

Diseño Web  
Gráfico Editorial  
Identidad Corporativa  
Merchandising  
Fotografía  
Vinil Adhesivo

[www.disegnio.com](http://www.disegnio.com)



Manual de  
Identidad  
Corporativa

**disegnio**

[www.disegnio.com](http://www.disegnio.com)

Manual de  
Identidad  
Corporativa

**disegno**

[www.disegno.com](http://www.disegno.com)



[www.disegno.com](http://www.disegno.com)

## Introducción

Este manual reúne las herramientas básicas para conocer la marca “Disegno”, así como el correcto uso y aplicación de su identidad gráfica en todas sus posibles expresiones.

Ha sido elaborado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso del logo que representa la marca, contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de ésta.

## Contenido



## Introducción

### 1) Logotipo

1.1 El Logotipo	7
1.2 El Símbolo	8
1.3 Construcción	9
1.4 Área de Seguridad	
1.5 Modos de Uso	
1.6 Tamaños Mínimos	
1.7 Usos Incorrectos	

### 2) Color

2.1 Nuestros Colores	
2.2 Colores Principales	
2.3 Colores Secundarios	
2.4 Colores de apoyo	

### 3) Tipografía

3.1 Tipografía Corporativa	
3.2 Tipografía Secundaria	

### 4) Estilo Fotográfico

4.1 Fotografía	
4.2 Retoque fotográfico	

### 5) Papelería

5.1 Tarjeta de presentación	
5.2 Membretado	
5.3 Carpeta de Trabajo	
5.4 Díptico	
5.5 Tríptico	
5.6 Brochure	

### 6) Merchandising

6.1 Polo	
6.2 Casaca	
6.3 Gorro	
6.4 Chaleco	
6.5 Taza	

### 7) Aplicaciones

7.1 Digitales Web	
7.2 Redes Sociales	
7.3 Publicitarias	

### 8) Presentaciones

8.1 PPT	
8.2 PDF	

### 9) Directorio Archivos Digitales

[http://disegno.com/descargas/manual\\_de\\_identidad](http://disegno.com/descargas/manual_de_identidad)

# 1) Logotipo

## 1.1 El Logotipo

El Logotipo es el distintivo de la marca de uso universal y general en todas sus aplicaciones.

El o símbolo abrevia la marca para usos digitales y en espacios impresos reducidos.



**disegnio**



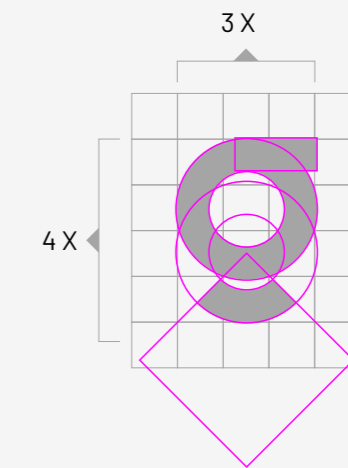
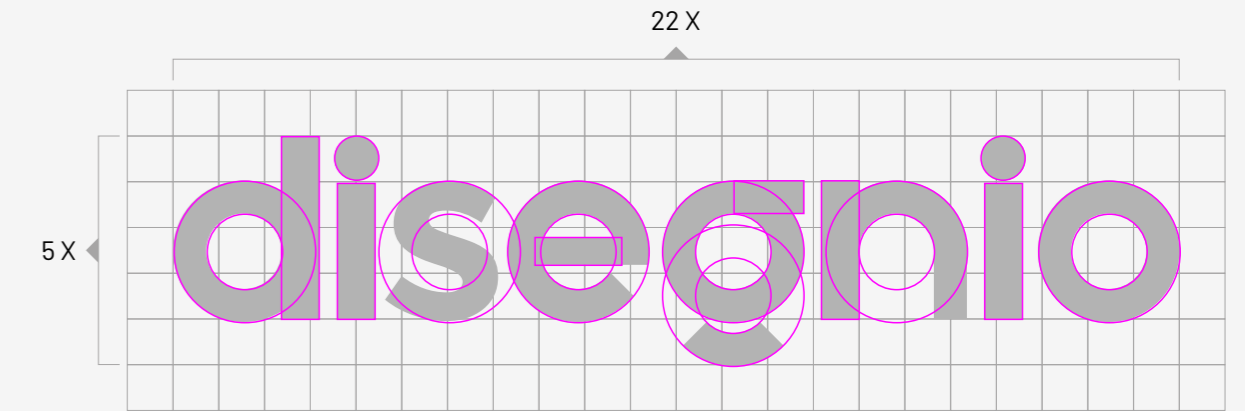
## 1.2 El Símbolo

