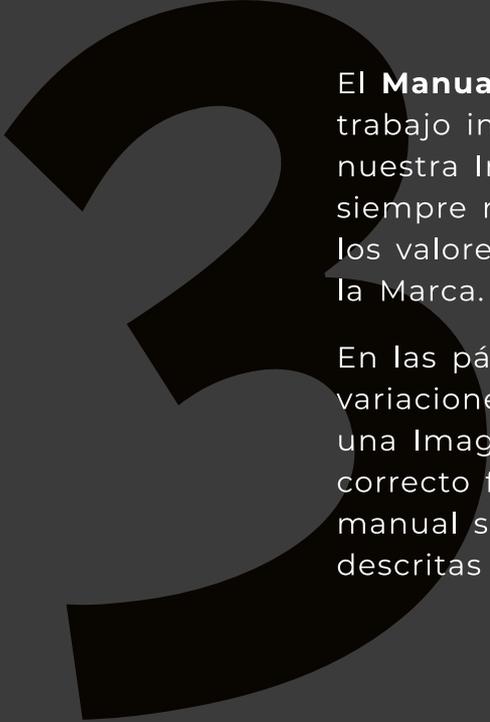




Manual de Imagen Corporativa



El **Manual de Imagen Corporativa** es una herramienta de trabajo imprescindible para mantener la integridad de nuestra Imagen de Marca. Así, de esta forma resulta siempre reconocible para el usuario y se mantiene fiel a los valores y registros en base a los cuales ha sido creada la Marca.

En las páginas siguientes se ilustran los modos de uso, variaciones y todas las aplicaciones de la Marca para lograr una Imagen Corporativa **sólida y coherente**. Para su correcto funcionamiento, es preciso que el usuario de este manual se comprometa a conocer y seguir las situaciones descritas en él.

Manual de Imagen Corporativa

Índice

La Marca

- 1.1 Diagramación
 - 1.1.1 Unidades de medida
- 1.2 Proporciones
 - 1.2.1 Logotipo
 - 1.2.2 Imagotipo
- 1.3 La Marca y sus versiones
 - 1.3.1 Marca con Imagotipo
 - 1.3.2 Mismo fondo color
 - 1.3.3 Vertical
- 1.4 Tamaños mínimos
 - 1.4.1 Logotipo
 - 1.4.2 Imagotipo
- 1.5 Leyenda

Colores y tipografía

- 2.1 Gama de colores
 - 2.1.1 Variación de colores
- 2.2 El negativo
- 2.3 Colores de la marca
- 2.4 Transcripción del color
- 2.5 Tipografías
- 2.6 Transformaciones en tipografías

Distintos usos

- 3.1 Usos sobre diversos fondos
- 3.2 Usos correctos del vectorizado
- 3.3 La Marca dentro de un texto
- 3.4 La Marca con logos

Aplicaciones y Promoción

- 4.1 Papel carta
- 4.2 Sobre americano
- 4.3 Sobre bolsa
- 4.4 Tarjeta genérica
 - 4.4.1 Segunda opción
- 4.5 Tarjeta personalizada

ZIP

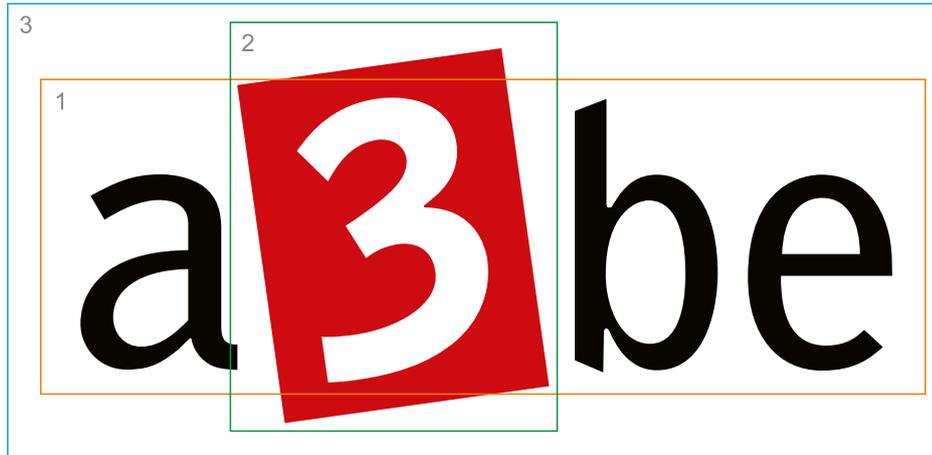
Información y contacto



Una **Marca** es una denominación verbal, distintivo gráfico o la combinación de ambos elementos, cuyo objetivo es ser diferenciada en el mercado e identificar la personalidad de la empresa o producto.

