



Cómo Nos Vemos.

**BRAND
GUIDELINES**



**LA SIMPLICIDAD ES
LA MÁXIMA
SOFISTICACIÓN**

Leonardo da Vinci

ESTA ES UNA GUÍA PARA LOS ELEMENTOS BÁSICOS QUE COMPONEN NUESTRA MARCA. TE PERMITIRÁ CONOCERNOS MEJOR.

Contenido

03 IMAGOTIPO

[Justificación](#) | [Zona de exclusión de construcción](#) | [tamaño mínimo](#) [Aplicación](#) | [familia](#) / [variaciones](#)

08 COLOR

[paleta primaria / secundaria](#) | [Aplicación](#)

09 TIPOGRAFÍA

[Imprimir](#) | [en línea](#) | [estilo](#)

10 GUÍA DE ESTILO

11 LISTA DE VERIFICACIÓN

¿Qué es una identidad de marca?

Una identidad de marca representa los valores, servicios, ideas y personalidad de una organización. Está diseñado para aumentar el reconocimiento y construir percepciones de la organización en el mercado elegido.

Esta identidad de marca debe representarse gráficamente y, por lo general, incluye elementos como logotipos y gráficos de apoyo, paleta de colores, tipografía y opciones de fotografía, y puede, dentro de sus directrices, usar ejemplos para visualizar cómo se debe representar una marca en varios medios visuales diferentes.

¿Por qué usar estas pautas?

nuestra organización necesita gestionar cómo se representa su marca en todos los medios visuales en diferentes situaciones.

El sistema de identidad corporativa en este documento ha sido creado para cumplir con este propósito y las pautas en este documento explican cómo representar y encarnar correctamente el espíritu de nuestra marca en diferentes aplicaciones y en varios mercados para mantener la integridad de nuestra organización.

PARA NOSOTROS, NUESTRO LOGOTIPO ES HERMOSO. TOMAMOS NUESTRO TIEMPO DESARROLLANDO NUESTRA MARCA, ASÍ QUE, POR FAVOR, SÉ AMABLE.

Razón Fundamental

Nuestro logotipo fue desarrollado para ser moderno y a prueba de futuro, actualizando nuestra personalidad pública y realizando el diseño con nuevas técnicas. Es una marca distintiva y marca que busca presentar nuestra organización como una visión de futuro, la organización profesional.

Construcción

El elemento gráfico se construye utilizando círculos y dos manos que se apoyan entre sí, refinando un enfoque fuerte y audaz.

El elemento tipográfico está diseñado para complementar y mejorar el gráfico del logotipo, existiendo en armonía, ni domina ni se vuelve insignificante.

El tipo de letra de apoyo son limpios y minimalistas para reforzar nuestra identidad como organización profesional de calidad.

Tratamiento de color

Hay una opción preferida a todo color para las variaciones apiladas y horizontales que se muestran aquí. Estos logotipos deben usarse siempre que sea posible.

01



02



03



04



01 y 02

Esta es la versión apilada del logotipo y es la versión preferida del logotipo para todas las garantías impresas, incluidas todas las publicaciones impresas, publicidad, vallas publicitarias, carteles, folletos y empaques de productos.

03 y 04

Esta es la versión horizontal del logotipo y es la versión preferida cuando el espacio no es muy importante en un diseño, por ejemplo, gráficos y pancartas de sitios web.

ZONA DE EXCLUSIÓN

Un poco de margen para ayudarnos a destacar

El margen mínimo de zona de exclusión para todos los logotipos de la organización se basa en las dimensiones de la imagen gráfica. Con todos los logotipos, se debe mantener un espacio libre de un círculo en todos los lados.

En todos los lados, la zona de exclusión debe ser medida desde el borde más lejano del logo.

Ningún elemento, aparte de nuestro lema, puede invadir este espacio.



TAMAÑO MÍNIMO

más grande es mejor.

Los logotipos apilados no deben reproducirse en un tamaño inferior a 19 mm de altura.



19mm mínimo

Los logotipos panorámicos no deben reproducirse en un tamaño inferior a 12 mm de altura.



12mm mínimo

QUEREMOS LUCIR BIEN TODO EL TIEMPO, ASÍ QUE TÓMESE EL TIEMPO PARA CONSIDERAR CÓMO APLICAR SU LOGOTIPO.

No queremos ser pesimistas en todo, pero hay una manera correcta y una manera incorrecta de presentar nuestro logotipo.

01 Espacio alrededor del logotipo Deje siempre un poco de espacio para que el logotipo respire. Intente utilizar fondos blancos o neutros.

01



03



02 Si tiene que ...

Si es inevitable colocar el logotipo en un color o una fotografía, use el logotipo blanco/negro

02



04



03 No está bien...

No gire el logotipo.

04 Choque de colores

No coloque el logotipo en los colores incorrectos.

05



05 No es bueno...

No use el logotipo negativo en fondos demasiado claros o desordenados.

