



Manual de Identidad Corporativa



# Índice

## 1. Logosímbolo

- |                             |    |
|-----------------------------|----|
| • Identificación básica     | 5  |
| • Descripción               | 6  |
| • Área de protección        | 7  |
| • Variable                  | 8  |
| • Aplicaciones sobre fondos | 9  |
| • Usos incorrectos          | 10 |
- 

## 2. Diferenciadores

- |                      |    |
|----------------------|----|
| • Color              | 12 |
| • Tipografía         | 13 |
| • Fotografías        | 14 |
| • Elementos gráficos | 16 |
| • Composición        | 17 |
- 

## 3. Papelería

- |                            |    |
|----------------------------|----|
| • Hojas Carta              | 20 |
| • Sobres                   | 21 |
| • Carpeta                  | 22 |
| • Tarjetas de presentación | 23 |
| • Tarjetas especiales      | 24 |
- 

## 4. Señalética

- |                            |    |
|----------------------------|----|
| • Avisos externos          | 26 |
| • Avisos internos          | 27 |
| • Aplicaciones decorativas | 28 |
- 

## 5. Comunicaciones

- |                            |    |
|----------------------------|----|
| • Comunicados              | 30 |
| • Mailing                  | 31 |
| • Presentaciones virtuales | 32 |
| • Afiches internos         | 33 |
| • Avisos de gran formato   | 34 |
- 

## 6. Identificación

- |                           |    |
|---------------------------|----|
| • Vestuario               | 36 |
| • Empleados y visitantes  | 37 |
| • Elementos promocionales | 38 |



**En ElectroHuila® queremos estar cada vez más cerca a nuestra gente**, por eso innovamos en productos y servicios que les brindan bienestar y seguridad. Esto está bien, pero no es suficiente. Más importante es generar confianza y estar presentes en el corazón de cada persona, pues solo así nuestra marca formará parte de sus vidas y podremos así comunicarnos en el mismo lenguaje y con intereses comunes. A partir de esta visión nos propusimos evolucionar nuestra imagen institucional de forma que podamos darle un nuevo y positivo impulso hacia el futuro.

Nuestra nueva imagen es la unidad de elementos de expresión que nos permiten como marca acercarnos a la gente brindando mensajes positivos, modernos y confiables. Una nueva imagen requiere una nueva mentalidad que se transmita en cada gesto, comunicado y en cada palabra que digamos, por eso debemos ser coherentes y velar por su correcta aplicación.

Este manual pretende ser un documento de constante consulta para todas aquellas personas u organizaciones que de alguna forma necesiten usar la nueva imagen de ElectroHuila® con fines publicitarios o de comunicación. Los invitamos a conocerlo y aplicarlo con responsabilidad **para trasmisir entre todos, buena energía.**

**Margarita María Ortiz Losada**

*Jefe Oficina de Responsabilidad Social y Ambiental  
Electrohuila S.A.E.S.P*

## Logosímbolo



## Logosímbolo

### Identificación Básica

El logosímbolo de ElectroHuila® expresa la esencia de lo que somos: buena energía.

A través de una apariencia amigable, alegre, limpia y moderna, queremos estar cada vez más cerca de nuestra comunidad y asociados lo que somos.

Colores vivos y orgánicos, movimientos en las formas, tipografía clara y confiable, libertad y alegría es lo que proyecta nuestra nueva identidad y al mismo tiempo, lo que deseamos reflejar.



## Logosímbolo

### Descripción

El logosímbolo está compuesto por dos elementos principales que son:

**1. Logotipo:** nuestro nombre ElectroHuila®, está escrito como una sola palabra con la particularidad de tener la E y la H en mayúscula. Su tipografía es exclusiva y por lo tanto no puede ser reproducida como texto con ninguna aplicación conocida.

**2. Símbolo:** las letras EH surgen de un movimiento flexible y moderno como es nuestra intención corporativa

La unión de los dos elementos conforman el logosímbolo. Su relación y proporción autorizadas son exclusivamente las presentadas en este manual. El símbolo puede actuar en forma independiente pero el logotipo no.

**3. Slogan:** forma parte del conjunto solo cuando se considere necesario por fines de comunicación, se puede prescindir del mismo sin afectar así el logosímbolo.



## Logosímbolo

### Área de Protección

El logosímbolo está rodeado por un área de protección que debe ser respetado para garantizar la claridad y perfecta legibilidad de la marca. Ningún elemento (gráfico, fotografía, texto o corte de página) debe invadir esta área.

El área mínima de protección está dada por la unidad de medida “x” que corresponde a 1/7 de la altura del logosímbolo. La medida “x” debe ser respetada a cada uno de los 4 lados e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.

Presentamos el área de protección con y sin Slogan.

El tamaño mínimo para aplicar el logosímbolo depende del medio donde se publique, el parámetro es que sea claro y legible.



# Logosímbolo

## Variable

Existe una variable del logosímbolo que está permitida y solo se debe usar en el caso de considerarse necesaria por limitaciones técnicas o de formato.

