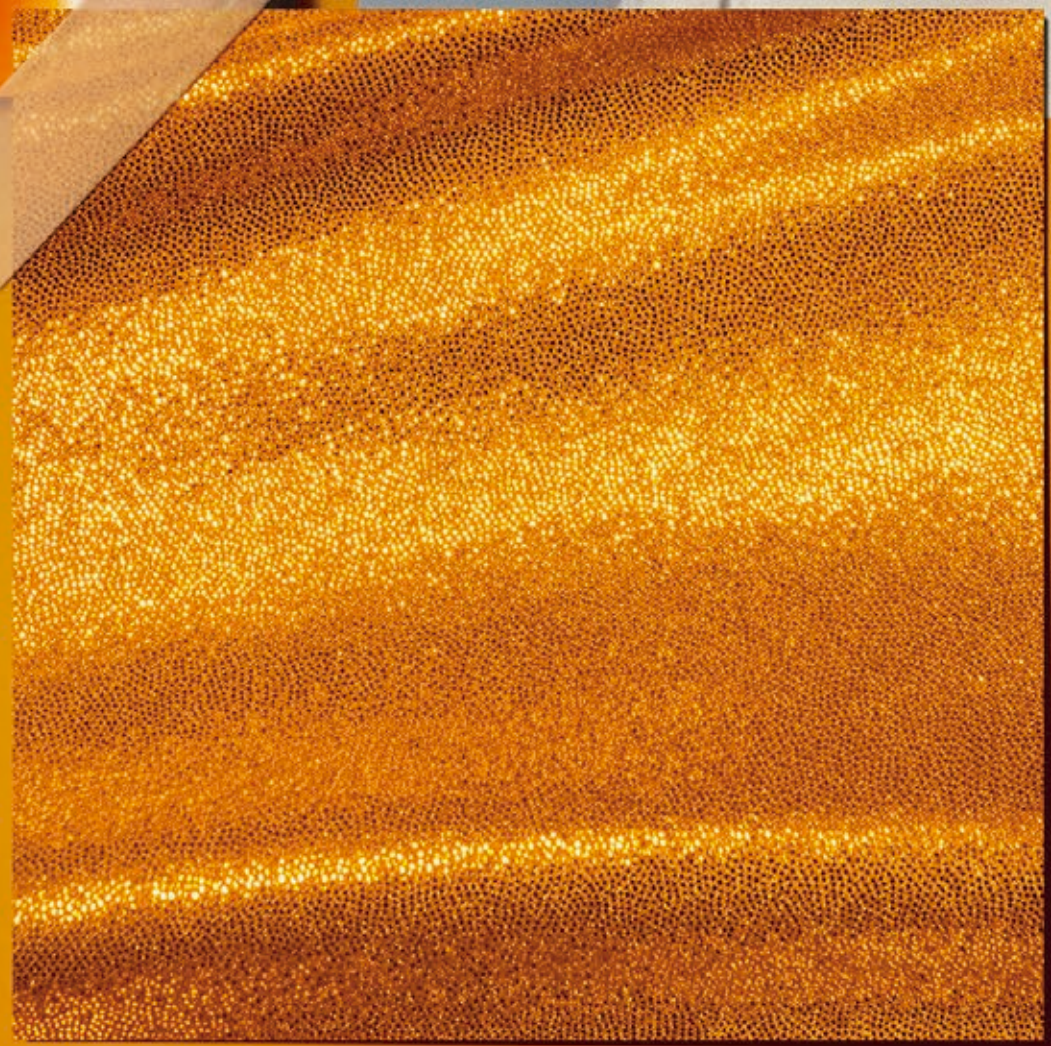
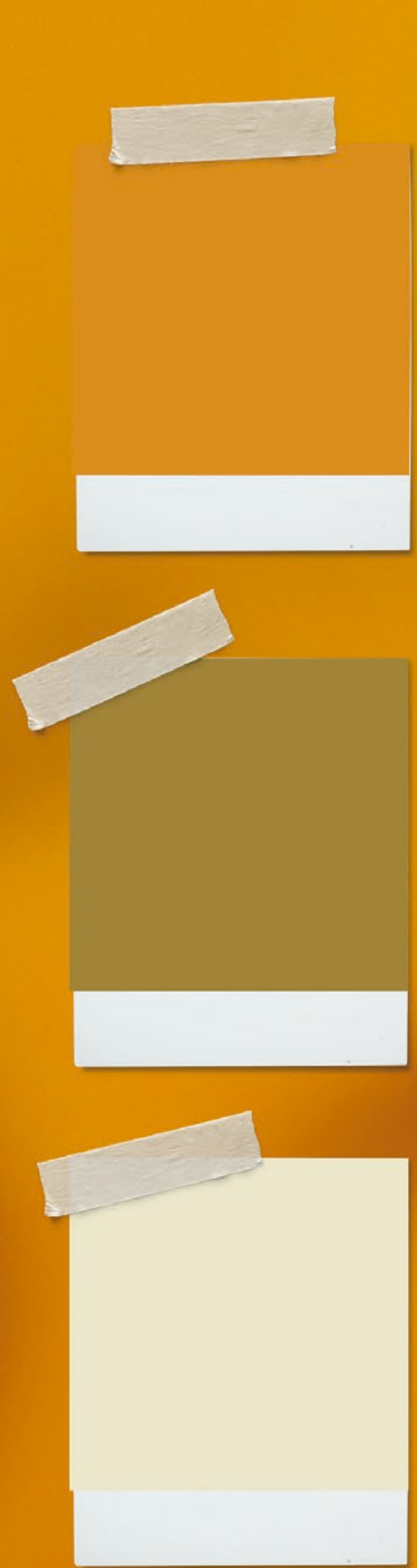




