

Comfenalco Antioquia

M A N U A L D E M A R C A

Este manual está destinado a ser una guía para velar por el correcto uso y difusión de nuestra identidad gráfica.

La aplicación de nuestra imagen necesita un empeño especial, y por eso, es necesario poner atención a todas las recomendaciones expresadas en este manual. Sin embargo, ¡no te preocupes! las sugerencias aquí planteadas no quieren poner un límite a tu imaginación. Simplemente, pretenden ser una guía para que todos los esfuerzos creativos de nuestros colaboradores estén expresados bajo los mismos parámetros.

NUESTRA MARCA

La nuestra, es una marca **monolítica**. Esto quiere decir, que nuestros productos o servicios no tienen identidades individuales, sino que todas están amparadas bajo el nombre **Comfenalco**.

Por lo tanto, las innovaciones, extensiones de línea, productos o servicios que queramos promocionar no les debemos crear logotipos propios. En su lugar, debemos proponer el nombre tipográfico con la siguiente estructura:

NOMBRE DEL SERVICIO | **Comfenalco**
Antioquia

NUESTRA MARCA

En la construcción de estos distintivos visuales, debes tener en cuenta que el nombre del producto nunca debe ser más protagonista que el imagotipo, ni en color, ni en tamaño, ni en jerarquía.

A continuación, encontrarás algunos ejemplos que te mostrarán mejor esta idea.

Para la construcción de los nombres puedes proponer tipografías diferentes a las corporativas, pero ten en cuenta que deben ser fuentes sin serif, de fácil lectura.



EJEMPLO 1

VIVIENDA

Comfeñalco
Antioquia

EJEMPLO 2

Viajes

Comfeñalco
Antioquia

EJEMPLO 3

B E C A S

Comfeñalco
Antioquia

VIGILADO SUPERSUBSIDIO:

Por cuestiones legales, todas las piezas de nuestra marca deben salir con la leyenda “vigilado supersubsidio”, pero no en cualquier tipografía sino de la manera en la que se muestra a continuación.

Por norma, este texto solo puede aplicarse, según el contexto en color negro o blanco. También es permitido su uso en vertical.

Cuándo la leyenda “Vigilado Supersubsidio” se usa en versión vertical, el símbolo no cambia su orientación.



VIGILADO Super**Subsidio** 

VIGILADO Super**Subsidio** 

VIGILADO Super**Subsidio** 

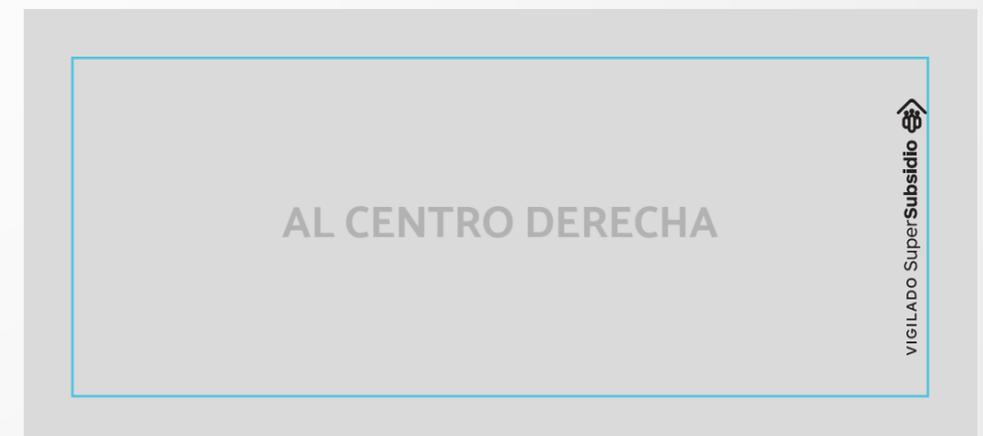
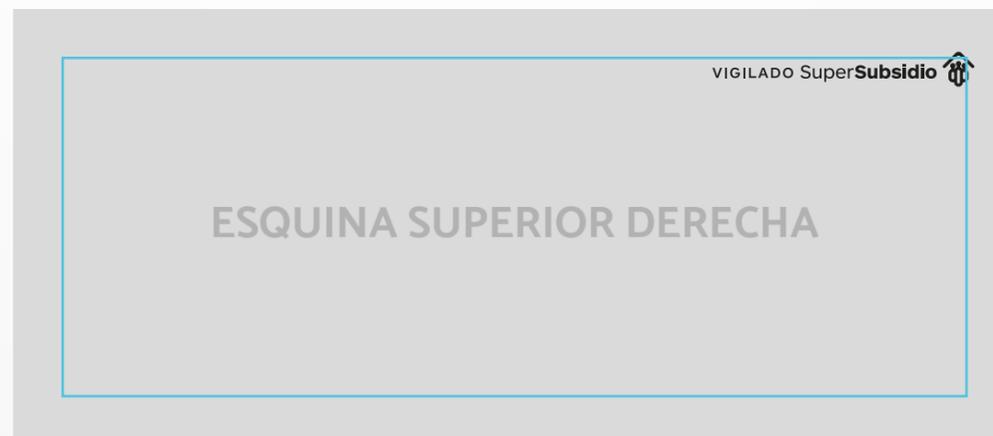
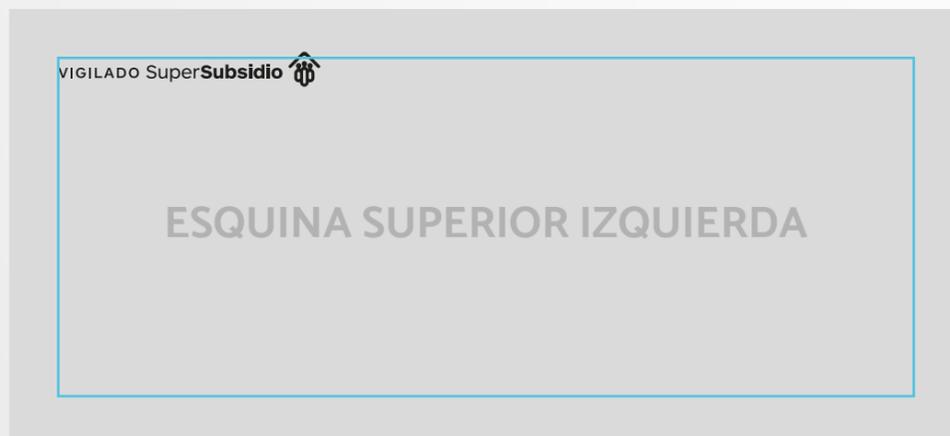
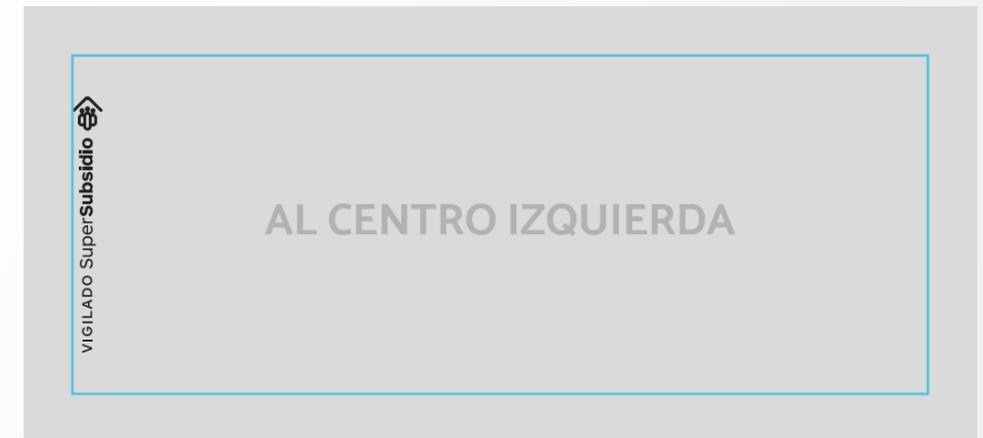
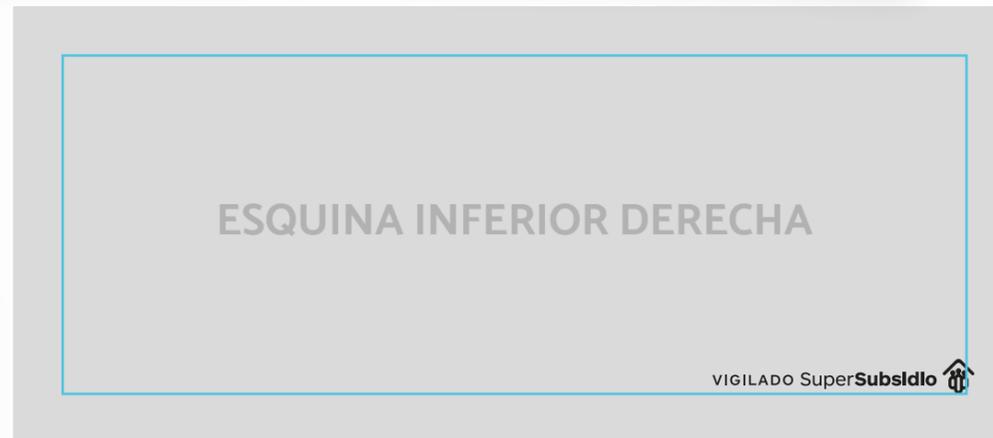
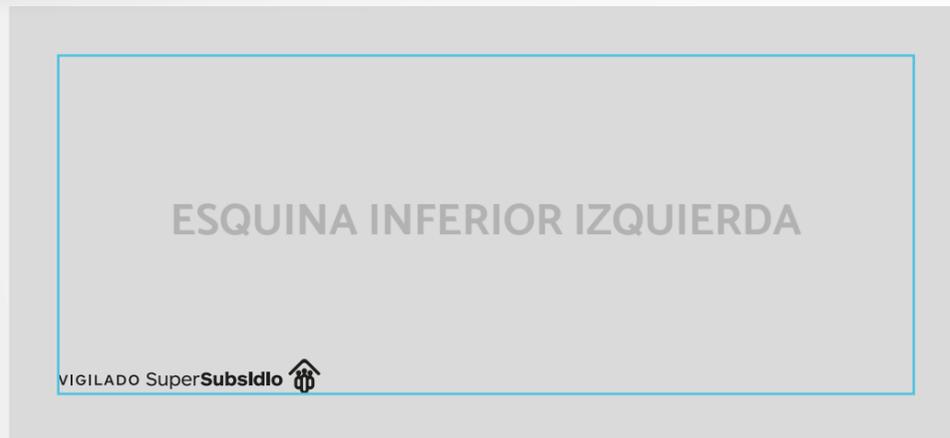
VIGILADO Super**Subsidio** 

