



Manual de identidad

# Prefacio

En el siguiente manual se exponen los lineamientos básicos para el manejo de la marca Biotic.

A través de su consistente aplicación de figuras geométricas, se logrará una difusión visual clara y memorable de la marca.

Para en el futuro llevar a cabo la creación de las piezas destinadas a los diferentes medios de comunicación visual se deben seguir con mucho rigor las normas establecidas aquí.

Cualquier otra norma de aplicación que se desee llevar a cabo pero no se encuentre relacionada, debe contar con la aprobación de la Dirección General de propiedad de la empresa.



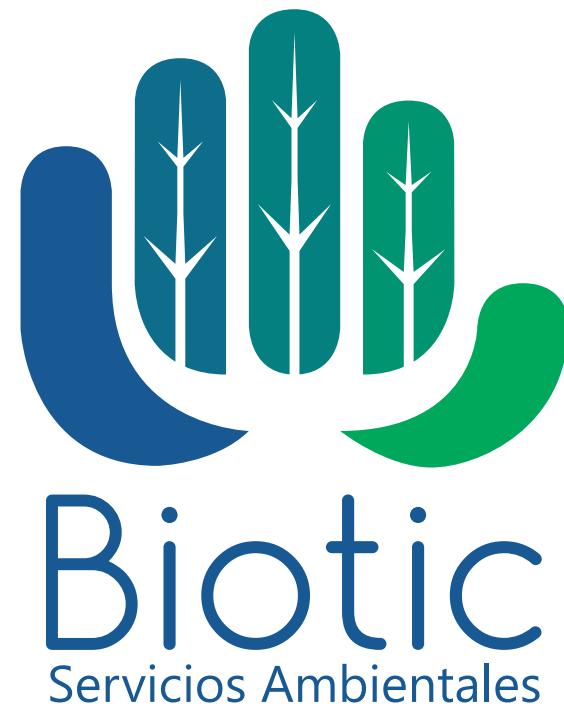
## La marca

Biotic se esfuerza en pro de del medio ambiente y busca mejorar la educación para reducir el impacto ambiental. El nombre Biotic se refiere a biología y vida.

El logo; los árboles, que son los pulmones naturales, son nuestra fundamental fuente de oxígeno y la forma más limpia de recolección de energía.

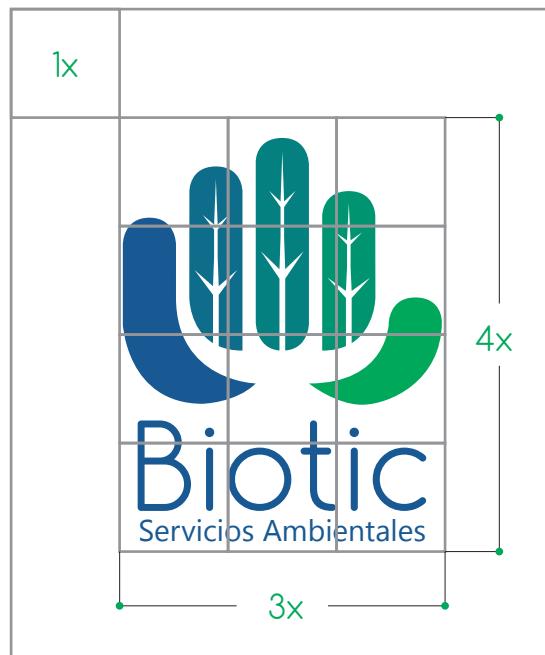
El azul, que hace referencia a los mares y ríos connotando nuestra claridad y trasparencia; La gama de verdes a azules evidencia la biodiversidad de nuestro planeta y la flexibilidad de nuestro trabajo.

Todo junto con una geometría suave, forma una mano connotando que recibimos y damos con determinación todos nuestros esfuerzos para lograr nuestras misiones.



