

# HÍDRICA



MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA



# INTRODUCCIÓN

Este manual de imagen corporativa, es una guía para el correcto desarrollo y aplicación de la marca HÍDRICA. Para mantener coherencia y generar un correcto despliegue visual que ayudará a posicionar la empresa en la sociedad y durante el tiempo, es necesario respetar los conceptos aquí entregados. Esta guía debe ser utilizada con los archivos fuente proporcionados a la empresa al momento de entregar este manual.

PARTE 1:  
**LA MARCA**

La empresa HÍDRICA debe reflejar seriedad, responsabilidad, orden y compromiso.  
Una marca joven, que no por ello dejará de realizar sus labores con total fluidez.  
Por esta razón, se ha ideado una imagen corporativa bien estudiada.  
La misma está compuesta por tipografías, colores y aplicaciones  
que reflejan estas cualidad en todo momento.

## ISOLOGOTIPO & DIVISIÓN

Este es el isologotipo y su identificador desarrollado para la empresa HÍDRICA. Debe ser utilizado en la mayoría de las aplicaciones de la marca, siempre y cuando no se comprometa su legibilidad e integridad.

En casos específicos, están permitidas las variaciones del mismo, las cuales se detallarán a continuación.

Cualquier otra forma que no figure en este manual, es incorrecta y no debe utilizarse.



## LOGOTIPO

Este es el logotipo de la empresa, en ciertos casos, está permitido que se utilice solo.

El logotipo es único, ha sido desarrollado especialmente para la empresa. Más adelante, se detallará la forma de construirlo.

# HÍDRICA

## ISOTIPO

En ciertos casos se puede, al igual que el logotipo, utilizar el isotipo por cuenta propia. Dicho ícono, cuenta con lo necesario para identificar a la empresa en cualquier lugar.

Al tener peso propio, se permite desarmar el isotipo, siempre que la situación lo amerita.

ISOTIPO



ÍCONO

# CONSTRUCCIÓN

Debido a que el logotipo de la empresa se ha realizado exclusivamente para esta: no existen tipografías en el mercado que sirvan para crearlo, es inevitable su reproducción por medio de vectores, en rejilla y guías.

Como se puede observar, el logotipo posee espacios iguales, marcados en color **Rojo**. En tanto que también existen excepciones como las marcadas en **Azul** y **Verde**.

Para construir el logotipo, utilizar el ejemplo de junto y guiarse con la rejilla de fondo. Su **construcción** en gran medida es proporcional, por lo que su reproducción no debería ser un problema para un profesional.

En cuanto a las distintas divisiones de la empresa, la tipografía utilizada es la **Comfortaa** y su ubicación debe realizarse respetando los espacios marcados. Hay excepciones, sí, y se muestran más adelante.





HÍDRICA

HÍDRICA 

HÍDRICA 

SERVICIOS RESIDENCIALES ECOLÓGICOS

HÍDRICA 

SOLUCIONES ECOLÓGICAS RESIDENCIALES

HÍDRICA 

SERVICIOS ECOLÓGICOS INDUSTRIALES  
& MUNICIPALES

HÍDRICA 

COMERCIO EXTERIOR



## ÁREA DE PROTECCIÓN Y TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Con el fin de asegurar la legibilidad y buen uso de la marca, la misma debe tener un cierto espacio para respirar. Este espacio ideal ha sido marcado con la letra “H”. En casos específicos donde el espacio es primordial, se podrá recortar a la mitad el tamaño de la letra “H”.

Otra cosa a tener en cuenta, es el tamaño mínimo de reproducción que se puede dar a la marca en medios impresos. Observar la imagen de junto. En tanto los medios digitales, el valor es variable dependiendo del dispositivo destino, pero siempre guiarse por el tamaño mínimo de 12px en tipografías.

Respetar estas reglas ayudará a la marca para ser representada sin comprometer su integridad, dándole mayor fuerza y persistencia en la mente del receptor.



## USOS ALTERNATIVOS Y SUS ESPECIFICACIONES

Volviendo al isotipo, es posible hacer uso del mismo de forma independiente.

De este modo la marca podrá ser aplicada en espacios más reducidos, sin que esta pierda su forma, fuerza y sentido de comunicación. A continuación, se muestra el tamaño mínimo de reproducción en medios impresos, y algunas posibles combinaciones de color. Cabe destacar, que se permite un uso más libre del color en cuanto al isotipo.

Más adelante se detallarán los colores permitidos para la realización de la imagen.



## USOS MONOCROMÁTICOS

En casos especiales, se permite aplicar el logo de manera monocromática, considerando escala de grises y blanco dentro de esta categoría. El uso de escala de grises es permitido en aplicaciones de menor calidad o donde se requiera un sistema de identificación rápido y simple. Se debe evitar comprometer su forma y legibilidad.

No se recomienda la utilización del color, cuando a estilo monocromático refiere. Siempre preferir el logo en color blanco o negro, dejar los colores para casos únicos.

**HÍDRICA** 

HÍDRICA 

HÍDRICA 

**HÍDRICA** 

PARTE 2:  
**PALETA DE COLOR**

A continuación se detallarán los colores de la empresa.

Existen colores primarios y secundarios, estos son colores planos.

La utilización de los mismos queda a criterio de un diseñador profesional.

Cada color fue seleccionado con el fin de aportar vida a la seriedad impartida en un primer momento por los colores principales de la empresa. La correcta y estratégica utilización de los mismos, derivará en excelentes resultados comerciales.

Un mal uso del color, podrá arruinar la imagen de la empresa.

