



Manual de **Identidad Corporativa**

Introducción



Este manual de identidad corporativa describe las pautas y normas para el correcto uso de la marca **BlueCare** en las diferentes aplicaciones físicas, impresas y digitales. El objetivo del manual es estandarizar la imagen, su reproducibilidad y versatilidad para que de este modo pueda aplicarse a cualquier medio de difusión.

Se abarcan temas de estructura, forma y color del logotipo, usos adecuados de la marca y estilos tipográficos, creando una unidad en los criterios y usos internos de la papelería y los diferentes canales de comunicación.

El Manual de Marca debe ser por tanto una herramienta para el uso de todos implicados en el manejo de la imagen corporativa de **BlueCare** con el fin de que la producción cumpla con altos niveles de calidad respetando los lineamientos de la marca.

El correcto y consistente uso de la marca contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

Contenido

A.

Simbología
básica

- A. 01 Logotipo corporativo
- A. 02 Planimetría
- A. 03 Reductibilidad
- A. 04 Versiones
- A. 05 Colorimetría
- A. 06 Tipografía corporativa
- A. 07 Tipografía secundaria
- A. 08 Marcas complementarias

B.

Normas para el buen
uso de la marca

- B.01 Versiones de color
- B.02 Usos no permitidos

C.

Aplicaciones
de la marca

- C.01 Señalización pared
- C.02 Señalización colgante
- C.03 Layout

A. Simbología básica



La composición de la marca **BlueCare** está dada por un isotipo y un logotipo, los cuales integrados, conforman un elemento moderno y fresco que irradia salud y bienestar.

El isotipo está generado con base en 3 cuadrados de diferentes colores que se superponen. El cuadrado es la forma más natural de representar la realidad; cada cuadrado y cada color representa la salud (azul), la tranquilidad (amarillo) y la ayuda (morado) que juntos, crean la conciencia corporativa de la empresa.

El nombre está compuesto por 2 palabras en inglés: la palabra Blue, que hace parte del ADN del holding, y Care que significa cuidado, estos dos, responden directamente al espíritu de la misión de **BlueCare**.

Este conjunto de elementos se constituyen en más que una marca; son una filosofía de servicio, enmarcada en una tipografía limpia, sólida, que denota tranquilidad y experiencia.

A. 01 Logotipo Corporativo



Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca BLUE CARE se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

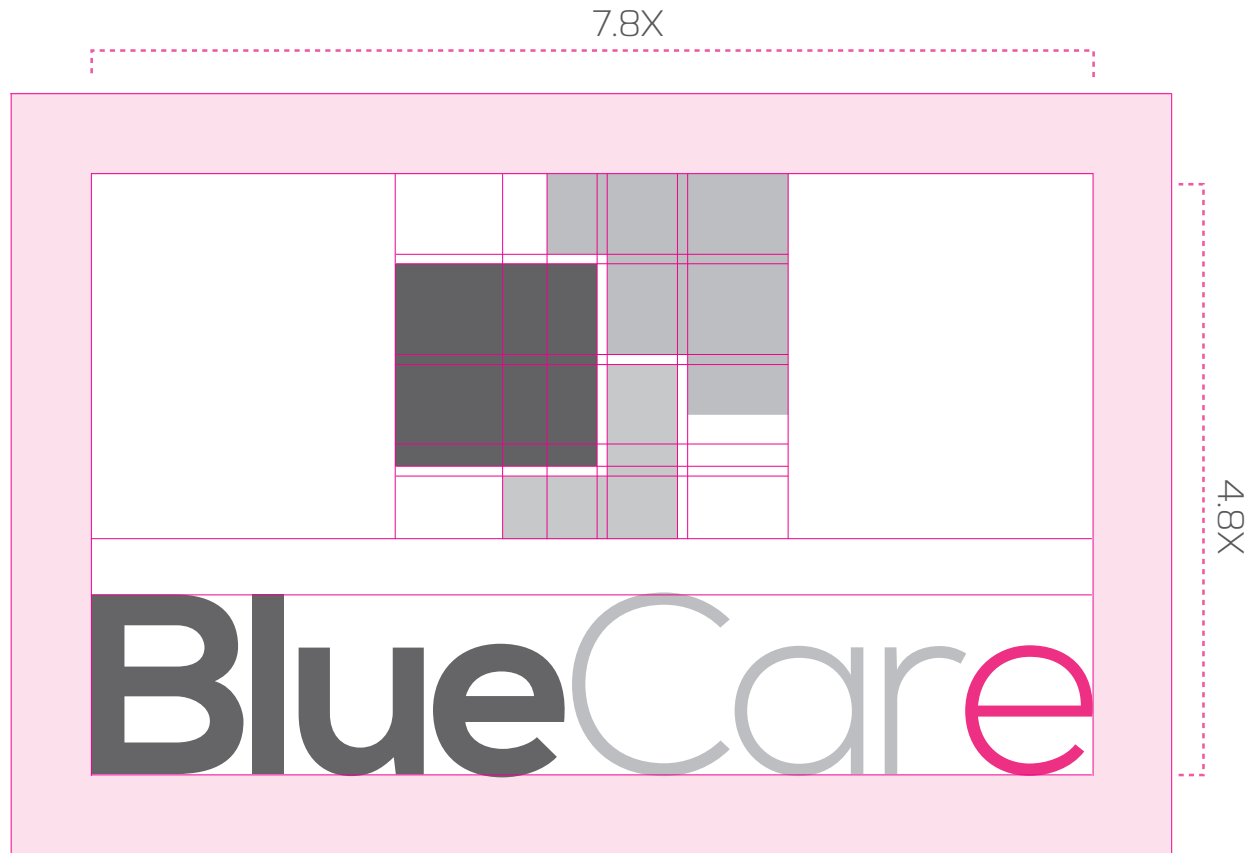
La marca BLUE CARE está construida a base de un isologotipo, cuyos elementos y características principales deberán ser respetados.

