

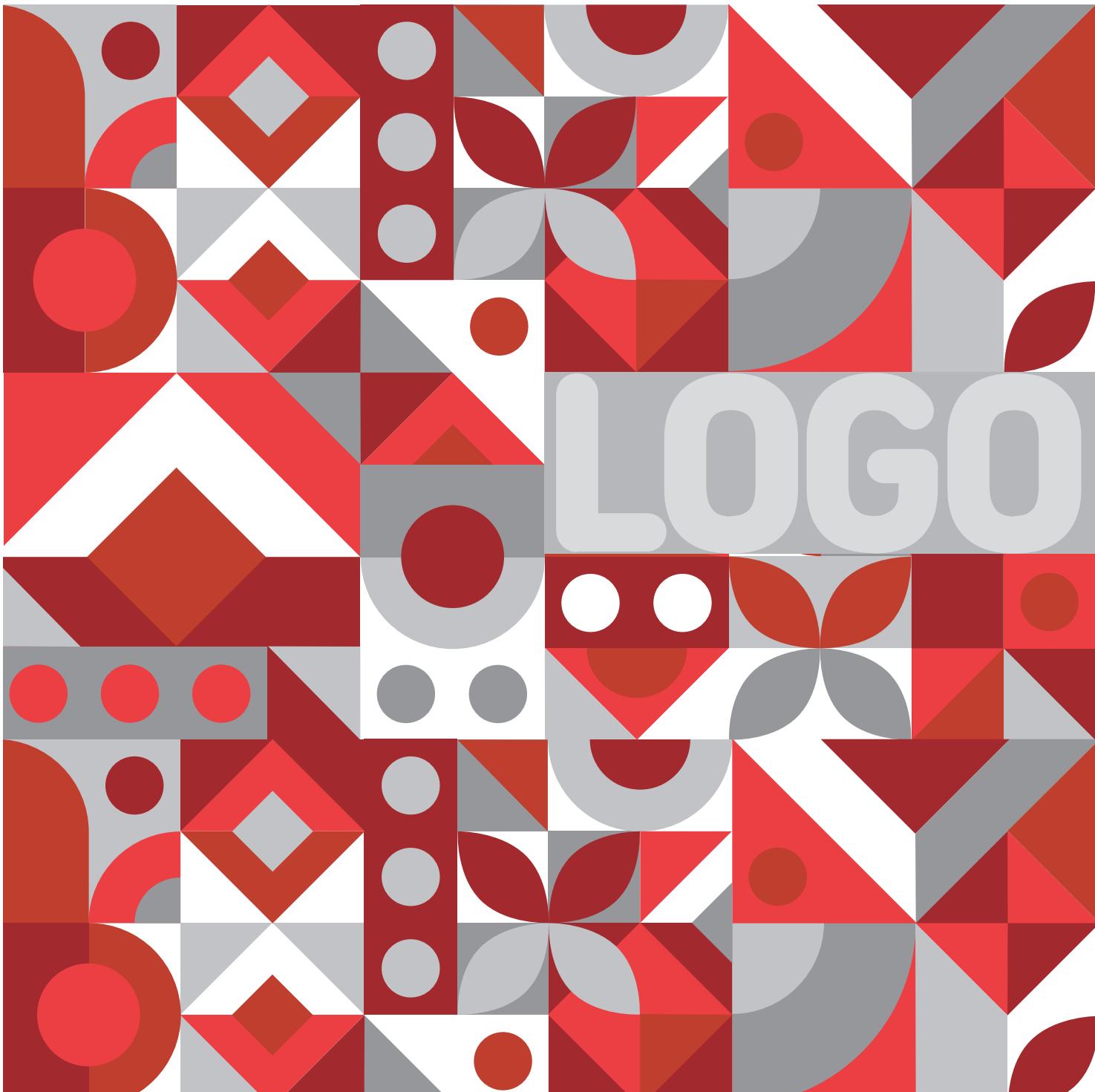


BRAND



BOOK





LOGO

HORIZONTAL

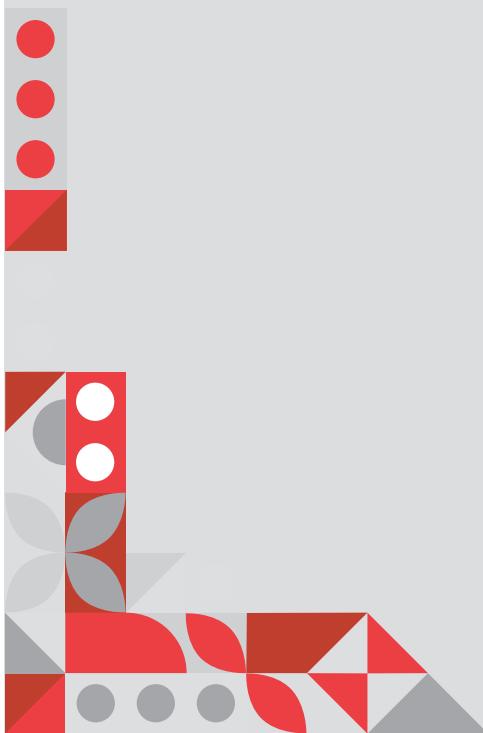
- Retícula
- Área de seguridad
- Isologo: Aplicación vertical
- Con slogan y sin slogan
- Logotipo: Aplicación horizontal
- Línea de tiempo
- Tamaños mínimos
- Usos incorrectos
- Colores correctos



Construcción y normas para el isologo principal de nuestra marca.

LOGO

- Retícula
- Área de seguridad
- Isologo: Aplicación vertical
- Con slogan y sin slogan
- Logotipo: Aplicación horizontal
- Línea de tiempo
- Tamaños mínimos
