



**expreso**  
**Palmira**  
...llegas mejor!

**Manual de identidad Corporativa**  

---

**2016**

# Prólogo

Expreso Palmira manual de Imagen Corporativa, instrumento fundamental para el recto y adecuado manejo de los elementos que constituyen nuestra imagen corporativa.

El Manual de Imagen Corporativa EP se constituye en una guía que permitirá unificar criterios y normatizar el manejo de la imagen visual - gráfica y corporativa de la empresa. Es una importante pieza de comunicación que brinda la orientación para lograr proyectar al medio la imagen de solidez de una institución seria, coherente y organizada.

# Imágen Institucional

La imagen institucional de la Marca se entiende como la síntesis de tres componentes principales:

- ° **Su Identidad Institucional**
- ° **Su Comportamiento Corporativo**
- ° **Su Personalidad Corporativa**

**La Identidad Institucional** de Expreso Palmira la constituyen aquellos atributos esenciales que la identifican como una marca y que sirve como factor importante para diferenciarnos de otras marcas.

**Su Comportamiento Corporativo** es el resultado de la actividad funcional de la Empresa y requiere la permanente evaluación y análisis de sus procesos y actividades principales, y del impacto de sus políticas de gestión.

**Su Personalidad Corporativa**, es el conjunto de manifestaciones que la empresa efectúa voluntariamente para proyectar una “imagen intencional” entre sus públicos - externos e internos, a través, fundamentalmente, de su comunicación con esos públicos. Esta imagen intencional equivale a la noción de “posicionamiento estratégico”, es decir, la posición que Expreso Palmira pretende ocupar en la mente de todos sus públicos. La Comunicación tendrá como objetivos proyectar una imagen confiable y eficaz, apoyar las acciones relacionales de la empresa.

# Imágen Institucional

## **Imagen Institucional**

Conjunto de representaciones mentales que surgen en la memoria del público, ante el recuerdo y la evocación de una empresa, entidad o institución.

Aspecto que al interior de las organizaciones, favorece la productividad y externamente genera aceptación, confianza, credibilidad y fidelidad hacia sus productos y/o servicios.

## **Imagen como Identidad**

Se refiere a una red interrelacionada de las percepciones de los públicos y los elementos visibles e invisibles de la gestión empresarial, es mucho más que un logo o una marca, es la suma de todas las formas que una empresa elige para darse a conocer y la suma de todos los métodos armonizados de: CULTURA, COMUNICACIÓN Y DISEÑO.

# Imágen Institucional

Está constituida por 3 elementos:

- 1 **Logotipo:** Distintivo visual que representa una entidad. Puede ser en siglas, palabras o en letras.
- 2 **Símbolo:** Figura u objeto que tiene un significado y se constituye en elemento de
- 3 **identificación:** Sirve de auxiliar al lenguaje escrito, refiere de manera instantánea.  
Logosímbolo: Combinación del símbolo y las letras (tipografía).

# Identificación Básica

La identidad visual de una empresa se conforma a través del uso armónico del nombre, símbolos y colores que le distinguen. Su correcta utilización es esencial para lograr efectos de recordación positiva e inmediata en el observador.

Este Manual de Imagen Corporativa de Expreso Palmira, se edita con el fin de unificar los elementos visuales que la identifican, para proyectar una adecuada comunicación visual interna y externa.



↓  
**Cintas**

Primer elemento que conforma el logotipo. Puede ser usado de modo independiente de la tipografía si la ocasión lo amerita. Su distribución en cuanto a formas y colores es inalterable

**expreso  
Palmira**  
...llegas mejor!

↓  
**Logotipo**

Segundo elemento que conforma el logotipo. Puede ser usado de modo independiente del escudo si la ocasión lo amerita. Su alineación, distribución y color son inalterables

Logo simbolo

# Logosímbolo a Color

Los colores institucionales del logosímbolo son inalterables en cuanto a sus valores en CMYK (aplicable a impresos) y RGB (aplicable a medios digitales) y a su distribución entre los elementos del mismo como se muestran a continuación.