La variación consiste en ubicar el símbolo sobre el logotipo en la proporción acá presentada, sin alterar cada elemento en sus proporciones originales.

La proporción del símbolo es 6/8 partes del ancho del logotipo.

**Área de protección:** para esta variable, el área mínima de protección está dada por la unidad de medida “x” que corresponde a 1/8 del ancho del logosímbolo. La medida “x” debe ser respetada en cada uno de los 4 lados del logosímbolo e incluso debe ser mayor siempre que sea posible.

Presentamos el área de protección con y sin slogan.



## Logosímbolo

### Aplicaciones sobre Fondos

La aplicación de color del logosímbolo de ElectroHuila® es simple y sólida, de forma que tenga contundencia visual. Ninguna aplicación diferente a las presentadas en este manual es permitida:

- Sobre fondo blanco se aplica en sus colores corporativos. Esta es la forma recomendada siempre que sea posible.
- Sobre fondos de color como los de la paleta primaria, siempre se aplica en blanco garantizando así legibilidad y claridad.
- En blanco y negro la aplicación es simple, sobre blanco es negro, sobre negro es blanco.

SOBRE FONDO BLANCO



SOBRE FONDO AZUL PANTONE 2945 C



SOBRE FONDO VERDE PANTONE 375 C



SOBRE FONDO NARANJA PANTONE 158 C



NEGRO SOBRE BLANCO



BLANCO SOBRE NEGRO



# Logosímbolo

## Usos Incorrectos

El logosímbolo siempre debe ser reproducido a partir de los documentos vectoriales originales y no debe sufrir variación alguna. Hacer un uso correcto del logosímbolo es esencial para proteger la marca. A continuación se muestran algunos de los usos incorrectos:

1. No alterar las proporciones de los elementos.
2. No aplicar el logotipo directamente sobre fondos no permitidos.
3. No usar sombras.
4. No usar halos de luz.
5. No tramar los colores del logosímbolo ni usarlo como marca de agua.
6. No usar líneas de borde.
7. No condensar o expandir.
8. No cambiar los colores.
9. No involucrar al logosímbolo nuevos elementos ni ubicar sobre formas que alteren su apariencia.
10. No cambiar las tipografías.

Para obtener el arte oficial del logosímbolo póngase en contacto con Oficina de Responsabilidad Social y Ambiental de ElectroHuila® S.A.E.S.P o descargarlo de nuestra página web:

[www.electrohuila.com.co](http://www.electrohuila.com.co)



## Diferenciadores



# Diferenciadores

## Color

La paleta primaria de ElectroHuila® está compuesta por tres colores:

- Azul Pantone 2925 C
- Naranja Pantone 158 C
- Verde Pantone 375 C

Los colores se aplican planos al 100%, los usos de tramas y degradados deben ser controlados de forma que primen los colores sólidos.

Presentamos en la gráfica los colores en referencias de PANTONE, porcentajes de CMYK para policromías, en valores RGB para video y en código HTML para internet.

### TINTA ESPECIAL



PANTONE 2925 C

### POLICROMÍA

C: 84%	
M: 21%	
Y: 0%	
K: 0%	

### RGB

• R: 0 • G: 152 • B: 219

### HTML

0098DB

### TINTA ESPECIAL



PANTONE 158 C

### POLICROMÍA

C: 0%	
M: 64%	
Y: 95%	
K: 0%	

### RGB

• R: 227 • G: 114 • B: 34

### HTML

E37222

### TINTA ESPECIAL



PANTONE 375 C

### POLICROMÍA

C: 47%	
M: 0%	
Y: 94%	
K: 0%	

### RGB

• R: 146 • G: 212 • B: 0

### HTML

92D400

# Diferenciadores

## Tipografía

La tipografía institucional que acompañará a la marca será la **Gotham Rounded** en cualquiera de sus derivaciones, todas permitidas para usos comerciales y gráficos.

El uso de tipografías diferentes debe estar supervisado por la Oficina de Responsabilidad Social y Ambiental de ElectroHuila® S.A.E.S.P

### GOTHAM ROUNDED LIGHT

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

### GOTHAM ROUNDED MEDIUM

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

### GOTHAM ROUNDED BOLD

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

### GOTHAM ROUNDED BOOK ITALIC

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

# Diferenciadores

## Fotografías

Los mensajes visuales se imprimen fuertemente en la mente del consumidor, por eso debemos asegurarnos de transmitir siempre buena energía en cada fotografía que usemos. Así, la relación con la marca será positiva y agradable.

Somos una marca que debe ser cada vez más cercana al cliente. Por eso nuestras imágenes son:

- Cálidas
- Positivas
- Naturales
- Reales
- Limpias

Con las imágenes contamos historias, fortalecemos mensajes y conceptos asociados a beneficios y características de lo que hacemos.



