



Manual de Identidad Corporativa

MARCA GRÁFICA



El presente manual contiene los lineamientos de manejo de la marca **Energía de Pereira**, como un sistema que asegura su identidad visual en todos sus aspectos, por esto es importante respetar las normas que aquí se encuentran.



(Imagotipo)



(Logotipo)

El imagotipo y el logotipo siempre deben ir juntos para formar la marca gráfica.

TIPOGRAFÍA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

(FuturaBook)

COLORES CORPORATIVOS



C: 5
M: 70
Y: 100
K: 0

R: 230
G: 110
B: 35

PANTONE
solid coated
1665C



C: 50
M: 8
Y: 100
K: 15

R: 115
G: 160
B: 55

PANTONE
solid coated
370C



C: 5
M: 100
Y: 100
K: 0

R: 220
G: 30
B: 40

PANTONE
solid coated
1797C

Códigos de referencia.

CMYK: Código de color para impresión.

RGB: Código de color para visualización en pantallas.

ESCALA DE GRISES



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 54

R: 117
G: 117
B: 117



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 41

R: 151
G: 151
B: 151



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 72

R: 72
G: 72
B: 72

Códigos de referencia.

CMYK: Código de color para impresión.

RGB: Código de color para visualización en pantallas.

PROPORCIONES



Las proporciones que aquí se detallan, se deben respetar en todas las reproducciones de la marca.



Estas medidas podrán cambiar teniendo en cuenta que se deberá guardar una proporción

ZONA DE PROTECCIÓN



El logotipo necesita una zona mínima de espacio al que no pueden acercarse otros elementos como: Logotipos, imágenes, bordes de página etc.

Esta distancia está representada por la constante x .

TAMAÑOS MÍNIMOS



Reducción mínima basada en la tarjeta de presentación

La reducción máxima de refiere al mínimo tamaño al que se debe reproducir la marca gráfica, para que esta y todos sus elementos visuales sean identificables.

NORMA CROMÁTICA

MONOCROMÍA/POSITIVO/NEGATIVO

Figuras columna 1



Figuras columna 2



En caso de limitaciones técnicas o de color, se utilizará la versión del logotipo en monocromía, y en caso de fondos del mismo color.

Aplicación en negativo. (figuras columna 1).

Aplicación en positivo. (figuras columna 2).

USOS INCORRECTOS

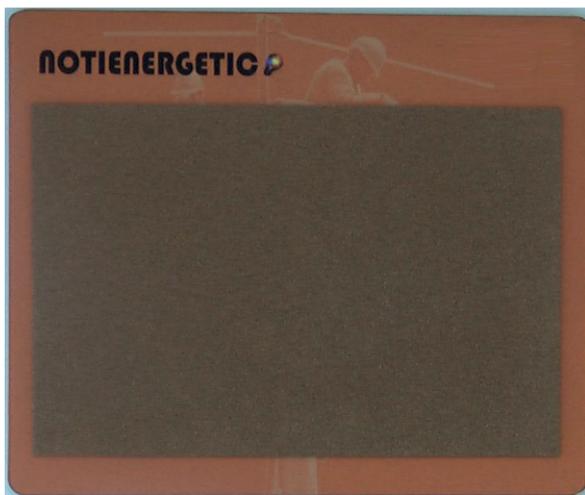


1. Modificación de la tipografía.
2. Cambio de color.
3. Deformación de la proporción.
4. Utilizar outline para el logotipo
5. Rotación del logotipo.
6. Movimiento de alguno de sus elementos.

No se debe alterar el logotipo, esto ayudará a mantener la identidad visual de la empresa, si no conoce por completo este manual, procure observar el manejo de piezas oficiales para entender la línea de estilo y las guías de su manejo

ELEMENTOS INSTITUCIONALES

CARTELERAS



Teniendo en cuenta que las carteleras institucionales son un medio de comunicación tanto interno como externo, la información que se publique en ellas debe ser administrada por el Gestor de Comunicaciones de la Empresa o por quien la Gerencia delegue para tal fin.

PLANTILLAS PRESENTACIONES



Las presentaciones pueden ser modificables por la Gerencia de Planeación, área de comunicaciones, de forma trimestral o anual. Respetando los lineamientos y colores corporativos de la empresa.

VEHICULOS



Especificaciones

Medidas

Logo – 60 cm x 40 cm

Número del contrato, o la orden de servicio u oferta mercantil

Línea de atención al usuario 115

Logo empresa contratista



Los vehículos deben tener el logo en los lados laterales de las puertas, dependiendo donde estén ubicadas las placas. Si el vehículo es de una sola cabina y carrocería con carpa, este debe tener el logo en ambos lados de las puertas o de la carpa, no necesariamente marcado sobre esta.

Toda valla y/o publicidad que tengan las empresas contratistas, deben tener el logo de Energía de Pereira visible y encabezando toda publicación, seguido del logo de la empresa contratista, teniendo en cuenta que son dos logos por vehículo.

Como no se debe usar el logo

El logo no debe usarse en el capó del vehículo, en esa parte no es visible para el ciudadano de a pie. No debe usarse en el techo del vehículo.

Otra publicidad

Los vehículos que trabajan para la Empresa de Energía de Pereira, solo deben tener visible el logo de la compañía , con su respectiva información y de la empresa contratista, no puede tener ninguna otra información que no sea acorde con la labor prestada.

La razón de ser de la Empresa de Energía, es brindar este servicio como su nombre lo dice, No otros servicios que no sean relacionados con energía, ejemplo: Publicidad de restaurantes, bares, heladerías, papelerías, confiterías entre otras.

BANDERAS



Manual de Identidad
Corporativa

Código. EST. EST. MA05

Versión: 2