NUESTRA MARCA

Este texto debe estar en un lugar visible y a un tamaño en el que se pueda leer fácilmente. Teniendo esto en cuenta, hemos definido 7 puntos en las piezas gráficas (online y offline) en las que se debe aplicar, con el fin de facilitar su lectura; y con el fin de que su implementación no se vuelva una dificultad a la hora de diseñar.

Esta leyenda debe aplicarse en todas las piezas de la caja, sin importar si son horizontales, verticales o cuadradas; y ten en cuenta que de acuerdo al tamaño de la publicación, deberá ser más grande para que pueda leerse. ¡Tenlo muy presente!

Recuerda implementar las márgenes o las áreas de seguridad, según la pieza, para que la leyenda de Supersubsidio no se corte a la hora de producir o publicar.



Imagotipo

imagotipo

Comfenalco
Antioquia

Nuestro imagotipo es la representación gráfica de la marca. Está compuesto por el nombre “**Comfenalco Antioquia**” y el símbolo integrado en la letra “n” de una persona levantando sus manos en señal de felicidad.



ÁREA DE PROTECCIÓN:

Para garantizar que ningún elemento interfiera con la legibilidad del imagotipo, hemos definido un área de mínima de protección. Esto quiere decir que ningún elemento gráfico puede estar dentro del área especificada; y en la medida de posible, este espacio debe extenderse.

El área de protección se contruirá tomando como referencia la letra "o" del imagotipo.

Comfenalco
Antioquia

USO PRINCIPAL:

Siempre que sea posible, intentaremos mantener nuestro imagotipo en sus colores originales: La palabra “Comfenalco” en verde oscuro, y los demás elementos en verde pistacho.



Conoce más acerca de los colores de nuestra marca en el apartado **“Color”**

I M A G O T I P O

USO SECUNDARIO:

Cuando el color de fondo en el que esté nuestra marca sea de los mismos colores de los que está compuesto el imagotipo, podemos echar mano de alguna de estas versiones, de acuerdo a la necesidad.



Comfenalco
Antioquia



Comfenalco
Antioquia

MONOCROMÍA:

Habrán momentos específicos en los que el imagotipo deberá ser aplicado en una sola tinta, ya sea por temas de producción o por diseño. En estas ocasiones siempre vamos a preferir las versiones que involucren los colores de nuestra marca.

En caso de que esto no sea posible, siempre podremos utilizar las versiones en positivo (donde nuestra marca es más oscura que el sustrato) o negativo (donde el sustrato es más oscuro que nuestra marca).

Siempre debemos escoger los colores que generen **mejor contraste** cuando estemos usando nuestra marca en monocromía.



Comfeñalco
Antioquia

ORIENTACIONES:

De acuerdo a la pieza en la que se vaya a expresar la marca, puede suceder que se tenga que utilizar de manera vertical. Cuando esto pase, es importante resaltar que el imagotipo debe disponerse de una manera en la que se lea de abajo hacia arriba.

Adicional, en esta versión del imagotipo, el símbolo debe sacarse del imagotipo y ubicarse en la parte superior de manera que quede “parado”, manteniendo entre los elementos el área de protección antes definida.

Esta versión del imagotipo debe usarse **únicamente** cuándo el sustrato no permita aplicarlo de una manera diferente.



COBRANDING:

Las recomendaciones de este apartado están pensados para darle la relevancia indicada a nuestra marca cuando se encuentre conviviendo con otros logos.

Cuando Comfenalco sea la organizadora o principal anunciante de la actividad o de la campaña, **y haya una única marca aliada**, el tamaño del logo de los colaboradores será de máximo el 75% de nuestro imagotipo.



