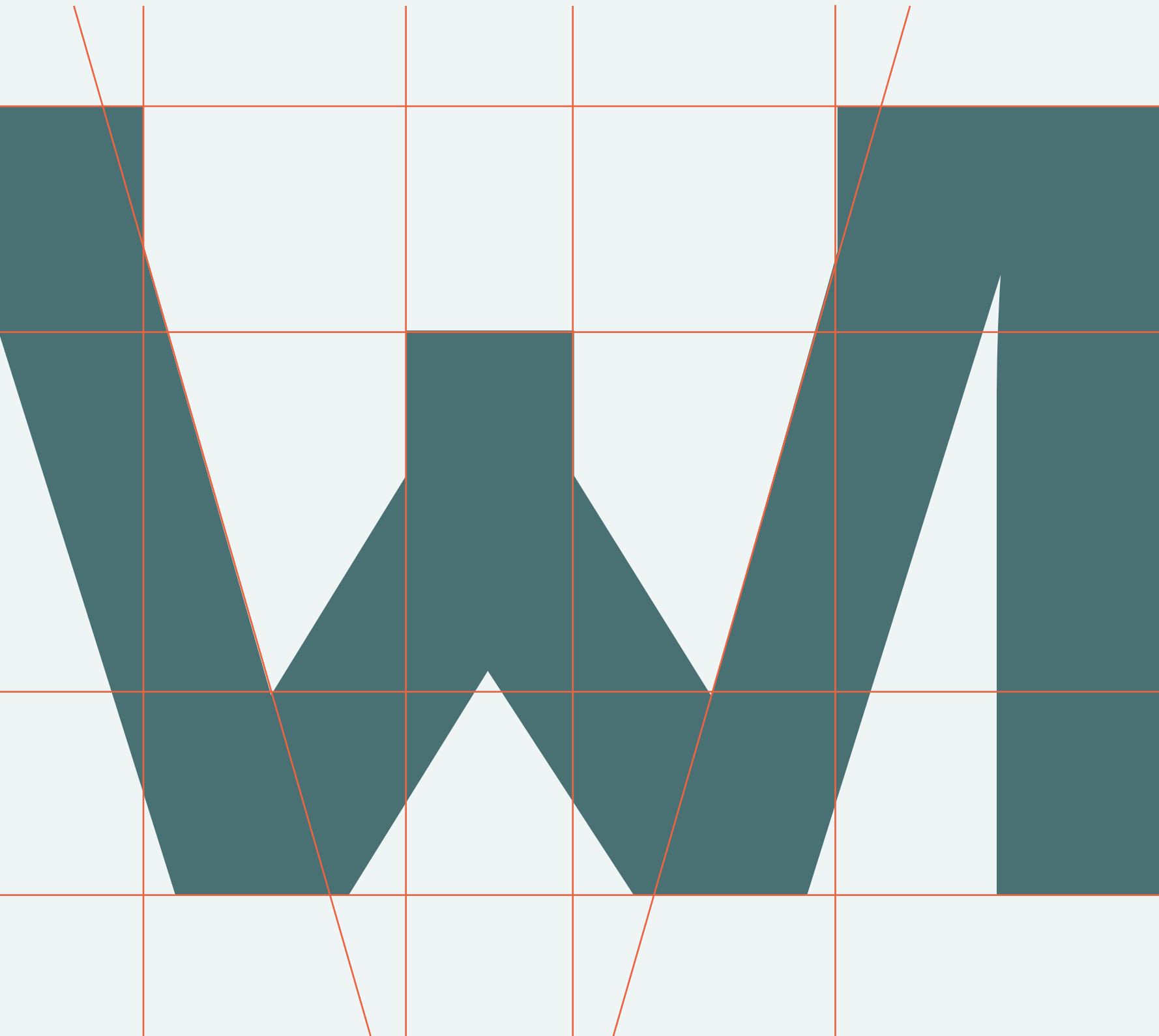




Guía de Usos

correctos e incorrectos

WEIMAN
BI & AI SOLUTIONS



Guía de usos

Esta guía tiene como propósito establecer ciertas normativas de aplicación de la identidad visual de la marca, con los lineamientos a seguir al momento de crear las comunicaciones.

