



PROPUESTA CORPORATIVA

1. Introducción

2. logotipo

- 2.1. Símbolo (LOGO)
- 2.2. Desarrollo tipográfico de la marca (TIPO)
- 2.3. Logotipo / Versión horizontal y vertical
- 2.4. Color
- 2.5. Positivo y negativo
- 2.6. Versiones a una tinta
- 2.7. Tamaño recomendado
- 2.8. Uso incorrecto
- 2.9. Tipografía. Corporativa y complementaria

3. Imagen gráfica.

- 3.1. Introducción. Papelería corporativa
- 3.2. Carta DIN A4
- 3.3. Carta DIN A4, propuesta 2
- 3.4. Sobre americano
- 3.5. Sobre americano ventana
- 3.6. Sobre bolsa
- 3.7. Tarjeta comercial
- 3.8. Carpeta para documentación
- 3.9. Rotulación turismo
- 3.10. Rotulación furgoneta
- 3.11. Rótulos

Hoy en día es incuestionable que una institución requiere de un lenguaje visual propio para comunicar aquellos mensajes que considera pertinente trasladar dentro de la tendencia actual.

Este manual tiene como objeto dotar a DATASUR de una identidad propia y diferenciadora. Se trata de un recurso básico para definir y globalizar la imagen corporativa.

Este manual no ofrece todas las respuestas posibles a todas las aplicaciones que pueden existir, pero es sin duda una herramienta imprescindible para resolver cualquier problema gráfico que se pueda presentar, y ofrecer así una imagen acorde a DATASUR en cualquier soporte.

La misión de este manual es definir gráficamente la imagen de la institución, haciéndola globalmente reconocible, de manera sencilla y eficaz, y acorde a nuestro tiempo para cualquier ciudadano.

Por otro lado tenemos la clave de comunicación interna. Es decir, pretendemos dar una identidad,, una filosofía y un empeño común para el conjunto del personal que compone la institución.

Para que todo esto funcione, es imprescindible seguir las pautas que se indican, por lo que DATASUR debe de exigir a cualquier profesional, o personal interno que siga las indicaciones que se detallan en este manual.



2. LOGOTIPO

2.1. Símbolo (Logo)

El nuevo símbolo o anagrama que proponemos, no sale del estudio morfológico del anterior, sino del estudio de su uso.

Tanto por su construcción como por la sutileza de sus matices, la marca actual no funciona en diversos fondos, al igual que desaparece a tamaños reducidos, por lo que sencillamente proponemos un espacio de reserva entre los elementos que lo componen y un uso de matices más oscuros, rechazando los que estén por debajo de un 35%.



2.2. Desarrollo tipográfico de la marca (TIPO)

La parte tipográfica (TIPO), que compone nuestro logotipo, se divide en nombre de la entidad y en el subtítulo que identifica la actividad de la empresa.

DATASUR: su creación parte de la tipografía Prototype, una tipografía de palo seco pero con mucha fuerza, ya que como su nombre indica es muy apropiada para usarse en el ámbito tecnológico. Con las modificaciones y arreglos realizados, conseguimos una tipografía propia e identificadora de la marca.

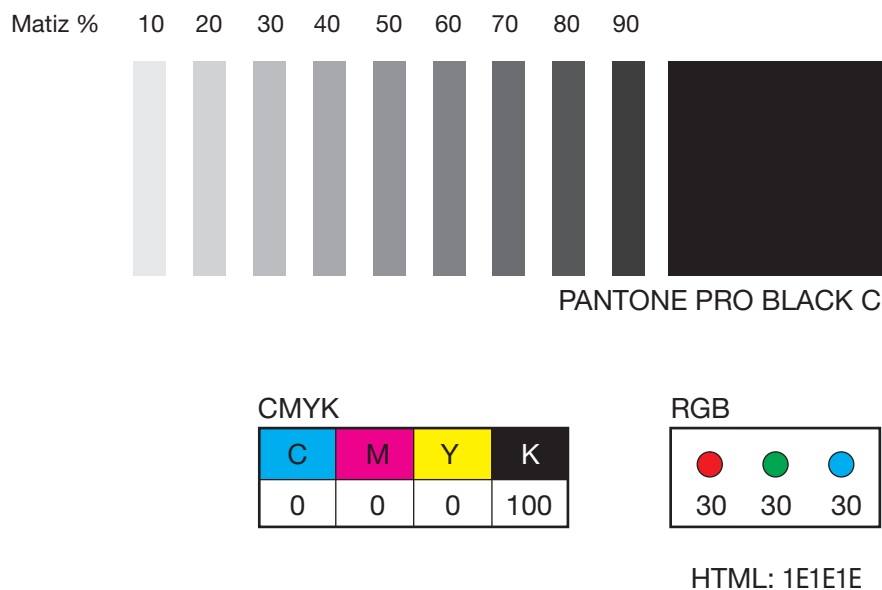
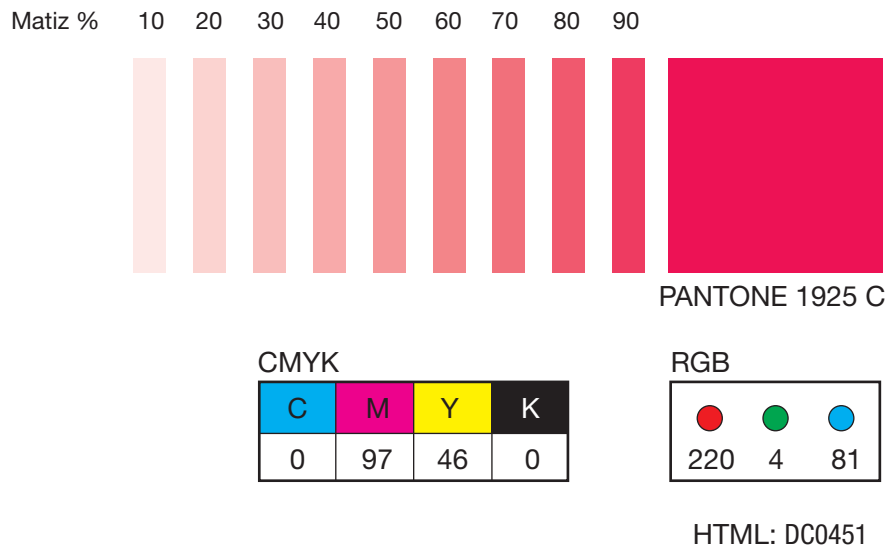
SEVICIOS TECNOLÓGICOS:

Tipografía: Prototype



dataSUR
SERVICIOS TECNOLÓGICOS





Para una mejor comprensión de lo que se expone en esta página, explicamos sencillamente a que nos referimos con los términos: PANTONE, CMYK, RGB y HTML.

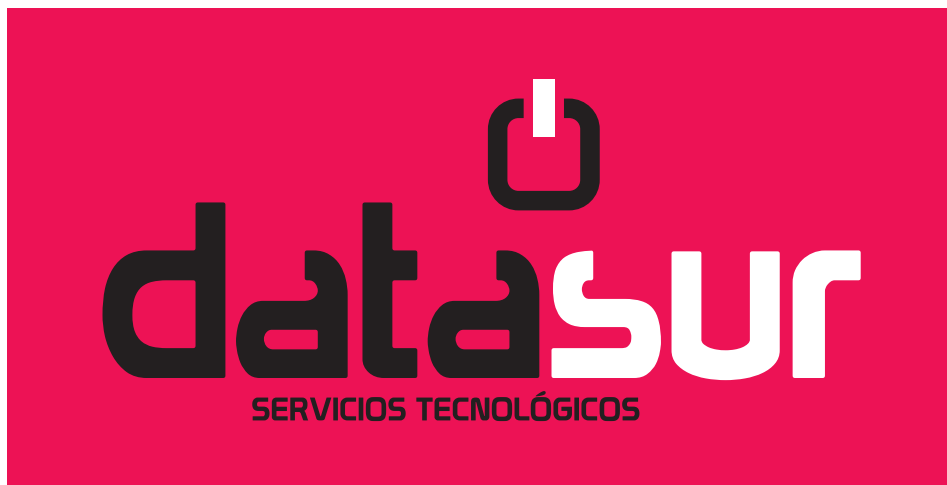
Dependiendo el uso que vayamos a darle a la marca, trabajaremos con un metodo de color u otro. Cuando hablamos de color impreso tenemos dos opciones: PANTONE para trabajar con tintas planas o CMYK (Cian, magenta, amarillo y negro) para imprimir a todo color, pues la mezcla de estos cuatro colores produce toda la gama cromática posible. Por otro lado podemos trabajar en soportes digitales que serán vistos en pantallas o monitores, aquí es cuando hablamos de RGB y HTML. A diferencia del color impreso que está compuesto por cuatro colores como explicamos anteriormente, el sistema RGB es el que combinando 3 colores (luz) nos permite ver en la pantalla el color, por tanto es muy importante a la hora de colocar nuestra marca en soportes digitales, y HTML es el valor que debemos tener en cuenta a la hora de desarrollar una web en este lenguaje de programación, que es el más utilizado.



Sobre fondo negro



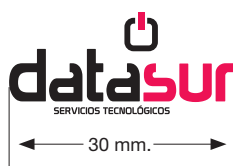
Sobre fondo PANTONE 1925 C





2.7. Tamaño recomendado

El tamaño mínimo recomendado depende de factores como el tipo de impresión o el soporte, es decir, el tipo de papel, el color de la tinta, el método de impresión etc. Por lo que no se recomienda reducir la escala del modelo que presentamos, salvo la supervisión de un profesional del campo del diseño e impresión.



Tamaño recomendado para soportes de pequeño formato:
A6, A5, americano, A4.



Tamaño recomendado para soportes de gran formato:
A3, A2, cartel 50 x 70 cm.



1. Color invertido



2. Cambios de color



3. Rotación



4. Deformación



5. Cambio ubicación del símbolo. Marca horizontal



6. Cambio ubicación del símbolo. Marca vertical



7. Cambio en composición del TIPO



8. Cambio en proporciones de algún componente



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;~+][!¿?&%\$#)(=><_Ç}}

Prototype

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTU-
VWXYZ
0123456789.,:;~+][!¿?&%\$#)(=><_Ç}{€

Helvetica regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;~+][!¿?&%\$#)(=><_Ç}{€

Helvetica Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;~+][!¿?&%\$#)(=><_Ç}{€

helvetica oblique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,:;~+][!¿?&%\$#)(=><_Ç}{€