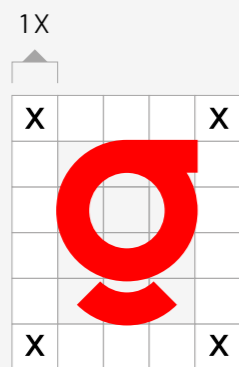
El estudio Disegno se forma del nombre propio que evoca la palabra Diseño, teniendo en cuenta que destaca a la letra "g" como símbolo por separado para abreviar en forma de icono la composición del logotipo, sugiriendo una forma limpia y legible.

## 1.3 Construcción

Se establece las medidas de la marca sobre una retícula modular con base al valor de X.

Debe quedar bastante claro que las bases establecidas son invariables, por lo cual, formulamos la correcta proporción de la marca sobre cualquier fundamento y medida.





### 1.4 Área de Seguridad

Esta dispuesta un área de protección al logotipo para no afectar su estructura y a su vez mantener un aire de limpieza alrededor del mismo.

De igual forma, esta zona debe estar exenta de elementos que distraigan la atención e interfieran con la lectura y percepción de la marca. Determinandose así un área de protección equivalente a 1X.

### 1.5 Modos de Uso

El Logotipo es el distintivo de la marca de uso universal y general en todas sus aplicaciones.

El color principal es el rojo en todo su área, seguido de sus variaciones como:

- a) Logotipo y símbolo opciones en color
- b) Logotipo y símbolo opciones en 1 color



Logotipo y símbolo opciones en color

Logotipo y símbolo opciones en 1 color

**disegno**

4.5 cm.

Medios impresos



**disegno**

120 px.

Medios digitales



### 1.6 Tamaños Mínimos

El tamaño mínimo requerido para su reproducción es de 4.5 cm. de ancho por 1 cm. de alto en medidas impresas y 120 px. en medidas digitales.

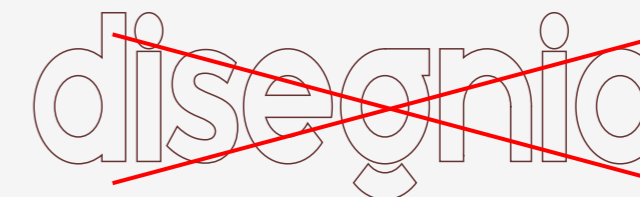
### 1.7 Usos Incorrectos

El Logotipo no debe sufrir ninguna alteración o distorsión, debido a que es importante respetar las reglas de aplicación con base en lo representado en este manual; algunos ejemplos de aplicaciones incorrectas son:

- a) El cambio de color corporativo.
- b) La distorsión y sin relleno.
- c) El cambio de forma aplastado o sesgado.



Cambio del color corporativo



Distorsionar y sin relleno



Aplastar



Sesgar



# 2) Color

## 2.1 Nuestros colores

Las referencia de color de la marca **disegno** son los colores Pantone aquí especificados.

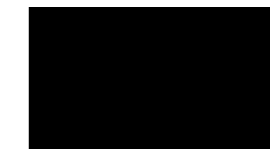
El color rojo representa a la energía y el color negro con sus respectivos degradados, al poder que destaca en cada proyecto.

