

DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL CLIMALINE LTDA.

introducción

La identidad visual-corporativa, es una herramienta esencial para aquellas empresas o negocios que trabajan en base de la comunicación directa o indirecta con sus clientes o proveedores. La identidad debe usarse adecuadamente ya que de él depende la buena implementación de la identidad.

Al establecer y mantener una correcta aplicación de los elementos de identidad visual, estamos trabajando por una imagen perdurable y consistente de la empresa.

Es de vital importancia, que el presente manual sea leído en su totalidad, debido a que en él se encuentran las normas básicas de utilización de la identidad de CLIMALINE Ltda., las cuales facilitaran las labores de publicidad y mercadeo.

Identidad Visual realizada por:

Julio García
Diseñador Grafico

2008

www.fotofobia.cl

información de la empresa

Cliente : CLIMALINE Ltda.

Rubro : Importación, exportación, comercialización y venta de equipos y accesorios de aire acondicionado.

Relacionados : Climatización de ambientes
Instalación y regulación de equipos de aire acondicionado
Venta de repuestos y accesorios
Cuidado del Medio Ambiente

Contacto : Jessica Acuña
Gerente Comercial



IDENTIDAD VISUAL

concepto	1.1
referencia de color	1.2
referencia de tonos	1.3
tipografía	1.4
aplicaciones complementarias	1.5
legibilidad	1.6
usos incorrectos	1.7

1.1 concepto

Antiguo Identificador Corporativo



Nuevo Identificador Corporativo



El concepto para crear el nuevo logotipo de CLIMALINE Ltda., se basó en reestructurar el antiguo identificador corporativo y con ello, lograr una imagen moderna y actual a la empresa, a través de su símbolo corporativo.

El logotipo está compuesto de dos elementos: el símbolo iconográfico y el nombre de la empresa.

Los colores corporativos seleccionados para el nuevo logotipo de CLIMALINE Ltda., son el azul y el verde. Estos colores han sido seleccionados para simbolizar, en el caso del azul, el aire que generan los equipos de aire acondicionado y el color verde, relaciona las tecnologías usadas en los equipos de aire acondicionado con el cuidado del medio ambiente.

Las formas parabólicas en rojo y azul claro, que acompañan al logotipo, interpretan o grafican, la circulación del aire caliente o frío que generan los equipos de aire acondicionado dentro de una habitación ambiente. Además, y para no crear un quiebre identificatorio entre el antiguo logotipo de la empresa, y el nuevo, estas formas hacen referencia, a la estructura del logotipo antiguo.

La tipografía para el nombre de la empresa y como parte de esta nueva imagen visual; debía entregar el mismo concepto de actualidad. Es por esto, que la fuente tipográfica, "Good Times", con sus curvas, líneas rectas y los espacios en sus trazos, acentuaron con el concepto inicial, y como tal, la imagen visual del nombre de la empresa.

Las referencias de color para una correcta reproducción del identificador, están disponibles en el ítem 1.2

1.2 referencia de color

Logotipo:

Simbolo - Nombre de la empresa



Colores Corporativos
Azul y Verde

Colores Complementarios
Rojo y Azul Corporativo 50%

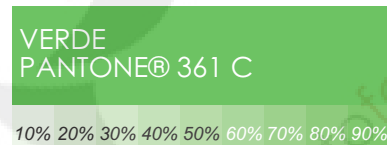
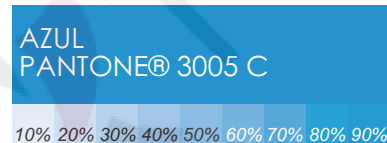
Los colores corporativos de CLIMALINE Ltda., son el azul y el verde.

Y los colores complementarios son el rojo y el azul este último al 50% del azul corporativo.

Los colores corporativos pueden ser impresos con tintas directas según la referencia PANTONE®, o por combinación de tramas en procesos de policromía.

