



CAPITAL GLOBAL

MANUAL DE MARCA

INDICE

Nuestra marca	04
Tipografías corporativas	05
Colores corporativos	08
Arquitectura de la marca	
Grilla constructiva	12
Área de seguridad	13
Reducciones mínimas	14
Versión reducida	14
Usos de la marca	15
Gráfica corporativa	
Papelería Institucional	18
Gráfica Audiovisual	21
Redes Sociales	23



Nuestra Marca

Es la expresión visual del proyecto.

Las formas distintivas y los colores elegidos para la misma, han sido diseñados para destacar en todo nuestro material de comunicación y diferenciarnos de nuestra competencia.

La marca siempre deberá ser reproducida desde el archivo de arte final. No intente recrear ni alterar este arte final de ninguna manera o forma.

Nuestra marca está compuesta por dos elementos:

- a. Logotipo
- b. Baseline/Strapline

Ambos componentes del logo se pueden utilizar por si solos.

También forman parte de la marca aquellos elementos dentro de la comunicación como tramas, colores corporativos y tipografía que crean una personalidad reconocible y diferencial.

TIPOGRÁFIAS COORPORATIVAS



Tipografía principal

En la construcción del logotipo se ha utilizado la tipografía **Flama** en dos variantes. Para usos complementarios se dispone de más variantes de la misma familia:
Thin - Thin Italic - Ultralight - Ultralight Italic - Light -
Ligth Italic - Book - Book Italic - Basic - Basic Italic -
Medium - Medium Italic - Semibold - Semibold Italic -
Bold - Bold Italic - Extrabold - Extrabold Italic - Black -
Black Italic.

Ésta posee una gran variedad de pesos y grosores que ayudarán a la creación de los distintos mensajes en las piezas de comunicación. Así podemos crear diferentes jerarquías de información en una misma comunicación.

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890!"#\$%&/()=?;¡“”[]_::;

Tipografía Secundaria

Como tipografía secundaria se trabajará con **Gotham**.

Ésta, al igual que la tipografía principal, posee una gran variedad de pesos y grosores:

Thin - Thin Italic - Ultralight - Ultralight Italic - Light -
Ligh Italic - Book - Book Italic - Basic - Basic Italic -
Medium - Medium Italic - Semibold - Semibold Italic -
Bold - Bold Italic - Extrabold - Extrabold Italic - Black -
Black Italic.

Esta, solo debe ser utilizada para textos, como la web, documentos institucionales y/o de difusión, presentaciones, institucionales, etc.

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890°!"#\$%&/()=?¡*"[]_::;

Ejemplo de uso tipográfico

LA MEJOR FORMA DE
INICIAR^(a) TU PROPIA
CARRERA DIGITAL^(b)

Ahora puedes crear negocios online desde cero y vivir haciendo lo que amas (c)

¡Comenzá hoy mismo! (d)

(a) Flama Light

(b) Flama Medium

(c) Gotham Light

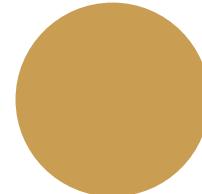
(d) Gotham Bold

COLORES CORPORATIVOS

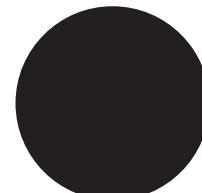
Paleta Coorporativa Principal

Los siguientes colores son los identificadores constantes de nuestra marca (dorado y negro). Juntos crean el equilibrio que refleja el espíritu y personalidad de nuestra marca.

Estos dos colores deben resaltar en cada uno de los diseños de piezas institucionales.

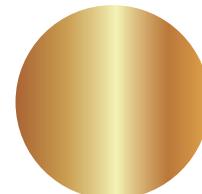


C: 22% M: 38% Y: 80 K: 0%
R: 194 G: 162 B: 85
#c2a255



C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%
R: 0 G: 0 B: 0
#211915

El logotipo tambien puede ser utilizado en un "degrade" dorado que simula ser oro.



