



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA  
CORPORATE IDENTITY AND BRAND STANDARDS MANUAL

1. Introducción al manual	pág. 5
2. Introducción a la empresa	pág. 6
3. Normas básicas de identidad gráfica:	
logo	pág. 7
tipografía	pág. 8
color	pág. 11
variaciones cromáticas	pág. 12
reducción de la marca	pág. 14
4. Aplicaciones en papelería:	
tarjeta	pág. 16
tarjetón	pág. 17
2 tarjetón	pág. 18
hoja de carta	pág. 19
sobres	pág. 21
factura	pág. 24
5. Etiquetas:	
Etiqueta tipo 50ml	pág.27
Etiqueta tipo 30ml	pág.28
Etiqueta Esencias	pág.29
Etiqueta Man	pág.30
Etiqueta Baby	pág.31
6. Packaging y Etiquetado especial:	
Packaging tipo Jade Lizard	pág.34
Desarrollo packaging Jade Lizard	pág.35
Packaging circular Esencias	pág.36
Desarrollo Packaging circular Esencias	pág.37
Embase Farasha Swaroski	pág.38
Etiqueta Farasha Swaroski	pág.39
Packaging Farasha Swaroski	pág.40
Desarrollo Packaging Farasha Swaroski	pág.41
Embase Farasha Man	pág.42
Etiqueta Farasha Man	pág.43
Packaging Farasha Man	pág.44
Desarrollo Packaging Farasha Man	pág.45
Embase Esencia Crisálida	pág.46
Etiqueta Esencia Crisálida	pág.47
Packaging Esencia Crisálida	pág.48
Desarrollo Packaging Esencia Crisálida	pág.49

## Introducción *al manual*

Este manual describe y explica gráficamente los signos básicos que componen la identidad gráfica de ANARA, así como su uso y aplicación en los distintos soportes de comunicación.

Estas normas hacen posible una identidad coherente y eficaz, a la vez que permiten mantener el estilo visual propio de ANARA. Su correcta aplicación, así como la atención al diseño de cada pieza, son imprescindibles para obtener una imagen sólida de ANARA.

El manual se divide en tres bloques. El primero de ellos hace referencia a las normas básicas de identidad gráfica: logotipo, tipografías, colores permitidos, variantes cromáticas y coeficientes de reducción.

El segundo atiende el capítulo de las aplicaciones en papelería y otro tipo de publicaciones.

Por último, el tercer bloque se refiere a los distintos usos de carácter comercial, incluido el envasado, etiquetado de productos y línea de lujo “ Farasha “.

## Introducción *a la empresa*

El origen de la palabra ANARA proviene de Kazajstán y significa “*princesa de la paz de elegancia infinita*”. ANARA representa la elegancia infinita y eterna. Uniendo estos conceptos nos encontramos con la mariposa, símbolo ligado a la belleza. Con su marca, ANARA, quiere expresar los valores de salud y bienestar.

Así nace ANARA una empresa enfocada al cuidado del cuerpo cuyo principal reclamo es la utilización de la “*crisálida*” una esencia que proviene de la mariposa cuyo extracto tiene un gran poder de regeneración gracias a sus propiedades antioxidantes.

NORMAS BÁSICAS  
DE IDENTIDAD GRÁFICA  
VISUAL IDENTITY GUIDELINES

## Normas *del logo*

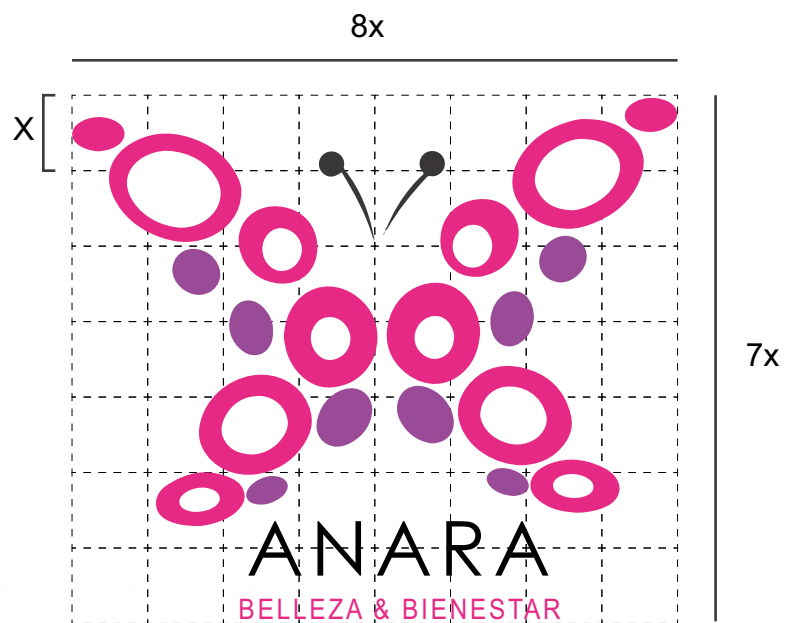
El imagotipo de la marca es una mariposa, formada a partir de una unión de trazados simples con circunferencias y elipses de proporción variable, que juntas forman un conjunto alegre, llamativo y fácil de recordar y asociar con la marca. La sencillez de sus formas aportan proximidad y compromiso como valores añadidos.

Para la tipografía de ANARA se ha escogido el color negro que aporta un tono de seriedad y compromiso con su trabajo.

Para el *slogan* que acompaña la unidad identificativa se aplica la misma línea tipográfica y un color corporativo relacionado con la marca para conseguir un valor distintivo y moderno.

## Modulación

El logotipo de Anara se inscribe en una superficie modular de proporciones 8x7. El valor X establece la unidad de medida. Así aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



## Normas *de tipografía*

La tipografía escogida, es de palo seco, moderna y muy limpia, con un gran espaciado entre caracteres, para resaltar los valores de la marca y otorgarle una identidad propia y bien definida.

“Century Gothic” es la tipografía utilizada para el nombre de la empresa ANARA.

### Century Gothic Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890.:;(!?) + - \* /=

### *Century Gothic Italic*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*1234567890.:;(!?) + - \* /=*

### **Century Gothic Bold**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890.:;(!?) + - \* /=**

### ***Century Gothic Bold Italic***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***1234567890.:;(!?) + - \* /=***

## Normas *de tipografía*

“Arial Narrow” es la tipografía para el slogan del logotipo.

### Arial Narrow Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890. : ; ( ! ? ) + - \* / =

Geosans es una tipografía alternativa que sólo ha de usarse en caso de no disponer de las tipografías especificadas anteriormente.

### GeosansLight

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890. : ; ( ! ? ) + - \* / =

### *GeosansLight Medium Italic*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890. : ; ( ! ? ) + - \* / =

“Arial” es la tipografía utilizada en la web  
[www.anarabelleza.com](http://www.anarabelleza.com)

### Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890. : , ; (!?) + - \* /=

### Arial Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890. : , ; (!?) + - \* /=**

### *Arial Bold Italic*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*1234567890. : , ; (!?) + - \* /=*

### *Arial Italic*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*1234567890. : , ; (!?) + - \* /=*

### Arial Black

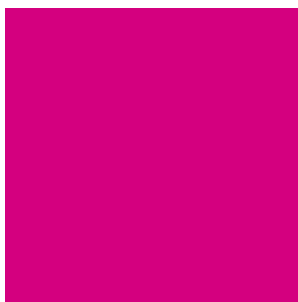
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ***  
***1234567890. : , ; (!?) + - \* /=***

## Normas de *color*

La marca ANARA está compuesta por tres colores corporativos para el imagotipo y el logotipo. Estos colores se utilizan para la reproducción de la unidad identificativa en todas sus aplicaciones, sin descartar las variaciones cromáticas expuestas posteriormente.

También pueden ser empleados como fondos lisos en soportes de comunicación, en complementos decorativos o en puestos de información al público.

El clima cromático que evocan estos colores corporativos remiten a conceptos que se asocian a la noción general de belleza, fuerza y juventud, a su vez relacionados con los conceptos de salud y bienestar.



