



CHOCOLÍ

A UN JUEGO DE LA REALIDAD

MANUAL DE MARCA

INTRODUCCIÓN

El propósito de este manual de marca es ser una herramienta versátil y sólida para sus aplicaciones en medios digitales o físicos, cabe recalcar que este no tiene como objetivo limitar las posibilidades creativas que puedan hacer crecer a la marca, sino el comunicar de manera clara el concepto de la marca **CHOCÓ** que ha venido de un proceso previo para establecer estos parámetros.

Este manual de identidad contiene las formas, colores, estilos gráficos, tipografías, entre otros puntos importantes que muestran la base sólida de nuestros valores y propósitos.

T A B L A D E C O N T E N I D O

1. ESTRUCTURA DEL ISOLOGO

- 1.1 Presentación del isologo
- 1.2 Estructura, composición y área de protección
- 1.3 Valores de marca

2. TIPOGRAFÍA

- 2.1 Tipografía principal, secundaria y auxiliar

3. COLOR

- 3.1 Colores principales
- 3.2 Sobre fondos
- 3.3 Positivo y negativo

4. USABILIDAD

- 4.1 Usos permitidos
- 4.2 Usos incorrectos

5. APLICACIONES

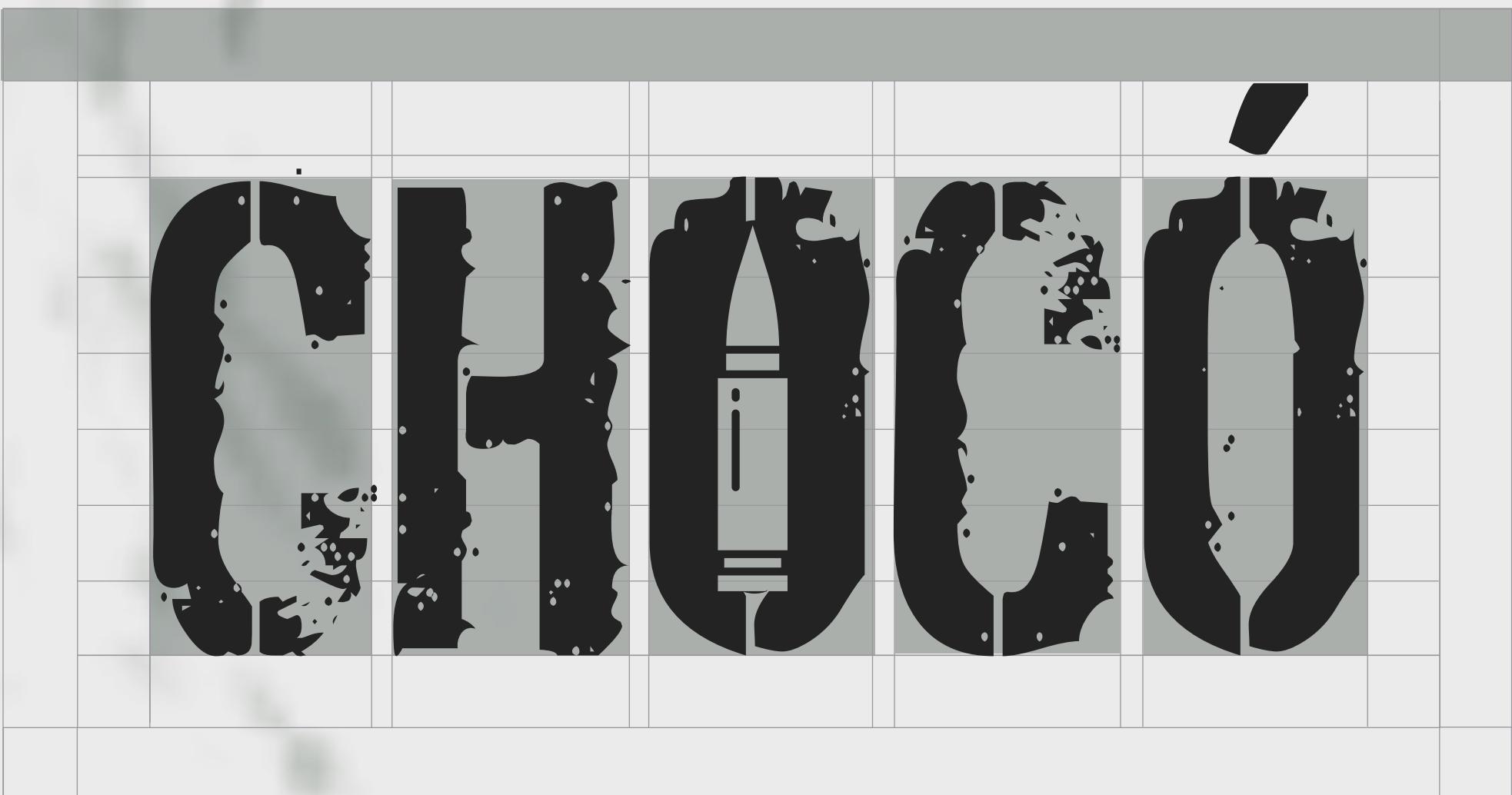
- 5.1 Ropa
- 5.2 Tazas
- 5.3 Cuadernos
- 5.4 Forros de celular
- 5.5 Redes
- 5.6 Pantallas

