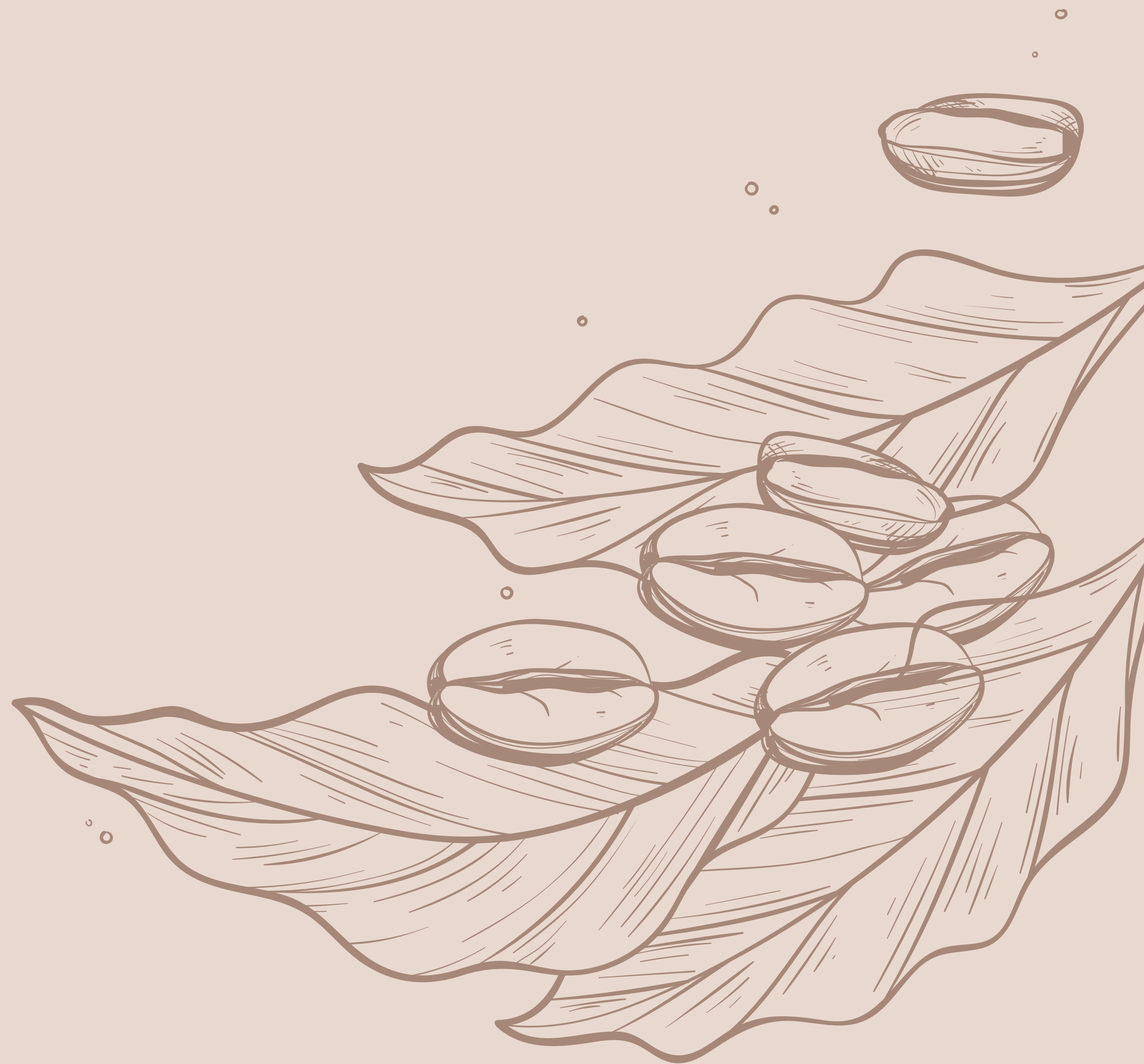




Coffee**Vitals**

Manual de *Identidad Corporativa*





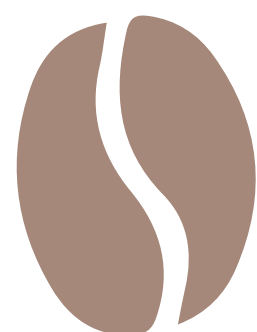
Introducción

Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos gráficos de la identidad visual de Coffee Vitals. Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

El manual debe ser por tanto una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la imagen corporativa.

