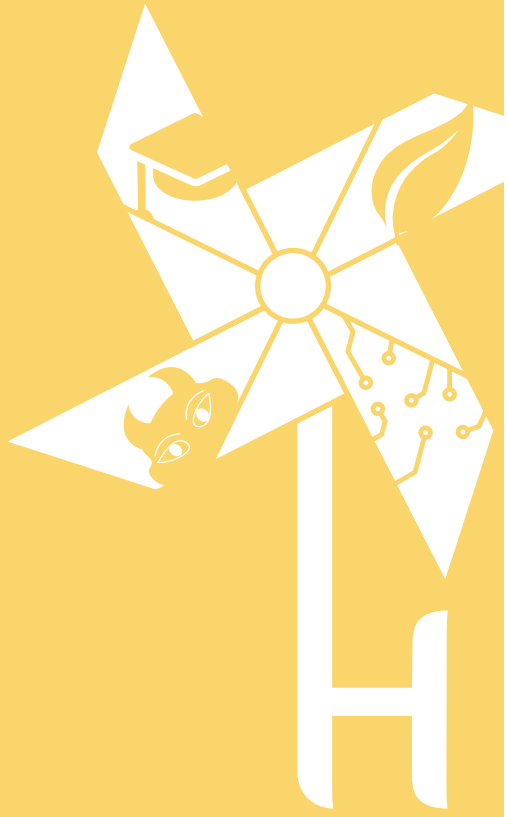


LIBRO DE MARCA



HEREDIA

¡lo tenemos todo!



1.0

INTRODUCCIÓN

1.1

INTRODUCCIÓN

Un manual de identidad visual ayuda crear una imagen sólida y única para que un cliente pueda mostrarse al exterior.

En caso de que se pierdan los lineamientos visuales, el usuario final tiende a perder la conexión con la marca en sí.

El propósito de un manual de marca es crear una diferenciación de la empresa entre las empresas competidoras, dejar una marca entre los usuarios, de manera que el usuario pueda distinguir el producto desde el primer vistazo.

Imágenes, estilos, paleta de colores, símbolos. Son elementos que se pueden usar para diferentes vías de comunicación, tales como

Visual

- Vallas publicitarias
- Mupis
- Banners para redes Sociales
- Anuncios de televisión y prensa.

Auditiva

- Slogan

1.2

JUSTIFICACIÓN DE LA MARCA

Su creación

Fue creada por el propósito de darle una imagen más amplia de lo que tiene Heredia a enseñar. Actualmente, todas las campañas de Heredia son orientadas al Fortín, monumento ícono de la ciudad de Heredia. En esta campaña se desea mostrar varias aristas de Heredia: ecología y lo verde, educación, tecnología y cultura.

Valores

- Idiosincrasia
- Tradiciones
- Pasión por el cantón
- Lealtad
- Progreso

Misión

Ser una Heredia de diferentes aristas

Visión o Manifiesto

Brindar una imagen de Heredia ante el mundo como una provincia visionaria, llena de cultura, sin descuidar la ecología