CAROLA
Isaya

“La elegancia no
es ocasional”

moodboard



Nuestra audiencia

Mujeres entre 30 y 50 años, están interesadas en estar a la moda y en las últimas tendencias de la moda. Es probable que sigan a influencers y bloggers de moda en las redes sociales.



Estilo clásico con un toque moderno: Aunque estas mujeres prefieren un estilo clásico y elegante, también buscan agregar un toque moderno a sus atuendos. Buscan ropa que les haga sentir femeninas y sofisticadas, pero al mismo tiempo cómodas y prácticas.



Enfoque en la imagen profesional: Como mujeres ejecutivas, estas mujeres tienen una imagen profesional que mantener. Buscan ropa que les haga sentir seguras y poderosas en su entorno laboral.



Intereses en el arte y la cultura: Las mujeres de este grupo pueden estar interesadas en el arte y la cultura, lo que podría reflejarse en sus elecciones de estilo. Podrían estar interesadas en visitar museos, galerías de arte y asistir a eventos culturales.



Gusto por los accesorios únicos: Estas mujeres buscan complementar sus atuendos con accesorios únicos y detallados que les permitan destacar en la multitud.

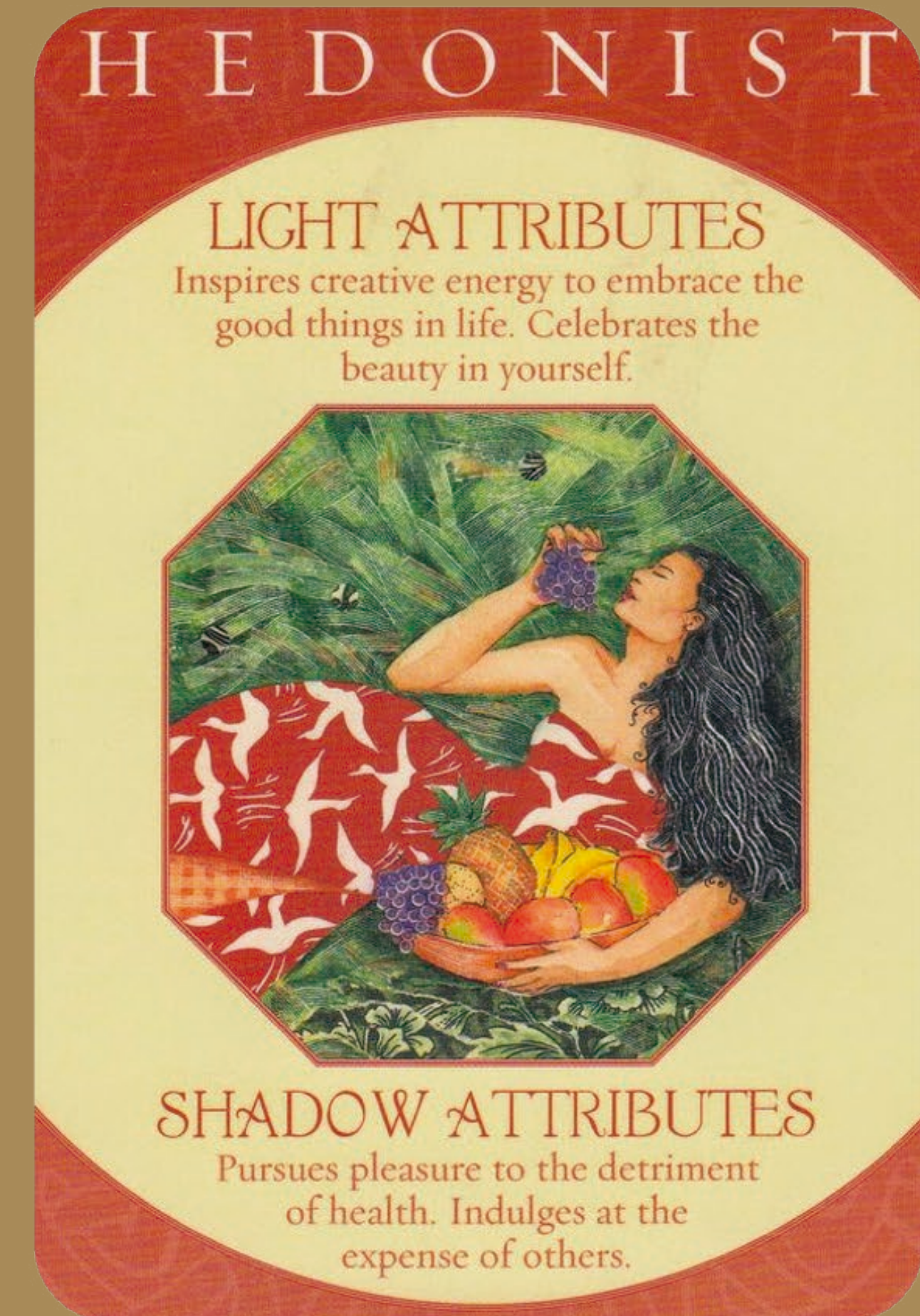
ARQUETIPO PRINCIPAL

Estrategia de comunicación

Desarrollar una visión y vivir por ella, ayudar a otros a transformar sus vidas usando nuevos métodos.



“Transformar cosas que aparentemente son simples en algo sorprendente”.



ARQUETIPO PRINCIPAL

Soy la Hedonista

"Busca el placer en todas las áreas de tu vida, ya que el reconocimiento del trabajo duro diario se refleja en el amor propio.