**Pantone Color Bridge Coated**

**233 CP**

C: 12 M: 100 Y: 0 K: 0

R: 198 G: 0 B: 126

HTML: #C6007E



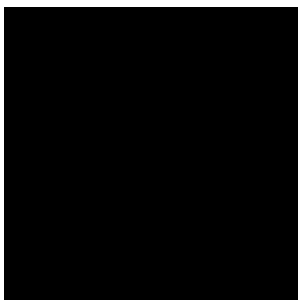
**Pantone Color Bridge Coated**

**PURPLE CP**

C: 40 M: 90 Y: 0 K: 0

R: 187 G: 41 B: 187

HTML: #BB29BB



**Negro Cuatricromía**

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100

R: 0 G: 0 B: 0

HTML: #000000

Variaciones  *cromáticas*

Color



Color sobre fondo negro



Escala de grises



Escala de grises sobre fondo negro



Variaciones *cromáticas*

Blanco y negro



Negativo



Lineal



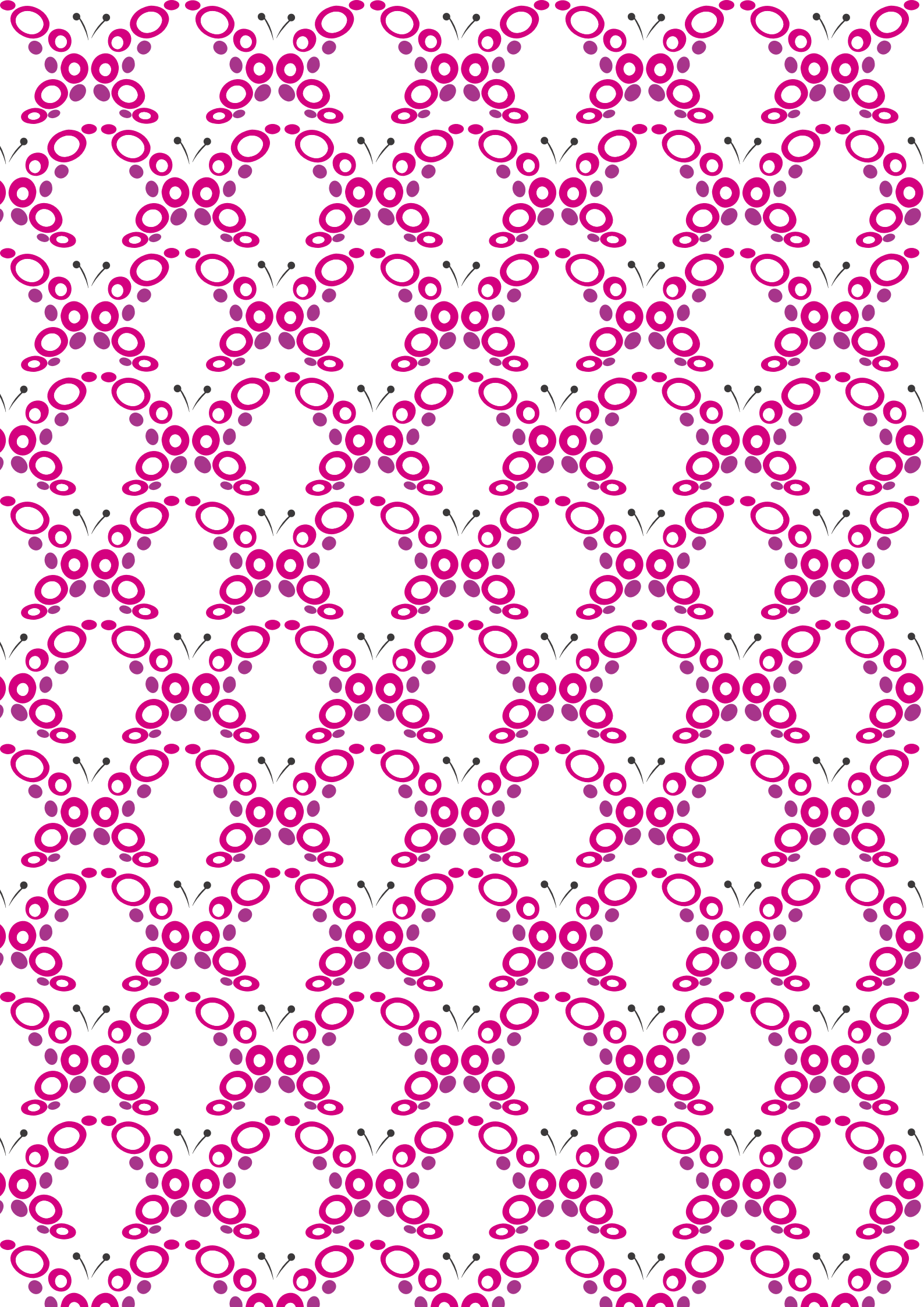
## Reducción de la marca

Con reducción de la marca nos referimos al mínimo tamaño al que se debe reproducir para que sea correctamente identificada.

La reducción máxima de ANARA será de 24 mm de ancho por 21 mm de alto, correspondiente a una reducción de un 30 %. Hay que considerar que para proceder a la ampliación o reducción de la marca, debería ser de forma proporcional para no deformar la composición y el conjunto visual.



APLICACIONES EN PAPELERÍA  
STATIONERY IMPLEMENTATION



## Tarjeta *comercial*

La tarjeta comercial tiene unas dimensiones de 85x55 mm, perfecto para llevar en la cartera junto al resto de tarjetas.

**Color** negro

**Logotipo** en color 40%

**Papel** Sirio White/White 350gr de Fedrigoni

### Tira



55 mm

85 mm

### Retira



55 mm

85 mm

## Tarjetón

Los tarjetones se han diseñado en diferentes proporciones para poder adaptarse a diferentes usos. Son los siguientes:

**Color** blanco

**Logotipo** en color

**Texto** negro

**Papel** Sirio White/White 240gr de Fedrigoni

**Americano 214x107 mm**

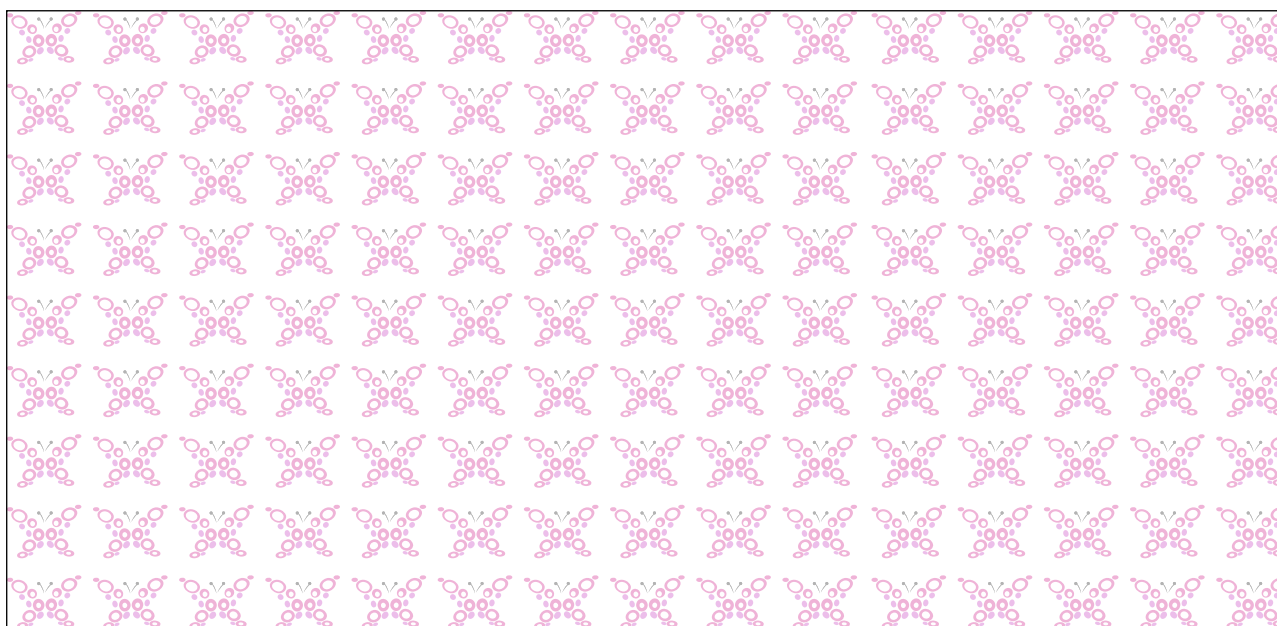
Tira



T. 626 423 995  
F. 914 254 909

[www.anarabelleza.com](http://www.anarabelleza.com)  
C/ Recoletos, 5 - 3º izda. 28001 Madrid

