




MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



ESTE MANUAL REÚNE LAS HERRAMIENTAS BÁSICAS PARA EL CORRECTO USO Y APLICACIÓN GRÁFICA DE LA MARCA LA GARÚA EDITORIAL EN TODAS SUS POSIBLES EXPRESIONES. HA SIDO IDEADO PENSANDO EN LAS NECESIDADES DE TODAS AQUELLAS PERSONAS RESPONSABLES DE INTERPRETAR, ARTICULAR, COMUNICAR Y APLICAR LA MARCA EN SUS DIFERENTES ÁMBITOS.

EL CORRECTO Y CONSISTENTE USO DE LA MARCA LA GARÚA EDITORIAL CONTRIBUIRÁ A QUE CONSIGAMOS LOS OBJETIVOS DE IDENTIFICACIÓN Y REFUERZO DE LA MISMA.

ES UN TRABAJO DE EQUIPO, EN EL QUE TODOS PARTICIPAMOS PARA HACER DE LA GARÚA UNA GRAN MARCA.

A

SIMBOLOGÍA BÁSICA

- A.01 LOGOTIPO CORPORATIVO
- A.02 CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA
- A.03 ÁREA DE SEGURIDAD Y REDUCTIBILIDAD
- A.04 COLORES CORPORATIVOS
- A.05 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA
- A.06 TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

B

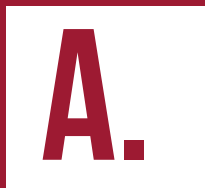
NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

- B.01 VERSIONES CORRECTAS
- B.02 APLICACIONES CORRECTAS
- B.03 APLICACIONES INCORRECTAS
- B.04 EXPRESIÓN TEXTUAL DE LA MARCA

C

APLICACIONES DE LA MARCA

- C.01 PAPELERIA CORPORATIVA
- C.02 PAPELERÍA CORPORATIVA
- C.03 ELEMENTOS PROPIOS
- C.04 MERCHANDISING
- C.05 MERCHANDISING



SIMBOLOGÍA BÁSICA

PARA EVITAR RESULTADOS NO DESEADOS EN LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA MARCA LA GARÚA EDITORIAL SE TIENEN QUE SEGUIR UNA SERIE DE NORMAS GENÉRICAS.

LA MARCA LA GARÚA EDITORIAL ESTÁ CONSTRUIDA A BASE DE UN SÍMBOLO, UN LOGOTIPO Y COLORES CORPORATIVOS QUE SE DEBERÁN RESPETAR POR SU USO CORRECTO.

A. 01

LOGOTIPO CORPORATIVO

EL LOGOTIPO ES EL IDENTIFICADOR DE LA MARCA DE USO COMÚN EN TODAS LAS APLICACIONES.

LA GARÚA

Logotipo

P O E S Í A

Baseline



Símbolo

Marca



A. 02

CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

SE MUESTRA LA MARCA SOBRE UNA TRAMA MODULAR Y EN RELACIÓN DE TAMAÑOS RESPECTO A X PARA PODER ESTABLECER UNA GUÍA DE REFERENCIA QUE ESTABLEZCA LAS PROPORCIONES ADECUADAS DE CADA ELEMENTO PARA SU REPRODUCCIÓN EN CUALQUIER SOPORTE.



A. 03

ÁREA DE SEGURIDAD Y REDUCTIBILIDAD

PARA ASEGURAR LA ÓPTIMA APLICACIÓN Y PERCEPCIÓN DEL LOGO SÍMBOLO EN TODOS LOS SOPORTES Y FORMATOS, SE HA DETERMINADO UN ÁREA DE SEGURIDAD QUE ESTABLECE UNA DISTANCIA MÍNIMA RESPECTO A LOS TEXTOS Y ELEMENTOS GRÁFICOS EQUIVALENTE A LA DISTANCIA DE INTERLINEADO ENTRE LOGO Y BASELINE X2.

EL TAMAÑO MÍNIMO AL QUE EL LOGOTIPO PUEDE SER REPRODUCIDO ES A 14 MM DE ANCHO.

ÁREA DE SEGURIDAD



REDUCTIBILIDAD

EL TAMAÑO MÍNIMO AL QUE EL LOGOTIPO PUEDE SER REPRODUCIDO ES A 14 MM DE ANCHO.



A. 04

COLORES CORPORATIVOS

LA MARCA ESTÁ COMPUESTA POR 1 TONOS DE ROJO DISTINTOS QUE SE TENDRÁN QUE REPRODUCIR TAL Y COMO SE MUESTRA EN ESTE MANUAL.

