



ÍNDICE

1. Introducción

2. Marca

- 2.1 ClickWeb
- 2.2 Presentación

3. Construcción

- 3.1 Concepto
- 3.2 Retículas de construcción

4. Tipografía

- 4.1 Tipografía corporativa
- 4.2 Tipografía secundaria

5. Colores corporativos

- 5.1 Hexadecimales
- 5.2 CMYK
- 5.3 RGB
- 5.4 Postivo \ Negativo

6. Versiones

- 6.1 Oficial \ Principal
- 6.2 Isotipo

7. Usos correctos

- 7.1 Zona de protección
- 7.2 Tamaños mínimos
- 7.3 Uso sobre fondos

8. Usos incorrectos

- 8.1 Tipografía
- 8.2 Color
- 8.3 Rotación
- 8.4 Distorsión
- 8.5 Alteración de elementos
- 8.6 Sombras o stroke

9. Aplicaciones

- 9.1 Papelería corporativa
- 9.2 Digital / web / móvil

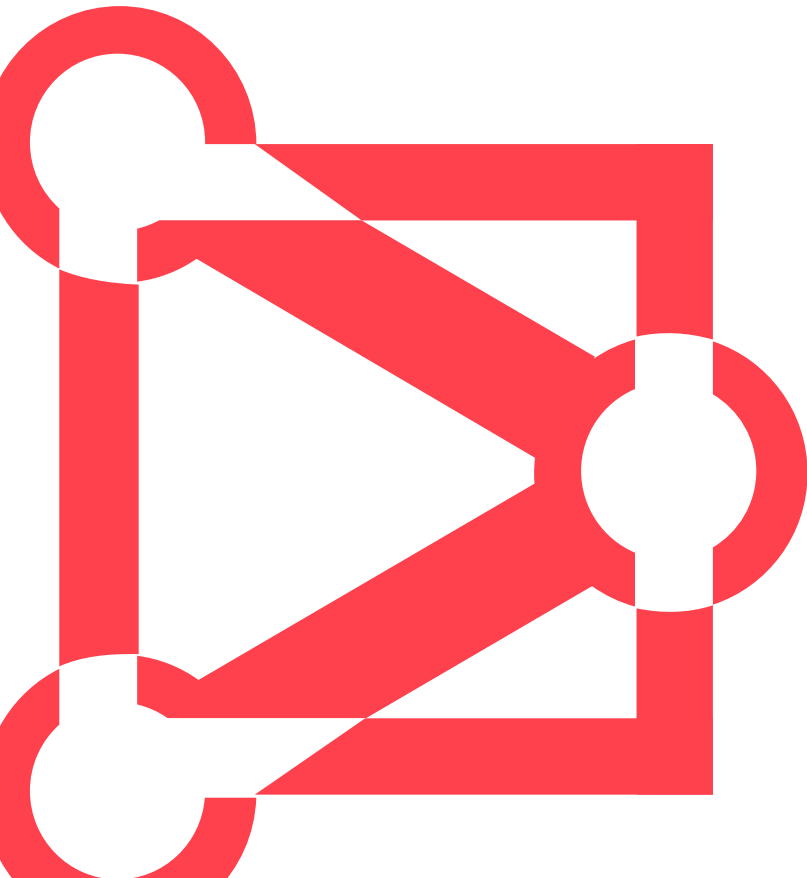


CLICKWEB

Somos una empresa llena de innovadores, utilizando siempre las últimas tecnologías del mercado. Somos muy cercano con los clientes. Trabajamos como si fuera para nosotros mismos.

Nos definimos como una empresa mágica, pues resolvemos los problemas a los clientes. Les ayudamos en sus necesidades y en sus problemas. Ayudamos en incrementarles clientes digitalizando sus negocios

Nos representa la calidad, todos los clientes que hemos tenido hasta ahora, siempre nos han felicitado por nuestro trabajo, por la calidad y sobre todo por los precios competentes que tenemos.



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
MARCA





2.1 Clickweb

Nuestra prioridad es ayudar a nuestros clientes para que su negocio llegue al próximo nivel, y que de esta manera poco a poco, un cliente a la vez, se vaya formando una comunidad de emprendedores con una base sólida cimentada en la calidad de su imagen corporativa.

2.2 Presentación

El siguiente manual de Identidad Corporativa reúne todos los elementos constitutivos de la identidad visual de **Clickweb**. Estos elementos constitutivos establecen las pautas de construcción de la marca como: su composición, el uso de tipografías, uso de colores, aplicaciones de la misma, versiones, usos correctos e incorrectos, etc.

La consolidación de la marca necesita de atención especial a los lineamientos que se exponen en este manual, como un documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública. El manual debe ser por tanto una herramienta presente en todas las aplicaciones de la identidad corporativa.

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

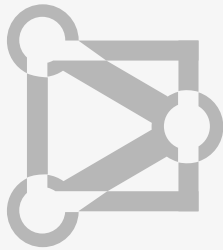
MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
CONSTRUCCIÓN



3.1 Concepto

El isologo de **Clickweb** se construyó tomando conceptos fundamentales para la parte visual, así como también parte importante que la complementa es la tipografía, que armoniza por completo la composición.

Elemento representativo



Tipografía inspirada

CLICKWEB
TU AGENCIA DIGITAL



3.2 Retícula de construcción

El isologo se inscribe y construye sobre una superficie modular proporcional al valor **X**. Se establece como unidad de medida, de esta manera, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

TIPOGRAFÍA



4.1 Tipografía Corporativa

El isologo de **Clickweb** se configura basado en la tipografía Panton con estilo de fuente Bold. La cual brinda peso y fuerza al logo, elemento importante al tratarse de un noticiero.

