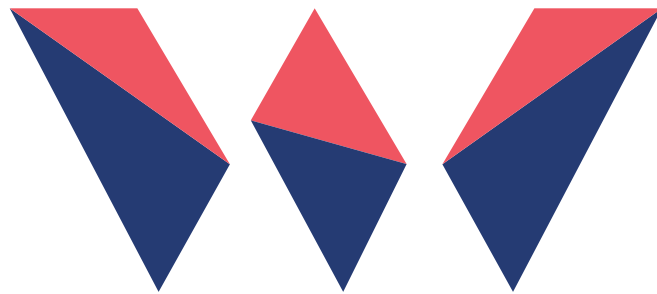


# MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



# Wanfor

La oportunidad está en tus manos

# INDICE

|   |    |
|---|----|
| MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA .....     | 1  |
| INTRODUCCIÓN .....                        | 3  |
| ANTECEDENTES .....                        | 4  |
| MISIÓN .....                              | 5  |
| VISIÓN .....                              | 5  |
| SIGNIFICADO DE LA MARCA .....             | 7  |
| ARQUETIPO .....                           | 8  |
| VALORES CORPORATIVOS .....                | 9  |
| CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA .....            | 10 |
| COLOR Y SU SIGNIFICADO .....              | 12 |
| USO DEL COLOR .....                       | 13 |
| Escala de grises.....                     | 13 |
| Blanco y Negro .....                      | 13 |
| TIPOGRAFÍA DE LA MARCA .....              | 15 |
| TIPOGRAFÍA DE USO INTERNO .....           | 16 |
| ELIMINACIÓN DE ELEMENTOS .....            | 17 |
| DISTORSIÓN DE SU PROPORCIÓN .....         | 17 |
| APLICACIONES NO PERMITIDAS.....           | 17 |
| CAMBIO DE DISTRIBUCIÓN DE ELEMENTOS ..... | 17 |
| CAMBIO DE COLOR .....                     | 17 |
| TARJETA DE PRESENTACIÓN .....             | 19 |
| HOJA MEMBRETADA .....                     | 20 |
| CARPETA MEMBRETADA.....                   | 21 |
| SOBRE.....                                | 22 |
| CREDENCIAL .....                          | 23 |
| AGENDA.....                               | 24 |
| PIE DE FIRMA .....                        | 25 |
| CAMISETA.....                             | 27 |
| BOLÍGRAFO .....                           | 28 |
| TAZA.....                                 | 29 |
| CONCLUSIÓN.....                           | 31 |



# INTRODUCCIÓN

Wanfor presenta este *Manual de identidad corporativa* para presentar todos nuestros usos, diseños desde la creación de la marca, hasta nuestra papelería corporativa para nuestro uso de nuestra empresa.



## ANTECEDENTES

Nuestra época ah atravesado muchos factores que han ido afectando a la población de nuestro país, actualmente nos encontramos con una alta tasa de desempleo, que se debe a varios factores tanto económicos, como sociales por esto como grupo de inversores queremos contribuir a la sociedad dado que a nuestra edad nos hemos sentido identificados con la problemática que en la actualidad vive nuestro país actualmente. Una investigación realizada por nuestro grupo, a recabado datos que el 70% de los jóvenes entre 18 a 25 no tienen conocimiento de como afrontar una entrevista de trabajo, no sabe cual es la vestimenta adecuada, ni como expresarse para generar una impresión al entrevistador. Los cambios que debemos de realizar podría generar un cambio a favor y en futuro que nos daría facilidad para conseguir una plaza en el mercado laboral.



# MISIÓN

- \* Wanfor desea tener participación en la mayor parte de la población que requiere más conocimiento sobre entrevistas laborales, formas de expresión y creación de CV.
- \* Brindarles todo el conocimiento por parte de nuestro grupo de trabajo a fin de capacitarlos para el mundo laboral.

# VISIÓN

- \* Ser una empresa líder en la capacitación de técnicas de expresión y persuasión para alcanzar mejores cifras de empleo en nuestro país.
- \* Tener un crecimiento productivo, para poder llegar a más personas a su vez ayudar con oportunidades laborales y poder que cada una crezca en su vida profesional.



