

20  
20



manual de identidad corporativa

# COMPOST FOR LIFE.



---

## 02

manual de identidad corporativa.

Es la identidad visual de una institución que combina la parte gráfica y tipográfica. Su funcionalidad radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se quiere, y para lograrlo se demanda el uso de colores y formas que contribuyan a su interpretación.

En COMPOST FOR LIFE, el logo posee un diseño donde el isotipo de la marca está compuesto de forma armoniosa y orgánica por líneas curvas que al integrarse crean la silueta de unas manos, sosteniendo la composta símbolo característico de la marca.

# LOGO

## 03

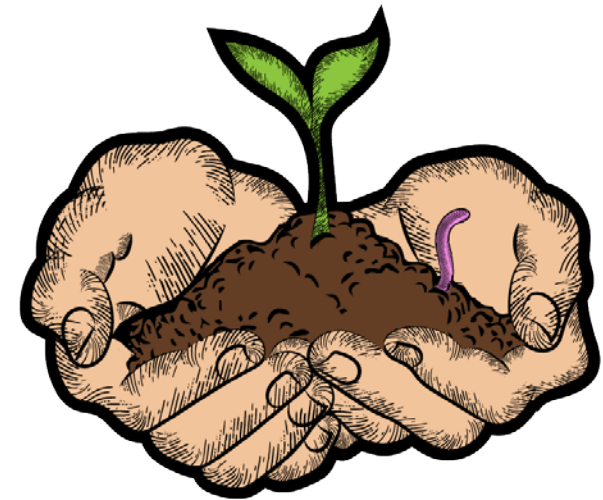
manual de identidad corporativa.



### isologo

El isologo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.

En el caso de COMPOST FOR LIFE se habla de un isologo debido a que el isotipo o parte gráfica interviene con la parte textual o tipográfica.



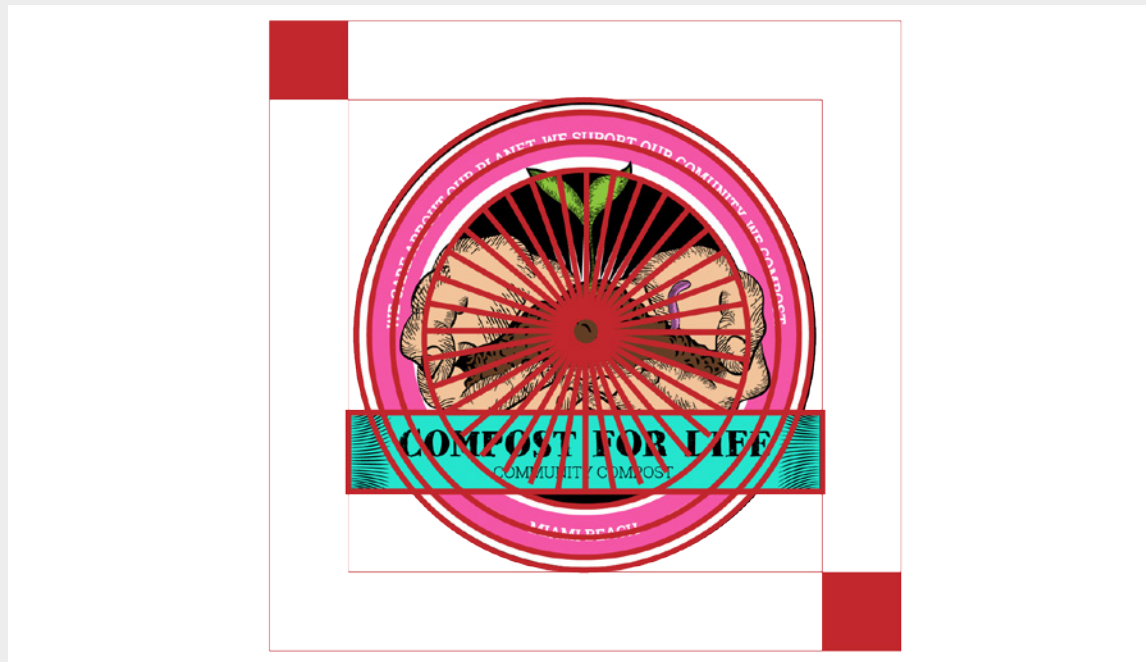
### isotipo

El isotipo representa el Trademark de una marca. Es la parte simbólica o icónica de la representación gráfica de una marca.

En el caso de COMPOST FOR LIFE el Isotipo o Ícono de la marca son unas manos sosteniendo composta, una planta y una lombriz, construido por una silueta en forma de líneas curvas.

## 04

manual de identidad corporativa.



### construcción

A continuación, se reflejan los elementos del logo sobre una trama modular llamada cuadrícula, mostrando así su construcción y proporciones.



### área de protección

Se ha establecido un área de protección en torno al logo. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca. Es preferible aumentar este espacio en la medida de lo posible para separar al isologo del resto de los elementos.

## 05

manual de identidad corporativa.

## aplicaciones

Al logo se le aplicará blanco y negro, en negro 100% y en blanco 100% cuando se coloque sobre imágenes.