- Usos incorrectos
- Colores correctos



VERTICAL



**PARQUE
CALDAS**

Construcción y normas para el isologo principal de nuestra marca.

LOGO RETÍCULA

- Los elementos básicos deben mantener fielmente las proporciones.

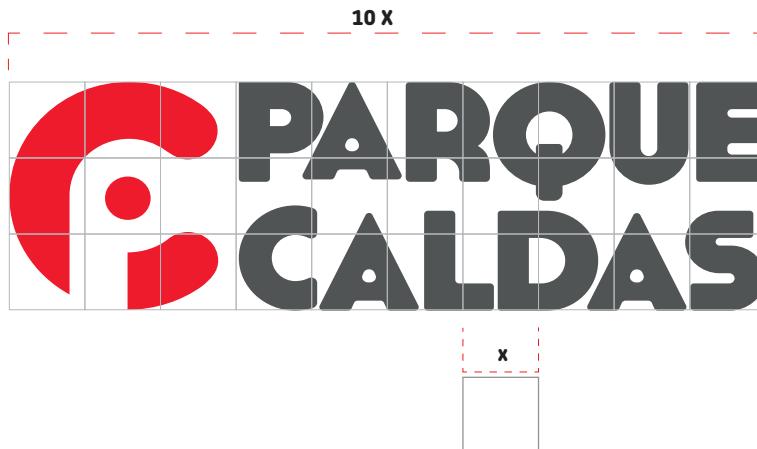
- Se recomienda la utilización de la retícula para reproducción en medios de gran formato.

- La medida X es aleatoria y corresponde a un módulo de la retícula.

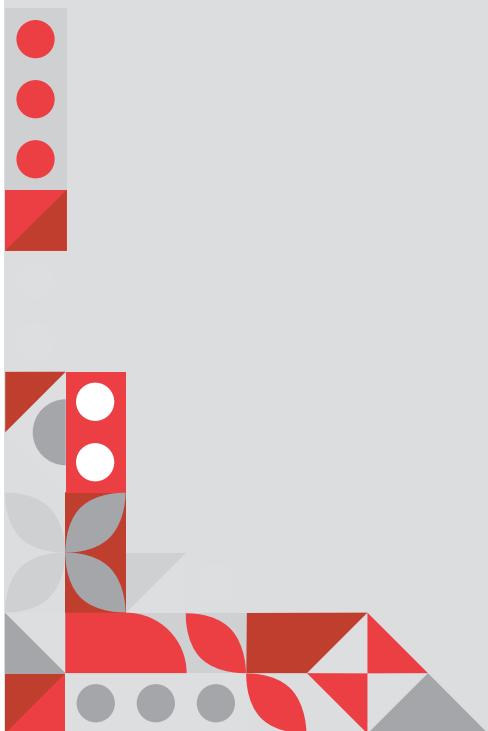
- La medida del logo corresponde a la proporción alto x ancho según la retícula.

