



BRANDBOOK
GUIDELINES

Contenido del manual

01. Logotipo & Isotipo

- 01. 01. Construcción del logotipo
- 01. 02. Área de Seguridad
- 01. 03. Composiciones recomendadas
- 01. 04. Síntesis permitidas
- 01. 05. Usos no permitidos
- 01. 06. Reducciones permitidas

02. El color

- 02. 01. Paleta cromática institucional
- 02. 02. Porcentajes de cromaticidad
- 02. 03. Fondos de color
- 02. 04. Aplicaciones monocromáticas

03. Toolkit

- 03. 01. Toolkit
- 03. 02. Uso de la fotografía
- 03. 03. Familia tipográficas
- 03. 04. Pattern
- 03. 05. Iconografía
- 03. 06. Composiciones recomendadas

04. Piezas

- 04. 01. Papelería
- 04. 02. Piezas especiales
- 04. 03. Indumentaria y seguridad
- 04. 04. Íconos / Perfiles



Logotipo & Isotipo

Construcción del logotipo

La búsqueda gráfica tuvo como prioridad acompañar los siguientes conceptos: confianza, seguridad e integridad.

La combinación en el isotipo de símbolos como el candado y el infinito y el peso de su composición gráfica son algunos de los aspectos que se establecieron como prioridad al momento de construir el logotipo.



Áreas de seguridad

Las áreas de seguridad del logotipo y el isotipo determinan cual es el espacio mínimo sugerido que se debe respetar al momento de ser aplicado con otros componentes.

Es una regla determinante para que los elementos externos no invadan el símbolo y permitan su correcta lectura y apreciación.



Composiciones recomendadas

Se sugiere aplicar en primer instancia el logotipo completo, siempre y cuando las dimensiones destinadas al mismo lo permitan, ya sea en su construcción vertical u horizontal.

A medida que dichos espacios se hagan más pequeños, lo ideal es aplicar el isotipo de manera individual.



HORIZONTAL



VERTICAL



ISOTIPO

Usos no permitidos

Para mantener la identidad de la marca, es muy importante no realizar cambios en la morfología y/o composición gráfica general del logotipo. A continuación se detallan cuales son aquellos cambios que nunca deben aplicarse al mismo.



MARCA CORRECTA

NO ALTERAR
PROPORCIONESNO APLICAR
EN STROKE

NO DISTORCIONAR



NO ROTAR

NO ALTERAR
COMPOSICIÓNNO APLICAR
SOMBRAS

Reducciones permitidas

Es importante respetar los tamaños mínimos permitidos para poder mantener una clara lectura de cada uno de los elementos que componen al logotipo y el isotipo.

Esta lógica es aplicable a cada una de las variables permitidas en el manual.



El color

Cromaticidad institucional

Este es uno de los recursos más importantes de la identidad gráfica: es de suma importancia respetar el detalle de composición para cada uno de estos colores y además, no utilizar otros colores en ningún tipo de pieza gráfica. Esto permite mantener la personalidad de la marca en cualquier contexto.

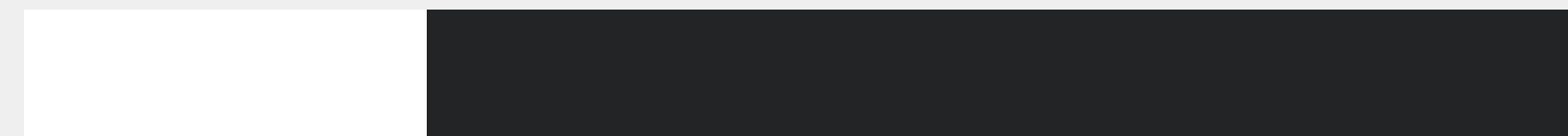
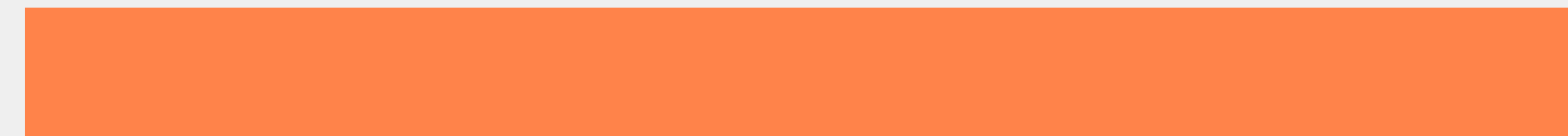
CMYK
00.55.70.00

