

Abstract dark blue geometric shapes, including a large curved shape on the left and several angular shapes on the right, set against a white background.

GOLDEN 

ÍNDICE

03	Introducción
04	La Marca
05	Símbolo
06	Logotipo
07	Retícula de Composición
08	Construcción
09	Construcción (Logo Completo)
10	Usos de la Marca
11	Zona de Protección
12	Tamaños Mínimos
13	Usos Incorrectos
14	Tipografías
17	Variantes de Color
18	Aplicaciones Sobre Fondo
19	Alto Contraste

INTRODUCCIÓN

El Manual de Identidad Visual de “GOLDEN i” tiene como objetivo realizar un auténtico código de comportamiento. En el se hallan todas las normas a las que debe atenerse la empresa que se rige por ejemplos visuales determinados. Ante todo existe una detalla presentación del logotipo, cuyas variaciones de tamaño y de color según las circunstancias se explicaran convenientemente.

Siendo un área generalmente relegada a un segundo plano, la imagen corporativa de una empresa es uno de sus más importantes elementos de ventas en un mercado tan competitivo y cambiante. La imagen corporativa es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento.

Así como las empresas deben adecuarse a los cambios con una velocidad y profundidad, jamás vista, de igual manera deberá adecuar su imagen, para transmitir dichos cambios.

La imagen corporativa es la manera por la cual se trasmite, quién es, qué es, qué hace y como lo hace. El diseño coordinado de los diferentes agentes de comunicación, hará que la imagen sea correctamente transmitida, al auditorio deseado.

LA MARCA

La marca es la simbología representativa de una empresa, y se compone de un símbolo y un logotipo creados a partir de la definición de los elementos activos y objetivos de la empresa, desarrollando así una identidad. La finalidad de identidad es la de transmitir el carácter de la empresa de una manera reconocible.

La idea de GOLDEN i está orientada a una empresa que ofrece consultoría a MIPYMES.

La consultoría abarca 3 unidades de negocio:

La primera está orientada al financiamiento para impulsar el desarrollo de nuevos negocios.

La segunda es un área en donde las empresas pueden obtener información relacionada con el ámbito empresarial para la toma de decisiones, el concepto de esta área de negocios es la capacitación.

La tercera está relacionada con una red de negocios en donde la consultora funge como un facilitador de clientes para los empresarios que así lo requieran.

La propuesta es generar la imagen general de la empresa y que de ahí se derive la imagen para las unidades de negocio.

SÍMBOLO

El símbolo esta compuesto por una G inclinada rodeada por un círculo para hacer hacer énfasis en parte del nombre de la marca, es decir de “Golden”, esto con el objetivo de tener un símbolo que sea sencillo y facil de recordar para el target al cual va dirigido.



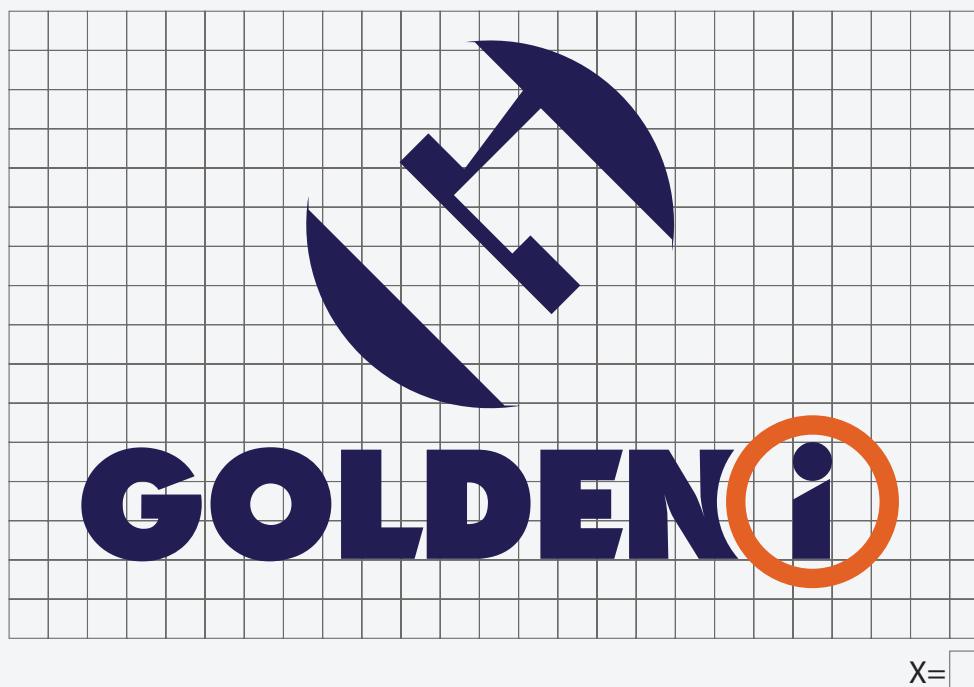
LOGOTIPO

El logotipo de GOLDEN i esta compuesto por el símbolo y el nombre completo de la marca, como se puede apreciar en la imagen.