Presentar una Marca de cualquier forma puede comunicar un mensaje distorsionado que equivoca al receptor. Por eso la Marca se representa de una **única forma gráfica** que no puede ser alterada ni modificada y siempre debe ser aplicada tal y como como se indica en este Manual.

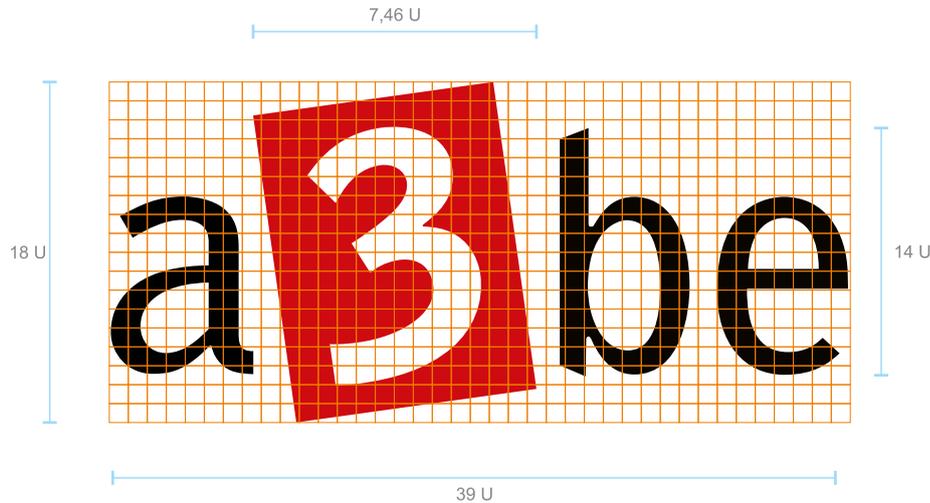
1.1 Diagramación



Consta de dos partes visuales: (1) **Isotipo**, (2) **Logotipo**, (3) **Imagetipo**

Se utilizará esta combinación siempre que se pueda pasando a denominarse **Imagetipo**.

1.1.1 Unidades de medida

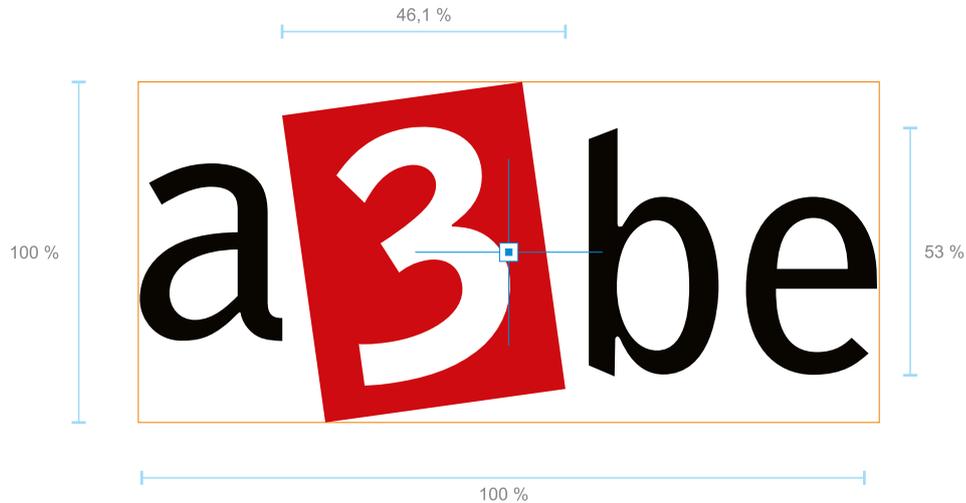


La estructura matemática de construcción del logotipo se presenta en unidades de medida, cualesquiera que éstas sean.

Como se aprecia en esta muestra puede aplicarse en cualquier unidad de medida:

U= milímetros,
centímetros, píxeles, etc.