Helvetica Bold Oblique



3. IMAGEN GRÁFICA

3.1. Introducción Papelería Corporativa

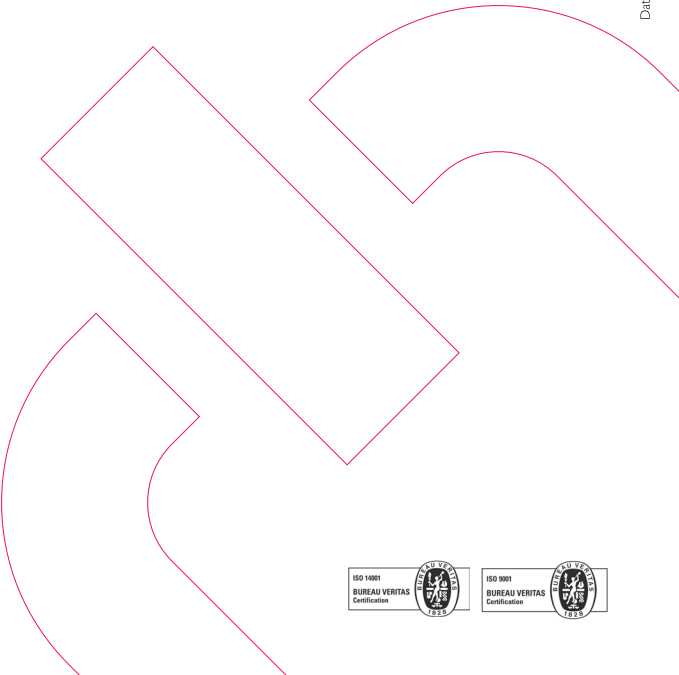
La papelería de empresa, debe de ser funcional, atractiva y económica. Partiendo de estas tres reglas se han desarrollado todos los soportes. En cuanto a su funcionalidad respeta todos las reglas propias de una papelería: es limpia y guarda todos los espacios necesarios para la escritura y todos los soportes tienen las dimensiones adecuadas, por lo que es práctica. El atractivo lo da la sencillez del diseño. Y en lo referente a lo económico, lleva dos tintas, lo que abarata los costes de producción y además será más respetuosa con el medio ambiente, factor que creemos es interesante y a tener en cuenta.

Otro factor importante, es la identificación personal-entidad, siendo vital el uso de todos los soportes tanto a nivel interno como externo por el personal de DATASUR.

En este apartado presentamos los soportes más comunes de papelería corporativa: Papel escritorio A4, sobre americano, tarjeta de visita y carpeta para documentos. Todos estos soportes se han desarrollado teniendo en cuenta el manual corporativo de la marca genérica de Grupo de Empresas Cajasur.



DataSur, S.A. - Inscrita en el R.M., Córdoba, Tomo 605, Hoja n° CO-2971, Inscripción 5ª - C.I.F.: A-36695428

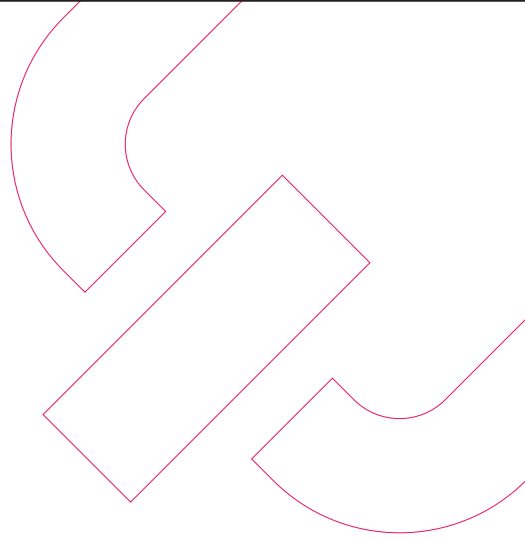


DataSur, S.A.
Avda. Profesor Arnold J. Toyne, parc. 44
14007 Córdoba
Tel. 902 276 000 Fax 957 277 127
www.datasures



