



# Manual de Identidad Corporativa

Assist Consultores de sistemas S.A



# Índice

- 1.** Introducción
- 2.** Nuestra imagen
  - 2.1** Valor de la marca
  - 2.2** Logo
  - 2.3** Construcción
  - 2.4** Colores (Significado)
  - 2.5** Tipografías
  - 2.5** Positivo y Negativo
  - 2.6** Tamaños
- 3.** Variaciones de uso
- 4.** Usos incorrectos
- 5.** Aplicaciones en medios

# Introducción

En este manual de Identidad Corporativa y uso de imagen, se reúnen todos los elementos constitutivos de la identidad visual de Assist Consultores de Sistemas S.A.

Con el objetivo de un buen uso de la marca, se establecen las siguientes pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca en diferentes medios digitales e impresos.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza la unidad de criterios en la comunicación y difusión pública de la marca. Por lo tanto, este manual es la representación y presente en todas las aplicaciones de la imagen corporativa.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

# Nuestra Imagen



# CALIDAD

Como un estándar en la organización  
en la prestación de los servicios

# SOLIDEZ

En sus cimientos, y a nivel  
corporativo

# INNOVACIÓN

Parte del crecimiento como marca y  
organización

## 2.1 Valor de la marca |



2.2 Logo |

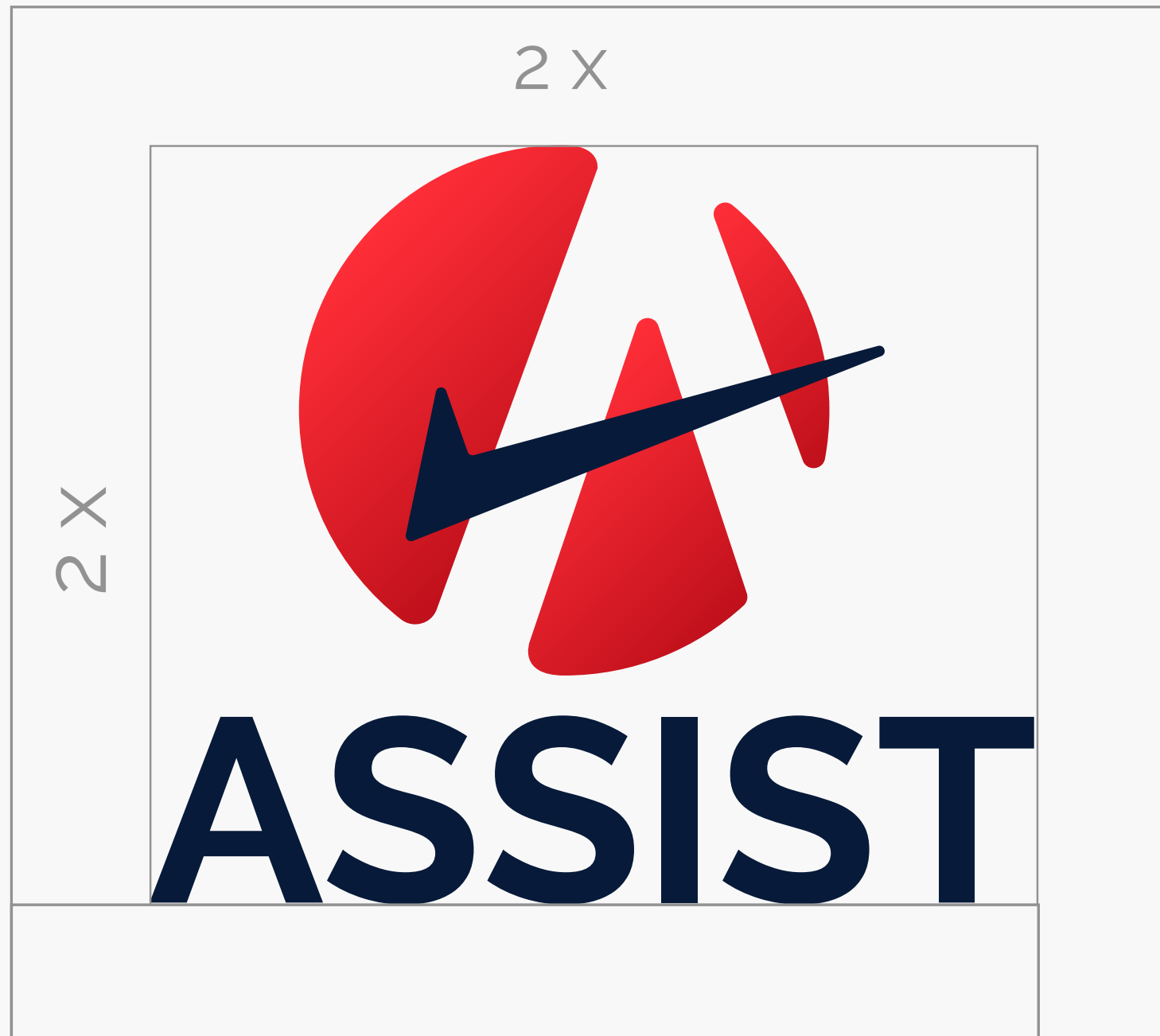
# Geometría y modulación

Aplicando una retícula modular, la construcción mantiene una proporción variada en donde el eje X es mayor al Y.

Las fuentes se encuentran a tamaño óptimo para una mejor legibilidad y el radio de la circunferencia se ajusta en el eje central a la letra.



