



Manual de Identidad Corporativa

Introducción

DOT comunicación visual es un estudio de diseño gráfico dedicado en gran parte al diseño de identidad corporativa y packaging, sin dejar de lado el trabajo en otras áreas de diseño.

DOT comunicación visual se caracteriza por ser un estudio joven, dinámico, altamente responsable y además cuenta con un personal altamente capacitado y con la última tecnología para encarar todos sus proyectos. Éstas características son las que veremos representadas más adelante en la marca de este estudio.

A continuación en éste Manual pretende recoger de forma sencilla y completa la definición de los elementos de Identidad Corporativa y sentar las bases para un posible desarrollo posterior de cualquier aplicación que en el futuro pueda surgir.

Índice

1- Logotipo

- Isologotipo (marca)
- Representación en grilla
- Usos de la marca
- Normativa cromática
- Color corporativo
- Colores complementarios
- Versiones de la marca
- Variaciones de la marca
- Reducción mínima
- Espacio de protección
- Tipografía corporativa
- Tipografía complementaria

2- Papelería

- Norma de impresión y composición

3- Publicaciones

- Norma para la publicidad y publicación

4- Gráfica vehicular

- Normas de rotulación de vehículos

5- Señalética

- Normas para la señalización

6- Merchandising

- Uso en objetos y productos promocionales

7- CD Interactivo

- Normas para la publicación del CD Interactivo
- Botones
- Salida

8- Página web

- Normas para la publicación de la página web

1-Logotipo

Isologotipo (marca)

Sobre el Isologotipo recaerá, fundamentalmente el protagonismo de la Identidad Corporativa, será el motor de la Identificación y Personalización del estudio de diseño DOT Comunicación Visual.

Representará al estudio en todos los documentos soportes, medios, etc.

Representación en grilla

La estructura de la marca del estudio DOT Comunicación Visual está definido por el uso de un círculo y el diseño tipográfico de las palabras “DOT” y “Comunicación Visual”. Todos estos elementos deberán trabajar siempre juntos.

Usos de la marca

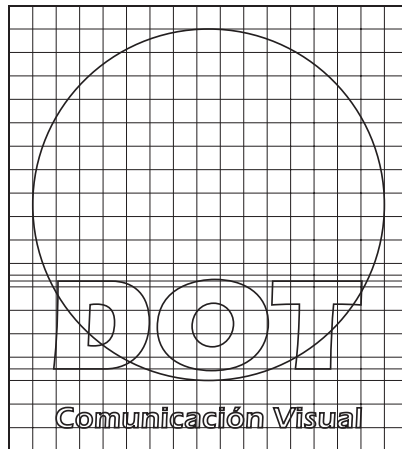
Su uso se extenderá a todas las piezas gráficas del estudio.

Encaso que la marca tuviera que ser aplicada en un tamaño menor al recomendado (10 mm x 11 mm), se utilizará solamente el círculo y la palabra “DOT”.

Isologotipo



Representación en grilla



Normativa cromática

El color es un factor determinante para reforzar los aspectos de percepción de la Identidad Corporativa de DOT Comunicación Visual y crear una personalidad cromática propia y coherente.

El color seleccionado es el Pantone 285. A partir de este momento lo llamaremos Color Corporativo.

De este color será el círculo de la marca y la tipografía de “comunicación Visual”, y quedando totalmente prohibida la utilización de cualquier otro color, a excepción del negro en la versión monocromática.

La palabra “DOT” será siempre de color blanco al 100%, y queda prohibido el uso de cualquier otro color.

Color corporativo

El Color Corporativo Básico será siempre el azul Pantone 285c (papeles encapados) y el 285u (papeles no encapados).

Colores complementarios

Los colores complementarios son aquellos que completan la representación cromática de la marca. Estos son el color blanco al 100% para las letras y el color negro al 100% para la versión monocromática.

Color corporativo



Pantone 285

Colores complementarios

Blanco 100%



Negro 100%

Equivalencia de colores



Cuatricromía
C: 100
M: 50
Y: 0
K: 0



Plotter de vinilo
Avery 500 Event Film:

Avery Bright blue gloss
Avery Bright Blue Matt



RGB

R: 0
G: 92
B: 161



Color Web

0066CC

Versiones de la marca

Versión color

El color del círculo y del anclaje verbal irá en color azul Pantone 285, y letras de “DOT” en color blanco al 100%.

(Recomendado de forma generalizada para todo tipo de usos y formatos, deberá usarse de manera exclusiva, dejando la utilización de la versión en blanco y negro a aplicaciones puntuales de uso interno u obtenidos mediante fotocopia o impresora).

Versión blanco y negro

El color del círculo y del anclaje verbal irá en color negro al 100%, y letras de “DOT” en color blanco al 100%.

Se prohibirá totalmente el uso de ésta versión en cualquier otro caso, excepto el uso en diarios.

(Recomendado para uso interno, para copias en impresora o fotocopadoras, impresos a una sola tinta: negro al 100%).

Versión color



Versión blanco y negro



Variaciones de la marca

La marca permite seis variaciones que vienen dadas por la necesidad de adaptar la marca a los diferentes soportes y lugares donde puede aparecer.

En el primer caso solo se extrae el anclaje verbal.

En el segundo caso si el diámetro del círculo es de 74 mm, el cuerpo tipográfico del anclaje verbal será de 37 puntos. Y la rotación del círculo será de 50 grados o de 310 grados según sea necesario.

En el tercer caso si el diámetro es de 74 mm, el cuerpo tipográfico del anclaje verbal será de 48 puntos. Y la ubicación del círculo será adelante, en el medio y al final del anclaje verbal, tal como lo muestra la imagen. La separación del círculo y el anclaje será de 7 mm para las medidas de éste ejemplo.

Variaciones de la marca



Comunicación Visual



Comunicación Visual



Comunicación Visual



Comunicación Visual



Comunicación Visual

Reducción mínima

Se recomienda que el tamaño mínimo para la reproducción gráfica de la marca sea de 10 mm de ancho por 11 mm de alto.

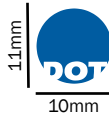
Espacio de protección

Se recomienda dejar una zona mínima de protección alrededor de la misma.

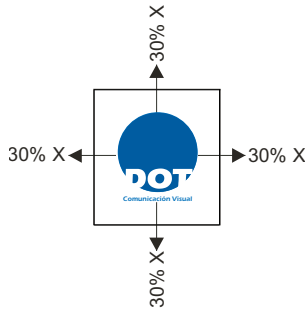
Si damos valor X al ancho de la marca, el espacio mínimo de protección se constituirá calculando el 30% de X . Por ejemplo si el ancho es de 25 mm, el espacio de protección sería igual a 7,5 mm.

Esta zona estará exenta de cualquier elemento gráfico, con el propósito de garantizar su correcta legibilidad e identificación.

Reducción mínima



Espacio de protección



Tipografía corporativa

La tipografía corporativa que sirve para componer la marca es la denominada Eras (en su versión Ultra para “DOT” y Demi ITC para “Comunicación Visual”), tipografía que muestra rasgos dinámicos, sofisticados y modernos que se ajustan perfectamente a la identidad del estudio.

El uso de ésta familia tipográfica es exclusivo para el trabajo con la marca, quedando prohibido el uso de ésta en otra situación que no sea la anteriormente mencionaba (excepto el uso en publicaciones, publicidad y botones del CD Interactivo, en las situaciones que se mostraran más adelante).

Tipografía complementaria

La tipografía complementaria se utiliza para textos genéricos como así también para indicar domicilio, teléfono, correo electrónico, página web o cualquier otro tipo de información referente al estudio o forma de tomar contacto con el mismo.

La familia a utilizar en este caso es la Arial normal.

Tipografía corporativa

Eras Ultra

**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**

**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 . , ¿ ? ! ; # \$ % / &

Eras Demi ITC

**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**

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 . , ¿ ? ! ; # \$ % / &

Tipografía complementaria

Arial

**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**

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 . , ¿ ? ! ; # \$ % / &

2-Papelería

Normas de impresión y composición

En este Manual de Identidad Corporativa se representan las normas básicas de impresos y de utilización más frecuentes, que constituyen la base para cualquier desarrollo posterior de soportes o formatos que sean necesarios o vayan surgiendo con el paso del tiempo.

Se recomienda para toda la papelería que la marca sea representada con el color corporativo (Pantone 285). El uso del negro se reserva para el uso interno.