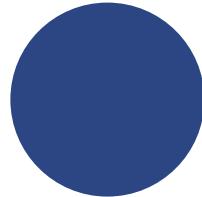
● C: 36% M: 69% Y: 96% K: 2% - #9b6829
● C: 22% M: 37% Y: 80% K: 0% - #c3a455
● C: 5% M: 0% Y: 35% K: 0% - #f7f5be

Paleta Coorporativa Secundaria

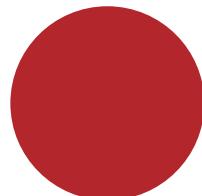
Se ha desarrollado una paleta de colores secundarios para completar a la principal.

Estos colores pueden ser utilizados como complemento de la paleta principal o bien como identificativo de servicios y/o productos dentro de la empresa.

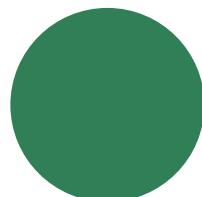
El logotipo nunca debe usutilizarse con los colores de la Paleta coorporativa secundaria.



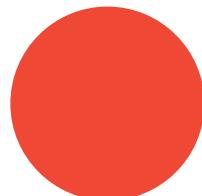
C: 96% M: 86% Y: 25 K: 0%
R: 36 G: 64 B: 122
#24407A



C: 31% M: 100% Y: 100 K: 2%
R: 149 G: 25 B: 29
#95191D



C: 84% M: 37% Y: 84 K: 2%
R: 79 G: 122 B: 83
#4F7A53



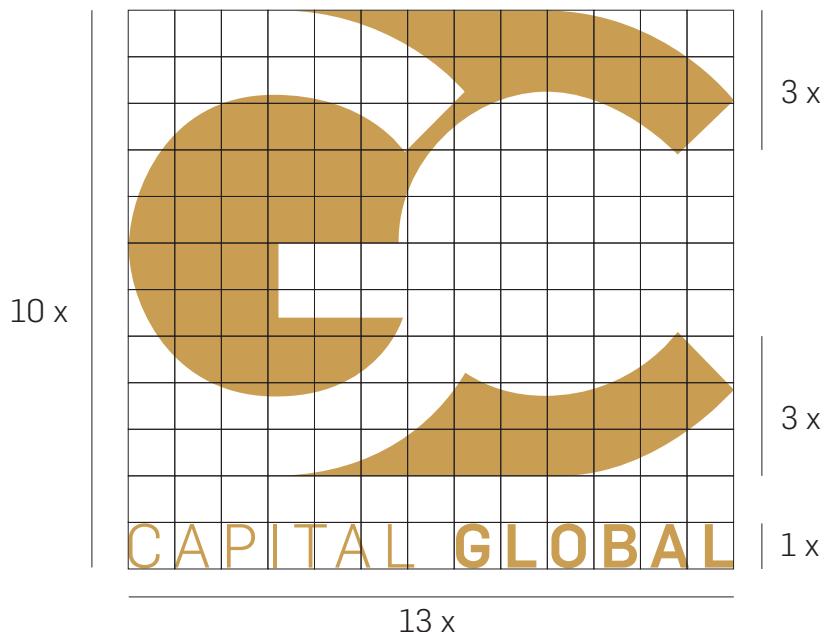
C: 0% M: 87% Y: 85 K: 0%
R: 200 G: 82 B: 51
#C85233

ARQUITECTURA DE LA MARCA

Grilla Constructiva

La Grilla Constructiva se establece a partir de una medida única (x) y estudia las relaciones de altos, anchos y densidades de la marca, logrando facilidad de lectura respecto de los soportes y de los elementos que la componen.

En todos los casos deberán respetarse estas medidas para que la marca no sufra alteraciones que generen diferentes versiones del logotipo original.



Modulo x

Área de seguridad

El área de seguridad se refiere al campo mínimo que debe respetarse al colocar elementos gráficos alrededor del isologotipo, el espacio entre este y los límites de trabajo y corte.

Esta medida evita que otros elementos generen un ruido visual que perjudique la visibilidad y legibilidad de la marca. El campo mínimo de actuación en este caso es de tres módulos.