Mi propósito es iluminar diferentes aspectos de mi vida, permitiendo que la luz interior emane en cada uno de ellos y se refleje hacia los demás, definiendo mi identidad y destacándome.

Todos merecemos cultivar el amor propio, y ese amor puede manifestarse al consentirnos con pequeños detalles de la vida que marcan la diferencia y nutren el alma, el cuerpo y el ser."



MARCA

CAROLA ISAYA

La sinergia entre el arquetipo hedonista y la marca de amor propio, glamour y poder de diferenciación es como el mar y la arena: el mar representa el hedonismo, la gratificación inmediata y el disfrute, mientras que la arena representa la marca, los pequeños detalles y la diferenciación. Juntos, crean una experiencia completa y satisfactoria, donde el hedonista puede sumergirse en el mar y disfrutar de cada pequeño detalle de la arena que le rodea, brindándole una sensación de empoderamiento y glamour en cada momento.



MITO

La Luna Selene

Selene la diosa de la Luna en la mitología griega, descansaba de día y arrastraba con sus blancos corceles la luna atravesando el firmamento nocturno, era la diosa de los pastores, guiaba a los viajeros en la noche y era la musa y fuente de inspiración de los artistas, su luz trae renovación, la primavera, el nacimiento de las cosechas e influencia las corrientes marinas.

Su propósito: traer renovación, vida y luz a la humanidad a través del amor y la seducción.

Dato: La palabra lunático proviene de la seducción tan fuerte y encanto que ejercía sobre los humanos.



Así soy



Luz propia



Simple



Romántica



Elegante



Seductora



Inspiradora



Sanadora



Fresca



Fuerte



Tranquila



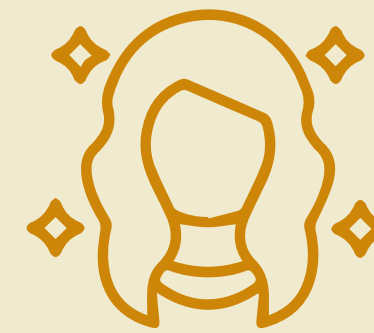
Auténtica

Visto como marca



¿Quiénes somos?

