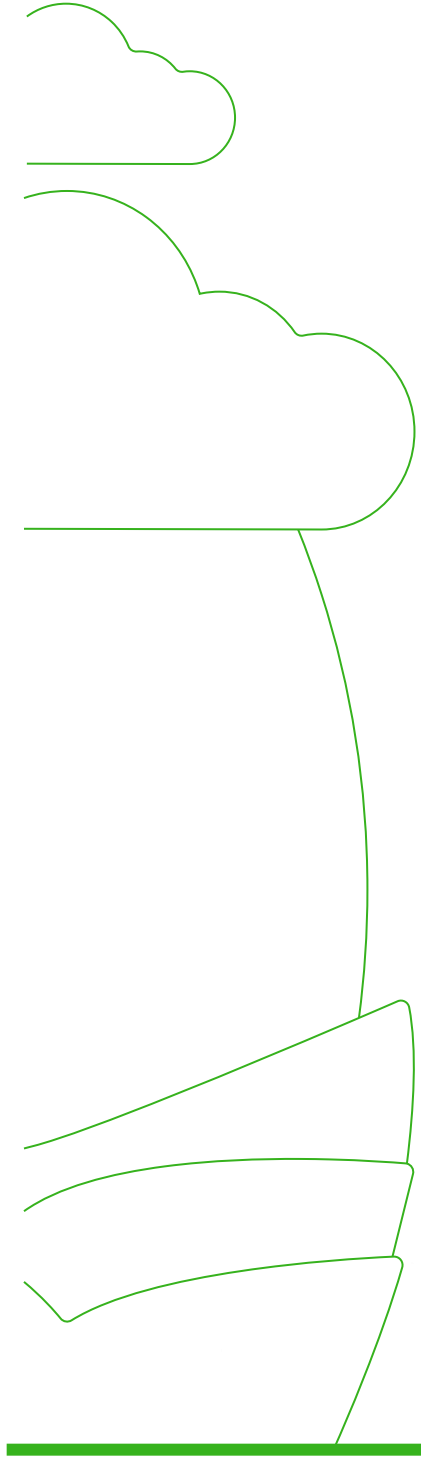
COMITÉ TURÍSTICO

TEXACUANGOS

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

2018





MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA 2018 PARA

COMITÉ TURISTICO TEXACUANGOS

Este documento fue desarrollado y producido por La Escuela de Artes
a través del Seminario de procesos de grado 2017.

Ciudad Universitaria, El Salvador, 2018.

Investigación a cargo de:
Arévalo Carranza, Mercedes Mabel
Figueroa Reyes, Ana Yamileth
Servellon Rodas, Yasmin Yossibeth

Edición
Diseño y diagramación
Fotografías

© Todos los derechos reservados.
Se permite la reproducción total o parcial de este documento electrónico, mecánico, copia u otros, con autorización previa y por escrito de los titulares del copyright.
(Universidad de El Salvador, Facultad de Ciencias y Humanidades, Escuela de Artes)
La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

PRESENTACIÓN

El presente documento recoge los elementos que constituyen la Identidad Corporativa del Comité Turístico Texacuangos. El cual establece los componentes visuales de la marca, además incorpora el elemento conceptual que le da origen a la personalidad de la misma.

El manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y la aplicación gráfica de la Identidad Corporativa del CTT, cada una de ellas diseñadas con base en las necesidades de los integrantes del Comité .

Debe ser por tanto un instrumento presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa, el correcto uso contribuirá a que se cumpla el objetivo de establecer en el mercado una imagen sólida y fácil de ser identificada.

Las direcciones que contiene este instrumento no pretenden restringir la creatividad del Comité sino ser una utencilio que trabaje en conjunto con las posibilidades creativas de comunicar su trabajo.

COMITÉ TURÍSTICO

TEXACUANGOS

Es una conformación grupal de artesanos y productores locales pertenecientes al municipio de Santiago Texacuangos, quienes deciden en el año 2017 agruparse para coordinar pertinentemente emprendimientos y realizar las gestiones para impulsar y fomentar su labor de producción y su desarrollo permanentemente.

