



CEO

***Tenemos un manual de marca
con el que creceremos juntos***



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de CEO,
CONSULTORÍA ESTRATÉGICA ORGANIZACIONAL.

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

La consolidación de la imagen de CEO, 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 Productos.

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.



CEO

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ÍNDICE

1. LA MARCA
2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN
3. EL COLOR
4. TIPOGRAFÍA
5. USOS DEL INDENTIFICADOR
6. PAPELERÍA
7. APLICACIONES

1. LA MARCA

CEO es una empresa única, con una personalidad única.

Nuestro estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir los valores y la promesa que hacemos a cada uno de nuestros clientes.

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

FÁCIL/SENCILLO

Somos un equipo de profesionales que apoyamos al emprendedor en las finanzas por medio de procesos sencillos y muy fáciles de aprender.

CUMPLIMIENTO

Nos comprometemos desde el inicio a desarrollar estrategias organizacionales que generen soluciones sostenibles en el tiempo, haciendo seguimientos que evidencien los resultados esperados por nuestros emprendedores.

DESDE EL SER (Valor agregado).

Nuestros esfuerzos van dirigidos a gestionar las destrezas y habilidades del emprendedor partiendo desde el Ser.



CEO





Acceda al Kit de Construcción de Marca para visualizar todos los recursos del sistema visual más actualizados.

ENTRE AQUÍ AL BRANDBOOK

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

La marca comercial CEO, CONSULTORÍA ESTRATÉGICA ORGANIZACIONAL, es un acrónimo y nace del trabajo especializado de su fundadora en función de la disciplina en la que se desenvuelve, Contaduría.

La forma principal es un símbolo acompañado de las tres palabras de la razón social, el nombre de la marca.

Una tipografía gruesa, condensada y sencilla de formas, da al logotipo una fortaleza que transmite liderazgo.

La sencillez de sus formas y escrita en caja alta le aportan, seriedad, compromiso y solidez como valores fijos.

Al mismo tiempo la integración de las tres letras del acrónimo en formas geométricas definidas le aporta a la marca una identidad propia, moderna y fundamental para perdurar al paso del tiempo.

Al logotipo principal viene acompañado por el isotipo. Este símbolo se presenta como la unión de las letras del acrónimo donde la "e" minúscula muy utilizada en empresas de tecnología aporta el sentido digital por el cual la marca se promocionará. La letra "c" en este isotipo está invertida de la cual sobresale una zeta y apunta, junto con la "e", hacia arriba y derecha, indicando un progreso en ascenso.



2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

MODULACIÓN

EL logo de CEO, se inscribe en una superficie modular o grilla.

Su tipografía fue redibujada en su totalidad, justificada con kerning y tracking a elección del artista gráfico.

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

ÁREA 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 de la área de respeto queda determinada por la medida "X", y Siempre que sea posible, se recomienda aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).



2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

Offset



15 mm

Serigrafía



20 mm

Digital



100 px

Isotipo



10 mm



10 mm



Favicon

30 px

TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset de 15 mm. de largo y de 20 mm. 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 abreviada del logotipo (Isotipo) estos valores son 10 mm para offset, 10 mm para serigrafía 30 px para soporte digital y/o el favicon y se usará la "E".

El color es uno de los elementos más potentes en la identidad visual de una marca. Su correcto uso le aportará valor y le ayudará a posicionarse en su categoría.

Empleamos una paleta cromática diversa, apropiándonos del AZUL, acompañada de una paleta de color complementaria potente.

3. EL COLOR

APLICACIONES CROMÁTICAS

VERSIONES DE COLOR



Versión única

Color pleno

Color pleno

Negativo/Positivo

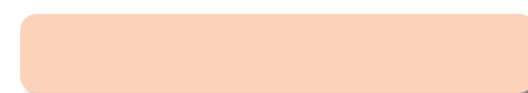
Contrastes

Contrastes

PANTONE: 2186 XGC
R:10 G:69 B:123
C:98 M:82 Y:27 K:0
HEX: #0A457B



PANTONE: 9202 U
R:241 G:217 B:195
C:0 M:20 Y:25 K:0
HEX: #F1D9C3



Nuestro territorio de color es el azul y el beige, debemos hacer que sean protagonista en cada pieza de comunicación. La paleta de color auxiliar debe estar en algunos hints de color, acompañado del blanco para generar aire y frescura en las piezas.



PANTONE: 17-5421 TCX
R:17 G:128 B:122
C:97 M:26 Y:60 K:0
HEX: #11807A



PANTONE: 2392 C
R:14 G:108 B:137
C:97 M:46 Y:38 K:0
HEX: #0E6C89



PANTONE: 2195 UP
R:74 G:130 B:183
C:86 M:36 Y:9 K:0
HEX: #4A82B7



PANTONE: 7463 C
R:0 G:39 B:70
C:90 M:94 Y:52 K:30
HEX: #002746



PANTONE: 10104 C
R:172 G:172 B:177
C:38 M:26 Y:27 K:0
HEX: #ACAFB1

PALETA COMPLEMENTARIA.

TT Norms

Tipografía de marca

¡Desde **el** **SER!**



Thin Light

Regular Medium

Bold Black Heavy

Geométrica y cercana

TT Norms será la tipografía especial para encabezados, títulos, mensajes principales y cuerpo de texto de la marca tanto en contextos digitales como impresos.

Cuenta con una amplia familia tipográfica de carácter cercano, que con sus pesos disponibles permite una mejor jerarquía en la composición.

5 . USOS DEL INDENTIFICADOR

Usos correctos



Usos incorrectos



Se debe asegurar que el logotipo sea legible en todo momento. Se debe cuidar que los colores seleccionados contrasten adecuadamente para que la marca sea visible e impactante.