# Diferenciadores

## Fotografías

A continuación ilustramos en un comparativo, la diferencia entre fotografías negativas y positivas de forma que nos aporte claridad en el momento de tomar o elegir fotografías para comunicaciones de ElectroHuila®.

### Imágenes negativas

Actitudes insinuantes, agresivas o en situaciones lejanas a la naturaleza de la marca



No usar fotografías oscuras, frías o negativas, pues no están de acuerdo con el espíritu de la marca.



Evitar enfoques o encuadres donde el uso no esté bien definido o se presenten elementos distractores.



### Imágenes positivas

Las imágenes están enmarcadas en una situación positiva. Son claras, reales y naturales.



Los elementos inspiran situaciones positivas, tranquilas y de bienestar, asociadas a las soluciones de la marca.



Relación natural y estética del uso en un ambiente que aporte protagonismo al mensaje deseado.

## Diferenciadores

### Elementos Gráficos

El logosímbolo genera elementos de diseño que vamos a ver aplicados en infinidad de formas como íconos, logos parches, etc. Esas formas por ser parte de nuestra misma imagen son fácilmente identificables con la marca.

Como vemos en estos ejemplos y otros que forman parte del presente manual, los mismos elementos permiten composiciones de todo tipo, facilitando así la creación de nuevos diferenciadores.



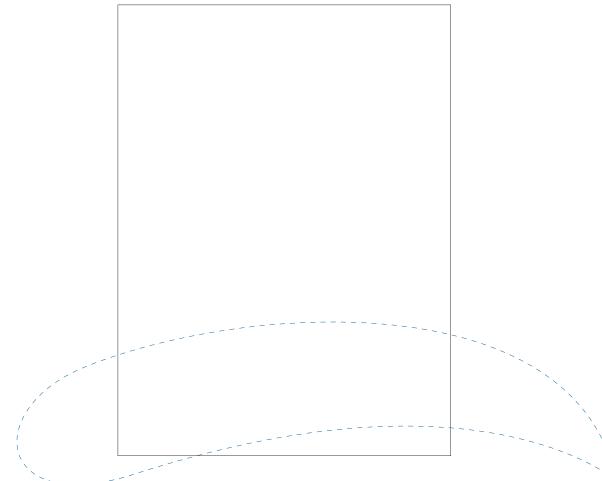
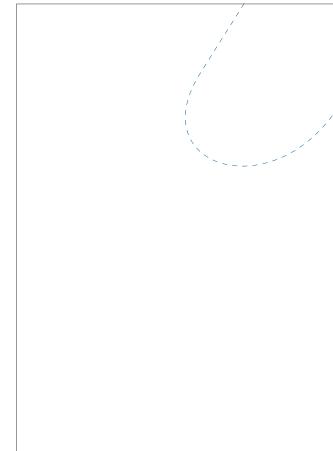
# Diferenciadores

## Composición

Los elementos gráficos de composición de espacios se originan en el logosímbolo como lo muestra la página anterior. De allí se desprenden curvas, líneas y grupos de color que nos permitirán tener una familiaridad con la marca.

Los elementos flotan y dejan a la vista algunas secciones que son los que vemos como parte de las piezas. Algunos aspectos a tener en cuenta al componer espacios con los elementos gráficos:

- 1.** Las divisiones deben usarse para separar espacios, no solo como elementos decorativos.
- 2.** Las curvas se deben percibir como divisores de espacio, excepto cuando su uso es como viñeta o elemento contenedor de algún mensaje.
- 3.** Se recomienda hacer divisiones de no más de cuatro espacios.
- 4.** Las curvas deben ser siempre originadas en las gráficas de la marca.
- 5.** Los colores predominantes en las curvas tanto en outline como de relleno deben ser los institucionales y el blanco.

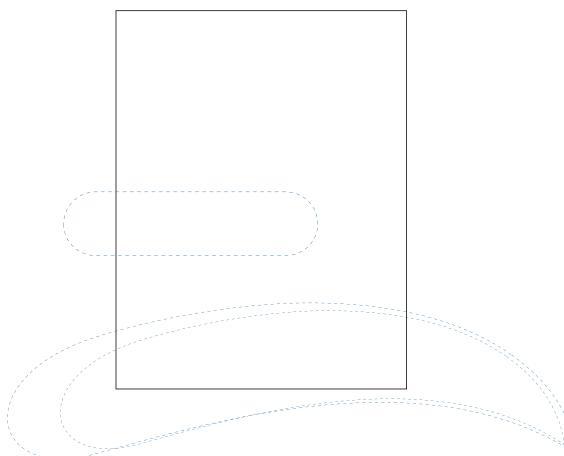


# Diferenciadores

## Composición

A continuación presentamos otros ejemplos de composición con los elementos institucionales, las posibilidades son infinitas.

Los colores y fondos deben ser manejados en colores planos, como marcos de fotos o delimitando espacios, destacando el orden y la limpieza.