- Se debe manejar como mínimo - reserva de 1X

HORIZONTAL



VERTICAL



LOGO

ÁREA DE SEGURIDAD

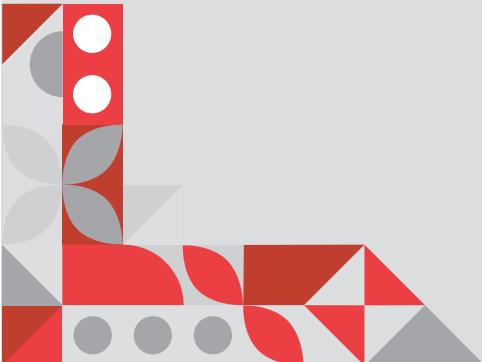
El área de seguridad es un espacio rectangular imaginario alrededor del logo en donde no debe ponerse ningún elemento, sea en piezas o en exposición en locales.

¿Para qué? Para asegurarnos siempre que nuestro logo tenga la máxima legibilidad y lecturabilidad posible. El área es de un (1) x en ambos costados y arriba y abajo

HORIZONTAL

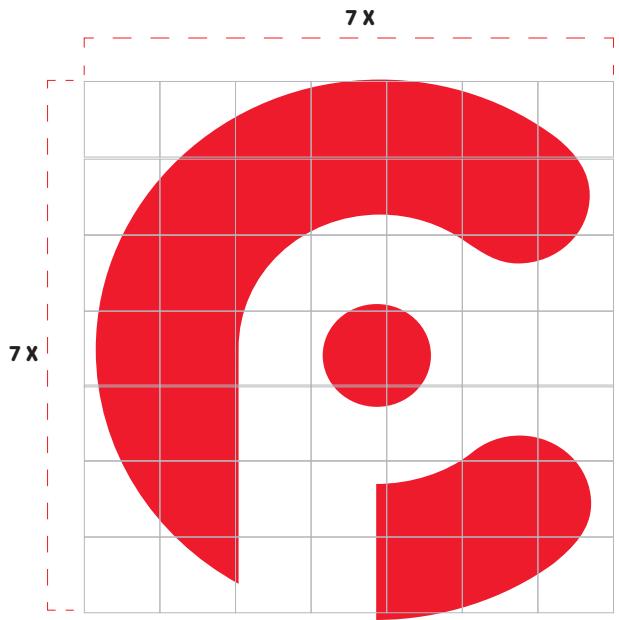
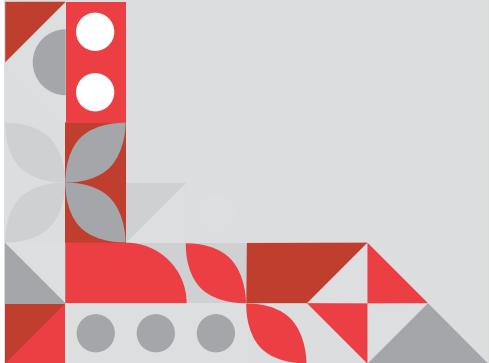