RGB
255.139.74

HEX
#FF8B4A



PANTONE 164 C



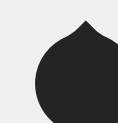
PANTONE BLACK C



CMYK
00.00.00.00

RGB
225.225.225

HEX
#FFFFFF



CMYK
00.00.00.90

RGB
34.36.38

HEX
#222426

Porcentajes de cromaticidad

Para mantener una coherencia en el uso de la paleta cromática a la hora de desplegar sus diferentes combinaciones posibles, es importante que se respeten las siguientes proporciones y las relaciones que existen entre el color que actúe como predominante y el resto.



Fondos de color

Dentro de la paleta institucional detallada en este manual, todos los colores permitidos pueden ser utilizados como fondo sobre el cual se aplique la marca. Se recomienda utilizar las siguientes combinaciones de color entre logotipo y fondo (aplicable a todas las combinaciones posibles):



Aplicaciones monocromáticas

Para piezas donde no exista la posibilidad de reproducir color, se recomienda utilizar la siguiente lógica: para fondos oscuros se aplica el logotipo/isotipo en color blanco; para fondos claros la aplicación puede ser en color gris, negro o incluso combinados.

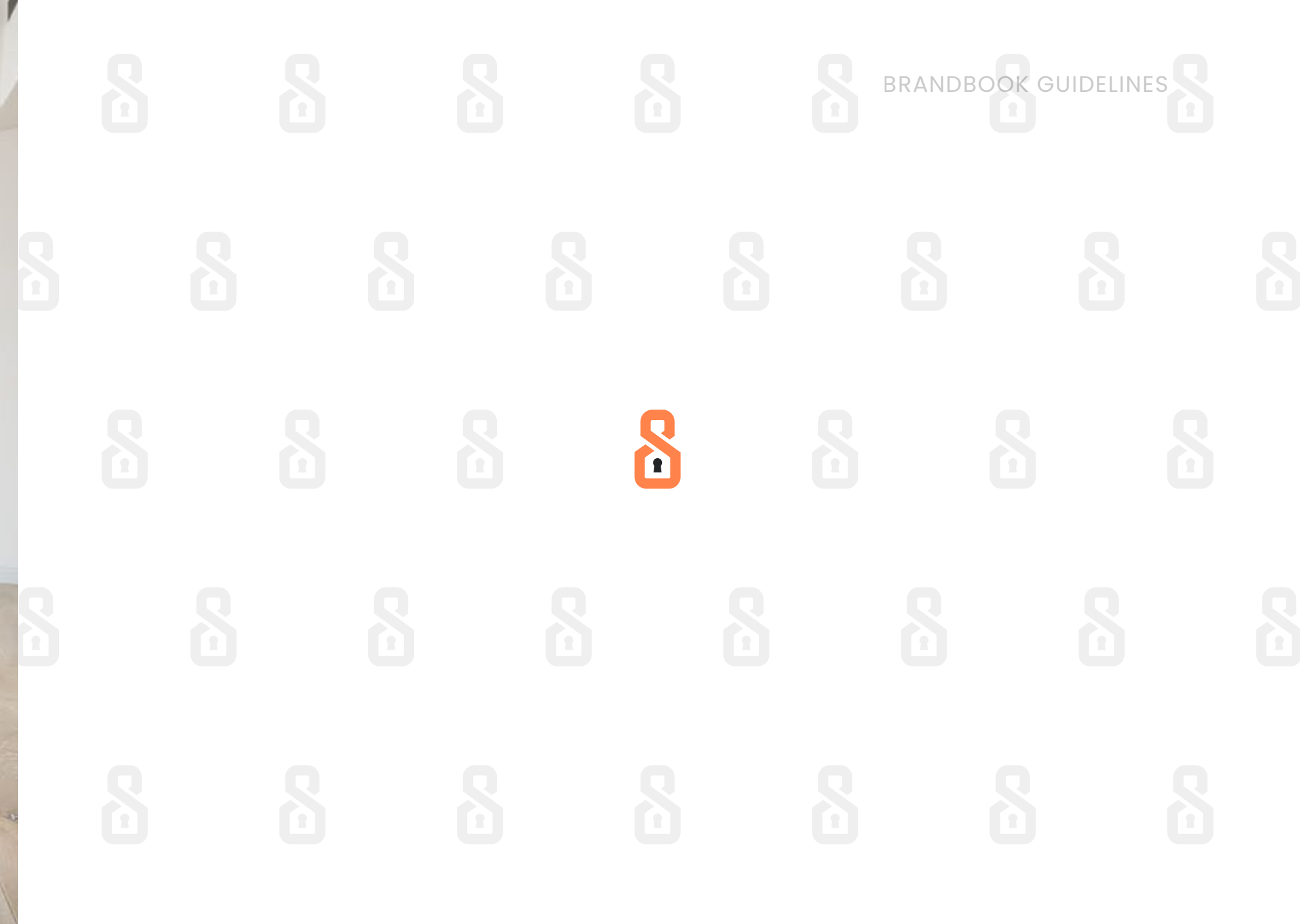


Toolkit

Toolkit

Además de una paleta institucional pregnante y de fuerte personalidad, se desarrollaron otros recursos gráficos que acompañan los conceptos que dieron origen a la identidad gráfica.

Una familia tipográfica moderna y versátil, contenedores de información que remiten a la inicial del naming y fotografías con un ambiente específico son algunos de los recursos que configuran la propuesta total.



PANTONE 164 C

PANTONE BLACK C

Avenir Black

AaBbCc 123

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!"#\$%&'()*=

Avenir Book

AaBb 12

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
!"#\$%&'()*=



Uso de la fotografía

Confianza, seguridad e integridad son los disparadores fundamentales a la hora de seleccionar las imágenes que acompañen a las diferentes piezas gráficas.

Climas como los que se ejemplifican a continuación son los recomendados para ilustrar las comunicaciones del grupo.



Familia tipográfica

Las fuentes permitidas para la utilización en piezas son las variables de la familia Avenir.

Para mantener una línea estética, limitar el uso de la variable "Black" para titulares y destacados y la variable "Book" para bajadas de títulos y párrafos.