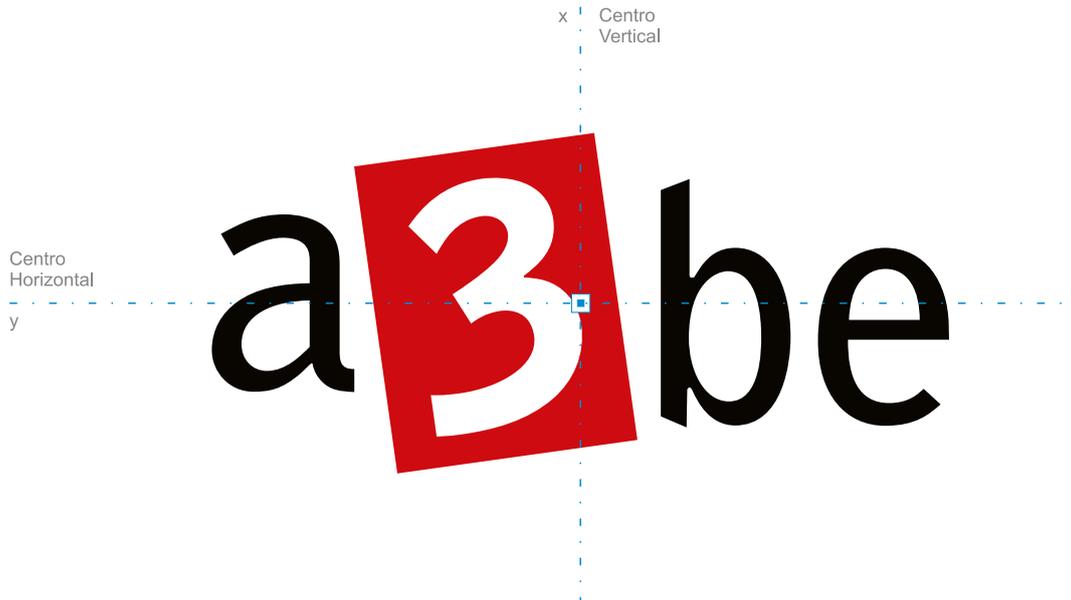
1.2 Proporciones



La composición y proporciones serán siempre que se pueda tal y como se aprecia en esta muestra gráfica.

Más adelante detallamos otras versiones y composiciones de la Marca.

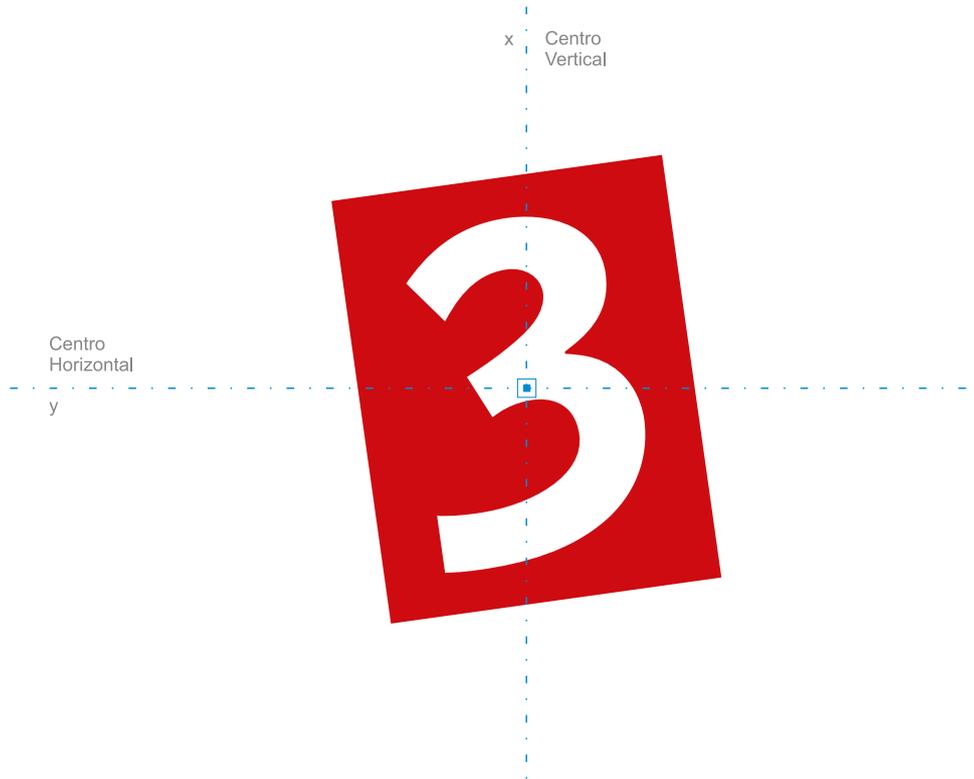
1.2.1 Imagotipo



En las ocasiones que la Marca no pueda ir acompañada del claim, utilizaremos este elemento gráfico (Imagotipo) y la composición es tal y como se muestra en esta página.