Se aconseja el uso del papel blanco en toda la papelería.

Para hacer operativo el uso del manual, en cada una de las maquetas se representará claramente la norma de composición, el formato del papel, el tamaño de la tipografía utilizada, la colocación de los distintos elementos y las cotas para delimitar su ubicación.

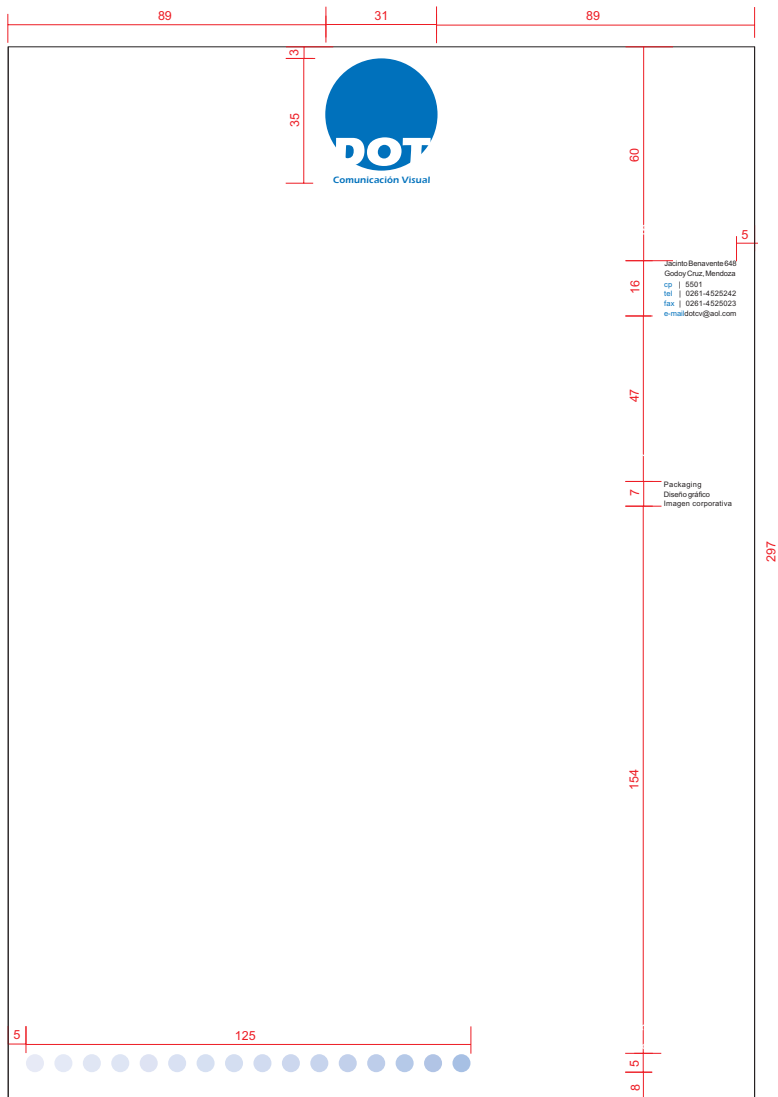
Papel carta A4

Formato: A4 210 X 291 mm

Gramaje: 90 g/m²

Marca: en la situación que indica la maqueta.

Texto: Arial, cuerpo 6, Pantone 285 y negro al 100% en la situación que indica la maqueta.

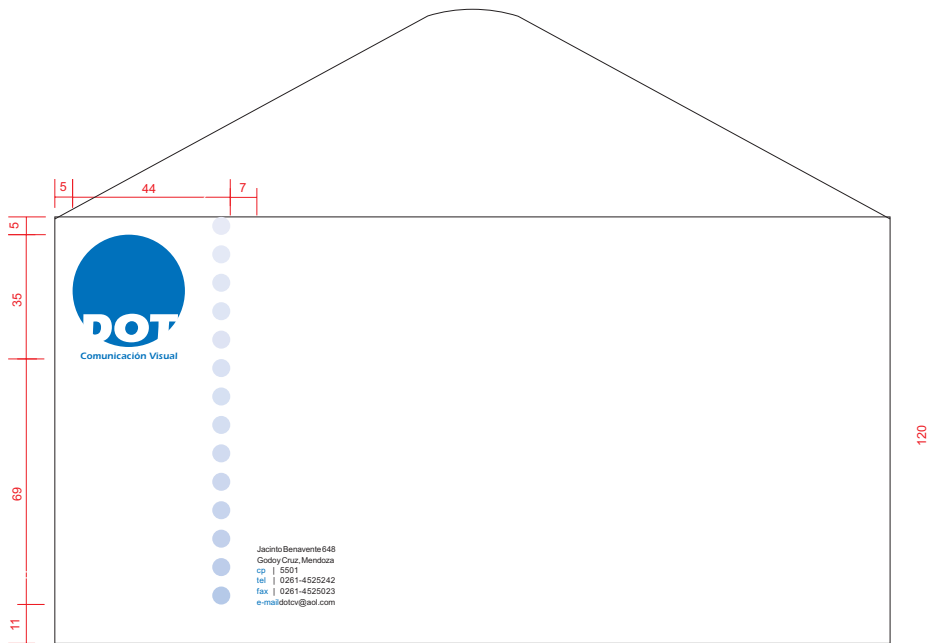


Sobre

Formato: 235 X 120 mm

Marca: En la situación que indica la maqueta.

Texto: Arial, cuerpo 6.5, Pantone 285 y negro al 100% en la situación que indica la maqueta.



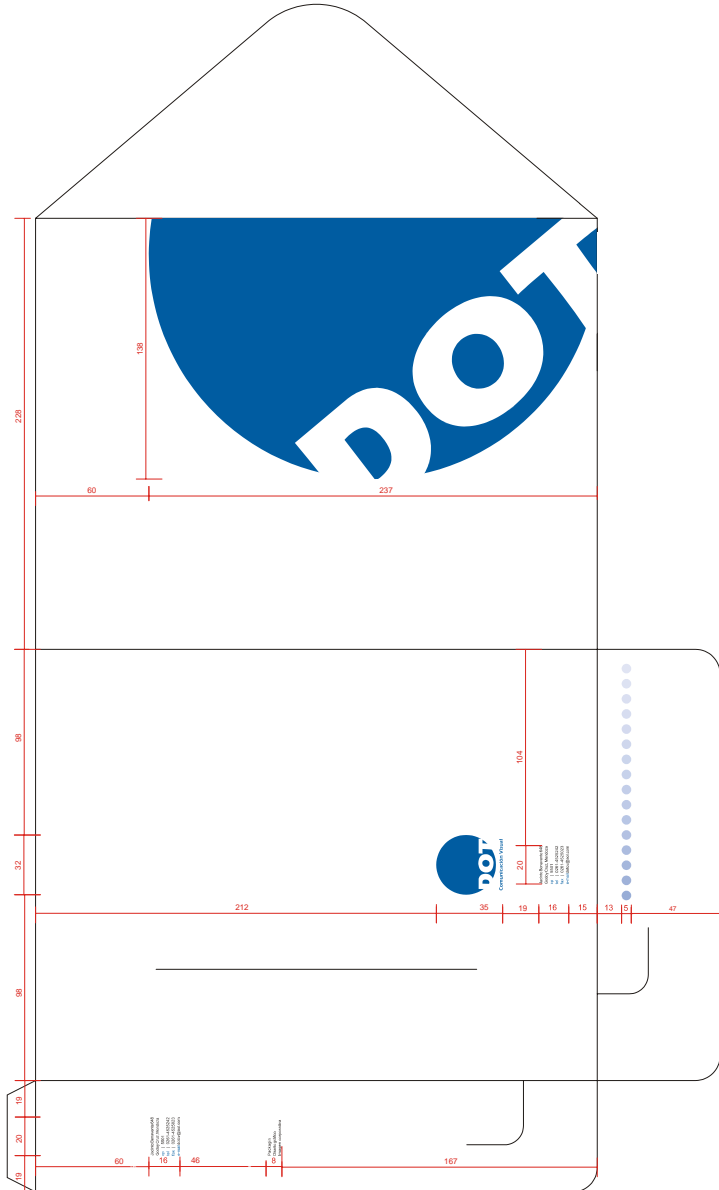
Carpeta folder (elementos compositivos)