Un Estilo de vida, que resalta la belleza y el gusto por el buen vestir a partir de pequeños detalles.



¿Cómo lo hacemos?

Creando prendas auténticas, elegantes y distintivas.



¿Qué hacemos?

Diseñamos para personas que quieren resaltar su luz interior con detalles que resaltan la cultura colombiana.



Manifiesto

La elegancia no es ocasional.

CAROLA
Isaya

CAROLA
Isaya

Este logotipo está construido con base en dos tipografías, su nombre está construido con serifa (es decir, que la letra no acaba de forma redondeada, sino que termina en una especie de pie o decoración) la cual connota elegancia, practicidad, calidad y que al estar conformada por líneas curvas y estilizadas la vuelven menos rígida, más limpia y balanceada; y su apellido está construido con una tipografía script que le da el contraste entre elegancia y frescura.

Modulación y Área de protección

Modulación



La estructura se basa en módulos del tamaño que denominamos x.

Área de protección



Destinamos el tamaño de la letra O, como el tamaño requerido para que la marca respire cuando esté presente al lado de otros elementos.

Positivo

The positive version of the logo is centered on a white background. It features the word "CAROLA" in a black, elegant serif font, with the word "Isaya" written below it in a black, flowing cursive script.

CAROLA
Isaya

Negativo

The negative version of the logo is centered on a solid black background. It features the word "CAROLA" in a white, elegant serif font, with the word "Isaya" written below it in a white, flowing cursive script.

CAROLA
Isaya

Tamaños mínimos permitidos

Impresión



CAROLA
Isaya

3 cm por
la proporción

Digital



CAROLA
Isaya

85 px por
la proporción

Paleta cromática principal

C: 9
M: 51
Y: 96
K: 0

R: 216
G: 150
B: 53

#D89635

PANTONE CMYK UNCOATED
P 20-16 U

C: 41
M: 47
Y: 90
K: 0

R: 157
G: 134
B: 63

#9D863F

PANTONE CMYK UNCOATED
P 12-14 U

C: 8
M: 8
Y: 25
K: 0

R: 237
G: 233
B: 205

#EDE9CD

PANTONE CMYK UNCOATED
P 9-1 U

C: 8
M: 14
Y: 38
K: 0

R: 234
G: 222
B: 175

#EADAEAF

PANTONE CMYK UNCOATED
P 14-10 U

C: 41
M: 46
Y: 74
K: 0

R: 158
G: 136
B: 91

#9E885B

PANTONE CMYK UNCOATED
P 22-12 U

Paleta cromática principal

C: 47
M: 58
Y: 100
K: 6

R: 142
G: 112
B: 41

#8E7029

C: 21
M: 55
Y: 98
K: 0

R: 195
G: 137
B: 47

#C3892F

C: 28
M: 50
Y: 75
K: 0

R: 185
G: 142
B: 92

#B98E5C

C: 13
M: 40
Y: 98
K: 0

R: 215
G: 166
B: 52

#D7A634

C: 6
M: 31
Y: 86
K: 0

R: 231
G: 189
B: 87

#E7BD57

#D0BE81

#A38A5D

Versión del logotipo sobre colores corporativos



Versión del logotipo sobre colores complementarios



Tipografías complementarias

Títulos / Encabezados / Textos Cortos

Velour
AaBbCc

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?¿!/\$:*

Textos Largos Y Descriptivos

Lovelace Text
AaBbCc

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?¿!/\$:*

Highligts

Moretimes
AaBbCc

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?¿!/\$:*

Aplicaciones incorrectas

- 01** No cambiar las proporciones de los elementos que componen el logotipo

- 02** No deformar el logotipo ni horizontal ni verticalmente.

- 03** Está prohibido cambiar la tipografía del logotipo.

- 04** No se puede rotar el logotipo

- 05** No se puede cambiar el color de los elementos del logotipo a colores no estipulados en este manual.

- 06** No cambiar la disposición de los elementos.

- 07** No poner el logotipo sobre fondos que no contrasten con él.

- 08** No poner el logotipo sobre fondos irregulares y con demasiadas texturas.

- 09** No usar el logotipo en línea.