Panton Bold

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
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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

4.2 Tipografía Secundaria

Tipografía secundaria es para que acompañe al logo un texto, una frase, descripción, Etc. Ya sea en papelería corporativa o medios digitales.

PANTON LIGHT CAPS

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
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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

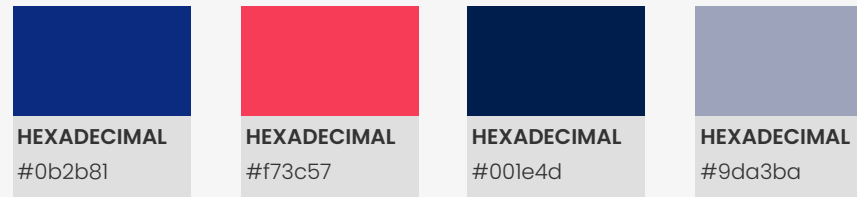
MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

COLORES CORPORATIVOS



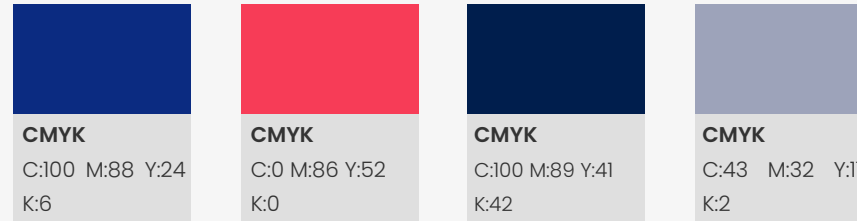
5.1 Hexadecimales

El código de color hexadecimal está presente en muchos programas, lo cual lo hace fácil de encontrar y manejar.



5.2 CMYK

Los siguientes colores son en formato CMYK tintas planas, para reproducir el imago tipo en varios tipos de soporte impresos.



5.3 RGB

El modo de color RGB (Red, Green, Blue) se debe usar para cualquier diseño digital. Esto incluye websites, aplicaciones, banners y cualquier otro diseño que sea creado para uso electrónico.



5.4 Positivo / Negativo

Versión de color en negativo y positivo en caso que se requiera reproducir el imago tipo a una sola tinta. Su uso es válido para Digital e Impresos.



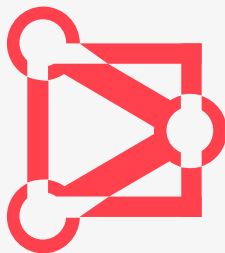
Todos los formatos de color mencionados pueden ser utilizados como complementarios o secundarios en caso de que los colores principales no sea posible su uso en alguna aplicación, soporte o medio visual, cuidando de manera especial que se tomen correctamente para los diferentes usos tanto como digitales o impresos.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
VERSIONES



6.1 Oficial / Principal

La versión del isologo en forma impresa como digital sera en una estructura de 3 partes, isotipo, texto principal y texto secundario.
Se recomienda mantener esta estructura, o en su defecto hacer uso de una sola parte, o isotipo, o texto, pero no modificar su orden ni su estructura.



6.2 Isotipo

Es un elemento usado para identificar una marca, sea de una organización, de un producto, de un evento, de una campaña de comunicación o de una consigna ideológica. Es un signo gráfico que no incluye el nombre de la entidad identificada.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
USOS CORRECTOS



7.1 Zona de protección

Se ha establecido un área de protección en torno al isologo. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca. La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X". Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el imagotipo del resto de elementos del diseño (textos e imágenes).



7.2 Tamaños mínimos

Desde un tamaño máximo ilimitado, se establecen unos tamaños mínimos que deben seguirse de manera especial para reproducir el isologo de manera legible en cualquier tipo de medio, tanto en reproducción impresa y digital.

Impreso



Digital



7.3 Sobre fondos: Plasta / Imagen

El isologo se debe ocupar de manera correcta cuando se utilice sobre fondos como plastas o fondos como imagen. Cuidando que en ambos fondos el imagotipo se vea correctamente, sea legible, y se aprecien todos sus elementos para su correcto uso. Se recomienda utilizar los colores corporativos cuando sea en plasta, esto para mantener la imagen corporativa de la empresa.



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

USOS INCORRECTOS



8.1 Tipografía

Queda estrictamente prohibido hacer mal uso del isologo de este punto en adelante, por lo cual la tipografía del imagotipo no deberá ser reemplazada por otra, no modificar tracking, ni tamaño de la misma, de igual manera los pesos, Siempre deberá usar la mismo tipografía que contiene este manual.



8.2 Color

Queda estrictamente prohibido hacer cambio de color en el imagotipo en cualquiera de sus versiones.



8.3 Rotación

Queda estrictamente prohibido hacer alguna rotación o movimiento al isologo.



8.4 Distorción

Queda estrictamente prohibido distorcionar el isologo al ancho o al largo de manera desproporcionada.

X



8.5 Alteración de elementos

Queda estrictamente prohibido hacer alguna alteración en el isologo como cambiar elementos por otros, mover tipografías, etc.

X



8.6 Sombras

Queda estrictamente prohibido agregar sombras o contornos al isologo.

X



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
APLICACIONES



9.1 Papelería corporativa

Toda empresa necesita de unas buenas y minimalistas cartas de presentación, que reflejen los valores de la misma.

Por esto el logotipo se puede adaptar a prácticamente cualquier superficie, pues su estructura de 3 partes le permite ser utilizado de distintas maneras.





9.2 Digital / Web / Móvil / Físico

Con el objetivo de generar una mayor unión y sentido de comunidad entre los colaboradores de la empresa, se propone el uso de unas camisetas conmemorativas, que además de ser una mezcla entre elegancia y frescura, son fuertemente memorables por sus colores.

En esta propuesta destaca el uso del ícono de manera individual.

GRACIAS.

10