Cuando nuestro imagotipo esté conviviendo con dos o más logotipos aliados, la relación de tamaño será del 50% en relación con el tamaño de nuestra marca.



IMAGOTIPO

COBRANDING CON ENTES GUBERNAMENTALES:

Cuando Comfenalco vaya acompañado de **entidades gubernamentales** como la gobernación o la alcaldía, **nuestro imagotipo deberá aparecer a la izquierda de estos**. Los logos acompañantes podrán ir al 100% de su tamaño en comparación con nuestra marca.



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA



UNIDOS

COBRANDING CON MARCAS PARES:

Cuando nuestra marca esté acompañada de **marcas pares**, es decir, en un contexto en el que todas las marcas están en igualdad de condiciones (actividades en empresas afiliadas, foros o congresos donde son varias las empresas que están en calidad de convocantes u organizadores) se mantendrá la misma proporción anterior, con la única diferencia que en este caso, **nuestra marca deberá aparecer a la derecha de los anteriores**.



LOGOTIPO1

LOGOTIPO2

IMAGOTIPO

CONTENEDORES:

Los contenedores son una herramienta que utilizaremos para garantizar siempre la absoluta legibilidad del imagotipo. Estos contenedores son formas ya definidas por la marca. **Procura no usar contenedores diferentes a los que están aquí planteados.**

El contenedor principal está conformado por un rectángulo coronado por una sonrisa. Este puede usarse de diferentes maneras, rotándolo 45° de acuerdo a la necesidad.

También puedes enmarcar nuestro imagotipo en un rectángulo con las puntas laterales redondeadas. Esta versión la puedes usar cuando no haya mucho espacio para usar el contenedor principal.



-  CONTENEDOR PRINCIPAL
-  CONTENEDOR SECUNDARIO



I M A G O T I P O

USO SOBRE IMÁGENES Y TEXTURAS:

En muchas ocasiones, nuestro imagotipo deberá aplicarse sobre imágenes o texturas. Cuando esto suceda, es importante garantizar siempre el mayor contraste posible, echando mano de las diferentes versiones y usos permitidos del mismo. Usar contenedores para garantizar la correcta lectura del imagotipo siempre será una buena opción.

De acuerdo a la textura en la que se encuentre el imagotipo, podrás usar luces o sombras en la textura **(no en el logo)** para homogeneizarla un poco y hacer más legible nuestra marca.

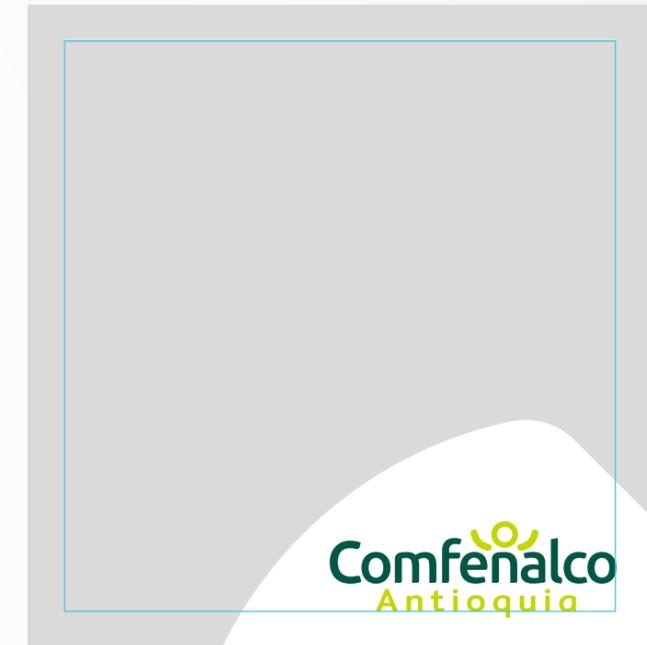


USO EN DIGITAL:

El imagotipo en un contexto digital se tiene los mismos usos que se han explicado a lo largo de este manual. Lo que hay que considerar en estas piezas digitales es su ubicación.

En piezas horizontales o cuadradas (post para redes sociales o banners) debemos procurar que nuestra marca aparezca **alineado a la derecha, sea en la esquina superior o inferior.**

En las aplicaciones digitales no es indispensable utilizar contenedores. Puedes usar únicamente el imagotipo, siempre y cuando tenga **un buen contraste y se garantice su legibilidad.**

