

Manual de identidad visual corporativa



CONTENIDOS

1. Introducción
2. Isologotipo
3. Aplicaciones
 - Principal
 - Alternativa
4. Logotipo construcción
5. Versiones en monocromía
 - En positivo
 - En negativo
6. Colores corporativos
 - Pantone
 - Colores web
 - CMYK
 - RGB
7. Tipografías corporativas
8. Espacio de seguridad
9. Casos especiales
10. Papelería corporativa
11. Diseño impresión CD/DVD

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este manual es servir como referencia de normas gráficas para la unificada y correcta utilización de la identidad corporativa de CORADIR S.A.

La imagen corporativa es por la cual se crea la identidad corporativa. Una imagen corporativa clara y homogénea se proyecta sobre la actividad de la empresa tanto en espacios públicos como en las comunicaciones internas.

En conclusión, este manual es una herramienta “viva” e indispensable para la aplicación de los elementos definidos en la misma.

ISOLOGOTIPO

Siendo esta marca un isologotipo se recomienda el uso de logo e iso en forma conjunta según la disposición del modelo.



APLICACIONES

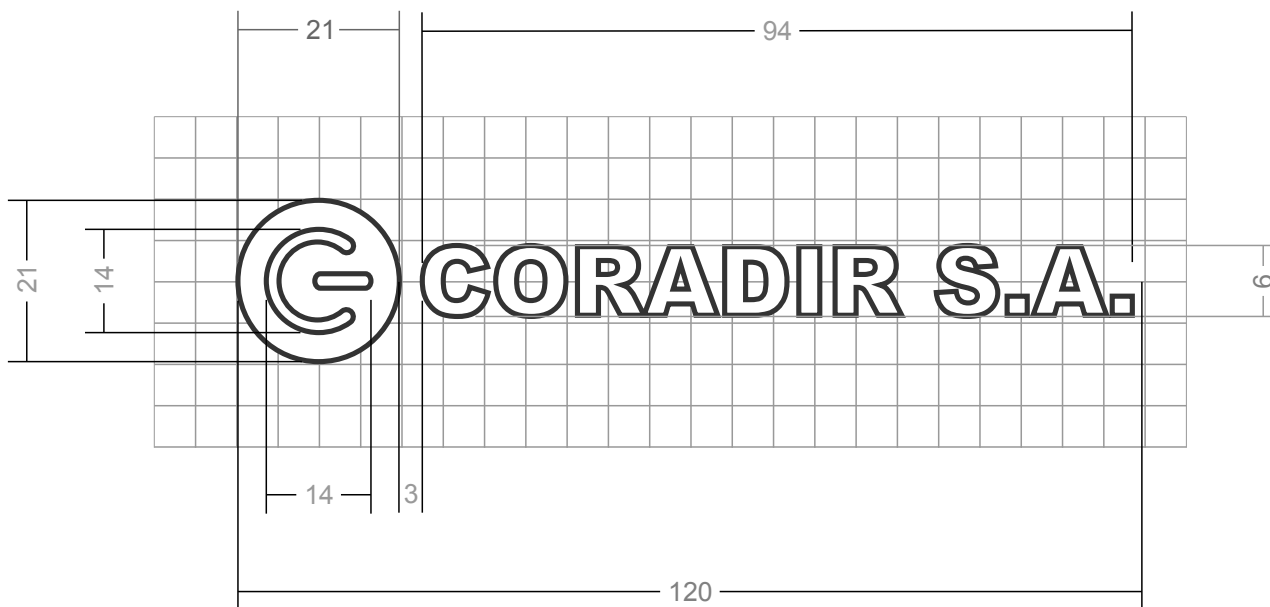
Disposición **principal**:



Disposición **alternativa**:



ISOLOGOTIPO CONSTRUCCIÓN



VERSIONES EN MONOCROMÍA

NEGRO



PANTONE 7462 C



PANTONE 447 C



En positivo:

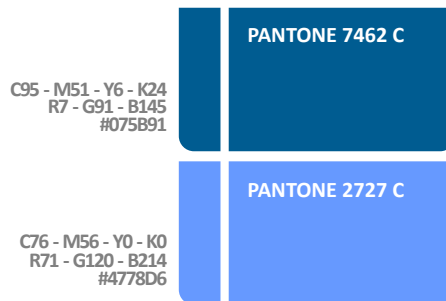


En negativo:



COLORES CORPORATIVOS

El círculo del isotipo está formado por 2 colores degradados del **PANTONE 2727 C** al **PANTONE 7462 C** en un ángulo vertical de 90°.



SOMBRA DEL LOGOTIPO

La sombra del logotipo se encuentra proyectada hacia la parte inferior, es de color negro y tiene las siguientes características:
Fundido de la Sombra: 15%,
Opacidad de la sombra: 50%.

CORADIR S.A.

TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS

Arial Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !”·\$%&/()

La tipografía corporativa de CORADIR es Arial Black la cual se utiliza en el logotipo de la marca.

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !”·\$%&/()

La tipografía complementaria para medios impresos y digitales es Calibri. Utilizada también para el eslogan de la marca.

ESPACIO DE SEGURIDAD

Para preservar la legibilidad y comprensión de la marca es necesario respetar un espacio de seguridad alrededor de la marca, espacio que no podrá ser invadido por texto, imagen u otros elementos gráficos.

El área gris representado alrededor de la marca será el espacio mínimo a respetar para tal fin.



CASOS ESPECIALES

Para los casos en los que se decida presentar la marca sobre fondos de imagen u otros que impidan su correcta visualización existen dos posibilidades, una de ellas es colocarla sobre un fondo blanco con una opacidad del 30% e incrementar el efecto sombra del logotipo para su óptima lectura y otra alternativa es aplicar un fondo negro con una opacidad mínima del 30% con respecto del fondo.

Usos correctos



Uso incorrecto