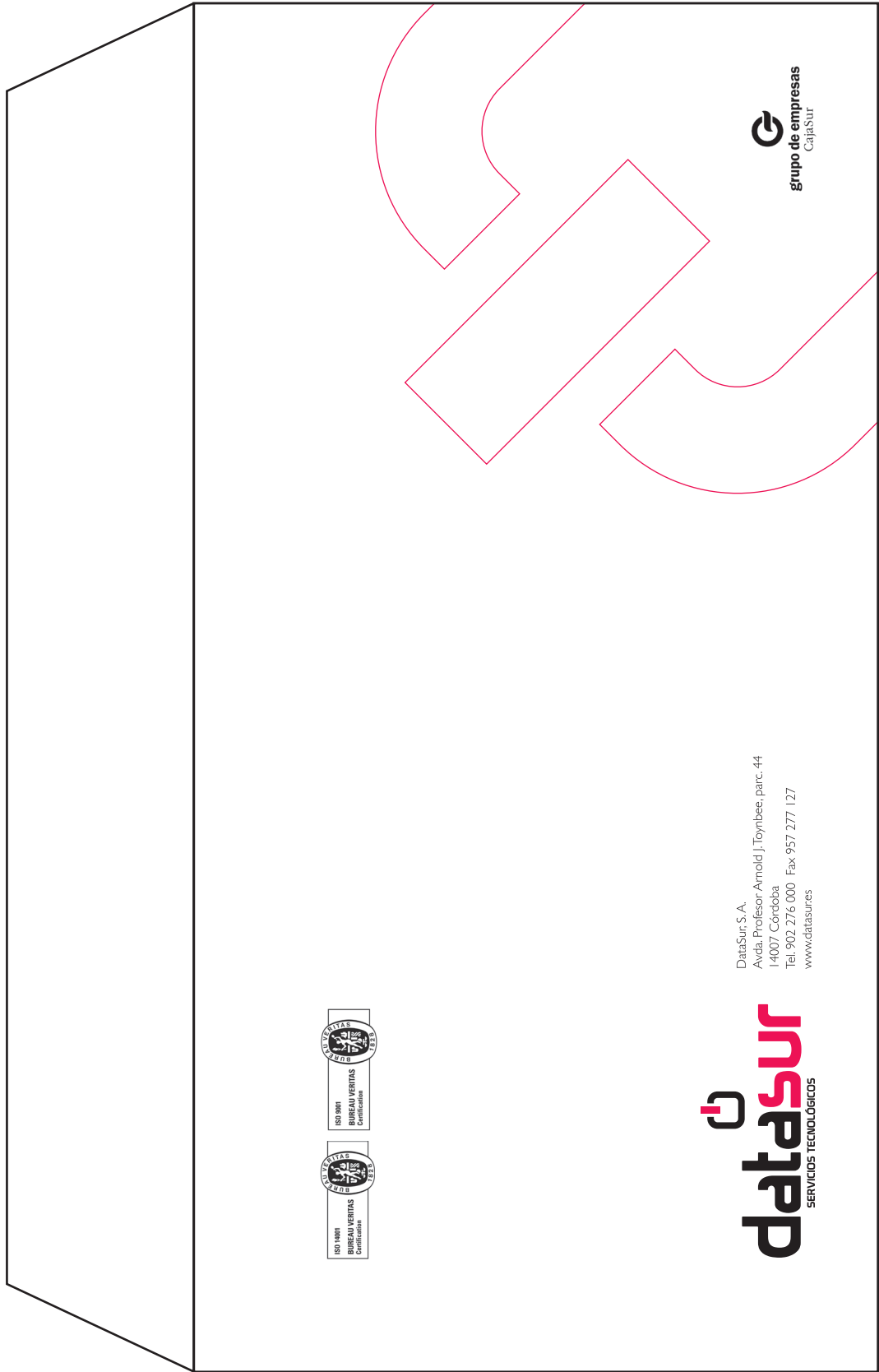


DataSur S.A.
Avda. Profesor Arnold J. Toyne, parc. 44
14007 Córdoba
Tel. 902 276 000 Fax 957 277 127
www.datasur.es



DataSur S.A. – inscrita en el R.M. Córdoba, Tomo 605, Folio 80, Hoja nº CO-2971, Inscripción 5ª – C.I.F.: A-3665428