Retira



## Tarjetón

Los tarjetones se han diseñado en diferentes proporciones para poder adaptarse a diferentes usos. Son los siguientes:

Color blanco

Logotipo en color

Texto negro

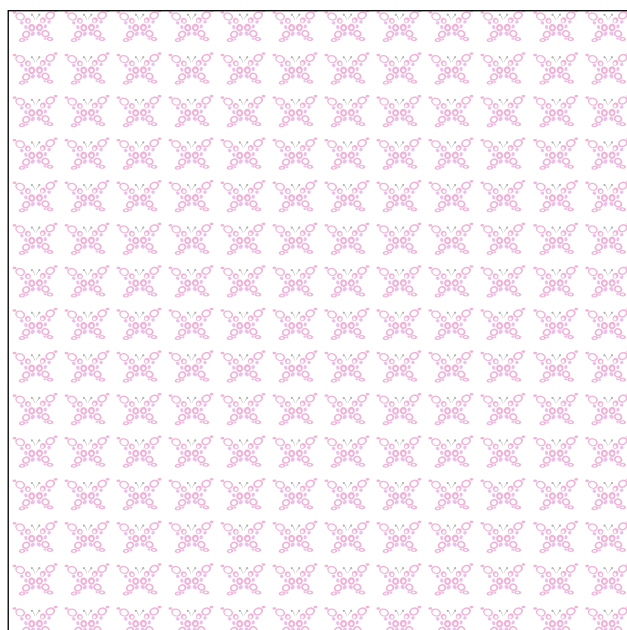
Papel Sirio White/White 240gr de Fedrigoni

**Diplomático 167x167 mm**

Tira



Retira



## Primera *hoja de carta*

La primera hoja de carta combina el logotipo específico de Anara junto a la dirección en el margen inferior y el texto legal con los datos de la empresa.

**Color** blanco

**Logotipo** en color

**Texto** negro

**Papel** Sirio White/White 90gr de Fedrigoni

**Tamaño A4 210x297 mm**



NIF: A-00000000 S.L., de Madrid Tomo 0000 General 0000 Sección 01 Folio 00 Hoja N° 00000 Inscrp. I

Tel. 91 435 49 09 | C/ Recoletos, 5 - 3º Izq, 28001 Madrid

## Segunda *hoja de carta*

La segunda hoja lleva solo el logotipo sin dirección ni texto legal.

**Color** blanco

**Logotipo** en color

**Texto** negro

**Papel** Sirio White/White 90gr de Fedrigoni

**Tamaño A4 210x297 mm**



## Sobres

Los sobres propuestos son los siguientes:

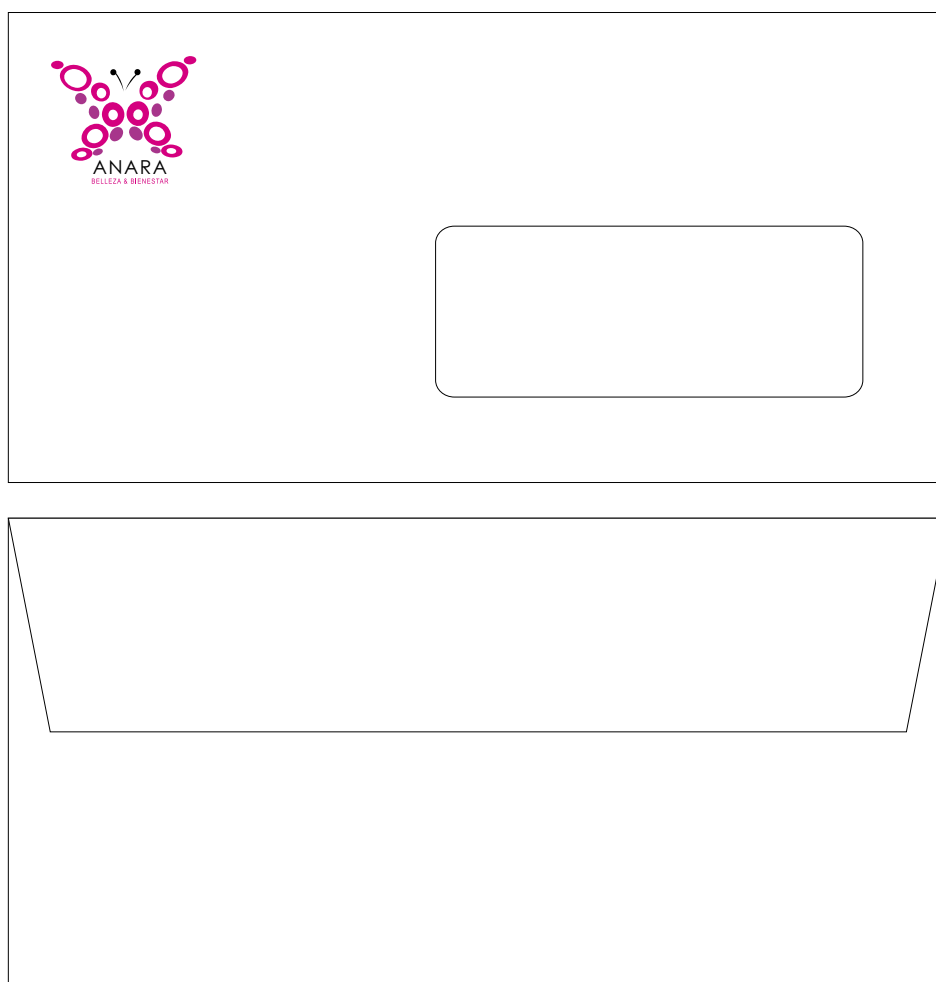
**Color** blanco

**Logotipo** en color

**Con** ventana y apertura superior

**Papel** Century Splendorgel E.W Extra White 115 gr de Fedrigoni

### Americano 110x220 mm



## Sobres

Los sobres propuestos son los siguientes:

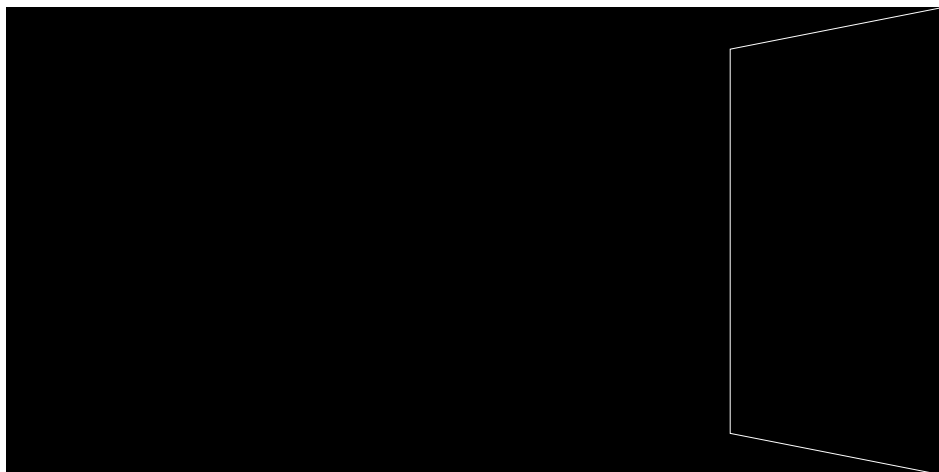
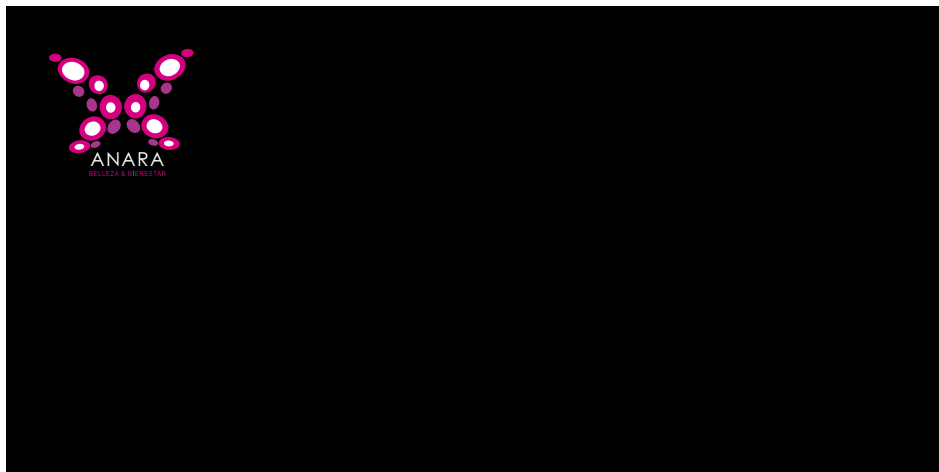
**Color negro**

**Logotipo en color**

**Sin ventana y apertura lateral**

**Papel Century Sirio Color Negro 115 gr de Fedrigoni**

**Americano 110x220 mm**



## Sobres

Los sobres propuestos son los siguientes:

**Color** negro

**Logotipo** en color

**Sin** ventana y apertura superior

**Papel** Century Splendorgel E.B Extra Black 115 gr de Fedrigoni

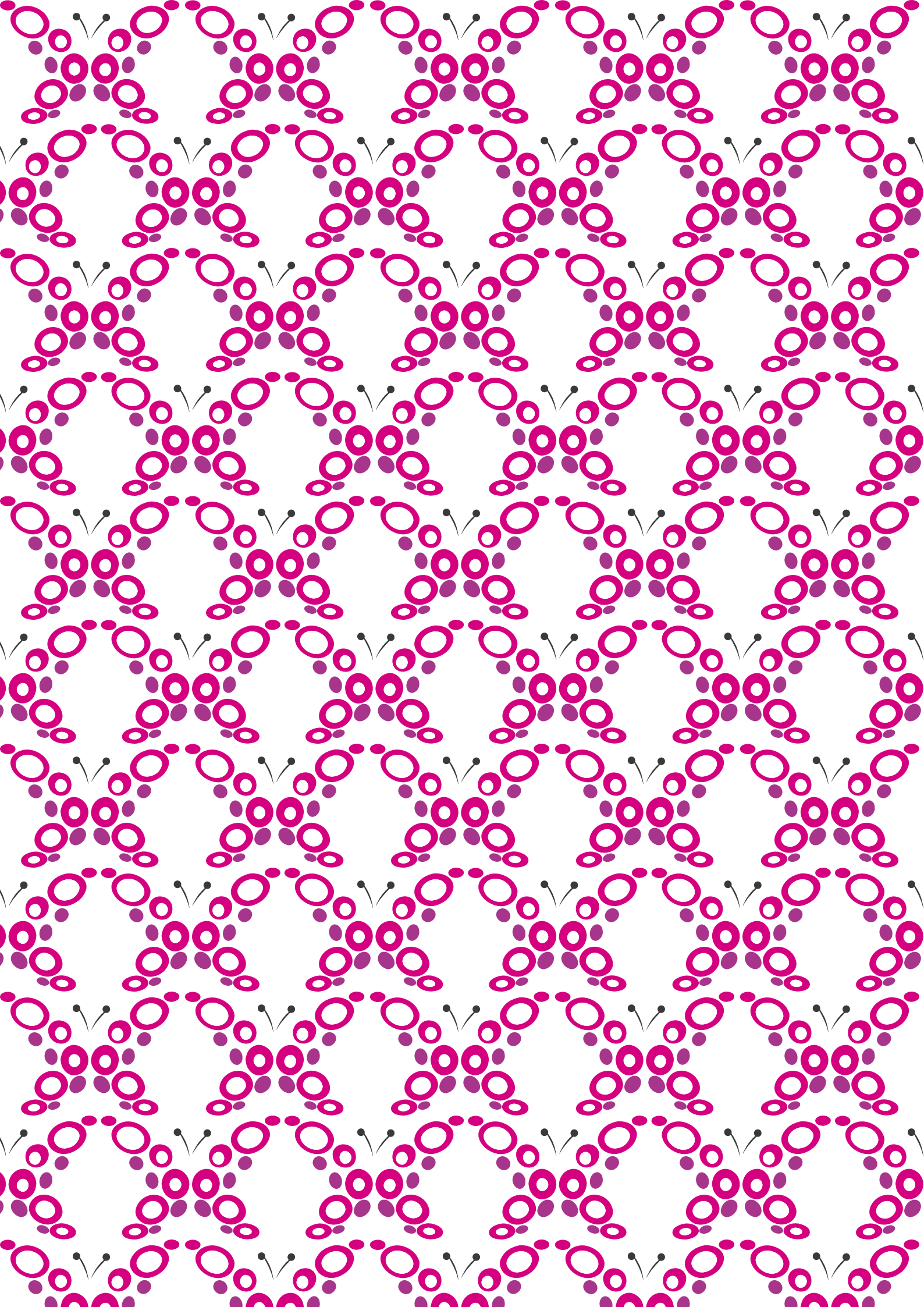
**Diplomático 170x170 mm**





ETIQUETAS

LABELS



## Etiqueta tipo 50ml

Las etiquetas principales están basadas en los colores corporativos de la marca, mezclando el romanticismo y reflejando el aire bohemio por el que se caracteriza el centro de belleza:

**Color** Pantone 233 CP  
Pantone 233 CP al 50%  
Pantone 233 CP al 35%  
Pantone Solid Coated Plata 877 C

**Logotipo** en color

**Tipografía textos apoyo** Century Gothic

**Papel** Constellation Snow Label E33 Raster 85 gr de Fedrigoni

## Etiqueta 50ml 100x76 mm



## Etiqueta tipo 30ml

Las etiquetas principales están basadas en los colores corporativos de la marca, mezclando el romanticismo y reflejando el aire bohemio por el que se caracteriza el centro de belleza:

**Color** Pantone 233 CP  
Pantone 233 CP al 50%  
Pantone 233 CP al 35%  
Pantone Solid Coated Plata 877 C

**Logotipo** en color

**Tipografía textos apoyo** Century Gothic

**Papel** Constellation Snow Label E33 Raster 85 gr de Fedrigoni

## Etiqueta 30ml 100x46 mm

Modo de empleo:  
Aplicar sobre la piel limpia y  
seca, dejar actuar.

Distribuido por  
ANARA  
Recoletos, 5 - 3º izda.  
28001 Madrid ESPAÑA  
www.anarabelleza.com

30ml  

PARABENS FREE

*Botox Like*  
FIRMING TREATMENT  
FLASH EFFECT

  
ANARA  
WOMAN

Ingredients:  
Aqua; Caprylic/capric Triglyceride;  
Triethylhexanoin; Glycerin;  
Polyperfluoroethoxymethoxy  
Difluoroethyl PEG Phosphate;  
Leucajum Aestivum Bulb Extract;  
Betaine; Sodium Polyacrylate;  
Ethylhexyl Stearate; Trideceth-6;  
Perfume; Magnesium Chloride;  
Magnesium Nitrate;  
Methylchloroisothiazolinone;  
Methylisothiazolinone; Amyl  
Cinnamal; Benzyl Salicylate;  
Citronellol; Geraniol; Linalool; Alpha  
Iso Methyl Ionone.

