

nū

ciencia y naturaleza para tu piel



Nú es una línea dermocosmética, combinamos ingredientes naturales con ingredientes activos probados científicamente para asegurar que tu piel reciba lo mejor de ambos mundos buscando el equilibrio entre ciencia y naturaleza.



Nuestros productos **Nú** fueron comprobados dermatológicamente y cumplen con estándares internacionales para ofrecer productos de calidad para todo tipo de piel, así que no tienes nada de qué preocuparte!



Misión

Brindar una opción de cosmética (científica) natural y de belleza a las mujeres bolivianas con el fin de garantizarles comodidad y confianza al momento de usar nuestros productos.

Visión

Ser la primera marca cosmética boliviana en tener reconocimiento a nivel nacional e internacional por la alta calidad de sus productos y garantia sanitaria, generando una amplia gama cosmética a precios accesibles y libre de crueldad animal.

Nuestros valores

Calidad

Productos que pasan por reconocidos especialistas de la cosmética y dermatólogos para posteriormente ser sometidos a un riguroso control sanitario.

Innovación

Una vez ya posicionados, pretendemos ampliar nuestra gama de productos con nuevas fórmulas, líneas e ideas; manteniendo siempre la filosofía estructurada.

Empatía

La cantidad de marcas destinadas a la belleza y el bienestar que deciden no experimentar con animales va en incremento y somos afortunados de pertenecer a esta categoría.



Personalidad de marca

nú es elegante, fresca, empática, natural, sencilla, sensible, profunda, confiable, sana.

Arquetipos de Jung

Aplicados a la personalidad de la marca

Protector

nú es protectora por su interés en el bienestar de los demás, es precavida porque piensa antes de actuar y siempre procura lo mejor para el resto, para ello da lo mejor de sí en todo lo que hace explotando su potencial al máximo.

Rebelde

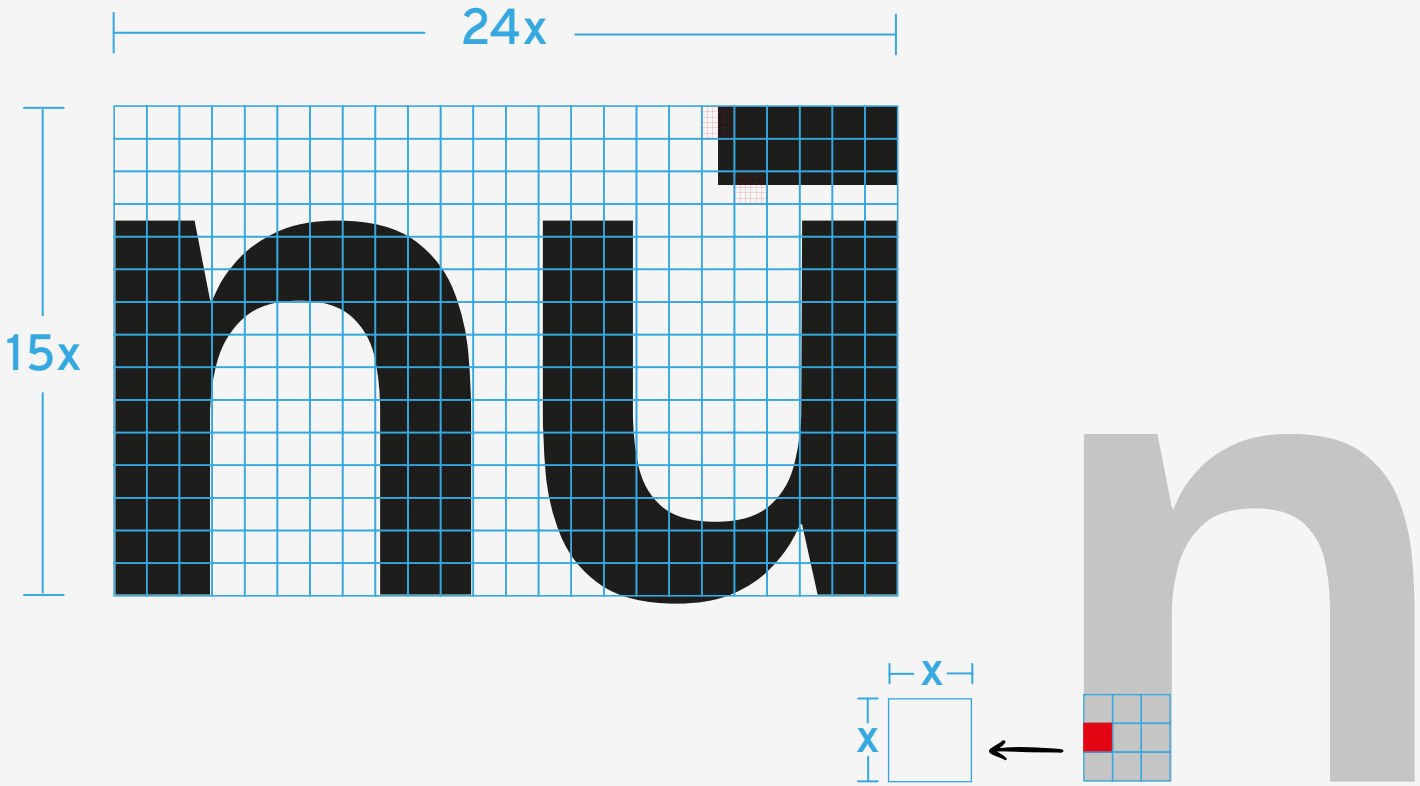
nú es es rebelde porque rompe con los esquemas preestablecidos, busca soluciones que se adapten a su manera de ver el mundo, enfocada en convertirlo en un lugar mejor para ella y aquellos a los que aprecia.