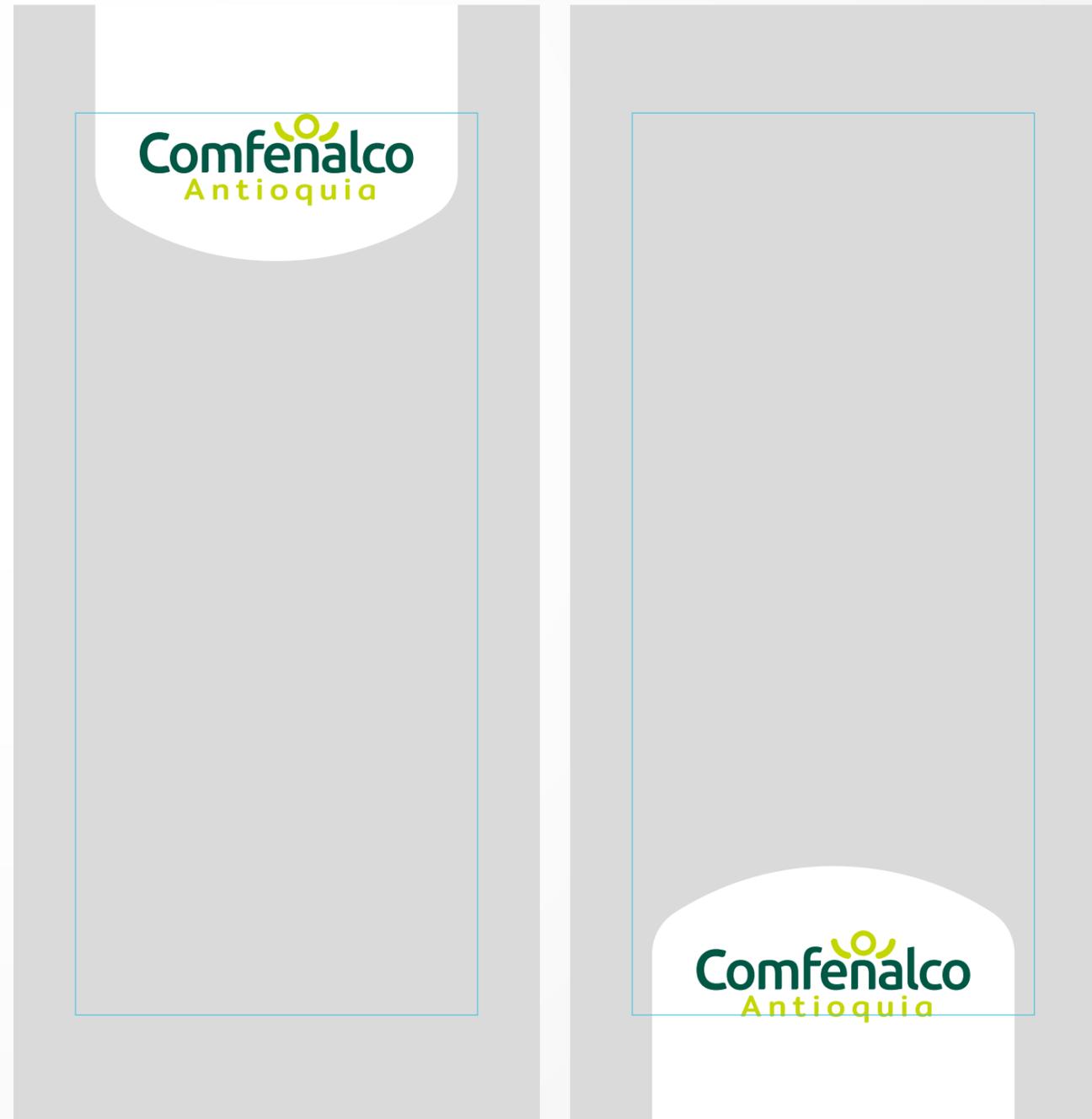


USO EN DIGITAL:

En piezas verticales (historias para Instagram, mailings) aplica la misma indicación, con la única diferencia que por su formato se puede aplicar también alineado al centro. Si vas a optar por hacer la alineación a la derecha, ten siempre como referente l s márgenes de seguridad.

Recuerda siempre verificar las márgenes de seguridad y las medidas de las piezas digitales, para que el imago tipo no se corte al momento de hacer la publicación.

Estas indicaciones para el uso de los contenedores también aplican para las piezas offline.



IMAGOTIPO

USOS PROHIBIDOS:

A continuación hay algunos ejemplos de errores que se pueden cometer con nuestro imagotipo. Todos los usos aquí especificados están prohibidos y no pueden usarse bajo ninguna circunstancia.



~~Comfenalco
Antioquia~~

No está permitido cambiar la expresión del símbolo.



~~Comfenalco
Antioquia~~

No está permitido rotar o inclinar el imagotipo.



~~Comfenalco
Antioquia~~

No está permitido usar contenedores diferentes a los especificados.



~~Comfenalco
Antioquia~~

No está permitido agregar elementos decorativos.



~~Comfenalco
Antioquia~~

No está permitido cambiar la alineación del imagotipo.



~~Comfenalco
Antioquia~~

No está permitido cambiar los colores del imagotipo por alguno diferente a las versiones permitidas.



~~Comfenalco
Antioquia~~

No está permitido aplicar sombras o efectos al imagotipo.



~~Comfenalco
Antioquia~~

No está permitido usar el imagotipo sin alguno de sus elementos.



~~Comfenalco
Antioquia~~

No está permitido distorsionar el imagotipo horizontal ni verticalmente.



~~Comfenalco
Antioquia~~

No está permitido usar degradados en el imagotipo.



~~Comfenalco
Antioquia~~

No está permitido cambiar la tipografía que compone el imagotipo.

Símbolo

Símbolo

SÍMBOLO



USO PRINCIPAL:

El símbolo es una abstracción gráfica de nuestra marca. Sale directamente del imagotipo, y representa una persona con las manos levantadas en señal de felicidad.

El uso principal del símbolo es el que sale del uso principal del imagotipo; es decir: La cabeza y las manos de color verde pistacho y los pies de color verde oscuro.

SÍMBOLO

USO SECUNDARIO:

Si tenemos en cuenta que el símbolo es una abstracción del imagotipo, podemos concluir entonces que sus aplicaciones de color son las mismas. Así que cuando el símbolo se encuentre contextualizado en un fondo como los de los colores de marca, podrás usar alguna de las versiones que aparecen a continuación.



SÍMBOLO

MONOCROMÍA:

Al igual que el imago tipo, nuestro símbolo también puede usarse a una sola tinta de acuerdo a la necesidad. Recuerda que siempre debes procurar escoger la combinación de colores que garantice más contraste.



SÍMBOLO

POSICIONES:

De acuerdo al formato, al espacio de la pieza o con el propósito de darle más dinamismo a los diseños; el símbolo de la marca puede adoptar otra posición, indicada a continuación. Ten presente que en esta aplicación, al símbolo únicamente se le ve una mano, no ambas.

Esta aplicación se podrá utilizar bien sea con la combinación de colores principal, secundaria o en monocromía.



SÍMBOLO

USOS PROHIBIDOS:

A continuación hay algunos ejemplos de errores que se pueden cometer con nuestro símbolo. Todos los usos aquí especificados están prohibidos y no pueden usarse bajo ninguna circunstancia.



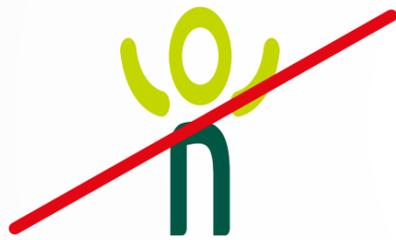
No está permitido agregar elementos decorativos ni de ninguna índole.



No está permitido usar el símbolo sin alguno de sus elementos, a excepción de los especificados en las versiones permitidas.



No está permitido cambiar la expresión o posición del símbolo.



No está permitido distorsionar el símbolo horizontal ni verticalmente.



No está permitido rotar o inclinar el símbolo, a excepción de lo especificado en las versiones permitidas.



No está permitido cambiar los colores del símbolo por alguno diferente a las versiones permitidas.



No está permitido usar degradados en el símbolo.



No está permitido reflejar el símbolo (usarlo en espejo)



No está permitido aplicar sombras o efectos al símbolo.



No está permitido asignar un género al símbolo.



No está permitido poner al símbolo realizando alguna acción o movimiento.

Color

COLORES DE MARCA:

A continuación encontrarás especificados los colores de marca con los que nos gusta identificarnos. Tenemos colores principales, que son los que son protagonistas en el imagotipo, y tenemos colores secundarios o complementarios, que son los que queremos que convivan con los principales para generar la identidad gráfica de nuestra marca.

Siempre que vayas a realizar una pieza gráfica con los colores aquí especificados, procura utilizar las equivalencias exactas de acuerdo al formato en el que se va a publicar.

iRecuerda! Debes usar los colores en equivalencia CMYK para piezas gráficas offline (impresas) y los colores en equivalencia RGB para las piezas web. Los colores Pantone se usan en casos específicos de acuerdo a la producción.



CO L O R

COLORES PRINCIPALES:

Estos son los primeros colores con los que queremos identificar la marca. Son los que conforman el imagotipo en su uso principal y secundario.