VERTICAL



LOGO

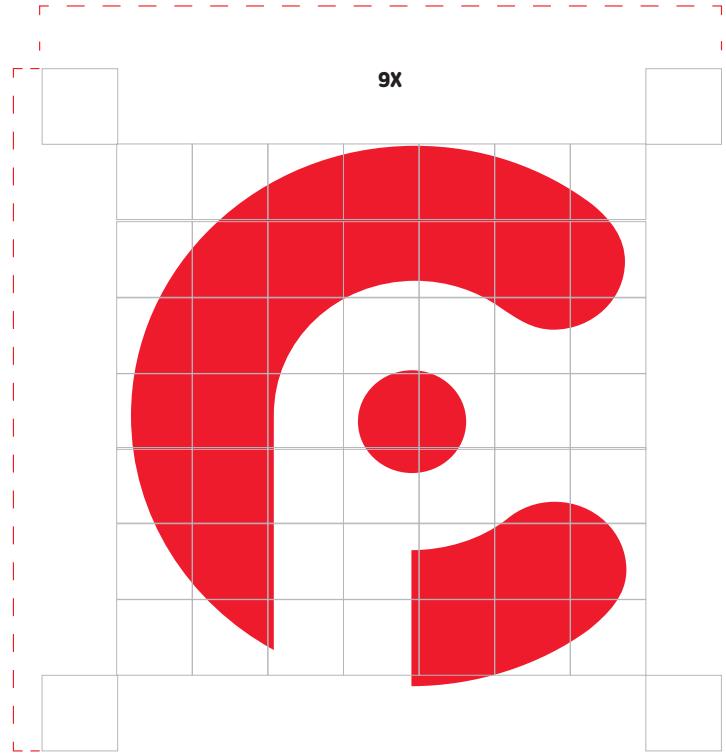
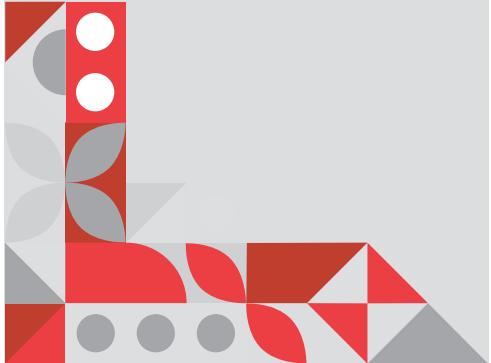
ISOTIPO
RETÍCULA



LOGO

ISOTIPO

ÁREA DE SEGURIDAD



LOGO

APLICACIÓN HORIZONTAL

Debido a las diferentes técnicas de impresión y en función de mantener la unidad de la marca, se establecen las posibles maneras en las que se puede aplicar el LOGOTIPO:

EN CMYK EN PANTONE MATE

EN PANTONE BRILLANTE y EN ALTO CONTRASTE

COLOR CMYK



COLOR PANTONE MATE



COLOR PANTONE BRILLANTE



ALTO CONTRASTE



LOGO

APLICACIÓN VERTICAL

Debido a las diferentes técnicas de impresión y en función de mantener la unidad de la marca, se establecen las posibles maneras en las que se puede aplicar el LOGOTIPO:
EN CMYK EN PANTONE MATE
EN PANTONE BRILLANTE y EN ALTO CONTRASTE

COLOR CMYK



COLOR PANTONE MATE



COLOR PANTONE BRILLANTE



ALTO CONTRASTE

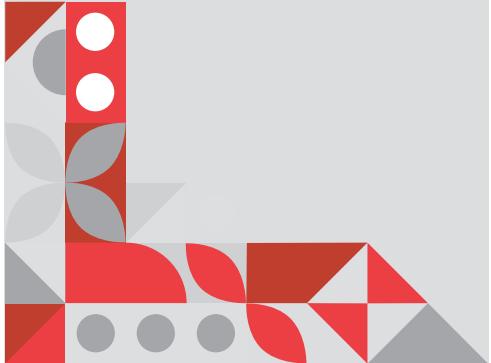
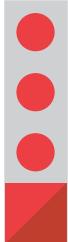


LOGO

TAMAÑOS MÍNIMOS

Nuestro logo tiene un límite para reducciones.

Por cuestiones de legibilidad, establecemos un tamaño mínimo. Aquí verás los tamaños en centímetros y píxeles para impreso y para digital.