La caja va centrada y siempre que se pueda será en nuestro color corporativo.

1.2.2 Logotipo



En algunas ocasiones el Logotipo ira sin acompañar al Isotipo.

Aunque es un símbolo gráfico que representa la Marca, nos sirve para aplicarlo en diferentes soluciones gráficas de carácter informal y diseño gráfico.

Todas las versiones y posibilidades gráficas se muestran más adelante.

1.3 La Marca y sus versiones



Consta de tres partes visuales: (1) **Logotipo**, (2) **Isotipo**, (3) **Claim**, (4) **Marca**

Se utilizará esta combinación siempre que se pueda.

Así, de esta forma, el conjunto de la Marca nos permite que sea colocada en cualquier sitio sin perder identidad ni mensaje.



1.3.1 Versión horizontal

Para situaciones donde la Marca deba ir en **horizontal** se utilizará esta versión.

Esta es la posición básica para la Marca y siempre que se puede deberá ir en esta posición.



a3be[®]
outsourcing & factory

1.3.2

Marca con fondo
color negro

En el caso de que la
Marca vaya sobre el
mismo fondo de color
que el corporativo
utilizaremos la opción en
blanco.

También se utilizará esta
versión en fondos de
color oscuro.

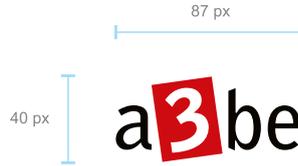


1.3.3 Vertical

Para situaciones donde sea necesario que la composición de la Marca sea en vertical, utilizaremos sólo esta opción.

En este caso giramos el Imagotipo a 90° y el claim queda en doble línea y con un tamaño de texto reducido.

PANTALLA



IMPRESIÓN



1.4 Tamaños mínimos

Para una correcta lectura de la Marca es imprescindible que se respeten los tamaños mínimos:

Tamaño mínimo de reproducción en **pantalla**:

(x) 150 pixels

(y) 80 pixels

Tamaño mínimo de

impresión:

(x) 28 mm.

(y) 15 mm.

1.5 Leyenda

A3

Formato Din A3 de papel
sobre el cual se trazan los proyectos.
Es el inicio de cualquier trabajo.



a3be

“a3” representa el formato de
papel Din A3 y “be” es bien
en catalán.
Simboliza que lo hacemos bien



outsourcing & factory

Es lo que hacemos, es el
servicio que ofrecemos

outsourcing & factory

La Marca tiene, aparte del gráfico, un significado por la cual se combina y realiza.

En el croquis pueden ver los significados de cada uno de los elementos que forman parte de la Marca, donde el conjunto define claramente el NOMBRE y el SERVICIO.



Los colores y la tipografía son los elementos estructurales de la Marca, por lo que no deben ser jamás alterados.

Es indispensable que el impresor siempre disponga de las fuentes tipográficas y esté informado sobre el color para evitar errores de interpretación.

Colores y Tipografía



White



Pantone®
Black



Pantone®
186 C

2.1 Gama de Colores

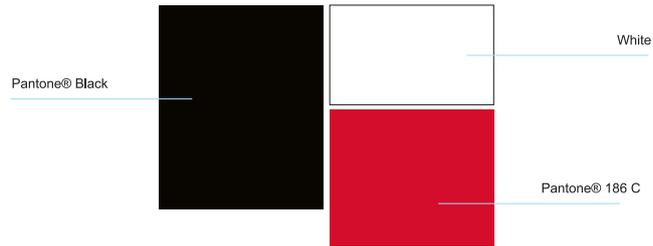
La gama se compone de blanco y un color.

Impresión Marca:
1 tinta (si el fondo es blanco)

Pantone® Black
White
Pantone 186C

2.3 Colores de la Marca

COLOR



B/N



Estos son los colores corporativos de la Marca dentro de la gama Pantone.

