

CAMO

DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

2023

ÍNDICE

POLÍTICAS	3
¿QUIÉNES SOMOS?	4
SLOGAN	5
IMAGOTIPO	8
TIPOGRAFÍA DE IMAGOTIPO	16
UNIFORMES	21
PAPELERÍA	23
SEÑALÉTICA CREATIVA	28
DIMENSIONES SEÑALÉTICA CREATIVA	29
SEÑALÉTICA NORMATIVA	30
DIMENSIONES SEÑALÉTICA NORMATIVA	32
TRANSPORTE	34
PLANO DE LAS INSTALACIONES	35

POLÍTICAS

El presente Manual de Identidad Corporativa describe las pautas y normas para el correcto uso de la marca CAMO en las diferentes aplicaciones físicas, impresas y digitales.

Este manual establece los lineamientos que se deben seguir para garantizar una expresión uniforme de la identidad corporativa, su reproductividad y versatilidad, para que de este modo pueda aplicarse a cualquier medio de reproducción.

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

El manual de marca debe ser por lo tanto una guía para el uso de todos los miembros administrativos de CAMO; con el fin de que la producción cumpla con altos niveles de calidad, respetando los lineamientos de la identidad corporativa.

De igual forma, este manual no pretende restringir la creatividad de la organización, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas, con objetivos claros de comunicación y proyectando la marca con solidez.

El presente escrito es autorizado por la presidenta del corporativo CAMO y es de aplicación obligatoria para oferentes, contratistas, personal del despacho o cualquier otro personal que pretenda hacer uso de la marca.

Garcia Arteaga Yesenia

¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una agencia de producción audiovisual especializada en crear contenidos audiovisuales de calidad para diferentes fines: publicidad, marketing, educación, entretenimiento.

Contamos con un equipo de expertos en diferentes áreas: guionistas, directores, camarógrafos, sonidistas, editores, animadores; que se encargan de planificar, ejecutar y supervisar cada etapa del proyecto.

SLOGAN

“Diseñamos sueños, construimos realidades”

El objetivo de este despacho de diseño es crear contenidos audiovisuales de calidad en publicidad, marketing, educación, entretenimiento, teniendo como objetivo el solucionar problemas y cubrir las necesidades de nuestros clientes.

MISIÓN

Inspiramos creatividad e innovación a través de soluciones de diseños excepcionales que dejen un impacto duradero.

VISIÓN

Somos una empresa de diseño reconocida por traspasar límites y establecer nuevos con creatividad, estética y funcionalidad.

VALORES

- Adaptabilidad
- Profesionalismo
- Eficacia
- Responsabilidad

FILOSOFÍA

En Camo, creemos que el diseño no se trata simplemente de estética; creamos una herramienta poderosa para mejorar las experiencias humanas, resolver problemas complejos y dar forma a un futuro mejor. Nuestra filosofía de diseño es un reflejo de nuestro compromiso con la innovación, la sostenibilidad y la búsqueda incesante de la excelencia.