**MARCA**

The image features the word "MARCA" in a bold, dark purple, sans-serif font, centered on a white background. The background is framed by large, abstract geometric shapes in red and dark blue, creating a dynamic, angular composition. The red shapes are located in the top right and bottom left corners, while the dark blue shapes are in the top left and bottom right corners.

# SIGNIFICADO DE LA MARCA

WANFOR (No Genérico)

El nombre busca representar:

W= WOMEN

AN= MAN

FOR= PARA



En español sería “el hombre o la mujer para” ya que nuestra empresa facilita empleos, capacitaciones, tips y asesoramiento para que alguna entrevista se concrete con éxito. A su vez tratamos de hacer un juego de palabras con la letra W ya que se podría usar también como M para así representar al women y man.

# ARQUETIPO

- Lema: la oportunidad está en tus manos
- Deseo básico: adquirir conocimiento y aprovechar oportunidades
- Objetivos: mejorar la situación de muchas personas e incrementar los niveles de empleo
- Estrategia: realizar las capacitaciones de forma didácticas para que los jóvenes adquirieran conocimientos de forma creativa
- Talento: dedicación, confianza y creatividad





# VALORES CORPORATIVOS

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Compromiso
- Transparencia

# CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

El diseño de la marca fue creado en base a un imagotipo, donde realizamos el carácter iconico y el texto, se creó un diseño iconico en base la W que es acompañado con el nombre de la marca se fundó en una base rectangular donde el carácter Iconico mide 46x20 mm, el texto 50x11 mm y el lema 4x50 mm.

ZONA DE PROTECCIÓN



# COLOR Y SU SIGNIFICADO

El color azul y rojo contraste de hombre y mujer según los estándares durante los años. Durante los años buscamos representar ambos géneros por eso son nuestros colores representativos ya que facilitamos soluciones para todos.



RGB: 43, 60, 115  
CMYK: 81, 67, 0, 42  
PANTONE P 103-15 U



RGB: 204, 86, 97  
CMYK: 0, 82, 54, 0  
PANTONE P 57-6 U

# USO DEL COLOR

## Escala de grises



## Blanco y Negro



# TIPOGRAFÍA DE LA MARCA

La tipografía de la marca fue creada desde cero, como grupo de diseño se decidió que nuestra marca tenga ese plus de reconocimiento dentro de la competencia.

Wd

En la tipografía del lema, usamos una ya existente dado que no genera tanto impacto visual en nuestra composición.

Wa

Acumin pro

# TIPOGRAFÍA DE USO INTERNO

La tipografía para los textos o párrafos decidimos elegir Cabin Medium, en modelo sencillo y va acorde de nuestra marca.

Aa

Para subtítulos elegimos la Alte Hass Grotesk dado que se asemeja y acompaña muy bien a la marca.

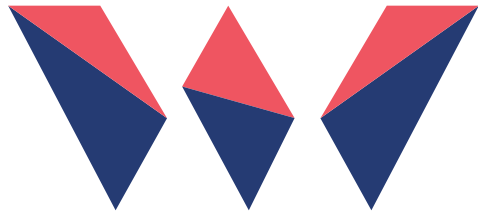
Aa

Como principal para los títulos elegimos la Heading Now Trial modo 36 bold ya que esta tiene muchas familias tipograficas.

