

MANUAL DE
IDENTIDAD
VISUAL





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

ÍNDICE

Introducción	03	Papelería	21
		Tarjetas de Presentación	22
		Membretes	24
La Marca	04		
Símbolo	05		
Logotipo	06		
Retícula de Composición	07		
Construcción	08		
Construcción (Logo Alternativo)	09		
Usos de la Marca	10		
Zona de Protección	11		
Tamaños Mínimos	12		
Usos Incorrectos	13		
Color Institucional	17		
Variantes de Color	18		
Aplicaciones Sobre Fondo	19		
Alto Contraste	20		



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

INTRODUCCIÓN

El Manual de Identidad Visual de Diagnóstico, Investigación, Identidad y Marketing Empresarial (DIIM) tiene como propósito construir las directrices que faciliten la utilización e implementación de la marca, de manera individual y fiel, manteniendo así la identidad de la empresa y sus principios.

Su finalidad es la de desarrollar un lenguaje de comunicación a través de todas las aplicaciones de su imagen corporativa con un sistema de identidad y actuación propio, que transfiera el mensaje principal de los objetivos de la compañía, promoviendo así la importancia y solidez de la infraestructura de nuestra empresa.

Este manual recoge todas las visualizaciones previsibles de la marca, y fija unas normativas que regulan las aplicaciones de la marca y de todos sus elementos identificativos de forma sencilla y coherente.

La aplicación correcta en los casos contemplados, dependerá del criterio del área de comunicación e imagen corporativa de DIIM para conseguir una óptima legibilidad e identificación visual de todas las aplicaciones de la marca.



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

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.

En este sentido, nuestra marca logra transmitir:

- **Dinamismo.** Teniendo la capacidad para hacer o emprender actividades con energía y rapidez.
- **Global.** El uso del color azul nos lleva a una interpretación de los elementos físicos en la superficie terráquea de más extensión, dándole así un carácter “global”, representada de manera figurativa como el objeto circular que rodea “diim”.
- **Innovador.** La forma geométrica de nuestro símbolo transmite el constante cambio que ofrecemos, ofreciendo a su vez ideas y soluciones innovadoras.
- **Presencia.** Logrado a través del reconocimiento visual de siglas.



MARKETING
EMPRESARIAL



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

SÍMBOLO

El símbolo de Diagnóstico, Investigación, Identidad y Marketing Empresarial esta compuesto por las siglas DIIM, representativas de la marca. El símbolo cuenta con una forma geométrica circular que rodea las siglas, afirmando así los conceptos de “global” e “innovador”.



Tipografía: Brandish Regular.



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

LOGOTIPO

El logotipo DIIM esta compuesto por el símbolo, una línea divisora y dos líneas de texto, donde claramente se distingue el giro de la empresa; "Marketing Empresarial".