Este documento define un sistema de formas, colores, conceptos y principios que contribuyen a la transmisión de una imagen consistente y ordenada. Esto no intenta limitar la creatividad a la hora de comunicar, sino que está intencionado a basarse en el uso correcto y principios de identidad.

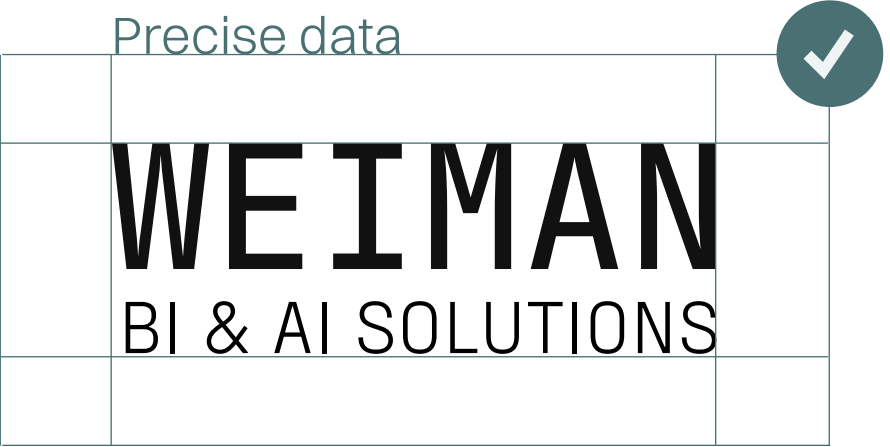
Área de resguardo

El área de resguardo tiene la función de, mediante el espacio y “aire” generado alrededor de la marca, darle pregnancia y protagonismo frente a otros elementos, ya sean estos elementos propios de la composición o ajenos, como por ejemplo, otras marcas.