Para la impresión con tintas directas la referencia de colores PANTONE® es:

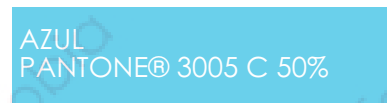
Colores Corporativos PANTONE®



Azul Corporativo
PANTONE® 3005 C

Verde Corporativo
PANTONE® 361 C

Colores Complementarios PANTONE®

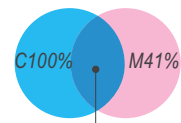


Rojo Complementario
PANTONE® Warm Red C

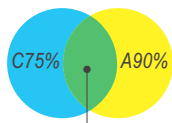
Azul Complementario
PANTONE® 3005 C 50% ó
PANTONE® 2985 C

En los procesos de impresión por policromía, los porcentajes de las tramas son:

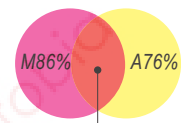
Colores por policromía - Porcentaje de tramas



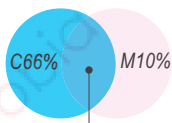
Azul Corporativo



Verde Corporativo



Rojo Complementario



Azul Complementario

Azul Corporativo
Cyan 100%
Magenta 41%

Verde Corporativo
Cyan 75%
Amarillo 90%

Rojo Complementario
Magenta 86%
Amarillo 76%

Azul Complementario
Cyan 66%
Magenta 10%

1.3 referencia de tonos

Cuando se necesite reproducir el logotipo corporativo en una sola tinta, se recomienda utilizar el azul corporativo o el negro.

Preferiblemente el manejo de color se hará de la siguiente manera:

1. El logotipo en azul corporativo o negro, sobre fondo blanco.
2. El logotipo en blanco sobre fondo azul corporativo o negro.
3. El logotipo en blanco sobre fondos en monótono o dúotono, siempre que el contraste sea superior al 41%.
4. Sobre fondos tramados del azul corporativo o negro que no superen el 40% del color, el logotipo se utilizara en un 100%. Del 41% en adelante, el identificador se utilizara en blanco.

Es importante generar el mayor contraste posible entre las tonalidades del fondo y las del logotipo, para garantizar la máxima legibilidad de los elementos.

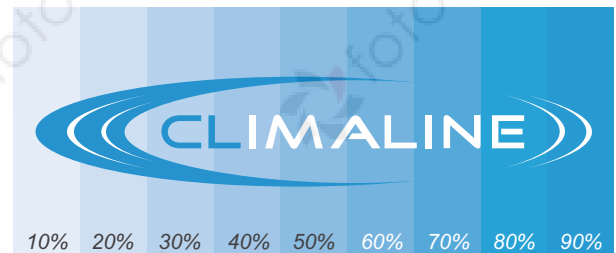
Tonos en Positivo



Tonos en Negativo



Escala de Grises - Fondo Alto Contraste



1.4 tipografía

Tipografía para el identificador corporativo

Good Times

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ

1234567890
@!"\$%&/()

Las familias tipográficas, Arial Narrow, Lucida Sans y Good Times son los tipos de letra seleccionados para formar parte del sistema de identidad visual de CLIMALINE.

Por su variedad de estilos, estas tipografías complementan el identificador corporativo y su uso debe estar canalizado a proyectar una imagen sólida y consistente.

La familia Lucida Sans, se recomienda para títulos, encabezados o destacados dentro del bloque de texto. La familia Arial Narrow, se recomienda para los bloques de texto de las publicaciones.

De ser necesario reemplazar las tipografías, se sugiere que; Arial Narrow, sea reemplaza por Arial y en caso de Lucida Sans, por la Verdana.

Entre tanto la tipografía Good Times, será el tipo de letra para reproducir el texto del identificador corporativo.