2.0

ELEMENTOS VISUALES

LOGOTIPO

2.1

ISOLOGO



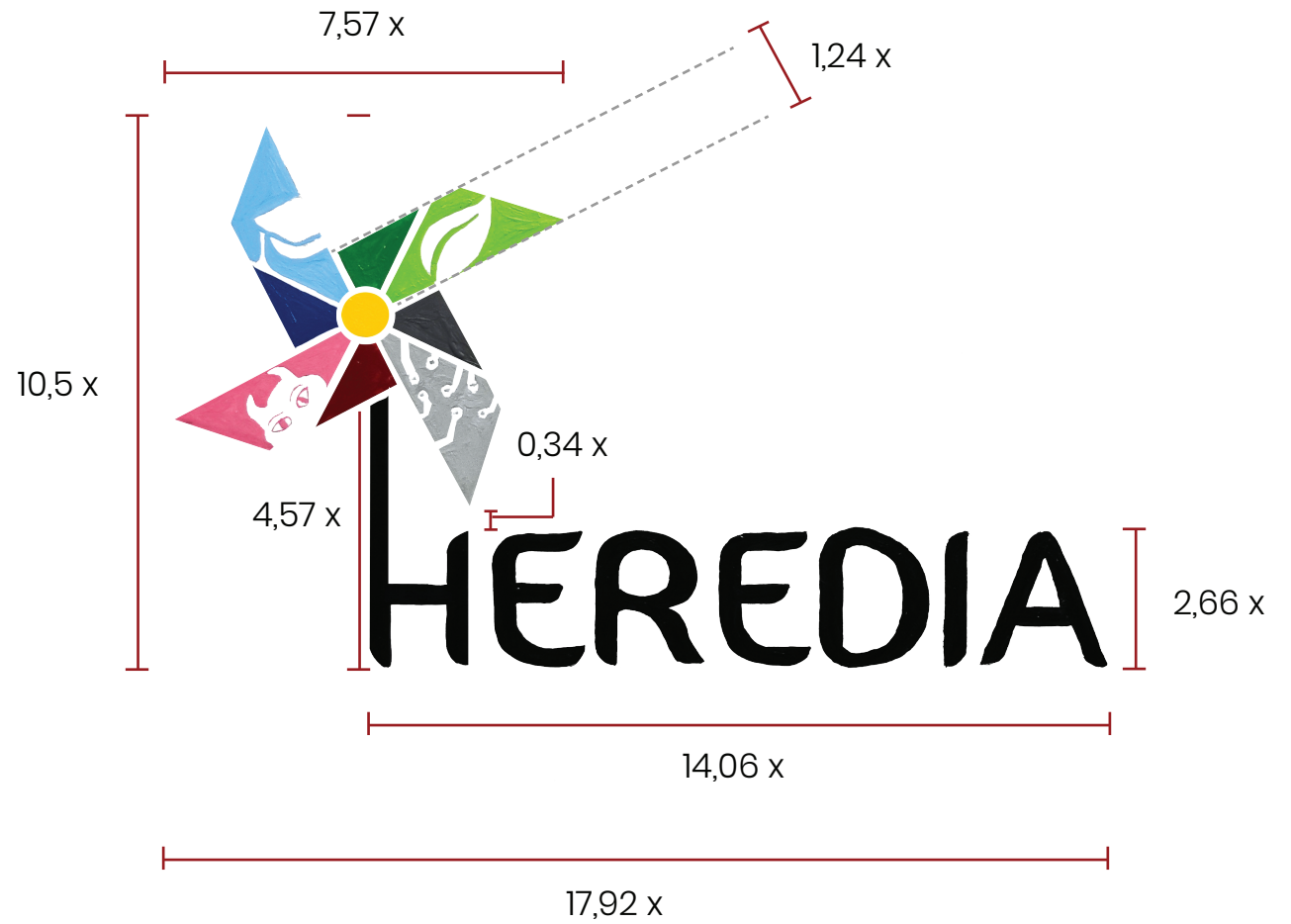
Está compuesto con un isotipo en forma de molinete de viento, representando la constante actividad que tiene esta ciudad, una parte tipográfica el cual indica el nombre de la Provincia, unidos por un vector, el cual une el isotipo con el logotipo.

Se debe mantener todo el concepto unido (isotipo + logotipo) para todos los usos de la misma

2.2

JUSTIFICACIÓN GRÁFICA

● 1x - CENTRO DEL MOLINETE



2.3

ÁREA DE RESPETO

● | 1x - CENTRO DEL MOLINETE



El área de respeto debe mantenerse al tamaño y medio del centro amarillo del elemento del molinete (30px). Se debe respetar este espacio a la hora de colocar otros elementos alrededor del logo.

2.4

ÁREA DE RESPETO

● | 1x - CENTRO DEL MOLINETE



En caso que el logo aparezca en compañía de otros logos, debe respetarse el espacio al equivalente de 2 centros amarillos del elemento de molinillo del logo.



