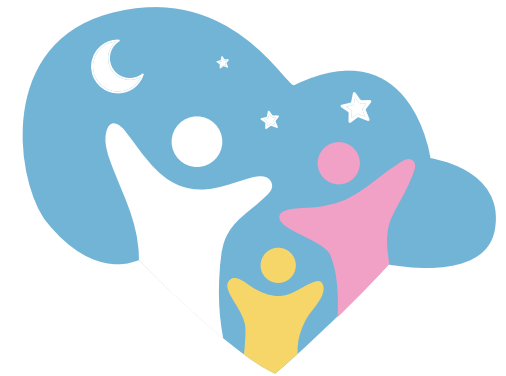


Manual de uso de Logotipo



PIYAFAM
HECHO CON AMOR

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca Piyafam en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso de la marca Piyafam contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

Es un trabajo de equipo, en el que todos participamos para hacer de Piyafam una gran marca.

ÍNDICE

SIMBOLOGÍA BÁSICA

1.1. LOGOTIPO CORPORATIVO	5
1.2. ÁREA DE SEGURIDAD Y REDUCTIBILIDAD	6
1.3. COLORES CORPORATIVOS	7
1.4. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA	9

NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

2.1. VERSIONES CORRECTAS	11
2.2. APLICACIONES CORRECTAS	12
2.3. APLICACIONES INCORRECTAS	13

SIMBOLOGÍA BÁSICA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Saba se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

La marca Saba está construida a base de un símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán respetar por su uso correcto.

1.1 LOGOTIPO CORPORATIVO

El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.



PIYAFAM
HECHO CON AMOR

VERSIÓN VERTICAL



PIYAFAM
HECHO CON AMOR

VERSIÓN HORIZONTAL

1.2 ÁREA DE SEGURIDAD Y REDUCTIBILIDAD

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del isotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al símbolo del propio logotipo.

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 50 mm de ancho.



1.3 COLORES CORPORATIVOS

Las referencias de color de Piyafam son los aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de este, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro. Este es el color principal de la marca y el que debe predominar.



7fa9da

C54 M25 Y0 K0
R127 G169 B218

1.3 COLORES CORPORATIVOS

Estos colores forma parte de la identidad corporativa pero, son los colores secundarios.



fad962

C4 M13 Y70 K0
R250 G217 B98



f2a7ca

C01 M46 Y0 K0
R242 G167 B202

1.1 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía corporativa es HAPPY CHRISTMAS (principal) y también Gotham Medium (secundaria) . Ésta será la utilizada por los estudios y agencias de diseño.

HAPPY CHRISTMAS
ABCDEFGHIJKLmnopqrstu-
vwxyz
ABCDEFGHIJKLmnopqrstu-
vwxyz
01234567890 (!"#\$%&/)

Gotham Medium
ABCDEFGHIJKLmnopqrstu-
vwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
01234567890 (!"#\$%&/)

NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca PiyaFam se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación. Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios. Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

2.1 VERSIONES CORRECTAS

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro

VERSIÓN PRINCIPAL



VERSIÓN PRINCIPAL NEGATIVO



VERSIÓN BLANCO Y NEGRO



VERSIÓN BLANCO Y NEGRO NEGATIVO



2.2 APLICACIONES CORRECTAS

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

FONDO DE COLOR NO CORPORATIVO OSCURO



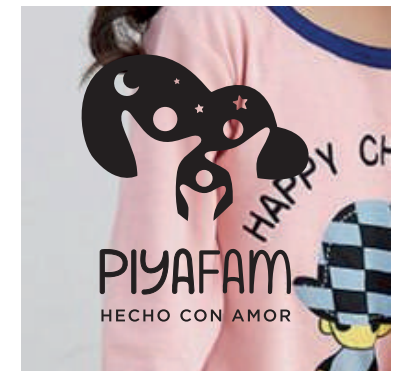
FONDO DE COLOR NO CORPORATIVO CLARO



FONDO FOTOGRÁFICO OSCURO



FONDO FOTOGRÁFICO OSCURO CLARO



2.3 APLICACIONES INCORRECTAS

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

APLICACIÓN INCORRECTA COLOR



DEFORMACIÓN



OCULTACIÓN



PORCENTAJE DE COLOR



ESPACIADO INCORRECTO



TIPOGRAFÍA INCORRECTA





PIYAFAM
HECHO CON AMOR