El Comité promueve el desarrollo turístico local mediante la proyección de actividades que fomentan su reconocimiento en el sector turístico, además de ser una organización que apuesta por la producción propia mediante el emprendedurismo.







MISIÓN

Promover y fortalecer la consolidación de Comité Turístico Texacuangos que induzca a la participación e interés de la actividad turística y emprendedora de Santiago Texacuangos y que a su vez garantice el potencial de las actividades a través de la práctica del arte, cultura, artesanía y gastronomía generando un mayor desarrollo socio-económico a los habitantes

VISIÓN

Hacer de Santiago Texacuangos un destino turístico altamente competitivo, proyectando sus costumbres y actividades locales por medio de su producción local para obtener la excelencia a través del trabajo en conjunto de todos los participantes que conforman el Comité Turístico Texacuangos.

CONTENIDO

DEFINICIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

Marca 10
El Imagotipo 11
Retícula 12
Zona de retención y reductibilidad 13
Paleta crómatica primaria 14
Paleta crómatica secundaria 15
Tipografía corporativa 16

NORMAS PARA EL BUEN USO

Versiones correctas 18
Versiones monocromáticas a color 19
Versión en negativo 20
Imagotipo sobre fondo fotográfico oscuro 21
Imagotipo sobre fondo fotográfico claro 22
Aplicación incorrecta de la marca 23

APLICACIONES DE MARCA

Papelería Corporativa 26
Artículo Corporativo 30
Papelería Publicitaria 31
Artículos Promocionales 33

TERMINOLOGÍA

IDENTIDAD CORPORATIVA

Son todos los elementos externos que conforman la personalidad de una empresa y que le ofrecen un valor diferenciador con respecto a su competencia. Debe ser sólida y coherente con el producto o empresa que se quiera comunicar y generar máxima confianza en el público.

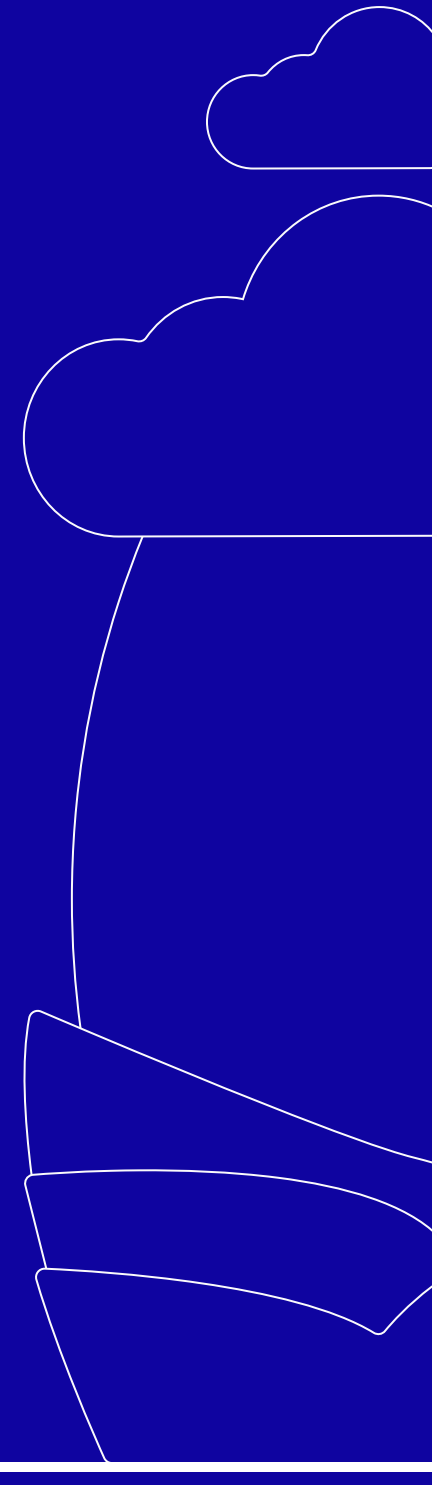
MARCA

La palabra con la que identificamos todo el conjunto de valores de un producto, empresa, organización o institución de esta manera la posicionamos en nuestra mente respecto al resto de marcas de la misma categoría.

