



CITYCHIP.PE

La ciudad del chip a un click.

Manual de identidad visual

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca CityChip en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado para establecer las bases para todas las personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos. El correcto y consistente uso de la marca CityChip contribuirá a conseguir los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

La marca CityChip está construida en base a un imagotipo, donde se representa gráficamente la marca mediante un ícono junto a un texto, a través de unos colores corporativos que se deberán respetar por su uso correcto.



Logo

01A. LOGO CORPORATIVO

El imagotipo forma parte de los elementos básicos de la identidad de CityChip y es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.

En esta página se muestra la versión principal del logo. Éste se compone de:

- un símbolo en forma de grafía “C”
- la dirección de la página web que contiene el nombre de la empresa CityChip
- el eslogan identificativo de “La ciudad del chip a un click”.



El símbolo que representa la grafía “C” hace un degradado de color de izquierda a derecha. A la izquierda se sitúa el naranja corporativo y a medida que se desplaza hacia la derecha, éste va realizando una transición hacia el amarillo corporativo. El nombre de la página web CityChip va en color blanco. El eslogan “La ciudad del chip a un click” también se representa con el mismo color naranja corporativo. Los elementos que componen el imagotipo están establecidos sobre un fondo negro.

El símbolo y el nombre siempre tienen que ser visibles en la misma superficie y nunca van por separado.

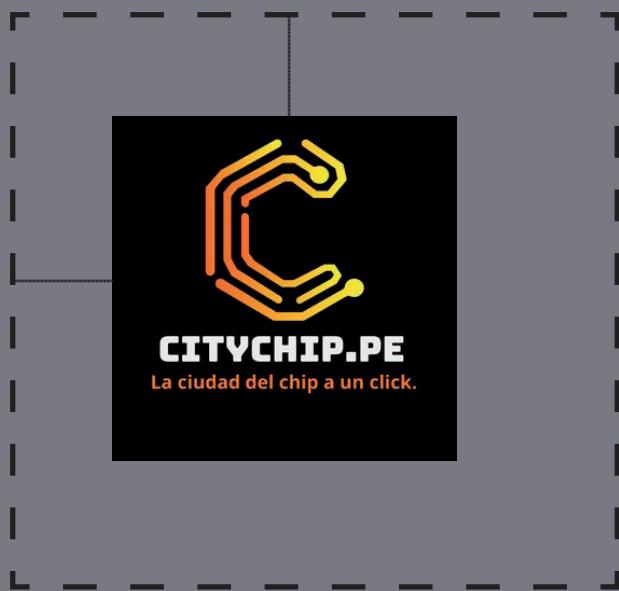
Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logo podrá ser impreso en cuatricomía, o bien en blanco y negro. Es decir, en esta última opción, el símbolo y el texto irían en blanco y el fondo sería negro.

01B. ÁREA DE SEGURIDAD Y REDUCTABILIDAD

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de protección alrededor de la marca con el objetivo de preservar su correcta visualización y legibilidad. Ésta se establece en una distancia mínima de 1 cm desde el cuadrado negro del imagotipo hasta la parte superior del soporte y 1 cm desde el imagotipo hasta el lateral del soporte.

El tamaño mínimo al que el logo puede ser reproducido es a 3,5 cm de ancho por 3,5 cm de largo.

Versión correcta



Versión incorrecta



— Distancia equivalente a 1 cm



Colores corporativos

02. EL COLOR

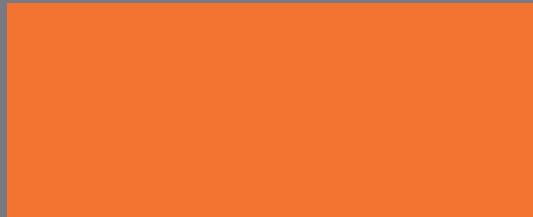
El color es un elemento determinante a la hora de diferenciarse. Por eso, el correcto uso del color es muy importante para el éxito de la marca. El naranja, amarillo y el negro son los colores que predominan en la identidad visual de Citychip. Se presentan en esta página los colores corporativos establecidos como básicos. Corresponden a la guía Pantone y en todas sus reproducciones deberán coincidir con estas tonalidades con independencia del tipo de material o acabado utilizado.

Se facilitan en la tabla adjunta las correspondencias de los colores para cuatricomía (impresión gráfica) y formulación RGB (visualización en soportes digitales).

Pantone 1585C

C=0 M=66 Y=92 K=0

R=255 G=108 B=14



Pantone 604C

C=8 M=6 Y=90 K=0

R=236 G=217 B=37



Negro

R=0 G=0 B=0



Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logo podrá ser impreso en cuatricomía.

Existe la versión secundaria, monocromática en negro, que se utilizará cuando por imperativos técnicos, no se pueda usar la versión preferente. En este último caso, todos los elementos que componen el imagotipo se imprimirían en blanco, a excepción del fondo cuadrado, que continuaría siendo negro.



Tipografía
corporativa

03A. TIPOGRAFIA CORPORATIVA

La tipografía corporativa establecida para uso general es la familia Source Sans Variable en las versiones Regular, Italic, Light, Bold y Bold Italic. Se aplicará en papelería, carteles, publicaciones, etc.

SOURCE SANS VARIABLE REGULAR

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 X
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

SOURCE SANS VARIABLE 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 X
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

SOURCE SANS VARIABLE 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 X
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

SOURCE SANS VARIABLE 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 X
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

SOURCE SANS VARIABLE BOLD 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 X
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

03B. TIPOGRAFIA SECUNDARIA

Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas no permitan la utilización de la tipografía corporativa, se utilizará la tipografía secundaria Arial en sus versiones Regular, Italic, Bold y Bold Italic.

ARIAL REGULAR

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 X

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

ARIAL 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 X

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

ARIAL 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 X

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

ARIAL BOLD 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 X

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

La tipografía utilizada en el imagotipo es la siguiente:

Para las grafías “**CITYCHIP.PE**”, la tipografía será la Bungee Regular

Para la frase “**La ciudad del chip a un click**” la tipografía será la Source Sans Variable Bold.



Normas del buen uso de la marca

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Citychip 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 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 logo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

VERSIONES CORRECTAS

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal, tal y como aparece en la sección 01A. En el caso que no sea posible por razones técnicas, entonces se utilizará la versión monocromática en negro.

VERSIONES INCORRECTAS

No se debe realizar una aplicación incorrecta del color, ni cambiar sus porcentajes

No se debe deformar ni realizar un espaciado incorrecto.

No se debe ocultar parcialmente ni utilizar una tipografía incorrecta.

ESCRITURA CORRECTA

Ejemplo de cómo se escribe CityChip

Ejemplo de cómo se escribe CITYCHIP

ESCRITURA INCORRECTAS

Ejemplo de cómo no se escribe Citychip

Ejemplo de cómo no se escribe citychip



Aplicaciones de la marca

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca CityChip en diferentes soportes, se deben seguir una serie de normas genéricas. Ordenar y aplicar de forma correcta el imagotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

TARJETA CORPORATIVA DE PRESENTACIÓN

PLANTILLA COMUNICADO INTERNO