IMAGOTIPO

IMAGOTIPO

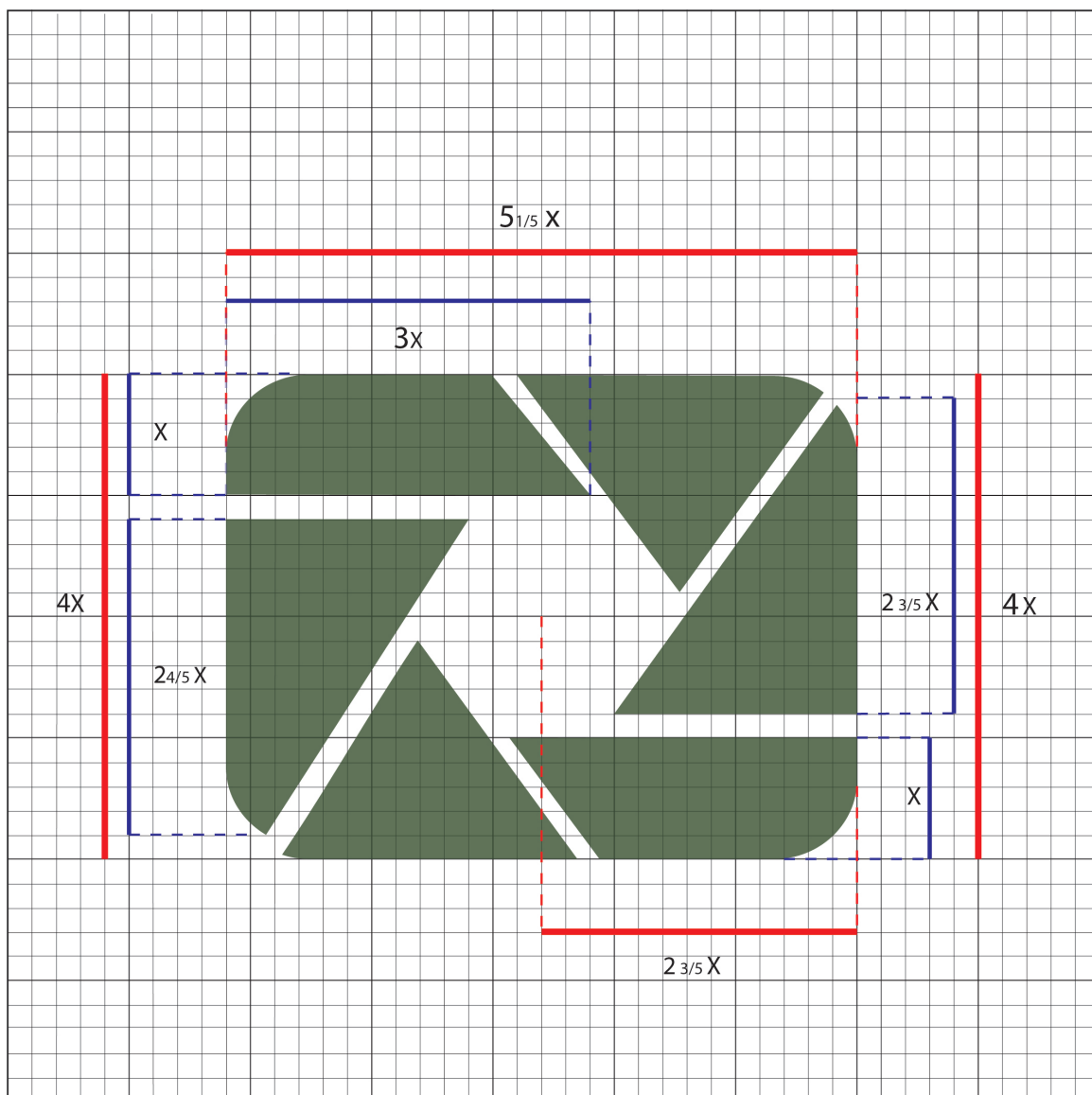
NOMBRE

Nuestro nombre e imagotipo nace de la idea de que un diseñador es como un camaleón, se puede adaptar a las necesidades. Un camaleón puede camuflarse para mimetizarse con su entorno, de ahí nace el nombre "CAMO", haciendo referencia a "camuflaje" y se decidió sustituir la letra "O" por la representación simplificada de un diafragma de una cámara fotográfica, ya que nuestro giro está enfocado a los medios audiovisuales.

DIAGRAMACIÓN IMAGOTIPO

El valor de X equivale a 2cm.

El ícono tiene como medidas totales 8 cm de ancho por 10.2 cm de largo.



$X=2CM$

IMAGOTIPO A COLOR

Imagotipo en color principal (Ceylanite). Se utilizará siempre que sea necesario resaltar la marca, ya sea en diseños o papelería.

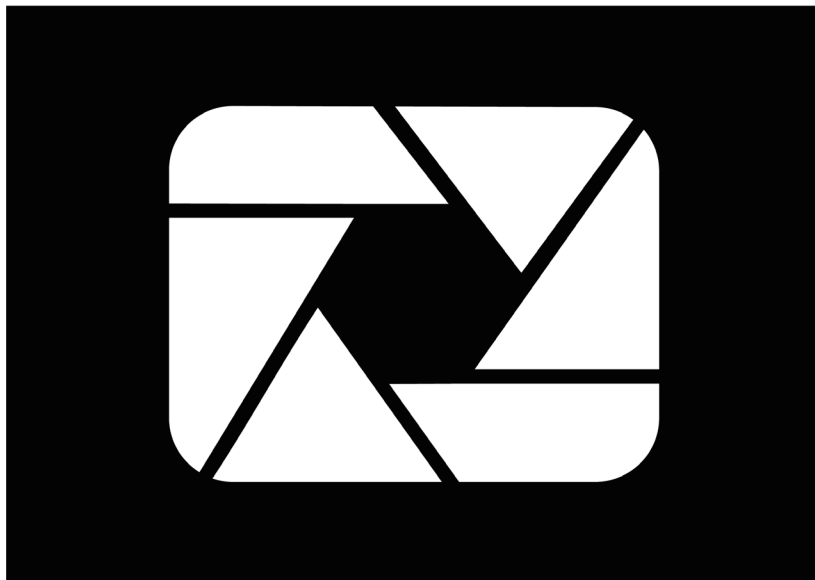
Color principal (Ceylanite)