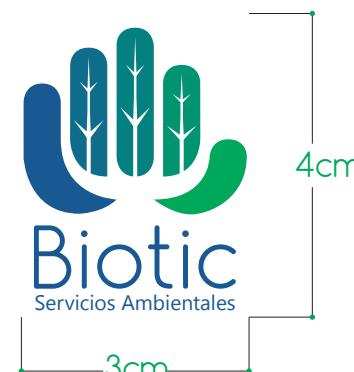
## Planimetría

La marca debe establecer una área de reserva de 1 cuadro entre la marca y otros elementos, también se debe proporcionar de forma escalada de 3 x 4 cuadros. Las x establecen una unidad de medida



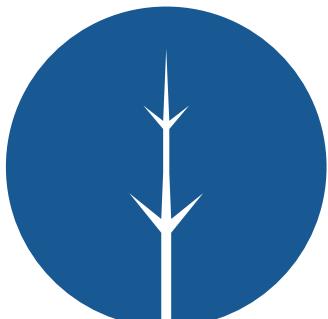
## Tamaño mínimo

Para el tamaño mínimo de impresión, se debe establecer 4cm x 3cm. Que Servicios Ambientales del logo sea legible.

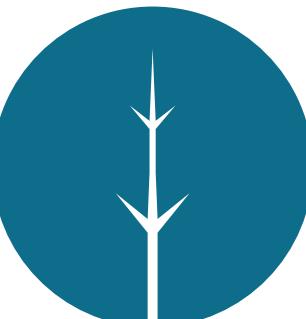


## Colores corporativos

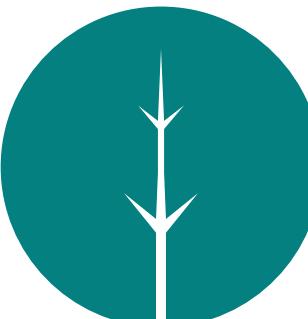
Con los colores buscamos expresar una imagen más amigable.



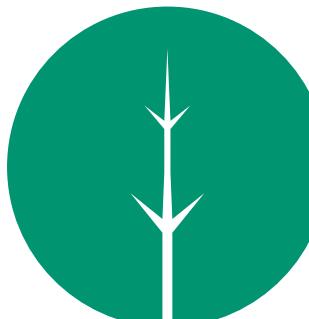
C: 95.06 M: 71.80  
Y: 18.34 K: 0  
R: 36 G: 83 B: 139  
#24538B



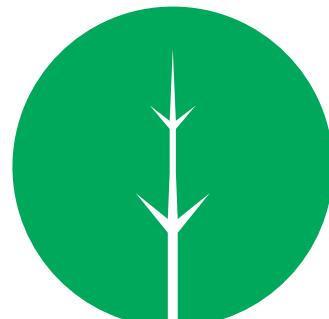
C: 95.11 M: 53.85  
Y: 36.44 K: 0  
R: 35 G: 101 B: 132  
#236584



C: 95.16 M: 35.90  
Y: 54.53 K: 0  
R: 35 G: 119 B: 123  
#23777B



C: 95.22 M: 17.95  
Y: 72.63 K: 0  
R: 36 G: 126 B: 108  
#24886C



C: 95.27 M: 0  
Y: 90.73 K: 0  
R: 40 G: 149 B: 86  
#289556

## Tipografía

Para la creación gráfica se componen de dos fuentes, una para encabezados y otra para redacción.

Comfortaa

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  
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  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ~ ! @ # \$ % ^ & \* ( ) \_

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  
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  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ~ ! @ # \$ % ^ & \* ( ) \_

Nirmala UI

## Versiones correctas

Siempre que sea posible se usa la versión original, en caso contrario usar blanco o negro.



Versión original



Versión en blanco



Versión en negro

## Aplicaciones correctas

Se debe tener en cuenta que versión es mejor para que siempre sea legible.



## 2.2

# Normas de la marca

## Aplicaciones incorrectas

No se debe modificar la tipografía ni separar la tipografía de la marca. El uso en los colores debe considerar que sea legible. Acá hay unos ejemplos de usos no correctos de la marca.