IMAGOTIPO

Se llama imagotipo a la unión del isotipo y el logotipo con los que se identifica a una marca. El isotipo es el elemento gráfico que sirve para reforzar la imagen de la empresa en busca de la fácil memorización. El logotipo es únicamente la tipografía que denota el nombre de la marca.

DEFINICIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA



MARCA

El Imagotipo del Comité Turístico Texacuangos es la representación gráfica de la marca constituyendo su esencia. Está construida por un isotipo y un logotipo, ambos componentes se pueden representar de forma individual y de igual manera mantiene su funcionalidad.
El imagotipo o solo el isotipo serán aplicados para uso de promocionales, además publicidad impresa y digital. El Isotipo será para uso de papelería corporativa y pelería publicitaria.



COMITÉ TURÍSTICO
TEXACUANGOS

EL IMAGOTIPO

ISOTIPO



COMITÉ TURÍSTICO
TEXACUANGOS

LOGOTIPO

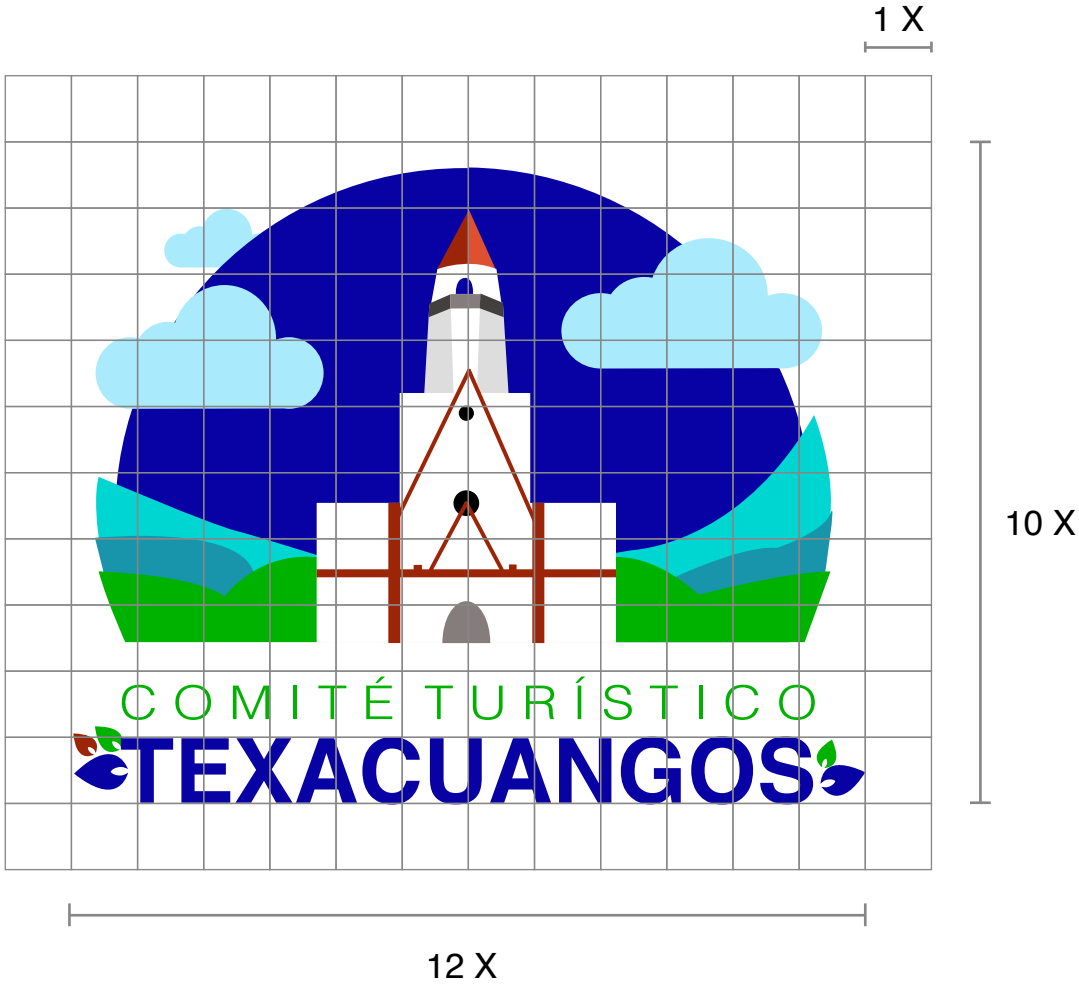
El Isotipo

Se representa dentro de un semicirculo la idea de una vista panoramica al lago de Ilopango, en primer plano se encuenta la iglesia de Santiago texacuangos ubicada en el centro del municipio y en el ultimo plano se puede apreciar el paisaje con sus cielos despejados y nubes que brindad vistosidad al mismo.