IMAGOTIPO POSITIVO Y NEGATIVO

El imagotipo en positivo y negativo se usará cuando la superficie sobre la que estará el logotipo no sea blanca o de algún color que le impida resaltar al color principal.

positivo - negativo



IMAGOTIPO A COLOR

Imagotipo en color principal (Ceylanite). Se utilizará siempre que sea necesario resaltar la marca, ya sea en diseños o papelería.

Color principal (Ceylanite)



CAMO

The logo consists of the word "CAMO" in a bold, dark green, sans-serif font. The letter "O" is replaced by a stylized camera shutter icon, also in dark green, with white lines representing the shutter blades.

IMAGOTIPO POSITIVO Y NEGATIVO

El imagotipo en positivo y negativo se usará cuando la superficie sobre la que estará el logotipo no sea blanca o de algún color que le impida resaltar al color principal.

Positivo - negativo

CAMC 



PANTONE, CMYK Y CÓDIGO DE COLOR

Estos son los colores empresariales que identificarán a la marca. Están presentes en el logo y toda la comunicación de la empresa, tanto online (emailing, redes sociales) como offline (carteles, rótulos y membretes).



Pantone: Ceylanite

30491F

C:79%
M:46%
Y:100%
K:51%

Pantone: Marigold

ff7a00

C:0%
M:62%
Y:94%
K:0%

Pantone: Eliel

ffd600

C:1%
M:14%
Y:93%
K:0%

Pantone: Pure Goth

000000

C:91%
M:79%
Y:62%
K:97%

TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA DE IMAGOTIPO

Esta tipografía es la empleada en el imagotipo de la compañía y deberá respetarse en todo momento, queda prohibido hacer modificación alguna.

Nombre de la tipografía: **SPACE**

Tipografía imagotipo

SPACE

**ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ**

NO HAY MINÚSCULAS

1234567890

.,:;!@?'"\$%&°/()= {}]

TIPOGRAFÍA MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS

Esta tipografía primaria es la empleada en todo trabajo digital o impreso, queda prohibido su uso para otros fines relacionados a la compañía.

Nombre de la tipografía: **Bahnschrift**

Tipografía primaria

BAHNSCHRIFT

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz

1234567890

.,-;!¿?"#\$%&/()=|°{}[]_

TIPOGRAFÍA MEDIOS DIGITALES E IMPRESOS

Esta tipografía secundaria es la empleada en todo trabajo digital o impreso, queda prohibido su uso para otros fines relacionados a la compañía. Solo se utilizara en caso de no contar con la tipografía primaria o por cuestiones de diseño.

Nombre de la tipografía: **Montserrat**

Tipografía secundaria

MONSERRAT

ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ

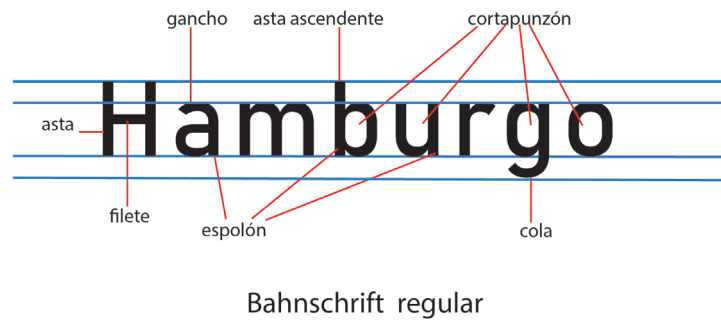
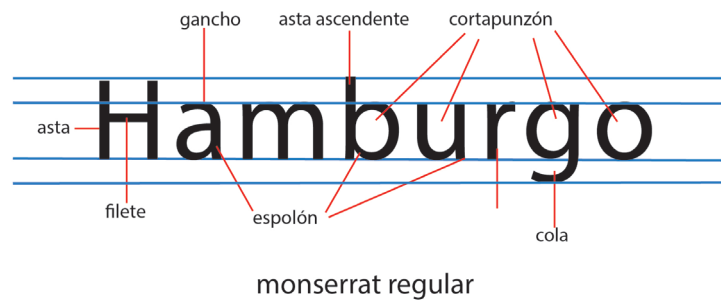
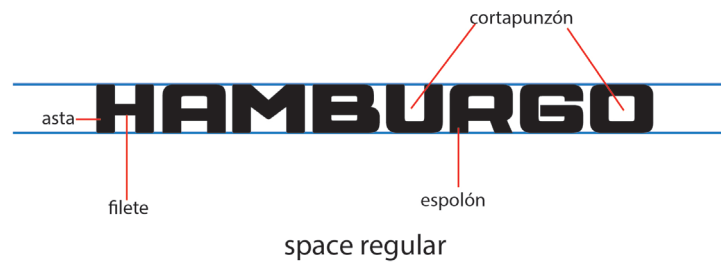
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz

1234567890

.,;!"#\$%&/()=i?'+*[{ }]-

MUESTRA TIPOGRÁFICA

Estas son las muestras tipográficas de las tres tipografías propias de la empresa. Se pueden apreciar características propias de la tipografía.

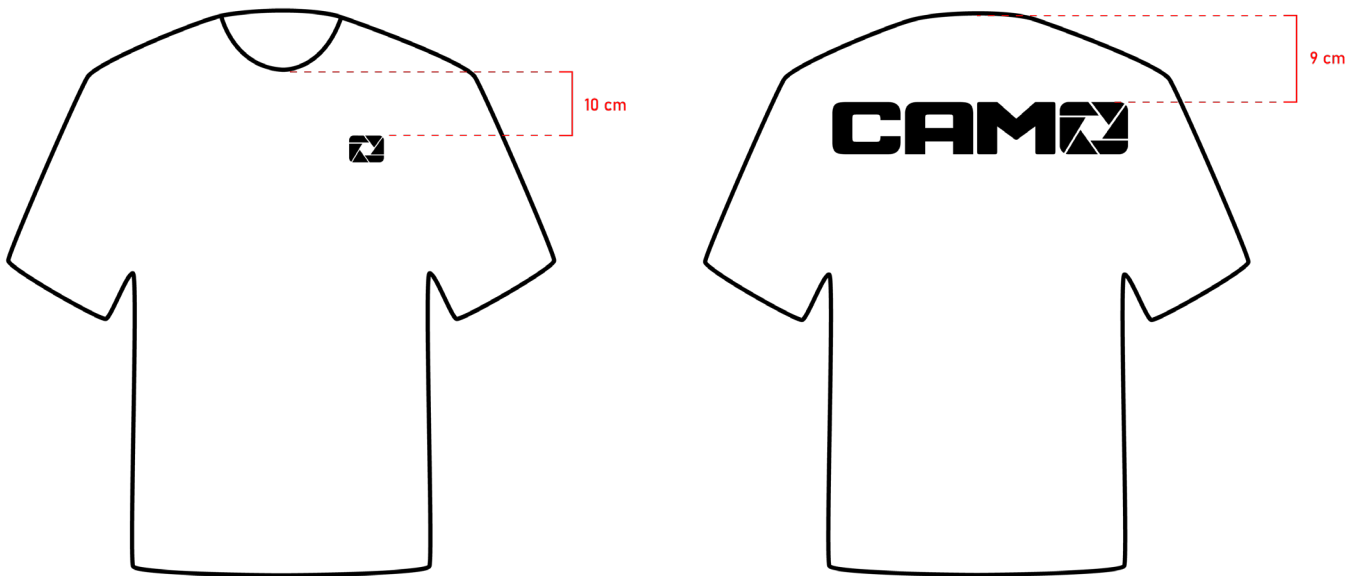


UNIFORMES

UNIFORMES

Se utilizará una playera manga corta ya sea blanca o negra, con el imagotipo marcado a 10 cm por debajo de la costura inferior del cuello de la playera y de lado izquierdo del pecho. Por la parte trasera se utilizará el imagotipo a 9 cm por debajo de la costura inferior del cuello de la playera.

La parte inferior queda a discreción del trabajador.