Formato: 297 X 228 mm

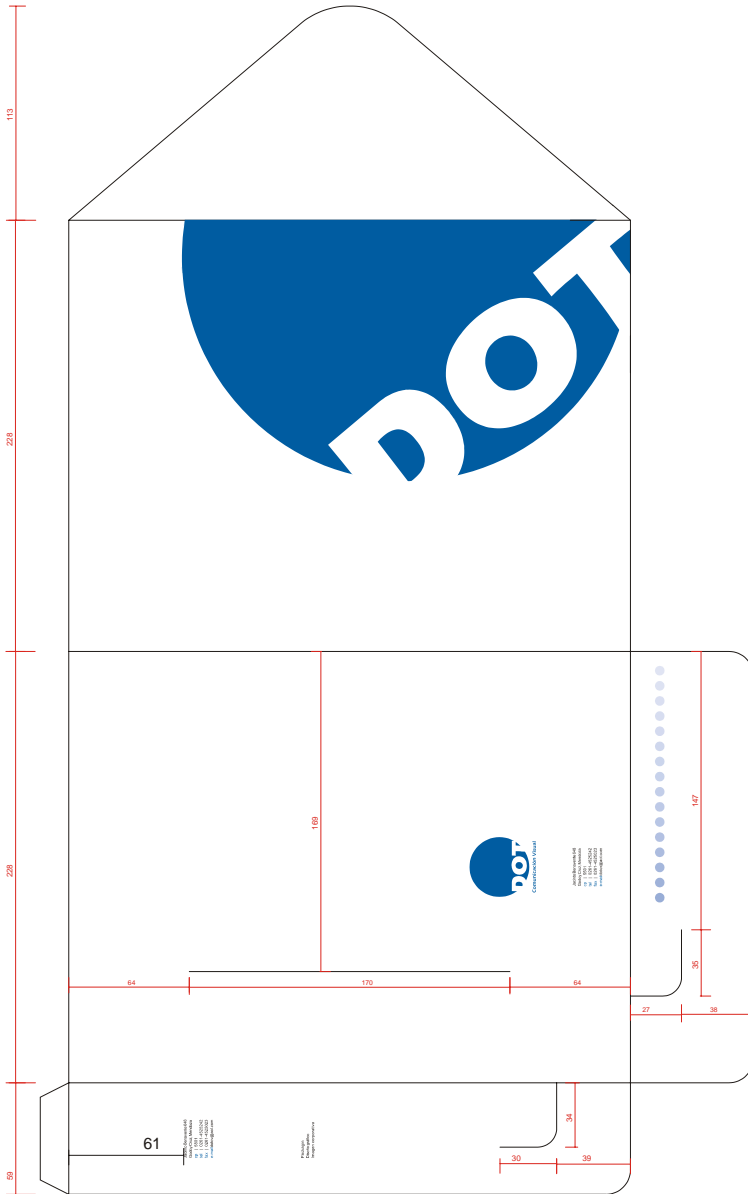
Gramaje: 250 g/m²

Marca: En la situación que indica la maqueta.

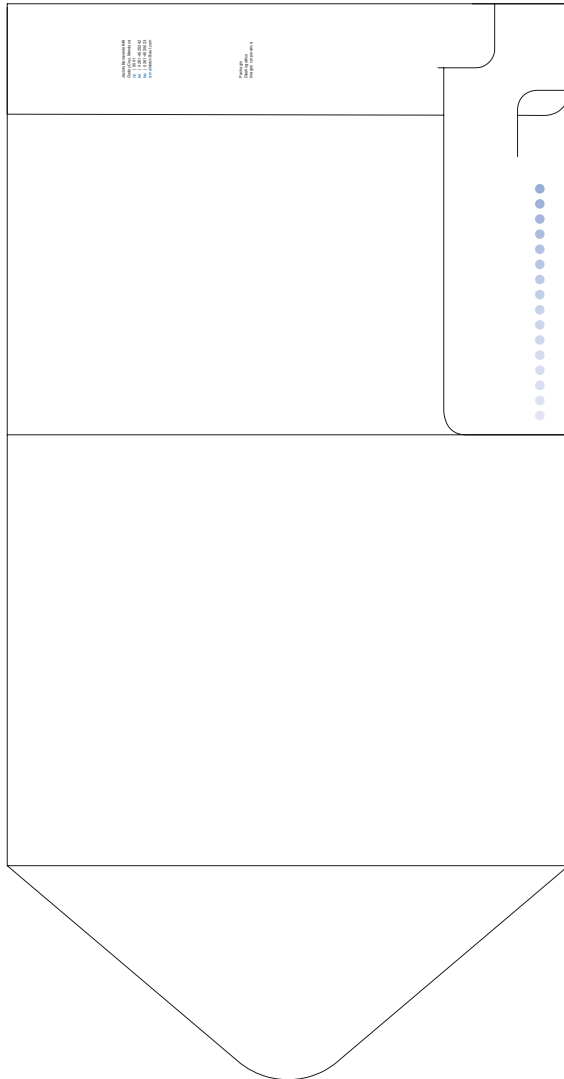
Texto: Arial, cuerpo 6, Pantone 285 y negro al 100% en la situación que indica la maqueta.



Carpeta folder (cortes y pliegues)



Carpeta folder (plegado)



Tarjeta de presentación

Formato: 50 x 90 mm

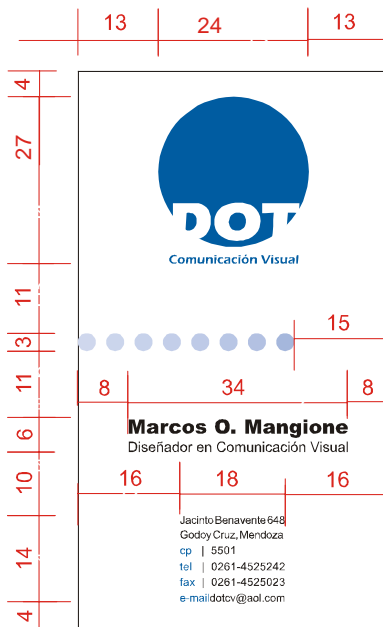
Gramaje: 250 g/m²

Marca: En la situación que indica la maqueta.

Texto: Arial, cuerpo 5 y 6.5, Arial

Black, cuerpo 9, Pantone 285 y

negro al 100%, en la situación que indica la maqueta.



3-Publicaciones

Normas para la publicidad y publicación

La presencia del estudio en los medios de comunicación tiene que ser una actuación homogénea y fácilmente identificable por el público, y debe extenderse también a las publicaciones gráficas, audiovisuales, etc, lo que significa mantener una línea de pautas de comunicación visual que sean rápidamente identificables.

El elemento identificativo será la marca en el color corporativo y en ocasiones en la versión en negro para la reproducción monocromática.

Cuando la marca del estudio conviva en una misma aplicación con otras se tendrá en cuenta la siguiente normativa: el tamaño de la marca del estudio nunca será inferior que el tamaño de la marca más alta.

La tipografía que se utilice en la composición del texto será siempre la normalizada en este manual.

Para la publicación en diarios el tamaño mínimo recomendado no debe ser inferior a 143,5mm X 107mm.

Para la publicación en revista se proponen dos casos, el primero es para una página completa de 276,5mm X 227,5mm y el segundo caso es al pie de la página de 227,5mm X 82,5mm.

La folletería que se propone consta de dos modelos, el primero es un díptico redondo de 170mm de diámetro, y el segundo es un folleto interactivo de 275mm X 225mm.

