



Manual de Imagen

Corporativa

Introducción

Este documento es una guía de referencia sobre la normativa gráfica de **Energy Master**. Los elementos y piezas aquí representadas son guías visuales, cuyos datos, medidas y representaciones son susceptibles de cambio a lo largo del tiempo.

EnergyMaster declina cualquier responsabilidad derivada del incumplimiento u omisión de estas indicaciones.

La elaboración de este manual y de las normativas que recoge, tiene como objetivo garantizar la correcta aplicación de la imagen gráfica **Energy Master**.

Este manual presenta distintos apartados en los que se recogen la configuración gráfica básica de la marca, colores corporativos, tipografía y las aplicaciones correspondientes.

Este desarrollo y las orientaciones del presente manual deben permitir la uniformidad y coherencia en todas las manifestaciones de comunicación tanto a nivel interno como externo.



Morfología de la marca

La Marca Gráfica es la representación visual de la imagen corporativa de **Energy Master**, por lo que es de mayor importancia respetar todas las normas de utilización que se recogen en este manual, su construcción, su composición cromática, escala de reducción, etc...

La morfología de la marca se compone de dos partes:

Parte Gráfica (La marca):

Simbolo:

LA MARCA

SÍMBOLO



Tipografia

Para configurar el logotipo se ha elegido la tipografía :

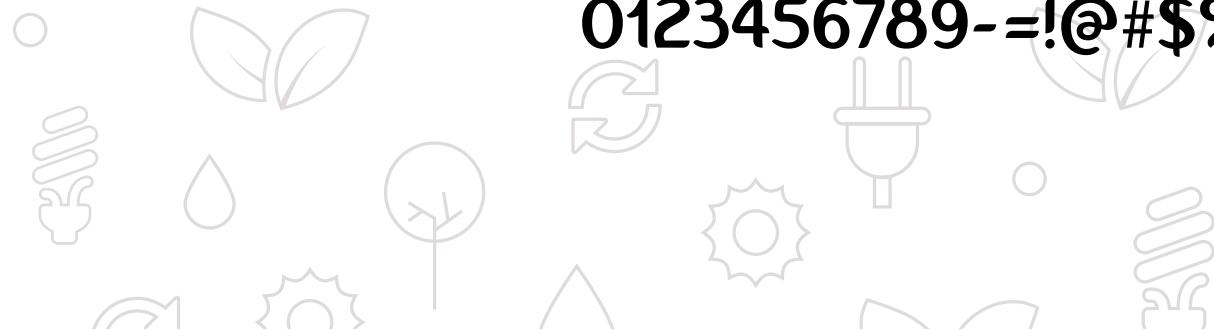
Fontastique, de uso en toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa, se escogió esta tipografía por su claridad, modernidad y buena legibilidad, al ser una tipografía con curvas redondas nos resalta la parte orgánica de la marca.

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante,

Las especificaciones técnicas del tipo que se han realizado se detallan a continuación. Estas especificaciones han de ser respetadas en todo momento cuando forme parte de la marca.

FrænklinGothicHeævy (Regular)

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789-=!@#\$%^&*()_+



Colores

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

Cuaticromía: Impresión en Cuaticromía (Digital).

RGB: Funciona bien en la Web, PowerPoint y otros formatos multimedia. Es mejor para reproducir en pantalla pero no funciona bien en ningún tipo de material impreso.



CMYK	CMYK
C: 0%	C: 74%
M: 0%	M: 0%
Y: 0%	Y: 100%
K: 80%	K: 80%
RGB	RGB
R: 89	R: 113
G: 89	G: 180
B: 91	B: 83

Reproducción sobre Fondos

Como norma general la marca debe reproducirse siempre sobre fondos que garanticen su óptima reproducción visual, para evitar la pérdida de representatividad. A continuación mostramos la marca sobre distintos fondos de color:

(Corporativos, Auxiliares y Complementarios)



LA MARCA SOBRE FONDO CORPORATIVO NEGRO



FONDO AUXILIAR BLANCO



FONDO COMPLEMENTARIO VERDE

Reducción de la Marca

Con reducción de la marca, nos referimos al mínimo tamaño al que se debe reproducir para que ésta y todos sus elementos sean correctamente identificados.

La reducción máxima del logo será de 23 mm. de ancho x 9 mm. de alto. Hay que considerar que para proceder a la ampliación o reducción de la marca, habrá de hacerse de forma proporcional para no deformar la composición y el conjunto visual.



REPRESENTACIÓN NORMAL DE LA MARCA



MÁXIMA REDUCCIÓN DE LA MARCA



Zona de Protección

La zona de protección son los espacios mínimos que se han de conservar cuando la marca vaya acompañada de textos u otros elementos. Así se asegura la independencia visual de la marca respecto del resto de elementos visuales y se facilita su inmediata identificación.

Esta zona de protección está calculada con respecto a X.



Uso Incorrecto de la Marca

La correcta aplicación de la marca es la que se ajusta a las indicaciones de este manual.

A continuación se muestran algunos ejemplos de usos incorrectos que modifican la marca:

- No engrosar el trazado del símbolo.
- No utilizar ningún color diferente a los especificados.
- No modificar la forma de la marca u omitir parte de la misma.
- No estrechar la marca.

- No alargar la marca.
- No reducir ni ampliar el tamaño de los elementos.
- No utilizar los colores inadecuadamente.
- No utilizar otras tipografías (fuentes).



Aplicación en transparencia
o marca de agua.

El uso de la marca de agua es muy comun en las hojas membretes, facturas, material P.O.P etc.

Por ello se vera delimitada a un maximo de 27 % de opacidad para cualquiera de los elementos publicitarios mencionados anteriormente.





