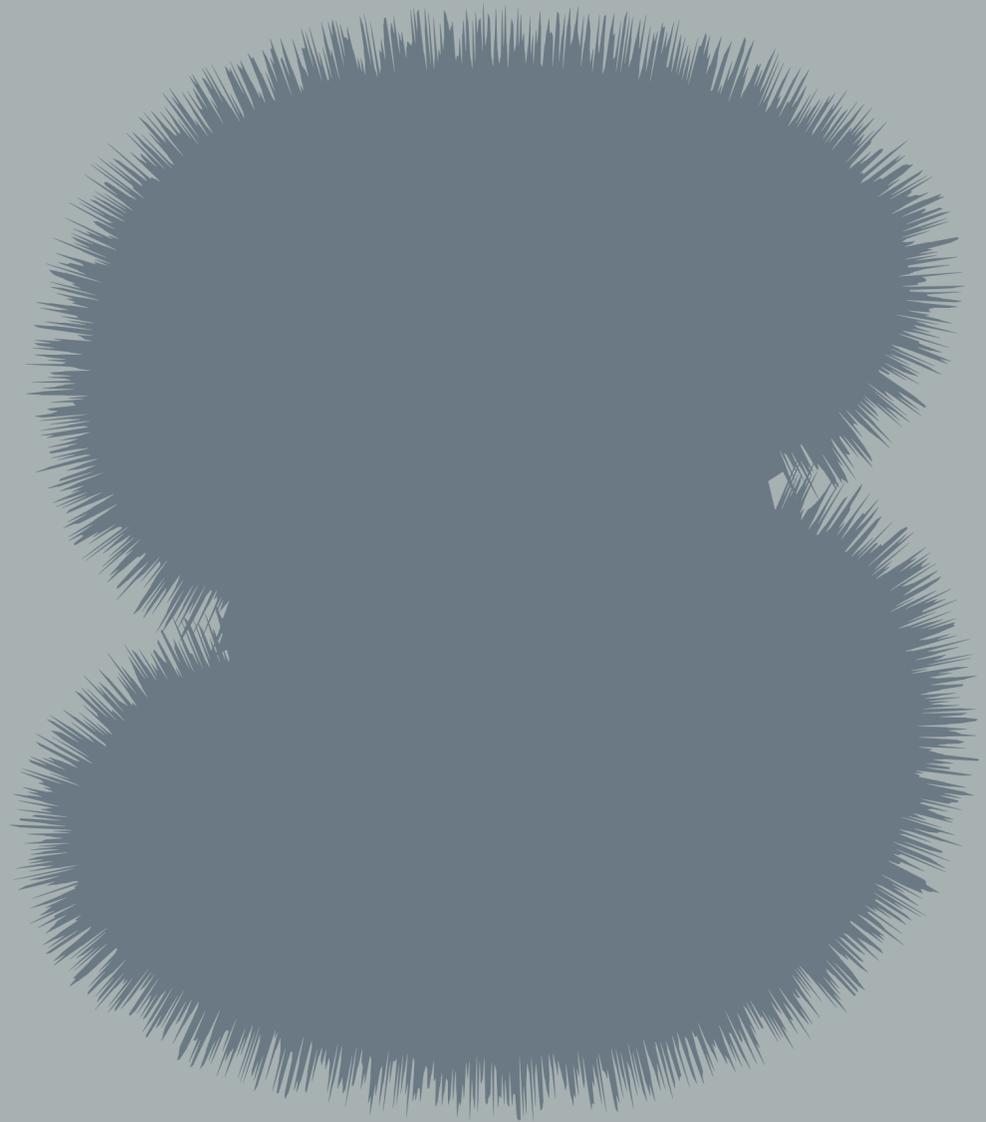


EN UN **OASIS**

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



A. LA MARCA

- A.1 / Conceptos
- A.2 /
- A.3 /
- A.4 /

C. USABILIDAD

- C.1 / Área de Seguridad
- C.2 / Versiones Correctas
- C.3 / Aplicaciones Correctas
- C.4 / Aplicaciones Incorrectas