### Colores principales



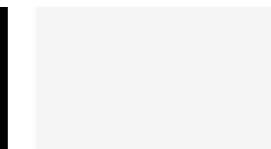
**PANTONE 1795 C**

CMYK	RGB	Hex
C = 0	R = 249	#F91911
Y = 100	G = 25	
M = 100	B = 17	
K = 0		



**PANTONE BLACK 6C**

CMYK	RGB	Hex
C = 40	R = 0	#000000
Y = 40	G = 0	
M = 40	B = 0	
K = 100		



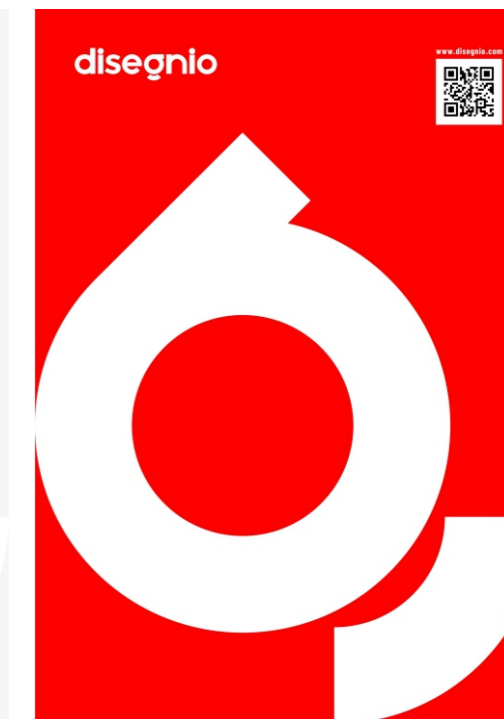
**PANTONE 1C**

CMYK	RGB	Hex
C = 0	R = 245	#F5F5F5
Y = 0	G = 245	
M = 0	B = 245	
K = 8		



**PANTONE 175104-TCX**

CMYK	RGB	Hex
C = 0	R = 199	#C7C5C5
Y = 0	G = 197	
M = 0	B = 197	
K = 25		





### Colores secundarios



CMYK	RGB	Hex	CMYK	RGB	Hex	CMYK	RGB	Hex	CMYK	RGB	Hex
C = 2	R = 191	#Bf0902	C = 67	R = 75	#4B4E54	C = 55	R = 105	#696969	C = 39	R = 155	#9B9B9B
Y = 93	G = 9		Y = 55	G = 78		Y = 45	G = 105		Y = 30	G = 155	
M = 100	B = 2		M = 46	B = 84		M = 44	B = 105		M = 31	B = 155	
K = 13			K = 48			K = 35			K = 14		

## 2.2 Colores Secundarios

Son los colores que destacan en los contenidos internos y de fondo, siendo variaciones de los colores principales.