Ejemplo de publicación en diario

**Más que un estudio
de diseño gráfico**



Comunicación Visual

Jacinto Benavente 648 Godoy Cruz, Mendoza cp | 5501

tel | 0261-4525242 fax | 0261-4525023 e-mail: dotcv@aol.com

Ejemplo 1 de publicación en revista



Un mundo de ideas

Packaging Diseño gráfico Imagen corporativa

Jacinto Benavente 648 Godoy Cruz, Mendoza cp | 5501 tel | 0261-4525242 fax | 0261-4525023 e-mail: dotcv@aol.com

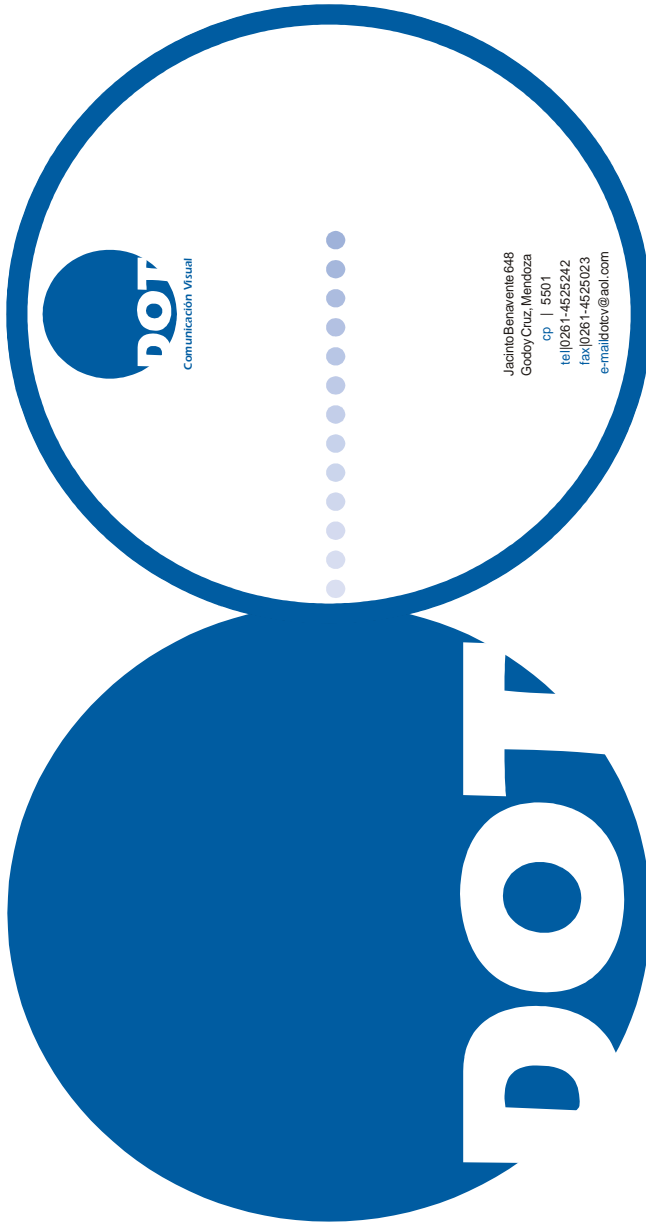
Ejemplo 2 de publicación en revista

Solucionamos tus problemas de imagen

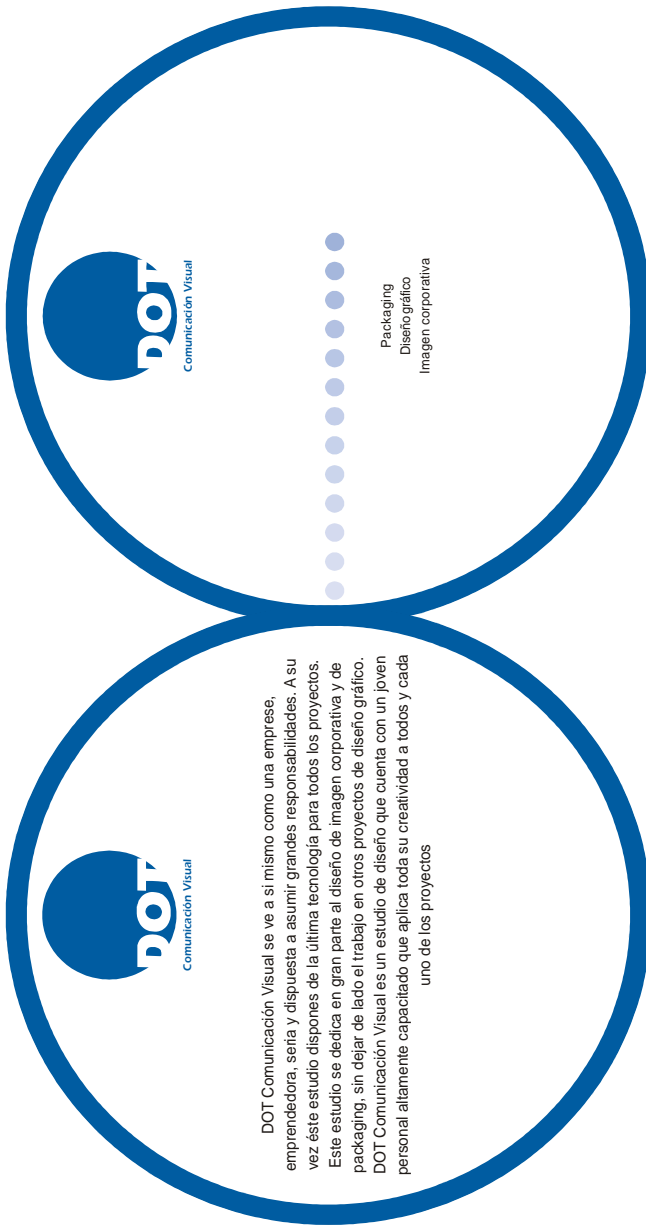


Jacinto Benavente 648 Godoy Cruz, Mendoza cp | 5501 tel | 0261-4525242 fax | 0261-4525023 e-mail: dotcv@aol.com

Ejemplo 1 de folleto



Ejemplo 1 de folleto (interior)



Ejemplo 2 de folleto (anverso)

Sinónimo de calidad

La mejor solución para
tus problemas de
imagen

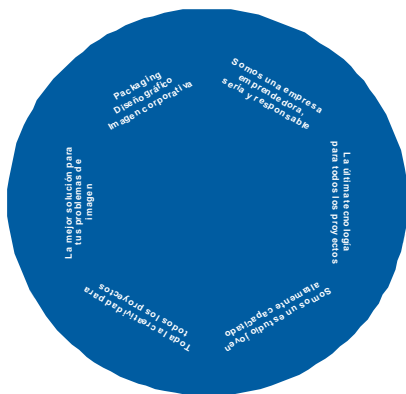
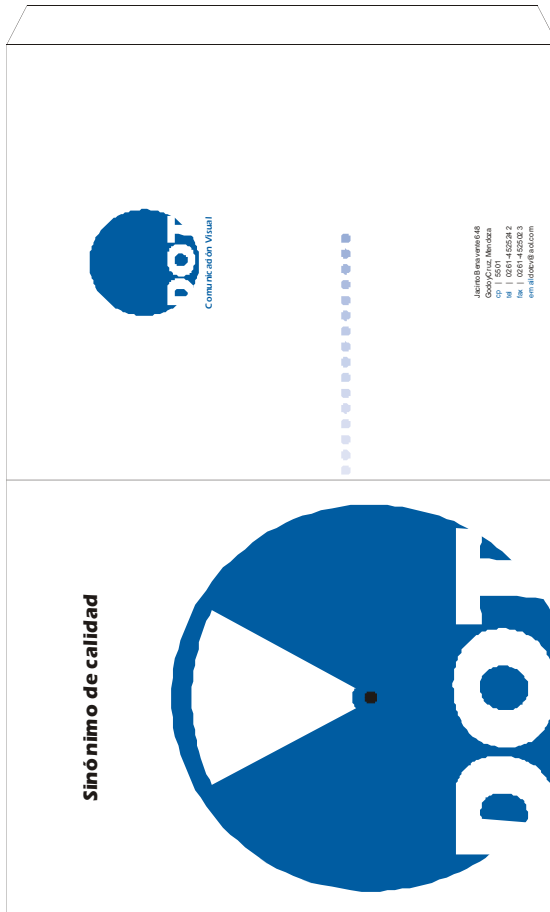
DOT

Ejemplo 2 de folleto (reverso)



Jacinto Benavente 648
Godoy Cruz, Mendoza
cp | 5501
tel | 0261-4525242
fax | 0261-4525023
e-mail dotcv@aol.com

Ejemplo 2 de folleto (desplegado)



4-Gráfica vehicular

Normas de rotulación de vehículos

Si bien los tipos y modelos de vehículos que puede llegar a utilizar el estudio son muy variados, en el manual se presentan como una muestra genérica que debe servir de pauta para un tratamiento de identificación similar al de cualquier otro.

Como regla general los vehículos serán de color blanco.

La tipografía utilizada para la rotulación del vehículo será la normalizada en cada uno de los elementos gráficos utilizados.