HORIZONTAL



VERTICAL



HORIZONTAL

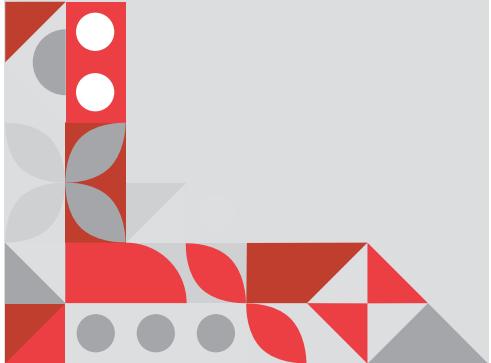


VERTICAL



LOGO

ISOTIPO
TAMAÑOS MÍNIMOS



1.5 CMS
46.3 PX

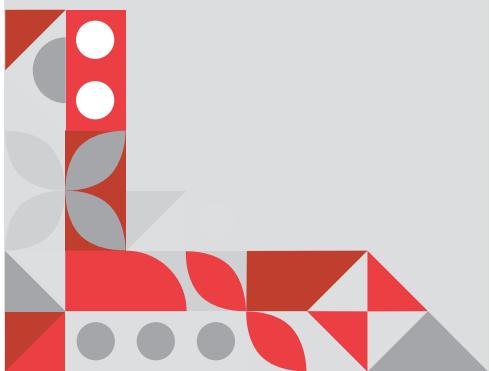


LOGO

USOS INCORRECTOS

Estos son los usos incorrectos más «populares», pero no significa que sean los únicos. Si tienes dudas al respecto de una aplicación en la que estés trabajando (o que veas), consulta de nuevo este manual. Si no está normado aquí, es un uso incorrecto.

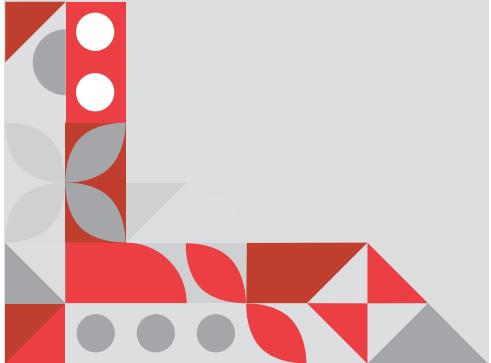
1. No cambies los colores del logo.
2. No cambies la fuente principal del logo.
3. No modifiques las proporciones de los elementos del logo.
4. y 5. No distorsiones horizontal o verticalmente el logo.
5. No quites elementos del logo.
6. No uses la versión principal en escala de grises. Mejor usa la versión en alto contraste.
7. No uses el logo sobre fondos donde no resalte.
8. No usar reborde



LOGO

COLORES CORRECTOS

Si debes poner el logo sobre colores diferentes a los oficiales, debes tener en cuenta que el logo siempre debe diferenciarse del fondo. En los fondos oscuros, usa la versión de colores de alto contraste blanco. En los fondos claros, usa la versión principal o la de alto contraste en café.