Familias tipográficas corporativas

Arial Narrow

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@!"\$%&/()

Lucida Sans

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@!"\$%&/()

Familias tipográficas de reemplazo

Arial

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@!"\$%&/()

Verdana

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@!"\$%&/()

1.5 aplicaciones complementarias

Elementos complementarios en tramas de los colores corporativos

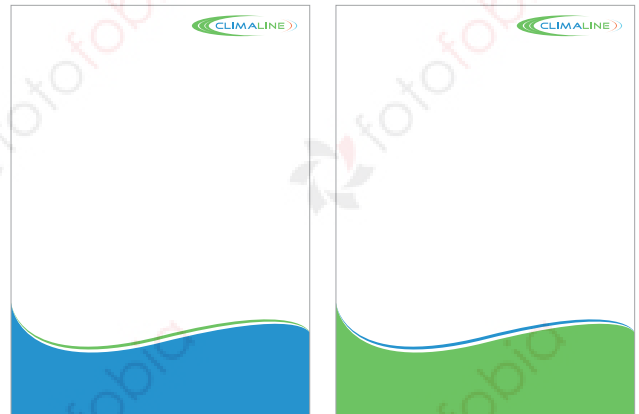


En cierto tipo de publicaciones, como cubiertas de comunicados, el símbolo, o una sección de éste, puede ser utilizado como soporte gráfico o elemento complementario para generar un mayor impacto visual. En cualquier caso, debe aparecer completo, en algún lugar de la pieza gráfica, el identificador corporativo o de unidad de negocios.

Se recomienda que la sección que se utilice del símbolo sea coherente con el soporte que lo contenga. Asimismo, el color no debe superar una trama del 40% del color corporativo o del negro.

En soportes diferentes al papel, (vidrio, metal, etc.) el elemento complementario podrá ser aplicado en materiales o texturas que simulen una trama del color corporativo. Por ejemplo, sobre vidrio se recomienda un film esmerilado, sobre metal, se puede reproducir en relieve

Ejemplo 1
Cubiertas de Comunicados

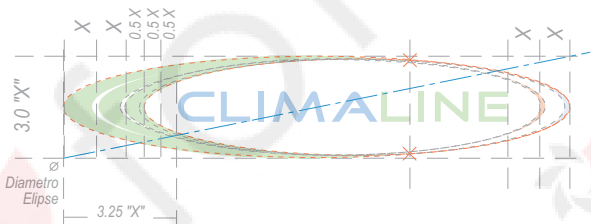


Ejemplo 1
Identificador sobre film esmerilado



1.6 legibilidad

La medida X está determinada por la altura del nombre de la empresa en el identificador y se utiliza para estandarizar los espacios entre las partes y tamaños mínimos del identificador.



El tamaño mínimo de legibilidad para el identificador corporativo lo define el la altura del nombre de la empresa. En este ejemplo se grafica una medida de 2 mm, como tamaño base legible.



La medida "x" está determinada por la altura del nombre de la empresa y es utilizada como guía para el tamaño total del identificador.

El espacio mínimo libre establecido alrededor del identificador corporativo no puede ser utilizado por ningún elemento formal distinto al símbolo.

Los espacios libres son creados, utilizando medidas proporcionales a x", para asegurar la buena lectura y la clara percepción del identificador.

En los gráficos siguientes se ilustran las proporciones de tamaño y espacio libre alrededor del identificador corporativo.

1.7 usos incorrectos

Es vital, que cuando se está aplicando el identificador corporativo se haga de manera consistente y precisa.

Es posible que se cometan errores en el curso de la implementación de la identidad visual. Un riguroso control de estas aplicaciones garantiza que el identificador sea manejado correctamente.

A continuación se ilustran algunos ejemplos de sus usos indebidos de los elementos de identidad visual.



Correcta exposición del símbolo identificador

NO cambiar el ángulo de posición del identificador



NO distorsionar las dimensiones del identificador



NO cambiar la tipografía corporativa del identificador.



NO se debe utilizar colores de fondo, donde el identificador o cualquiera de sus partes pierda legibilidad.