### Blanco y Negro



Se puede utilizar en diversos tonos de grises para demostrar el uso más eficaz del color. En su versión blanca puede emplearse sobre tonos de gris a partir del 50% del tinte negro.

### Escala de grises



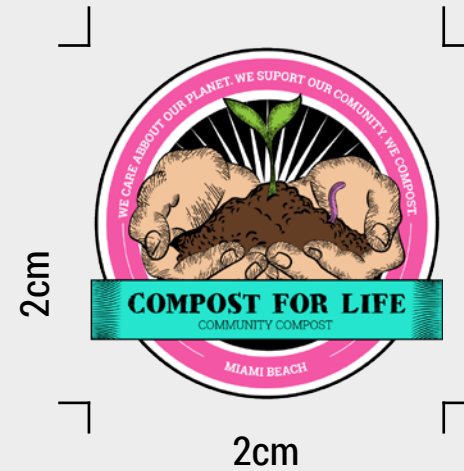
- |                 |                   |                 |
|-----------------|-------------------|-----------------|
| 1. Introducción | 6. Reducciones    | 12. Tipografías |
| 2. Logo         | 7. Color          | Enlaces         |
| 5. Aplicaciones | 9. Usos de imagen |                 |

## 06

manual de identidad corporativa.

La reducción del logo está limitada. Sus proporciones no deben ser menores a 2 cm de ancho y alto, según las normas de construcción gráfica. De esta manera no se distorcionará.

## reducciones



# 07

manual de identidad corporativa.

El trabajo del color es de suma importancia dentro de la identidad de la marca, es necesario mantener y cuidar la correcta aplicación de los colores corporativos en los diferentes medios de difusión y reproducción.

El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa. Además que facilita y mejora la identificación tanto interna como externa de la marca.

La aplicación de estos colores debe mantenerse constante.

# COLOR



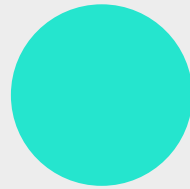
## 08

manual de identidad corporativa.

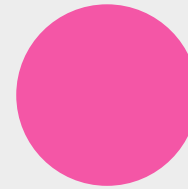
La paleta de colores primarios es la que se aplica sobre la marca directamente y que se utilizará con mayor frecuencia. Mientras que la paleta de colores degradados y otros colores permitidos o secundarios se utilizará únicamente para versiones alternativas de la marca y como apoyo en las diversas piezas gráficas.

## usos del color

### Primario



Nombre: Turquesa  
HTML- 25E5CE  
CMYK- C 88% / M 0% / Y 42% / K 0%  
RGB- R 37 / G 229 / B 206



Nombre: Fucsia  
HTML- F456A6  
CMYK- C 0% / M 86% / Y 1% / K 0%  
RGB- R 244 / G 86 / B 166

---

## 09

manual de identidad corporativa.

El logo siempre debe reproducirse siguiendo los estándares corporativos recogidos en este manual. En este sentido, no se podrán alterar nunca los colores indicados ni las proporciones asignadas.

El logo a color irá principalmente sobre fondo blanco, de igual forma se podrá utilizar sobre fondos con colores asignados.

# USOS DE IMÁGEN

- |                 |                   |                 |
|-----------------|-------------------|-----------------|
| 1. Introducción | 6. Reducciones    | 12. Tipografías |
| 2. Logo         | 7. Color          | Enlaces         |
| 5. Aplicaciones | 9. Usos de imagen |                 |

# 10

## usos correctos

manual de identidad corporativa.

Sobre fondo blanco



Sobre fondo gris fuerte



Sobre fondo turquesa



Sobre fondo magenta



Sobre fondo verde



Sobre fondo amarillo



- |                 |                   |                 |
|-----------------|-------------------|-----------------|
| 1. Introducción | 6. Reducciones    | 12. Tipografías |
| 2. Logo         | 7. Color          | Enlaces         |
| 5. Aplicaciones | 9. Usos de imagen |                 |

# 11

## usos incorrecto

manual de identidad corporativa.

Sobre fondo no autorizado



Intervención de su espacio



Aplanar



Estirar



Rotar a grados no autorizados



Cambio de colores



# 12

manual de identidad corporativa.

Es gracias a la tipografía que logramos expresar la personalidad de una marca. En las formas de las letras, van implícitos los valores o los pilares y por lo tanto, elegir una tipografía es crucial para no distorsionar el mensaje o transmitir un sentimiento erróneo.

La tipografía es el vehículo que nos permite leer y entender el mensaje; nos invita a indagar sobre la marca y su significado.

# TIPOGRAFÍAS

# 13

manual de identidad corporativa.

## tipografías

La familia tipográfica principal de la marca es la familia HVD Bodedo. Esta será utilizada para títulos y subtítulos.

Fuente primaria

**HVD Bodedo**

**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**

**1 2 3 4 5 6 7 8 9**

**Regular**

**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**

# 14

manual de identidad corporativa.

La familia tipográfica secundaria de la marca es la familia Roboto Slab en sus versiones Italic, Regular y Bold. Esta será utilizada para cuerpos de texto.

## tipografías

Fuente secundaria

# Roboto Slab

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9

*Italic*  
*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*

Regular  
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

**Bold**  
**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**