B. SIMBOLOGÍA

- B.1 / Presentación del Logo
- B.2 / Logotipo
- B.3 / Isotipo
- B.4 / Colores Corporativos
- B.5 / Tipografía Corporativa
- B.6 / Iconografía

D. APLICACIONES

- D.1 / Presentación
- D.2 / Factura Membrete
- D.3 / Firma de Correo
- D.4 / Informe Mensual

PRESENTACIÓN DEL LOGOTIPO

El logotipo es la representación gráfica de la marca, está conformado por el nombre EN UN OASIS, haciendo énfasis en la palabra OASIS por medio de la jerarquía de escala. Está diseñada usando la familia tipográfica Hoss Round como base y siendo intervenida en los caracteres O, A, S e I para generar más peso y carácter y así conectar con la identidad conceptual de la marca, puntualmente su personalidad divertida, cercana y a la vez minimalista de la misma, transmitiendo calma y serenidad por medio de esta.



EN UN
OASIS

LOGOTIPO CORPORATIVO

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

Es la representación principal de la marca y debe ser usado siempre que las condiciones técnicas lo permitan.

Para la marca EN UN OASIS, se proponen dos logotipos principales los cuales pueden ser usados con la misma importancia en función de las necesidades del formato requerido.

Siendo el número 1 más rectangular (recomendado para formatos verticales) y el número 2 más ancho (recomendado para formatos horizontales.)



EN UN
OASIS



EN UN OASIS

ISOTIPO

El isotipo es la representación más simplificada de la marca, es la abstracción simbólica más pura de lo que representa EN UN OASIS y está construido por las tres primeras letras de la palabra OASIS, generando una abreviación del nombre la cual es potente visualmente como isotipo y ayuda a generar recordación de la marca.

Se recomienda ser aplicado solo cuando las condiciones técnicas no permitan el uso del Logotipo Principal.



COLORES CORPORATIVOS

La paleta de color principal de la marca se compone de 3 categorías, **la paleta fría** (compuesta del color azul oscuro PANTONE 7544 C y el color azul claro PANTONE 5435 C) **la paleta cálida** (compuesta del color Khaki PANTONE 4655 C y el color beige claro PANTONE 9225 C) y **la paleta media** (compuesta del color verde PANTONE 5845 C y el color menta PANTONE 5595 C).

Se recomienda usar las diferentes paletas de color para distinguir diferentes categorías dentro de la marca (productos, líneas, tipos de contenido, etc.)



PANTONE 5845 C
C: 36% M: 27% Y: 56% K: 1%
R: 168 G: 166 B: 127
HEX: #A8A67F



PANTONE 5595 C
C: 17% M: 10% Y: 22% K: 0%
R: 211 G: 214 B: 197
HEX: #D3D6C5



PANTONE 7544 C
C: 62% M: 45% Y: 39% K: 8%
R: 107 G: 121 B: 132
HEX: #6B7984



PANTONE 5435 C
C: 36% M: 23% Y: 26% K: 0%
R: 167 G: 177 B: 178
HEX: #A7B1B2



PANTONE 4655 C
C: 29% M: 39% Y: 54% K: 2%
R: 182 G: 151 B: 122
HEX: #B6977A



PANTONE 9225 C
C: 2% M: 4% Y: 7% K: 0%
R: 247 G: 240 B: 231
HEX: #F7F0E7

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía corporativa es la familia Hoss Round en sus versiones Light, Medium y Bold. Ésta será utilizada para toda la comunicación gráfica y publicitaria.

La tipografía Anchor esta disponible para su uso en Adobe Fonts (Incluida en el paquete Creative Cloud de Adobe), si por razones externas a la marca no se puede acceder a esta, se propone como tipografía secundaria la familia Helvetica.