- 1** **Amarillo** CMYK: C/0 M/5 Y/100 K/0  
RGB: R/253 G/237 B/0
- 2** **Verde** CMYK: C/85 M/7 Y/100 K/30  
RGB: R/24 G/130 B/69
- 3** **Negro** CMYK: C/100 M/100 Y/100 K/100  
RGB: R/0 G/0 B/0

# Positivo / Negativo

Estas dos opciones del logotipo se utilizan cuando va a ser aplicado en una tonalidad única de color, como un sello, ya sea negro, blanco o cualquier tinta dentro de las gamas permitidas, sin tramas.



1

Logo Símbolo en Positivo

2

Logo Símbolo en Negativo



# Logosímbolo a Una Tinta

Cuando va a utilizarse el logosímbolo en una sola tinta diferente a la versión en blanco y negro, está permitido únicamente utilizar tonos verdes o amarillos o con sus tramas. Por ningún motivo pueden utilizarse tonos en gamas azules.

La opción de utilizar el logosímbolo a una tinta diferente al negro puede presentarse cuando se manejan en la pieza en que va a ser aplicada, tonos específicos con los que el color o el negro sean discordantes.

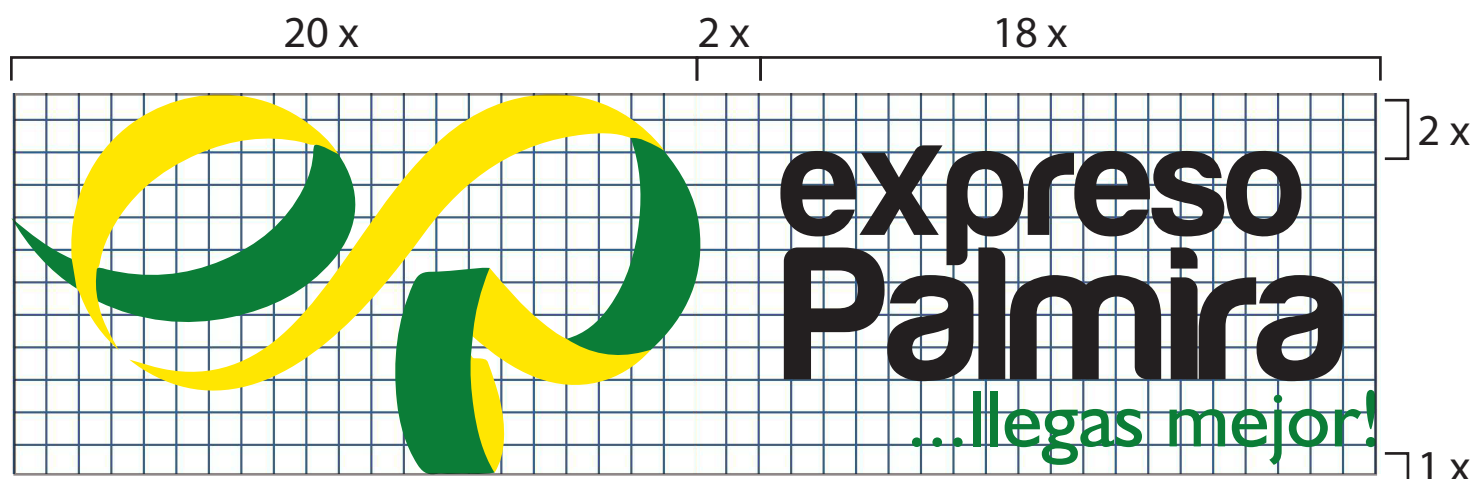


**1** Verde CYMK : C/85 Y/7 M/100 K/30

**2** Amarillo CYMK : C/0 Y/5 M/100 K/0

# Relación Escudo / Tipografía

El Escudo y el Logotipo (Tipografía) tienen dos posibilidades de colocarse uno al lado del otro, según el formato y las condiciones de la pieza gráfica en que va a utilizarse. Estas dos disposiciones (únicas opciones de relación) se especifican a continuación con sus respectivas proporciones.



