

MANUAL IDENTIDAD CORPORATIVA

VS155 FEBRERO 2014



AUTORA: BEATRIZ CALATRAVA
INSTRUCTOR: ABEL GUZMÁN

BA

Este manual contiene las líneas básicas del desarrollo de la marca que dará nombre al estudio de Arquitectura y Diseño.

Se integra dentro del proyecto final del curso de Diseño gráfico realizado por la autora en la Escuela de Nuevas Tecnologías CICE de Madrid que imparte Abel Guzmán.

Impreso en Madrid.
Febrero 2014

ÍNDICE GENERAL

1. EL EQUIPO 6

¿QUIENES SOMOS?..... 6

¿QUÉ HACEMOS?..... 6

¿CÓMO LO HACEMOS?..... 6

¿DÓNDE ESTAMOS?..... 6

2. LA MARCA/IMAGEN 9

LOGOTIPO10

LA PALABRA.....10

ISOTIPO.....11

GEOMETRÍA..... 12

PROPORCIONES12

ÁREA DE PROTECCIÓN12

TAMAÑO MÍNIMO12

RECOMENDACIONES12

COLOR 13

GAMA CROMÁTICA13

TRADUCCIÓN Y
PANTONES.....
13

TIPOGRAFÍA..... 14

GOTHAM
14

RECURSOS GRÁFICOS 16

3. PAPELERÍA.....17

Tarjetas de visita.....18

Hoja A4 Carta20

Sobres.....22

MERCHANDAISING23

1 / EL EQUIPO

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos un grupo de arquitectos con formación en diferentes especialidades que tras unos cuantos años de experiencia repartidos por el mundo, deciden unirse para llevar a cabo nuevos proyectos.

En nuestro equipo contamos con diseñadores 3D, (CG Designer), diseñadores gráficos, máster BIM, máster en estructuras de la edificación, especialistas en Arquitectura Bioclimática y experto en proyectos de Cooperación para el Desarrollo.

¿QUÉ HACEMOS?

Nuestro trabajo se desarrolla principalmente en torno a la Arquitectura y el Diseño.

A partir de ahí, poco a poco, hemos ido ampliando nuestro campo de actuación en proyectos de construcción, obra nueva, reformas, decoración, interiorismo, licencias y legalidad, certificados, proyectos de sostenibilidad, cálculo de estructuras...

De vez en cuando participamos en concursos y además impartimos clases y tutorías para alumnos de Arquitectura y PFC.

¿CÓMO LO HACEMOS?

Cuando nos embarcamos en un nuevo proyecto unimos nuestras fuerzas y desarrollamos las ideas principales. Trabajamos junto a nuestros clientes y discutimos diferentes puntos de vista hasta alcanzar los objetivos principales.

Esta es la parte más complicada del trabajo, a partir de ahí nos dedicamos a disfrutar desarrollándolo para alcanzar los mejores resultados.

¿DÓNDE ESTAMOS?

Nuestro espacio de trabajo está en el centro de Madrid.



2 / LA MARCA

IMAGEN	10	TIPOGRAFÍA	14
LOGOTIPO.....	10	GOTHAM.....	14
LA PALABRA.....	10	RECURSOS GRÁFICOS	18
ISOTIPO.....	11	COMPLEMENTOS.....	18
GEOMETRÍA	12	LOGO TAPIZ.....	19
PROPORCIONES.....	12		
ÁREA DE PROTECCIÓN.....	12		
TAMAÑO MÍNIMO.....	12		
RECOMENDACIONES.....	12		
COLOR	13		
GAMA CROMÁTICA.....	13		
TRADUCCIÓN Y PANTONES.....	13		



LOGOTIPO

En nuestro caso, el logotipo coincide con el nombre de la marca. Al tratarse de un estudio de Arquitectura y Diseño se buscan la sencillez en las líneas y una geometría con el triángulo y la diagonal como protagonistas.

La “B” queda en un segundo plano y se combina con la línea diagonal de la siguiente letra.

Según el uso y el lugar en el que se coloque el logotipo, irá acompañado de la descripción de la actividad en inglés, usando letras mayúsculas y la tipografía

corporativa, en este caso se utiliza un tracking con valor 50.