## Etiqueta tipo *Esencias*

Las etiquetas de las esencias están basadas en los colores corporativos de la marca, mezclando el romanticismo y reflejando el aire bohemio por el que se caracteriza el centro de belleza:

**Color** Pantone 233 CP  
Pantone 233 CP al 60%  
Pantone purple CP

**Logotipo** en negro

**Tipografía textos apoyo** Century Gothic

**Papel** Constellation Snow Label E33 Raster 85 gr de Fedrigoni

## Etiqueta 50ml 100x76 mm

Modo de empleo:  
Aplicar sobre la piel  
limpia y seca

El Aceite de Argán es usado desde hace siglos por las mujeres Bereberes por sus propiedades cosméticas excepcionales. El aceite de Argán proviene del árbol de Arganda Spinosa de Marruecos, único en el mundo. Se extrae sin ninguna utilización de productos químicos: es un producto biológico con beneficios demostrados.

Propiedades:  
Promueve la renovación celular. Trata las irritaciones cutáneas, acné, eccema, estrías del embarazo, quemaduras, psoriasis, varicela...  
Regeneración de la piel: Estimula la regeneración y la oxigenación de la piel (antiarrugas y efecto antienvjecimiento).  
Aporta elasticidad. Penetra rápidamente en la piel dejándola hidratada y sin engrasar.

50ml



Ingredientes:  
Aqua; Caprylic/ capric Triglyceride; Triethylhexanoin;  
Glycerin; Polyperfluoroethoxym  
Distribuido por:  
ANARA  
www.anarabelleza.com

## Etiqueta tipo *Man*

Las etiquetas de la línea “Hombre” se representa con una línea fina y sofisticada en tonos plateados, lo que le da un aspecto masculino y elegante.

**Color** Pantone 877 CP

**Logotipo** en negro

**Tipografía textos apoyo** Century Gothic

**Papel** Constellation Snow Label E33 Raster 85 gr de Fedrigoni

## Etiqueta 50ml 100x76 mm



## Etiqueta tipo *Baby*

Las etiquetas de la línea “Bebé” se representa con una infantil que mezcla pompas de jabón, asociadas al los más pequeños, con el color lila que ofrece serenidad y tranquilidad.

**Color** Pantone 2562 C al 50%

**Logotipo** en color

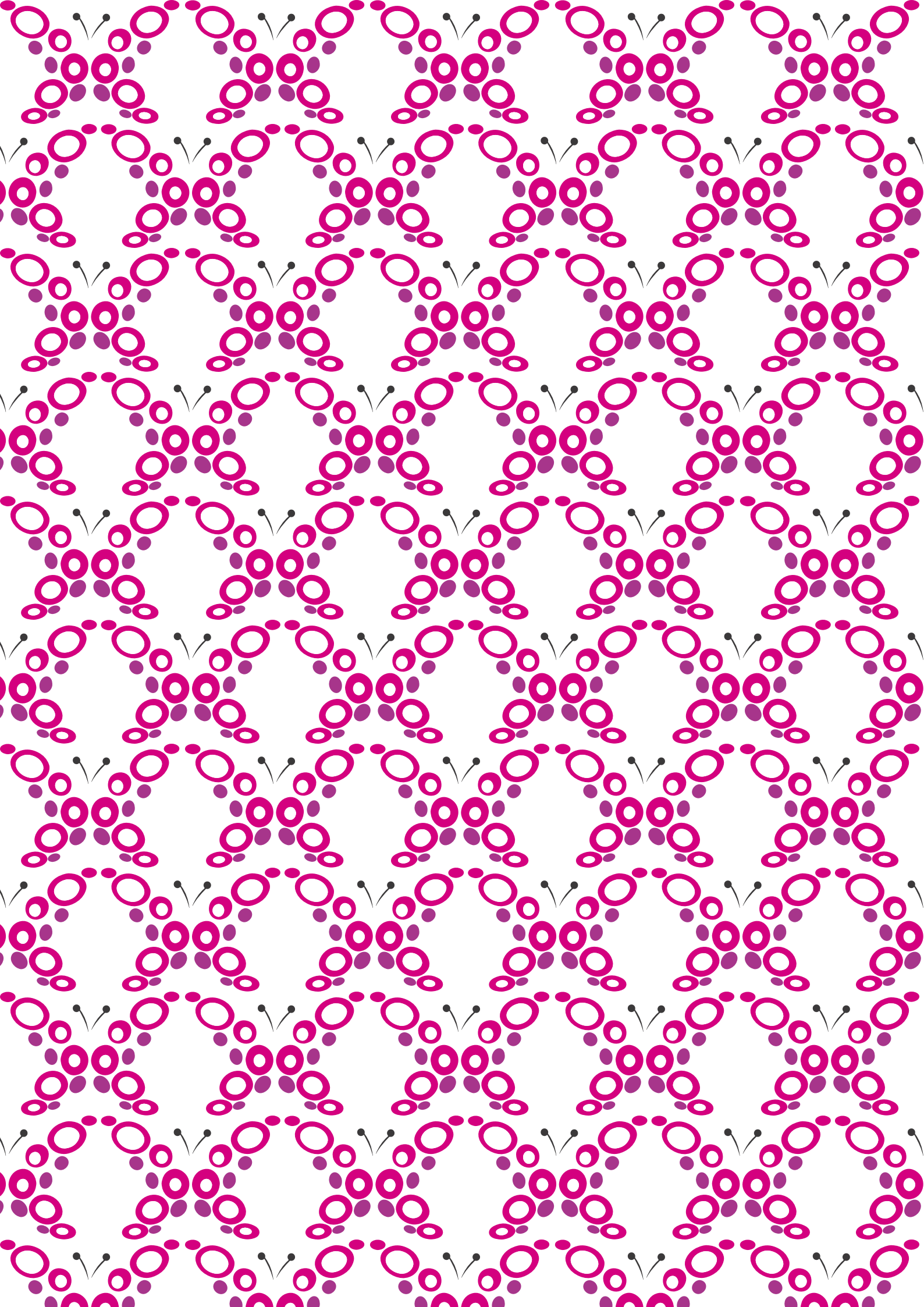
**Tipografía textos apoyo** Century Gothic

**Papel** Constellation Snow Label E33 Raster 85 gr de Fedrigoni

## Etiqueta 200ml



PACKAGING Y ETIQUETADO ESPECIAL  
SPECIAL PACKAGING AND LABELING



## Packaging tipo *Jade Lizard*

El packaging tipo de Anara se representa en tonos negros con un destacado lazo de raso en color rosa que representa la femineidad y la elegancia. El logotipo de la marca aparece impreso en plata, evocando la belleza y el lujo.

**Color** Pantone 877 C

**Logotipo** lineal en plata

**Tipografía** Century Gothic

## Packaging



## Desarrollo tipo *Jade Lizard*

El packaging tipo de Anara se representa en tonos negros con un destacado lazo de raso en color rosa que representa la femineidad y la elegancia. El logotipo de la marca en plata evoca la belleza y el lujo. El packaging además se encuentra forrado en su interior del color rosa característico de la marca.