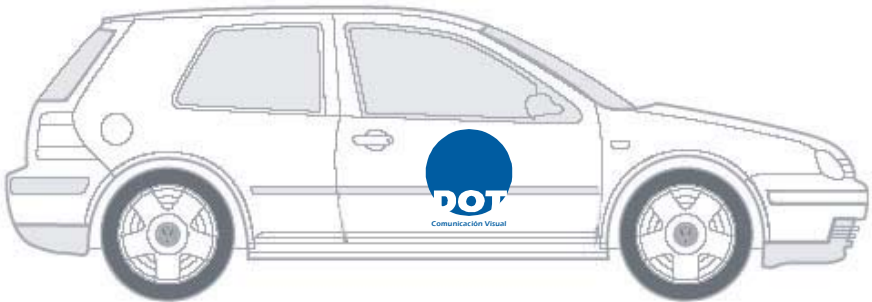
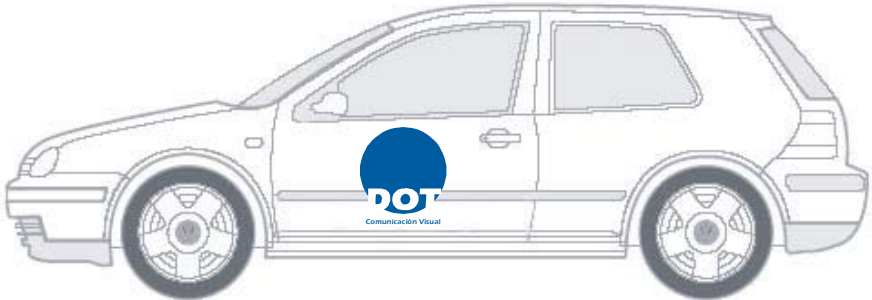
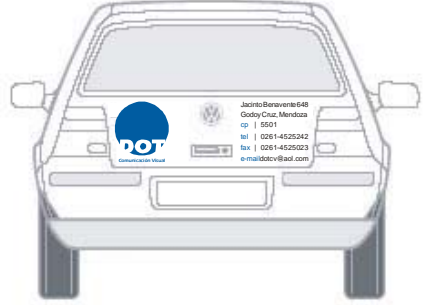
La normativa especifica la utilización de elementos gráficos obligatorios tales como la utilización de la marca en puertas delanteras y capó, y datos del estudio como dirección, teléfono, e-mail, etc. en la parte trasera.

Se utilizará el color de vinilo normalizado y vinilo de color negro.

Rotulación de vehículos (ej. 1)

Marca (vinilo normalizado) en ambas puertas delanteras, capó y compuerta trasera, en la situación que indica

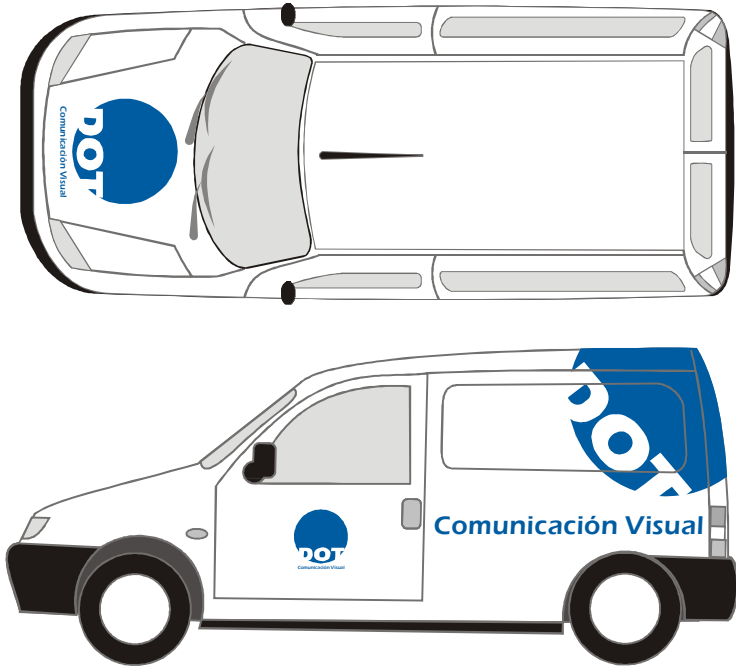
la maqueta. Dirección, teléfono, etc. en vinilo normalizado y vinilo negro.

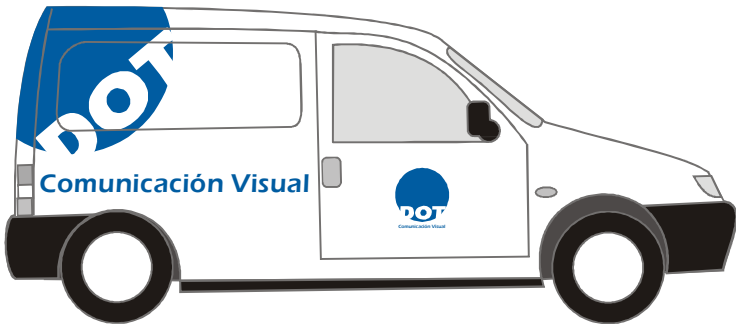
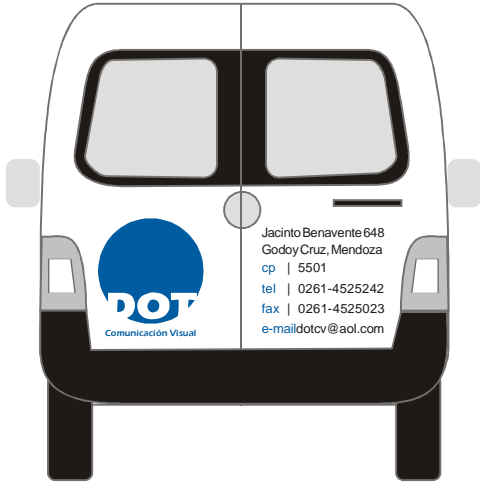


Rotulación de vehículos (ej.2)

Marca (vinilo normalizado) en ambas puertas delanteras, capó, compuerta trasera y lateral (variación de la

marca), en la situación que indica la maqueta. Dirección, teléfono, etc. en vinilo normalizado y vinilo negro.





5-Señalética

Normas para la señalización

Para la señalización del interior (carteles ubicados en puertas) del estudio de DOT Comunicación Visual se deberá seguir la siguiente normativa:

El material del cual se construirá la señalización será alto impacto de 400mm X 100mm X 2,5 el cual se rotulará con vinilo de color blanco para el fondo y vinilo de color negro para la tipografía.

Se utilizará la tipografía complementaria cuerpo 170, en alta la primer letra y el resto en caja baja.

En cada extremo del cartel habrá un círculo de 72 mm de diámetro por 10 mm de espesor, en el medio de éste se calará una línea de 2,5 mm hasta la mitad de la circunferencia. El material del mismo será MDF rotulado con vinilo normalizado.

La fijación de los carteles se llevará acabo mediante cemento de contacto.

Señalización

 Recepción 

 Oficina 1 

 Oficina 2 

 Oficina 3 

 Baño 

6-Merchandising

Uso en objetos y productos promocionales

Este manual sólo representa algunas aplicaciones básicas de la Imagen Corporativa en distintos objetos y productos promocionales. No obstante, dada la variedad de estos artículos y su finalidad, la normativa queda abierta a cuantas representaciones se estimen oportunas, siempre que se respete la normativa general.

El tamaño de la reproducción mínima de la marca será la indicada en las normas generales. Podrá verse modificada cuando algún tipo de artículo promocional tenga un tamaño (inferior al recomendado) que haga aconsejable la reducción del mismo.

Lapicera

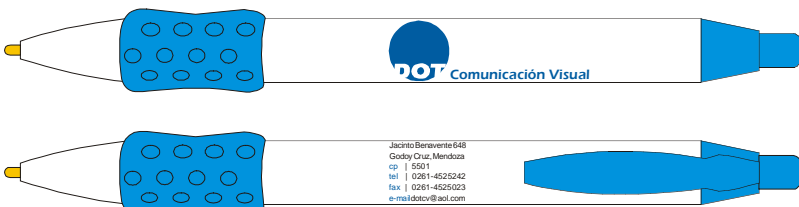
Modelo: Bic Wide BODY Retractable y
Bic Wide BODY Retractable With
Rubber Grip.
Marca: en la situación que indica la

maqueta.
Texto: Arial, cuerpo 4, Pantone 285 y
negro al 100% en la situación que
indica la maqueta.