LA PALABRA

El nombre nace tras la búsqueda de una sonoridad con la que el grupo se sintiera identificado y que representase el carácter alegre y divertido con el que nos gusta afrontar nuestro trabajo.

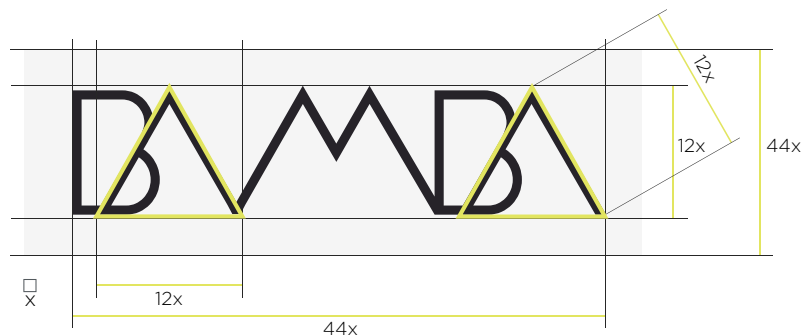
Cuando decimos “bamba” sonreímos y desde que lo adoptamos como identidad, cada día nos sentimos más a gusto con él.

ISOTIPO

Se acorta el logotipo dejando la esencia de la marca en la combinación de las dos primeras letras



GEOMETRÍA



PROPORCIONES

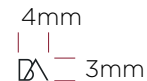
La imagen del logotipo será reproducida respetando las proporciones tenidas en cuenta en su diseño.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Ningún elemento podrá pisar el área de protección de nuestra marca. El área de protección aumentará y disminuirá proporcionalmente al tamaño del logotipo.

TAMAÑO MÍNIMO

Tanto el logotipo como el isotipo de la marca, por su sencillez es legible aún con dimensiones muy reducidas. No obstante, se estima un tamaño mínimo de 12,4 x 3 mm y 4 x 3 mm respectivamente



GAMA CROMÁTICA

Los colores BAMBA son:

- El negro PANTONE Neutral Black C
- eL VERDE PANTONE 395 C

Se usarán siempre al 100% de matiz cuando las circunstancias lo permitan.

Se recomienda el uso de incremento o disminución del 20%, siendo su uso más común 100%, 80%, 60%, 40%.



CMYK

83% cian,
81% magenta,
71% amarillo
57% negro

RGB 38 / 35 / 41

WEB #262329

TRAMAS

100%, 80%, 60%,
40%, 20%



CMYK

14% cian,
0% magenta,
77% amarillo
0% negro

RGB 235 / 231 / 78

WEB #ebe74e

TRAMAS

100%, 80%, 60%,
40%, 20%

TIPOGRAFÍA

La tipografía que debe ser utilizada para la correcta aplicación de la identidad BAM-BA es la familia GOTHAM.

Debe ser utilizada e todos los formatos de comunicación interna y externa de la marca: papelería, publicaciones, anuncios de prensa, de internet, promociones, elementos promocionales, etc.