EL DEGRADADO DE TIPO LINEAL DEL SÍMBOLO CONTIENE LOS 2 TONOS DE ROJO QUE SE EMPLEAN PARA EL LOGOTIPO Y LA BASELINE.

EN CASO DE NO PODER HACER USO DE COLORES PANTONE EN IMPRESIÓN SE REALIZARÁ POR CUATRICOMÍA.



PANTONE 187 C
CMYK 24, 100, 79, 22
RGB 161, 24, 42
HEX A1182A



PANTONE 710 C
CMYK 8, 78, 60, 1
RGB 220, 85, 85
HEX DC5555



DEGRADADO LINEAL
187 C -> 490 C
ÁNGULO -70°

A. 05

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

LA TIPOGRAFÍA CORPORATIVA UTILIZADA PARA EL LOGOTIPO ES CINZEL DECORATIVE BOLD Y PARA LA BASELINE ES CINZEL REGULAR.

ESTA TIPOGRAFÍA SE UTILIZARÁ ÚNICAMENTE PARA EL LOGOTIPO Y BASELINE, YA QUE ES UNA TIPOGRAFÍA DE TIPO DECORATIVA Y NO DISPONE DE CARACTERES EN MINÚSCULAS QUE FACILITEN SU LECTURA.

CINZEL DECORATIVE BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

CINZEL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

A. 06

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

LA TIPOGRAFÍA SECUNDARIA SE UTILIZARÁ PARA TEXTOS EXTENSOS EN LOS QUE EL USO CONTINUADO DE MAYÚSCULAS NO PERMITAN SU BUENA LEGIBILIDAD.

AUNQUE SE RECOMIENDA TIPOGRAFÍA CON SERIF PARA SU MEJOR LEGIBILIDAD, LA FUENTE ARIAL NARROW PERMITE AL LECTOR UNA CORRECTA LEGIBILIDAD PESE A SER SIN SERIF.

ARIAL NARROW Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

ARIAL NARROW Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

ARIAL NARROW Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789



NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

PARA EVITAR RESULTADOS NO DESEADOS EN LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA MARCA LA GARÚA EDITORIAL SE TIENEN QUE SEGUIR UNA SERIE DE NORMAS GENÉRICAS.

EL VALOR DE UNA MARCA DEPENDE EN GRAN MEDIDA DE LA DISCIPLINA EN SU APLICACIÓN.

CON EL OBJETIVO DE NO DEBILITAR EL MENSAJE VISUAL DE LA MARCA ES FUNDAMENTAL EVITAR LOS EFECTOS CONTRAPRODUCENTES EN SU APLICACIÓN.

UN USO DESORDENADO DE LA IDENTIDAD VISUAL CREA CONFUSIÓN, Y REPERCUTE MUY NEGATIVAMENTE EN EL PERFIL DE LA MARCA Y EN LA PERCEPCIÓN QUE EL PÚBLICO HA DE TENER DE SUS VALORES Y SERVICIOS.

ORDENAR Y APLICAR DE FORMA CORRECTA EL LOGOTIPO ES GARANTÍA DE QUE TRANSMITIRÁ PERFECTAMENTE LA JERARQUÍA DENTRO DEL CONJUNTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA.

B. 01

VERSIONES CORRECTAS

SIEMPRE QUE SEA POSIBLE SE APLICARÁ LA MARCA EN SU VERSIÓN PRINCIPAL. EN EL CASO QUE NO SEA POSIBLE POR RAZONES TÉCNICAS SE UTILIZARÁ LA VERSIÓN EN BLANCO Y NEGRO.

VERSIÓN PRINCIPAL



VERSIÓN PRINCIPAL NEGATIVO



VERSIÓN BLANCO Y NEGRO



VERSIÓN BLANCO Y NEGRO NEGATIVO



B. 02

APLICACIONES CORRECTAS

EN TODAS LAS APLICACIONES TIENEN QUE ASEGURARSE LA MÁXIMA VISIBILIDAD, LEGIBILIDAD Y CONTRASTE.

SI EL LOGOTIPO SE TIENE QUE APLICAR SOBRE FONDOS NO CORPORATIVOS O FOTOGRAFÍAS, DEBE APLICARSE EN BLANCO O NEGRO, EN FUNCIÓN DE LA LUMINOSIDAD DEL FONDO.