RETÍCULA DE COMPOSICIÓN

La retícula establece las proporciones y estructura compositiva del logotipo, para lograr que el mismo sea visualmente agradable y adecuadamente trazado. La retícula se rige por un módulo "x", el cual corresponde al círculo azul de la letra "i". Esta medida y estructura no se debe modificar en ningún momento, asegurando siempre su proporción. Las divisiones internas de los cuadrados que conforman la presente retícula, así como los cuadrados en sí, funjen como líneas guía para ajustar todos los elementos gráficos, haciéndolos coincidir entre sí, logrando que la imagen del gráfico resulte proporcionada.



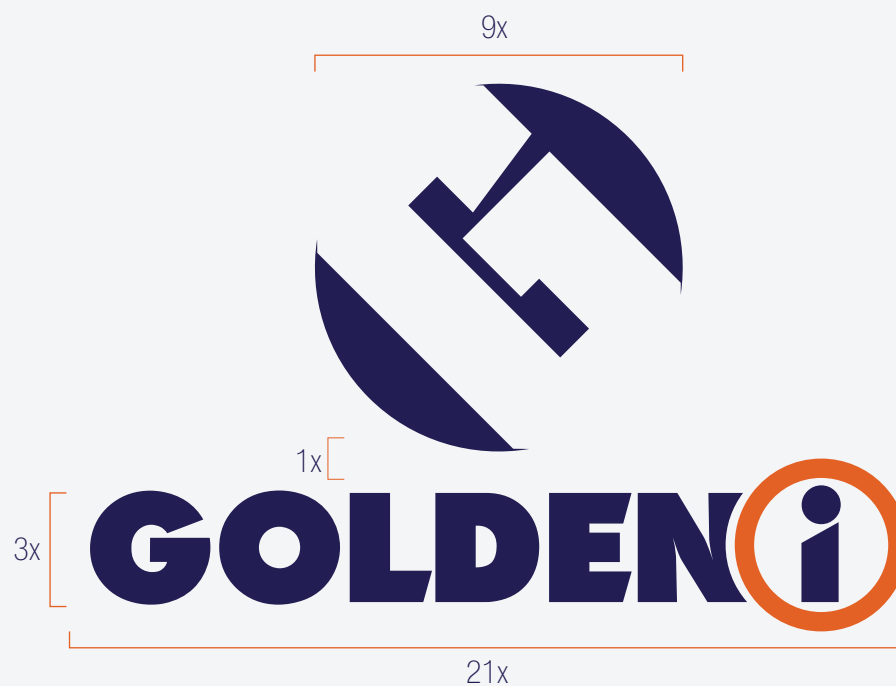
CONSTRUCCIÓN

Basándonos en las medidas en las cuales "x" es la medida base, y "x" está determinada por el por el punto mas pequeño del logo, dictaminamos que el logotipo conservarán siempre la siguientes proporciones y composición.



CONSTRUCCIÓN (COMPLETO)

Construcción del logotipo en su version primaria.



USOS DE LA MARCA

Logo Primario. Es la representación gráfica universal de la marca. Respetando las directrices que procuran su legibilidad, se aplicará a todos los medios de comunicación necesarios. No se permitirá su modificación bajo ninguna circunstancia. En caso de que su aplicación no sea efectiva en el medio a utilizar, consultar las soluciones propuestas de logo emblemático y aplicarlas según sus normas.



Logo Emblemático. Se permitirá sólo en casos necesarios, como en materiales de uso interno o en materiales de promoción donde por motivos de tamaño de impresión del logo sea necesario. (Ej. Impresión de Bolígrafo). Su uso también se permitirá en materiales impresos, siempre y cuando aparezca



Logo Alternativo. Como opción complementaria, y únicamente cuando el formato de destino lo requiera, se podrá usar esta Versión Secundaria de La Marca.



ZONA DE PROTECCIÓN

La zona de protección se refiere a los espacios mínimos que han de conservarse cuando la marca va acompañada de textos, fotografías o ilustraciones. Establecer una zona de protección de la marca asegura la independencia visual de la misma respecto al resto de los elementos gráficos, facilitando así su inmediata identificación. Se usó una distancia de 1x para estas versiones.