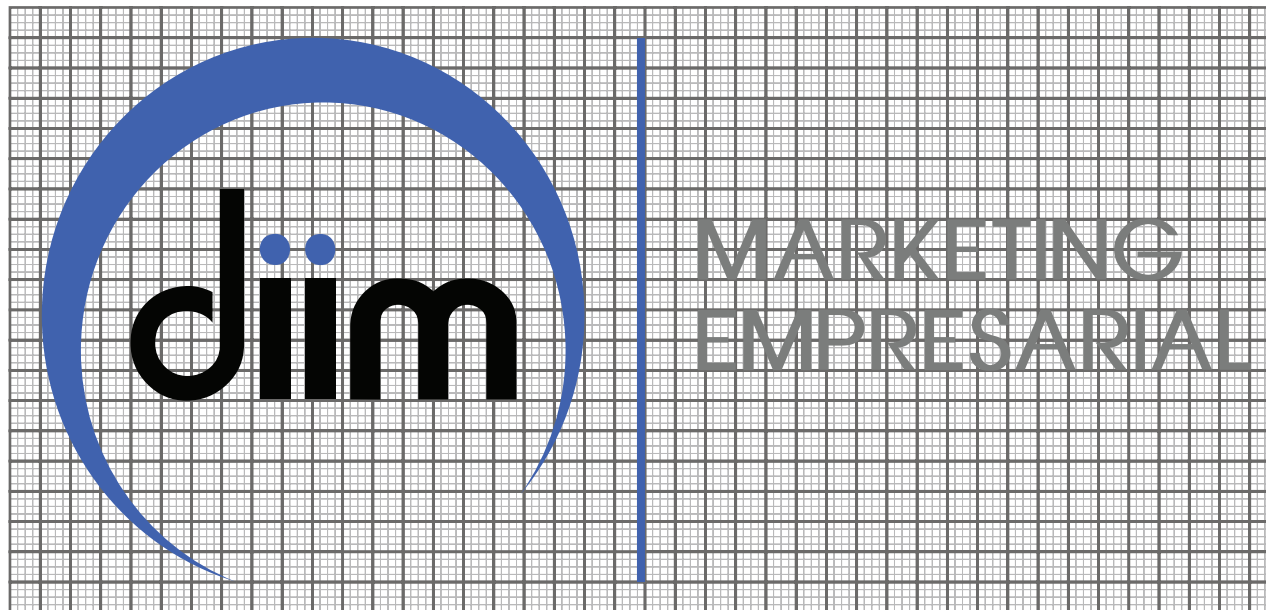
MARKETING
EMPRESARIAL

Tipografía Primaria: Brandish Regular.
Tipografía Complementaria: AvantGarde-Book Bold.

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

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 punto circular 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.



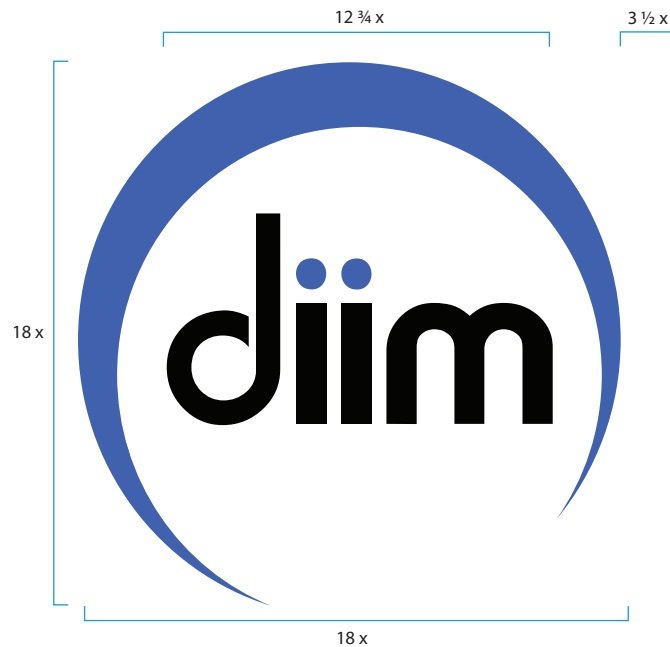
X= 



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

CONSTRUCCIÓN

Basándonos en las medidas en las cuales “x” es la medida base, y “x” está determinada por el por el punto circular de la letra “i” de “DIIM”, dictaminamos que el logotipo conservarán siempre la siguientes proporciones y composición.





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

CONSTRUCCIÓN (LOGO ALTERNO)

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





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

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. El uso del símbolo por sí solo se denominará logo emblemático, y se permitirá sólo en casos especiales, 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 el logotipo de DIIM como refuerzo textual, a un tamaño mínimo razonable al pie de la página.

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



MARKETING
EMPRESARIAL





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

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. Para las tres versiones del logotipo se usó una distancia de 2x.





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

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.





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

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 al área de comunicación e imagen corporativa de DIIM.





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Esta tipografía se usará exclusivamente para el logotipo de DIIM, ya que al formar parte de la marca, su utilización restaría presencia al logo.

La norma será revocada sólo cuando el texto en cuestión lo necesite por motivos de lectura, como por ejemplo por la utilización de materiales exteriores de gran tamaño que requieran mayor legibilidad a grandes distancias.

Tipografía Primaria. Brandish Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789

Tipografía Secundaria. AvantGarde-Book Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0123456789



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Estas tipografías se usarán en el texto de cuerpo de todos los impresos y realización de documentos y comunicaciones de la empresa. Como tipografías complementarias pueden utilizarse las versiones Light, Medium, Heavy, Light Italic, Medium Oblique y Heavy Oblique de las familias “Myriad Pro” y “Helvetica Neue LT Std”, ya que esta familia se caracteriza por su elegancia y posee condiciones de lectura óptimas. La tipografía Helvetica Neue LT Std se usará para encabezados o títulos, mientras la Myriad Pro se usará para la realización de documentos como fuente principal.

Tipografía Complementaria (Títulos). Helvetica Neue LT Std

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789**

Tipografía Complementaria (Fuente Principal). Myriad Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

INSTALACIÓN DE TIPOGRAFÍAS

INSTALACIÓN EN WINDOWS (PC)

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



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

COLOR INSTITUCIONAL

El Color Corporativo de la marca es el azul Pantone 2728 EC, un azul profundo que con el gris como complementario dan la imagen de lo que hacemos, apasionados en llegar desde lo más profundo del mar hasta lo más alto del cielo, incluyéndolo todo, y firmes al hacerlo.