Modulo x

Área de seguridad

Reducción mínima

La reducción mínima es el tamaño mínimo que puede tener el logotipo, con el cual sigue conservando su legibilidad y su capacidad comunicativa.

Se define un minimo de reproduccion de 25 mm x 28 mm. En caso de requerir un tamaño menor se podra utilizar el logo en su versión reducida.

Original



25 mm

28 mm

Versión reducida

La reducción mínima permitida para la versión reducida es de 12 mm x 9 mm. Esta puede utilizarse de la misma manera que la versión original, siguiendo todas las especificaciones descriptas anteriormente.

Reducida



9 mm

12 mm

Usos de la marca

Uso Correcto

El logotipo puede ser utilizado tanto en su versión original como en sus versiones reducidas, siempre y cuando estos se utilicen en los colores corporativos.

Aquí se muestran algunos ejemplos de su uso correcto:

Version original



Version reducida



Usos de la marca

Uso Incorrecto

El uso incorrecto del logotipo daña el impacto de nuestra comunicación, ya que de esta forma mandamos un mensaje incoherente. Cualquier variante de color, orientación, proporción o combinación es incorrecta y por tanto está prohibida.

Aquí se muestran algunos ejemplos de su uso incorrecto:



GRÁFICA COOPORATIVA

Papelería Institucional
Tarjetas personales

Medidas: 9 x 5 cm



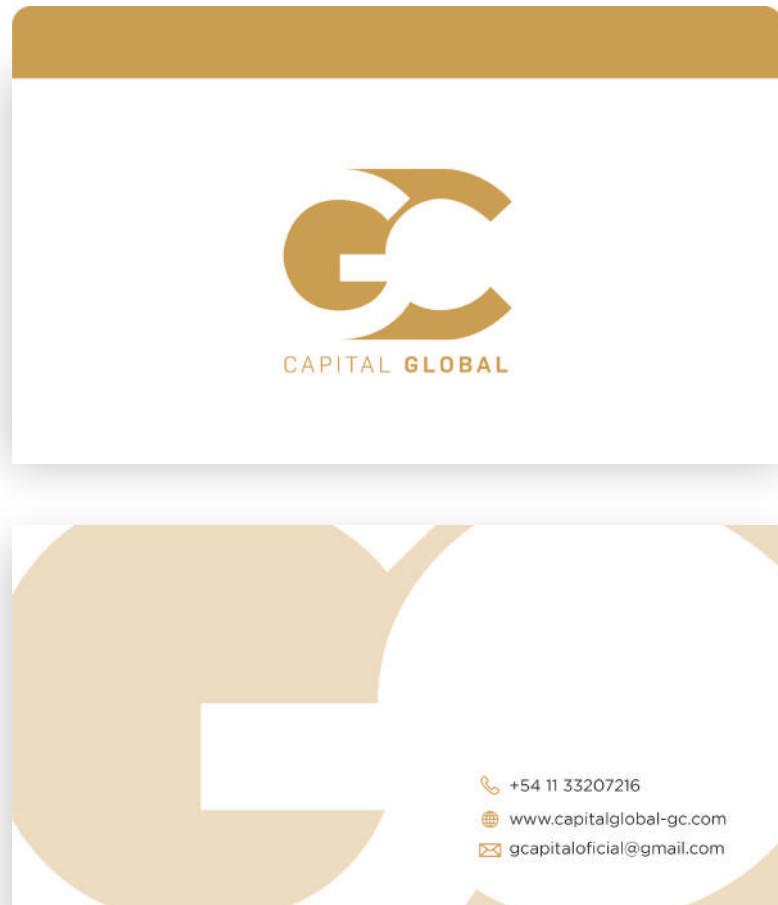
Hojas Membretadas Tarjetas personales

Medidas: A4 (21x29,7 cm)



Papelería Institucional
Sobre Americano

Medidas: 22 x 11 cm



Gráfica Audiovisual

Placas para videos

A continuacion se encuentran ejemplos de como se deben aplicar los elementos dentro de una produccion audiovisual.

- **Intro:** Se recomienda el uso del logo en su version original y degrade "oro" para generar un mayor impacto.



