

Guía rápida

# **Identidad Visual Corporativa**



*Josue Abraham Mamani*

*Pamela Ligia Tapia*

**Presidentes**

*Josue Abraham Mamani*

*Pamela Ligia Tapia*

**Representantes exclusivos**

Fundación de la empresa

Av. Jorge Carrasco esq. Las Palmas

Nº 450 (Bologna), La Paz - Bolivia

**[www.ulasalle.edu.co](http://www.ulasalle.edu.co)**

*Josue Abraham Mamani*

*Pamela Ligia Tapia*

**Diseño**

Este Manual permite reconocer el símbolo de  
identidad visual de la empresa Audio Pixel y las  
aplicaciones generales para su implementación.  
Símbolo representativo de nuestra identidad.

# Índice

## 1. LOGOSÍMBOLO

### Fundamentos

Fundamentos	7
Logosímbolo	8
Divisiones (logo - símbolo)	9
Invertido	10
B/N	11
Sello Institucional	12
Elementos de escudo	13
Área de seguridad	14
Tamaños mínimos	15
Color Institucional	16
Tintas especiales	17
Tipografía	18
Usos incorrectos	19
Usos correctos fotografía	20

## 2. JERARQUÍA

### Arquitectura de marca

Sub-marcas	22
------------	----

# 1

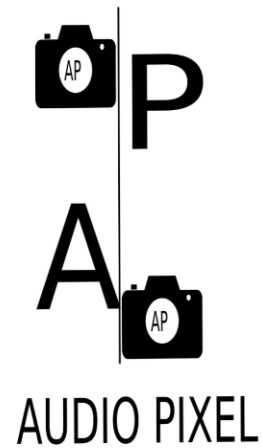
## Logosímbolo

**Fundamentos**

## Logosímbolo

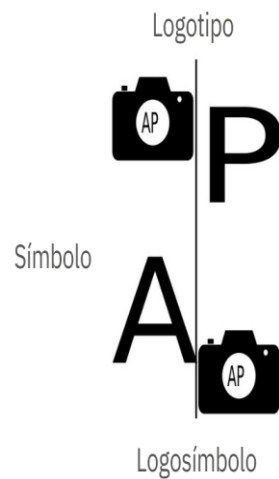
Desde la reciente creación de Audio Pixel hace un mes, hemos buscado establecer nuestra marca como una entidad que refleje los valores de integridad innovación y colaboración enraizados por los por nuestra por los valores de nuestra universidad. En nuestro nuevo logotipo, destacamos la presencia de figuras significativas relacionadas a nuestra empresas y así también a nuestra universidad como también a su fundador San Juan Bautista de la Salle Demostrar sus valores y demostrar que los valores que nos enseñó a cada uno de los la sallistas.

Las cámaras simbolizan la objetivo de nuestra empresa que es brindar mediante una video las diferentes oportunidades de estudio a nuestros jóvenes así como también brindarles ventajas económicas, cualidades que aspiramos para nuestra sociedad. Las letras representan las iniciales de nuestra empresa como así también las iniciales de los integrantes de la empresa, con nuestro logo buscamos proyectar los éxitos en la formación académica para ser parte de una sociedad competitiva y enérgica. Además, de todo esto queremos proyectar confianza y seguridad a todos aquellos jóvenes que buscan la grandeza académica.

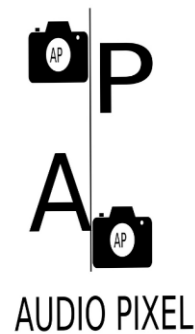


## Logosímbolo

El logosímbolo es la suma del logotipo y el símbolo con la parte de la letra del logo formando el logo completo, decidimos separarlo ya que la parte del logo es solo la parte arriba y notamos que lo mas importante en este punto es nuestro logo en si,

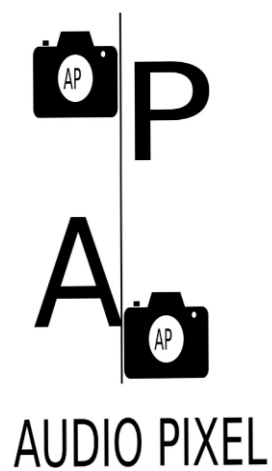
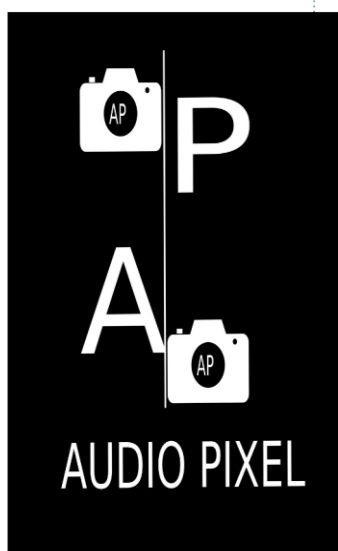