El logotipo

Es el nombre del Comité en el cual se resalta la palabra "Texacuangos" haciendo uso de una tipografía que se acompla con el estilo del isotipo junto con el detalle de cinco hojas de la misma gama de colores.

RETÍCULA



La retícula tiene por objeto establecer las proporciones del imagotipo, así mismo sirve para constatar si hay distorciones en el mismo a partir de la réplica o reproducción. Guiándose por ella se podrá reproducir la marca de manera adecuada.

La unidad de la medida “x” se extiende a lo largo y ancho del imagotipo tomando como base la “O” de la palabra Texacuangos. La proproción de la retícula es de 12x10 X.

ZONA DE RETENCIÓN



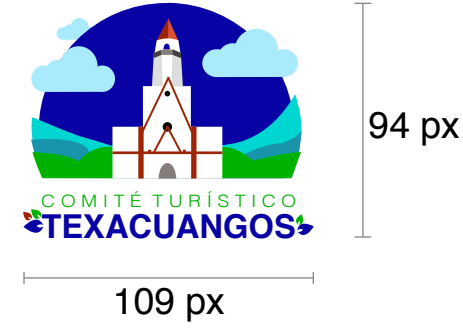
Establecer la zona de retención de la marca asegura la independencia visual de la misma respecto al resto de elementos a su alrededor ya que estos son los espacios mínimos que se han de conservar limpios. Respetarlo asegurará su inmediata identificación.

REDUCTIBILIDAD

Tamaño mínimo para impresos



Tamaño mínimo para web



Respetar un tamaño mínimo de reproducción para impresión o web es fundamental para garantizar la correcta legibilidad del imagotipo.

PALETA CROMÁTICA PRIMARIA

COLOR PRIMARIO

PANTONE BLUE 0272C

C:100% M:91% Y:11% K:2%

R:15 G:4 B:160

#0F04A0

COLOR SECUNDARIO

PANTONE 354C

C:77% M:0% Y:100% K:0%

R:0 G:178 B:0

#00B200

COLOR TERCIARIO

PANTONE 317C

C:33% M:0% Y:5% K:0%

R:169 G:234 B:252

#A9EAFC

PALETA CROMÁTICA SECUNDARIA

PANTONE 7459C

C:78% M:21% Y:28% K:4%

R:24 G:149 B:171

#18995AB

PANTONE 3252C

C:66% M:0% Y:28% K:0%

R:0 G:214 B:209

#00D6D1

PANTONE 7628 C

C:2% M:95% Y:100% K:23%

R:157 G:37 B:23

#9D2507

PANTONE 446 C

C:63% M:57% Y:53% K:57%

R:67 G:63 B:63

#433F3F

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

El logotipo se ha elaborado partiendo de la tipografía "Helvetica" en su versión Light para el texto "Comité Turístico" y la versión Bold para "Texacuangos"

En la redacción de documentación formal, tales como: cartas, solicitudes, actas y otras que se consideren de suma formalidad se deberá usar la misma tipografía en cualquiera de sus adaptaciones, como uso sugerido la versión Bold para títulos y la versión regular para el contenido.

Así mismo se sugiere seguir esta tipografía para uso de publicidad impresa o digital para respetar la línea gráfica.