## Aclaración

Estas dos opciones de relación pueden ser aplicadas en cu  
Color - Blanco/Negro - Positivo/Negativo - Una tinta

# Relación Escudo / Tipografía



## Alineación Horizontal

Está permitida la colocación del texto alineado a la izquierda del escudo mientras se conserven las proporciones establecidas.

## Alineación Vertical

Está permitida la colocación del texto centrado debajo del escudo mientras se conserven las proporciones establecidas

# Tipografía Corporativa

La tipografía que compone el logotipo y que se utiliza para identificación de la Marca es única para todos los casos. El logo, su alineación es al centro con respecto al símbolo (cintas) y utiliza mayúsculas únicamente al comienzo de la palabra "Palmira".

La tipografía para el logo es Harabara y para es slogan (...llegas mejor!) es Humanst521BT

## HARABARA

A B C D E F G H I J K 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



## Humanst521 BT

A B C D E F G H I J K 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

## Tamaño Mínimo



El logotipo puede ser ampliado a cualquier tamaño siempre y cuando se conserven sus proporciones. El tamaño mínimo al que puede ser reducido es de 3.5 cm x 1 cm

# Uso con otros Logotipos

## Uso del Logosímbolo de la Empresa

Cualquier Logotipo debe ser usado SIEMPRE en compañía del logosímbolo de la marca. Por ningún motivo puede ser usado solo en piezas gráficas, informativas o de exhibición.

## Ubicación

Cualquier Logotipo debe ser usado SIEMPRE a la derecha o debajo del logosímbolo de la Marca para respetar la jerarquía de la Empresa, no puede ser usado a la izquierda o encima del mismo. Ambos logotipos deben ser puestos en un lugar VISIBLE.

## Jerarquía de Tamaño

Tomando la franja de logos como un 100 % el logo de Expreso Palmira ocupará el 50 % de este espacio y el otro 50% será para los logos s26 y Metro, llevando el 60 % s26 y metro 40% de su espacio correspondiente

## Utilización del Color

Cuando el logotipo de la Empresa va en Color (policromía), los demás logotipos pueden ir de la misma forma. No está permitido usar otros logotipos en color si el de la Marca está en blanco y negro.



# Para Logotipos de Empresas en Convenio

## Uso del Logosímbolo de la Empresa

Cualquier Logotipo debe ser usado SIEMPRE en compañía del logosímbolo de la Empresa. Por ningún motivo puede ser usado solo en piezas gráficas, informativas o de exhibición.

## Ubicación

Cualquier Logotipo debe ser usado SIEMPRE a la derecha o debajo del logosímbolo de la Marca para respetar la jerarquía de la Institución, no puede ser usado a la izquierda o encima del mismo. Ambos logotipos deben ser puestos en un lugar VISIBLE.

## Jerarquía de Tamaño

Cualquier Logotipo debe ser usado SIEMPRE en una proporción máxima del 80% del tamaño del logosímbolo de la Empresa.

## Utilización del Color

Cuando el logotipo de la Universidad va en Color (policromía), los demás logotipos pueden ir de la misma forma. No está permitido usar otros logotipos en color si el de la Empresa está en blanco y negro.



**Izquierda 100%**



**Derecha 80%**

# Para Logotipos de Patrocinadores

## Uso del Logosímbolo de la Empresa

Cualquier Logotipo debe ser usado SIEMPRE en compañía del logosímbolo de la Empresa. Por ningún motivo puede ser usado solo en piezas gráficas, informativas o de exhibición.

## Ubicación

Cualquier Logotipo debe ser usado SIEMPRE a la derecha o debajo del logosímbolo de la Marca para respetar la jerarquía de la Institución, no puede ser usado a la izquierda o encima del mismo. Ambos logotipos deben ser puestos en un lugar VISIBLE.

## Jerarquía de Tamaño

Cualquier Logotipo debe ser usado SIEMPRE en una proporción máxima del 50% del tamaño del logosímbolo de la Empresa.