## 2.3 Construcción |



## Área de seguridad

---

Se crea esta área de seguridad al entorno del logo para evitar que interfieran aquellos elementos gráficos de la composición.

La medida X se aplica con el fin de que el espacio del logo se mantenga libre en su área de imágenes, textos, etc. (X varía según la unidad de medida, por lo que se toma como estándar la medición en CM).

## 2.3 Construcción |





## Azul Turquí

**RGB=** R: 7 G: 26 B: 57

**CMYK=** C: 100% M: 89.11%  
Y: 46.07% K: 56,79%

**PANTONE=** 533 CP

**Web: #071A39**

Frescura e inteligencia. El azul en nuestra marca demuestra la capacidad de realización de proyectos, vinculado a nuestro sentido de colaboración.



## Rojo Geranio

**RGB=** R: 255 G: 46 B: 56

**CMYK=** C: 0% M: 88.42%  
Y: 70.98% K: 0%

**PANTONE=** 1788 C

**Web= #FF2E38**

Un color relacionado con el compromiso, uno de nuestros valores corporativos, además de brindar excelentes contrastes al ir acompañado de tonos oscuros.



Ac

RALEWAY MEDIUM  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Ac

RALEWAY BOLD  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Ac

RALEWAY EXTRABOLD  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Ac

RALEWAY REGULAR  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

La familia Raleway fue implementada para la construcción del logo, teniendo en cuenta su variación tonal (peso visual).

Gracias a su legibilidad y aspecto formal, es la fuente ideal para la marca.

Su uso aplica desde la creación de contenido digital e impreso, hasta el acompañamiento en documentos.

## 2.5 Tipografías |

# Raleway Font Family

## IMPRESIÓN

Offset, Screen, etc.



## DIGITAL

Web, Redes, Video



Se considera un tamaño ilimitado para el uso de la marca, pero también se mantiene un estándar mínimo en cuanto a tamaño se refiere, desde los medios digitales hasta los impresos

## 2.6 Tamaños

# Variaciones de uso



Sobre imagen de Oscuro predominante



Color no corporativo claro predominante



Color no corporativo oscuro predominante



Sobre imagen de claridad predominante



**Versión horizontal**

**3 Variaciones de uso** |



Sobre imagen de Oscuro predominante



Color no corporativo claro predominante



Color no corporativo oscuro predominante



Sobre imagen de claridad predominante

# Usos Incorrectos



El uso incorrecto de una imagen corporativa puede generar desprestigio y perjudicar su notoriedad.



En este apartado se muestran los usos incorrectos de la imagen corporativa, y aplica para todas las variaciones de la marca



4 Usos incorrectos |





Sobre imagen de Oscuro predominante



Color no corporativo claro predominante



Color no corporativo oscuro predominante



Sobre imagen de claridad predominante

4 Usos incorrectos

# Aplicaciones en productos

# Merchandising



Esferos



Camisetas



Gorras



Popsockets

5 Aplicaciones en productos |

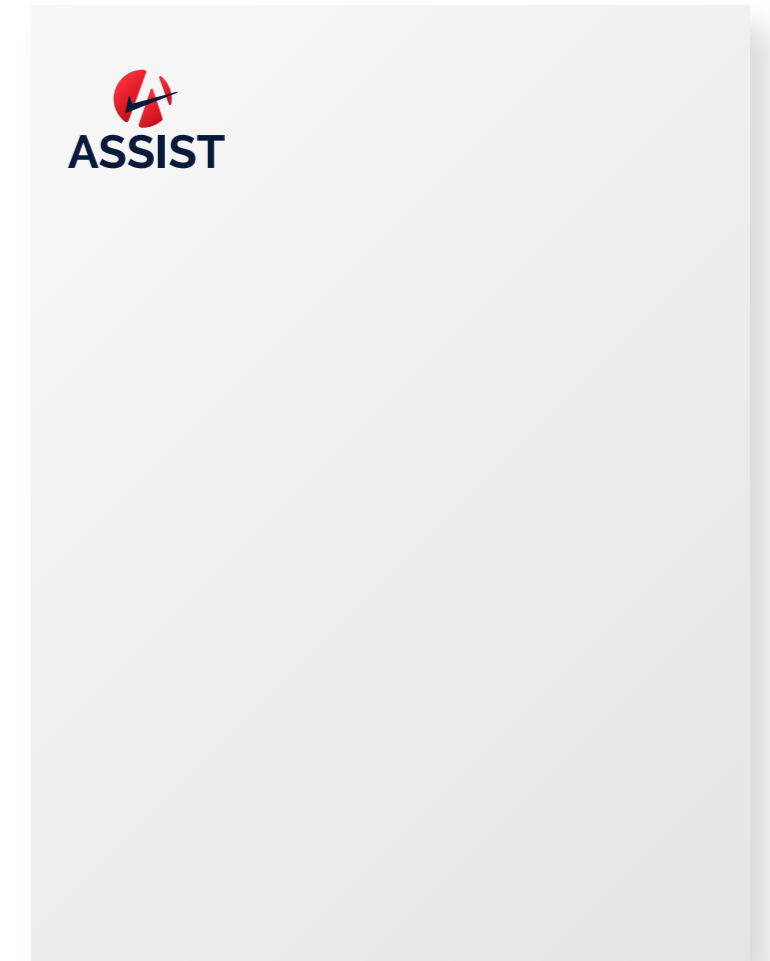
# Papelería



Sobres



Tarjetas de presentación



Membretes

5 Aplicaciones en productos |