Papelería



# Papelería

## Hoja Carta

Las piezas de papelería comercial de ElectroHuila® deben ser prácticas y estéticas de forma que sean agradables y cumplan con su objetivo. Los elementos de diseño son los mismos ya presentados, los ejemplos que se plantean en este manual son ilustrativos, pueden existir diferentes alternativas de diseño.

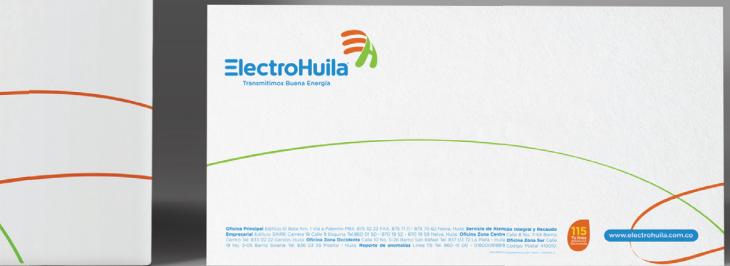
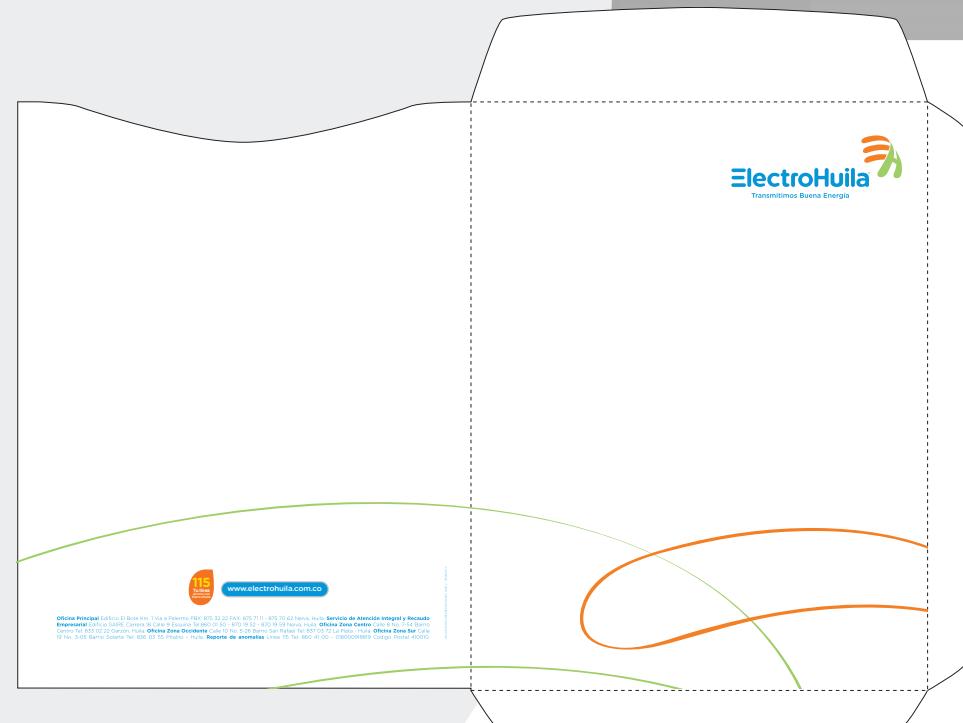
Este es un ejemplo de hoja carta.



# Papelería

## Sobres

Presentamos dos ejemplos de sobre, para carta tradicional y sobre tipo manila.