FONDO DE COLOR NO CORPORATIVO OSCURO



FONDO DE COLOR NO CORPORATIVO CLARO



FONDO FOTOGRÁFICO OSCURO



FONDO FOTOGRÁFICO CLARO



B. 03

APLICACIONES INCORRECTAS

EL LOGOTIPO TIENE UNAS MEDIDAS Y PROPORCIONES RELATIVAS DETERMINADAS POR LOS CRITERIOS DE COMPOSICIÓN, JERARQUÍA Y FUNCIONALIDAD.

EN NINGÚN CASO SE HARÁN MODIFICACIONES DE ESTOS TAMAÑOS Y PROPORCIONES.

- 1 NO CAMBIAR LAS PROPORCIONES DEL LOGO
- 2 NO CAMBIAR LA TIPOGRAFÍA
- 3 NO MODIFICAR LA OPACIDAD
- 4 NO ELIMINAR PARTES DEL LOGO
- 5 NO DEFORMAR EL SÍMBOLO
- 6 MANTENER EL SÍMBOLO COMO PARTE DEL LOGO
- 7 NO MODIFICAR LOS COLORES



B. 04

EXPRESIÓN TEXTUAL DE LA MARCA

CUANDO LA MARCA LA GARÚA EDITORIAL ESTÉ MECANO-
GRAFIADA SE ESCRIBIRÁ TAL Y COMO SE MUESTRA EN EL
EJEMPLO.

ESCRITURA CORRECTA

Ejemplo de cómo se escribe la marca **LA GARÚA EDITORIAL**

Ejemplo de cómo se escribe la marca **La Garúa editorial**

ESCRITURA INCORRECTA

Ejemplo de cómo no se escribe la marca ~~la garúa editorial~~

Ejemplo de cómo no se escribe la marca ~~La Garúa editorial~~

Ejemplo de cómo no se escribe la marca ~~La garua editorial~~



APLICACIONES DE MARCA

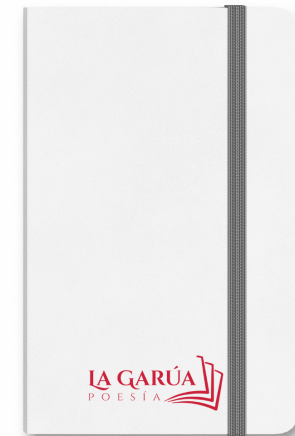
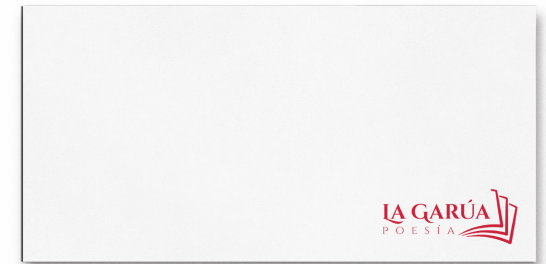
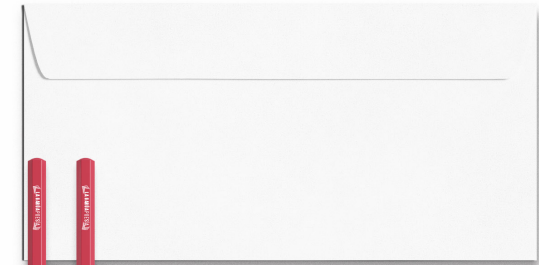
PARA EVITAR RESULTADOS NO DESEADOS EN LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA MARCA LA GARÚA EN DIFERENTES SOPORTES DEBEN SEGUIR UNA SERIE DE NORMAS GENÉRICAS.

ORDENAR Y APLICAR DE FORMA CORRECTA EL LOGO SÍMBOLO ES GARANTÍA DE QUE TRANSMITIRÁ PERFECTAMENTE LA JERARQUÍA DENTRO DEL CONJUNTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA.

C. 01

PAPELERÍA CORPORATIVA

APLICACIÓN DE LA MARCA LA GARÚA EN LA PAPELERÍA CORPORATIVA HECHA CON MATERIALES RECICLADOS.



C. 02

PAPELERÍA CORPORATIVA

APLICACIÓN DE LA MARCA LA GARÚA EN LA PAPELERÍA CORPORATIVA PREPARADA PARA ENVÍO DE LIBROS CON HECHA CON MATERIALES RECICLADOS.



C. 03

ELEMENTOS PROPIOS

DISEÑO DE BOLSAS DE TELA Y PAPEL RECICLADO



C. 04

MERCHANDISING

PAGE BOOK HOLDERS PERSONALIZADOS CON LOGO.



C. 05

MERCHANDISING

PUNTOS DE LIBRO PERSONALIZADOS (VARIOS DISEÑOS DISPONIBLES)