VERDE PISTACHO



Pantone 382 C

C: 35 M: 00 Y: 100 K: 00

R: 196 G: 214 B: 00

Hexa: #c4d600

VERDE OSCURO



Pantone 7729 C

C: 95 M: 35 Y: 75 K: 35

R: 00 G: 87 B: 68

Hexa: #005744

COLOR



Pantone 602
C: 10 M: 00 Y: 40 K: 00
R: 237 G: 238 B: 177
Hexa: #edeeb1



Pantone 570
C: 58 M: 00 Y: 46 K: 00
R: 116 G: 193 B: 162
Hexa: #74c1a2



Pantone 360
C: 68 M: 00 Y: 85 K: 00
R: 88 G: 178 B: 80
Hexa: #58b250



Pantone 136
C: 04 M: 29 Y: 75 K: 00
R: 243 G: 188 B: 82
Hexa: #f3bc52



Pantone 157
C: 04 M: 45 Y: 72 K: 00
R: 239 G: 158 B: 82
Hexa: #ef9e52



Pantone 165
C: 00 M: 62 Y: 78 K: 00
R: 237 G: 122 B: 63
Hexa: #ed7a3f



Pantone 7472
C: 64 M: 09 Y: 36 K: 00
R: 94 G: 178 B: 174
Hexa: #5eb2ae



Pantone 2235
C: 75 M: 20 Y: 35 K: 03
R: 51 G: 153 B: 163
Hexa: #3399a3

COLORES SECUNDARIOS:

Estos tienen como objetivo ampliar la gama de colores y generar todo un sistema gráfico. Úsalos para complementar los colores principales o para hacer nuevas propuestas estéticas, conservando siempre la identidad de la marca.

C O L O R

DEGRADADOS:

Estas son algunas combinaciones de color recomendadas para las piezas gráficas. Salen directamente de la paleta de color, y son recomendadas principalmente para fondos.



C: 68 M: 00 Y: 85 K: 00
R: 88 G: 178 B: 80
Hexa: #58b250

C: 95 M: 35 Y: 75 K: 35
R: 00 G: 87 B: 68
Hexa: #005744



C: 58 M: 00 Y: 46 K: 00
R: 116 G: 193 B: 162
Hexa: #74c1a2

C: 75 M: 20 Y: 35 K: 03
R: 51 G: 153 B: 163
Hexa: #3399a3



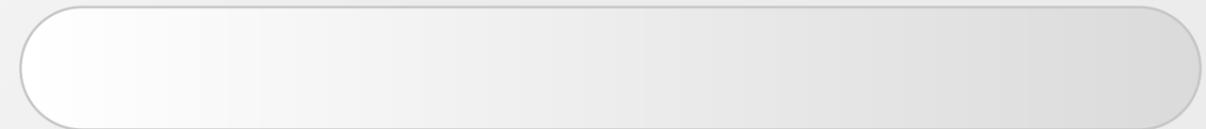
C: 10 M: 00 Y: 40 K: 00
R: 237 G: 238 B: 177
Hexa: #edeeb1

C: 35 M: 00 Y: 100 K: 00
R: 196 G: 214 B: 00
Hexa: #c4d600



C: 04 M: 29 Y: 75 K: 00
R: 243 G: 188 B: 82
Hexa: #f3bc52

C: 00 M: 62 Y: 78 K: 00
R: 237 G: 122 B: 63
Hexa: #ed7a3f



C: 00 M: 00 Y: 00 K: 00
R: 255 G: 255 B: 255
Hexa: #ffffff

C: 00 M: 00 Y: 00 K: 20
R: 218 G: 218 B: 218
Hexa: #dadada

C O L O R

COMBINACIONES DE COLOR:

Estas son algunas de las opciones que tienes para combinar los colores de la marca. Recuerda que estas son solo sugerencias. ¡Puedes crear tus propias combinaciones!

C O L O R

PALETA 1



A photograph of a man and a woman embracing a pregnant woman. The man is on the right, wearing a pink shirt, and the woman is on the left, wearing a dark blue dress. They are all smiling. The background is a bright yellow-green color with a large green circle behind the couple. In the top right corner of the graphic, there is a dark green rounded rectangle containing the text '@comfenalcoant' in white. In the bottom right corner, there is a white curved shape containing the logo for 'Comfenalco Antioquia'. The logo consists of the word 'Comfenalco' in a dark green sans-serif font, with a stylized yellow-green icon above the 'o's, and the word 'Antioquia' in a smaller yellow-green sans-serif font below it.

@comfenalcoant

Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam.

Comfenalco
Antioquia

C O L O R

PALETA 2



@comfenalcoant

Comfenalco
Antioquia

Lorem
ipsum

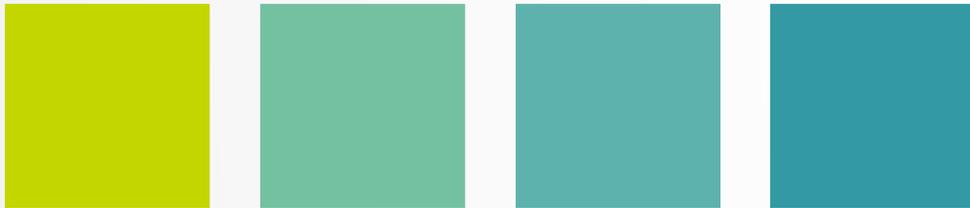
LOREM IPSUM

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



C O L O R

PALETA 3



@comfenalcoant

Comfenalco
Antioquia

LOREM

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod.



Tipografía

Tipografía

TIPOGRAFÍA

En términos generales, nuestra marca cuenta con dos tipografías principales, cada una pensada para darle un uso específico: Una para títulos o destacados, y otra para texto corrido.

Esto no significa que únicamente puedas usar estas tipografías. Puedes usar otras para dar diferentes tonos y acentos a las piezas gráficas, pero las que conocerás a continuación deben ser siempre las protagonistas.

Puedes usar las tipografías corporativas de manera diferente a la que está aquí especificada. Siempre y cuando tus propuestas mantengan la identidad de marca **ideja** **volar tu imaginación!**



CATAMARÁN

A B C D E F G H I J K L M
N O P R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o
p r s t u v w x y z

0123456789

PARA TEXTO CORRIDO



ExtraLight
Thin
Light
Regular
Medium
SemiBold
Bold
ExtraBold
Black

MITR

A B C D E F G H I J K
L M N O P R S T U V W
X Y Z

a b c d e f g h i j k l
m n o p r s t u v w x
y z

0123456789

PARA TÍTULOS



ExtraLight
Light
Regular
Medium
SemiBold
Bold

USO SUGERIDO:

Procura siempre utilizar nuestras tipografías para jerarquizar la información, y así facilitar la entrega del mensaje o hacerlo más contundente.

Utiliza los pesos visuales de los bloques de texto y no seas tímido a la hora de jugar con el espaciado de las letras. Esto hará que los mensajes tengan una estética y un ritmo de lectura diferentes. A continuación hay algunos ejemplos.

iRecuerda! El uso de la tipografía que proponemos aquí es únicamente es una sugerencia. Puedes usar las fuentes para títulos o para bloques de texto de acuerdo a las necesidades del mensaje.



EJEMPLO 1

**LOREM
IPSUM**
Sed diam nonummy nibh

EJEMPLO 2

NONUMMY NIBH
Lorem ipsum
Sed diam nonummy nibh

EJEMPLO 3

NONUMMY NIBH
LOREM
Sed diam nonummy nibh
IPSUM

Fotografía e imágenes

Fotografía

FOTOGRAFÍA

Es importante que las imágenes que usamos reflejen una actitud o una emoción acorde con la marca y con la pieza gráfica que estemos desarrollando; pero no es necesario que dichas imágenes se muestren en su manera original ni encerradas dentro de un contenedor. Podemos explorar diferentes formas de aplicarlas e intervenirlas. En este apartado encontrarás diferentes propuestas para el uso de las imágenes y algunos ejemplos reales de piezas que ya hemos realizado.