Avenir Black

AaBbCc 123

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"·\$%&/()=

Avenir Book

AaBb 12

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

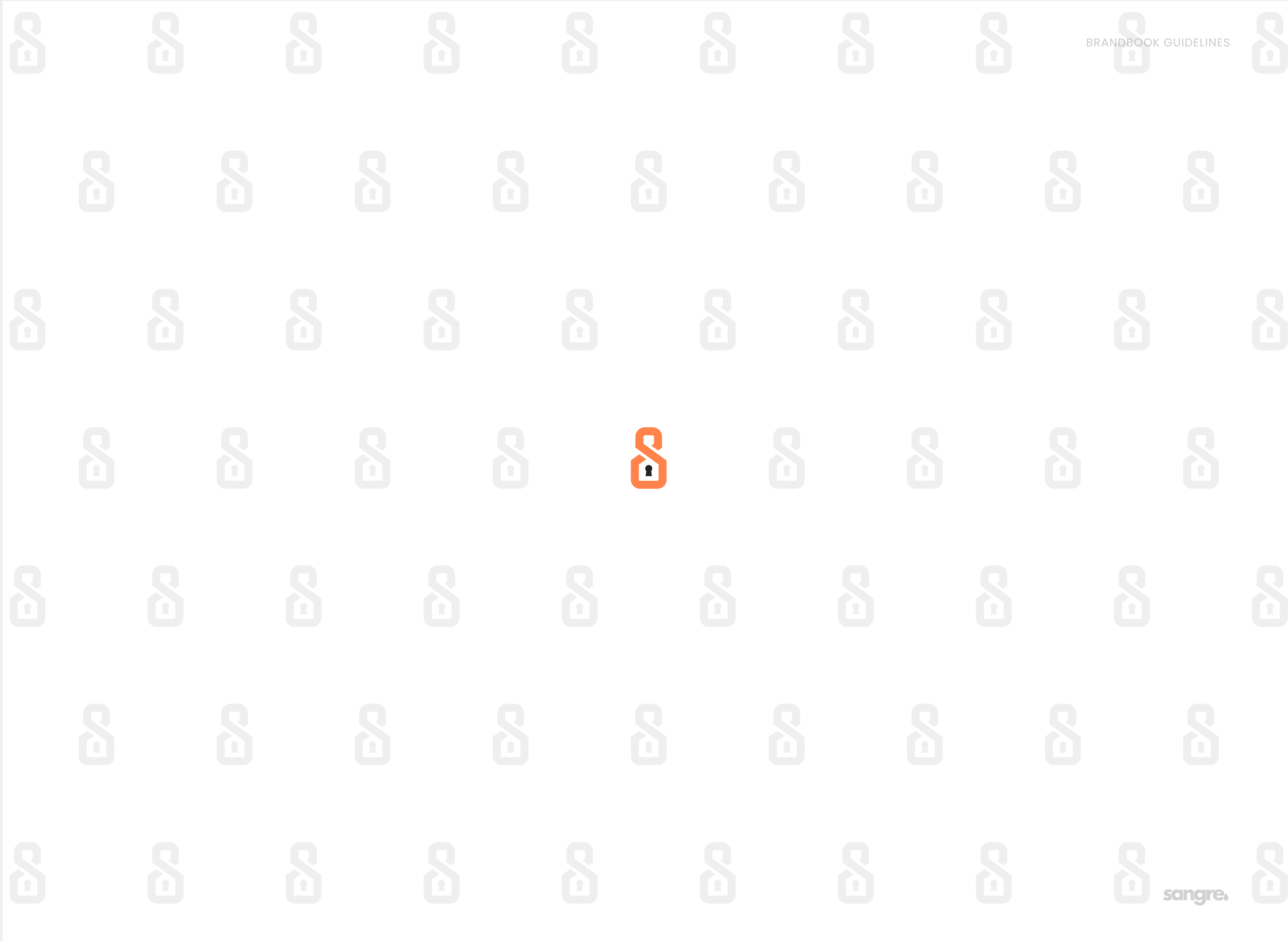
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!"·\$%&/()=

Pattern

Un elemento decorativo interesante para hacer presente e instalar el isotipo es la utilización de esta trama institucional, sobre todo para vestir piezas especiales como invitaciones y merchandising.



Iconografía

Al momento de generar un sistema de íconos se recomienda el uso de formas rellenas, simples, sin ningún tipo de complemento y preferentemente de forma monocromática o en los colores propios de la identidad.



Composiciones recomendadas

Lo ideal es que las fotografías cuenten con un marcado protagonismo en todo tipo de piezas siempre que sea posible.

El perfil del isotipo o la base del mismo puede dar origen a los contenedores de información, incluso formando una "B" y reforzando la referencia al nombre de la empresa.



GRUPO BETTOLI

Piezas

sangre.

Papelería

Se recomienda no utilizar recursos extra en la composición de estas piezas gráficas y limitarse al uso de los elementos fundamentales de la marca, como grandes plenos de color, y la utilización del isotipo como protagonista en determinados sectores.



Piezas especiales

En piezas especiales como gifts, merchandising, etc, se sugiere acompañar las formas y los espacios de los soportes con los recursos de la identidad, sin agregados ni elementos extras.



Indumentaria y seguridad

En estas piezas, al igual que en las anteriormente citadas, se sugiere utilizar el color principal de la identidad como recursos fundamental en el desarrollo estético.

Es importante comprender los espacios naturales de los soportes para poder aplicar los diferentes elementos de la identidad de la mejor manera.