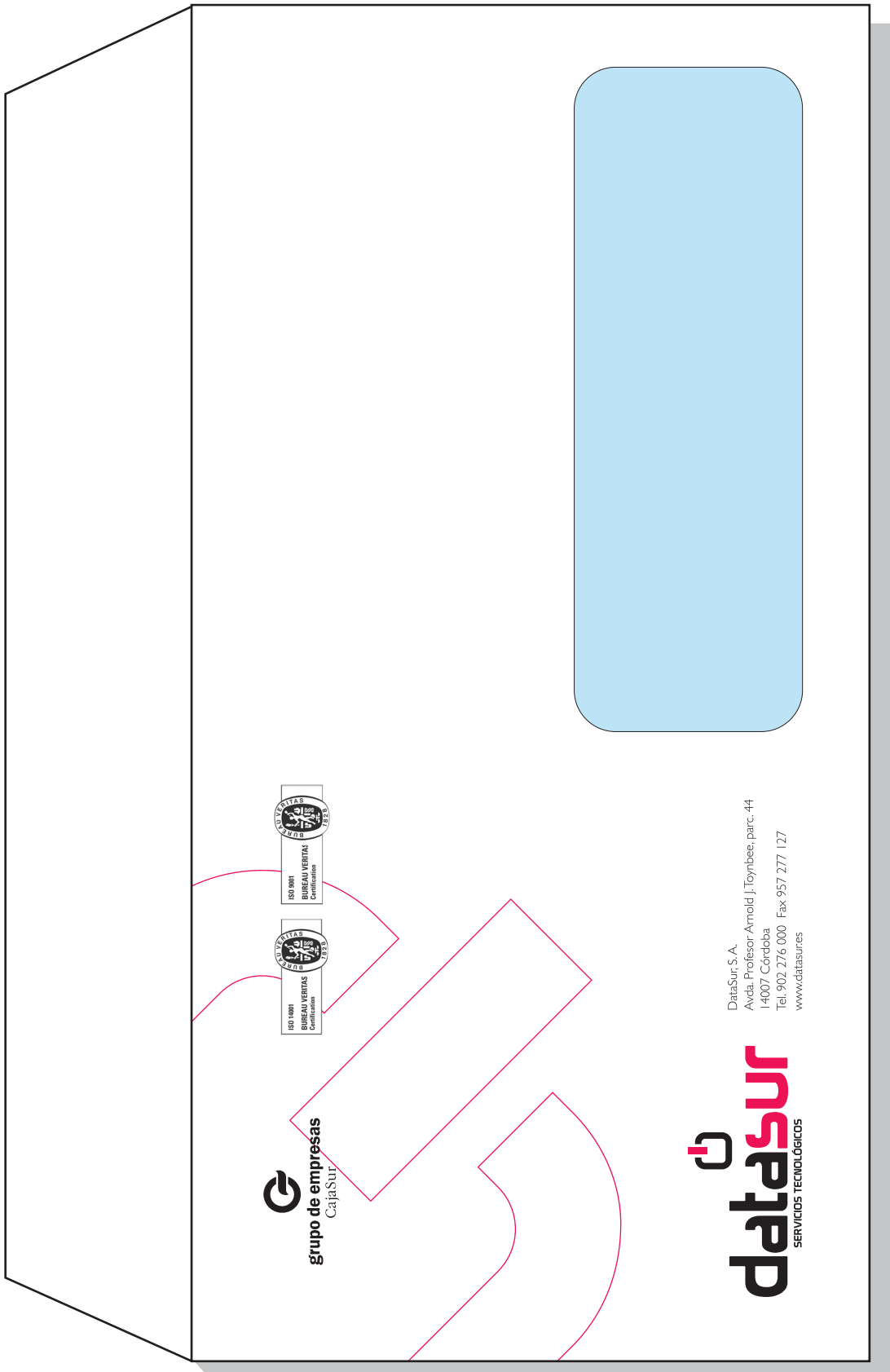


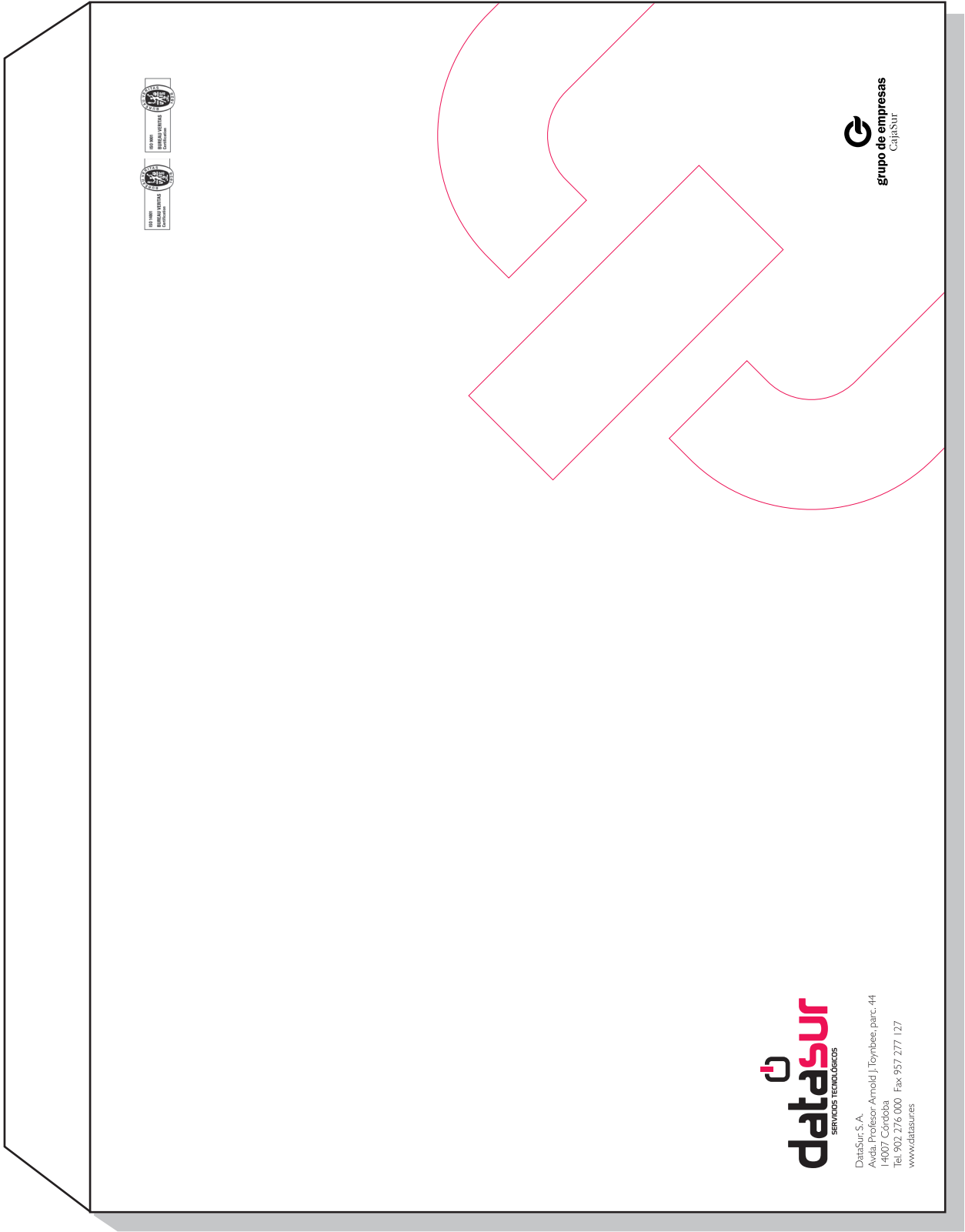
dataSur
SERVICIOS TECNOLÓGICOS

DataSur S. A.
Avda. Profesor Arnold J. Toynbee, par. 44
14007 Córdoba
Tel: 902 276 000 Fax: 957 277 127
www.datasur.es