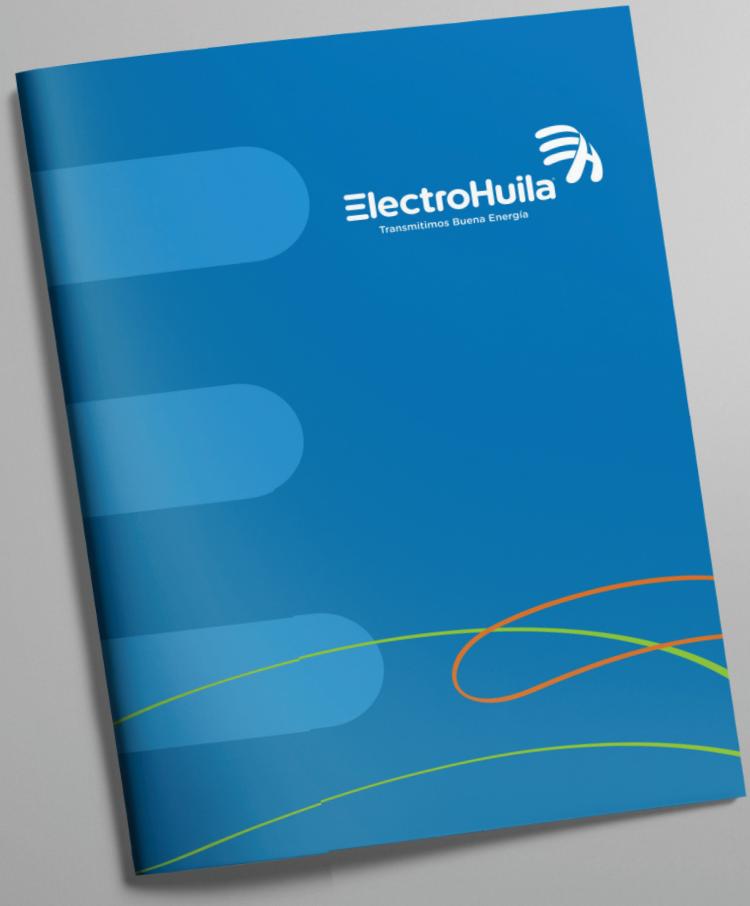
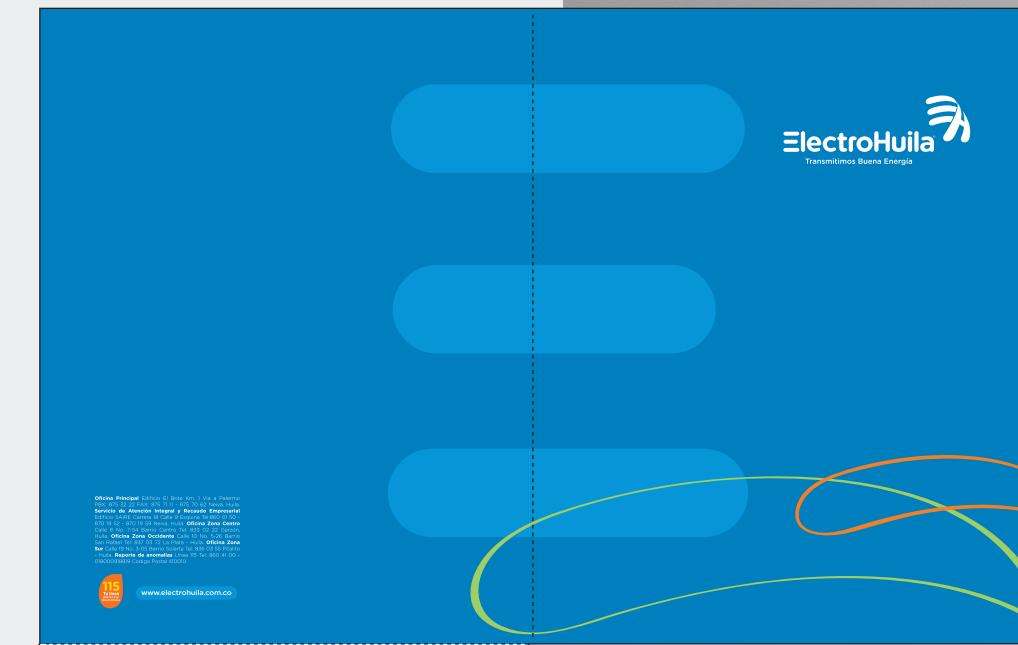


# Papelería

## Carpeta

La carpeta sirve de contenedor de documentos y pueden existir varias versiones, esta es solo una muestra de un diseño, no limita otras posibilidades.

La apariencia denota seriedad, seguridad y alegría.



# Papelería

## Tarjetas de Presentación

Preferiblemente por los dos lados, uno con la marca y otro con la información consiguiendo así orden y contraste. Los diseños o los colores pueden variar si existen categorías o secciones que se deban diferenciar entre ellas.



# Papelería

## Tarjetas Especiales

Pueden ser plegadas o de un solo cuerpo, el fin de estas tarjetas es contener información de reconocimientos, comunicaciones de tipo social, felicitaciones, etc., preferiblemente en papeles elegantes que permitan imprimir o escribir a mano.



## Señalética



# Señalética

## Avisos Externos

La apariencia de las fachadas en las sedes de ElectroHuila® las determinan los colores y el logosímbolo, que en estos casos tiene licencia para adaptarse a los formatos, modificando la proporción y ubicación natural del símbolo respecto al logotipo. Incluso el uso del color como en el segundo ejemplo donde el símbolo toma un tono de azul reducido del fondo para destacar el nombre.

El fin de estas libertades es que la identidad de marca se dé, a través de los diferenciadores de la marca como los colores, tipografías, formas y el logosímbolo.



Señalización exterior individual o con tablero multiseñal.

# Señalética

## Avisos Internos

Le estructura se conserva respecto a los avisos exteriores. La limpieza y claridad es esencial en la señalética, las formas redondeadas y colores corporativos juegan el agunos casos con muros para destacar la presencia de marca.

Existen formatos de avisos informativos individuales o multiseñal en áreas de alto tráfico.



## Señalética

### Aplicaciones Decorativas

Para vidrieras, pisos, divisiones, mostradores etc., se aplican franjas con elementos de la imagen de marca y el símbolo. Debe ser sutil y en la medida de lo posible, en armonía con los materiales de la base. Su fin es decorar sin protagonismo.