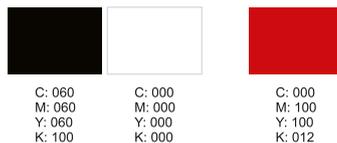
Esta información debe ser transmitida al impresor para que no haya confusiones ni errores en la consecución final del color.

2.4 Transcripción del color

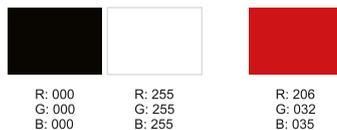
Pantone



CMYK



RGB



Web



Cada color de la gama tiene su correspondiente en otros sistemas de color.

Aquí mostramos los de uso más frecuente. Estas traducciones se deben consultar y respetar.

3

Bell Gothic Std Black
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

Bell Gothic Std Light Medio
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

otusourcing

Bell Gothic Std Black
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

& factory

Bell Gothic Std Light Medio
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

2.5 Tipografías

Las tipografías son:

Bell Gothic Std Black
Bell Gothic Std Light Medio

Es necesario proporcionar esta fuente tanto al impresor como a todo el personal que vaya a hacer uso de la marca.

En el ZIP se incluyen las fuentes.

2.6 Transformaciones en tipografías

a**3**be[®]

outsourcing & factory

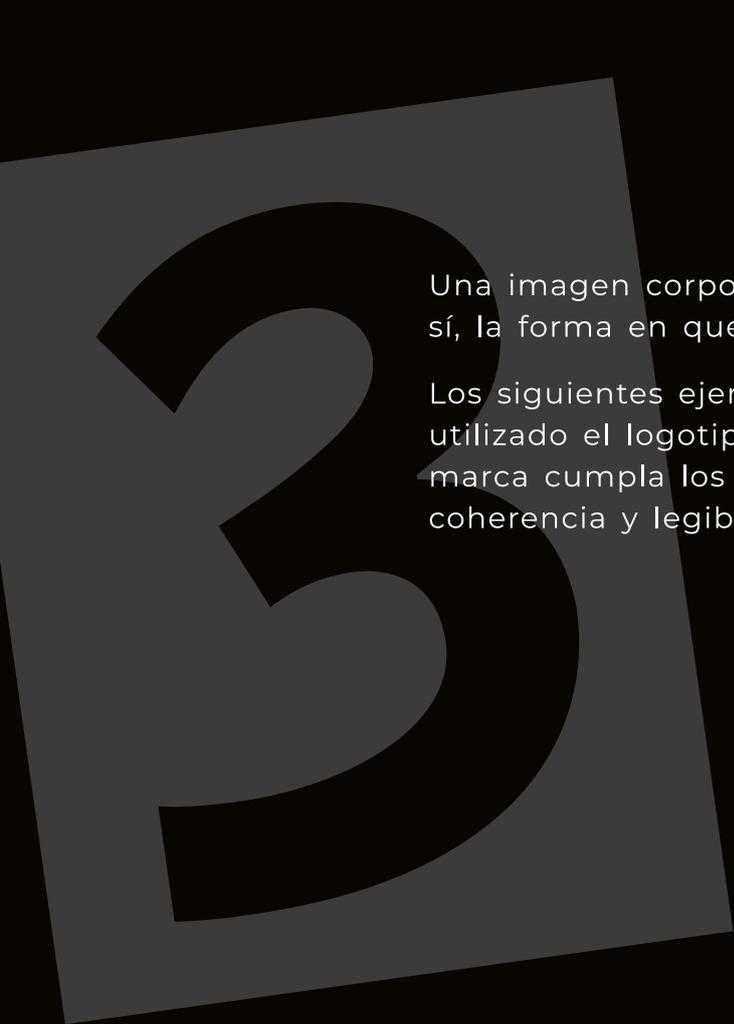
Imagotipo

La tipología no ha sufrido variaciones y debe respetarse esta composición como forma vectorizada y única

claim

Espaciado letra sobre 0: 0 %
Espaciado palabra sobre 100: **100 %**

Las tipografías de la Marca sufren deformaciones que se comentan en este apartado.



Una imagen corporativa engloba además de la marca en sí, la forma en que ésta se utiliza.

Los siguientes ejemplos especifican como debe ser utilizado el logotipo (y sus versiones) de manera que la marca cumpla los requisitos necesarios de orden, coherencia y legibilidad.