## Utilización del Color

Cuando el logotipo de la Empresa va en Color (policromía), los demás logotipos pueden ir de la misma forma. No está permitido usar otros logotipos en color si el de la Marca está en blanco y negro.



**Izquierda 100%**

**LOGOTIPO**  
empresa en convenio

**Derecha 50%**

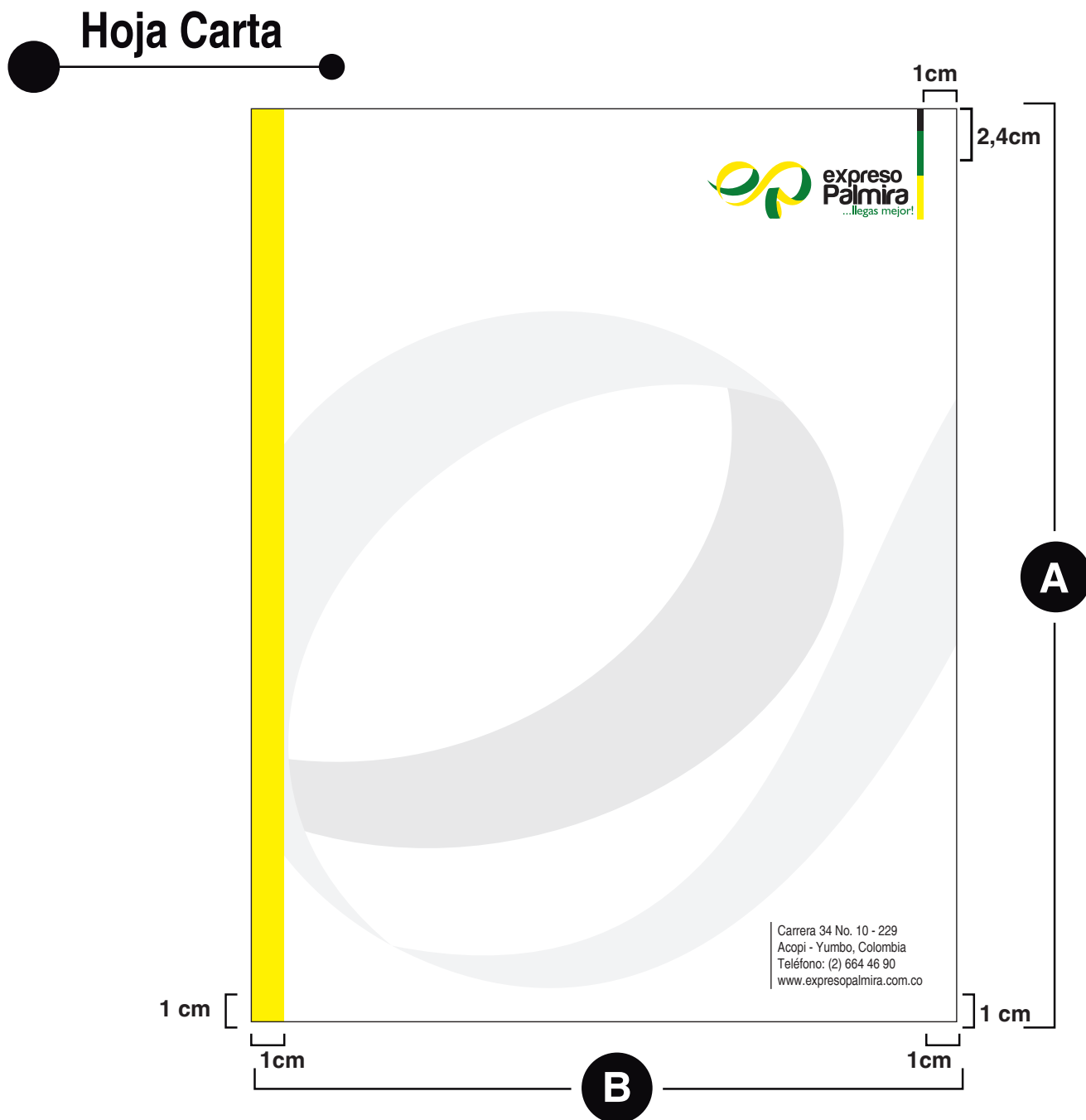
# Uso de Slogan

El Slogan: “Llegas mejor”, podrá ser utilizado en textos y títulos donde el nombre de la Empresa esté presente. La tipografía debe ser la misma que se esté utilizando para el texto en que se escribe si es un texto corrido o un título y/o subtítulo. Debe ser en minúscula, sin puntos. El slogan no reemplazará al logotipo, pero puede utilizarse de modo independiente en piezas de carácter publicitario