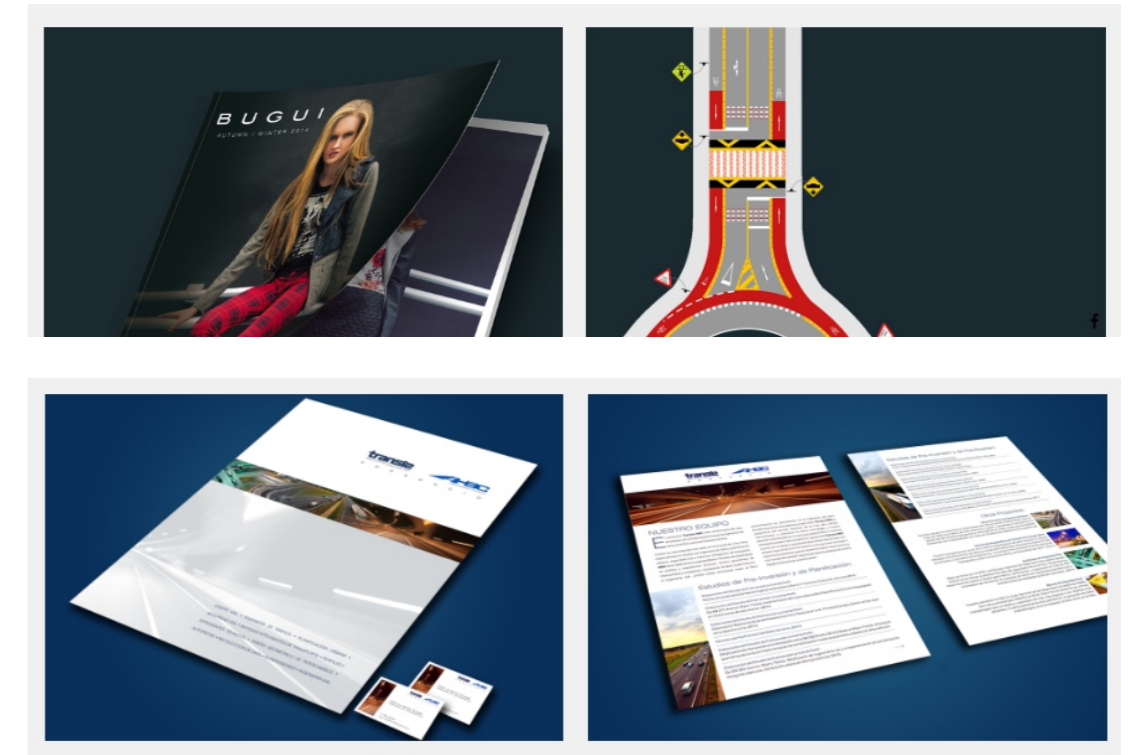
## 2.3 Colores de Apoyo

Son los colores que soportan como fondo a los elementos que se desea destacar como contraste, obteniendo una gama opuesta a los colores principales.

### Colores de apoyo



CMYK	RGB	Hex	CMYK	RGB	Hex	CMYK	RGB	Hex	CMYK	RGB	Hex
C = 95	R = 27	#1B2A2F	C = 100	R = 17	#113E67	C = 100	R = 13	#0D1522	C = 72	R = 75	#4B7292
Y = 58	G = 42		Y = 64	G = 162		Y = 85	G = 21		Y = 41	G = 114	
M = 49	B = 47		M = 11	B = 103		M = 45	B = 34		M = 20	B = 146	
K = 83			K = 48			K = 92			K = 23		



# 3) Tipografía

## 3.2 Tipografía Corporativa

La tipografía corporativa de uso representativo de la familia Barlow expresa modernidad, actualidad y elegancia.

# Barlow

Barlow

---

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % & \* ( )

---

Barlow (Regular, Normal)

---

*Barlow (Italic, Normal-Cursiva)*

---

**Barlow Condensed Medium (Regular, Medio)**

---

***Barlow Condensed Medium (Italic, Media-Cursiva)***

---

**Barlow Semi Condensed Medium (Regular, Medio)**

---

**Barlow Semi Condensed Medium (Italic, Media-Regular)**

---

**Barlow Condensed Semibold (Regular, Seminegrita)**

---

***Barlow Condensed Semibold (Italic, Seminegrita-Cursiva)***

---

## Barlow (Bold, Negrita)

---

***Barlow (Bold Italic, Negrita-Cursiva)***

---

## Barlow (Bold, Negrita)

---

***Barlow (Bold Italic, Negrita-Cursiva)***

---

## Barlow Extrabold (Regular, Extranegrita)

---

***Barlow Extrabold (Italic, Extranegrita-Cursiva)***

---

## Barlow Semi Condensed Black (Regular, Negra)

---

***Barlow Semi Condensed Black (Italic, Seminegrita-Cursiva)***

---

## Barlow Black (Regular, Negra)

---

***Barlow Black (Italic, Negra-Cursiva)***

---

### Tipografía Corporativa

La tipografía corporativa de uso representativo de la familia Barlow expresa modernidad, actualidad y elegancia.

Barlow

### 3.3 Tipografía Secundaria

La tipografía corporativa de uso secundario recae en la familia Monserrat la cual expresa ser legible, limpio y minimalista.