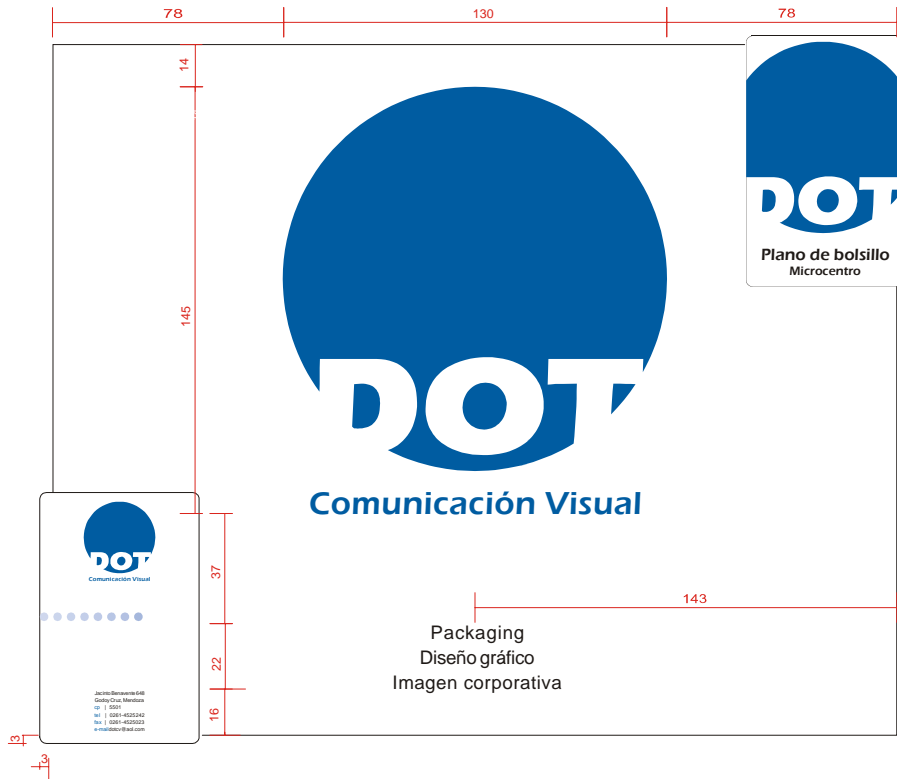
Bic Wide BODY Retractable



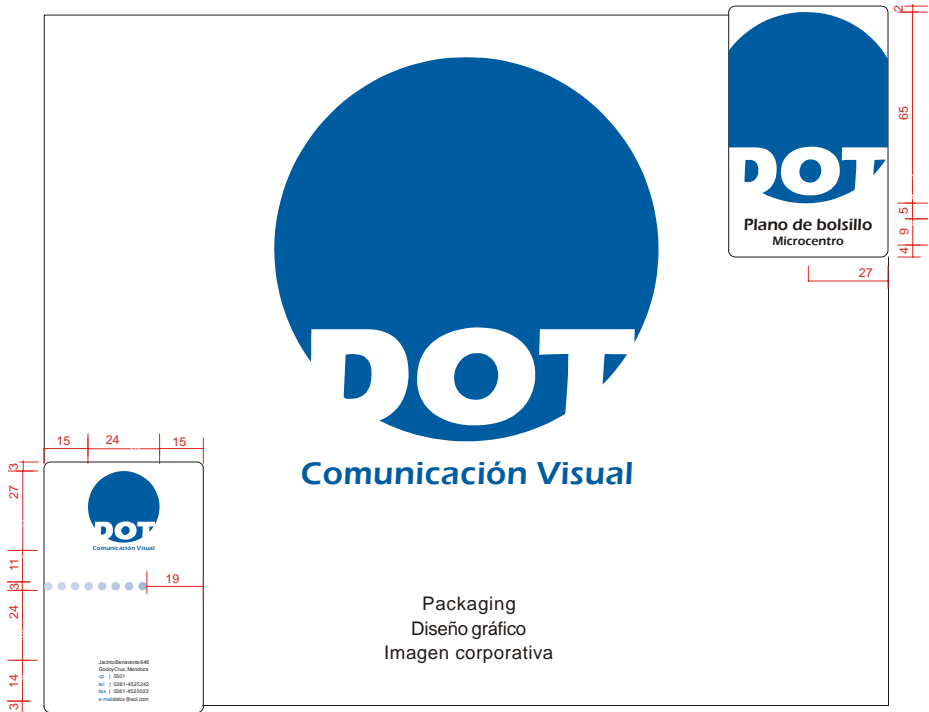
Bic Wide BODY Retractable With Rubber Grip



Plano de bolsillo (Cotas vista posterior)



Plano de bolsillo (Cotas tapas)



Distintivo

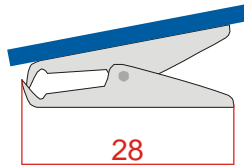
Material: Alto impacto de 2mm.

Marca: En la situación que indica la maqueta.

Vista superior



Vista lateral



7-CD Interactivo

Normas para la publicación del CD Interactivo

EL CD Interactivo será una especie de “folleto” digital, el cual será entregado por el estudio a su cartera de clientes, con el fin de que dicho CD sea mostrado por el cliente a su respectiva cartera, logrando de ésta forma que el trabajo del estudio sea visto por potenciales clientes.

El CD constará con una pantalla principal (home) y cuatro secciones que cada una de ellas estará encabezada por el nombre de la misma.

Home: la animación comienza ingresando un punto de derecha a izquierda que a su vez va aumentando de tamaño, el color del mismo es el equivalente del color corporativo en RGB, luego de esta acción asciende la marca del estudio por el costado derecho de la pantalla (en cada una de las pantallas aparecerá en este lugar), a continuación aparecen uno por uno en forma descendente los botones correspondiente a cada una de las secciones (como lo muestra la imagen) y por último aparece el botón de salida en la esquina inferior derecha de la pantalla.

Sección ¿Quiénes somos?: La pantalla se presenta encabezada por el título, debajo de éste unas palabras acerca de quién es DOT Comunicación Visual. En la esquina inferior izquierda aparecerá el botón para volver al home, en el centro de la pantalla los tres botones correspondientes a las otras tres secciones y por último en la esquina inferior derecha el botón para salir.

Sección Servicios: La pantalla se presenta encabezada por el título, debajo de éste una descripción de los trabajos en que se especializa el estudio. En la esquina inferior izquierda aparecerá el botón para volver al home, en el centro de la pantalla los tres botones correspondientes a las otras tres secciones y por último en la esquina inferior derecha el botón para salir.

Sección Trabajos: La pantalla se presenta encabezada por el título, debajo de éste aparecen en forma de diapositivas trabajos hechos por el estudio. En la esquina inferior izquierda aparecerá el botón para volver al home, en el centro de la pantalla los tres botones correspondientes a las otras tres secciones y por último en la esquina inferior derecha el botón para salir.

Sección Contactos: La pantalla se presenta encabezada por el título, debajo de éste aparecen las diversas formas para contactarse con el estudio. En la esquina inferior izquierda aparecerá el botón para volver al home, en el centro de la pantalla los tres botones correspondientes a las otras tres secciones y por último en la esquina inferior derecha el botón para salir.

Todos los textos que aparezcan estarán escritos en Arial 14 en negro al 100%.

Botones

En el CD Interactivo se van a encontrar dos tipos de botones, los mismos serán círculos de color corporativo al 50%.

Al primer botón se lo va a llamar botón “desplegable” (esta clase de botón será utilizada para indicar las secciones) ya que al situar el cursor sobre el mismo, éste se dividirá en dos, quedando la mitad izquierda en su lugar y la mitad derecha se desplazará hacia la derecha haciendo aparecer el nombre de la sección a la que se desea ir.