AUDIO PIXEL





## Logosímbolo o Invertido



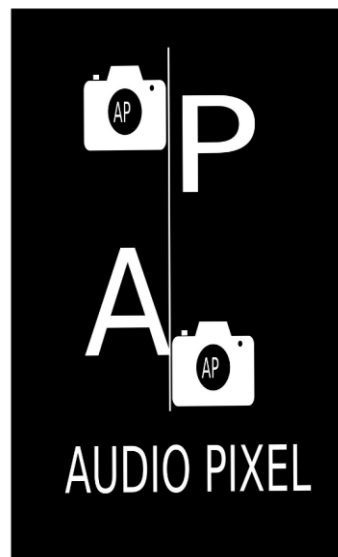
En el caso de utilizar la versión en negativo del logo, se empleará sobre fondos que sean compatibles con su color institucional, negro. Esta variante se aplicará específicamente en situaciones donde el color del fondo sea adecuado para resaltar el marcaje.

## 1. Logosímbolo

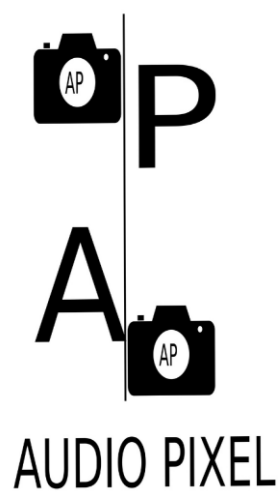
## 2. Jerarquías

## 3. Aplicaciones

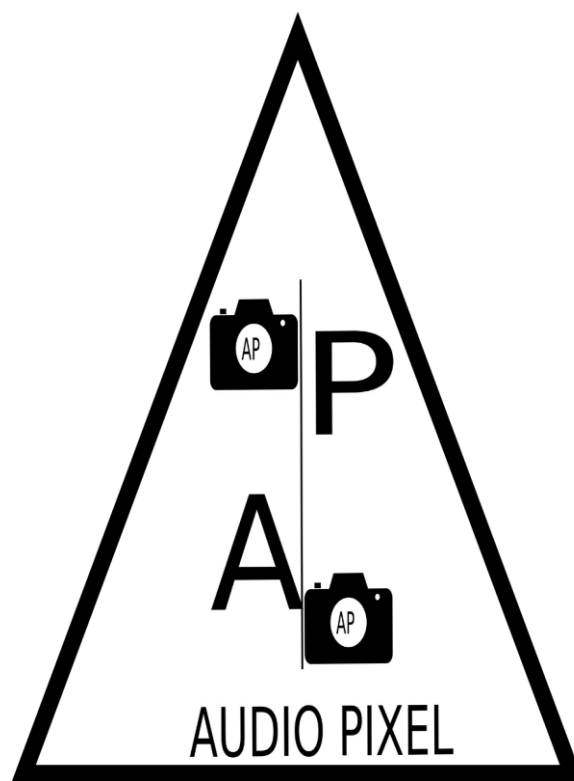
### Logosímbolo B/N



El logo impreso en una tinta, será utilizado en documentos que por su características técnicas de reproducción, como fotocopias, impresión en papel periódico o similares, ameriten este manejo.



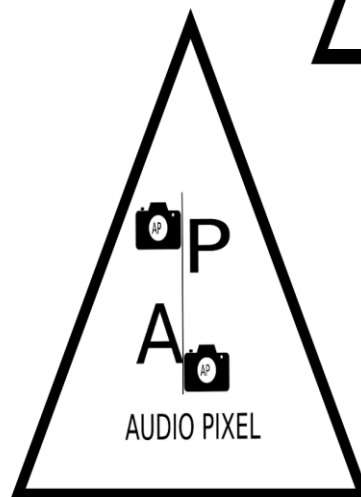
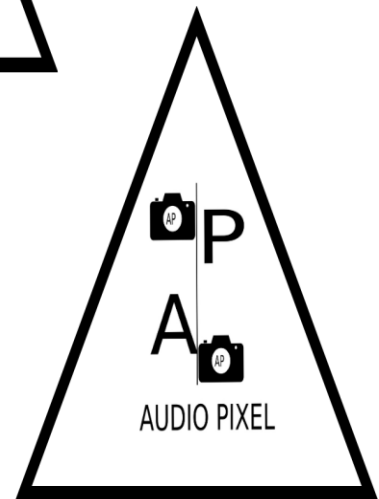
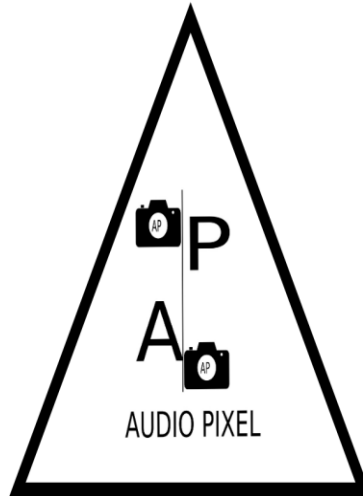
## Sello Institucional