Aa

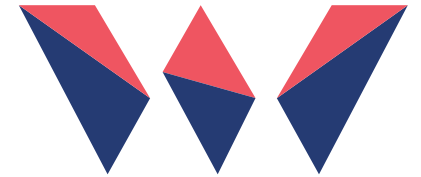
# APLICACIONES NO PERMITIDAS

## ELIMINACIÓN DE ELEMENTOS

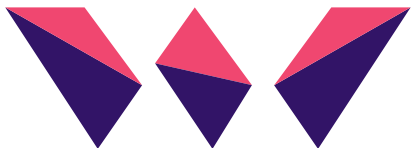


## CAMBIO DE DISTRIBUCIÓN DE ELEMENTOS

**Wanfor**  
La oportunidad está en tus manos

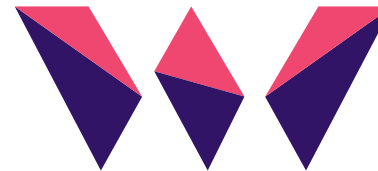


## DISTORSIÓN DE SU PROPORCIÓN



**Wanfor**  
La oportunidad está en tus manos

## CAMBIO DE COLOR



**Wanfor**  
La oportunidad está en tus manos



# Papelería Corporativa



# TARJETA DE PRESENTACIÓN

La tarjeta de presentación un elemento muy importante ya que debe llamar la atención desde la primera vista para al cliente, tiene que tener la información exacta y no información que no sea necesaria para no saturar el diseño ya que es un elemento pequeño.  
Sus medidas son de 85x55mm.



# HOJA MEMBRETADA

Nuestra hoja membretada tamaño A4 cuenta con un diseño abstracto geométrico , donde predomina los colores de nuestra marca. La marca ubicada en la parte superior izquierda como parte de presentación nuestra y en la parte baja izquierda para finalizar el documento resalta nuestra dirección, número y redes sociales.



# CARPETA MEMBRETADA

La carpeta membretada con un diseño abstracto que se refleja en la contraportada, pero con colores cambiados por su reflejo. Se ubicó la marca en la parte superior derecha en la portada y el lema en la parte superior izquierda de la contraportada.

LA  
OPORTUNIDAD  
ESTÁ EN  
TUS MANOS



📍 Guayaquil  
🎓 Facd. de comunicación social / UG  
☎ +593 96 099 5236  
🌐 wanfor.com

# SOBRE

El sobre corporativo con un diseño mas discreto pero siguiendo la linea gráfica de nuestra papelería corporativa, cuenta con unas medidas de 220x110.

Con el símbolo de la empresa de color blanco en el doblez de la parte superior y en la parte del frente superior izquierda la marca de la empresa.



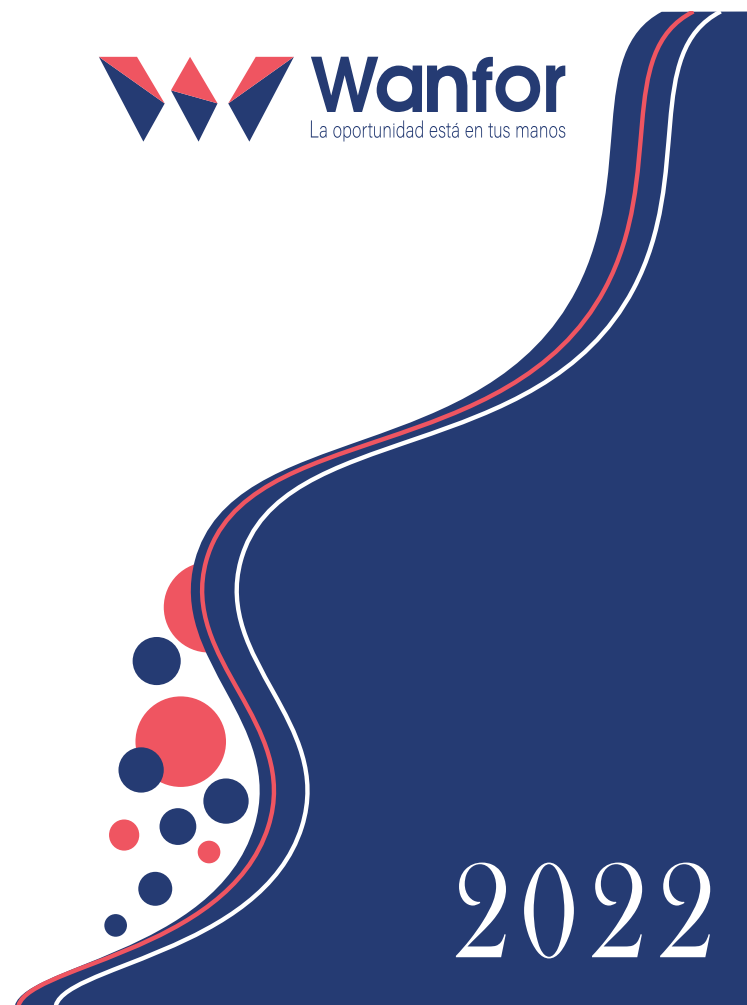
# CREDENCIAL

La credencial creada con unas medidas diseño 55x85mm, una pieza muy importante, para la identificación de nuestros empleados, donde se pueden agregar el puesto sus datos como datos principales.



