



Tus trámites legales desde donde estés

## | Manual de Identidad Corporativa

Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos que constituyen la identidad visual de Abogados Online Ecuador.

Dichos elementos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

# Índice

- 1. Simbología básica.
  - 1.1. Logo corporativo.
  - 1.2. Variaciones del logo corporativo.
  - 1.3. Área de seguridad.
  - 1.4. Tamaño mínimo.
  - 1.5. Colores corporativos.
  - 1.6. Degradado.
  - 1.7. Tipografías.
- 2. Normas para el buen uso de la marca.
  - 2.1. Versiones correctas.
  - 2.2. Aplicaciones correctas.
  - 2.3. Aplicaciones incorrectas.

# 1. Simbología Básica

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Abogados Online Ecuador se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

La marca Abogados Online Ecuador está construida a base de un símbolo, un logotipo, un slogan y colores corporativos que se deberán respetar por su uso correcto.

## 1.1. Logo corporativo

El logo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.

La marca Abogados Online Ecuador usa un Imagotipo (símbolo + texto separados) como logo.



## 1.2. Variaciones del logo corporativo

Dependiendo del uso que se le vaya a dar al logo, solo se pueden realizar las siguientes variaciones:

Isologo (símbolo + texto unidos)  
sin Slogan



Imagotipo con Slogan



Tus trámites legales desde donde estés

Imagotipo sin Slogan



## 1.3. Área de seguridad

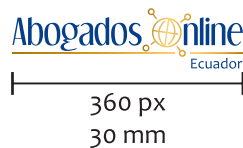
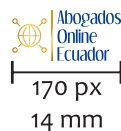
Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente a la letra A mayúscula de la palabra Abogados.



## 1.4. Tamaño mínimo

Para cada aplicación del logo corporativo, existe un tamaño mínimo para ser reproducido.

En cada aplicación se garantiza la lectura mínima a un tamaño de 6 pt.





## 1.5. Colores corporativos

El color es un componente fundamental de la identidad visual y contribuye de manera esencial a sistematizar sus comunicaciones.

Este es el color principal.

Html 024089  
Dark cornflower blue

Pantone 7687 C  
C98 M53 Y0 K46  
R2 G64 B137

## 1.5. Colores corporativos

Este es el color secundario.

Html E7B347  
Maximun Yellow Red

Pantone 143 C  
C9 M31 Y91 KO  
R231 G179 B71

## 1.6. Degradado

Los degradados también hacen parte de la identidad visual de Abogados Online Ecuador.

Forman una escala de colores adyacentes del color secundario, tal como se muestra a continuación.



0%		Html D5991D Gamboge	Pantone 7563 C Co M28 Y86 K16 R213 G153 B29
30%		Html E7B347 Maximum Yellow Red	Pantone 143 C C9 M31 Y91 K0 R231 G179 B71
50%		Html FFD276 Orange-Yellow (Crayola)	Pantone 134 U Co M17 Y53 K0 R255 G210 B118
70%		Html E7B347 Maximum Yellow Red	Pantone 143 C C9 M31 Y91 K0 R231 G179 B71
100%		Html AA770D Gold	Pantone 132 C Co M29 Y92 K33 R170 G119 B13

## 1.7. Tipografía Corporativa

En la construcción del logotipo se han utilizado dos familias de tipografía:

Principal: Dreams Orphans.

### Dream Orphans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789\$%&/(){}?!,;+=<>@...;

### *Dream Orphans Italic*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789\$%&/(){}?!,;+=<>@...;

### **Dream Orphans Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789\$%&/(){}?!,;+=<>@...;

### ***Dream Orphans Bold Italic***

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789\$%&/(){}?!,;+=<>@...;

## 1.7. Tipografía Corporativa

En la construcción del logotipo se han utilizado dos familias de tipografía:

Secundaria: Candara.

### Candara Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
Z abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0130456789\$%&/(){}~!;+=<>'@.,,;

### Candara Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0130456789\$%&/(){}~!;+=<>'@.,,;

### Candara Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
Z abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0130456789\$%&/(){}~!;+=<>'@.,,;

### Candara Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0130456789\$%&/(){}~!;+=<>'@.,,;

## 2. Normas para el buen uso de la marca

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Abogados Online Ecuador se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación.

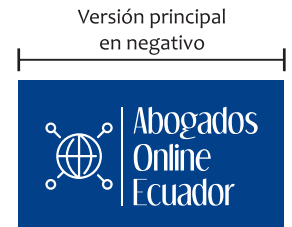
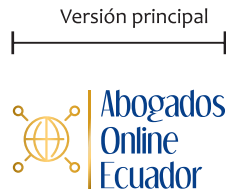
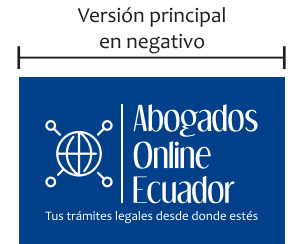
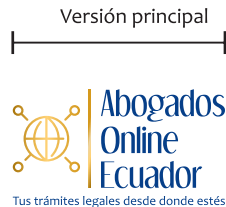
Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

## 2.1. Versiones correctas

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal.



## 2.1. Versiones correctas

En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro.

Versión blanco y negro



Versión blanco y negro  
en negativo



Versión blanco y negro



Versión blanco y negro  
en negativo



Versión blanco y negro



Versión blanco y negro  
en negativo





## 2.2. Aplicaciones correctas

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones.

Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

## 2.2. Aplicaciones correctas

Fondo de color no  
corporativo oscuro



Fondo de color no  
corporativo claro



Fondo fotográfico  
oscuro



Fondo fotográfico  
claro



## 2.3. Aplicaciones incorrectas

La marca debe reproducirse siempre siguiendo los estándares corporativos recogidos en este manual.

En este sentido, no se podrán alterar nunca los colores indicados ni las proporciones.



