



MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA

INDICE

1. Presentación de Manual.
2. Componentes de la marca.
3. Isologotipo oficial
4. Composición
5. Colores Corporativos
6. Tipografías Corporativas
7. Opciones de uso de la marca
8. Usos incorrectos
9. Papelería

1. INTRODUCCIÓN

Todo estímulo visual que signifique la empresa tiene gran influencia en el éxito global de la compañía y en el posicionamiento de la misma. Nos referimos desde la marca hasta el estilo de toda documentación e incluso de las instalaciones. Es necesario mantener una coherencia visual en todas las comunicaciones que una empresa realiza; folletos, papelería (incluyendo la de uso exclusivamente interno), stands feriales, tiendas comerciales, aplicaciones y páginas Web, etc.

En el presente manual se plasman los estándares gráficos a aplicarse en todo objeto relacionado con la imagen de la empresa.

El objetivo es establecer la imagen de la marca definiendo forma y estilos de los elementos del sistema de identificación visual (marca, sistema cromático, tipografía) y del sistema de soportes gráficos comunes (papelería general), y reunirlos en un documento de fácil acceso e interpretación.

2. COMPONENTES DE MARCA

a) Logotipo

Elemento visual tipográfico que da nombre a la entidad.

Y GRIEGA
vidrios y fachadas

b) Isotipo

Elemento gráfico que simboliza la empresa y contribuye a mejorar su identificación.



c) **Isologotipo**

Es la unión del logotipo y el isotipo. La combinación de imagen figurativa y tipografía hacen del isologotipo el más claro y el que transmite con mayor precisión el mensaje que desea la empresa. La claridad de este Logo consiste en que todo aquello que no quede claro a través del mensaje verbal será aclarado metafóricamente por la imagen figurativa y todo lo que la imagen figurativa no alcance a explicar será precisado por las palabras.



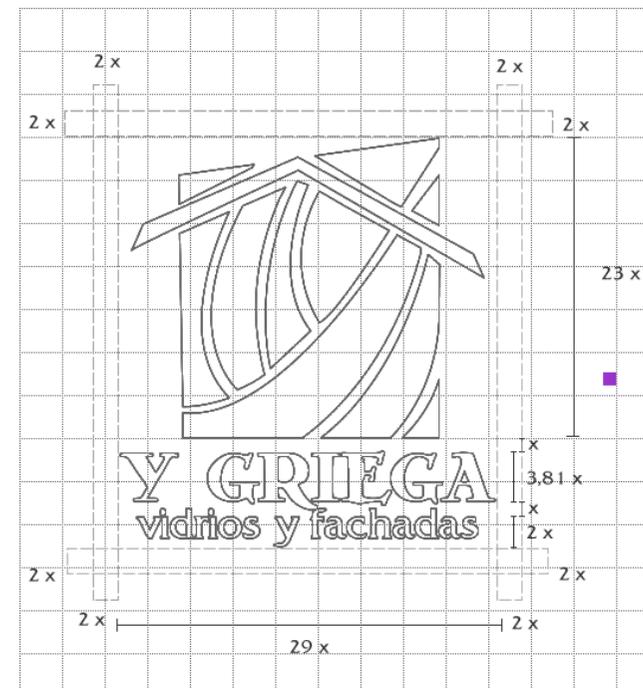
3. ISOLOGOTIPO OFICIAL

Este es el logo oficial. El que debe usarse en todos los casos en los que sea posible. Cuando la imprenta, serigrafía, o cualquier otro método de impresión del isologotipo permita plasmar la degradación de colores, debe usarse las opciones de uso de marca aquí proporcionadas.



4. COMPOSICIÓN

La marca “Y GRIEGA vidrios y fachadas”, siempre mantendrá una misma articulación entre sus componentes. Es importante mantener esta estructura a fin de conseguir unidad corporativa, y una mejor identificación de la marca en cualquier soporte. Podemos definir esta articulación otorgando una serie de proporciones geométricas sobre una retícula. De esta manera, podremos componer la marca a partir de sus componentes de manera correcta y proporcionada.



5. COLORES CORPORATIVOS

A nivel cromático la marca “Y GRIEGA vidrios y fachadas” se compone de cuatro colores, dos primarios y dos secundarios, que servirán para identificar la marca y componer sus aplicaciones.

-  RGB: Rojo=0 Verde=51 Azul=153 (COLOR SECUNDARIO)
Web: #003399
-  RGB: Rojo=20 Verde=106 Azul=191 (COLOR PRIMARIO)
Web: #146ABF
-  RGB: Rojo=255 Verde=221 Azul=0 (COLOR PRIMARIO)
Web: #FFDD00
-  RGB: Rojo=255 Verde=255 Azul=0 (COLOR SECUNDARIO)
Web: #FFFF00

En algunos casos se podrán hacer degradaciones entre estos colores, en cualquier forma o dirección. Las degradaciones permitidas son las siguientes



6. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS

Greko

La aplicaremos únicamente en el logotipo de la marca.

GREKO

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
WXYZ0123456789 !"?;,\$&?;,.

Fritz-Quad

La aplicaremos únicamente en el logotipo de la marca.

Fritz-Quad

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZab
cdefghijklmñopqrstuvwxyz01234567
89 !"?;,\$&?,.)

Arial

Arial es la fuente seleccionada para uso interno y para comunicaciones electrónicas.

abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890-()¿?¡!%°a""";,.,

7. OPCIONES DE USO DE LA MARCA







Y GRIEGA
vidrios y fachadas





8. USOS INCORRECTOS

Tendremos que mantener siempre la misma composición y proporción de elementos de la marca. Nunca cambiaremos su disposición, ni alteraremos su composición cromática.



9. PAPELERÍA

Formato hoja tamaño carta.



Tarjeta de Presentación:





Y GRIEGA – vidrios y fachadas
Derechos Reservados 2009

Créditos

Alejandro Calderón
CENTINELAWEB
www.centinelaweb.com
8892-6643