1 ESTRUCTURA DEL ISOLOGO

La marca hará uso de un isologo el cual está conformado por la palabra CHOCÓ en mayúscula y el icono de una bala insertada en la primera O.

El tagline de la marca es “a un juego de la realidad” la cual está en mayúsculas y se ubicará debajo del isologo.





El isologo se desarrolla en una retícula con el ancho de la C.



El área de protección se genera con el espacio que se crea con la tilde de Chocó.

Como se puede ver el isologo con el tagline se separan por el mismo espacio de la tilde y el ancho de Chocó.

EMPATÍA

Es la capacidad de entender las emociones y sentimientos de los demás en una determinada situación, para luego contextualizar y comprender las condiciones que pueden estar viviendo.

SOLIDARIDAD

Es la facultad que nos permite ayudar o apoyar a los demás en situaciones difíciles o complejas, sin hacer distinción de su raza, sexo, nacionalidad, religión, afiliación política, límites o discapacidades. Nace de un interés propio sin esperar nada a cambio.

VALENTÍA

Se relaciona con el heroísmo y el valor de una persona al momento de superar sus miedos o temores, actuando con determinación. Se puede ver reflejada en pequeños o grandes actos del día a día.

2 TIPOGRAFÍAS

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

DIRTY EGO

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

0123456789 (.,;&%€)

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

BARON NEUE

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

0123456789 (.,;&%€)

TIPOGRAFÍA AUXILIAR

DOSIS

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

0123456789 (.,;;&%€)