Disponible para descarga gratuita
en Google Fonts

<https://fonts.google.com/specimen/Cairo>

HOSS ROUND

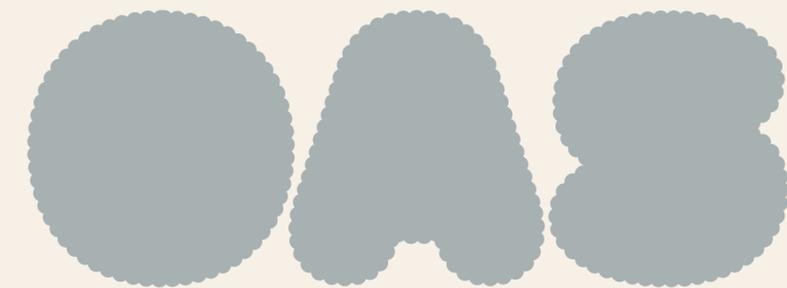
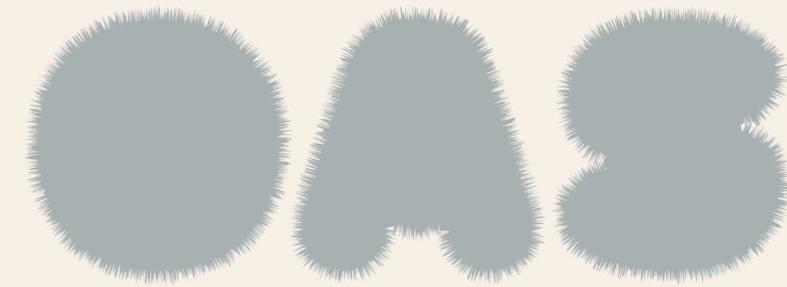
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

ICONOGRAFÍA

Para la identidad gráfica de la marca, se propone un "juego visual" con el logotipo e isotipo, generando texturas y sensación de diferentes materiales, conectando así con el público objetivo de la misma. Se exponen dos ejemplos de lo que está permitido generar y se invita a la creación de estas variaciones para eventos especiales, fechas importantes, flyers, temáticas diferentes, lanzamiento de productos, etc.



ÁREA DE SEGURIDAD

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo 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 la letra “O” del propio logotipo.

Esta proporción aplica también para el logotipo abreviado y el isotipo.



VERSIONES CORRECTAS

La marca cuenta con un isotipo y 2 variaciones de logotipo, para el uso de estas 2 versiones de diagramación, ambas cuentan con la misma importancia y pueden ser usadas dependiendo de su necesidad de aplicación.

Para el color, siempre que sea posible se aplicará la marca (logotipo o isotipo) en su versión de color principal, variando entre los colores de la paleta en función del fondo donde sea aplicado.

En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará versión en blanco y negro.

Logotipo



Logotipo



Logo Abreviado / Isotipo



APLICACIONES CORPORATIVAS CORRECTAS

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones.

Para aplicaciones gráficas de comunicación corporativa se deberá usar la paleta de colores principal en fondos sólidos de color o texturizados (Fotografías). En estos, el color del logo debe aplicarse en función del fondo.

Fondo Corporativo Claro



Fondo Corporativo Oscuro



Fondo Fotográfico Claro



Fondo Fotográfico Oscuro



APLICACIONES NO CORPORATIVAS CORRECTAS

Si el logotipo se debe aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

Fondo NO Corporativo Claro



Fondo NO Corporativo Oscuro



Fondo Fotográfico Claro



Fondo Fotográfico Oscuro



APLICACIONES INCORRECTAS

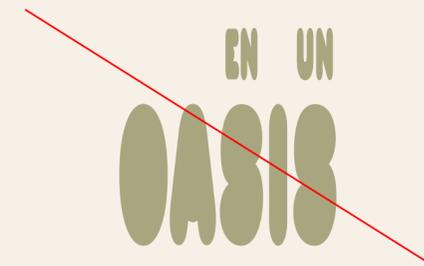
El logotipo (y demás versiones) tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

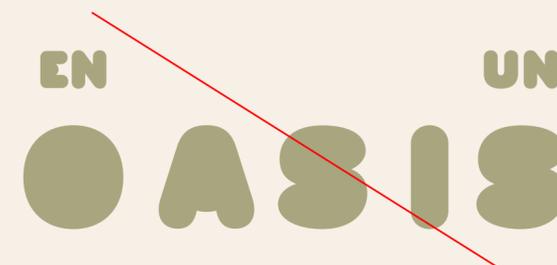
Aplicación Incorrecta de Color



Deformación



Espaciado Incorrecto



Tipografía Incorrecta



EMPAQUE DE PRODUCTO

Propuesta 01 de empaque, caja rigida.



