



Manual de Identidad Corporativa

# Índice

- 1. Introducción
- 2. La marca
  - 2.1 Filosofía
  - 2.2 Representación
  - 2.3 Construcción
  - 2.4 Color
  - 2.5 Positivo / negativo
  - 2.6 Tamaños
  - 2.7 Tipografía
- 3. Usos no correctos
- 4. Aplicaciones

Este manual de Identidad se establecen las reglas y lineamientos básicos para usar correctamente los elementos gráficos y visuales de Freeda, con lo que se fortalece la identidad comercial.

Las disposiciones principales que se encuentran en este documento son las líneas corporativas para el uso adecuado de la marca y los colores institucionales, el uso del logotipo, tipografía oficial y las complementarias.

De igual forma se presentarán aplicaciones básicas en aplicaciones en elementos publicitarios externos.

Esto, es con el fin de ser una herramienta de trabajo ágil y útil, el manual de identidad de Freeda, se presenta de forma simple, para que los elementos que generan identidad de marca, se utilicen de forma consistente y sean respetadas.

# 1 Introducción

Para Freeda se ha creado un Manual Gráfico de Identidad, que contiene los valores necesarios que queremos expresar de esta marca.

Misión

Cubrirte a ti y a tu inmueble en contra de los temblores

Visión

Ayudar a proteger a las personas en contra de los temblores

Valores

Transformación, Responsabilidad, Pasión, Integridad, Confianza

# 2

## La Marca

# 2.1

La Marca Filosofía

Transformación

Responsabilidad

Pasión

Confianza

Integridad

Logotipo



La Marca

Representación

2.2

# Construcción y modulación

## Modulación

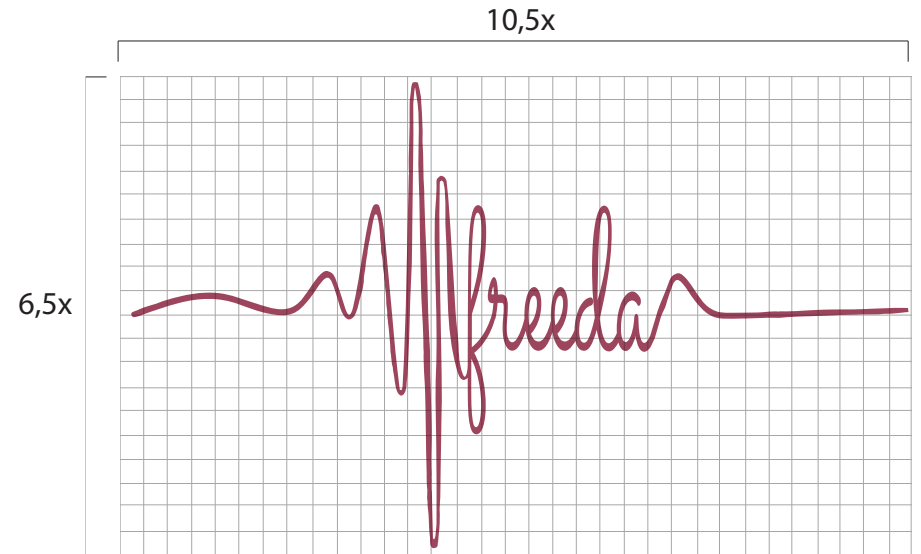
La escala mínima ya sea del imagotipo o isotipo nos sirve para definir cuál es el tamaño mínimo al que se puede reducir sin perder la legibilidad ya sea en su modo impreso o digital.

El valor establece la unidad de medida, así se asegura su correcta proporción de la entidad sobre cualquier soporte y medidas necesarias.

El logotipo se inscribe y construye sobre una superficie modular proporcional al valor X.  
Se establece como unidad de medida, de esta manera, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

# 2.3

## La Marca Construcción



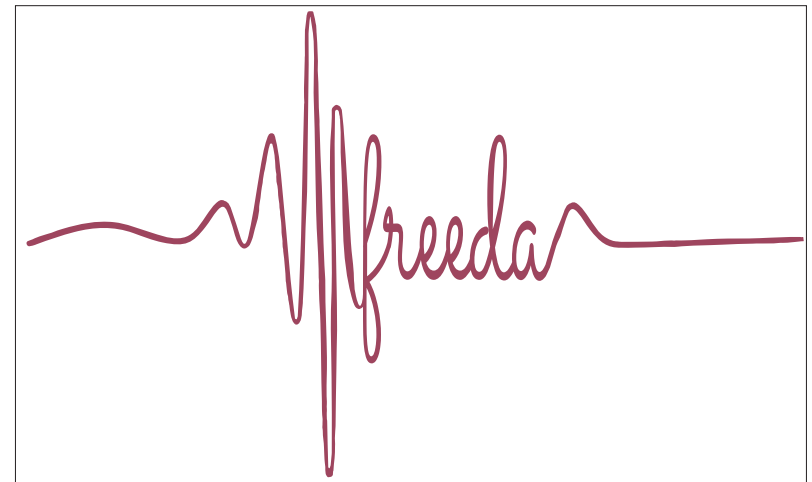
## Área de protección

Se estableció un área de protección en torno al logotipo.  
Esta área se deberá estar extenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.

Esta área se debe determinar por la medida "X", de siempre que sea posible, se prefiere aumentar este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (Imágenes y texto).

# 2.3

La Marca Construcción



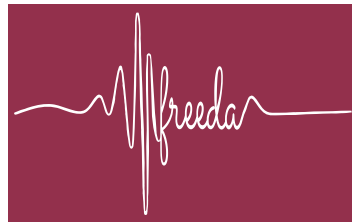


Pantone 7637 C  
CMYK C:27% M:87% Y:50% K: 25%  
RGB R:143% G: 42% B: 64%  
HTML: 912F46

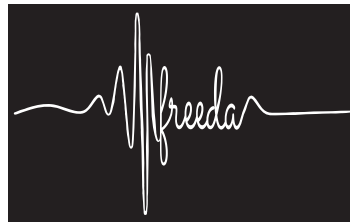
# 2.4

La Marca

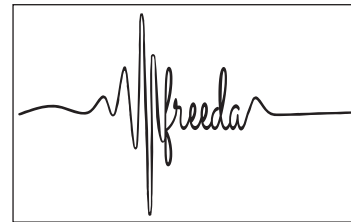
El color



Pantone 7637 C



Fondo negro



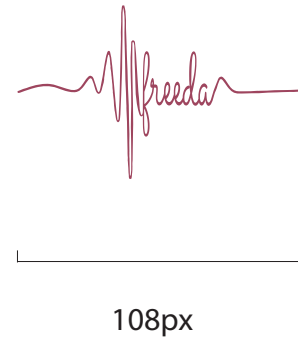
Fondo blanco

# 2.4

El color      Uso con fondo

Desde un tamaño máximo ilimitado, se establecen unos tamaños mínimos de reproducción digital.

Digital  
Web y video



# 2.6

La marca    Tamaños mínimos de reproducción

aQ

Raleway light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

aQ

Raleway light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

aQ

Raleway light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789

La marca

La familia tipográfica que se recomienda para acompañar a la imagen corporativa, es la **Raleway**.

Para su uso en toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa.

Se eligió esta tipografía por su claridad, estilo sencillo y buena legibilidad

2.7

Tipografía







3