# AGENDA

Sus medidas 180mmx240mm con un diseño diferente pero que hace parte de nuestra empresa, con nuestra mentalidad de romper esquemas y ser diferentes.



# PIE DE FIRMA

El pie de firma uno muy usado en la actualidad, dado que la mayoría de información que se comparte es vía correo electrónico, esto nos ayuda a tener un mejor conocimiento con que empleado estamos hablando, el departamento y que puesto tiene el trabajador.

Sus medida son de 59x25 mm con la información del trabajador la ubicación y las redes sociales de nuestra empresa.





# **Indumentaria Corporativa**



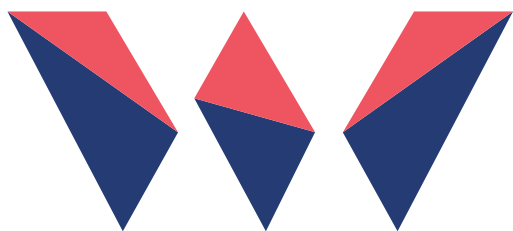
# CAMISETA

Este diseño para uso de olimpiadas o como recuerdo para pasantes y mas usos. Sus medidas son de 250x300mm. Este diseño puede variar dependiendo de los años e ir teniendo adecuaciones



# BOLÍGRAFO

El bolígrafo se maneja con un diseño mas sencillo dado que este es un objeto muy pequeño y puede saturar mucho diseño. Sus medidas son de 40x10mm y tenemos que tener en cuenta el tipo de bolígrafo a la hora de realizar la impresión en el objeto.



# Wanfor

La oportunidad está en tus manos

# TAZA

La taza también usado como un implemento de regalo o uso interno.

Sus medidas 200x100mm la importancia tratar de usar las medidas correctas para que cubra la mayoría de parte de la taza y no quede inconclusa.

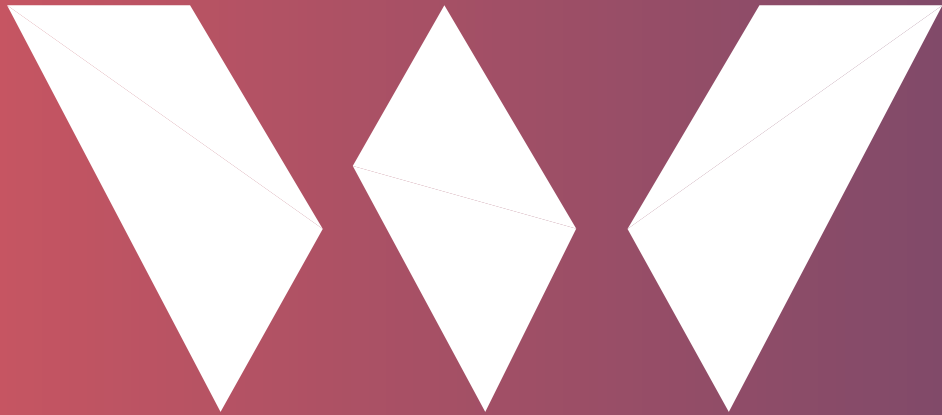


# Conclusión

# CONCLUSIÓN

Este manual nos atribuye una primordial herramienta para el manejo y empelo de las normas de presentación de los mensajes que impartirá nuestra organización, como medio para garantizar el respeto, buen manejo y la correcta identificación de identidad de la institución. A la vez se percibe el aumento de identificación y preciso reconocimiento de nuestra organización, incrementación en la confianza de los colaboradores, funcionalismo en los espacios en la organización y recorrido de la misma.





**Wanfor**  
La oportunidad está en tus manos