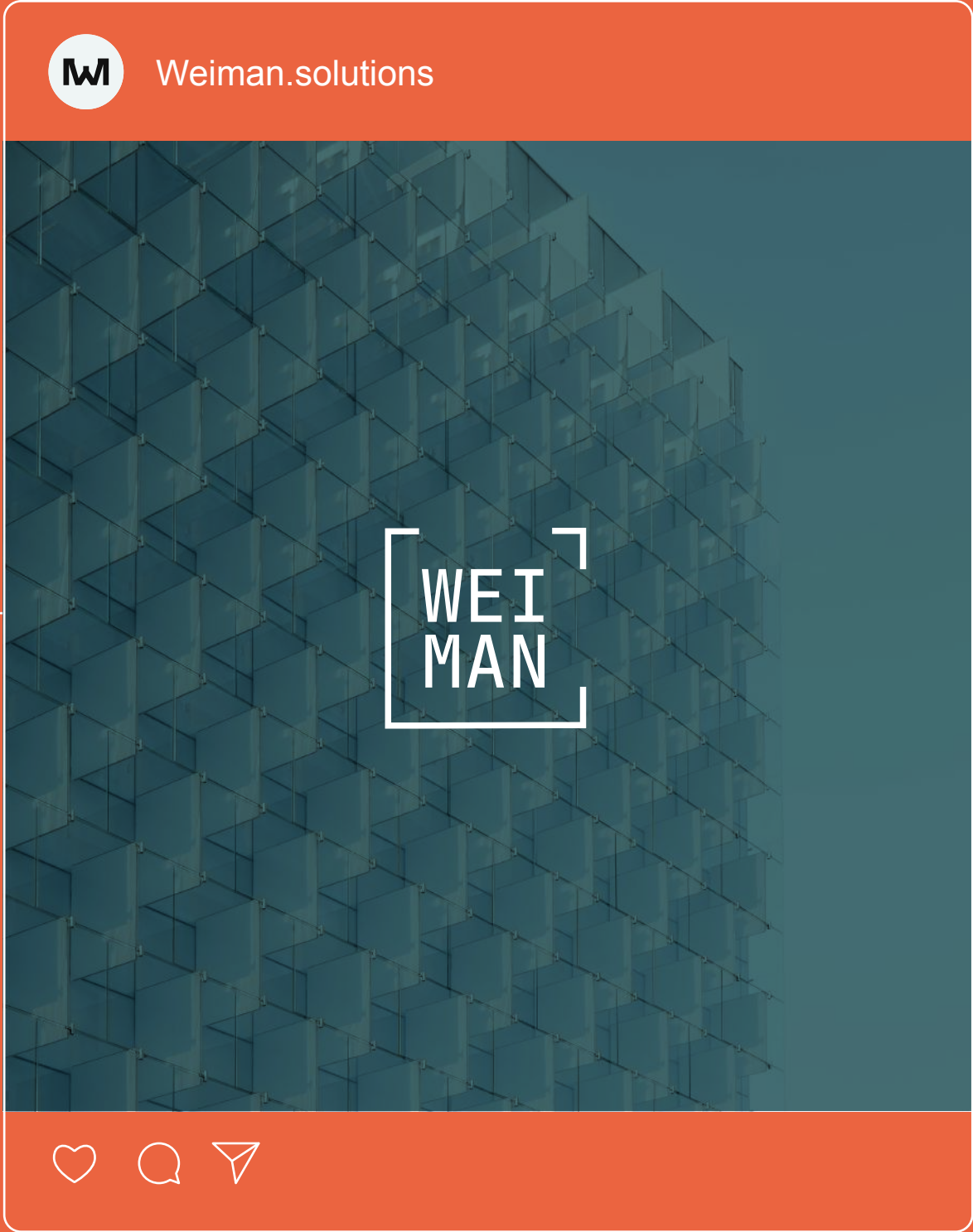
Es así que el área asegura una lectura correcta y mayor memorabilidad o impacto de la marca.

El módulo de referencia se toma a partir del carácter alfabético principal de la marca: La W.





A mayor área de resguardo,
mayor impacto y memorabilidad.



■
Usos No Permitidos / Incorrectos



Ubicación:
No alterar el orden original de los elementos.



Inclinación:
No se permite el uso diagonal o inclinado de la marca.



Gradientes:
No se permite el uso de ningún tipo de gradiente.



Croma:
No utilizar la marca con colores fuera de la paleta cromática establecida.



Condensar:
No está permitido condensar la marca, horizontal ni verticalmente.



Elementos:
No se permite quitar elementos dentro de las variantes de marca.



Tamaños:
No se permite alterar los tamaños y proporciones dentro de las variantes.



Tipografías:
No está permitido utilizar otras tipografías.



Croma y contraste:

Si bien ambos isologos en el ejemplo están cromaticamente dentro de las normas de marca, el primero tiene muy bajo contraste, por lo cual su visibilidad es muy baja. Por eso debemos tener en cuenta no únicamente la marca y sus elementos, sino también su contexto.



Croma y contraste:

Si bien ambos isologos en el ejemplo están cromaticamente dentro de las normas de marca, el primero tiene muy bajo contraste, por lo cual su visibilidad es muy baja. Por eso debemos tener en cuenta no únicamente la marca y sus elementos, sino también su contexto.

Para un uso correcto, es necesario respetar **los colores, tipografías y cualquier elemento que componga la marca** o esté dentro de sus lineamientos.

Para esto, sugerimos utilizar únicamente los archivos originales para extraer elementos de diseño o simplemente para su consulta.



WEIMAN WM WEI
SOLUTIONS MAN



Precise data,



Precisely us.

WEIMAN
BI & AI SOLUTIONS