Vemos ejemplos de vidrieras, en madera y un atril para conferencias.



Comunicaciones



# Comunicaciones

## Comunicados

Internamente la marca se comunica sobre formatos limpios y directos, de forma que el mensaje sea protagonista, teniendo en cuenta que por lo general son voluminosos.

La aplicación de estos formatos puede ser para impresos o vía digital.

### Manual de Convivencia

**Fusce neque mi, consectetur gravida** convallis ac, varius & sed. Fusce pellentesque pretium quam. Ut luctus, laoreet id volutpat iaculis, est diam pulvinar sem, quis bibendum turpis dui eget mauris. Sed in mauris. Ut massa. Pellentesque condimentum felis nec sapien. Integer posuere elit at turpis.

**Nunc facilisi.** Sed sapien ipsum, commodo ut, facilisis odio, tincidunt id. Donec non nulla. Curabitur molestie volutpat magna. Vestibulum tempor faucibus nisi. Pellentesque vitae enim.

**Aliquam rhoncus volutpat mauris.** Sed auctor. Donec tincidunt velit et turpis. Donec sed augue eget laicus placerat adipiscing. Ut convallis, suscipit nulla. Morbi posuere elit, id turpis. Donec non nulla. Curabitur ornare gravida. Suspendisse ante nulla, gravida quis, eleifend sit amet, placerat eget, purus. Sed egestas magna ut erat.

**Vivamus euismod, odio** id mattis porttitor, tellus id consectetur turpis, ut auctor enim justo euismod nulla. Fusce eget diam vulputate massa tempor tempor.

**In ante.** Phasellus convallis, nisl in vestibulum facilis, lacus pede bibendum urna, dapibus pellentesque eros magna sed nibus. Etiam tortor arcu, porta nec, lobortis quis, mollis in, libero. Aenean dapibus est a metus. In sit amet elit. Pellentesque luctus lacus sollicitudin arcu. Cras mattis diam, id turpis. Donec non nulla. Curabitur ornare gravida. Suspendisse ante nulla, gravida quis, eleifend sit amet, placerat eget, purus. Sed egestas magna ut erat.

**Vivamus euismod, odio** id mattis porttitor, tellus id consectetur turpis, ut auctor enim justo euismod nulla. Fusce eget diam vulputate massa tempor tempor.

**In ante.** Phasellus convallis, nisl in vestibulum facilis, lacus pede bibendum urna, dapibus pellentesque eros magna sed nibus. Etiam tortor arcu, porta nec, lobortis quis, mollis in, libero. Aenean dapibus est a metus. In sit amet elit.

**Maecenas aliquam,** nibh id aliquet tincidunt, ante neque pulvinar mauris, sit amet fermentum nibh augue mollis risus. Maurs porttitor, varius mauris. Vivamus in urna et sem accumsan imperdiet.

**Aenean fringilla, eros tincidunt gravida** elementum, justo eros pharetra felis, in rhoncus arcu lectus non enim. Phasellus odio tortor, mattis ut, mattis elementum, luctus at, orci.

**Fusce neque mi, consectetur gravida** convallis ac, varius & sed. Fusce pellentesque pretium quam. Ut luctus, laoreet id volutpat iaculis, est diam pulvinar sem, quis bibendum turpis dui eget mauris. Sed in mauris. Ut massa. Pellentesque condimentum felis nec sapien. Integer posuere elit at turpis.

**Nulla facilisi. Sed sapien ipsum, commodo ut, facilisis odio, tincidunt id.** Donec non nulla. Curabitur molestie volutpat magna. Vestibulum tempor faucibus nisi. Pellentesque vitae enim.

**Aliquam rhoncus volutpat mauris.** Sed auctor. Donec tincidunt velit et turpis. Donec sed augue eget laicus placerat adipiscing. Ut convallis, suscipit nulla. Morbi posuere elit, id turpis. Donec non nulla. Curabitur ornare gravida. Suspendisse ante nulla, gravida quis, eleifend sit amet, placerat eget, purus. Sed egestas magna ut erat.

**Vivamus euismod, odio** id mattis porttitor, tellus id consectetur turpis, ut auctor enim justo euismod nulla. Fusce eget diam vulputate massa tempor tempor.

**In ante.** Phasellus convallis, nisl in vestibulum facilis, lacus pede bibendum urna, dapibus pellentesque eros magna sed nibus. Etiam tortor arcu, porta nec, lobortis quis, mollis in, libero. Cras mattis id. Sed molestie, luctus id bibendum luctus, magna orci luctus quam, et auctor urna id amet ligula. Sed purus du, suscipit et, malesuada non, consectetur in, augue. Proin et sapien.

**Maecenas aliquam,** nibh id aliquet tincidunt, ante neque pulvinar mauris, sit amet fermentum nibh augue mollis risus. Maurs porttitor, varius mauris. Vivamus in urna et sem accumsan imperdiet.

