MANUAL DE

NORMAS GRÁFICAS

2026



clothes
BRAND WEAR

EST. 2006

I N T R O D U C C I Ó N

Una comunicación gráfica coherente garantiza un mensaje más cohesionado, permitiendo que la marca sea más fácilmente identificada, sea cual sea el formato en que se presenta.
La identidad de TH CLOTHES cuenta con reglas y aplicaciones que deben ser seguidas para una comunicación rigurosa y global, ya sea en Print o Online.
Seguir este Manual de Normas es fundamental para defender el posicionamiento y la coherencia de comunicación de la Marca.

ÍNDICE

MARCA

1. LA MARCA
2. DENOMINACIÓN DE LA MARCA EN TEXTO
3. NUESTROS VALORES

LOGOTIPO

4. CON DESCRIPCIÓN
5. SEN DESCRIPCIÓN

COLORES INSTITUCIONALES

6. COLORES INSTITUCIONALES
7. COLOR DEL LOGOTIPO

DIMENSIONES

8. MÁRGENES DE SEGURIDAD
9. IMPRESIÓN Y SOPORTE DIGITAL

APLICACIÓN DEL LOGOTIPO

10. APLICACIONES INDEBIDAS
11. APLICACIONES INDEBIDAS EN STANDS
12. USO DEL LOGOTIPO EN MATERIALES

SITIO WEB

13. SITIO WEB

LA MARCA

Al igual que las personas, las marcas también tienen una personalidad. Esta se revela en lo que creen, en la forma en que se presentan y hablan, en los lugares o eventos que frecuentan, en la manera en que trabajan y desempeñan sus actividades y en los resultados que obtienen. TH Clothes es una marca portuguesa de textil promocional creada en 2006, con el objetivo de ofrecer productos de calidad certificada a un precio justo.



DENOMINACIÓN DE LA MARCA EN TEXTO

A pesar de que las siglas TH CLOTHES en la identidad se representan enminúsculas, por una cuestión de equilibrio de los elementos, cuando se escribe, se debe tener el comportamiento opuesto, es decir, siempre se debe representar en mayúsculas, ya que se trata del nombre de la marca.

TH CLOTHES

sigla

NUESTROS VALORES

Estos son nuestros valores, por los que nos regimos diariamente, así como en la toma de decisiones. Los valores éticos de TH CLOTHES priorizan la protección de sus clientes. Por lo tanto, no personaliza ni vende artículos al cliente final. De esta manera, se protege los negocios (personalización y/o reventa) de sus clientes. El tono de la marca y la comunicación se enfoca en enaltecer los valores en los que cree, siempre dentro de un espíritu joven y positivo.

HONESTIDAD

HUMILDAD

SINCERIDAD

RESPONSABILIDAD

CON DESCRIPCIÓN

Utilización en estos medios cuando el logotipo se expone sin contextualización y solo en escalas que permitan una correcta lectura de toda la información contenida en él. Se recomienda el uso de versiones policromáticas, teniendo las versiones monocromáticas como alternativa cuando no sea posible.



logo

SEN DESCRIPCIÓN

Utilización nestes meios quando o logótipo é exposto com contextualización e/ou em escalas reduzidas que não permitam uma correta leitura de toda a información nela contida.
É recomendada a utilización as versões policromáticas, tendo as versões monocromáticas como alternativa, quando assim non é possível.