Blanco 0 Fondos Claros



Fondo Oscuro

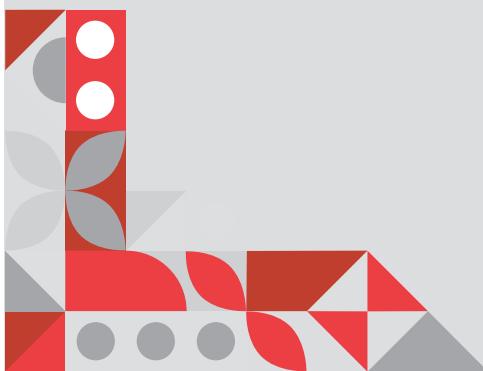


Fondo Claro positivo



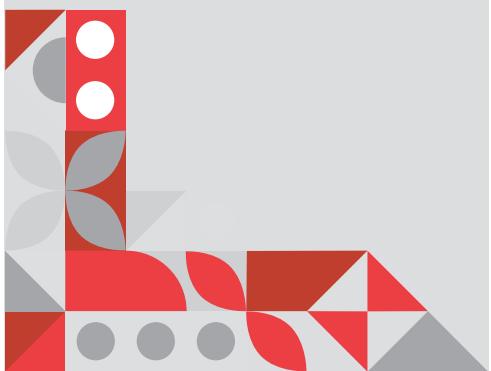
LOGO

COLORES CORRECTOS
BLANCO
O FONDOS CLAROS



LOGO

COLORES CORRECTOS
FONDOS OSCURO

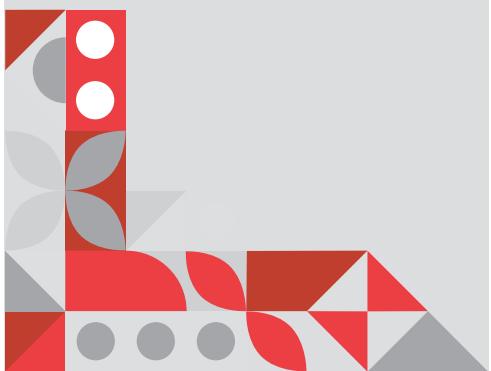




LENGUAJE
DE
MARCA

LENGUAJE DE MARCA COLOR

JERARQUÍA DE COLOR



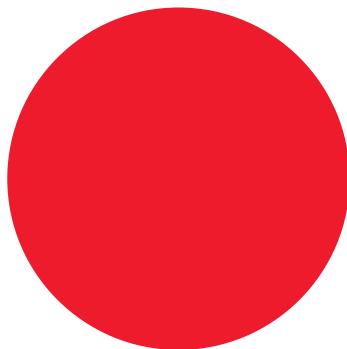
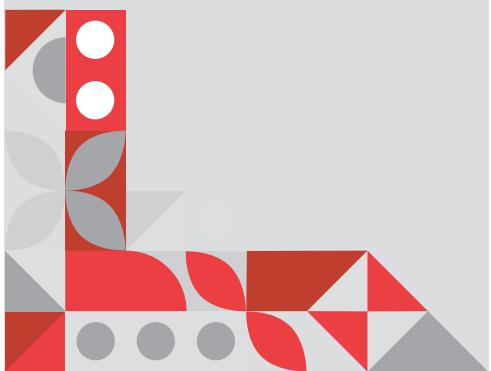
Los colores primarios son el rojo y gris;
reflejando energía y elegancia

Colores primarios

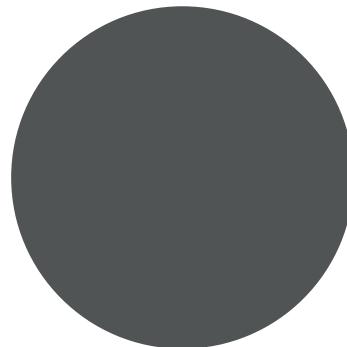


LENGUAJE DE MARCA COLOR

El manejo de color debe ser consistente y coherente en cada una de nuestras comunicaciones. Su uso correcto nos permite entregar mensajes uniformes, sistemáticos y detonadores de emociones en nuestros clientes.



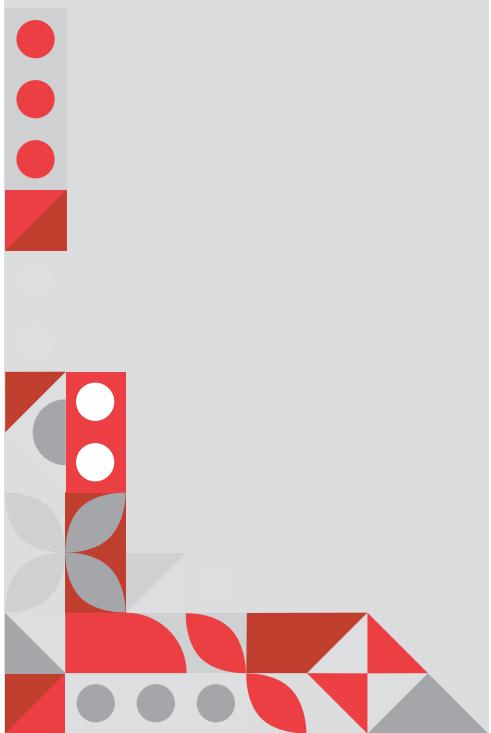
ROJO



GRIS

LENGUAJE DE MARCA COLOR

VERSIÓN EN COLORES
CMYK (Impresión)
y RGB (Pantalla)