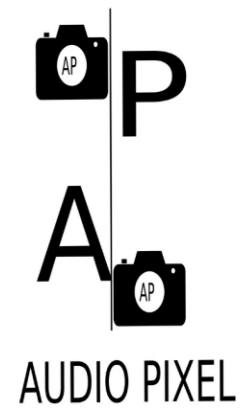
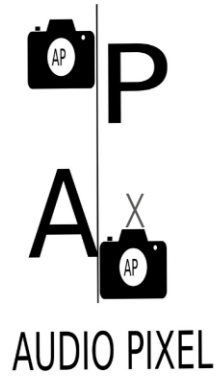
Indicador de autenticidad, autoridad y respaldo en función de su representación. La aplicación del sello se limitará a situaciones específicas que demanden su uso.

## Sello Institucional

Respecto al cello de nuestro logo y empresa decidimos hacer de manera rectangular por la cantidad de valores que queremos demostrar ya que es lo mas importante que nuestra empresa quiere compartir con sus clientess

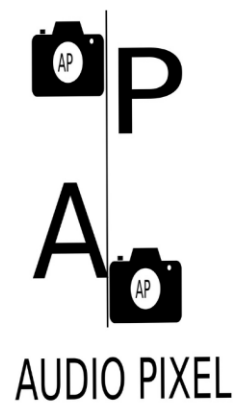


## Área de seguridad

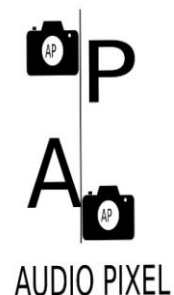


El área de seguridad permite mantener la marca intacta, ya que evita el uso de elementos ajenos al logo dentro de una determinada área al rededor del mismo.

Dicha área corresponde a un módulo (letra o) que va en los lados: izquierdo y derecho, superior e inferior y que no puede ser ocupada en ningún momento por elementos extraños al logo como gráficos, textos, fotos, dibujos, etc.

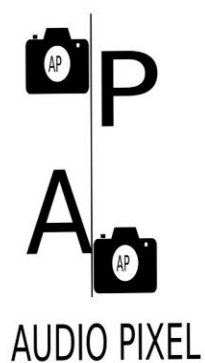


## Tamaños Mínimos

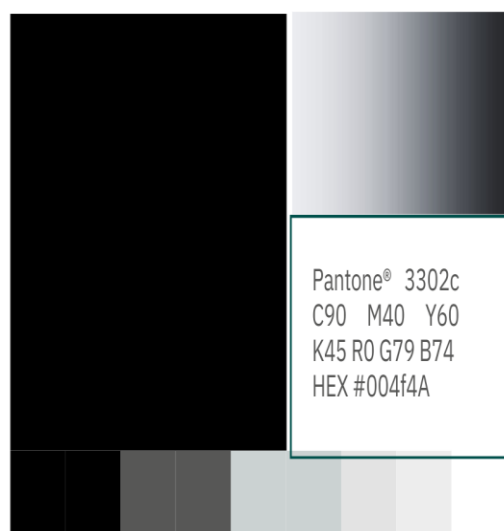


Con el fin de mantener una correcta legibilidad de cada elemento del logo, aquí se muestran los tamaños mínimos de las versiones del logo.

Nuestras diferentes versiones de logo podrán aplicarse en todos los espacios, formatos y sustratos posibles con la medida mínima que acá se indica.