NO dejar el icono corporativo, sin el nombre identificador de la empresa.



NO reemplazar los colores corporativos del identificador.



2

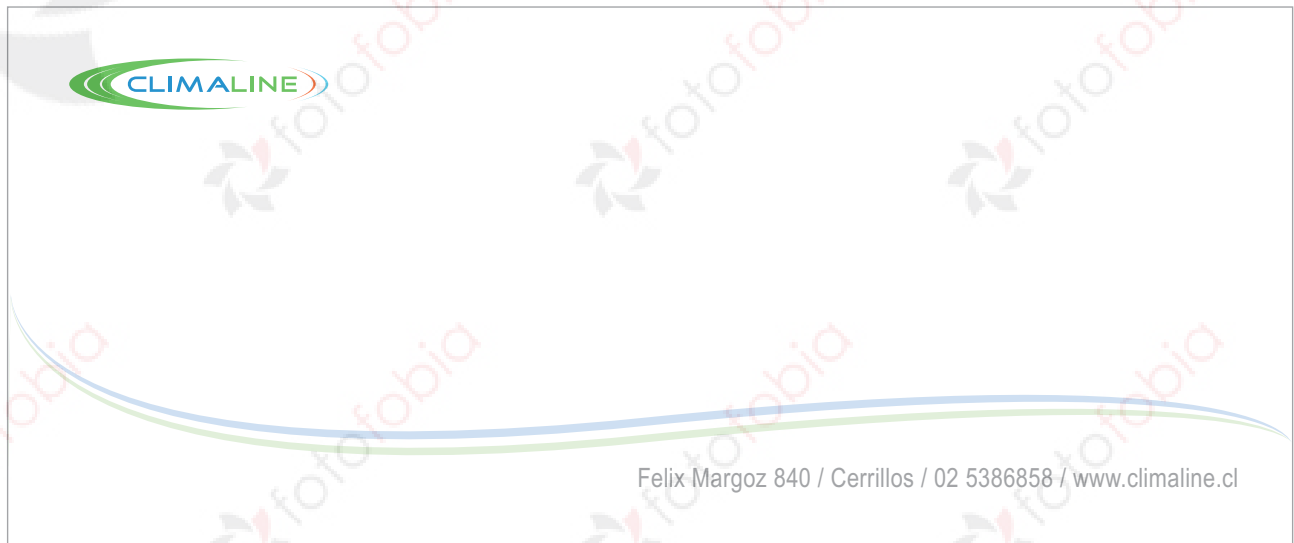
APLICACIONES

hoja carta
sobre y tarjeta
sobre extracarta
carpetas
factura

2.1
2.2
2.3
2.4
2.5



2.2 sobre y tarjeta



2.3 sobre extracarta



Felix Margoz 840 / Cerrillos / 02 5386858 / www.climaline.cl

2.4 carpetas



2.5 factura



ACUÑA VELASQUEZ E HIJA LTDA.
Importación, exportación y comercialización y venta de equipos
y accesorios de Aire Acondicionado

R.U.T. 76.448.690-0

FACTURA

Nº 00182

S.I.I. MAIPU

Señor (es) : _____
Giro : _____
Dirección: _____ Comuna: _____
Ciudad : _____ Teléfono: _____
R.U.T. : _____

Fecha de cancelación: _____

Valor Neto: \$ _____
I.V.A. \$ _____
Valor Total: \$ _____

Nombre _____ R.U.T. _____
Firma _____ Fecha _____
Lugar Recepción: _____

*El acuse de recibo que se declaran este acto, de acuerdo a lo dispuesto en la letra b) del Art. 4º, y la letra c) del Art. 5º de la ley 19.983, acredita que la entrega de mercaderías o servicio (s) presalado (s) ha(n) sido recibido(s).

3

SEÑALETICA

punto de venta
exterior

3.1
3.2

3.1 señalética - punto de venta



3.2 señalética exterior