**Color** Pantone 877 C

**Logotipo** lineal en plata

**Tipografía** Century Gothic

**Medidas** Tapa 113x113mm

Cuerpo 148x146mm

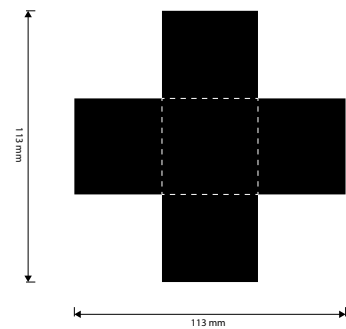
Base 36,5x36,5mm

**Papel** Constellation Jade E53 Lizard 115 gr de Fedrigoni

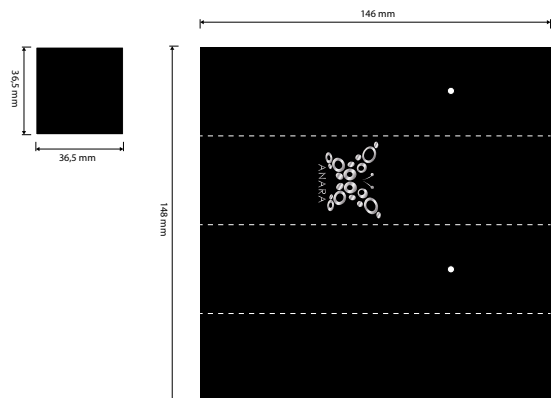
## Desarrollo packaging



Desarrollo interior caja Jade Lizard



Desarrollo exterior caja Jade Lizard



## Packaging Circular *Esencias*

El packaging tipo de Anara “esencias” se diferencia de sus otros productos en su original forma circular. El estuche se encuentra representado con tonos negros y con un destacado cordón de algodón rosa que representa la feminidad y la elegancia. El logotipo de la marca en plata evoca la belleza y el lujo.

**Color** Pantone 877 C

**Logotipo** lineal en plata

**Tipografía** Century Gothic

## Packaging Esencias



## Desarrollo circular *Esencias*

El packaging tipo de Anara “esencias” se diferencia de sus otros productos en su original forma circular. El estuche se encuentra representado con tonos negros y con un destacado cordón de algodón rosa que representa la feminidad y la elegancia. El logotipo de la marca en plata evoca la belleza y el lujo.

**Color** Pantone 877 C

**Logotipo** lineal en plata

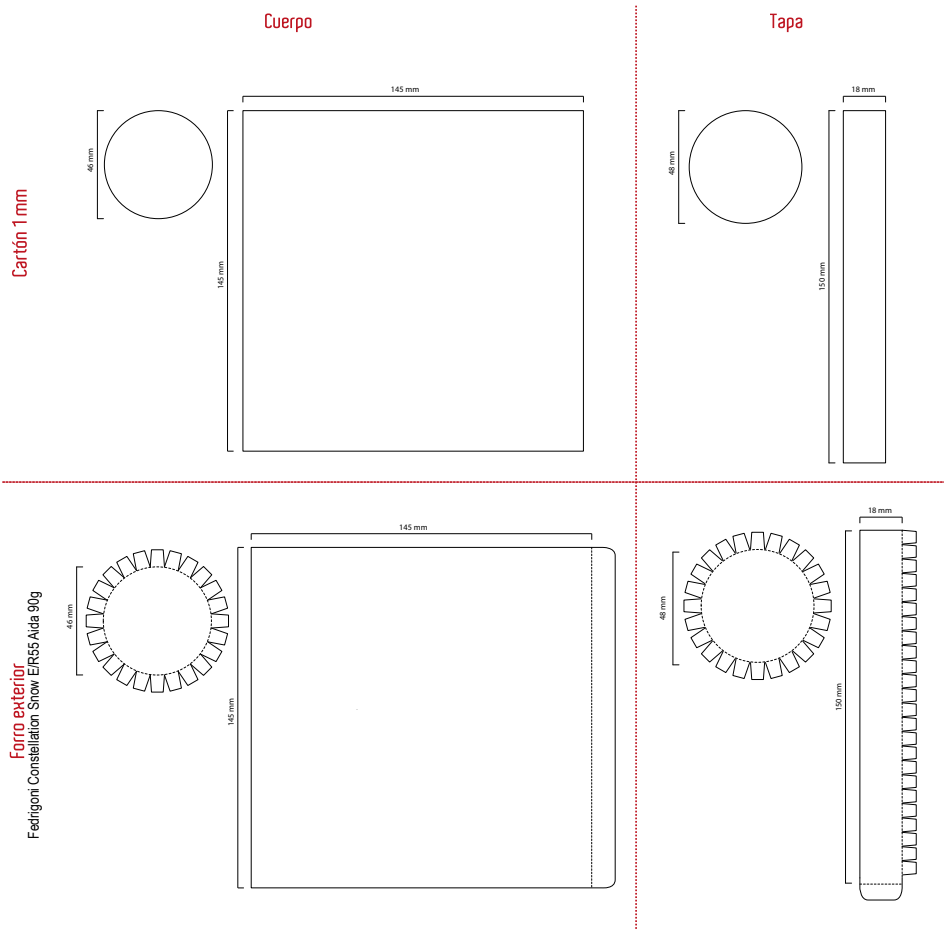
**Medidas** Tapa diámetro 46mm/Borde 18x150mm

Cuerpo 145x145mm

Base 46mm de diámetro

**Papel** Constellation Snow E/R55 Aida 90 gr de Fedrigoni

## Desarrollo packaging



## Embase Farasha *Swarovski*

Este nuevo diseño se basa en un sencillo envase tintado de negro mate sobre el cual se hallan serigrafiados logotipo, nombre de producto, ingredientes y demás instrucciones. El detalle fundamental en esta edición Farasha para mujer lo encontramos en el glamour de los cristales Swarovski transparentes que componen el imago tipo: una espectacular y cautivadora mariposa decorada con 22 cristales de diferentes tamaños que marca la sofisticación del producto.

**Color** Pantone 877 C

**Logotipo** lineal en cristales de swarovski

**Tipografía** FlexDisplay-Thin (Logotipo Farasha)  
Helvetica

**Bote 30ml**



## Etiqueta Farasha *Swarovski*

La línea Farasha by Swarovski surge del exquisito renacer de la cosmética Anara, ofreciendo una nueva calidad para el cuidado de la piel y combinando la elegancia y el lujo en su diseño. Se abandona en esta nueva línea cosmética de lujo la feminidad del rosa habitual para deslumbrar con la plata y los fabulosos cristales de Swarovski. Envase y pack transmiten la riqueza del producto que contienen en su interior.

**Color** Pantone 877 C

**Logotipo** lineal en cristales de swarovski

**Tipografía** FlexDisplay-Thin (Logotipo Farasha)

Century Gothic (Anara )

Helvetica

**Etiqueta 100x46mm**



## Packaging Farasha *Swarovski*

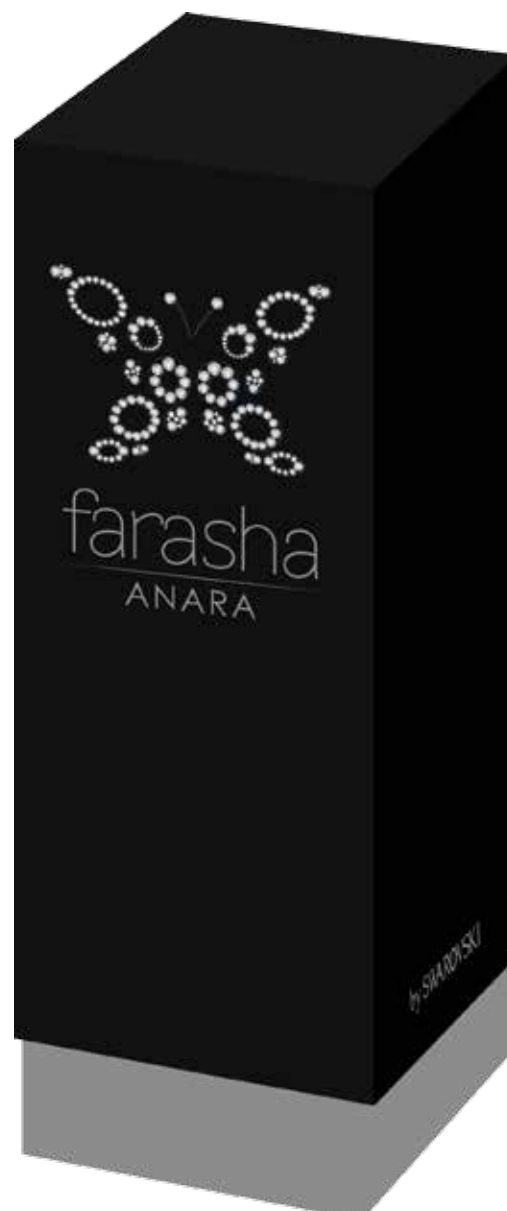
El estuche en cuyo interior se presentan los productos de la línea Farasha traslada los mismos aspectos que el envase a una elegante estructura compuesta por dos partes prismáticas: una inferior en color plata y una superior en negro sobre la que destaca el logotipo plateado y el imagotipo formado por relucientes cristales Swarovski. Un estilo único para un producto de máxima calidad.

