



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de line.

Como elementos constitutivos establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la nueva imagen de line necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.

El Manual de la Marca debe ser por tanto una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa, y su convivencia con sus Servicios.

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



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ÍNDICE

- 1 . LA MARCA
- 2 . CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN
- 3 . EL COLOR
- 4 . TIPOGRAFÍA
- 5 . USOS NO CORRECTOS
- 6 . PAPELERÍA
- 7 . APLICACIONES
- 8 . APLICACIONES PUBLICITARIAS
9. TERMINOLOGÍA

1. LA MARCA



|

ine es una empresa única, con una personalidad única. Nuestro estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir el compromiso, la promesa que hacemos a cada una de nuestras audiencias.

Se ha creado para line una imagen corporativa que contiene todos los valores que queremos expresar a través de la marca.

Liderazgo

Para potenciar las fortalezas existentes en la organización y desarrollar nuevas capacidades orientadas al servicio y al cliente.

Proximidad

Ofreciendo a los clientes un trato personalizado, humano y cercano, sintonizando con sus expectativas y estilos de vida, mostrando en todo momento una vocación de servicio.

Compromiso

Con el bienestar de los clientes, a través de una excelente calidad de servicio y de productos cada vez mejores.

Modernidad

Para ofrecer siempre una imagen, fresca, limpia y actual. Adecuada para una empresa del sector de la imagen y comunicaciones.

Una marca bien aplicada es la base más sólida sobre la que se genera adhesión, rápida identificación y vinculación con un proyecto de futuro.

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

Logotipo



Símbolo



La marca comercial line nace de la palabra en inglés line que significa línea representando a una línea de internet con el símbolo de conectividad.

La forma principal es la propia palabra de la marca, una tipografía gruesa y sencilla de formas, da al logotipo una fortaleza que transmite liderazgo.

La sencillez de sus formas le aportan, proximidad y compromiso como valores añadidos. Al mismo tiempo la unión de caracteres y detalles personalizados, construyen una tipografía personalizada, que aporta a la marca una identidad propia y modernidad, fundamental para perdurar al paso del tiempo.

Al logotipo principal puede acompañarle en distintas formas el símbolo de line. Este símbolo se presenta como un elemento sencillo de formas suaves y estilizadas. Juntos forman un isologo donde el logotipo y el símbolo funcionan siempre unidos.

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

Logotipo + símbolo + identificador

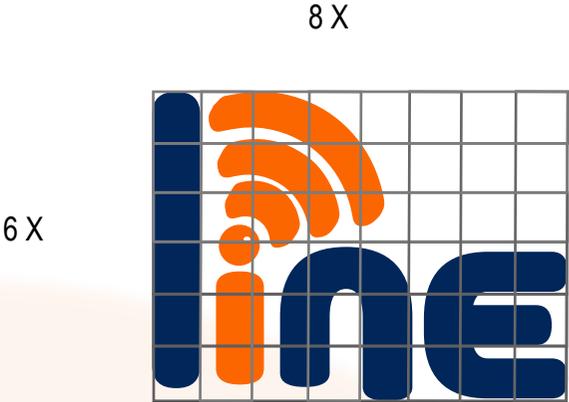


Logotipo + símbolo



El isologo puede presentarse en diferentes formas, de forma sencilla, acompañado del símbolo de Imart, acompañado por el identificador y acompañado por ambos.

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN



MODULACIÓN

EL isologo de line, se inscribe en una superficie modular de proporciones 8x6.

El valor “X” establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

AREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida “X”, de Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

	OFFSET	SERIGRAFÍA	SOPORTE DIGITAL
Logotipo sencillo	 15 mm	 18 mm	 10 px
Logotipo compuesto	 18 mm	 20 mm	 120 px

TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset de 15 mm. de largo y de 18mm. para serigrafía. Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 100 pixeles de largo. En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.

Para la forma compuesta del isologo estos valores aumentan a 18mm para offset, 20 mm para serigrafía y 120 px para soporte digital.

2. EL COLOR



Pantone 00265A
C: 100 / M: 99 / Y: 42 / K: 14
R: 0 / G: 38 / B: 90



Pantone FC6600
C: 0 / M: 88 / Y: 88 / K: 0
R: 252 / G: 102 / B: 0



Pantone 686564
C: 67 / M: 62 / Y: 59 / K: 7
R: 104 / G: 101 / B: 100

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El color principal del logotipo y símbolo de line, es el color rAzul (Pantone 00265A) y naranja (Pantone FC6600). Utiliza también como color secundario para el identificador un gris (Pantone 686564).



Servicio de Internet

3 . EL COLOR

APLICACIONES CROMÁTICAS



Sobre negro



Sobre pantone 00265A



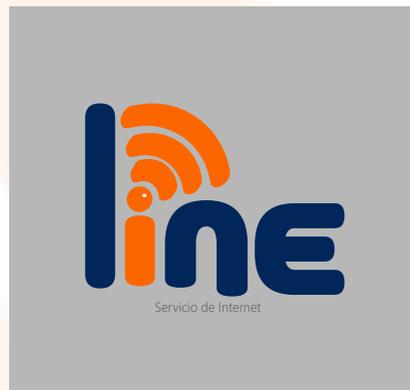
Negro sobre blanco



Sobre pantone FC6600



Sobre blanco



Sobre pantone B7B7B7



Sobre entorno fotográfico oscuro



Sobre entorno fotográfico claro

4 . TIPOGRAFÍA

aQ

ARIAL, NARROW
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890

aQ

ARIAL, REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890

aQ

ARIAL, ITALIC
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890

aQ

ARIAL, BOLD
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890

aQ

ARIAL, BLACK
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU-
VWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890

La familia tipográfica corporativa de line es la Arial. De uso en toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa.