HELVÉTICA

LIGHT

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
¡! ¿? $ % & / ()

LIGHT OBLIQUE

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
¡! ¿? $ % & / ()

REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
¡! ¿? $ % & / ()

OBLIQUE

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
¡! ¿? $ % & / ()

BOLD

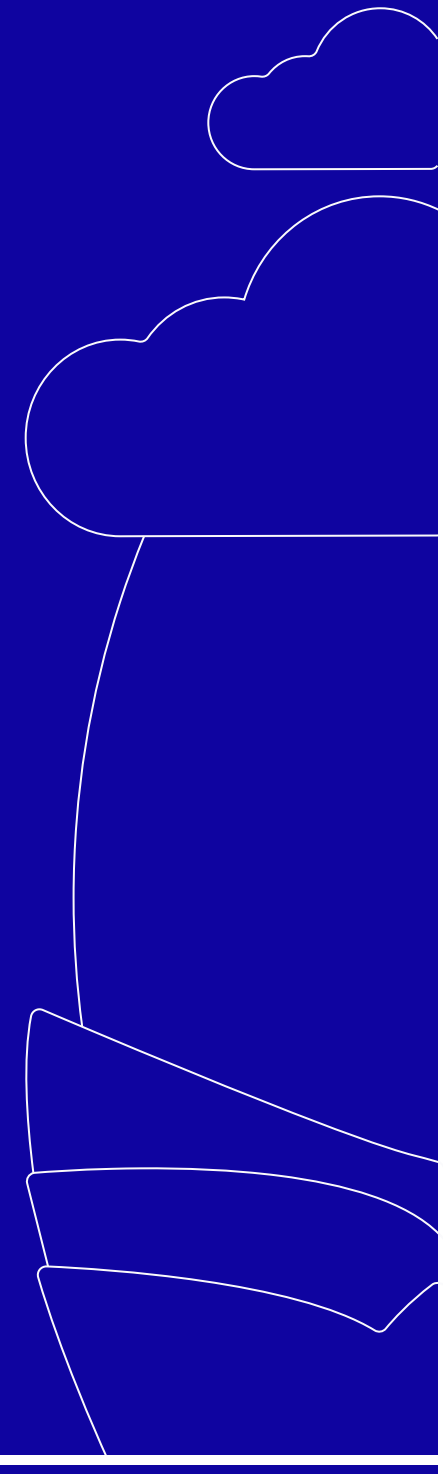
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
¡! ¿? $ % & / ()

BOLD OBLIQUE

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
¡! ¿? $ % & / ()

NORMAS PARA EL
BUEN USO

Emplear de forma correcta la marca siguiendo las indicaciones hace posible el alto impacto y retención de la Identidad Corporativa.



VERSIONES CORRECTAS

Se aplicará el imagotipo en su versión principal o en cualquiera de sus aplicaciones es decir isotipo o logotipo, según el caso lo amerite, en circunstancias de no poder reproducirlo a todo color se muestra la correcta versión monocromática.

IMAGOTIPO



ISOTIPO



LOGOTIPO



IMAGOTIPO
MONOCROMÁTICO



ISOTIPO
MONOCROMÁTICO



LOGOTIPO
MONOCROMÁTICO



VERSIÓN MONOCROMÁTICA A COLOR

De igual manera para reproducciones monocromáticas el color azul y rojo retomados de la paleta cromática principal pueden ser utilizados para cualquiera de sus versiones, imagotipo, isotipo o logotipo.



VERSION EN NEGATIVO

Siempre y cuando sean utilizados los colores de la paleta cromática y asegurando el contraste para una mayor legibilidad el logo puede ser usado en negativo.



IMAGOTIPO SOBRE FONDO FOTOGRÁFICO OSCURO





IMAGOTIPO SOBRE FONDO FOTOGRÁFICO CLARO





APLICACIÓN INCORRECTA DE LA MARCA

La presentación de la marca debe ser reproducida cuidadosamente. Su uso incorrecto puede ser negativo para el proceso de identificación al transmitir mensaje confusos.

A continuación se ilustran ejemplos de usos incorrectos del imagotipo que bajo ninguna condición deberán utilizarse.