Íconos / Perfiles

Tanto en las imágenes destinadas a perfiles en redes sociales como en futuras aplicaciones para dispositivos móviles, lo recomendado es siempre utilizar el isotipo de manera individual. Sin embargo, es posible aplicar el logotipo completo como se ejemplifica a continuación:

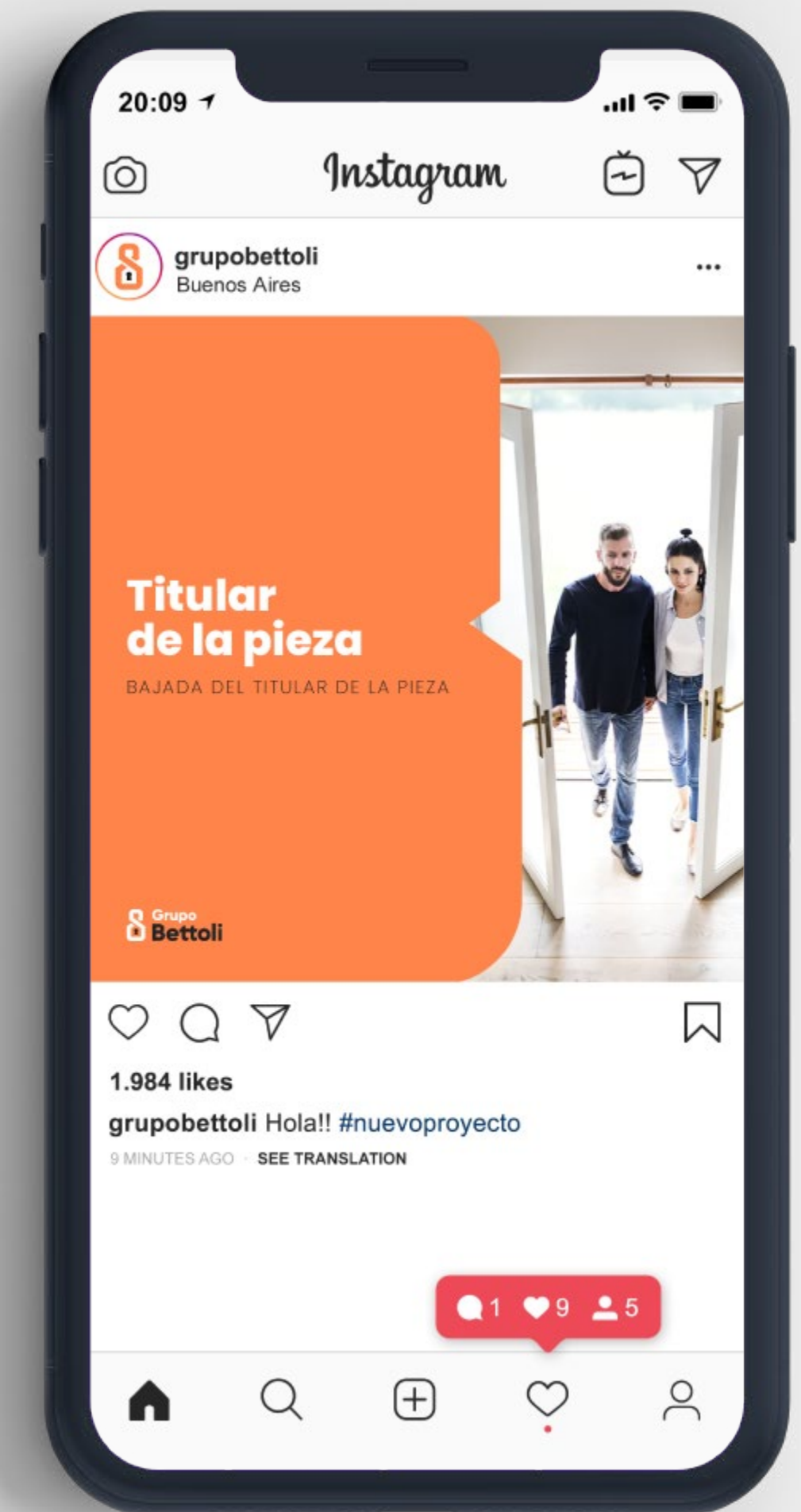
PERFIL REDES



IOS



ANDROID



sangre.

WWW.AGENCIASANGRE.COM

HOLA@AGENCIASANGRE.COM