TAMAÑOS MÍNIMOS

Elementos variables en el momento de impresión, como la distancia, la observación y la iluminación, condicionan directamente el tamaño del logo. Nunca debe ser excesivo, ya que en caso de ser demasiado grande puede dar imagen de inseguridad, y de ser pequeño simplemente no se leería. Dependiendo de su uso, las siguientes serían las medidas mínimas recomendadas, para procurar su identificación y asegurar su lectura.



En los casos excepcionales de materiales serigrafiados de promoción o corporativos, como bolígrafos, abrecartas, lomo de caja de CD/DVD, memoria USB, etc., el tamaño podrá disminuir hasta los siguientes límites, teniendo en cuenta que esta excepción sólo será aplicable en casos extremos de materiales con poco espacio de impresión disponible, en el cual será necesario el uso del logo.



USOS INCORRECTOS

Hay muchas aplicaciones incorrectas al utilizar la marca. Algunos de los ejemplos se presentan a continuación. Nunca deben cometerse estos errores o soluciones similares. Si encuentran dudas respecto a su debido uso, sería conveniente simplemente ceñirse a las normas de correcta aplicación de la marca. En caso de que por necesidad específica del medio a utilizar las normas aplicadas no ofrezcan solución se debe consultar y elegir una buena solución que no afecte la simetría del logotipo "GOLDEN i".



TIPOGRAFÍAS

Helvetica Std (Type)

Helvetica Neue LT Std - 37 Thin Condensed

Helvetica Std (Type)

Helvetica Neue LT Std - 37 Thin Condensed Oblique

Helvetica Std (Type)

Helvetica Neue LT Std - 47 Light Condensed

Helvetica Std (Type)

Helvetica Neue LT Std - 47 Light Condensed Oblique

Helvetica Std (Type)

Helvetica Neue LT Std - 77 Bold Condensed

Helvetica Std (Type)

Helvetica Neue LT Std - 77 Bold Condensed Oblique

Helvetica Std (Type)

Autumn - Regular

Helvetica Std (Type)

Opine-Heavy - Regular

INSTALACIÓN TIPOGRAFÍAS

INSTALACIÓN EN WINDOWS (PC)

1. Descargar la Tipografía del archivo incluido en el Manual de Identidad Visual de GOLDEN i
2. Descomprimir el archivo
3. Copiar el contenido de la carpeta
4. Abrir 'Mi PC'
5. Abrir 'Sistema (c:)'
6. Abrir la carpeta 'WINDOWS'
7. Abrir la carpeta 'FUENTES'
8. Pegar el contenido de la carpeta

INSTALACIÓN EN MACINTOSH

1. Descargar la Tipografía del archivo incluido en el Manual de Identidad Visual de GOLDEN i
2. Descomprimir el archivo
3. Abrir 'Macintosh HD'
4. Abrir la carpeta con las fuentes
5. Arrastrar la carpeta con las fuentes de GOLDEN i

COLOR INSTITUCIONAL

Los colores corporativos de la marca son azul, naranja como principales dejando al blanco como complementario. Estos colores forman el logotipo primario, a su vez existen variantes de color y colores especiales del ya mencionado que se mencionarán más adelante.

C: 100 M: 100 Y: 35 K: 30	C: 100 M: 100 Y: 25 K: 20	C: 100 M: 100 Y: 15 K: 10	C: 100 M: 100 Y: 10 K: 05	C: 100 M: 100 Y: 05 K: 00
C: 07 M: 76 Y: 100 K: 00	C: 07 M: 66 Y: 80 K: 00	C: 07 M: 56 Y: 70 K: 00	C: 07 M: 46 Y: 60 K: 00	C: 07 M: 36 Y: 50 K: 00

VARIANTES DE COLOR

A su vez el logotipo cuenta con variantes de color que pueden utilizarse en casos en donde se necesite resaltar al logo, o bien ajustarlo al estilo de diseño que se pretende para poder crear una mejor armonía.



APLICACIÓN SOBRE FONDO

La marca debe aplicarse siempre sobre fondos que garanticen un óptimo contraste visual para evitar la pérdida de identificación y asegurar su representatividad. En un principio sólo se utilizará sobre fondos de colores planos, utilizando los colores de la marca y los elementos gráficos propuestos como primera línea gráfica.



ALTO CONTRASTE

El logotipo en alto contraste, es decir en negativo y positivo sirve para aplicaciones en donde se requiera el uso de tinta a blanco y negro o bien para aplicaciones sencillas de papelería como bien lo puede ser un vinil para uso de cacománías.