CAMBIO DE COLORES



USO DE OTRA TIPOGRAFÍA



OCULTACIÓN DE ELEMENTOS



APLICACIÓN INCORRECTA DE LA MARCA

DEFORMACIÓN



ESPACIADO INAPROPIADO



RESOLUCIÓN INADECUADA



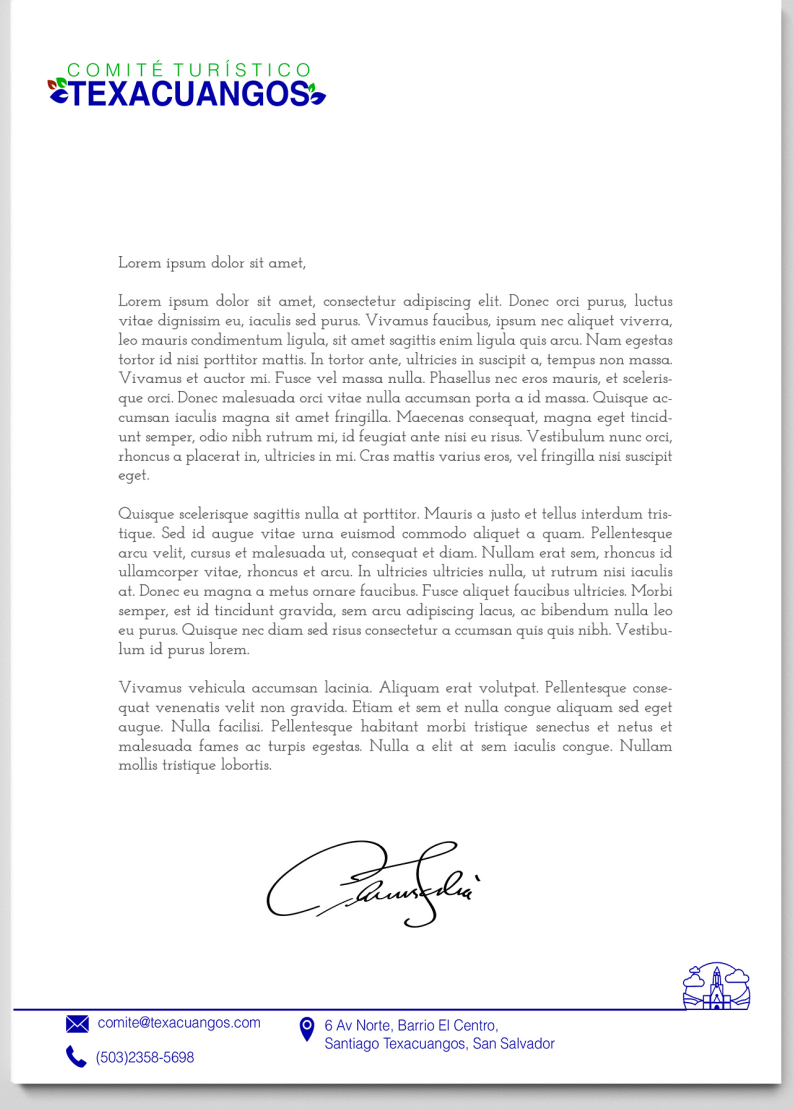
APLICACIONES
DE MARCA

Aplicaciones de la marca sobre distintos soportes con la finalidad de su correcta representación y así mantener una coherencia gráfica con la identidad corporativa.

PAPELERÍA CORPORATIVA

HOJA MEMBRETADA TAMAÑO CARTA

11 X 8.5”



TARJETAS DE PRESENTACIÓN

3.5 X 2”



CARPETA CORPORATIVA
12.5 X 9”




COMITÉ TURÍSTICO
TEXACUANGOS
6 AV NORTE, BARRIO EL CENTRO, SANTIAGO TEXACUANGOS,
SAN SALVADOR.
2586-4875
CONTACTO@COMITETURISTICO.COM

ARTÍCULO CORPORATIVO

SELLO CON LOGOTIPO



PAPELERÍA PUBLICITARIA

TRÍPTICO TAMAÑO CARTA

11 X 8.5”



ETIQUETA PARA IDENTFICAR PRODUCTOS

3.5 X 2”



ARTÍCULOS PROMOCIONALES

TAZA CERÁMICA SUBLIMADA CON IMAGOTIPO



CAMISAPARA MUJER



*FOTOGRAFÍA CON FINES ILUSTRATIVOS

CAMISA PARA HOMBRE



*FOTOGRAFÍA CON FINES ILUSTRATIVOS


COMITÉ TURÍSTICO
TEXACUANGOS