PAPELERÍA

PAPELERÍA

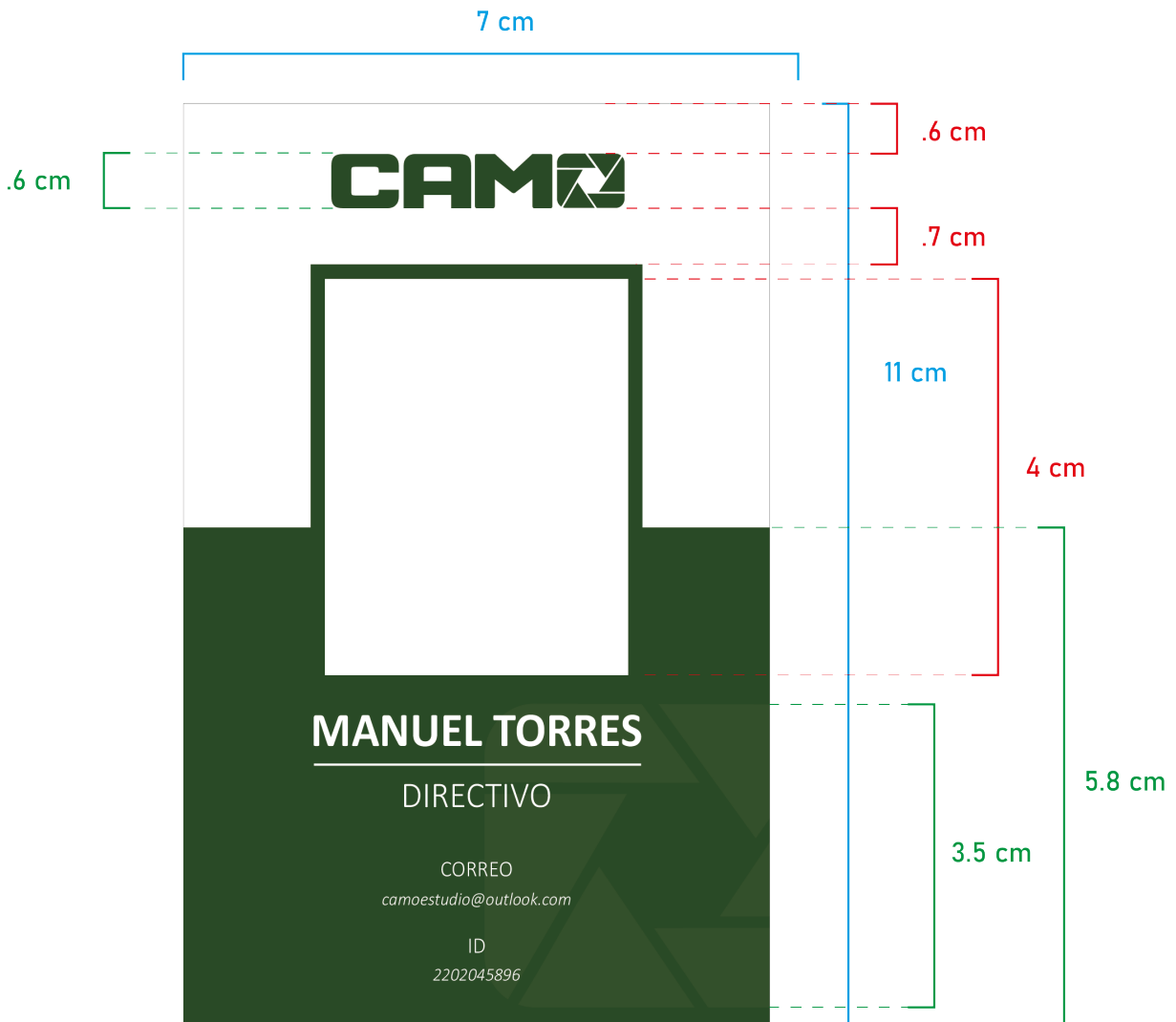
HOJA MEMBRETADA

Se utilizará para colocar sobre ellas todo tipo de documentos, propuestas, cartas, solicitudes a proveedores, presupuestos, declaraciones, pedidos, facturas, avisos de reuniones, licitaciones o cualquier información relacionada a la empresa.



GAFETE

El gafete corporativo deberá ser utilizado por todos los miembros de la compañía mientras se encuentren dentro de las instalaciones y deberá ser visible en todo momento con el fin de ser identificados fácilmente.



SOBRE

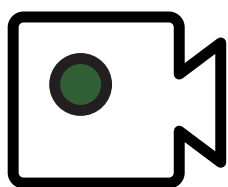
Será utilizado para resguardar cualquier tipo de documento que sea relevante para la empresa.



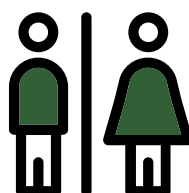
SEÑALÉTICA

SEÑALÉTICA CREATIVA

La señalética creativa es propia de la empresa y tiene la finalidad de identificar cada espacio dentro de las instalaciones (baños, comedor, estudios, recepción, oficinas, salas de juntas, etc...).