06



06 No, gracias...

No agregue adornos como sombras paralelas, estampados, etc. al logotipo.

DA LA BIENVENIDA A TODOS LOS MIEMBROS DE LA FAMILIA. SI NO SE PUEDE ENCONTRAR AQUÍ, NO QUEREMOS QUE LO USE.

El logotipo de nuestra organización existe tanto en versión apilada como horizontal. Si bien la opción apilada es el logotipo preferido, el uso de los logotipos apilados o horizontales debe determinarse de acuerdo con su idoneidad para el diseño.



El uso del gráfico como tal, de forma aislada debe considerarse e implementarse cuidadosamente, y restringirse a materiales promocionales de apoyo.



No se recomienda utilizar el gráfico como el identificador predeterminado en lugar del logotipo completo.



Hay una opción a todo color de nuestro logotipo para cada uno de los logotipos apilados y horizontales. También hay opciones disponibles para otros colores y un solo color para reproducción en fondos en blanco y negro.



Se puede lograr una versión del logotipo en las redes sociales, utilizando el gráfico únicamente, para cuando se necesita un icono cuadrado para aplicaciones en línea.

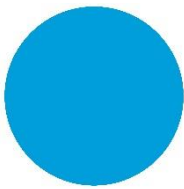


NUESTROS COLORES DEFINEN NUESTRA MARCA. SOMOS AUDACES, BRILLANTES Y CON CONFIANZA. SIMPLE Y AL GRANO.

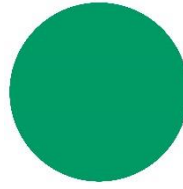
La paleta de colores corporativos incluye un tema Azul, Amarillo, Verde y Rojo, con tonos de apoyo. Se incluyen referencias de pantone® estándar de coincidencia de color para garantizar la precisión al reproducir la paleta de colores.

También se incluyen las referencias de los valores cmyk, RGB y HEX para la coherencia en diferentes medios. siempre que sea posible, el logotipo debe reproducirse en el proceso de color cmyk. Se pueden componer colores equivalentes utilizando las referencias RGB y heX incluidas cuando el logotipo se utilizará digitalmente.

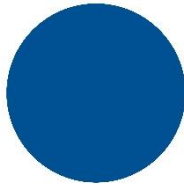
PALETA DE COLORES



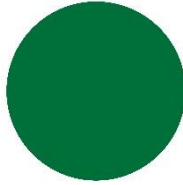
pantone: 299 UP
cmyk: 88 : 20 : 0 : 0
rgb: 35 : 153 : 208
hex #: e9bd2e



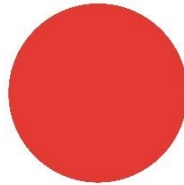
pantone: 2417 CP
cmyk: 76 : 2 : 68 : 6
rgb: 36 : 158 : 107
hex #: e9bd2e



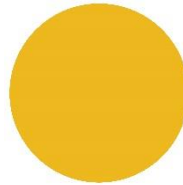
pantone: 4152 C
cmyk: 99 : 67 : 0 : 4
rgb: 19 : 81 : 147
hex #: e9bd2e



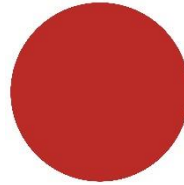
pantone: 349 CP
cmyk: 85 : 3 : 91 : 44
rgb: 18 : 112 : 60
hex #: e9bd2e



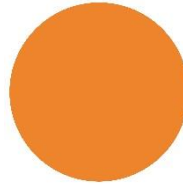
pantone: 48-15 C
cmyk: 0 : 91 : 83 : 10
rgb: 194 : 58 : 54
hex #: e9bd2e



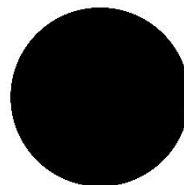
pantone: 7408 CP
cmyk: 7 : 32 : 93 : 0
rgb: 233 : 189 : 46
hex #: e9bd2e



pantone: 7628 C
cmyk: 0 : 96 : 81 : 32
rgb: 158 : 42 : 43
hex #: d58336



pantone: 7412 C
cmyk: 7 : 62 : 88 : 0
rgb: 213 : 131 : 54
hex #: d58336



pantone: 20-0198 TPM
cmyk: 84 : 83 : 73 : 80
rgb: 0 : 0 : 0
hex #: 000000

LA TIPOGRAFÍA ES LA COLUMNA VERTEBRAL DEL DISEÑO, HACERLO BIEN ES PRIMORDIAL.

Tipos de letra. **Impresión.**

Nuestra tipografía corporativa es "GOTHAM". Esta familia de fuentes completa viene en una gama de pesos para adaptarse a una multitud de propósitos. Fue optimizado para interfaces de impresión, web y móviles, y tiene excelentes características de legibilidad en sus formas de letras.