Distintos usos



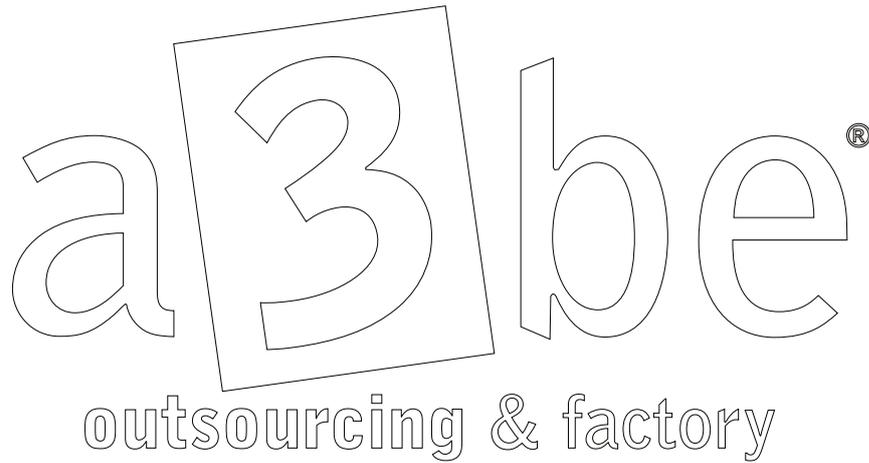
3.1 Usos sobre diversos fondos

Siguiendo criterios de legibilidad, la Marca (o sus diferentes versiones) no varía según el fondo sea de colores.

Utilizamos los fondos que normalmente acompañan a La Marca en la mayoría de situaciones gráficas.

La Marca pasa a BLANCO en los casos de fondo negro u oscuro.

En el caso de que el fondo sea el mismo color rojo, la Marca pasará a monocromo en colores negro y/o blanco.



3.2

Usos correctos del vectorizado

Descripción de los usos correctos de la marca en formato vectorizado o silueteado.

En este caso el color siempre será monocromo y adaptado sobre el fondo.

3.3

La Marca dentro de un texto

El Manual Corporativo es una herramienta de trabajo imprescindible para mantener la integridad de nuestra Marca. Así, de esta forma resulta siempre plenamente reconocible para el usuario y se mantiene fiel a los valores en base a los cuales ha sido creada. En las páginas siguientes **a3be** se ejemplifican los modos de uso, variaciones y aplicaciones de la Marca para lograr una Imagen Corporativa sólida y coherente.

El Manual Corporativo es una herramienta de trabajo imprescindible para mantener la integridad de nuestra Marca. Así, de esta forma resulta siempre plenamente reconocible para el usuario y se mantiene fiel a los valores en base a los cuales ha sido creada. En las páginas siguientes **a3be** se ejemplifican los modos de uso, variaciones y aplicaciones de la Marca para lograr una Imagen Corporativa sólida y coherente.

A la hora de incluir el nombre de la Marca dentro de un texto deben tenerse en cuenta los siguientes requisitos:

1. Deberá ir en sus colores corporativos o en una de sus versiones monocromas.
2. Se utiliza la misma tipología del manuscrito.

a3be[®]
outsourcing & factory



3.4 La Marca con logos

La Marca, en algunas ocasiones, se verá acompañada de la marca del grupo.

También el logo del 25º aniversario.

En estos casos la composición y tonalidades se configuran según la muestra.



La Marca irá en distintos elementos corporativos que conjunta el material gráfico y corporativo más usual.

La forma de representar la Marca en estos soportes o medios está determinada en estos ejemplos de uso. Una vez definidos, al proveedor se le entregará la versión específica de cada uno de ellos y en los formatos de archivo que mejor le convengan.

Aplicaciones



4.1 Papel carta

El papel de carta irá la Marca con el color corporativo y se utilizará la versión básica para las páginas.

El resto de información en sus colores.