Construcción:



CAFÉ

+



VITAL

=



COFFEE VITALS

El café simboliza los diferentes orígenes que se comercializan en la empresa. La hoja representa la vida generada por la naturaleza, el cuidado y el aprovechamiento de los cultivos. Finalmente, la taza reúne todos los sabores colombianos en una taza.

Planimetría:

Por medio del plano técnico del logotipo y de sus partes, es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos.



Colorimetría:

La colorimetría es la ciencia que estudia la medida de los colores y que desarrolla métodos para la cuantificación de la percepción del color.



#995325

C: 42% M: 79% Y: 93% K: 10%
R: 153 G: 83 B: 37

#C3754F

C: 29% M: 66% Y: 74% K: 0%
R: 195 G: 117 B: 79

#EAD9CF

C: 10% M: 18% Y: 19% K: 0%
R: 234 G: 217 B: 207

#FCD9AE

C: 2% M: 21% Y: 36% K: 0%
R: 252 G: 217 B: 174

#DE9F85

C: 16% M: 46% Y: 47% K: 0%
R: 222 G: 159 B: 133

#A48778

C: 43% M: 49% Y: 53% K: 0%
R: 164 G: 135 B: 120

#7B4327

C: 49% M: 82% Y: 90% K: 23%
R: 123 G: 67 B: 39

#432013

C: 65% M: 88% Y: 88% K: 55%
R: 67 G: 32 B: 19



Coffee**Vitals**



Coffee**Vitals**



Coffee**Vitals**



Coffee**Vitals**



Coffee**Vitals**

Isotipo:

El Isotipo es la parte simbólica de la marca. Es reconocida sin presencia de texto y permite la recordación de marca en la mente de los consumidores.



Imagotipo:

El Imagotipo es la combinación de la imagen con el texto. También funciona por separado según la necesidad de implementación de la marca.



Tipografía:

La tipografía es el arte de colocar las letras, repartir el espacio y organizar los tipos con vistas para facilitar al lector la máxima ayuda en la comprensión del texto escrito.

Coffee**Vitals**

Montserrat Light

Montserrat Bold

Títulos:

Montserrat SemiBold Italic

Contenido.

Montserrat Regular

Aplicaciones:

Sobre fondo negro.



Sobre fondo gris.



Sobre fondo blanco.



Sobre fotografía oscura.



Sobre fotografía blanco y negro.



Sobre fotografía clara.

Usos Incorrectos:

Estos son los usos incorrectos de la marca, los cuales deben ser cuidados de manera continua para prevenir variaciones que afecten la identidad corporativa.



Coffee**Vitals**

Mal uso o modificación de los colores corporativos.



Coffee**Vitals**

Cambios en la distribución o eliminación de elementos.

Usos Incorrectos:

Estos son los usos incorrectos de la marca, los cuales deben ser cuidados de manera continua para prevenir variaciones que afecten la identidad corporativa.



Coffee Vitals

Cambio total o parcial de la tipografía.



CoffeeVitals

Cambio en la ubicación del isotipo.

Usos Incorrectos:

Estos son los usos incorrectos de la marca, los cuales deben ser cuidados de manera continua para prevenir variaciones que afecten la identidad corporativa.



Coffee**Vitals**

Distorción de las proporciones
en horizontal.



Coffee**Vitals**

Distorción de las proporciones
en vertical.

Usos Correctos:

Los usos correctos de la marca determinan la buena implementación y utilización de la marca en los diferentes medios de comunicación ya sean impresos o digitales.



Coffee**Vitals**

Uso del logotipo sin presencia
del Isotipo.



