



**amara**


*Sentimiento en madera.*

**Manual de Identidad Corporativa**

Vivimos una época en la que la comunicación juega un papel predominante en todos los ámbitos de la sociedad. A los medios de difusión tradicionales, como el soporte impreso, se unen las nuevas tecnologías audiovisuales para construir la que se ha dado en llamar "Sociedad de la Información". En este nuevo contexto social, las empresas e instituciones deben de disponer de mecanismos efectivos de transmisión de su Imagen Corporativa. La relación entre una Empresa/Institución, los servicios que ésta ofrece y su estilo de gestión se transmite a las audiencias mediante dicha imagen.

El establecimiento de un nuevo estilo mediante una Imagen Corporativa tiene como objetivo principal reforzar el papel que juega nuestra empresa en los distintos ámbitos en que ésta tiene presencia. La imagen debe favorecer que los distintos usuarios perciban a **amara** como una entidad única, esta percepción se fortalece mediante el uso de la Imagen Corporativa en todos los soportes propios, incluyendo publicaciones, instalaciones, papelería, internet, etc.

Este Manual de Imagen Corporativa ha sido elaborado teniendo en cuenta todas las consideraciones anteriores, y pretende servir como punto de partida para definir el estilo completo de nuestra empresa. En él se desarrollan las normas generales que afectan a los elementos principales de la marca, incluyendo colores.

- 1.- Introducción
  - 2.- Índice
  - 3.- Presentación de la marca
  - 4.- Tipografía corporativa
  - 5.- Reticula del Logotipo
  - 6.- Colores corporativos por Pantone y cuatricromía
  - 7.- Uso de marca monocromático a una tinta
  - 8.- Uso de marca monocromático en blanco y negro
  - 9.- Uso de marca sobre color
  - 10.- Aplicaciones correctas e incorrectas
  - 11.- Normatividad de tamaños
  - 12.- Aplicaciones en tarjetas de presentación
  - 13.- Aplicaciones en hoja con membrete
  - 14.- Aplicaciones en folder
  - 15.- Aplicaciones en uniformes
  - 16.- Aplicaciones en promocionales tazas
  - 17.- Aplicaciones en promocionales gorras
- 

Se creó una imagen amable, sencilla, cálida y que transmite el amor que se tiene al trabajo realizado, que representa la solidéz y la pasión, con un toque de textura de madera para hacer énfasis en la materia prima.

El color que se utilizó es un tono cálido y apacible combinado con uno más claro y neutro para dar mayor seriedad a la marca, logrando un todo armónico.

El tipo de letra se buscó que fuera cálida, amigable, confiable, sólida y robusta.

El corazón dividido en dos, es para indicar el amor a la madera y reforzar el enlace entre la marca y el consumidor como un complemento indivisible.





Para el desarrollo del logotipo se han seleccionado una fuente con rasgos clásicos, robusta y sólida, Bernard MT Condensed y otra para el slogan con movimiento y agil, Bookman Old Style. Su disposición se hará siempre siguiendo las instrucciones de este manual.



**Bernard MT Condensed**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

**1234567890**

**.,:;!¿?\"'·\$%&/()=^\*~Ç\_-'ç+`<>**

***Sentimiento en madera.***

***Bookman Old Style***

***ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ***

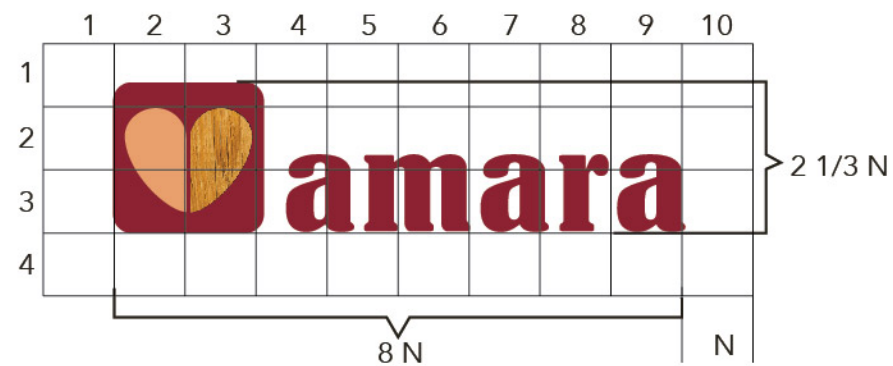
***abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz***

***1234567890***

***.,:;!¿?\"'·\$%&/()=^\*~Ç\_-'ç+`<>***

## Retícula espacial del logotipo 5

Esta retícula tiene por objetivo establecer las proporciones del logotipo. Se recomienda para uso a gran escala o cuando no sea posible la ampliación fotomecánica o digital de la misma. También servirá para constatar si existe alguna distorsión que llegue a realizarse a través del tiempo.