A. 02 Planimetría versión horizontal



- Área de seguridad
- e Unidad X de medida

A. 02 Planimetría versión vertical



- Área de seguridad
- e Unidad X de medida

A. 03 Reductibilidad

Offset



Los tamaños mínimos de reproducción se han establecido de acuerdo a la experiencia, razón por la cual es de vital importancia respetar la restricción de dimensión.

En el caso del logotipo, la reproducción offset el largo mínimo es de 19 mm.

Soporte digital



Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 57 pixeles..

En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados y similares), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.

Para la versión horizontal estos valores aumentan a 28mm para offset y 80 px para soporte digital.

A. 04 Versiones

Versión Vertical



Versión Horizontal



A. 05 Colorimetría

Pantone 638C

Hexadecimal #39A9DC
cmyk c 70 m 15 y 0 k 0
rgb r 57 g 169 b 220

Pantone 293C

Hexadecimal #004A99
cmyk c 100 m 75 y 0 k 0
rgb r 0 g 74 b 153

Pantone 267C

Hexadecimal #60368A
cmyk c 75 m 90 y 0 k 0
rgb r 96 g 54 b 138

Pantone 7548C

Hexadecimal #F3C345
cmyk c 5 m 25 y 80 k 0
rgb r 243 g 195 b 69

Los colores principales de la marca son dos variaciones diferentes de azul y serán usados de manera protagonista en todas las comunicaciones oficiales de la compañía.

Es importante tener en cuenta el modo de color (CMYK - RGB) cuando se desarrollan las piezas gráficas y se recomienda usar colores PANTONE cuando se realiza material impreso.

A. 05 Colorimetría

Pantone 127-13C

Hexadecimal #29AEA3

cmYk c 74 m 2 y 41 k 0

rgb r 41 g 174 b 163

El color verde de la referencia complementa la paleta de la marca que se usará en las diferentes piezas de comunicación, se busca que este color juegue un papel importante y caracterice a la marca como confiable y amigable.

Al realizar las piezas, se debe tener en cuenta el modo de color (CMYK - RGB) y se recomienda usar colores PANTONE cuando se trate de material impreso.

A. 06 Tipografía del logo

aQ

Nexa Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

([¿{¡"#\$%&/0*+--ªºç`!}?])

aQ

Nexa Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

([¿{¡"#\$%&/0*+--ªºç`!}?])

La tipografía corporativa corresponde a la familia Nexa en sus versiones Light y Bold, esta será utilizada únicamente en el logo.

A. 07 Tipografía corporativa

aQ

Labrador Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

[[{;"#\$%&/0*+~ª°ç`!}?]]

aQ

Labrador Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

[[{;"#\$%&/0*+~ª°ç`!}?]]

aQ

Labrador Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

[[{;"#\$%&/0*+~ª°ç`!}?]]

La tipografía corporativa corresponde a la familia LABRADOR en sus versiones Light, Medium y Bold, esta será utilizada como texto principal en las piezas publicitarias y de comunicación.

A. 07 Tipografía secundaria

aQ

Calibri Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890
([!@#\$%^&*/0*+-=°ç~!]?])

aQ

Calibri Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890
([!@#\$%^&*/0*+-=°ç~!]?])

aQ

Calibri Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890
([!@#\$%^&*/0*+-=°ç~!]?])