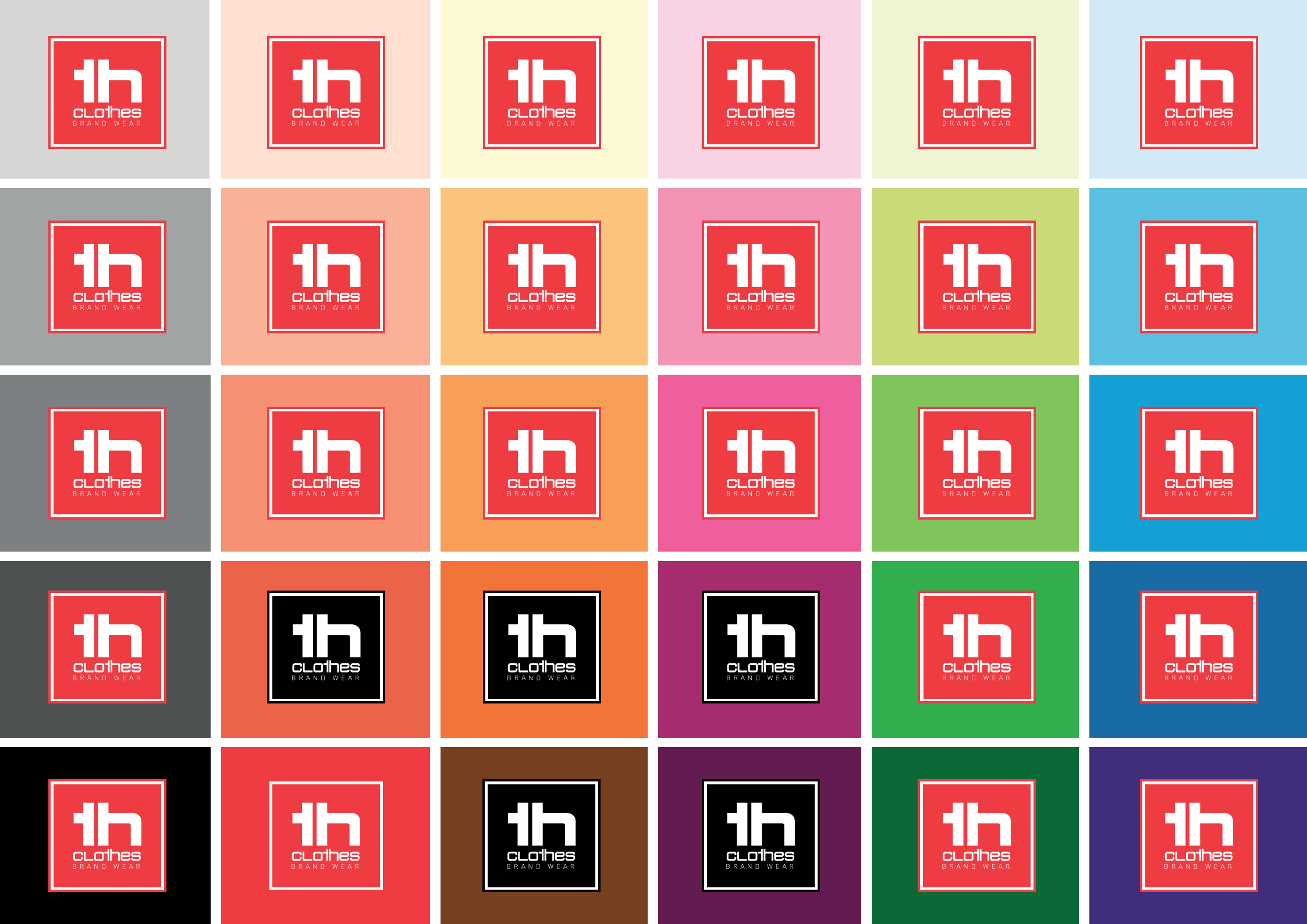


logo

R: 231 49 **B:** 55
C: 0 **M:** **Y:**76 **K:** 0






clothes
BRAND WEAR


61.24 mm
th
clothes
BRAND WEAR
22.47 mm

IMPRESIÓN



50 mm



20 mm



15 mm



10 mm

SOPORTE DIGITAL



40 px



60 px



80 px



Fundos não institucionais



Cambiar formato



Cambiar firma



Cambiar colores



Deformar el logotipo



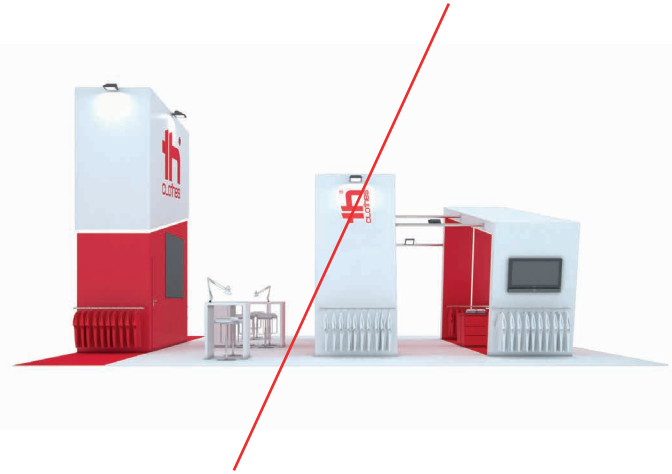
Cambiar tipografía



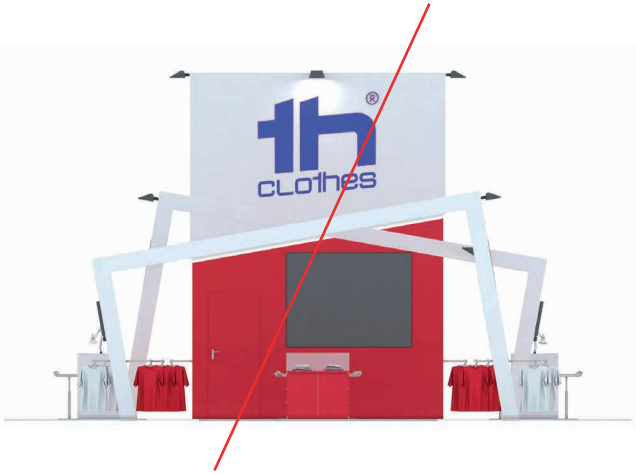
Cambiar disposición



Cambiar espaciado



Deformar el logotipo



Cambiar los colores del logotipo



Cambiar la disposición

USO DEL LOGOTIPO
TH CLOTHES EN TODOS LOS MATERIALES

En la utilización de fotografías, así como en los packshots, es obligatorio el uso del logotipo TH CLOTHES en la esquina superior derecha.



www.thclothes.com

th
clothes
BRAND WEAR

thclothes.com

CENTRO 2030
Os Fundos Europeus mais próximos de si.
PORTUGAL 2030
Cofinanciado pela União Europeia