La identidad visual de CEO no debe ser alterada o modificada. Estos son algunos de los usos incorrectos más comunes. Emplee únicamente las versiones oficiales, disponibles en este manual.

6. PAPELERIA



Solicite al artista gráfico la elaboración de las aplicaciones de papelería.



7. APLICACIONES

Pack Social

EMPRENDO
Organizando tus finanzas
desde el Ser



CEO



Logosímbolo versión vertical

Esta debe ser la versión de logosímbolo más empleada en las diferentes piezas de comunicación.



Logosímbolo versión horizontal

Esta debe ser la versión de logosímbolo empleada en piezas de comunicación que muestren dificultad de altura en su área base.



Símbolo responsive

Esta versión se usa en tamaños reducidos en donde el formato no permita el uso de la principal.



Planos técnicos

Para mantener las proporciones correctas del logo, sus usos y aplicaciones, hemos creado los siguientes planos técnicos que servirán de guía para su construcción; tomamos como unidad de medida "X", que equivale al espacio que genera la quinta parte de una de las letras del nombre. Es muy importante que no se modifiquen sus proporciones.



Áreas de reserva

Para que la marca pueda convivir en diferentes fondos, con otras marcas y en espacios ajenos a su propio entorno, debe tener siempre un área mínima totalmente libre de otros elementos.

Este espacio mínimo corresponde al tamaño de la letra A del nombre.



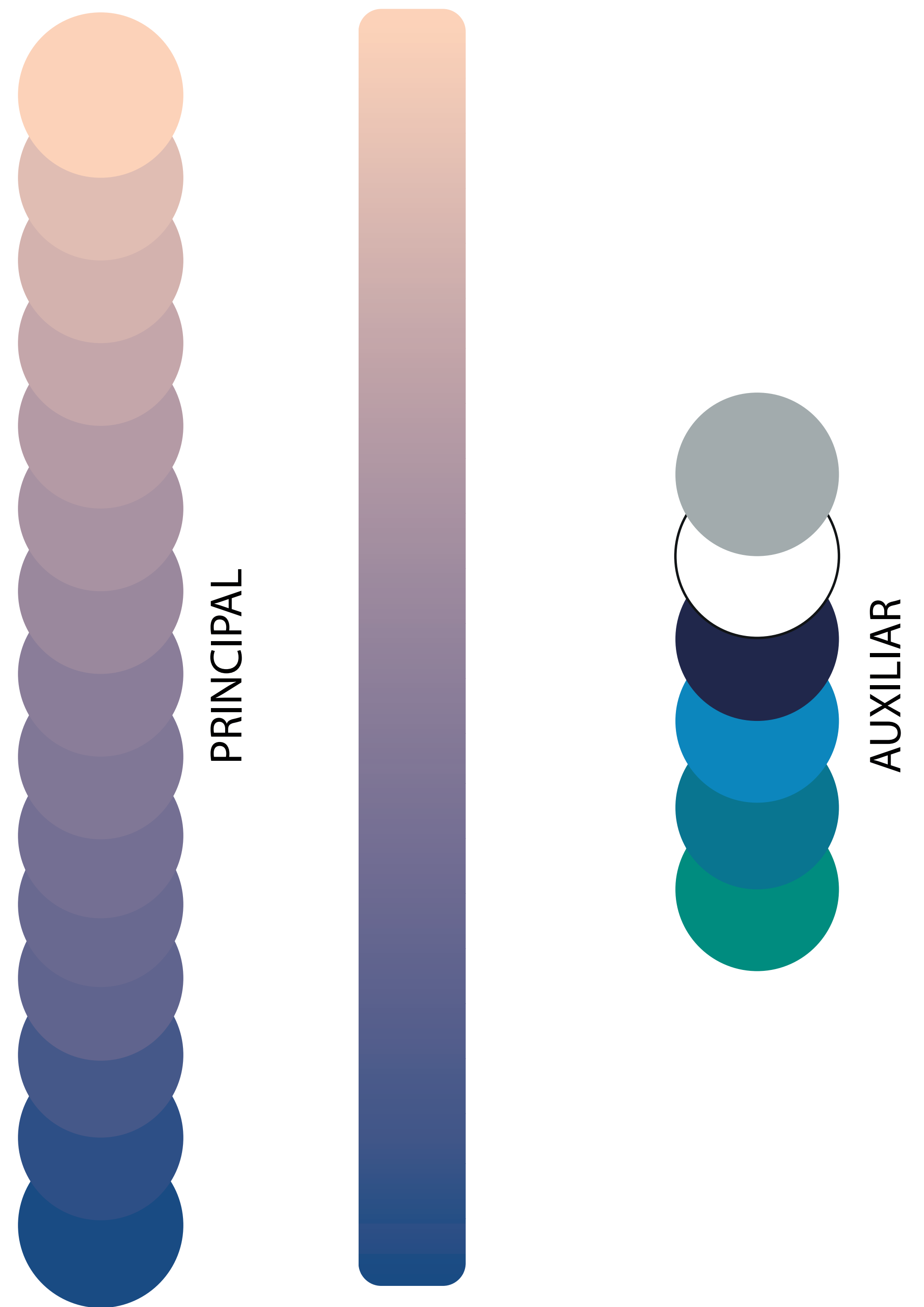
Versiones de color



El logotipo sólo podrá ser reproducido con los colores principales para fondos de color pleno y sólo en estas combinaciones.



Logos Sociales



Gracias

La identidad visual de CEO se construye gracias a cada uno de nosotros. Es por eso que es necesario cuidarla entre todos, comprendiendo y aplicando correctamente los lineamientos de este manual. Gracias por ayudarnos a construir esta marca.