3.0

ELEMENTOS VISUALES

COLOR

3.1

COLORES CORPORATIVOS

ISOTIPO



Hex: #aeb3b4
CMYK: (3%, 1%, 0%, 29%)

Hex: #383a3c
CMYK: (7%, 3%, 0%, 76%)

Hex: #e96a8a
CMYK: (0%, 55%, 41%, 9%)

Hex: #5d0e10
CMYK: (0%, 85%, 83%, 64%)

GRIS
TECNOLOGÍA



AZUL
EDUCACIÓN



Hex: #71c0eb
CMYK: (52%, 18%, 0%, 8%)

Hex: #25306c
CMYK: (66%, 56%, 0%, 58%)

Hex: #6aba45
CMYK: (43%, 0%, 63%, 27%)

Hex: #176e38
CMYK: (79%, 0%, 49%, 57%)

ROJO
CULTURA

VERDE
ECOLOGÍA

3.2

COLORES
CORPORATIVOS

LOGOTIPO
ELEMENTOS
SLOGAN



ELEMENTO CENTRO DEL ISOTIPO



Hex: #ffcb05
CMYK: (0%, 20%, 98%, 0%)

HEREDIA - TEXTO



Hex: #000000
CMYK: (0%, 0%, 0%, 100%)

HEREDIA - SLOGAN



Hex: #46444f
CMYK: (11%, 14%, 0%, 69%)

3.3

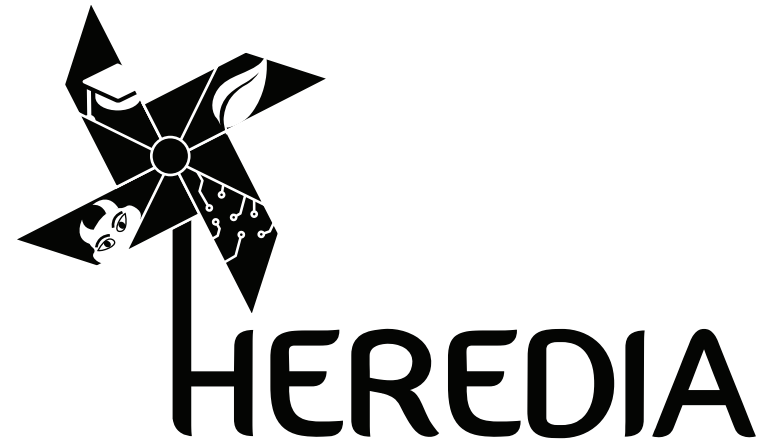
COLORES MONO CROMÁTICOS

GRISES Y NEGRO

LOGO EN ESCALA DE GRISES
NO SE DEBE COLOCAR NINGÚN
ELEMENTO DE COLOR, CUANDO SE
USA ESCALA DE GRISES



LOGO EN COLOR NEGRO
CUANDO SE USA ESTE TONO,
NO SE DEBE APLICAR OTRO COLOR



3.4

COLORES MONO CROMÁTICOS

3 TONOS

LOGO EN UN TONO

SE DEBEN RESPETAR LOS ÚNICOS TONOS QUE SE VEN A CONTINUACIÓN.



Hex: #25306b
CMYK: (66%, 56%, 0%, 58%)



Hex: #5d0f11
CMYK: (0%, 84%, 82%, 64%)



Hex: #186e39
CMYK: (78%, 0%, 48%, 57%)

3.5

COLORES MONO CROMÁTICOS

FONDO NEGRO
3 TONOS

LOGO EN UN TONO

SE DEBEN RESPETAR LOS ÚNICOS TONOS QUE SE VEN A CONTINUACIÓN.



Hex: #71c0eb

CMYK: (78%, 0%, 48%, 57%)



Hex: #ea6186

CMYK: (0%, 59%, 43%, 8%)



Hex: #72bc44

CMYK: (39%, 0%, 64%, 26%)



4.0

ELEMENTOS VISUALES
TIPOGRAFÍA

4.1

TIPOGRAFÍA PRIMARIA

Fontastique Fontastique

ESTA FUENTE ES USADA PARA EL LOGO. SÓLO TIENE UNA VARIACIÓN, REGULAR.

HEREDIA

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z				
P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z				

a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p
q	r	s	t	u	v	w	x	y	z						
q	r	s	t	u	v	w	x	y	z						

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

\$	€	¥	+	-	/	÷	=	%	‰	*		
\$	€	¥	+	-	/	÷	=	%	‰	*		
'	@	&	()	,	.	;	:	¿	!	!	\
'	@	&	()	,	.	;	:	¿	!	!	\