No tengas miedo de proponer usos diferentes para las imágenes a los aquí expresados. Estos son únicamente lineamientos, pero **ino cohibas tu creatividad!**



IMAGEN ORIGINAL:

Una de las opciones que tienes para usar las imágenes, es usarla “original”, es decir, sin ninguna intervención gráfica extra. Siempre ten en cuenta que, por más natural que quieras que se vea la imagen, será necesario que le hagas algunos ajustes de color, en términos de saturación, iluminación, contraste, etc.

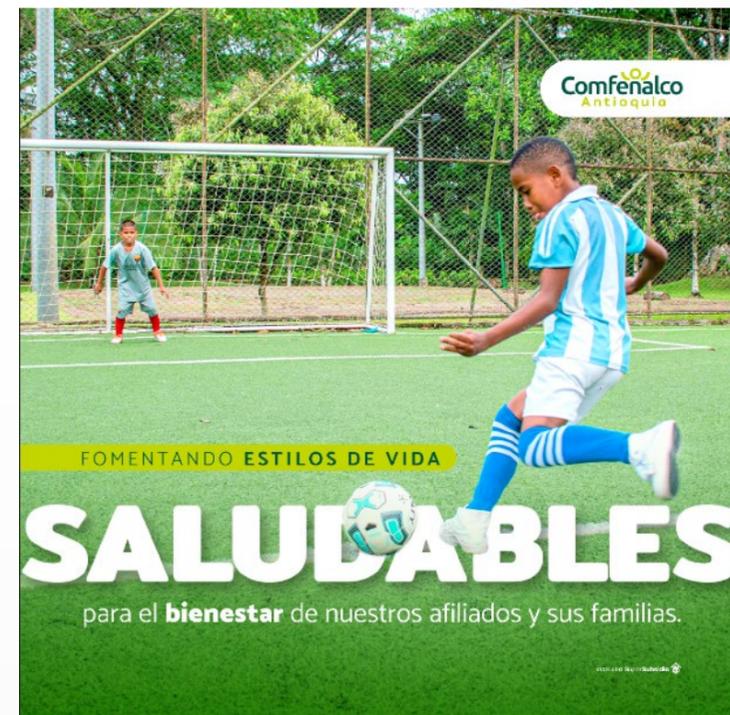
En la medida de las posibilidades, procura que las imágenes que uses para las piezas sean propias. En caso de tener que usar imágenes de banco, intenta que los modelos tengas rasgos latinos.



FOTOGRAFÍA



ALGUNOS EJEMPLOS



SILUETEADA SOBRE FONDO PLANO:

Otro recurso que puedes utilizar, es aislar a los modelos de la imagen de su contexto. Esto con el fin de darle más protagonismo a los colores corporativos o para tener mayor espacio y contraste para el texto o los logos.

Este recurso normalmente hace que la gráfica de la pieza sea más dinámica y más juvenil.



FOTOGRAFÍA

ALGUNOS EJEMPLOS



SILUETEADA SOBRE FONDO CON FILTRO:

Cuando no quieras dejar sin contexto a los modelos de la imagen, lo que puedes hacer es aplicar un filtro de color únicamente al fondo. Así logras darle más protagonismo a la expresión de las personas, y dejas en segundo plano a los elementos que no aportan tanto significado a la pieza. Ten en cuenta que con este recurso, hay que tener un poco más de cuidado con el contraste de textos y logos.



FOTOGRAFÍA



ALGUNOS EJEMPLOS



IMAGEN COMPLETA CON FILTRO:

También puedes aplicar un filtro a la imagen completa. Procura siempre que los colores que apliques hagan parte de la paleta de color de la marca (colores principales o secundarios).

Este recurso es ideal para dar acentos de color y resaltar elementos de la pieza; sea en el mensaje o en la imagen.



FOTOGRAFÍA

ALGUNOS EJEMPLOS

Para estar cerca de nuestras empresas, hemos creado una herramienta que les permitirá consultar los servicios empresariales tarifados y **cotizarlos en línea.**

¡NUEVO!
COTIZADOR
ONLINE

CONÓCELO HACIENDO **CLIC AQUÍ**

Comfenalco
Antioquia

VIGILADO SuperSubsidio

OTRA VERSIÓN

TALENTOS
< DIGITALES >
Mentes detrás del código

El Empleo es un Leado | Ministerio del Trabajo

Servicio de Empleo

Comfenalco
Antioquia

KEY VISUAL

TALENTOS
< DIGITALES >
Mentes detrás del código

El Empleo es un Leado | Ministerio del Trabajo

Servicio de Empleo

Comfenalco
Antioquia

AJUSTES DE COLOR EN LA IMAGEN:

De acuerdo a la imagen que estés utilizando, puedes ajustarla, entonando una o varias partes de la imagen a alguno de los colores corporativos. Te recomendamos que el color que vayas a aplicar a la imagen sea uno de los que hacen parte del diseño que estás trabajando, para que combine de una forma más armoniosa.



FOTOGRAFÍA

ALGUNOS EJEMPLOS



Vectores

Vectores

VECTORES

Otra opción que tiene la marca para expresarse es por medio de ilustraciones vectoriales, que pueden ser bajadas de bancos de imágenes. Lo realmente importante es que las ilustraciones cumplan con las características que veremos en este apartado, con el fin de poder mantener la esencia de nuestra marca.

Estas son ilustraciones sin contornos, dónde los personajes tienen una expresión o están realizando una acción que está acorde con la pieza que estamos desarrollando o con la marca en general. En estas, es importante que aparezcan como protagonistas los colores de la marca (sean los principales o los secundarios).

Para facilitar que nuestro público reconozca la acción que está realizando el personaje de la ilustración, puedes echar mano de elementos para ambientar (en este caso los libros y las burbujas de texto). Procura que estos elementos de ambientación no sean demasiados, para que no saturen la imagen y para que no le roben protagonismo al personaje.

Asegúrate de usar sombras o superficies para ubicar a los personajes, de manera que no parezcan “flotando”.



VECTORES

También puedes usar ilustraciones en las que los personajes no tengan expresión en el rostro. en estos casos debes considerar que los personajes deben estar haciendo una acción que sea fácilmente reconocible.

Para dar más protagonismo a la ilustración como tal, puedes usar los elementos de ambientación en contornos.

Puedes usar las formas y elementos de la marca en el fondo para contextualizar aún más las ilustraciones en nuestra línea gráfica.



VECTORES

Además, puedes usar ilustraciones que representen un concepto, más que una acción. En estas no es necesario que aparezcan personajes humanos, y tampoco es necesario que las imágenes guarden proporciones ni tamaños realistas.

A continuación verás dos ejemplos que explican mejor la idea anterior.

