Manual de identidad corporativa

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica del destino turístico **OCOA** 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 **OCOA** 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 **OCOA** una gran marca como destino turístico.

Índice

A. Simbología Básica

A.01 Logotipo corporativo
A.02 Área de seguridad y reductibilidad
A.03 Color corporativo
A.04 Tipografía corporativa

B. Normas para el buen uso de la marca

B.01 Versiones correctas
B.02 Aplicaciones correctas
B.03 Aplicaciones incorrectas
B.05 Expresión textual de la marca

C. Aplicaciones de la marca

C.01 Papelería corporativa
C.02 T-shirts corporativo
C.03 Material POP

Simbología básica

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica del destino turístico como marca **OCOA** se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

La marca **OCOA** está construida a base de un símbolo, un logotipo y colores corporativos que sedeberán respetar por su uso correcto.

Simbología básica

A. 01 Logo corporativo

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

Acompañado de un tagline que describe la magia y encanto que representa el destino turístico de **OCOA**.

Simbología básica

A.01 Logo corporativo

Simbología básica

A.02 Area de seguridad y redubicilidad

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logosímbolo 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 a **0.5 cm**.

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a **10 mm** de ancho.

Simbología básica

A.03 Color corporativo

Las referencias de color de la marca **OCOA** son los pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía ó en negro.

Este es el color principal de la marca y el que debe predominar.

Pantone

361 C

C 72 M 12 Y 100 K 1
R 80 G 163 B 26

Simbología básica

A.03 Color corporativo

Este color forma parte de la identidad corporativa pero, es el color secundario.

Pantone

8583 C

C 48 M 66 Y 95 K 57
R 79 G 52 B 13

Simbología básica

A.04 Tipografía corporativa

La tipografía corporativa es la familia Proxima Nova en sus versiones Light, Regular, Bold y Black.
Será la tipografía de uso genérico y obligada en todos los soportes y documentos, ya sean internos o externos. Esta debe ser usada por los estudios y agencias de diseño.

Proxima Nova Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.:,;&%€)

Proxima Nova Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.:,;&%€)

Proxima Nova Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.:,;&%€)

Proxima Nova Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.:,;&%€)

Normas para el buen uso

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación por esto para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca **OCOA** se tienen que seguir una serie de normas genéricas con el objetivo de no debilitar el mensaje visual y 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.

Normas para el buen uso

B.01 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 B/N

Versión B/N negativo

Normas para el buen uso

B.02 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 oscuro no corporativo

Fondo claro no corporativo

Fondo fotográfico oscuro

Fondo fotográfico oscuro claro

Normas para el buen uso

B.03 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 de color

Deformación

Espaciado incorrecto

Tipografía incorrecta

Normas para el buen uso

B.04 Uso del tagline

El tagline es la expresión literaria que tangibiliza una propuesta de valor y ayuda a reforzar el significado de la marca del destino, por ende al momento de usarlo en nuestro logotipo se debe tomar en cuenta la forma en que se presenta.

Forma correcta

PARAÍSO ENTRE MONTAÑAS

Escritura incorrecta

paraíso entre montañas

Aplicaciones de la marca

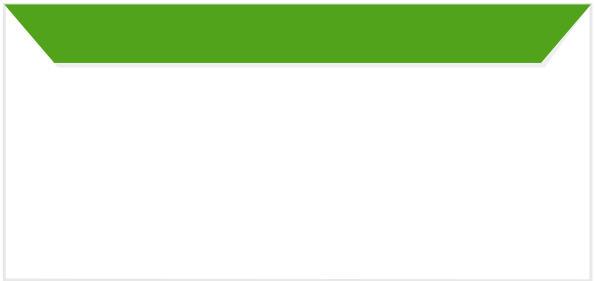
Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca del destino turístico en diferentes soportes deben seguir una serie de normas genéricas.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logosímbolo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imarca en este caso des destino turístico **OCOA**.

Aplicaciones de la marca

C.01 Papelería corporativa

Aplicación de la marca del destino turístico en la papelería corporativa.



Aplicaciones de la marca

C.02 T-shirts corporativos

Aplicación de la marca del destino turístico en el t-shirts corporativo.

Aplicaciones de la marca

C.03 Material POP

Aplicación de la marca del destino turístico en materiales POP para la venta.

ocoa

PARAÍSO ENTRE MONTAÑAS