## COLORES PRIMARIOS

Los colores de la paleta primaria, son establecidos para utilizarse en las aplicaciones de marca permanentes o constantes, tales como papelería institucional.

Los tonos previsualizados en el presente documento no corresponden al color exacto para la reproducción de la marca. Para asegurar el uso correcto de dichos colores, considerar los valores Pantone, CMYK, RGB y Hexadecimal, según sea el caso.

**Negro:** queda dispuesto para el logotipo y usos enfáticos de contexto serio.

**Verde:** es el básico y principal del isotipo. Se debe utilizar como primera opción.

**Gris:** ha sido designado para todos los textos en general, impresos y digitales.



PANTONE 382 C  
RGB 196 214 0  
HEX C4D600  
CMYK 28 0 100 0



PANTONE Black 6 C  
RGB 16 24 32  
HEX 101820  
CMYK 100 79 44 93



PANTONE Cool Gray 9 C  
RGB 117 120 123  
HEX 75787B  
CMYK 30 22 17 57

## COLORES SECUNDARIOS

Al igual que los colores primarios, los colores secundarios ayudan a reforzar la marca; sin embargo, estos solo son utilizados en casos especiales cuando esta lo requiere.

Los tonos previsualizados en el presente documento no corresponden al color exacto para la reproducción de la marca. Para asegurar el uso correcto de dichos colores, considerar los valores Pantone, CMYK, RGB y Hexadecimal, según sea el caso.

Cualquiera de estos colores es compatible con el ícono, más no con el logotipo.

Su uso siempre debe ser moderado. Queda en criterio del desarrollador a cargo la correcta utilización de estos colores en cada situación que lo amerite. De no ser necesario y no tener fundamento, no utilizar.

Los colores fueron seleccionados para aportar vida en publicidades, o ciertas aplicaciones, más no para un uso constante.



PANTONE 130 C  
RGB 242 169 0  
HEX F2A900  
CMYK 0 32 100 0



PANTONE 299 C  
RGB 0 163 224  
HEX 00A3E0  
CMYK 86 8 0 0



PANTONE 214 C  
RGB 206 15 105  
HEX CE0F69  
CMYK 0 100 24 4



PANTONE Green C  
RGB 0 171 132  
HEX 00AB84  
CMYK 93 0 63 0

PARTE 3:  
TIPOGRAFÍA

La tipografía de HÍDRICA se apoya en los principios de legibilidad y claridad que ayudan a la marca a establecerse en el mercado, teniendo permanencia y reconocimiento en el mismo. Esta paleta tipográfica unifica el uso de la marca y puede ser utilizada en diversos tamaños sin comprometer su lectura y tono de comunicación.

# COMFORTAA

Su utilización está destinada para absolutamente todos los textos en general, sin importar de que medio de comunicación sean.

0123456789  
ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz

# ARISTA

Únicamente hay que usarla, si no queda de otra, es muy similar a la del logotipo. Su utilización podría ser meramente estética en diseños de baja importancia.

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz

# IMPACT

Reservada para hacer realce de algún elemento en particular, por ejemplo un carácter de adorno. No debe utilizarse de manera abusiva, tiene demasiado peso.

0123456789  
ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz

# CORDIA NEW

Es la tipografía secundaria a utilizar en combinación con la Comfortaa.

Tiene lo necesario para focalizar la atención del lector al hacer un corte brusco de estilo tipográfico, pero sin salirse de la familia y la estética empresarial.

0123456789  
ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz





## APLICACIONES BÁSICAS

Tarjetas de presentación, folletos, hoja membretada, tazas, gorras, cascos, etc.

Todos los elementos deben ser limpios, y pulcros. Deben transmitir seriedad, pero al mismo tiempo dinamismo, y esto se logrará sólo con el uso correcto de los colores.

A continuación se muestran algunos ejemplos orientativos, que le servirán a HÍDRICA para desarrollar la imagen de la empresa.

Nótese que el negro y blanco son predominantes en todo, y esto debe ser así siempre. Se puede utilizar un (1) color por vez para darle vida a la empresa, la utilización de más colores podría causar problemas.

Se recomienda utilizar el color primario, dejar los secundarios para cosas especiales.



## VEHÍCULOS

Dentro de la empresa HÍDRICA, los vehículos cumplen un papel fundamental, por lo que se ha definido un color estándar para ellos, y un estilo de identificación fuerte y claro.

Los diseños de ejemplo que se muestran, tienen varias ventajas como por ejemplo, ser fáciles de implementar a bajo coste, mantenimiento nulo, identificación fuerte por colores de alto contraste, y refuerzo de la imagen como empresa seria y pulcra.

Se prefiere el color de base blanco para los coches, en su defecto, negro. La imagen corporativa debe aparecer en blanco o negro, según corresponda para el contraste.

La utilización de colores no es recomendada, preferir el contraste para mejorar el impacto en la vista y ayudar a la memoria.

Números de teléfono y demás informaciones deben ser claros y contundentes.



## NOTAS FINALES

En manos de la empresa, disponemos todos los archivos fuentes del proyecto HÍDRICA. Los mismos, son editables y fueron creados desde el principio, pensados para que cualquier persona, sin importar su nivel de profesionalismo y experiencia, pueda modificarlos. La productora que desarrolló este manual, lo hizo por pedido explícito de la firma: no nos hacemos responsables del mal uso; tampoco conservaremos los archivos del proyecto.

Contacto:  
[info@dnaindieart.com](mailto:info@dnaindieart.com)