CONCEPTO: AHORRO



CONCEPTO: ARTE Y CULTURA



Elementos gráficos

Elementos

ELEMENTOS GRÁFICOS

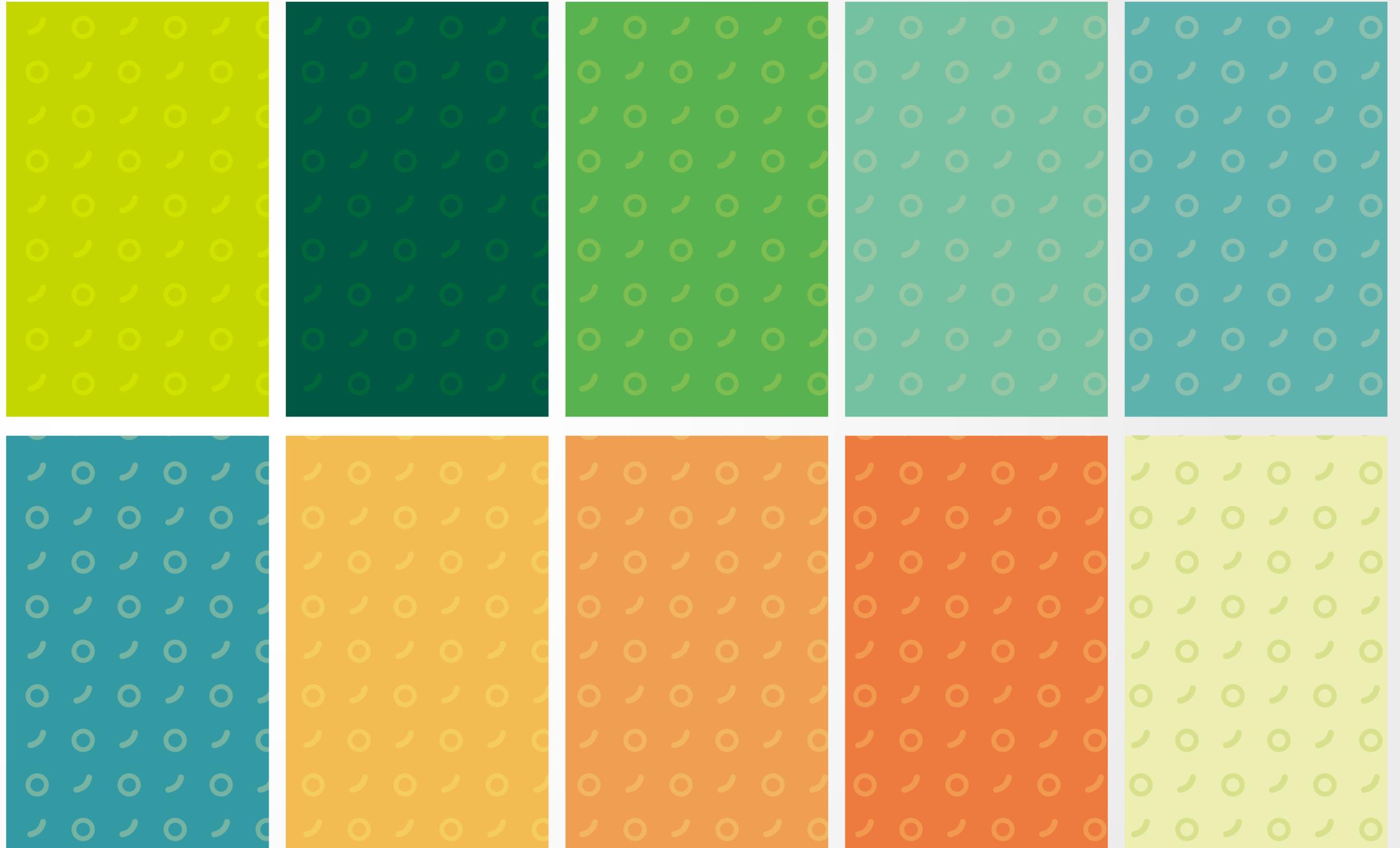
Los elementos con que encontrarás a continuación son complementos al sistema gráfico. Constan de formas, diagramaciones o patrones que están desligadas de los elementos de la marca. Úsalos como adición a los diseños que estés desarrollando.

En la implementación de los elementos que vas a encontrar a continuación, puedes jugar con los modos de fusión y las opacidades para lograr el tono que más convenga a la pieza. Recuerda que estos elementos son complementos, no protagonistas.



ELEMENTOS GRÁFICOS

TEXTURAS



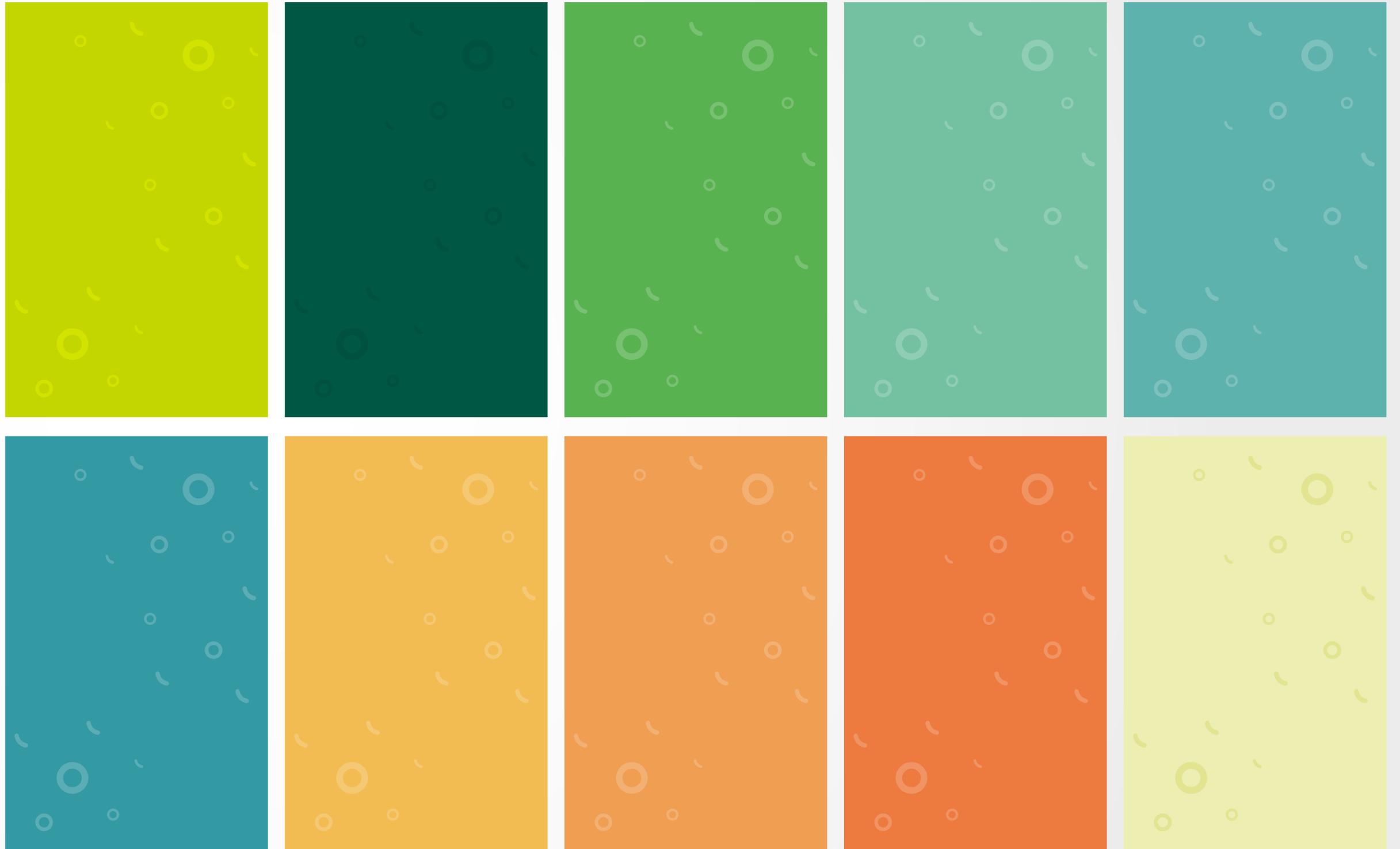
ELEMENTOS GRÁFICOS

TEXTURAS



ELEMENTOS GRÁFICOS

TEXTURAS



FORMAS:

Las formas aquí definidas son sacadas directamente del símbolo de marca, pero recuerda que puedes usar otras formas de acuerdo a la propuestas que estés desarrollando. Procura usar formas más orgánicas o con puntas redondeadas para que las piezas se vean más amigables.

Estas formas las puedes usar como fondo o como contenedores de acuerdo a la necesidad. Además, puedes usarlas completas o sangradas, como vector o intervenirlas con imágenes o texturas.



ELEMENTOS GRÁFICOS

ALGUNOS EJEMPLOS



ICONOGRAFÍA:

Este es un elemento muy recurrido en nuestra marca. Más que indicarte cuáles pueden usarse y cuáles no, este apartado pretende mostrarte cómo puedes construir la iconografía que cumpla con la función que estás necesitando.

Lo que debes tener en cuenta es usar líneas sin relleno, que conceptualice la idea que quieres expresar pero que a su vez, la forma no sea muy compleja.

A continuación hay varios ejemplos, que te mostrarán algunos íconos que ya hemos implementado.

De acuerdo al diseño, puedes usar la iconografía con los colores de la marca o en monocromía. Los que están aquí plasmados están solo un ejemplo de las cosas que puedes hacer.



Zonas de picnic



Alquiler de botes



Mariposario



Senderos ecológicos



Juegos infantiles



Miradores



Jacuzzi



Museo entomológico

Aplicaciones

Aplicaciones

A P L I C A C I O N E S

A continuación, encontrarás algunas propuestas de diseño que te pueden servir para desarrollar piezas que son comunes para nuestra marca. Ten en cuenta que estas propuestas están hechas con una gráfica corporativa, pero que pueden adoptar la línea visual de campañas específicas, según la necesidad.

Las piezas aquí expuestas son solamente una muestra de las que puedes desarrollar. Úsalas como un referente pero no tengas miedo de hacer tus propias propuestas!



APLICACIONES

E - CARD Y MAILING:

Son piezas digitales, y la diferencia entre la una y la otra es el método de envío. La e-card puede enviarse por whatsapp o por otros medios, mientras que la otra se envía por correo electrónico y puede estar enlazado a una página web o a otro vínculo.

Tamaño: 800 x 1000 px. (La altura de la pieza puede variar según necesidad)



APLICACIONES

AFICHE:

Esta es una pieza off line que se usa en casos muy puntuales, normalmente para implementar en carteleras o espacios comunes y sirve para comunicar mucha información.

Tamaño: 21,5 x 27,9 cm (carta) - 27,9 x 43,1 cm (tabloide)



VIGILADO SuperSubsidio

@comfenalcoant

Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam.

Lorem ipsum

00

Lorem ipsum

www.comfenalcoantioquia.com.co

Comfenalco
Antioquia



VALLAS:

Son piezas de gran formato en la que se cuentan noticias y mensajes muy puntuales. Ten en cuenta que el mensaje debe ser corto y conciso, y procura que el fondo de la valla sea más claro que el texto.

Tamaño: 12 x 4 mt - 10 x 4 m.



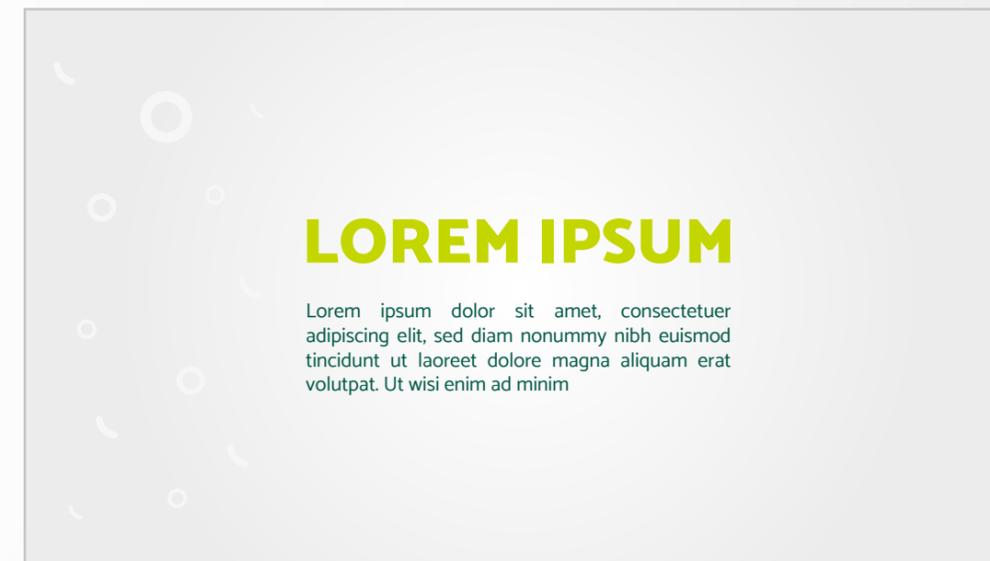
En algunas ocasiones, las vallas pueden ser cuadradas o verticales. Asegúrate de tener la medida correcta antes de enviarla a producción.

APLICACIONES

PRESENTACIÓN DE POWER POINT:

Esta es una pieza de varias caras. Sirve para presentar proyectos o informes y al igual que todas las anteriores, pueden tomar la gráfica específica de cada campaña.

Tamaño: 1360 x 768 px



APLICACIONES

TEXTILES:

Son piezas pensadas para las personas que hacen parte de nuestra organización. Es importante especificar que el color de la camisa debe ser el más parecido al **Pantone 382 C** y que el color de la impresión debe ser el **Pantone 7729 C**.



Pantone 382 C



Pantone 7729 C



VEHÍCULOS:

Esta es la manera en la que se deben intervenir los vehículos institucionales. Al igual que las camisetas, los colores de los vinilos deben ser los más parecido a los corporativos.



Pantone 382 C



Pantone 7729 C



El diseño de los vehículos es el mismo por ambos lados.



VEHÍCULOS:

Esta es la manera en la que se deben intervenir los vehículos institucionales. Al igual que las camisetas, los colores de los vinilos deben ser los más parecido a los corporativos.



Pantone 382 C



Pantone 7729 C



El diseño de los vehículos es el mismo por ambos lados.