## Color Institucional

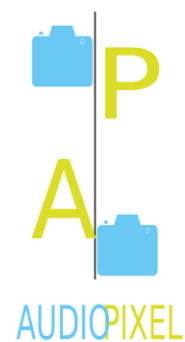
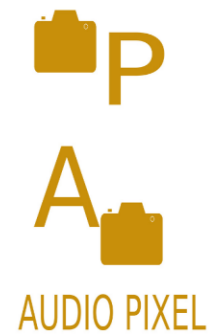
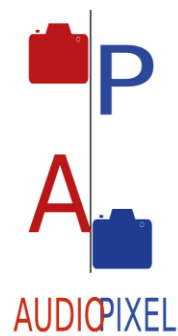


La elección entre los colores Pantone o CMYK se determinará según el medio de aplicación del logotipo, siendo los primeros apropiados para impresiones y los segundos, así como el RGB o Hexadecimal, para visualización en pantalla y uso web.

## Tintas Especiales



Estos colores metalizados serán empleados para papelería institucional de carácter protocolario como son diplomas o sellos, al igual que en señalización, placas conmemorativas, soportes metálicos y fachadas.





## Tipografías

### Tipografías de Logosímbolo

Trajan Pro abcdeñp[&£¥%1234]  
Regular, Bold

### Tipografías para piezas publicitarias

Adobe Caslon Pro abcdeñp[&£¥%1234]  
Regular, *Italic*, **Semibold**, **Semibold Italic**, **Bold**, **Bold Italic**

MetaPro abcdeñp[&£¥%1234]  
Normal, *Italic*, Book, *Book Italic*, Medium, **Medium Italic**, **Bold**, **Bold Italic**, **Black**, **Black Italic**

### Tipografías para oficina

Times New Roman abcdeñp[&£¥%1234]  
Regular, *Italic*, Bold, **Bold Italic**

Calibri abcdeñp[&£¥%1234]  
Regular, *Italic*, **Bold**, **Bold Italic**

### Tipografías para web

Lora abcdeñp[&£¥%1234]  
Regular, *Italic*, **Bold**, **Bold Italic**

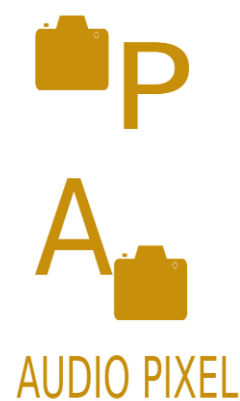
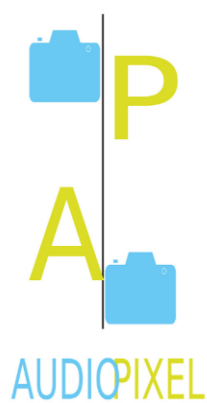
Lato abcdeñp[&£¥%1234]  
*Hairline*, *Hairline Italic*, Light, *Light Italic*, Regular, *Italic*, **Bold**, **Bold Italic**, **Black**, **Black Italic**

## Usos Incorrectos

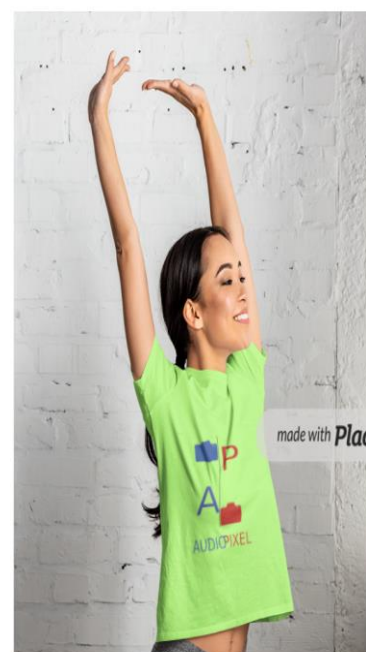
El buen manejo y el uso adecuado de nuestra marca otorgan solidez y constancia del entorno visual y fortalecen la marca Institucional.

Esto depende de que todas las personas involucradas en su implementación hagan buen uso y sigan los lineamientos establecidos.

Aquí se muestran algunos usos incorrectos.



## Usos correctos en fotografías



## 1. Logosímbolo

## 2. Jerarquías

## 3. Aplicaciones



# 2 Jerarquías

1. Logo

**2. Jerarquías**

3. Aplicaciones

**Arquitectura de marca**  
Guía de uso de marca

## Sub-branding o Sub-marca

Nos referimos a las unidades de negocio que con el objetivo de clarificar la oferta o explorar nichos de mercado, se les otorga identidad específica y valores propios que las diferencien del imagotipo institucional, estas marcas emergentes no deberán utilizarse de manera independiente. Lo relacionado a dependencias, servicios o productos deberán estar de acuerdo a lo expuesto en el ítem correspondiente en este Manual.