Fusce pellentesque pretium quam. Ut luctus, justo id volutpat iaculis, est diam pulvinar sem, quis bibendum turpis dui eget mauris.

**Phasellus convallis, nisl in vestibulum facilis** id aliquet tincidunt, ante neque pulvinar mauris, sit amet fermentum nibh augue mollis risus. Maurs porttitor, varius mauris. Vivamus in urna et sem accumsan imperdiet.

**Aenean fringilla, eros tincidunt gravida** elementum, justo eros pharetra felis, in rhoncus arcu lectus non enim. Phasellus odio tortor, mattis ut, mattis elementum, luctus at, orci.

**Fusce neque mi, consectetur gravida** convallis ac, varius & sed. Fusce pellentesque pretium quam. Ut luctus, laoreet id volutpat iaculis, est diam pulvinar sem, quis bibendum turpis dui eget mauris. Sed in mauris. Ut massa. Pellentesque condimentum felis nec sapien. Integer posuere elit at turpis.

**Nulla facilisi. Sed sapien ipsum, commodo ut, facilisis odio, tincidunt id.** Donec non nulla. Curabitur molestie volutpat magna. Vestibulum tempor faucibus nisi. Pellentesque vitae enim.

**Aliquam rhoncus volutpat mauris.** Sed auctor. Donec tincidunt velit et turpis. Donec sed augue eget laicus placerat adipiscing. Ut convallis, suscipit nulla. Morbi posuere elit, id turpis. Donec non nulla. Curabitur ornare gravida. Suspendisse ante nulla, gravida quis, eleifend sit amet, placerat eget, purus. Sed egestas magna ut erat.

**Vivamus euismod, odio** id mattis porttitor, tellus id consectetur turpis, ut auctor enim justo euismod nulla. Fusce eget diam vulputate massa tempor tempor.

**In ante.** Phasellus convallis, nisl in vestibulum facilis, lacus pede bibendum urna, dapibus pellentesque eros magna sed nibus. Etiam tortor arcu, porta nec, lobortis quis, mollis in, libero. Aenean dapibus est a metus. In sit amet elit.

**Maecenas aliquam,** nibh id aliquet tincidunt, ante neque pulvinar mauris, sit amet fermentum nibh augue mollis risus. Maurs porttitor, varius mauris. Vivamus in urna et sem accumsan imperdiet.

## Políticas Internas

**Aliquam rhoncus volutpat mauris.** Sed auctor. Donec tincidunt velit et tellus. Donec sed augue eget laicus placerat adipiscing. Ut convallis suscipit nulla. Morbi posuere ullamcorper ligula. Duis sit amet odio nec lorem ornare gravida. Suspendisse ante nulla, gravida quis, eleifend sit amet, placerat eget, purus. Sed egestas magna ut erat.

**Phasellus convallis, nisl in vestibulum facilis** id aliquet tincidunt, ante neque pulvinar mauris, sit amet fermentum nibh augue mollis risus. Maurs porttitor, varius mauris. Vivamus in urna et sem accumsan imperdiet.

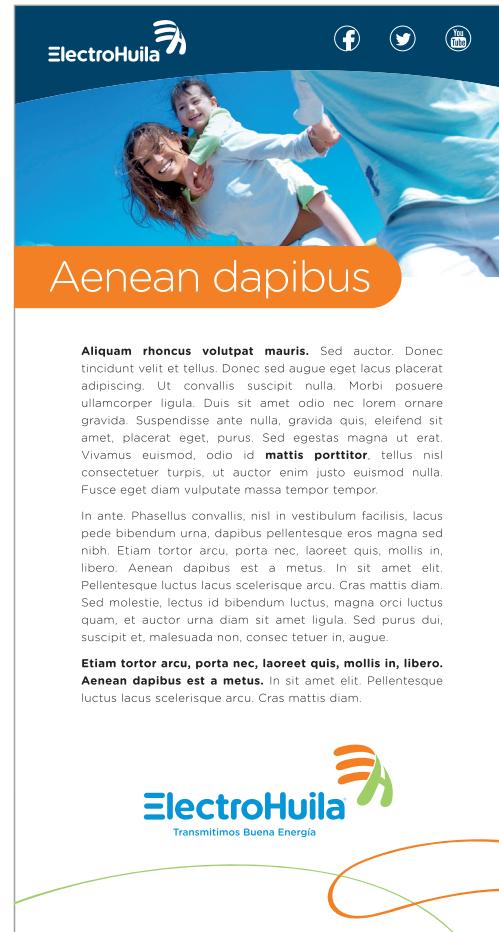
In ante. Phasellus convallis, nisl in vestibulum facilis, lacus pede bibendum urna, dapibus pellentesque eros magna sed nibus. Etiam tortor arcu, porta nec, lobortis quis, mollis in, libero. Cras mattis id. Sed molestie, luctus id bibendum luctus, magna orci luctus quam, et auctor urna id amet ligula. Sed purus du, suscipit et, malesuada non, consectetur in, augue. Proin et sapien.