Estudio de fotografía



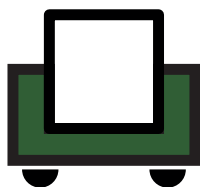
Baños



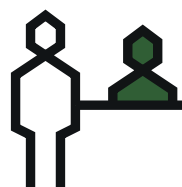
Estudio de video



Comedor



Zona de descanso



Recepción



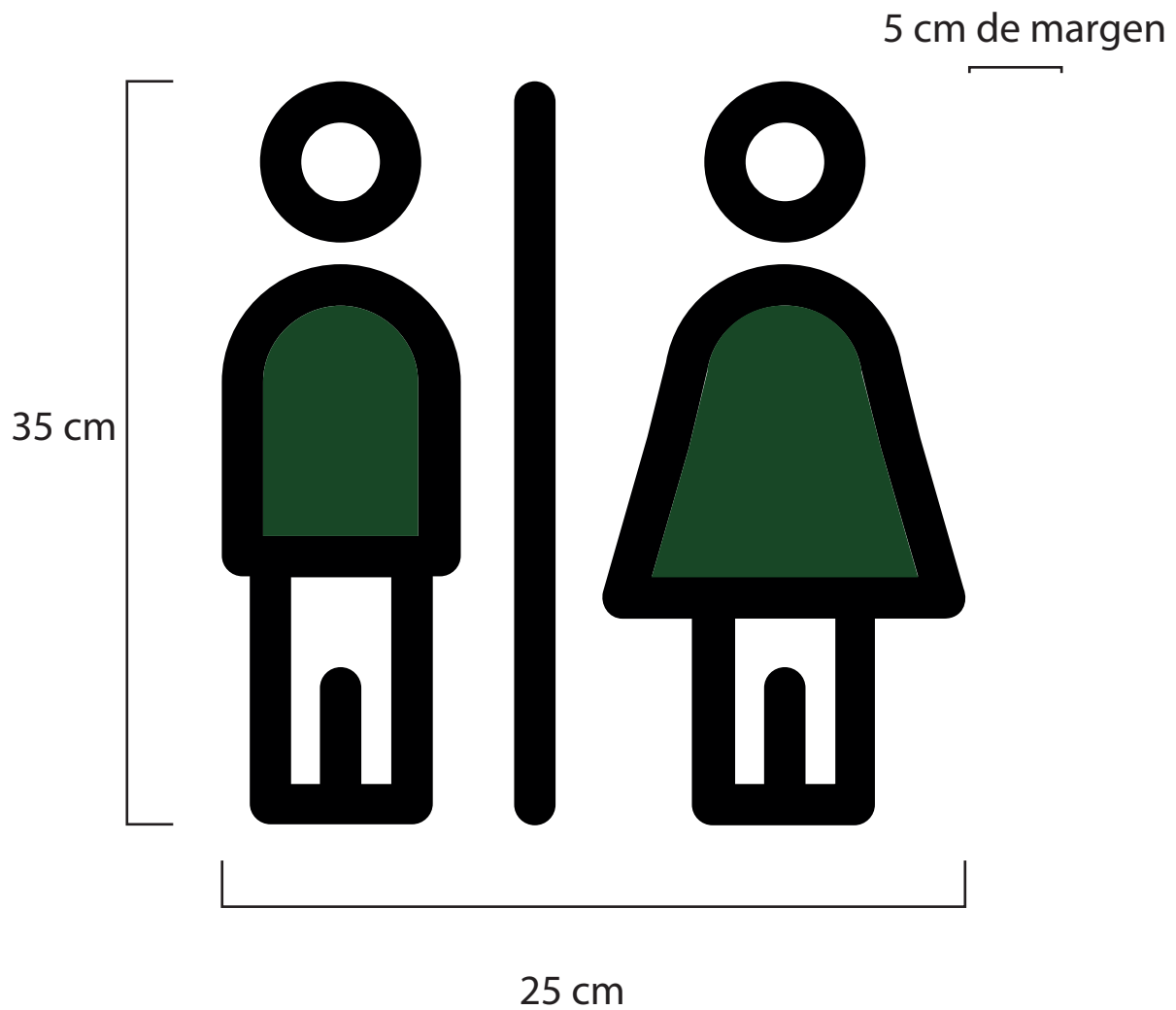
Oficinas



Sala de juntas

DIMENSIONES SEÑALÉTICA CREATIVA

Deberán medir un mínimo de 35 centímetros de altura por 25 centímetros de ancho para su correcta visualización.