Construcción logotipo

El logotipo de la marca se inscribe y construye sobre una super icie proporcional al valor X. Se establece como unidad de medida deesta manera aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier sopor e y medida.



Tipografía utilizada:
Darker Grotesque (Bold)

La unidad de “x” deriva del ancho de la letra n del mismo logotipo de la marca dividido en 3. El módulo creado a partir de esta medida puede dividirse en submódulos que permiten complementar la grilla.

Variaciones logotipo



Positivo



Negativo

Paleta de colores

R: 247
G: 247
B: 247

C: 4%
M: 3%
Y: 3%
K: 0%

#f7f7f7

R: 29
G: 29
B: 27

C: 74%
M: 65%
Y: 63%
K: 81%

#1d1d1b

R: 170
G: 197
B: 128

C: 41%
M: 7%
Y: 61%
K: 0%

#aac580

Paleta de colores

Secundarios



Tipografía

Overpass

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz

0123456789

Thin

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
0123456789

Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
0123456789

Semibold Italic

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
0123456789

Semibold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
0123456789

Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
0123456789

ExtraBold

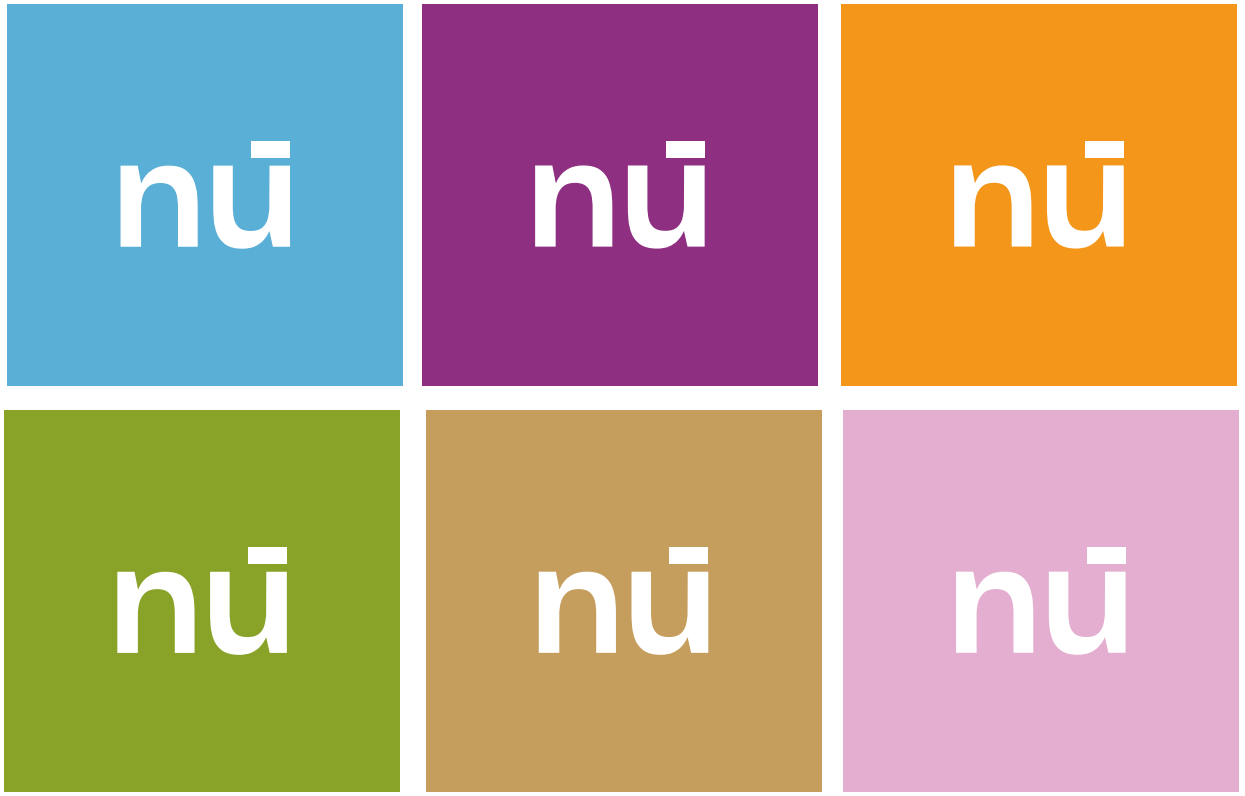
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz
0123456789

Usos permitidos

La marca podrá tener las siguientes variaciones de fondo..

nū

El logotipo podrá incluir uno de los colores secundarios en la tilde, esto para hacer referencia a un producto en específico.



Usos
NO permitidos

Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta de la marca. El mal uso desvir úa y perjudica la notoriedad de la misma. Estas recomendaciones son extensivas a todas las variantes de la marca.



DISTORCIÓN DE LA PROPORCIONES
HORIZONTAL Y VERTICAL



CAMBIO DE TIPOGRAFÍA



ENCERRAR LA MARCA EN RECUADROS
O CÍRCULOS



MAL USO O MODIFICACIÓN DE LOS
COLORES CORPORATIVOS

nū