



EMRAIZA
AGENCIA INMOBILIARIA

ÍNDICE

- 1. Introducción
- 2. Marca
 - 2.1 Emraiza
 - 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 Principales solidos
 - 5.2 PANTONE
 - 5.3 CMYK
 - 5.4 RGB
 - 5.5 Versiones de color
- 6. Versiones
 - 6.1 Imagotipo (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 Distorción
 - 8.5 Alteración de elementos
 - 8.6 Sombras o stroke
- 9. Aplicaciones**
 - 9.1 Papelería corporativa
 - 9.2 Medios digitales





Somos una agencia inmobiliaria con diversos tipos de servicios para todo público.



2 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

MARCA



2.1 EMRAIZA

Agencia Inmobiliaria

2.2 Presentación

El siguiente manual de Identidad Corporativa reúne todos los elementos constitutivos de la identidad visual de Emraiza. 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



3 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA **CONSTRUCCIÓN**

3.1 Concepto

El imagotipo de **EMRAIZA** 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.



3.2 Retícula de construcción

El imagotipo se inscribe y construye sobre una retícula de construcción. El uso de esta retícula es especial para el diseño y construcción del imagotipo, ya que nos beneficia para su correcta manipulación, como poder redimensionar en diversos tamaños muy grandes o pequeños, tener una correcta armonía visual, una estética organizada y un diseño con un propósito.





4 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

TIPOGRAFÍA

4.1 Tipografía Corporativa

El imagotipo de **EMRAIZA** se configura basado en la tipografía Qwestrial con estilo de fuente Regular para darle firmeza y dinamismo en su estructura.

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

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. Se compone de la fuente Century Gothic 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



5 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

COLORES CORPORATIVOS

5.1 Principales sólidos

Colores sólidos o en plasta que armonizan en un conjunto con los colores degradados.



HEXADECIMAL

4E5329

5.2 PANTONE

Las tintas directas Pantone para salida de impresión en diferentes formatos son las siguientes.



PANTONE

5815 C

5.3 CMYK

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



CMYK

C: 66 M: 46 Y: 97 K: 45

5.5 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.



RGB

R: 78 G: 83 B: 41

5.6 Versiones de color

Versiones de color en negativo y positivo en caso que se requiera reproducir el imago tipo a una sola tinta o diferentes fondos de color. 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.



6

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

VERSIONES

6.1 Imagotipo (principal)

La versión principal (imagotipo) en forma impresa como digital será de la manera horizontal en sus versiones diferentes de color, ya que es la versión original de la marca **EMRAIZA**.



6.2 Isotipo

Es un elemento esencial usado para identificar la marca a pesar que no se muestre completa. Es un signo gráfico que no incluye el nombre de la entidad identificada, pero incluye el elemento visual que compone toda la marca por una parte esencial de si misma.





7

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

USOS CORRECTOS

7.1 Zona de protección

Se ha establecido un área de protección en torno al imago tipo. 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 "a". Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el imago tipo 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 imago tipo de manera legible en cualquier tipo de medio, tanto en reproducción de medios impresos y medios digitales.

Medios impresos



Medios digitales





7.3 Sobre fondos: Plasta / Imagen

El imagotipo 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.





8 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

USOS INCORRECTOS

8.1 Tipografía

Queda estrictamente prohibido hacer mal uso del imagotipo 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.



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 una o varias modificaciones, rotación o movimiento al imagotipo.



8.4 Distorción

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



8.5 Alteración de elementos

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



8.6 Sombras

Queda estrictamente prohibido agregar sombras o contornos al imagotipo.





9 MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA **APLICACIONES**

9.1 Papelería corporativa

La papelería corporativa debe ser construida de acuerdo a las características del imagotipo en cuanto a los colores corporativos, las tipografías, estilos, espacios, etc. Se adjuntan ejemplos.



9.2 Medios digitales

De acuerdo al uso deseado ya sea en móvil o web se deberá ocupar la versión del imago tipo que mejor se adecue al formato y especificaciones, cuidando la legibilidad de la marca para que esta cumpla con su objetivo de ser funcional.





EMRAIZA
AGENCIA INMOBILIARIA