MARKETING
EMPRESARIAL



PANTONE 2728 EC
CMYK: 90 C, 70 M, 0 Y, 0 K
RGB: 42 R, 92 G, 170 B



PANTONE Cool Gray 8 EC
CMYK: 23 C, 17 M, 13 Y, 46 K
RGB: 121 R, 124 G, 130 B



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

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.



MARKETING
EMPRESARIAL



PANTONE 1797 EC
CMYK: 2 C, 98 M, 85 Y, 7 K
RGB: 217 R, 34 G, 49 B



MARKETING
EMPRESARIAL



PANTONE 1655 EC
CMYK: 0 C, 74 M, 98 Y, 0 K
RGB: 242 R, 103 G, 36 B



MARKETING
EMPRESARIAL



PANTONE 154 EC
CMYK: 9 C, 69 M, 100 Y, 46 K
RGB: 138 R, 66 G, 11 B



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

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.





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

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 cacománias.





MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

PAPELERÍA

Las presentes normas que determinan la imagen visual de la papelería DIIM, deben ser consultadas para la implantación de todo mensaje visual emitido en los soportes que se especifican. El absoluto respeto a las normas que se incluyen en este manual constituye la única garantía de que la imagen se aplique rigurosamente, impidiendo el deterioro de la imagen original. Las normas fueron creadas con un criterio unitario. El tamaño y la posición de la marca mantienen una constante dependiendo del espacio del cual disponga el impreso. Estas normas se ciñen a la impresión de la papelería. Las tipografías complementarias **Helvetica Neue LT Std** y **Myriad Pro** son exclusivas de los textos informativos utilizados en todos los impresos y realización de documentos y comunicaciones de la empresa.



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

TARJETAS DE PRESENTACIÓN



VERSIÓN 1. Dos caras

FORMATO

9 x 5cm

PAPEL

300 grs.

TIPOGRAFÍA

Myriad Pro

Myriad Pro Bold



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

0.5 cm



0.5 cm

VERSIÓN 2. Una cara

FORMATO

9 x 5cm

PAPEL

300 grs.

TIPOGRAFÍA

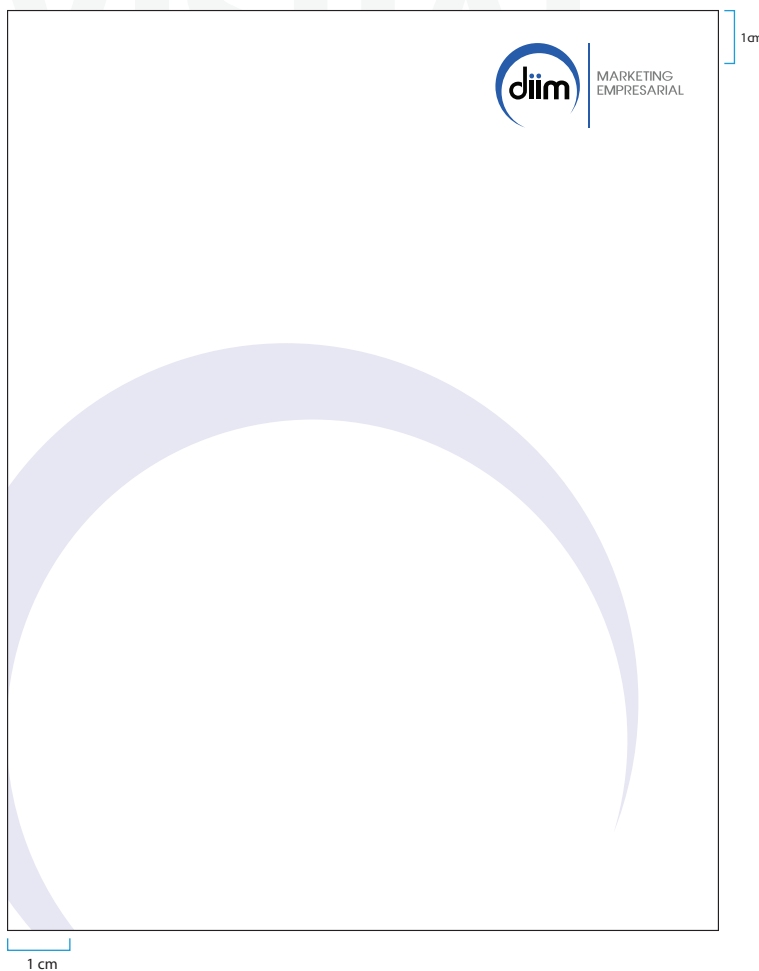
Myriad Pro

Myriad Pro Bold



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

HOJAS MEMBRETADAS



FORMATO

Tamaño Carta
21.59 x 27.94 cm

PAPEL

Papel Bond, Papel delgado 100 grs

TIPOGRAFÍA

Helvetica Neue LT Std (Títulos)
Myriad Pro (Fuente Principal)
Myriad Pro Bold