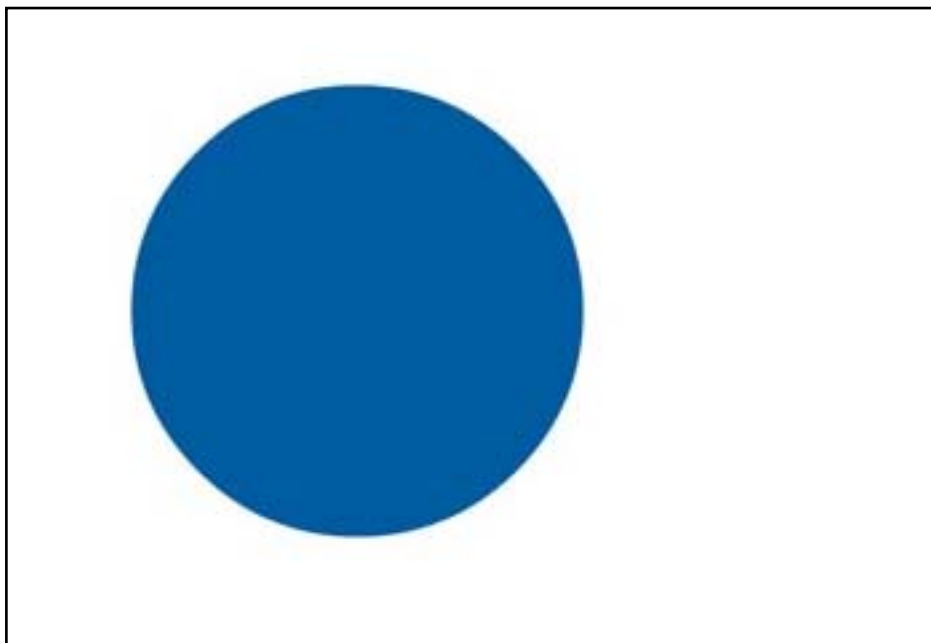
Y a la segunda clase de botón se lo llamará botón simple (utilizado solamente para volver al home o para salir) ya que solamente al hacer clic sobre éste varía su tamaño, dando la sensación de que fue presionado. Al lado de éste botón se encontrará la palabra home o salir, que también está activo para ser utilizado como botón.

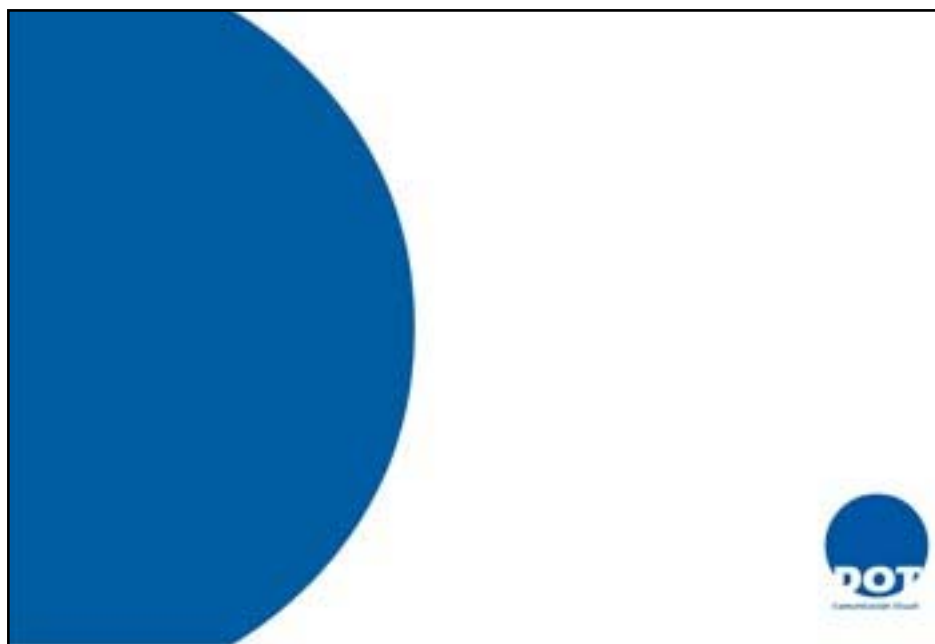
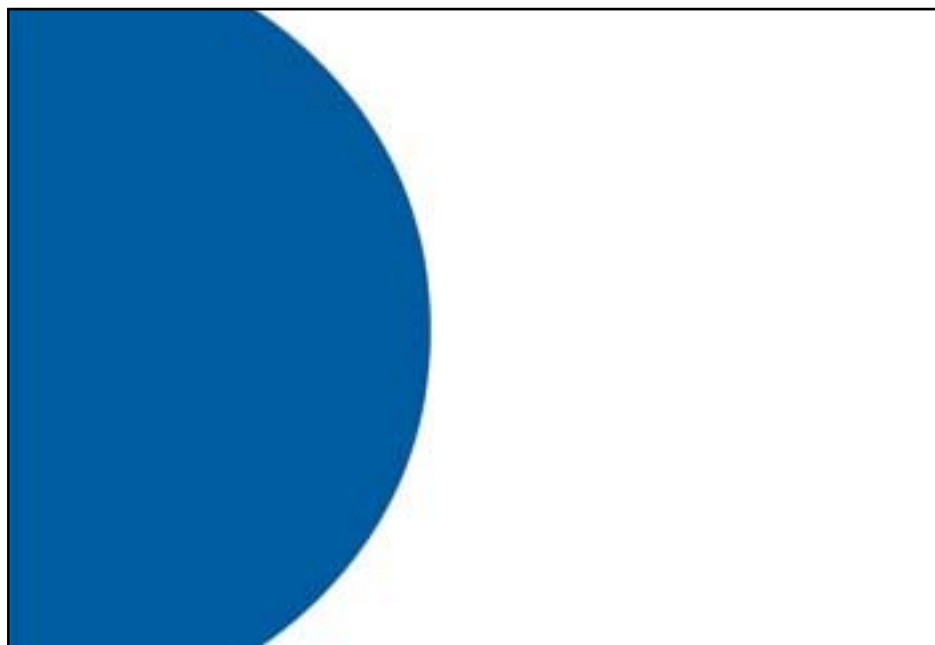
Los nombres de las secciones y de los botones home y salir estarán escritos con la tipografía corporativa en color blanco para las secciones dentro del home (y en negro al 100% cuando el botón aparece dentro de alguna sección) y color negro al 100% para los botones de home y salir.

Salida

Al hacer clic en el botón de salida nos lleva a una animación en la que aparece un círculo en el centro de la pantalla, luego comienza a aparecer la palabra “DOT”, luego de esta acción aparece la frase “Comunicación Visual”.

Imágenes del CD Ineractivo











¿Quiénes
somos?



¿Quiénes somos?

● DOT Comunicación Visual se ve a sí mismo como una empresa emprendedora, seria y dispuesta a asumir grandes responsabilidades.

A su vez éste estudio dispone de la última tecnología para todos los proyectos.