SEÑALÉTICA NORMATIVA

Ubicación.

Las señales se colocarán de acuerdo a un análisis de las condiciones y características del sitio o instalación a señalizar, considerando lo siguiente:

Las señales informativas se deben colocar en el lugar donde se necesiten, permitiendo que el observador tenga tiempo suficiente para captar y comprender el mensaje.

Las señales de precaución se deben colocar donde exista un riesgo, para advertir de su presencia al observador y le permita con tiempo suficiente captar y comprender el mensaje sin exponer su salud e integridad física.

Las señales prohibitivas o restrictivas se deben colocar en el punto donde exista la limitante, con el propósito de evitar la ejecución de un acto inseguro.

Las señales de obligación se deben colocar en el lugar donde sea exigible realizar la acción que la misma señal indica.

Dimensión.

La dimensión de las señales objeto de esta norma debe ser tal, que el área superficial (S) y la distancia máxima de observación (L) cumplan con la siguiente relación donde:

S es la superficie de la señal en metros cuadrados;

L es la distancia máxima de observación en metros;

> es el símbolo algebraico de mayor o igual que.

Nota: Para convertir el valor de la superficie de la señal a centímetros cuadrados, multiplíquese el cociente por 10 000, o aplíquese directamente la expresión algebraica: $S5 \times L2$. Esta relación sólo se aplica para distancias (L) mayores de 5 metros. Para distancias (L) de 5 metros y menores, la superficie de las señales será como mínimo de 125 cm².

La tabla 4 que a continuación se muestra, proporciona ejemplos de dimensionamiento que cumplen con la fórmula.

2 De las características de los avisos.

Los avisos que complementen las señales de protección civil constituyen sólo un refuerzo al mensaje que la señal proporciona, son de uso opcional, y en su caso deben cumplir lo siguiente:

- a) Estar fuera de los límites de la señal y situados en la parte de abajo;
- b) Utilizar las frases que la norma establece;
- c) Tener forma de rectángulo, cuya altura no debe ser mayor al 50% de la altura de la señal y su base no debe exceder al ancho de la misma, y
- d) Ser de los mismos colores de seguridad y de contraste que corresponda a la señal.

Únicamente las señales de información se pueden complementar con avisos dentro de sus límites, debiendo cumplir con lo siguiente:

- a) Utilizar las frases que la norma establece;
- b) No deben dominar sobre los símbolos, para lo cual se limita la altura máxima de la frase a la tercera parte de la altura del símbolo;
- c) Ser de los mismos colores de seguridad y de contraste que corresponda a la señal, y
- d) Situarse en la parte inferior del símbolo y sólo cuando el uso de la flecha direccional no lo permita, el aviso deberá situarse en la parte superior del símbolo.

Materiales.

La naturaleza y calidad de los materiales para fabricar señales deben:

- a) Ser inofensivas para la salud y la integridad física de las personas;
- b) Garantizar la correcta apreciación de la señal para el cumplimiento de su finalidad;
- c) Permitir su consistencia rígida, excepto para la banda de zona de riesgo, la cual debe ser de material flexible y resistente, y
- d) Garantizar su mantenimiento preventivo y correctivo de color, forma y acabado incluso en condiciones a la intemperie.

Toda señalización deberá ser plasmada en un material adecuado, ya sea: PVC, (uso en señalización de exterior), Calandrado (uso en señalización de interior) o Estireno.

Deberán ser montados con tornillos en caso de que el material y la superficie lo permitan, de ser el caso contrario, se ocupará material adherible con la calidad del material ya mencionado, con una medida genérica de 25x35 cm.

DIMENSIONES SEÑALÉTICA NORMATIVA

La tabla en la parte inferior marca las medias mínimas que debe tener la señalética normativa para su correcta visualización.

DISTANCIA DE VISUALIZACIÓN (L) (metros)	SUPERFICIE MINIMA [S ≥ L ² / 2000] (cm ²)	DIMENSION MINIMA SEGUN FORMA GEOMETRICA DE LA SEÑAL				
		CUADRADO (por lado) (cm)	CIRCULO (diámetro) (cm)	TRIANGULO (por lado) (cm)	RECTANGULO (base 2 : altura 1) (cm)	
					BASE	ALTURA
5	125,0	11,2	12,6	17,0	18,2	9,1
10	500,0	22,4	25,2	34,0	36,6	18,3
15	1 125,0	33,5	37,8	51,0	54,8	27,4
20	2 000,0	44,7	50,5	68,0	73,0	36,5
25	3 125,0	55,9	63,1	85,0	91,2	45,6
30	4 500,0	67,1	75,7	101,9	109,6	54,8
35	6 125,0	78,3	88,3	118,9	127,8	63,9
40	8 000,0	89,4	100,9	135,9	146,0	73,0
45	10 125,0	100,6	113,5	152,9	164,4	82,2
50	12 500,0	111,8	126,2	169,9	182,6	91,3

SÍMBOLOS SEÑALETICA NORMATIVA

Aquí se muestran las diferentes señalizaciones normativas establecidas por la ley, las cuales se encuentran en diversas locaciones de las instalaciones.



