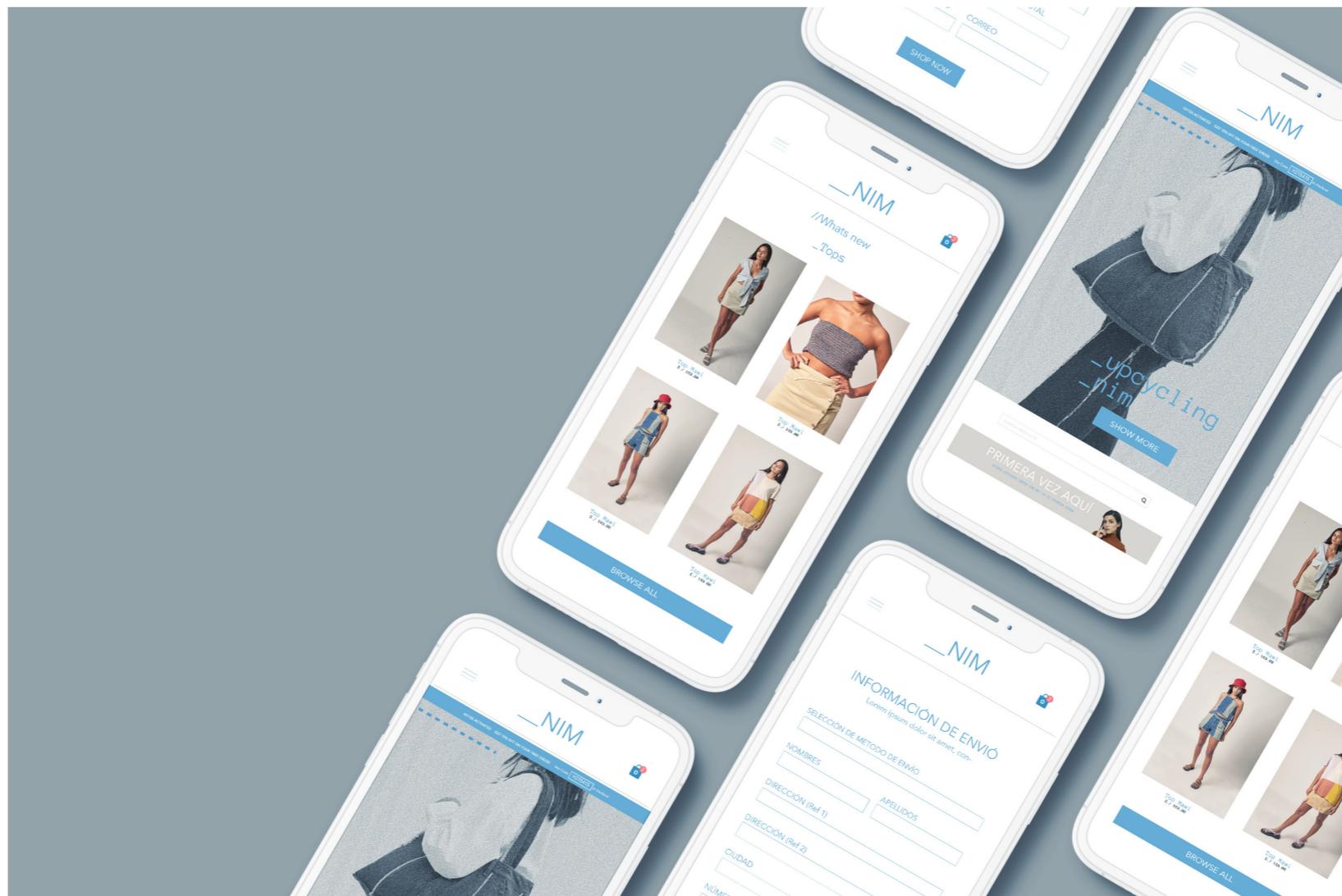
# Aplicaciones

## Medios Digitales



# Aplicaciones

Medios Digitales



# Aplicaciones

En posts para redes sociales



# \_GRACIAS

Si tienes alguna duda sobre la aplicación de este manual o sobre la aplicación de la marca en casos aquí no contemplados, contacta con el Departamento de Marketing de \_NIM

Contactanos enviando un correo a [hola@nim.pe](mailto:hola@nim.pe) o llamando al 991148006.