Para las aplicaciones que, por razones técnicas no permiten la utilización de la tipografía publicitaria, por ejemplo, presentaciones en PPT, página Web, materiales en html, correos electrónicos, o cualquier otro texto que requiera la fuente preinstalada en el equipo receptor, se utilizará la tipografía Calibri en sus versiones Bold, Regular y Light.

A. 08 Marcas complementarias



B. 01 Versiones de color

Fondo Blanco



Fondo de color



B. 01 Versiones de color

Escala de grises positivo

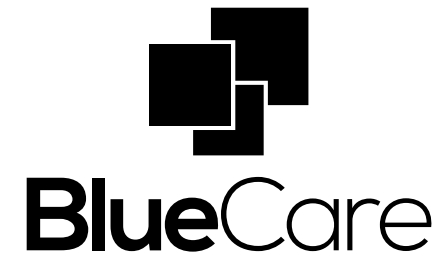


Escala de grises negativo

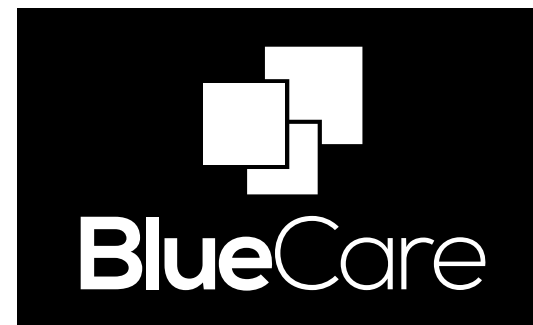


B. 01 Versiones de color

Alto contraste positivo



Alto contraste negativo



B. 02 Usos no permitidos



Reproducir el logo verticalmente



Reproducir el logo inclinado

B. 02 Usos no permitidos



Reproducir el logo verticalmente



Reproducir el logo inclinado

B. 02 Usos no permitidos



Alterar el orden de los elementos
y la proporción

En  BlueCare los
beneficios son...

Usar el logo como parte de un texto

B. 02 Usos no permitidos



Cambiar la gama cromática

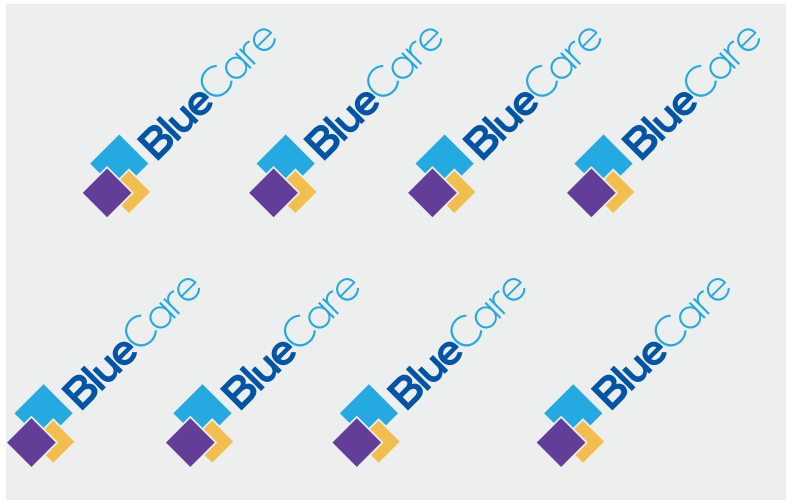


Alterar el orden de los colores

B. 02 Usos no permitidos



Aplicar sombras o efectos



Utilizar el logotipo como textura

C. Aplicaciones de marca



Para evitar resultados no deseados en la utilización de la marca BlueCare en diferentes soportes deben seguir una serie de normas genéricas.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.



C. 01 Señalización pared



La señalización se hará de acuerdo a la disponibilidad de espacio en el lugar, en el caso de consultorios, laboratorios y espacios cerrados se usarán señalizaciones en acrílico, las cuales facilitan su limpieza, irán instaladas con dilatadores metálicos en las cuatros esquinas.



Es importante resaltar que en espacios médicos por ley se deben diferenciar los lugares con los colores establecidos.

C. 02 Señalización colgante



Para puntos de atención al público y cajas, la señalización será colgante, será igual que la utilizada en la pared (acrílico) e irá instalada e el techo con soportes metálicos.

C. 03 Layout



El modelo de layout utilizado para las comunicaciones se maneja de la siguiente manera:

Imagen con mascara de recorte sobre los cuadros el logo de bluecare, posición izquierda superior.

Logosimbolo: posición derecha superior.

Cuerpo del mensaje: derecha al medio e inferior reserva de color verde con pagina web. Posición inferior.