3 COLOR

WEB

#29332C

PANTONE

5605 C

C: 20%

M: 0%

Y: 14%

K: 80%

R: 41

G: 51

B: 44

WEB

#EFEFEF

PANTONE

663 C

C: 0%

M: 0%

Y: 0 %

K: 6%

R: 239

G: 239

B: 239

WEB

#777776

PANTONE

Color Gray 9 C

C: 0%

M: 0%

Y: 1%

K: 53%

R: 119

G: 119

B: 118

WEB

#232323

PANTONE

419 C

C: 0%

M: 0%

Y: 0%

K: 86%

R: 35

G: 35

B: 35

3.1

CHOCÓ

CHOCÓ

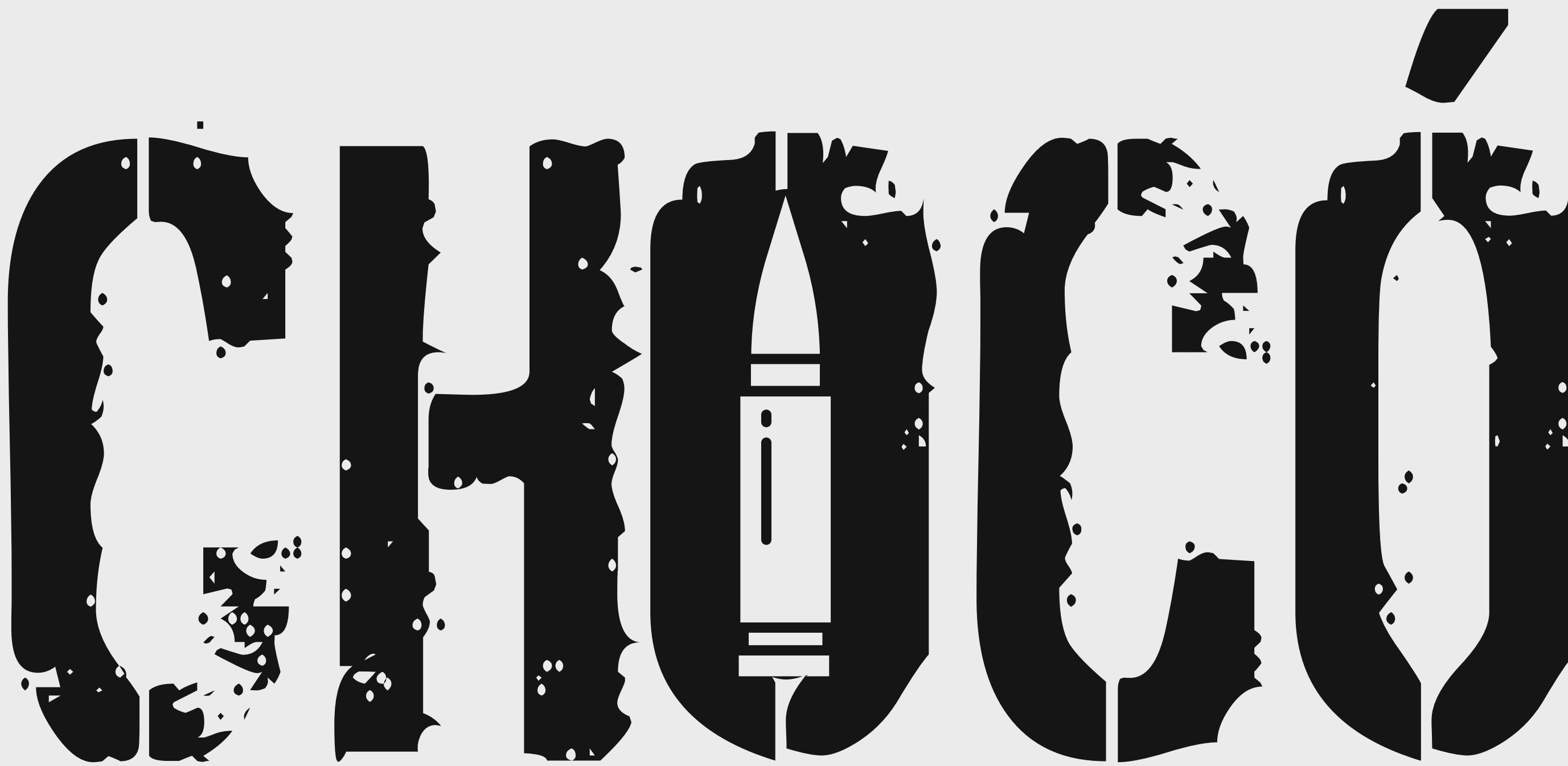
CHOCÓ

CHOCÓ



4 USABILIDAD

USO SIN DENOMINACIÓN





CHOCÓ



CHOCÓ



CHOCÓ



CHOCÓ



MAL USO O MODIFICACIÓN DE LOS COLORES CORPORATIVOS.

Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta.

El mal uso desvirtúa y perjudica la notoriedad de la misma, estas recomendaciones son extensivas a todas las variantes del isologo.

CHOCÓ

A UN JUEGO DE LA REALIDAD

CHOCO

A UN JUEGO DE LA REALIDAD

CAMBIO DE TIPOGRAFÍA O CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN.

CHOCÓ

A UN JUEGO DE LA REALIDAD

CHOCÓ

DISTORSIÓN DE LAS PROPORCIONES Y USO DE EFECTOS.

