



MANUAL
CORPORATIVO

personalizing



MANUAL CORPORATIVO:

IMAGOTIPO

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA: es el documento que contiene los lineamientos y normas que se deben seguir al momento de utilizar la imagen de una empresa; en él se muestran todas las variaciones, formas, colores, espacios y tamaños que se deben utilizar, así como también las formas en que NO se debe usar cada elemento gráfico.

La correcta utilización de nuestra identidad corporativa, de nuestra marca, juega un papel importante en el éxito que tenga nuestro producto o servicio, ya que bien utilizado puede lograr posicionarnos en la mente de los consumidores y que éstos nos reconozcan, o también puede lograr un resultado completamente distinto (y negativo) de los objetivos que deseemos alcanzar.

IMAGOTIPO: Un imagotipo es un conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.



ersonaling●com

¡TU PERSONAL SHOPPER DIGITAL!

VERSIÓN COLOR



El color es una herramienta clave al momento de seleccionarlo para alguna imagen corporativa; Las variaciones de colores son infinitas, hasta que determinamos un color y lo descomponemos para que pueda imprimirse. En este caso, se generan dos versiones de color que van a variar según el fondo que se aplique. La variación se aplica en el icono del logotipo, cambiando de vinotinto al valor blanco.



C: 55 / M: 96 / Y: 42 / K: 37
R: 96 / G: 29 / B: 72
#601D48



NEGRO



BLANCO

El uso correcto del color en la imagen de una empresa, forma parte de una herramienta fundamental al momento de querer transmitir por medio del cromatismo, el mensaje emisor. En este caso, se aplicaron 3 colores en el imago tipo de personaling, el vinotinto, negro y blanco, que va a variar según sus usos y cambios de fondo.

PROPORCIÓN

∞



75%



50%



25%



PROPORCIONES MENORES A 15%

Para velar por una correcta aplicación del logotipo y legibilidad del mismo, se muestra a continuación las proporciones correctas para su reproducción. En caso de proporciones menores a 15%, se procede a utilizar el icono del logotipo.

AUSENCIA DE COLOR



En función de garantizar un adecuado rendimiento del imagotipo, el mismo se define en grises, blanco y negro, para ser utilizado en el caso de no requerir aplicación de color, como por ejemplo periódicos, sellos, volantes en positivo, etc.

VERSIÓN UNICOLOR Y TRAMA



Las restricciones de color se presentan al momento de bajar costos o en caso de que haya algún impedimento tecnológico. Para estos casos se ajustó imago tipo para ser utilizado en casos antes mencionados.

La versión trama o también llamada marcas de agua, puede ser empleada al momento de identificar alguna fotografía y pueda aun ser visible el fondo de la misma. En estos casos se utilizara a un 50% de opacidad.

TIPOGRAFÍA

Tipografía Personalizing: Hecha a mano para la empresa.

Tipografía slogan: Open sans light

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W
X Y Z //

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z //

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 //

, . : ; < > { } [] + = - _ () * & % \$ # @ !

La anatomía de los tipos de letras está llena de características que si se miran con un ojo experto pueden resultar una útil herramienta para el profesional del diseño gráfico. La observación detenida de las características distintivas de cada tipo de letra permitirá decidir cuál es la mejor opción en cada proyecto a la hora de aplicarlo en un material a crear.

En éste caso, para el logotipo, se emplea una tipografía cursiva o hecha a mano. Como tipografía alterna, para textos, se usa Open Sans, siendo una tipografía palo seco con ciertas características como trazos curvos en su Ápice y Apófige.

USOS INCORRECTOS



En esta sección se enumeran los usos incorrectos del logotipo, es de gran importancia utilizar sólo las aplicaciones correctas del logotipo. Para aquellos casos en que la marca no funcione en su versión de primer nivel, se emplearán aquellas variantes de color pautadas que garantizan un óptimo contraste y por consiguiente la decodificación del signo. Se considera incorrecto:

- Emplear en el logo un color que no esté especificado en las página de éste manual;
- Deformar el imagotipo en escalas no proporcionales;
- Alterar la posición de la tipografía en cuanto al ícono;
- Usar una tipografía que no sea la especificada en éste manual para el logo.

USOS PERMITIDOS



En cada una de las páginas anteriores, se fue especificando el uso correcto de tipografía, color, versiones con sus variaciones... Para el uso correcto del imagotipo, se estudió:

- El color adecuado para trabajarlo sobre fondos oscuros, claros, adyacentes.
- Se estipuló un área de reserva para cumplir con su correcta legibilidad.
- La tipografía empleada para el logotipo no podrá variar bajo ningún parámetro, solo se empleará "Arial".

Se garantiza su correcta legibilidad al cumplir con cada una de las medidas estipuladas en éste manual.



MANUAL CORPORATIVO: ISOTIPO

El isotipo se refiere a esta parte simbólica o icónica de las marcas. En branding, hablamos de isotipo cuando reconocemos la marca sin necesidad de acompañarla de ningún texto. Etimológicamente “iso” significa “igual”, es decir, se intenta equiparar un icono a algún aspecto de la realidad. Isotipo sería únicamente un símbolo, y además éste sería entendible por sí mismo.

ISOTIPO

El isotipo de la imagen de un producto, puede ser de gran ayuda al momento de contar con poco espacio o ir inculcando en la mente del consumidor, la marca de la empresa. Es de fácil uso pero se empleará de manera específica entre los usos permitidos de este manual.



USOS PERMITIDOS

Los usos permitidos del imagotipo serán los exclusivamente los propuestos en este manual, tanto en colores como en formas.



USOS INCORRECTOS



Entre los usos incorrectos del logotipo se encuentran:

- Rotación de la letra P en cualquier ángulo.
- Desproporcionar y distorcionar la P de cualquier forma posible.
- Agregar un color ajeno a los estipulados en este manual.
- Utilizar una tipografía que no sea la exclusiva de personaling.



PAPELERÍA

HOJA MEMBRETE

TAMAÑO CARTA



twitter.com/personaling
facebook.com/personaling
www.personaling.com

HOJA MEMBRETE

TAMAÑO CARTA



facebook.com/personaling
twitter.com/personaling
www.personaling.com

TARJETA DE PRESENTACIÓN



NOMBRE Y APELLIDO
CARGO

TIRO



TW: @PERSONALING
FB: / PERSONALING
WWW.PERSONALING.COM

RETIRO

TARJETA DE PRESENTACIÓN

TIRO



RETIRO



CARPETA



twitter.com/personaling
facebook.com/personaling
www.personaling.com

CARPETA



twitter.com/personaling
facebook.com/personaling
www.personaling.com



ersonaling.com
(TU PERSONAL SHOPPER DIGITAL)



CD



CD



BOLSAS