Se eligió esta tipografía por su claridad, modernidad y buena legibilidad.

5 . USOS NO CORRECTOS



Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a al imagen de la Identidad Corporativa.



Cambios en la distribución de los elementos



Cambios en los colores



Distorsión en su proporción horizontal.



Distorsión en su proporción vertical



Cambios en la tipografía



Eliminación de elementos del logotipo

6 . PAPELERÍA

6.1 Tarjetas de visita

Tarjeta personales



Las medidas de los formatos impresos se determinan según las normas reconocidas internacionalmente que se basan en formatos DIN-A. La normalización del sistema de papelería cumple un doble objetivo: contribuye a facilitar la utilización de todos los impresos, al normalizar tamaños y formatos, y facilita la identificación de la empresa al incorporar su identidad en todos los soportes. Para cada formato se establecerá el tamaño del soporte, elementos que componen el diseño, tamaño y situación de los elementos, colores y tipografías.

6 . PAPELERÍA

Tarjeta de servicios



6 . PAPELERÍA

Carpeta corporativa



6 . PAPELERÍA

Libreta para apuntes



6 . PAPELERÍA

Sobre americano con ventana (225mm x 115mm)



6 . PAPELERÍA

Adhesivo para CD



120 mm

120 mm

7 . APLICACIONES

Vaso line



Esféro line



7 . APLICACIONES

Uniformes empleados



7 . PAPELERÍA

Carnet vendedores



Bolsa para productos



8. APLICACIONES PUBLICITARIAS

Cartuchera



USB



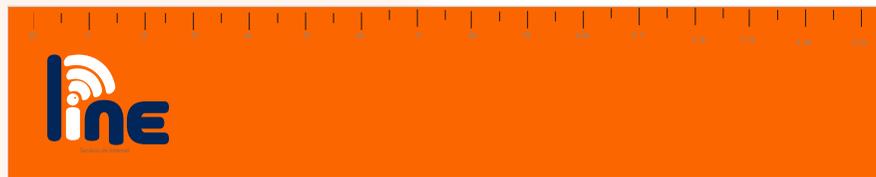
Bolsas de computadoras



8. APLICACIONES PUBLICITARIAS

Regla line

16 cm



3 cm

Lado frontal



8 . APLICACIONES PUBLICITARIAS

Afiche paradas de buses



iGratis!

2 meses de internet

Contrata un servicio de internet y paga desde el tercer mes de contrato. Valido en noviembre - diciembre

Internet fijo, no necesita línea telefónica- cobertura en toda la ciudad planes desde \$14,99 -costo de instalación \$45 0969006233/ 2546-546

The advertisement features a woman with dark hair tied back, wearing a white off-the-shoulder top and blue jeans, sitting cross-legged and holding a laptop. The laptop screen displays the 'line' logo, which consists of a blue vertical bar on the left, an orange Wi-Fi symbol, and the word 'line' in blue lowercase letters. The background is a solid orange color with a white brushstroke graphic behind the 'iGratis!' text.

8 . APLICACIONES PUBLICITARIAS

Flyer



The flyer features a photograph of a family—a man, a woman, and a young boy—gathered around a laptop, looking at the screen together. The image is partially overlaid by a large orange and blue curved graphic element that contains the 'line' logo and promotional text.

line
Servicio de Internet

\$15

Más rápido, es mejor..

No necesita línea telefónica. Instalación \$ 45 dólares.
Dirección: Chica Narváez 8-62 Sector Obelisco
Telf.: 2611002-0995269127

line.internet www.line.ec 0995269127

8 . APLICACIONES PUBLICITARIAS

Banner



\$ 14.99

line
Servicio de Internet

Más rápido, es mejor.

No necesita línea telefónica.
Dirección: Chica Narváez 8-62 Sector Obelisco Telf.: 2611002-0995269127

9. TERMINOLOGÍA

Imagen Corporativa

La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una Entidad. Es la imagen mental ligada a una Corporación y a lo que ella representa.

Identidad Corporativa

El conjunto de características específicas y personales de una Entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorable de sí misma y la diferencian de los demás entes. El término Identidad Corporativa, por el que entendemos su carácter específico, implica todo lo que una empresa representa: sus productos, su comunicación, sus inmuebles.

Identidad Visual

La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda..

Manual de Identidad Corporativa

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la Identidad Corporativa en el plano del diseño.

Logotipo o Marca

La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: logotipo, símbolo/anagrama y color.

Símbolo o Anagrama

Elemento gráfico que simboliza la empresa y contribuye a mejorar su identificación.

Tipografía Corporativa

Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de Identidad Visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.