- **Presentacion de interlocutor:** Se puede utilizar cualquiera de las 3 opciones siempre considerando el fondo para mayor legibilidad.
La tipografia a utilizar debe ser la Principal (Flama) en cualquiera de sus variantes.

Opcion A



Opcion B



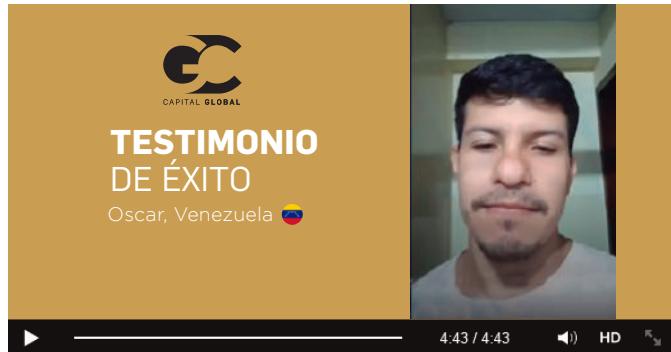
Opcion C



Gráfica Audiovisual

Placas para videos

- **Placas varias:** A continuación se plantean ejemplos varios de diferentes placas y/o elementos.



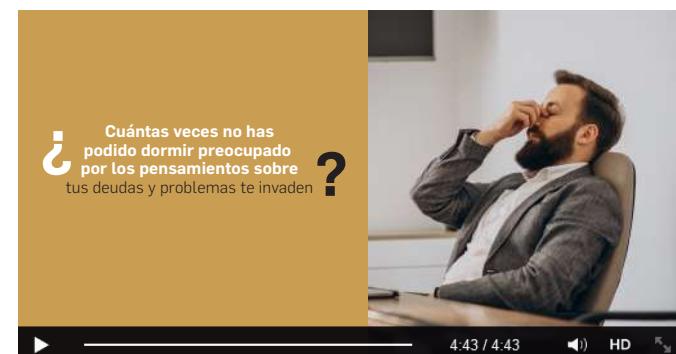
Titulos y/o encabezados: Tipografía Principal (flama), en caso de ser posible utilizar combinación de variables. Bajas y/o textos: Tipografía secundaria (Gotham) en cualquiera de sus variantes.



Combinaciones de Mayúsculas y minúscula, colores y variantes.



Se pueden utilizar colores de la Paleta Secundaria, siempre y cuando el porcentaje de Paleta Primaria sea superior.



En aquellos casos donde sea posible "jugar" con los tamaños de caractéres tales como signos de puntuación, exclamación, etc.

Gráfica Visual Redes sociales

A continuacion se encuentran ejemplos de como se deben trabajar las imágenes para las redes sociales:

- El logotipo solo puede ser utilizado con la paleta principal, su ubicación dependerá de la imagen utilizada de fondo teniendo en cuenta la legibilidad del mismo.





Gráfica Corporativa

Algunas consideraciones generales:

- Para gráficas generales y/o producciones audiovisuales institucionales, la paleta principal debe ser la que mayor jerarquía posea, se puede utilizar en algun elemento colores de la paleta secundaria, pero esta, no debe ser mayor a la primaria.
- La paleta secundaria podrá ser utilizada como principal en piezas que hagan referencia a cursos.
Por ejemplo: Si el curso "X" utiliza con el color azul como identificatorio. Este podrá ser el color principal en todas las piezas gráficas y audiovisuales que hagan referencia a este curso.
- Todas las imágenes utilizadas en piezas gráficas y/o videos deben ser libres de derechos o en su defecto, se debe adquirir su derecho mediante el pago correspondiente.

- El logo debe aparecer en todas las piezas graficas y en la mayor parte de las producciones audiovisuales.
- Titulos y/o textos de mayor relevancia deben ir en la tipografía principal (Flama), mientras que para el resto debe ser utilizada la secundaria (Gotham).
- Cuando sea posible se debe "jugar" con las variables tipográficas; así como también con las mayúsculas y las minúsculas y cuerpos tipográficos.