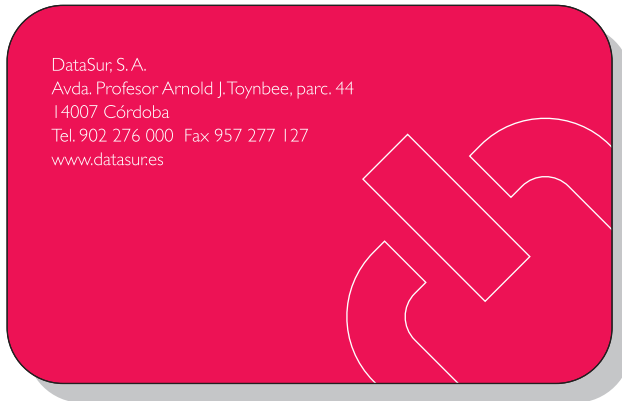

grupo de empresas
Cajasur

3.5. Sobre americano con ventana





3.7. Tarjeta comercial

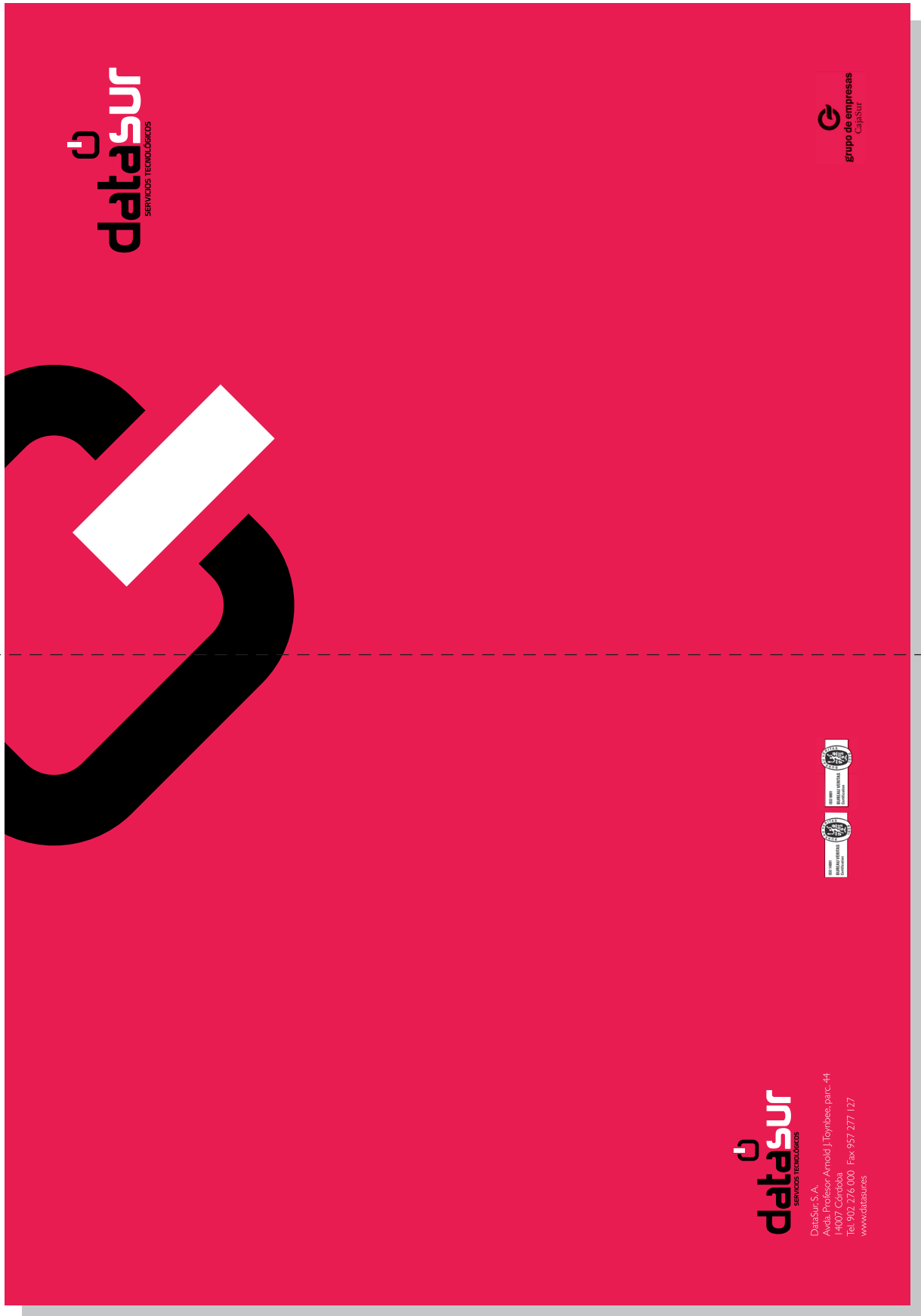