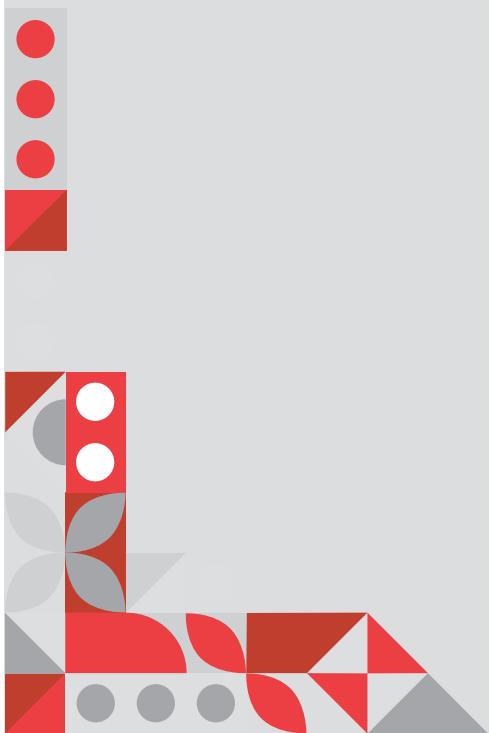
CMYK: 0 · 100 · 90 · 0
RGB: 191 · 0 · 39



CMYK: 0 · 0 · 0 · 90
RGB: 68 · 67 · 67

LENGUAJE DE MARCA COLOR

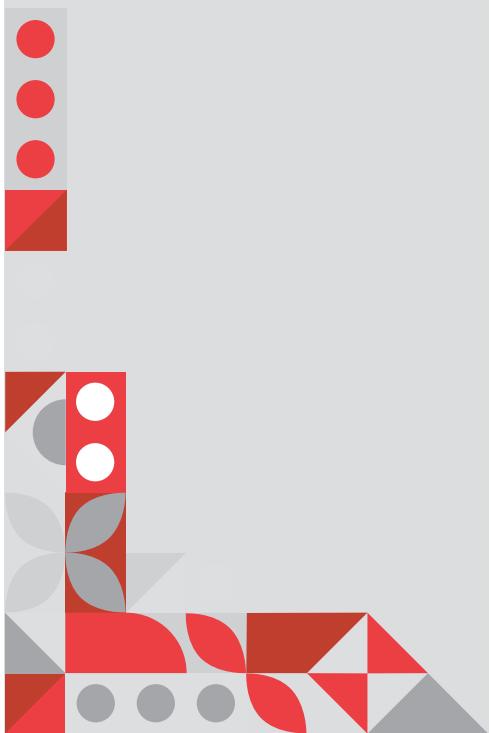
VERSIÓN EN COLORES
EN PANTONE



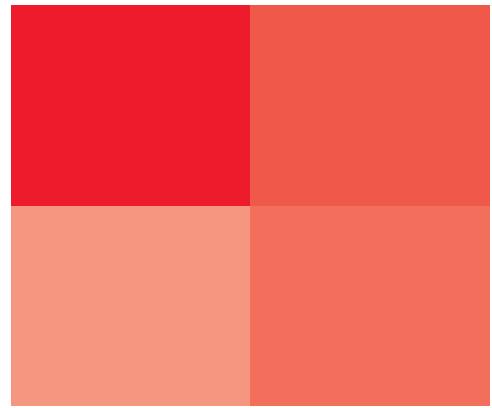
LENGUAJE DE MARCA COLOR

VERSIÓN EN COLORES

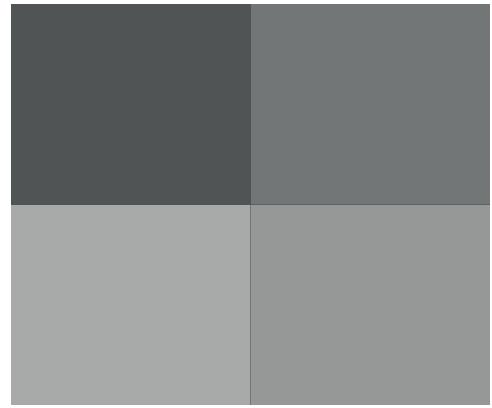
CMYK (Impresión)
y RGB (Pantalla)