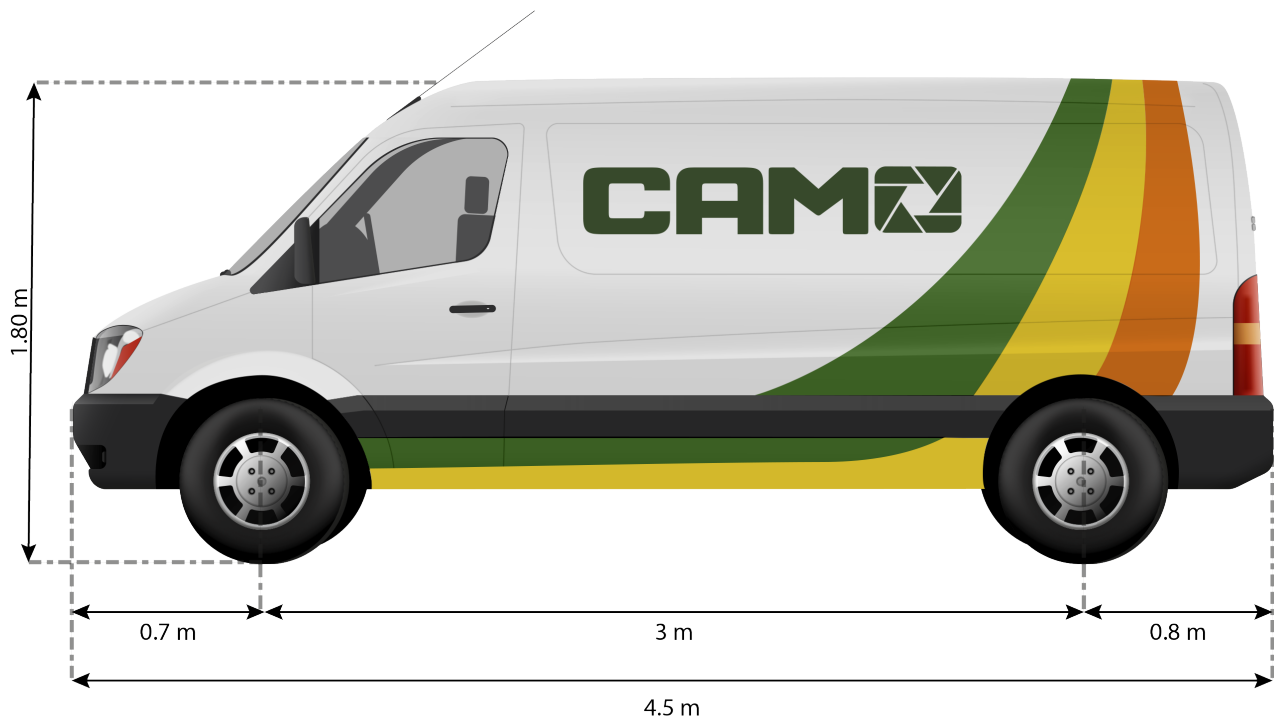
SÍMBOLOS SEÑALETICA NORMATIVA

Aquí se muestran las diferentes señalizaciones normativas establecidas por la ley, las cuales se encuentran en diversas locaciones de las instalaciones.



TRANSPORTE

Se utilizarán camionetas tipo “van” para el transporte de equipo o personal cuando sea requerido; estas camionetas llevarán el imagotipo en el costado y 3 franjas con los colores corporativos.



PLANO DE LAS INSTALACIONES

Las medidas marcadas están en metros. En el plano inferior se muestra la organización de las diferentes zonas de las instalaciones corporativas, cada zona marcada con su respectiva señalética creativa. En las instalaciones contamos con 3 oficinas (dos individuales y una compartida), un comedor, una sala de juntas, estudio de video, estudio fotográfico, almacén, zona de descanso, recepción y baños.

