

20  
20



**DIEREZ** & Cía.

A B O G A D O S

Manual de Identidad Corporativa

# Introducción

A continuación se presenta el **Manual de Identidad Corporativa de Dieretz**, que contiene las herramientas gráficas para el uso correcto de la marca en sus aplicaciones impresas y digitales.

Los principios de coherencia y consistencia plasmados en estas páginas, junto a sus definiciones, tienen como objetivo una clara comunicación de la marca y la proyección de su solidez.

Su uso está pensado para las personas que sean responsables de interpretar, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

# Índice

**01**

Logotipo

**02**

Proporciones

**03**Áreas  
de protección**04**

Tipografías

**05**

Variaciones

**06**

Colores

**07**

Uso principal

**08**Positivo y  
negativo**09**Usos  
incorrectos**10**

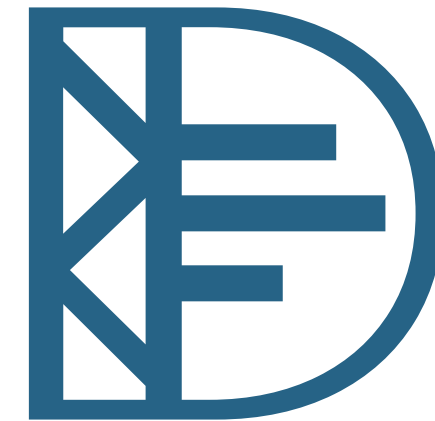
Aplicaciones

# 01. Logotipo

“Dieréz” es el nombre de la marca que nace a partir de la unión de “Díaz y Pérez”.

Es un estudio de abogados, que contará con clientes del área comercial y construcción. Se toman estos conceptos como inspiración para crear una identidad única.

Se genera un imagotipo a partir de la “D” que es la letra inicial, y en su interior contiene formas sintetizadas que hablan de las áreas mencionadas. El lado izquierdo representa una grúa y el derecho gráficos de comercio.



**DIEREZ** & Cía.

A B O G A D O S



## 02. Proporciones

Las proporciones de la marca deben mantenerse en su alto y ancho para mantener legibilidad y armonía, es decir no deben modificarse las distancias o tamaños, solo debe escalarse.



# 03. Áreas de Protección

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo, se define un área de protección, que establece una distancia mínima entre el logotipo y otros elementos gráficos, donde no puede ser intervenida con textos, imágenes, fotografías, etc.

El área de protección está definido por un espacio cuya distancia corresponde a la que existe entre la línea base del isotipo, y la línea base de los caracteres.



# 04. Tipografías

El logotipo se compone de dos familias tipográficas, una principal y una secundaria.

La primera, es la fuente “Baskerville”. Es una tipografía ancha y con terminación serif. Tiene un alto contraste de sus trazos anchos y finos, lo que la vuelve más legible y clara, ideal para el nombre de la marca. Es una tipografía clásica, representa uno de los conceptos que se quiere reflejar que es lo tradicional del derecho.

La segunda fuente es “Quicksand”, es una tipografía sans serif y se elige como bajada para contrastar con una tipografía serif e incorporar modernidad.

## Principal

### Baskerville

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890(!@#\$%&/?)

## Secundaria

### Quicksand

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890(!@#\$%&/?)

## 05. Variaciones

Las variaciones de un logotipo tienen como propósito dar versatilidad y la posibilidad de adaptarse a distintos espacios o requerimientos manteniendo sus propiedades y sentido.

Además de la versión principal de Dieréz, van a existir otras 3 versiones, donde va a variar la posición, y además, puede usarse Dieréz con el nombre solo, o ir acompañado de “& Cía”.





## 06. Colores

Los colores de la marca son el azul y el gris.

El principal es el azul, se encuentra en el símbolo y en el nombre de la marca. Es un color tradicional en logotipos del área de abogados. Proyecta autoridad, decisión y liderazgo.

El segundo color es un gris claro. El gris proyecta discreción y seriedad. Se escoge en la bajada porque tiene menor impacto visual para así no competir con el nombre de la marca.



#26446b



#848484

## 07. Uso principal

La versión principal del logotipo va a servir como el máximo identificador de la marca, es el que más se va a reproducir, y por lo tanto el de mayor impacto visual. Se propone optar por esta versión para presentaciones o imagen de perfil de la marca.

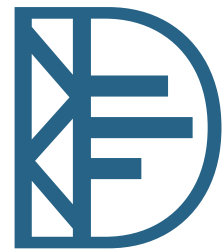


## 08. Positivo y negativo

Siempre se necesita tener una versión en positivo o negativo del logotipo, para casos como contar con una impresora monocromática, ahorro de costos, resaltar sobre un fondo, colaboraciones con otras marcas, etc.

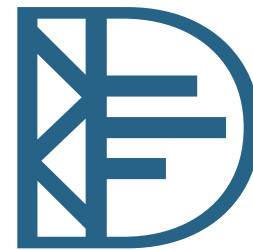


## 09. Usos incorrectos



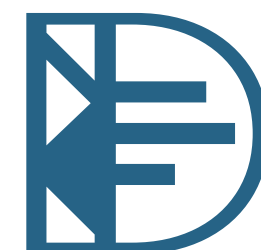
**DIEREZ** & Cía.  
A B O G A D O S

1. Estirar logotipo



**DIEREZ** & Cía.  
A B O G A D O S

2. Cambiar tipografía



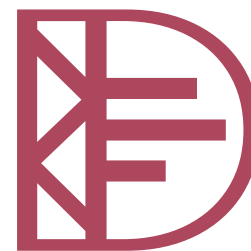
**DIEREZ** & Cía.  
A B O G A D O S

3. Modificar logotipo



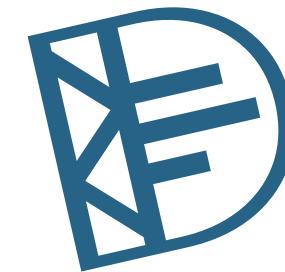
**DIEREZ**  
A B O G A D O S & Cía.

4. Cambiar orden  
de elementos



**DIEREZ** & Cía.  
A B O G A D O S

5. Usar un color que no es  
el corporativo



**DIEREZ** & Cía.  
A B O G A D O S

6. Cambiar dirección  
del logotipo

## 10. Aplicaciones