## Monserrat

---

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % & \* ( )

---

Monserrat (Regular, Normal)

---

**Monserrat (Bold, Negrita)**

---

**Monserrat Extra Bold (Regular, Extranegrita)**

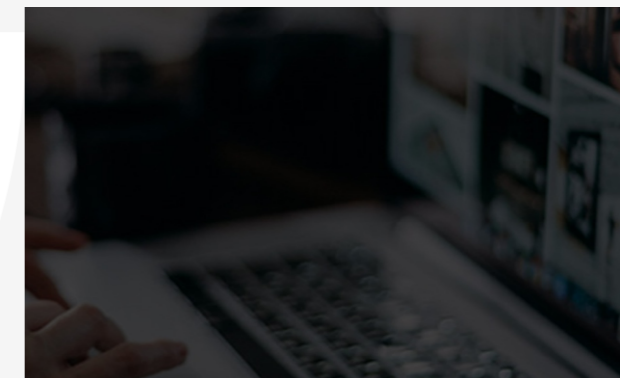
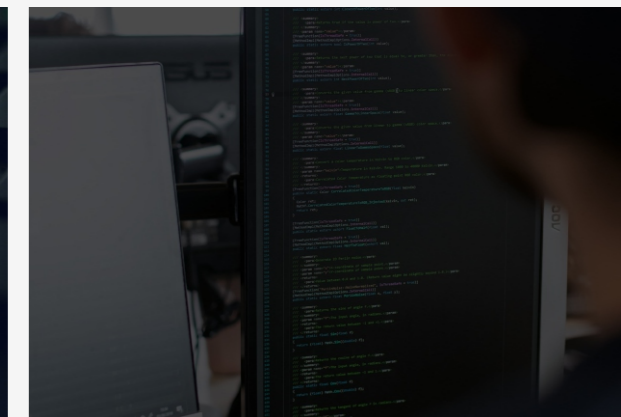
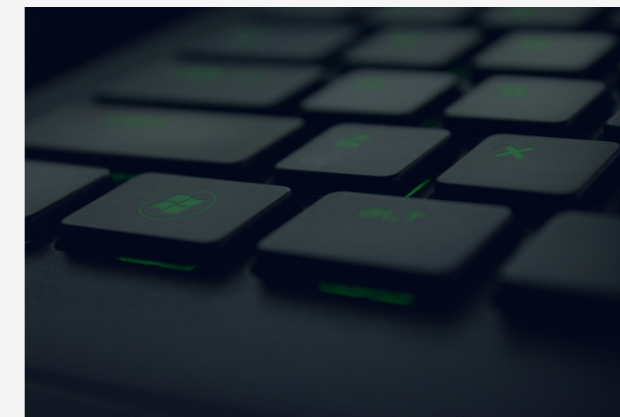
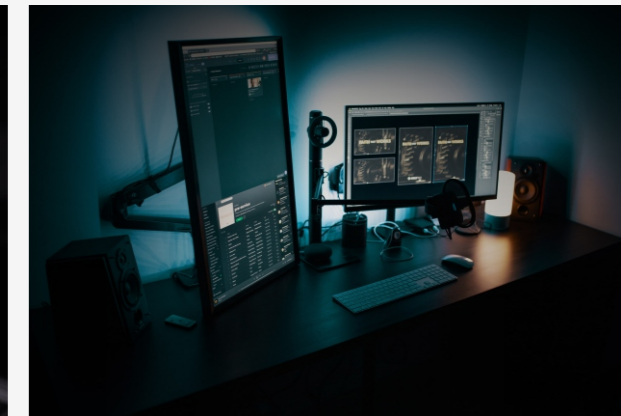
---

Monserrat

# 4) Estilo Fotográfico

## 4.1 Fotografía

El estilo fotográfico es representativo en alta calidad para todos sus servicios y ejemplos.





#### 4.2 Retoque Fotográfico

El estilo se basa en fusionar la foto de alta calidad con el símbolo del estudio diseño o una imagen para tomar como ejemplo el acabado del retoque fotográfico.