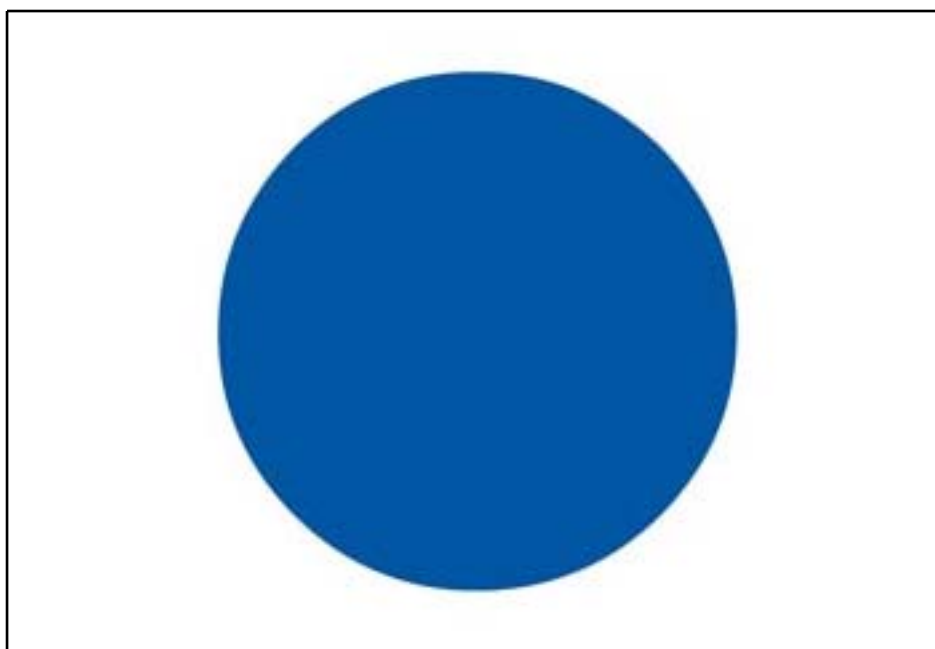
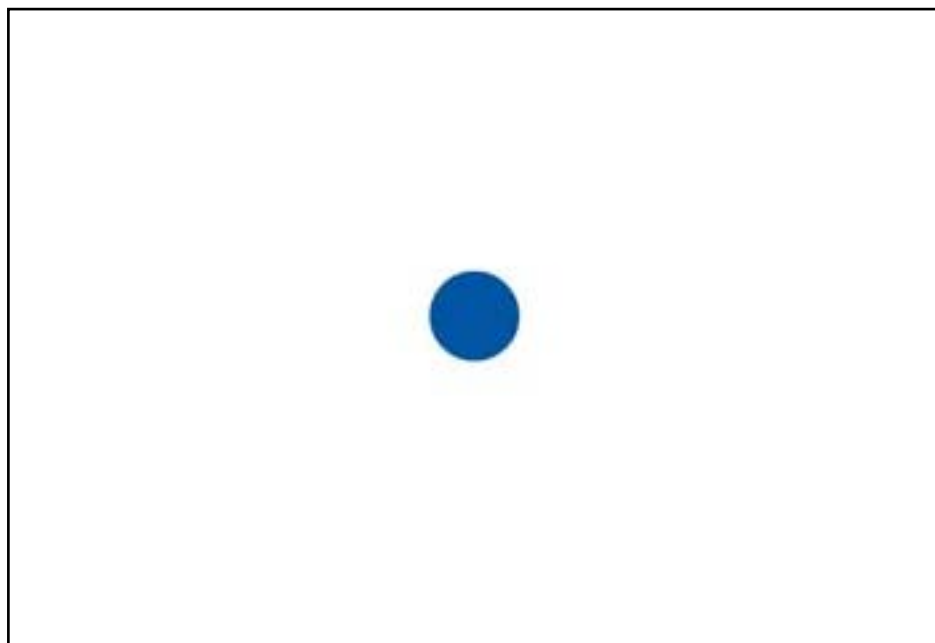
Este estudio se dedica en gran parte al diseño de imagen corporativa y de packaging, sin dejar de lado el trabajo en otros proyectos de diseño gráfico.

DOT Comunicación Visual es un estudio de diseño que cuenta con un joven personal altamente capacitado que aplica toda su creatividad a todos y cada uno de los proyectos.



HOME

SAUR







i c a c i ó n v



Comunicación Visual

8-Página web

Normas para la publicación de la página web

Esta página web trabajará en base a una resolución de 800 x 600 pixeles.

El home o página principal constará de tres vínculos, correspondientes a cada una de las secciones. Todas las secciones y el home trabajarán con una fotografía de fondo a modo de carátula, esta fotografía tiene que estar relacionada con el estudio o representar algún lugar o algún objeto del estudio.

Los vínculos estarán situados sobre una franja blanca en el lado izquierdo de la fotografía, en la parte superior encontraremos la marca del estudio.

Las tres secciones se llamarán:

Estudio: Aquí encontraremos datos sobre quien es DOT Comunicación Visual, quienes son los clientes del estudio y algunas imágenes de las instalaciones del estudio.

Diseño: Se muestran los trabajos hechos por el estudio, divididos en las categorías marcas, institucional, packaging y editorial. Dentro de cada sección veremos que aparece una imagen en el centro de la pantalla, por encima de ésta una serie de números correspondiente a cada cliente y por debajo de la imagen central una flecha para avanzar las imágenes.

Contacto: Se muestran las diversas formas para contactarse con el estudio.

El color del fondo de cada sección se corresponderá a alguno de los colores predominantes en la fotografía que aparezca como carátula al ingresar a la sección.

Haciendo un clic sobre la marca del estudio dentro del home se ingresa automáticamente a la sección del estudio y viceversa, y si estamos situados en alguna de las otras secciones volvemos al home.

Los textos que a parezcan en la página web estarán escritos en Arial

Home



Estudio



Estudio (¿quienes somos?)



DOT
Comunicación Visual

estudio
diseño
contacto

¿quienes somos?
la oficina
contacto

DOT Comunicación Visual se ve a sí mismo como una empresa, emprendedora, seria y dispuesta a asumir grandes responsabilidades. A su vez este estudio dispone de la última tecnología para todos los proyectos.

Este estudio se dedica en gran parte al diseño de imagen corporativa y de packaging, sin dejar de lado el trabajo en otros proyectos de diseño gráfico.

DOT Comunicación Visual es un estudio de diseño que cuenta con un joven personal altamente capacitado que aplica toda su creatividad a todos y cada uno de los proyectos.

Estudio (la oficina)



DOT
Comunicación Visual

estudio
diseño
contacto

¿quienes somos?
la oficina
contacto

Aquí es donde se construye el cuento y ocurre la magia



▶

Estudio (clientes)



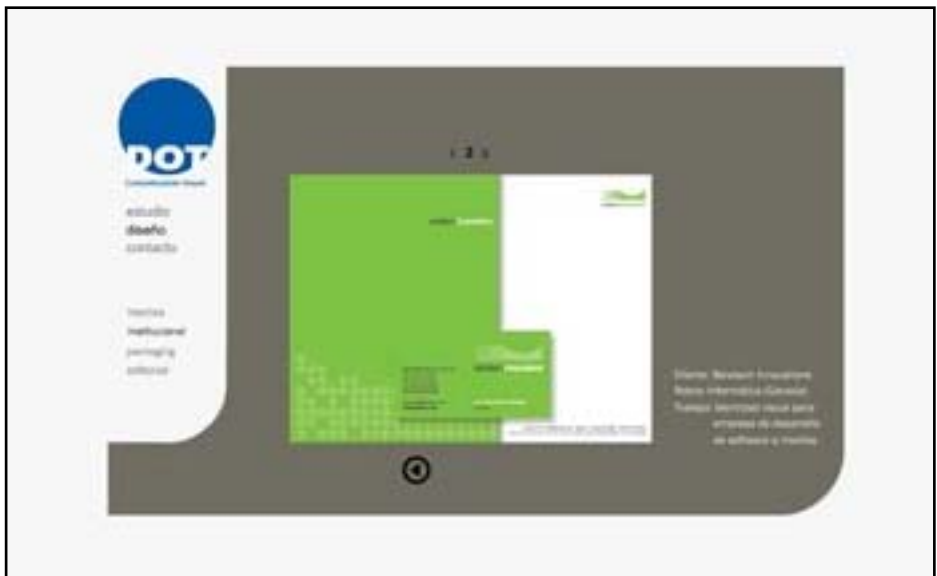
Diseño



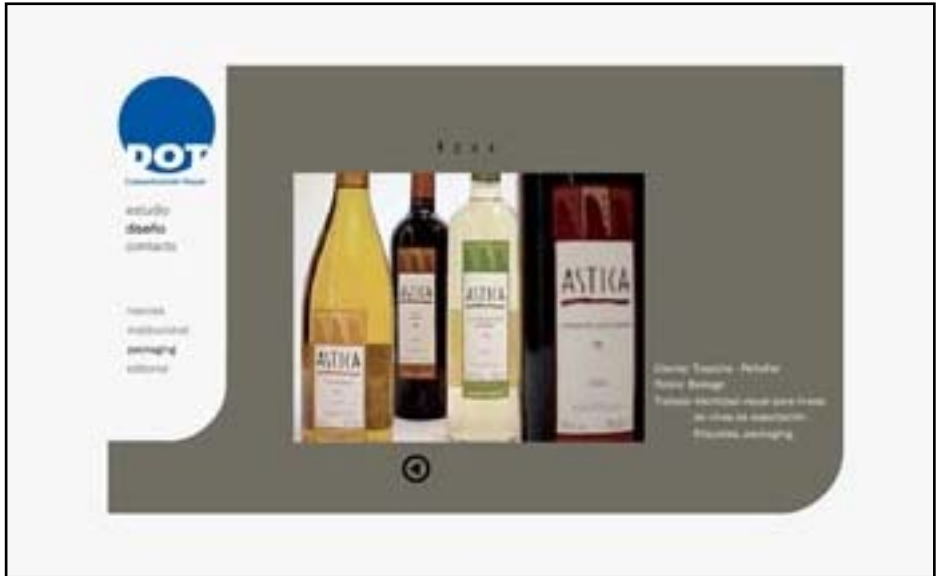
Diseño (marcas)



Diseño (institucional)



Diseño (packaging)



Diseño (editorial)



Contacto