**Color** Pantone 877 C

**Logotipo** lineal en cristales de swarovski

**Tipografía** FlexDisplay-Thin  
Century Gothic

## Packaging



## Desarrollo Farasha *Swarovski*

La línea Farasha by Swarovski surge del exquisito renacer de la cosmética Anara, ofreciendo una nueva calidad para el cuidado de la piel y combinando la elegancia y el lujo en su diseño. Se abandona en esta nueva línea cosmética de lujo la feminidad del rosa habitual para deslumbrar con la plata y los fabulosos cristales de Swarovski. Envase y pack transmiten la riqueza del producto que contienen en su interior.

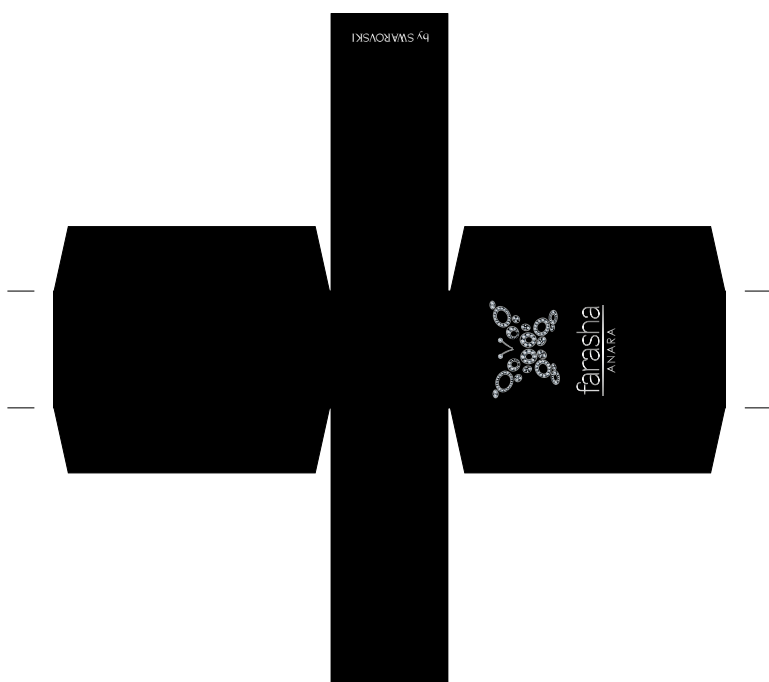
**Color** Pantone 877 C

**Logotipo** lineal en cristales de swarovski

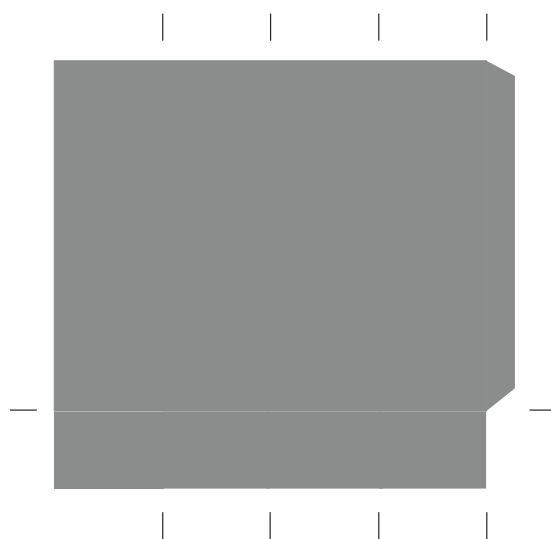
**Tipografía** FlexDisplay-Thin  
Century Gothic

**Papel** Constellation Jade E02 Satin 90 gr de Fedrigoni  
Negro D3+ 200 gr

**Medidas** Tapa 230x220mm  
Cuerpo 150x145mm.



## Desarrollo Packaging



## Packaging Farasha Man *Haute Regeneration*

La línea Farasha Man traslada el espíritu de gama alta de Anara a los productos de cuidado masculino. Tanto el etiquetado como el packaging reflejan esa misma esencia en su diseño, con el negro y el oro como colores identificativos.

El envase y el packaging, en negro, están adornados con el logotipo y el resto de detalles en dorado. Además, el estuche tiene una abertura metálica con imanes.

El conjunto da como resultado un diseño de aspecto elegante, lujoso, serio, masculino y moderno. Estos son los valores que la línea Farasha Man quiere transmitir para el hombre del siglo XXI.

**Color** Pantone 872 C  
Pantone 426 C  
Pantone Black  
Pantone Cool Gray 6c

**Logotipo** lineal en dorado

**Tipografía** Helvetica (Ingredientes y modo de empleo)  
HelveticaNeue ('Man' y nombre del producto)  
FlexDisplay-Thin ('Farasha')  
Century Gothic (Para incluir la palabra 'Anara')

**Envase 30ml**



## Etiqueta Farasha Man *Haute Regeneration*

La línea Farasha Man traslada el espíritu de gama alta de Anara a los productos de cuidado masculino. Tanto el etiquetado como el packaging reflejan esa misma esencia en su diseño, con el negro y el oro como colores identificativos.

El envase y el packaging, en negro, están adornados con el logotipo y el resto de detalles en dorado. Además, el estuche tiene una abertura metálica con imanes.

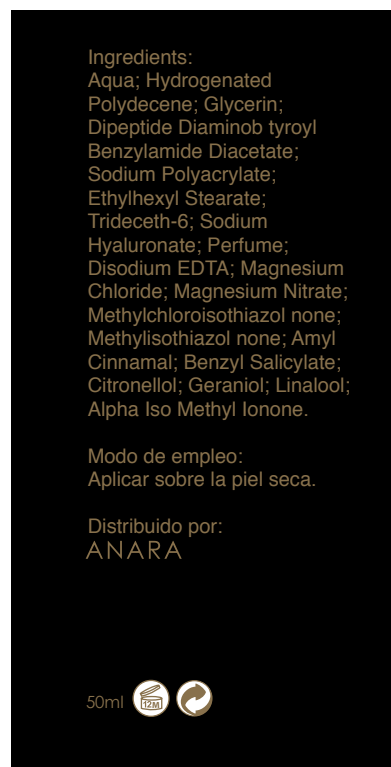
El conjunto da como resultado un diseño de aspecto elegante, lujoso, serio, masculino y moderno. Estos son los valores que la línea Farasha Man quiere transmitir para el hombre del siglo XXI.

**Color** Pantone 872 C  
Pantone 426 C  
Pantone Black  
Pantone Cool Gray 6c

**Logotipo** lineal en dorado

**Tipografía** Helvetica (Ingredientes y modo de empleo)  
HelveticaNeue ('Man' y nombre del producto)  
FlexDisplay-Thin ('Farasha')  
Century Gothic (Para incluir la palabra 'Anara')

**Etiqueta 100x46mm**



## Packaging Farasha Man *Haute Regeneration*

La línea Farasha Man traslada el espíritu de gama alta de Anara a los productos de cuidado masculino. Tanto el etiquetado como el packaging reflejan esa misma esencia en su diseño, con el negro y el oro como colores identificativos.

El envase y el packaging, en negro, están adornados con el logotipo y el resto de detalles en dorado. Además, el estuche tiene una abertura metálica con imanes.

