



Manual de usos

Introducción

El presente Manual tiene como fin servir de referencia y guía de normas básicas para la utilización de los elementos gráficos que componen la Imagen Corporativa de Asociación Creativa de Identidad de una forma correcta y unificada.

La denominación, la tipografía y los colores corporativos definidos en este manual serán de obligado seguimiento para una correcta aplicación de los elementos gráficos. Cualquier uso de estos elementos que no sea acorde a lo definido en el presente Manual se considerará incorrecto.

Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar definitivamente su Imagen Corporativa

Indice

La marca

Zona de protección

Colores

Tipografía

Usos Incorrectos

Escala de impresión

Escala para Onscreen

Escala para registro de marca

Medios publicitarios

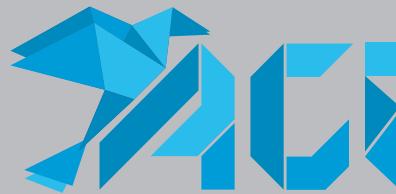
La marca

La marca es un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de una empresa y para diferenciarlos de los productos de los competidores.

Desde el punto de vista de las empresas les permite diferenciarse de la competencia y les ayuda a establecer una determinada posición en la mente de sus clientes.

El Isologotipo se compone de dos elementos: Isotipo+Logotipo.

El Isotipo está formado por un ícono o símbolo visual gráfico, el Logotipo es la representación fonética de la marca y juntos componen el Isologotipo.



Isotipo

ASOCIACIÓN CREATIVA DE IDENTIDAD

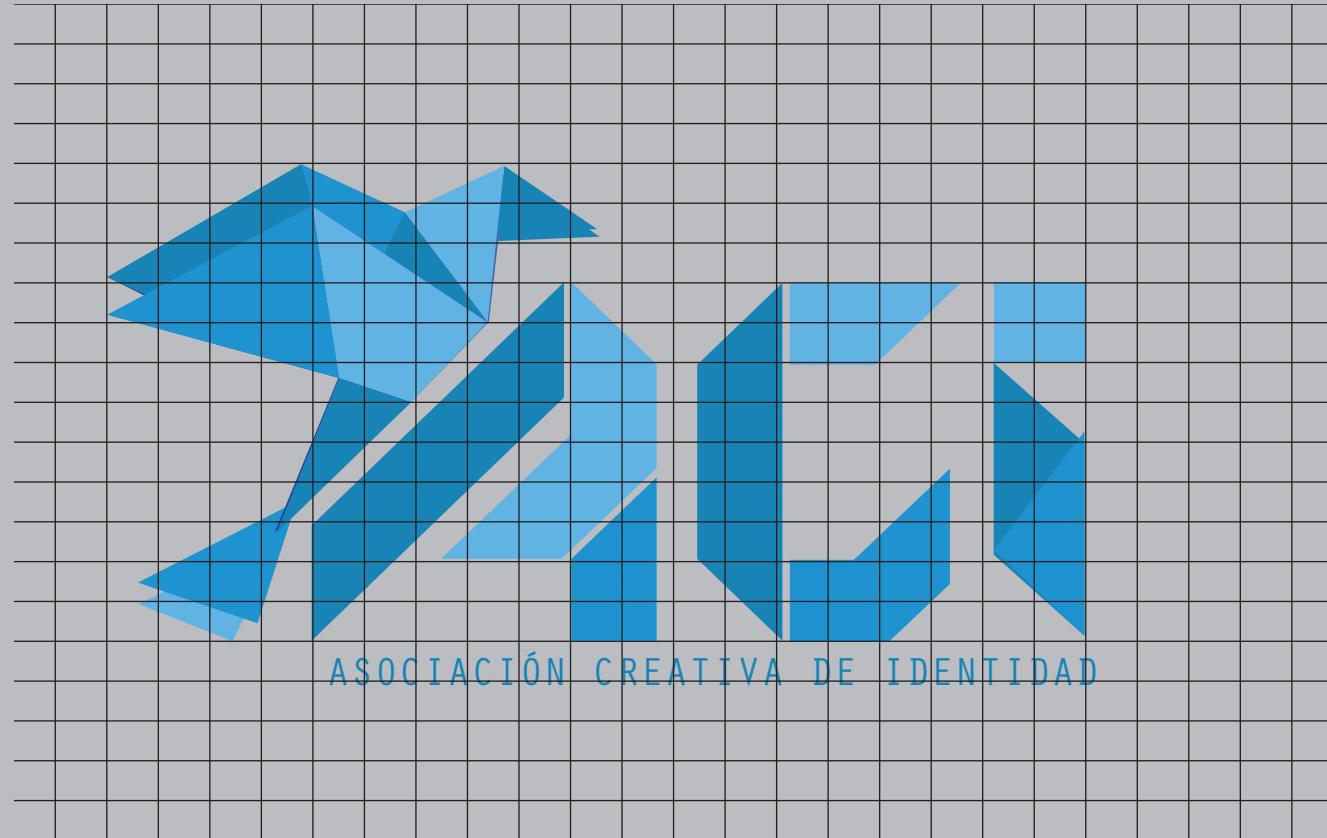
Logotipo



Isologotipo

Zona de Protección

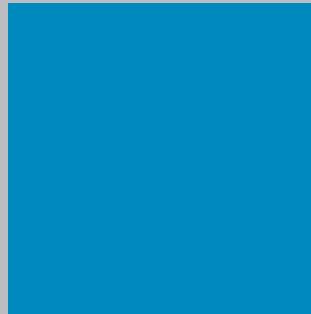
Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo.



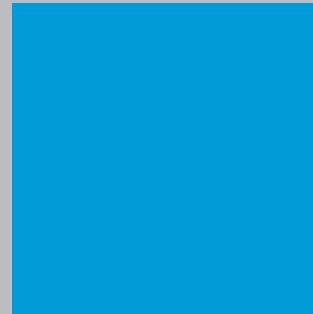
Definir una zona de seguridad para el logotipo o marca asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.

Colores

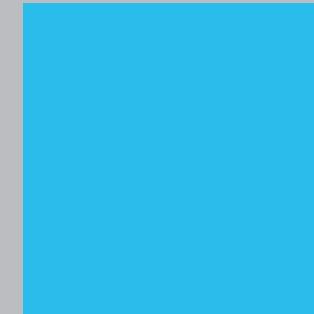
El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa. La aplicación de estos colores debe mantenerse constante en la medida de lo posible.



FOCOLTONE 1077
C:96, M:36, Y:19, K:0



FOCOLTONE 7006
C:95, M:24, Y:11, K:0



FOCOLTONE 3380
C:75, M:10, Y:8, K:0

Tipografía

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante, no obstante se definirá una tipografía auxiliar para soportes informáticos y para la redaccion de documentos.

Orator Std

Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890!?, "Ç&%()*

Verdana

Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890!?, "Ç&%()*

Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890!?, "Ç&%()*

Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890!?, "Ç&%()*

Usos Incorrectos



ASOCIACIÓN CREATIVA DE IDENTIDAD



ASOCIACIÓN CREATIVA DE IDENTIDAD



ASOCIACIÓN CREATIVA DE IDENTIDAD



ASOCIACIÓN CREATIVA DE IDENTIDAD



ASOCIACIÓN CREATIVA DE IDENTIDAD

Escala de impresión

Se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el logotipo conservando su adecuada visibilidad.

Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line o impreso.



50%



75%



100%



25%

Escala para onscreen



100% - 300px



75% - 224px



50% - 150px



25% - 75px

Escala para registro de marca



50%



75%



100%



25%

Medios Impresos

Flayer



Folder



Hoja membretada



Playera