CMYK: 0 · 100 · 90 · 0
RGB: 191 · 0 · 39

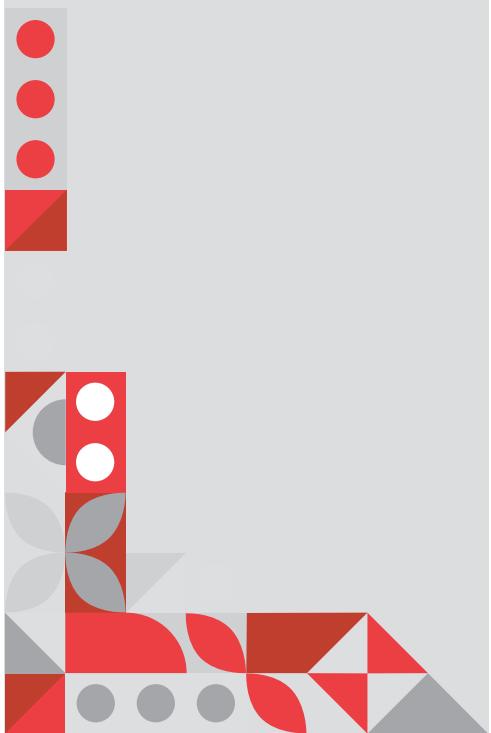


CMYK: 0 · 0 · 0 · 90
RGB: 68 · 67 · 67



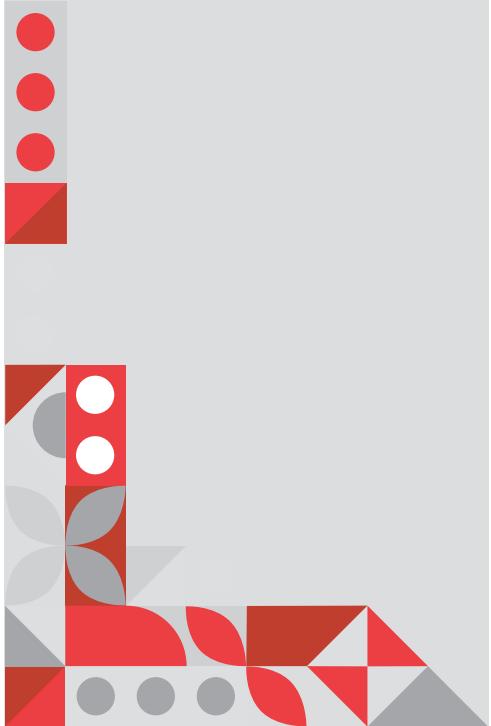
LENGUAJE DE MARCA COLOR

APLICACIÓN VERTICAL
DE LA MARCA



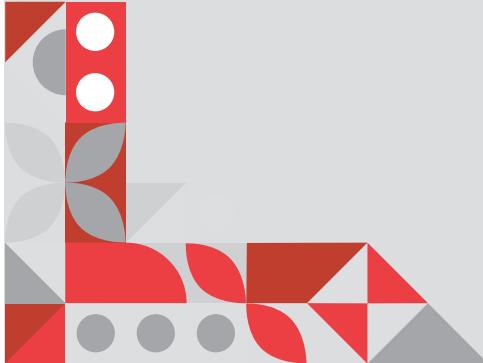
LENGUAJE DE MARCA COLOR

APLICACIÓN HOIZONTAL
DE LA MARCA



LENGUAJE DE MARCA SISTEMA TIPOGRAFICO

Creemos fielmente que la tipografía define la personalidad de nuestra marca. Por esta razón proponemos un sistema tipográfico con 4 fuentes; 1 son principal y 2 complementarias.



TIPOGRAFÍA LOGO / CASSANNET

ABC123

ABC
ABC

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
1234567890
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
1234567890

TIPOGRAFIA MODIFICADA PARA EL LOGOTIPO
EN SUS REMATES DE SERIFAS Y BLANCOS INTERNOS

TIPOGRAFÍA PRIMARIA PUBLICIDAD / ROWAY

ABC123

ABC
ABC
ABC
ABC

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxy
1234567890
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxy
1234567890
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxy
1234567890
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxy
1234567890

TIPOGRAFÍA PRIMARIA /

TIPOGRAFÍA APOYO CLARENDON BLK BT BLACK / MILKSHAKE

ABC123

ABC

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxy
1234567890

abc123

ABC

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnpqrstuvwxy
1234567890