Tipos de letra. **Online.**

Cuando la tecnología lo permite, "GOTHAM" puede utilizarse en cualquier aplicación web. La fuente corporativa alternativa predeterminada es "Arial", que debe utilizarse para garantizar una degradación aceptable cuando "GOTHAM" no está disponible.

Tipografía. **Estilo.**

El texto para la correspondencia y las publicaciones se debe colocar preferiblemente en mayúsculas y minúsculas. Las mayúsculas nunca deben usarse para el cuerpo del texto, pero son aceptables para los encabezados.

THE GOTHAM TYPEFACE

was initially commissioned by *GQ magazine*, whose editors wanted to display a sans-serif with a "geometric structure" that would look

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
 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

since 2000

"MASCULINE,

AND

GOTHAM

NEW,

FRESH"

by Tobias Frere-Jones

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
 ~ ! @ # \$ % ^ & * () - + =

for their magazine. GQ agreed that they needed something "that was going to be *very fresh and very established to have a sort of credible voice to it,*" according to Jonathan Hoefler.

ESO ES SOLO PARA EMPEZAR... AQUÍ HAY ALGUNAS COSAS MÁS QUE DEBES SABER.

Estilo de diseño de marca

Tomar una dirección del estilo moderno (o estilo tipográfico internacional) nos permite enfatizar y ejecutar un enfoque limpio y legible a nuestros medios extendidos y situaciones de marca.

La comprensión de la importancia del espacio en blanco también es crucial en los diseños, tanto dentro como alrededor de texto/imágenes.

El texto de cuerpo negro normalmente debe usarse a menos que la copia invertida o blanca sea más estéticamente apropiada. Limitar el uso del color a nuestra paleta corporativa también servirá para fortalecer el mensaje de nuestra marca.

Gráficos de Apoyo

Los elementos gráficos derivados del logotipo son válidos para su uso como gráficos de soporte independientes, siempre que no se usen en lugar del logotipo completo.

No recomendamos el uso de ilustraciones detalladas o imágenes prediseñadas como gráficos de soporte, sino formas geométricas simples para no restar valor a otros elementos de diseño.

No se deben utilizar pancartas y gráficos grandes y que distraigan (como cintas y flechas), ya que solo sirven para disminuir la calidad y los valores de nuestra marca.

Estilo Fotográfico

Como tema general para el estilo fotográfico de nuestra marca, sugerimos que la fotografía sea de contraste medio en blanco y negro, para fortalecer un enfoque clásico y emotivo para las imágenes de apoyo. Como alternativa, se puede usar un solo color desde la paleta corporativa como un reemplazo para el blanco dentro de la imagen, creando un aspecto discreto de duotono.

Todas las fotografías utilizadas deben ser de alta calidad, independientemente de si son en blanco y negro o en color. Las imágenes deben estar limpias, nítidas, enfocadas y contener temas relevantes para nuestra ADASBA. La composición artística también debe tenerse en cuenta para evitar imágenes de estilo "instantánea".

Sitio Web

Se sugiere que el sitio web (Y plataformas sociales) de nuestra organización utilice un fondo azul claro o blanco, con gráficos de soporte azul claro / azul oscuro, texto negro y generosas cantidades de espacio en blanco. Al hacerlo, se garantizará la coherencia de la marca de ADASBA en línea.

ES MEJOR TENER UNA LISTA DE VERIFICACIÓN. ENTONCES SABRÁS QUE HAS HECHO TODO BIEN.

La lista de verificación...

01 El Logotipo

Solo use logotipos completos y en una versión adecuada, creados a partir de ilustraciones digitales originales. Compruebe que ha respetado los requisitos de tamaño mínimo y zona de exclusión.

02 Fondos

El logotipo no debe aparecer en imágenes claras o desordenadas sin ser invertido.

03 Gráficos

Verifique que los gráficos o elementos gráficos de apoyo no marginen, oscurezcan ni dominen el logotipo de nuestra organización.

04 Tipografía

Verifique que nuestros tipos de letra corporativos se hayan utilizado de manera adecuada cuando corresponda.

05 Diseño

Asegúrese de proporcionar estas pautas a terceros o socios colaboradores.

Un pensamiento final.

Si tiene dudas, eche un vistazo a este documento, todas las respuestas están aquí.

No pedimos mucho, solo un poco de amor y respeto por nuestra marca, por ADASBA, por eso creemos que hemos creado un sistema flexible que no sofocará su creatividad.

Haz tu mejor intento!

ESTE DOCUMENTO PUEDE ESTAR DISPONIBLE EN FORMATOS ALTERNATIVOS A PEDIDO. COMUNÍQUESE CON NUESTRO OFICIAL DE COMUNICACIÓN PARA OBTENER MÁS DETALLES.

ADASBA

Colonia Altos de Galeras, 200 metros al Sur de la Iglesia Pentecostés, Santa Bárbara, Honduras Centro América

Teléfono. +504 9666-0986

Email. adasba.honduras@gmail.com