En esta página se muestra el color en su equivalencia en la guía de color Internacional "PANTONE" y su equivalente en cuatricromía.

El color Rojo profundo inspira:

- Riqueza
- Elegancia
- Refinamiento
- Exquisitez
- Madurez
- Suntuosidad
- Cultura
- Robustez

El color rosa o melocotón inspira:

- Elevación
- Suavidad
- Tacto
- Dulzura
- Calidez
- Confort
- Intimidad
- Modestia
- Abrazo



Pantone 202 C    C-42.19 M-97.34 Y-79.74 K-14.73



Pantone 472 C    C-6.26 M-47.51 Y-61.07 K-0

El uso correcto de la marca requiere monitoreo constante ya que de esto depende su correcta aplicación. Aquí se ilustra la aplicación correcta del logotipo a una tinta, la cual debe ser de color corporativo PANTONE 202 C o 472 C que son los colores de **amara**. También se puede aplicar calada en blanco sobre un rectángulo sólido de alguno de los 2 colores mencionados anteriormente.





Aquí se ilustra la aplicación correcta del logotipo monocromático en blanco y negro; esta aplicación se usa calada sobre un rectángulo sólido de color negro e invertido: logotipo en negro sobre fondo blanco.



Aquí se ilustra la aplicación correcta del logotipo en fondo negro y de color. La marca se deja a todo color siempre que el color de fondo sea blanco o un color claro que no perjudique su apariencia o haga que se pierda, sólo se aplicará calado en blanco en fondo de color negro y colores corporativos rojo o rosa.



Su uso incorrecto puede ser negativo para el sistema de identidad porque transmite mensajes confusos. Es importante tener en mente que todas las piezas de comunicación, sin importar su mensaje específico, deben representar correctamente la marca y ésta nunca debe de ser comprometida para adaptarse a un determinado diseño o sistema de impresión.



Correcto



Incorrecto

El tamaño mínimo requerido para la marca es necesario que se establezca para que se tenga una imagen adecuada y no se pierda ninguna de sus partes o detalles a la hora de reproducirse en el medio que se requiera, asegurando así su correcta lectura.



Tamaño al 100%



3.8 x 1 cm



Se muestra frente y vuelta de la tarjeta de presentación, tamaño del No. 9 9x5cm, al 80% de su tamaño real.

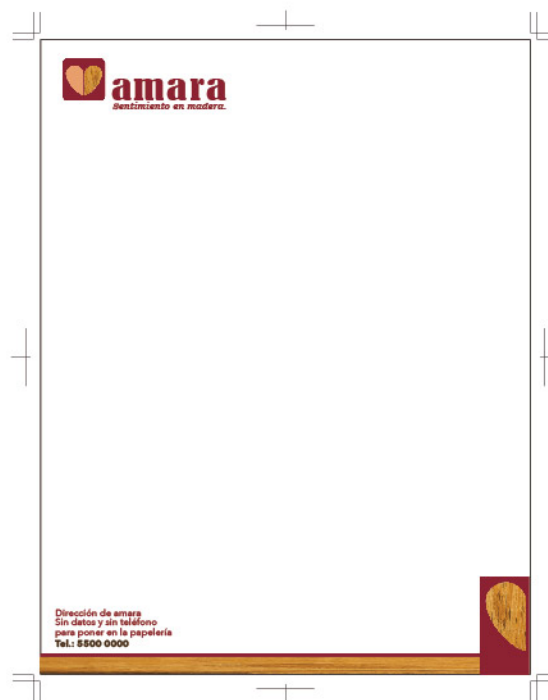


Frente



Vuelta

Se muestra la aplicación de la hoja con membrete al 30% del tamaño real.





Camisas en color corporativo combinado y logo calado; o camisa blanca con vivos en color corporativo y logo bordado, transfer o estampado al frente.





Taza blanca con logotipo impreso en serigrafía o sublimado o taza de color corporativo con el logotipo calado en blanco.



Gorras deportivas en color corporativo combinado y logo calado; o gorra blanca con visera en color corporativo y logo bordado, transfer o sublimado al frente.