Los logos de las marcas del grupo al 15% de negro

Papel carta
DIN A4





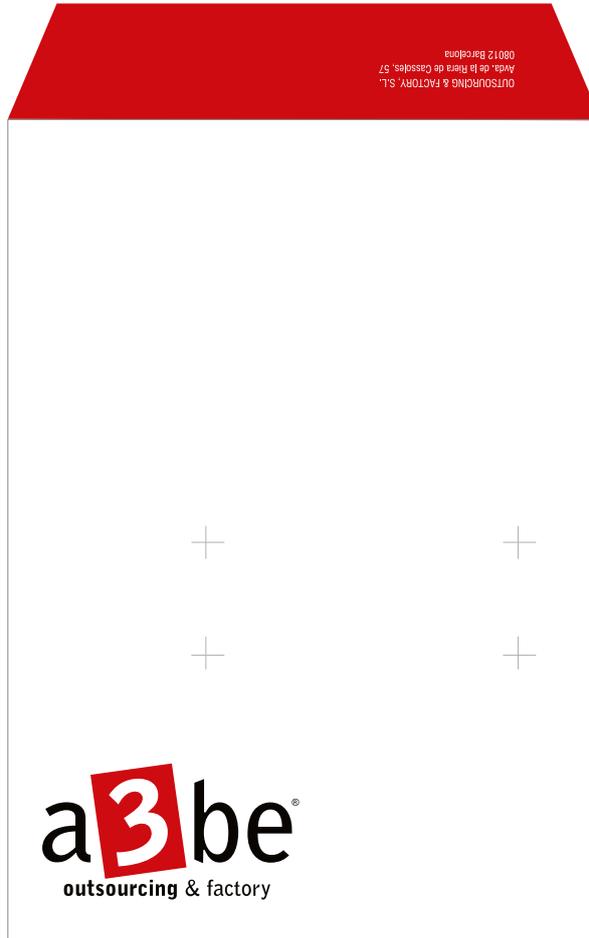
4.2 Sobre americano

Las versiones de sobres
irán siempre en los
colores corporativos.

**Sobre tipo americano.
220 x 110 mm.**

CMYK

2 tintas
Negro y Pantone 186C



4.3 Sobre bolsa

Las versiones de sobres irán siempre en los colores corporativos.

Sobre tipo bolsa.
320 x 230 mm.

CMYK

2 tintas
Negro y Pantone 186C

TAMAÑO REAL



4.4 Tarjeta genérica

La tarjeta simple y genérica irá impresa dos caras y a color.

Tamaño: **85 x 55 mm.**



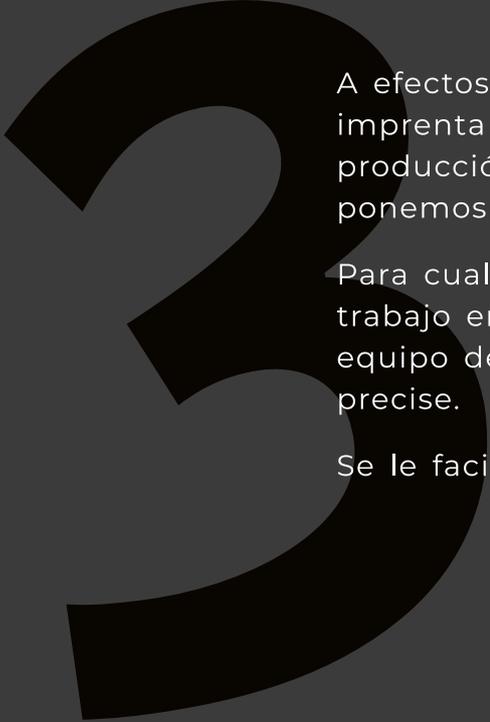
OUTSOURCING & FACTORY, S.L.
Avda. de la Riera de Cassoles, 57 · 08012 Barcelona
T. 93 796 62 24 · M. 648 198 615
info@a3be.com
a3be.com



4.5 Tarjeta personalizada

Las tarjetas personalizadas serán idénticas a las genéricas y llevarán además estos datos:

**Nombre y primer
Apellido**
Cargo que ocupa
Teléfono móvil
e-mail personal
QR VCARD



A efectos de llevar la gestión hasta el final, con la imprenta o cualquier proveedor que intervenga en la producción de la Marca sobre cualquier medio o soporte, ponemos en contacto a nuestro/s responsable/s.

Para cualquier duda o necesidad para poder realizar su trabajo en condiciones, póngase en contacto con nuestro equipo de trabajo y éste le facilitará el material que precise.

Se le facilita un archivo ZIP con todo lo necesario.

Datos de contacto

ZIP

CUALQUIER CONSULTA
SOBRE EL MANUAL

Soporte Técnico:
Tel. 93 796 62 26
info@a3be.com

Descargas on-line:
www.a3be.com/prensa

El contenido del ZIP:

- Manual (PDF)
- Fuentes (TTF)
- Vector .cdr/ai
- Archivos .jpeg .gif .eps