**ElectroHuila®**  
Transmitimos Buena Energía

# Comunicaciones

## Mailing

Para facilitar la identificación en correos electrónicos institucionales, las plantillas ofrecen la oportunidad de trabajar fotografías, titulares, textos con destacados, todo bajo una franja fija con logosímbolo y links hacia redes sociales.

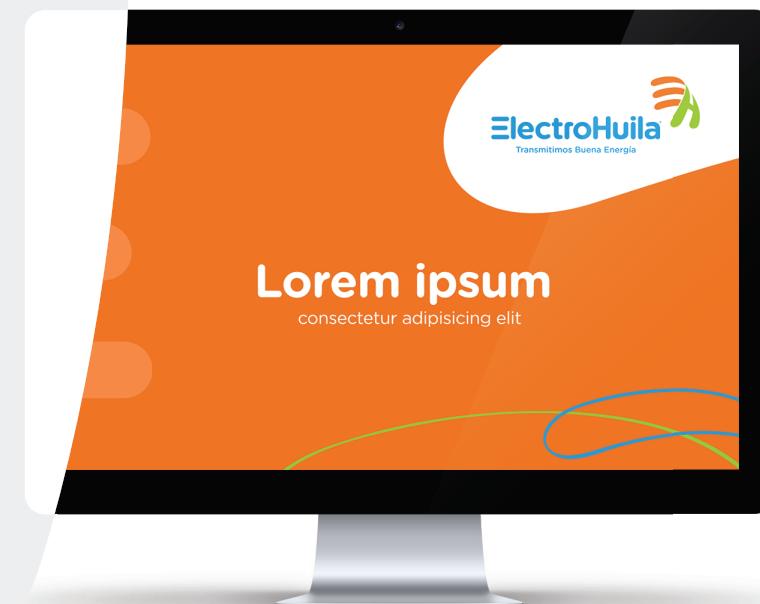


# Comunicaciones

## Presentaciones Virtuales

Para presentaciones en formatos digitales, determinamos el diseño de fondos editables para portadas y separadores y páginas para el contenido en dos versiones.

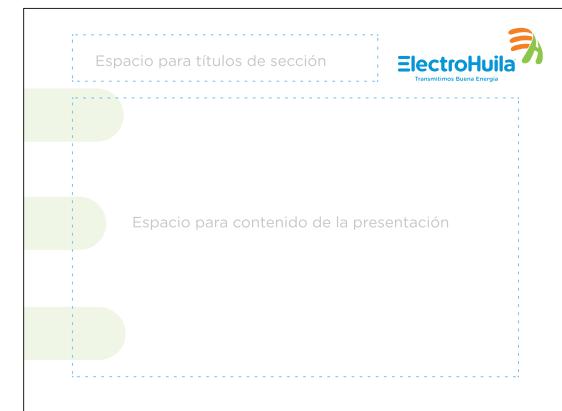
A partir de esta idea se pueden crear nuevas alternativas de forma que todas conserven la línea gráfica con diferencias que se consideren necesarias.



Fondos para portadas o separadores



Fondos para contenidos regulares



# Comunicaciones

## Afiches Internos

Para oficinas y puntos de atención al cliente se pueden destinar puntos fijos con estructuras de marcos removibles donde se puedan ubicar afiches dirigidos a empleados o visitantes, bajo una estructura de diseño que resulte dinámica y amplia en posibilidades como lo muestra el ejemplo.



# Comunicaciones

## Avisos de Gran Formato

Con los elementos de composición ya presentados, las posibilidades son interminables para diseñar piezas de gran formato donde prima el orden y la limpieza de forma que los mensajes sean claros y directos.

Vemos ejemplos de valla, pendón y pasacalle.



## Identificación



# Identificación

## Vestuario

Con el fin de crear códigos de vestuario afines a la actividad, nuestra imagen ofrece amplitud de posibilidades en colores y estilos desde los formales a los informales con variedad de combinaciones.

Vemos algunos ejemplos de aplicaciones sutiles del logosímbolo en prendas de colores planos que pueden ser impresos, bordados o como botón de gancho.



## Identificación

### Empleados y Visitantes

Para la identificación codificamos por colores: verde mujeres, azul hombres y naranja visitantes, con el fin de darle más colorido a estas piezas que por lo general son muy planas. Nuestro slogan resaltado al final invita a una buena actitud al portarlo.



## Identificación

### Elementos promocionales

En artículos promocionales o para regalos las posibilidades son ilimitadas y nuestra imagen permite hacer uso de diferenciadores muy fuertes: colores, logosímbolo y mensajes positivos como el slogan que se puede destacar de forma que los elementos hablen con el usuario.

Solo como ilustración, vemos en estos ejemplos camisetas, gorra, libreta y mugs.





Transmitimos Buena Energía

Manual de Identidad Corporativa

MARZO DE 2016