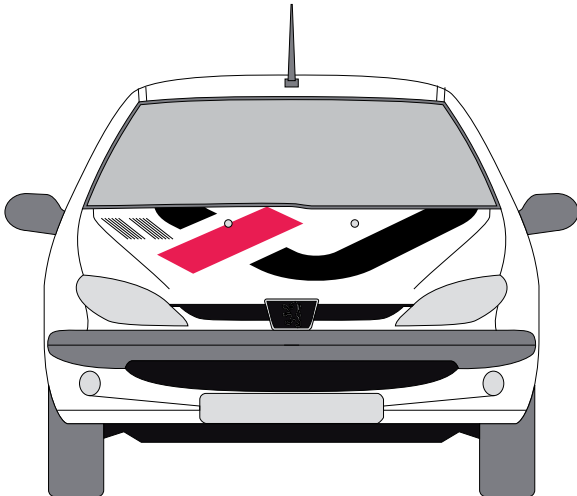
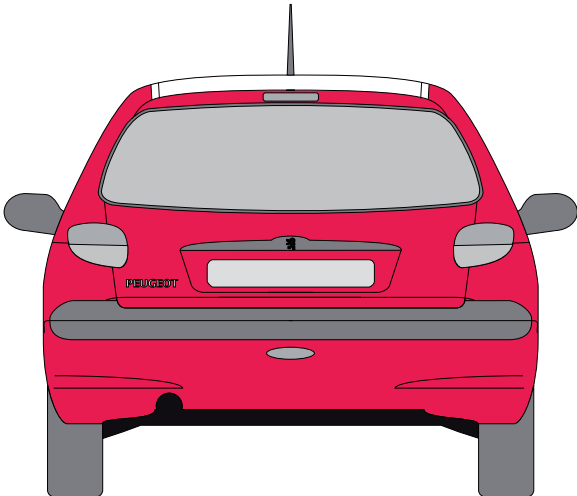
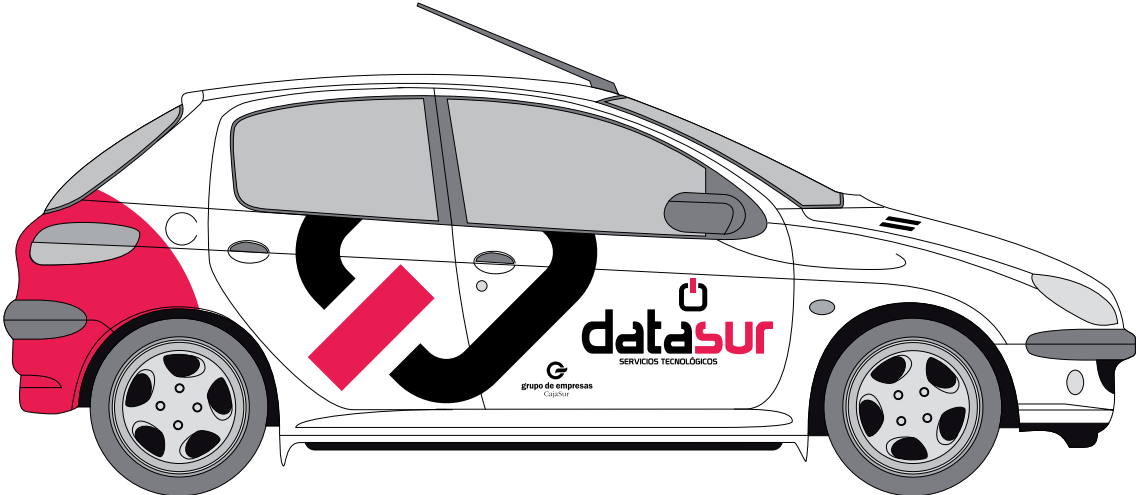
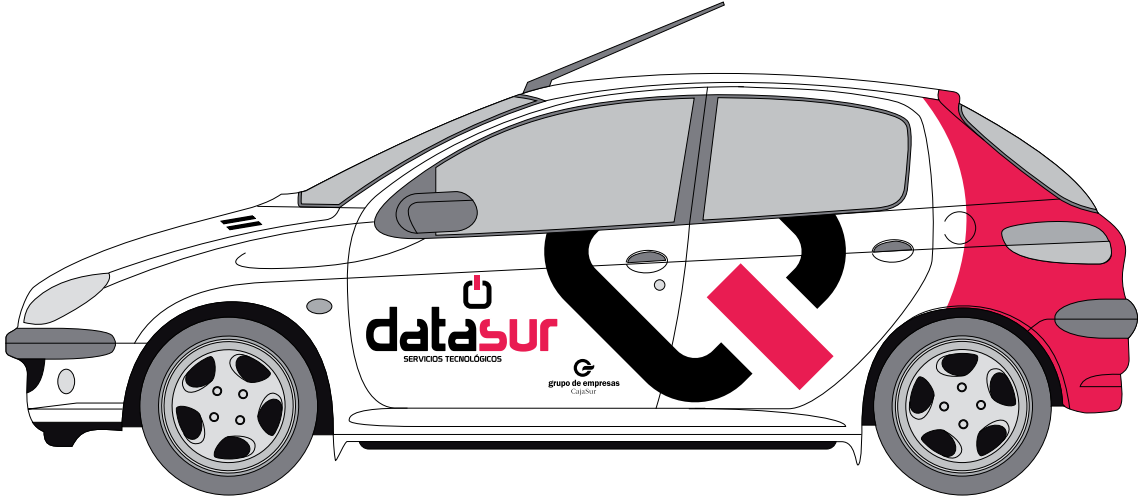
Tamaño: 80 x 50 mm.