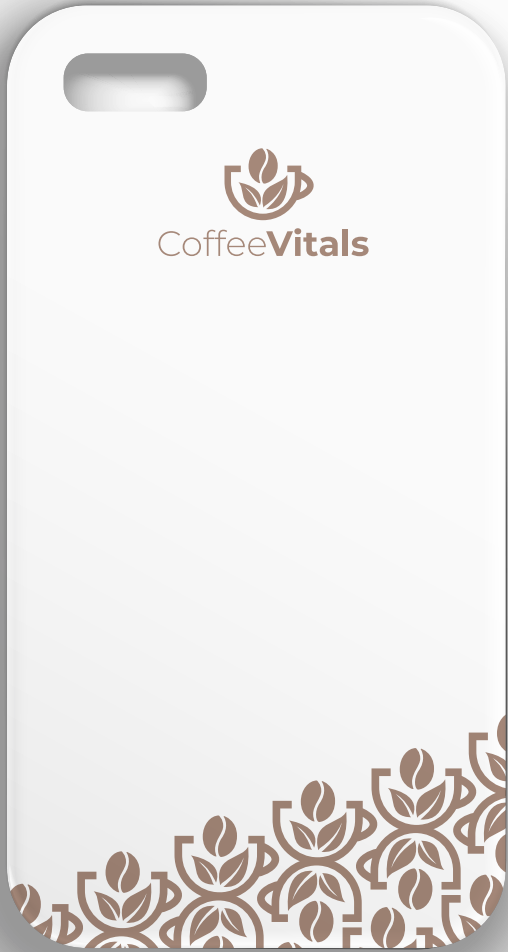
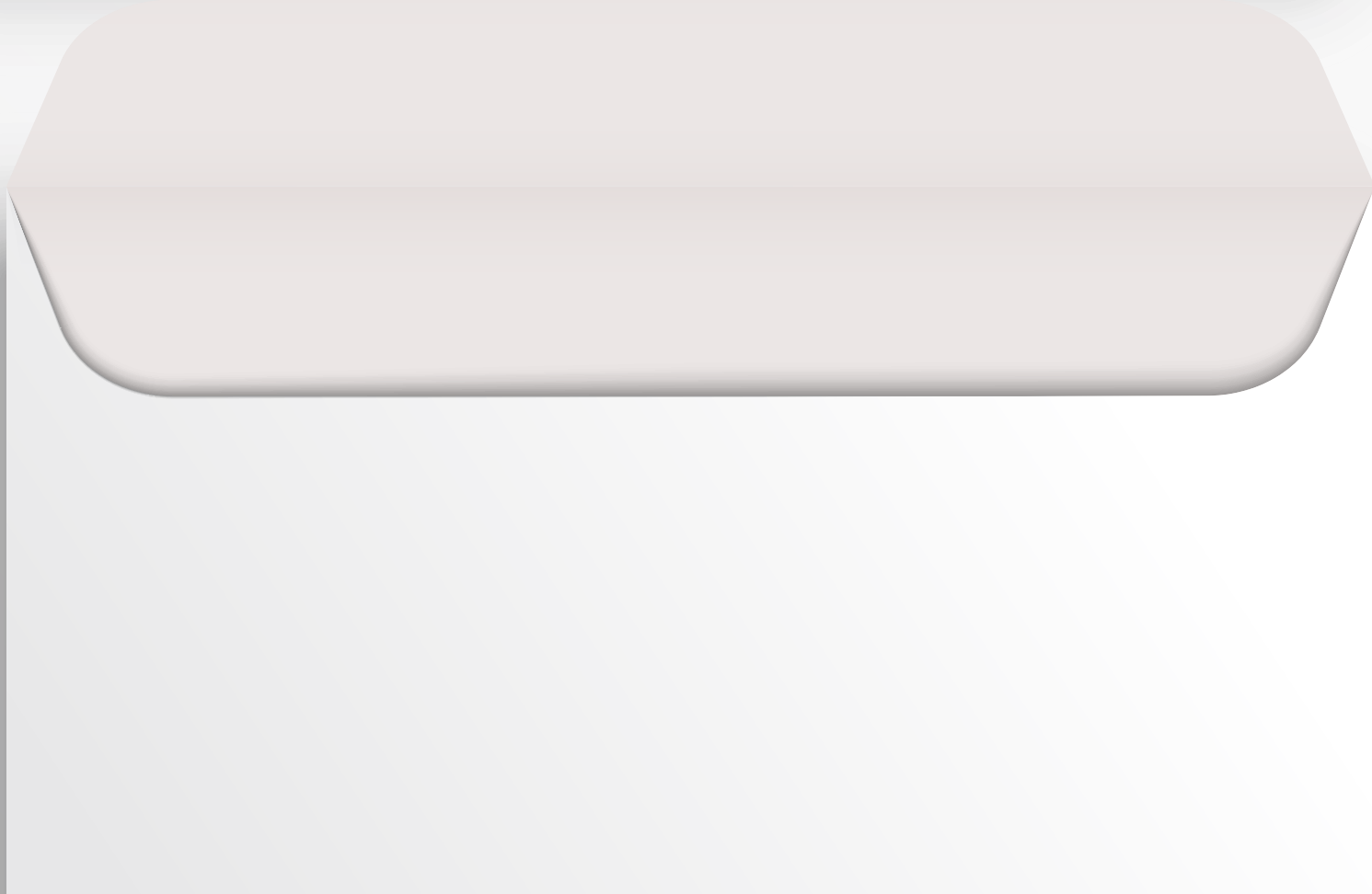
Uso del Isotipo sin presencia del logotipo.