Bb Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!?*#%&@

Gotham Book

Bb Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!?*#%&@

Gotham Thin

Bb Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!?*#%&@

Gotham Light

Bb Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!?*#%&@

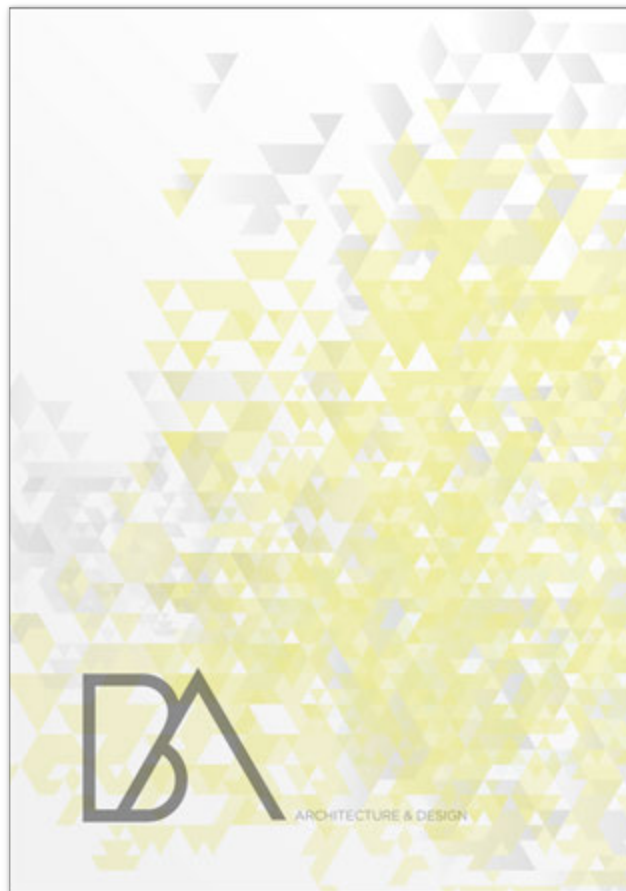
Gotham Medium

Bb Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!?*#%&@

Gotham Black

RECURSOS GRÁFICOS



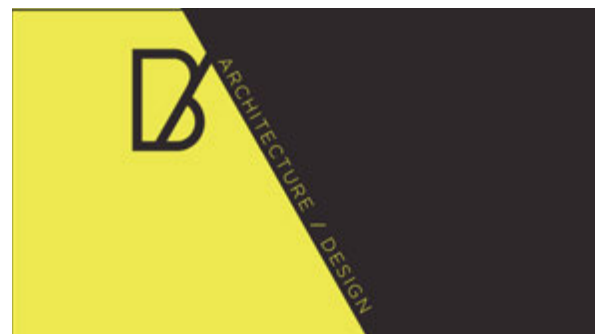
3 / PAPELERÍA



PAPELERÍA

Tarjetas de visita

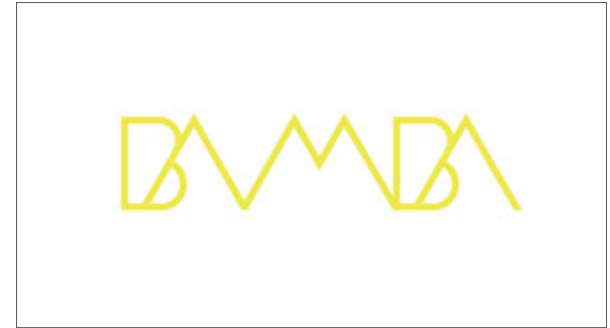
Horizontal
Tamaño 90 x 50



(Imagen 75% del tamaño)

Tarjetas de visita

Horizontal
Tamaño 90 x 50



(Imagen 75% del tamaño)



PAPELERÍA

Hoja A4 carta

(Imagen reducida)

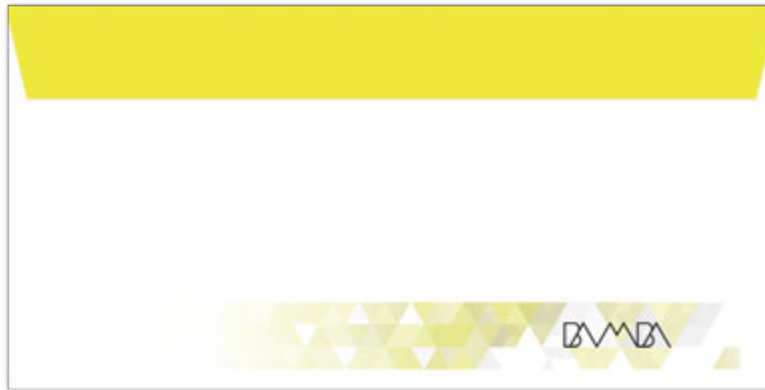


PAPELERÍA



Sobres

Delantera y trasera



(Imagen reducida)

PAPELERÍA

Sobres

Delantera y trasera



(Imagen reducida)

MERCHANDISING



Soportes

Galleta CD
Memoria USB



(Imagen reducida)

MERCHANDISING



MERCHANDISING