<	>	[]	§	¶	μ	Å	~	©	®	™
<	>	[]	§	¶	μ	Å	~	©	®	™

À	Á	Â	Ã	Ä	Å	Æ	Ç	È	É	Ê	Ë	Ì	Í
À	Á	Â	Ã	Ä	Å	Æ	Ç	È	É	Ê	Ë	Ì	Í
Ï	Ñ	Ò	Ó	Ô	Õ	Ö	Ø	Ù	Ú	Û	Ü		
Ï	Ñ	Ò	Ó	Ô	Õ	Ö	Ø	Ù	Ú	Û	Ü		

ß
ß

à	á	â	ã	ä	å	æ	ç	è	é	ê	ë	ì	í	ï
à	á	â	ã	ä	å	æ	ç	è	é	ê	ë	ì	í	ï
ñ	ò	ó	ô	õ	ö	ø	ø	ù	ú	û	ü			
ñ	ò	ó	ô	õ	ö	ø	ø	ù	ú	û	ü			

4.2

TIPOGRAFÍA ESLOGAN

Quotable

ESTA FUENTE ES USADA PARA EL LOGO. 2 VARIACIONES

REGULAR | ¡Lo tenemos todo!

ITÁLICA | *¡Lo tenemos todo!*

4.3

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Poppins

ESTA FUENTE ES USADA PARA ARTES, ASÍ COMO DOCUMENTACIÓN Y OTROS.

Poppins Light

Poppins Light Italic

Poppins Regular

Poppins Regular Italic

Poppins Bold

Poppins Bold Italic

Poppins Black

Poppins Black Italic



5.0

USOS DEL LOGOTIPO

5.1

USOS CORRECTOS DEL LOGO

FONDO BLANCO

LOGO EN UN TONO

SE DEBEN RESPETAR LOS ÚNICOS TONOS QUE SE VEN A CONTINUACIÓN.



5.2

USOS CORRECTOS DEL LOGO

FONDO NEGRO

LOGO EN UN TONO

SE DEBEN RESPETAR LOS ÚNICOS TONOS QUE SE VEN A CONTINUACIÓN.



5.3

USOS CORRECTOS DEL LOGO

FONDOS EN COLORES SECUNDARIOS DEL LOGO

LOS COLORES DE FONDO A USAR, SON LOS COLORES SECUNDARIOS DE CADA PARTE DEL LOGO. SEA EL LOGO BLANCO, NEGRO, DE UN TONO O CON TODOS LOS COLORES

OTROS COLORES DE FONDO



5.4

USOS INCORRECTOS DEL LOGO

FORMA



ESTIRAR EL LOGO EN ANCHO Y NO LARGO



ESTIRAR EL LOGO A LO LARGO Y NO ANCHO



DISMINUIR SOLAMENTE EL TAMAÑO DEL ISOTIPO



AGRANDAR SOLAMENTE EL TAMAÑO DEL ISOTIPO

5.5

USOS INCORRECTOS DEL LOGO

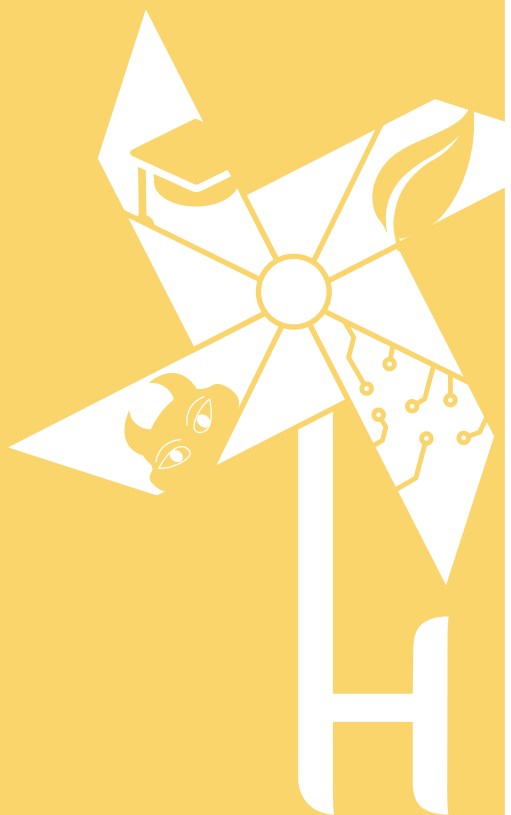
TIPOGRAFÍA



ESTIRAR EL LOGO EN ANCHO Y NO
LARGO



ESTIRAR EL LOGO A LO LARGO Y NO
ANCHO



1.0

INTRODUCCIÓN