

<http://www.laweberiademarieta.es>

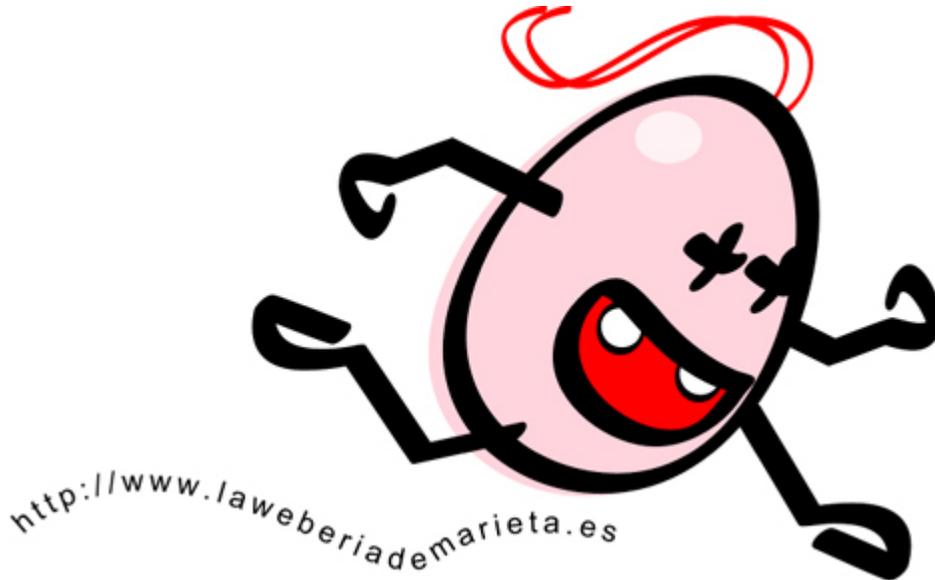
Manual de Identidad Corporativa



marca

Los productos son racionales, las marcas irracionales

Lluís Bassat



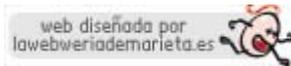
La marca es la expresión gráfica con la que nos comunicamos con los demás. Está formada por un símbolo (huevo) y del logotipo.

Estos componentes reflejan exactamente la imagen que la empresa quiere mostrar y han sido cuidadosamente diseñados para representar el espíritu y filosofía de nuestra empresa.

marca: variantes

Marca: Distintivo o señal que el fabricante pone a los productos de su industria, y cuyo uso le pertenece exclusivamente.

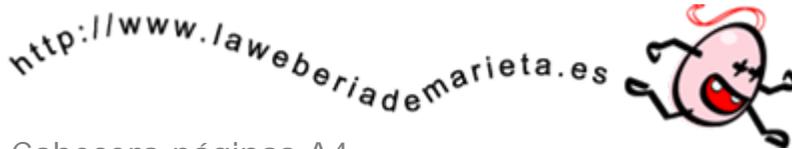
Real Academia Española



Botón para poner en las webs que se diseñan en la weberia de marieta



Marca versión alargada para lugares donde hay limitación de espacio.



Cabecera páginas A4

Firma correo electrónico



marca: monocromática

La marca comercial no sólo permite la identificación de bienes o servicios sino también representa el prestigio de sus fabricantes.

Wikipedia



Versiones monocromáticas de la marca. Se deben utilizar solamente en casos en los que la reproducción a todo color sea imposible.

La segunda versión se utiliza cuando hay un fondo macizo de color, en este caso la marca se reproduce en color blanco.

marca: escalado

Los consumidores en conjunto pueden considerar la marca un aspecto importante del producto y ello puede aportar valor añadido al mismo.

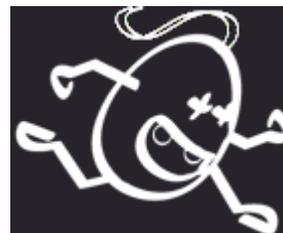
Wikipedia



Versiones escaladas para utilizar en los diferentes documentos de la empresa.

símbolo

Es la parte de ésta que aparece en forma de signo, trazo, dibujo, color o tipo de letras distintivos . Se reconoce a la vista pero no se puede expresar cuando una persona pronuncia el nombre de marca.



logotipo

Grafía que adquiere la marca como expresión escrita.

<http://www.laweberiademarieta.es>

<http://www.laweberiademarieta.es>

tipografía corporativa

Esta contempla la comunicación de otro modo, como si se tratara de una metáfora visual, donde el texto no sólo tiene una funcionalidad lingüística, y donde a veces, se representa de forma gráfica, como si se tratara de una imagen.

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

Verdana

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

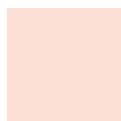
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

La fuente Arial corporativa se debe utilizar en la marca.

La fuente Verdana se utilizará en los textos de todos los soportes de comunicación de la empresa.

colores corporativos

Son uno de los identificadores básicos que tendrá posteriormente la marca. El color, en general, comprende procesos emotivos y de asociación con el entorno.



100%

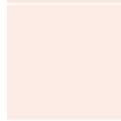
PANTONE 706C

C 0% M 25% Y 5% K 0%
R 255 - G 212 - B 221

Las connotaciones del color **rosa** son pasión, romance, amor, inocencia, relajación y frescura.



80%



60%



40%



20%



100%

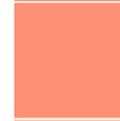
PANTONE 172C

C 0% M 82% Y 88% K 0%
R 254 - G 72 - B 25

El color **rojo** se asocia a la energía, la fortaleza y la determinación, también al amor, la pasión y el deseo.



80%



60%



40%



20%

Las versiones RGB se utilizan sólo en formatos digitales como página web, banners, etc.