# Papelería Básica

A continuación se muestra la aplicación del logotipo sobre la papelería básica institucional.



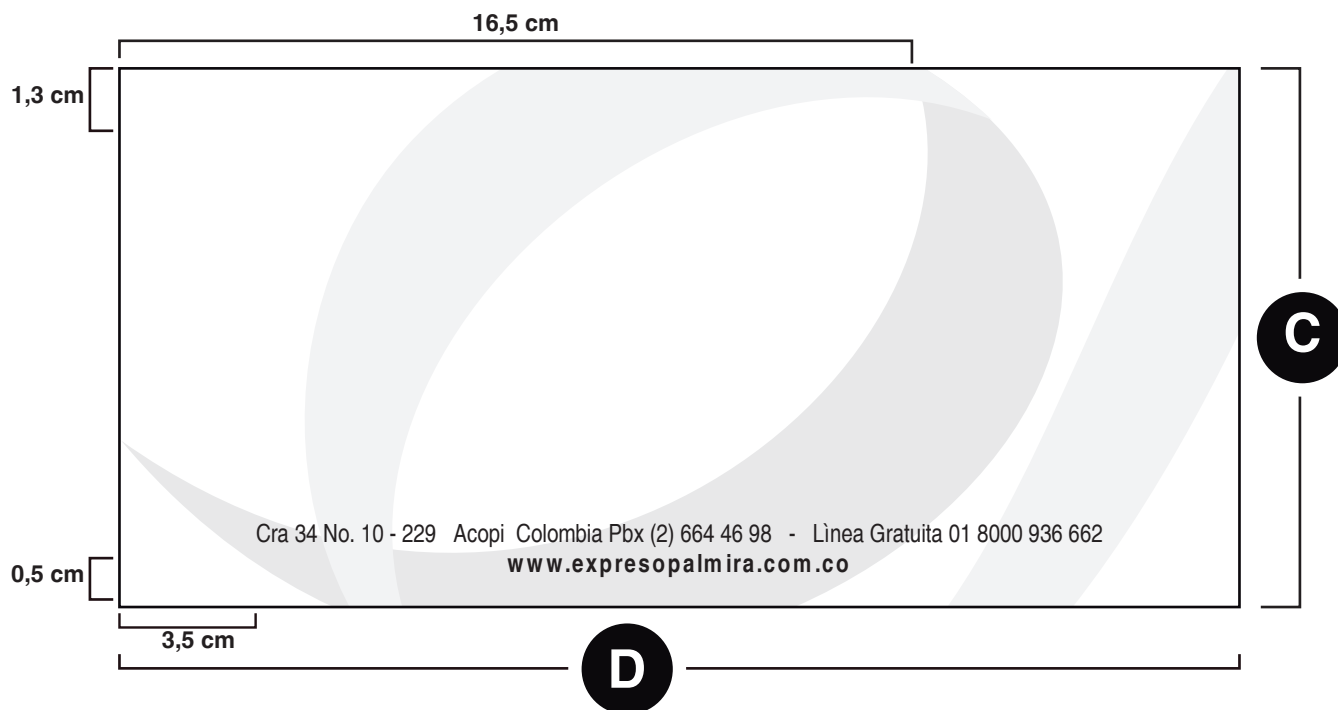
**A**

27,94 cm

**B**

21,59 cm

# Sobre Carta



**C** 10,5 cm **E** 3 cm

**D** 23,5 cm

# Tarjeta



**F** 5,5 cm

**G** 9 cm