CHOCÓ

A UN JUEGO DE LA REALIDAD

CHOCÓ
A UN JUEGO DE LA REALIDAD

CHOCÓ

A UN JUEGO DE LA REALIDAD

4.2



5 APLICACIONES



5.1



5.1



5.1



5.2

5.3

CHOCÓ

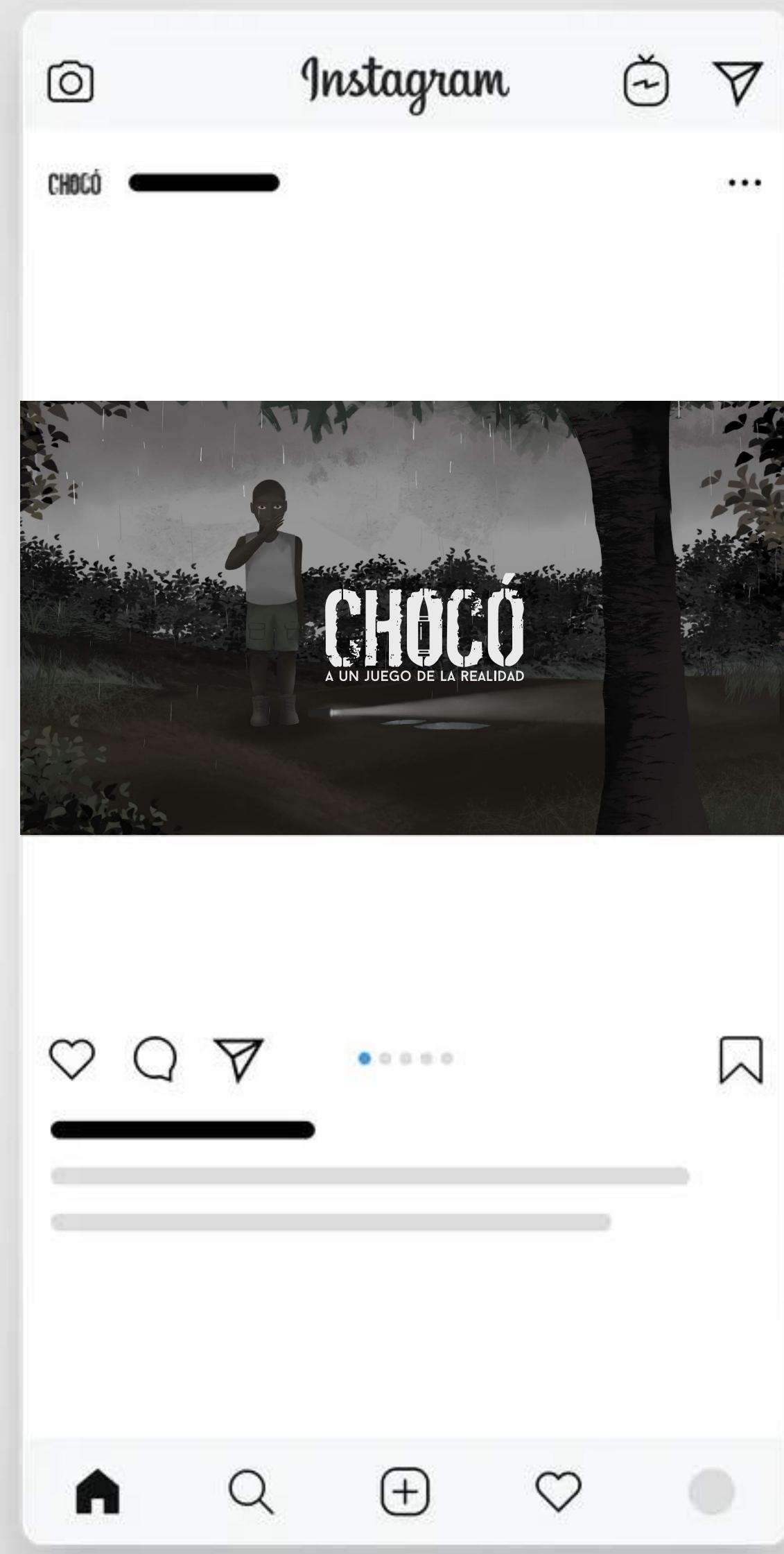


5.4

CHOCÓ



5.5



5.5



5.6



choco

5.6

CHOCOLÍ

A UN JUEGO DE LA REALIDAD