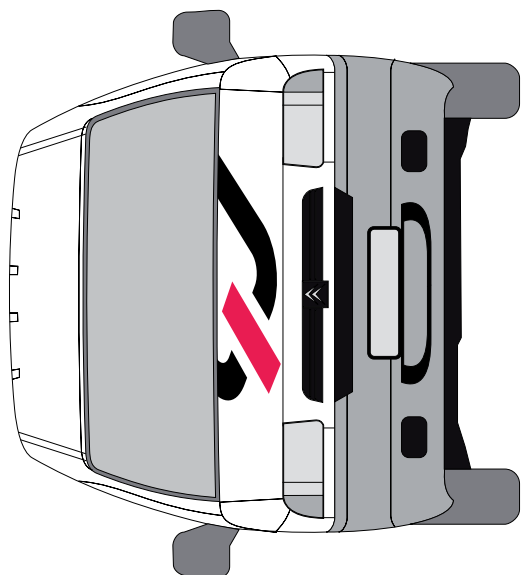
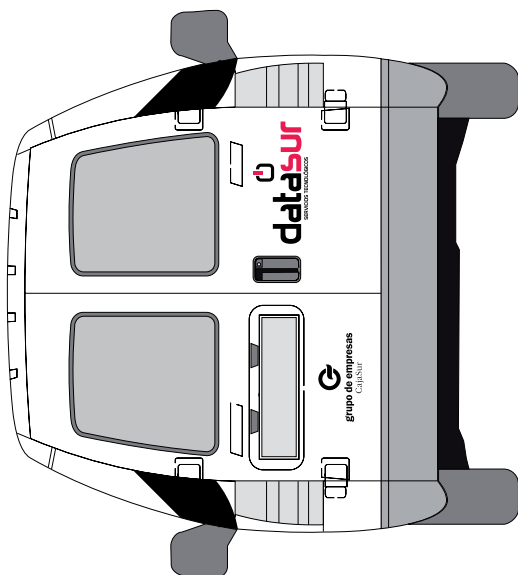
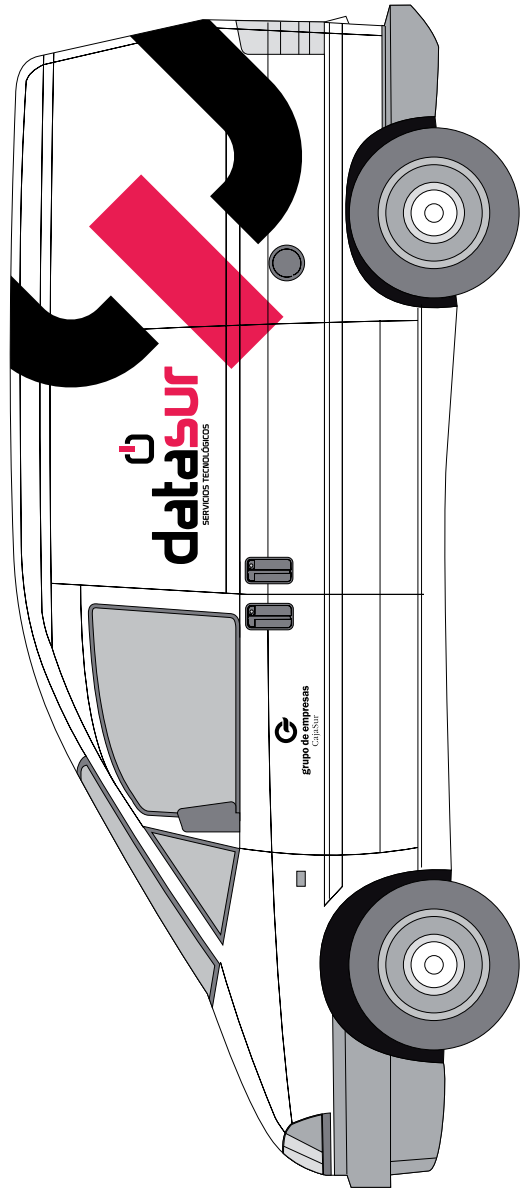
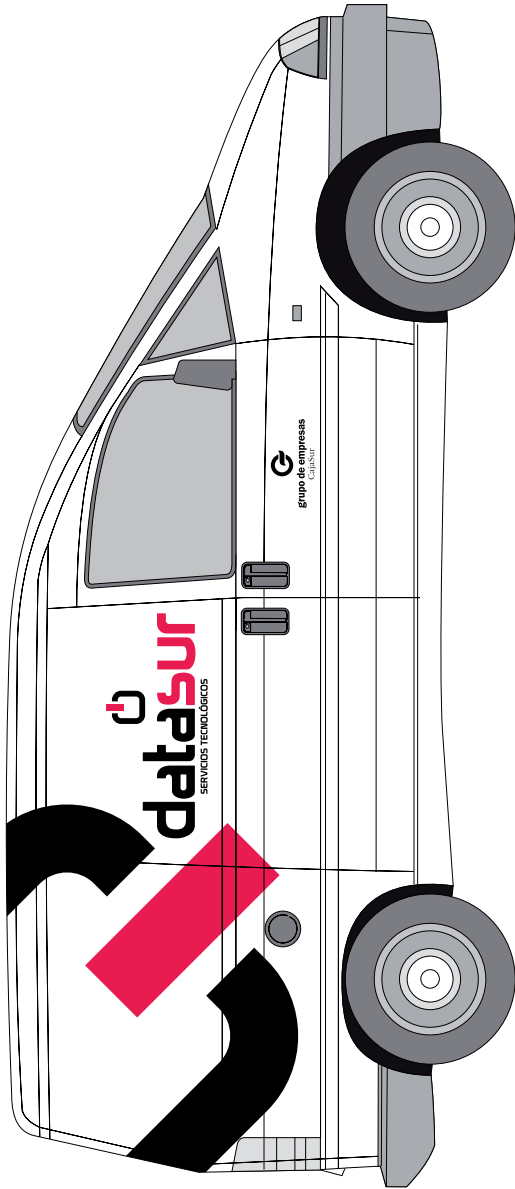
3.8. Carpeta para documentación

Tamaño: 460 x 320 mm. abierta



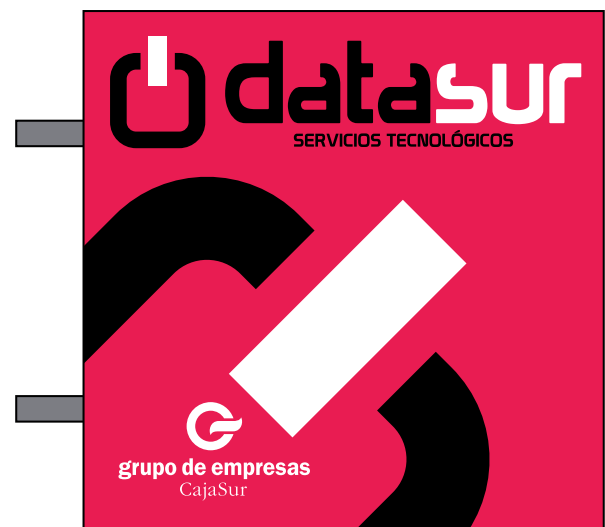
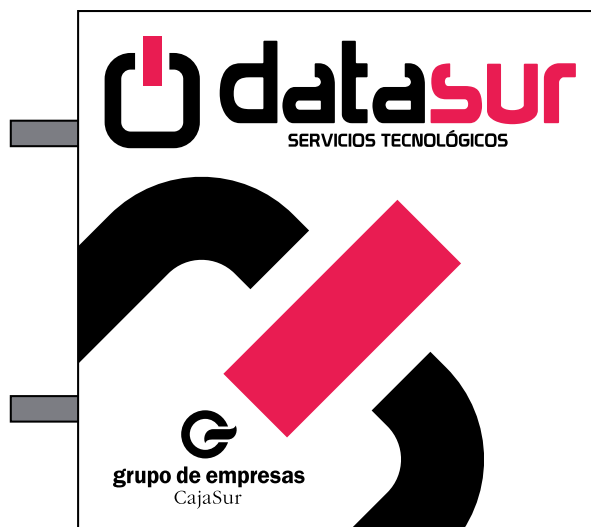


3.10. Rotulación furgoneta



3.11. Rótulos

El diseño de los rótulos es orientativo, ya que las medidas y materiales pueden variar según las necesidades.



IDENTIDAD CORPORATIVA DESARROLLADA POR



publicidad_publicaciones_internet

Diego Serrano, 21.14005 Córdoba, T +34 957 450 897, T / F +34 957 452 811, info@xul.es www.xul.es