El conjunto da como resultado un diseño de aspecto elegante, lujoso, serio, masculino y moderno. Estos son los valores que la línea Farasha Man quiere transmitir para el hombre del siglo XXI.

**Color** Pantone 872 C  
Pantone 426 C  
Pantone Black  
Pantone Cool Gray 6c

**Logotipo** lineal en dorado

**Tipografía** HelveticaNeue (nombre del producto)  
FlexDisplay-Thin ('Farasha')  
Century Gothic (Para incluir la palabra 'Anara').

## Packaging



## Desarrollo Farasha Man *Haute Regeneration*

La línea Farasha Man traslada el espíritu de gama alta de Anara a los productos de cuidado masculino. Tanto el etiquetado como el packaging reflejan esa misma esencia en su diseño, con el negro y el oro como colores identificativos.

El envase y el packaging, en negro, están adornados con el logotipo y el resto de detalles en dorado. Además, el estuche tiene una abertura metálica con imanes.

El conjunto da como resultado un diseño de aspecto elegante, lujoso, serio, masculino y moderno. Estos son los valores que la línea Farasha Man quiere transmitir para el hombre del siglo XXI.

**Color** Pantone 872 C  
Pantone 426 C  
Pantone Black  
Pantone Cool Gray 6c

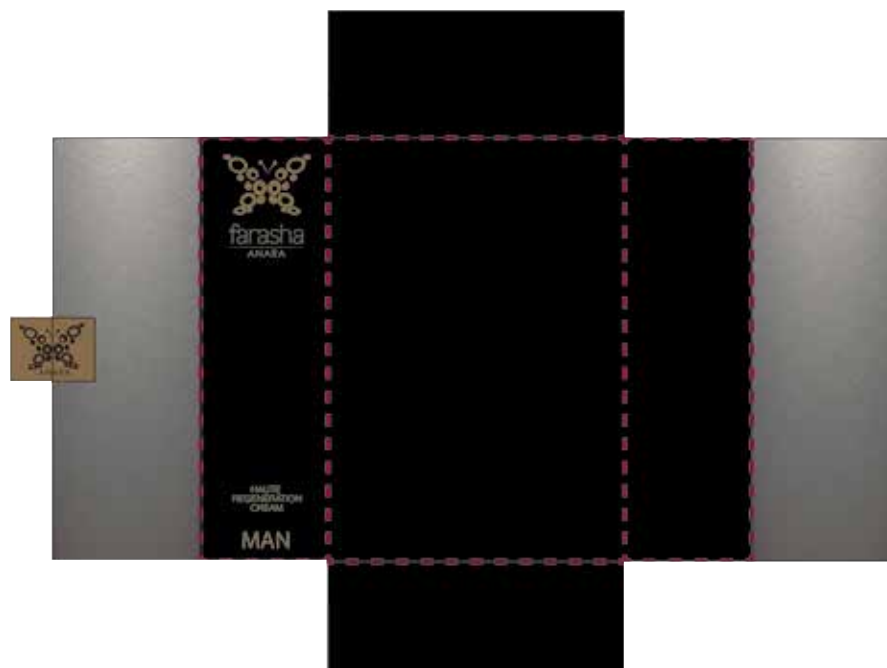
**Logotipo** lineal en dorado

**Tipografía** HelveticaNeue (nombre del producto)  
FlexDisplay-Thin ('Farasha')  
Century Gothic (Para incluir la palabra 'Anara').

**Medidas** 105x150x45mm

**Papel** Constellation Jade E52 Metal 115 gr de Fedrigoni  
Negro D3 200 gr

## Desarrollo packaging



## Packaging Esencia *Crisálida*

El packaging y la etiqueta utilizan colores inspirados en la tierra y en la naturaleza, unificando motivos que evocan a la propia crisálida. De esta manera queda representada una de las esencias estrella de la marca.

**Color** Pantone p33-8u CMYK Uncoated  
Pantone P7-8u CMYK Uncoated

**Logotipo** Anara sin símbolo

**Tipografía** Century Gothic

### Bote 30ml



## Etiqueta Esencia *Crisálida*

El packaging y la etiqueta utilizan colores inspirados en la tierra y en la naturaleza, unificando motivos que evocan a la propia crisálida. De esta manera queda representada una de las esencias estrella de la marca.

**Color** Pantone p33-8u CMYK Uncoated  
Pantone P7-8u CMYK Uncoated

**Logotipo** Anara sin símbolo

**Tipografía** Century Gothic

**Tipografía Ingredientes** Geosans

## Etiqueta 30ml 100x46mm



## Packaging Esencia *Crisálida*

El packaging y la etiqueta utilizan colores inspirados en la tierra y en la naturaleza, unificando motivos que evocan a la propia crisálida. De esta manera queda representada una de las esencias estrella de la marca.

**Color** Pantone p33-8u CMYK Uncoated  
Pantone P7-8u CMYK Uncoated

**Logotipo** Anara sin símbolo

**Tipografía** Century Gothic

## Packaging



## Desarrollo Esencia *Crisálida*

El packaging y la etiqueta utilizan colores inspirados en la tierra y en la naturaleza, unificando motivos que evocan a la propia crisálida. De esta manera queda representada una de las esencias estrella de la marca.

**Color** Pantone p33-8u CMYK Uncoated  
Pantone P7-8u CMYK Uncoated

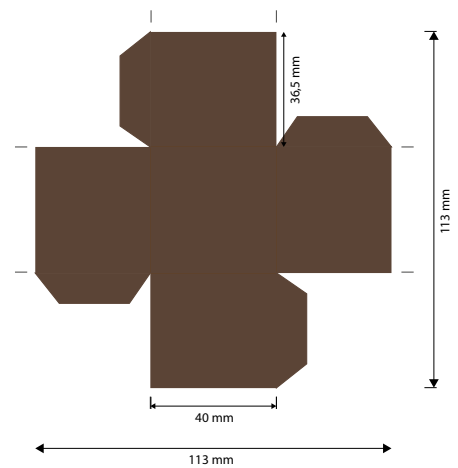
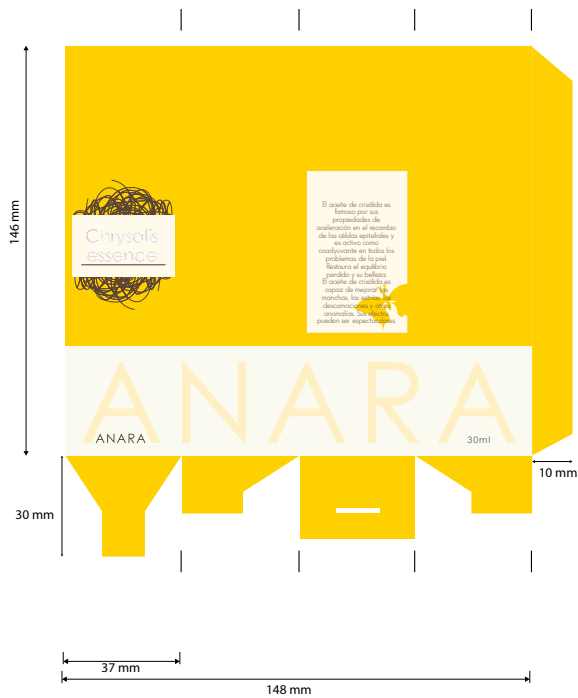
**Logotipo** Anara sin símbolo

**Tipografía** Century Gothic

**Medidas** Tapa 113x113mm  
Cuerpo 148x146mm

**Papel** Pop'Set Sunshine Yellow 400 gr de Arjowiggins  
(Antalis)

## Desarrollo Packaging



# MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Diseño y maquetación por alumnos del

“Master of Arts in Graphic Design”

de la escuela de Comunicación,

Imagen y Sonido CEV.

Carmen Bonilla Garrido

Camilo Caprioli Carzolio

Elena Civil Nieva

José María García Cuervo

Isabel Gutiérrez García

Raquel López Adeva

Luis Carlos Mayoral Ausín

Juan Pablo Merchán Ruiz

Beatriz Moro Castro