Texturas de marca:

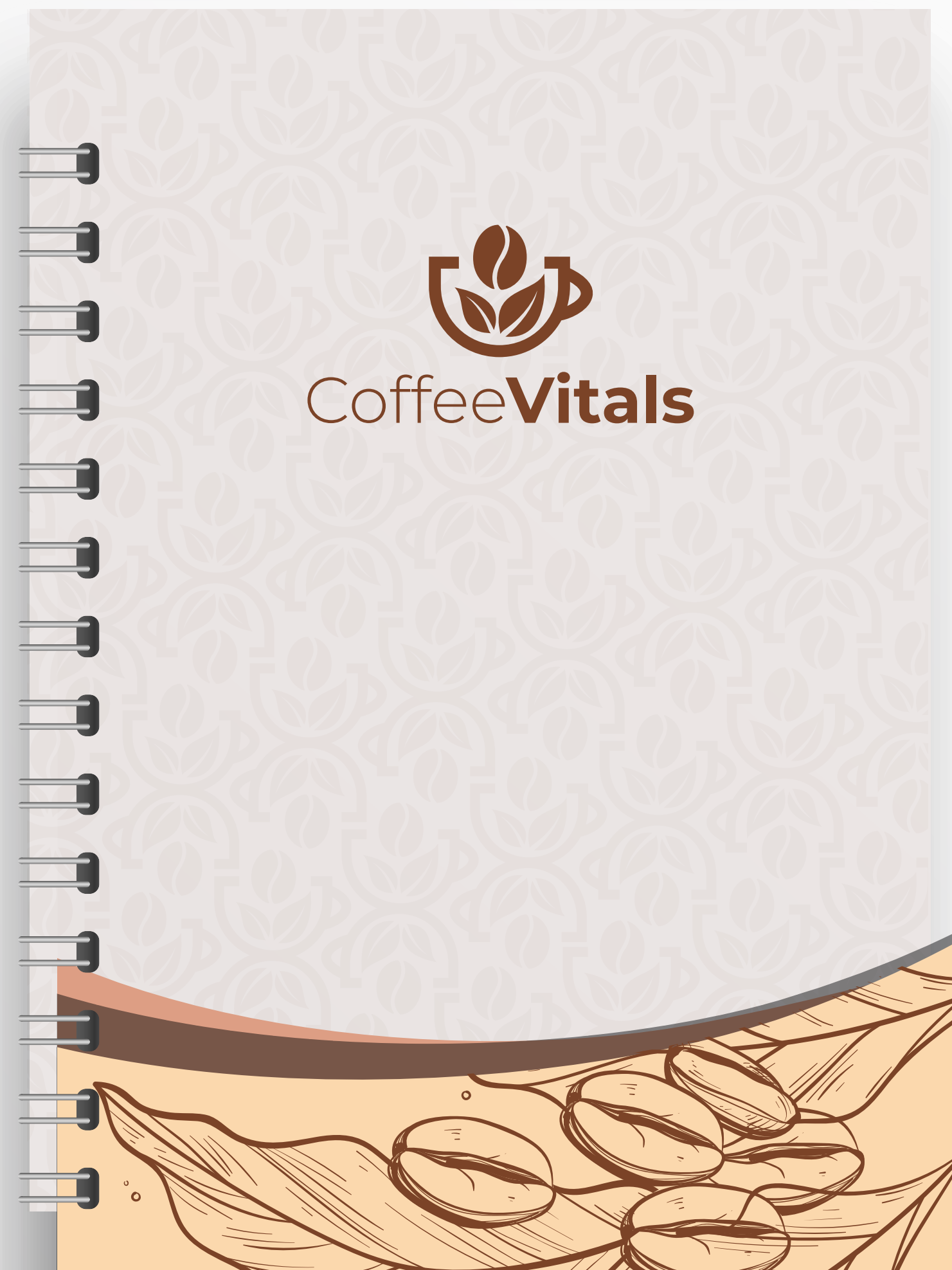
Las texturas de marca permiten decorar espacios, materiales, uniformes y fondos fríos que requieran armonización.



Aplicaciones:



Aplicaciones:



Aplicaciones:



Aplicaciones:



Muchas gracias.

