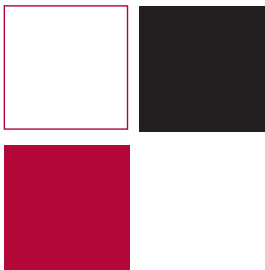


IDENTIDAD CORPORATIVA



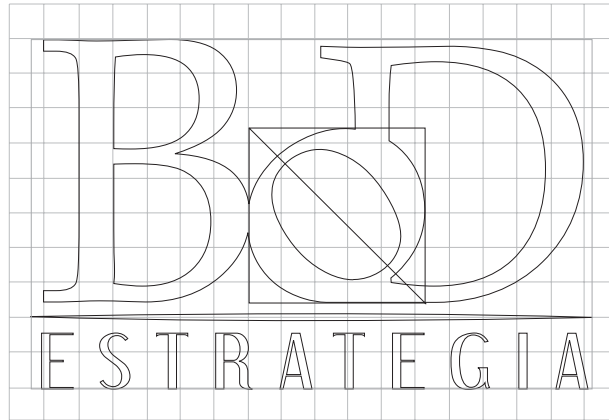


índice

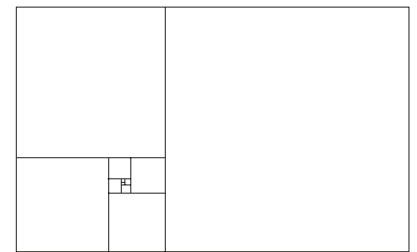
■ Introducción	3
■ Paleta de Colores	4
■ Tipografías	5
■ Utilización	6
Espacio Vital	6
Tamaño Mínimo	6
Variaciones	7
■ Posicionamiento	9



Introducción



Para su creación se parte de la Sección Aurea, considerada la proporción perfecta entre los lados de un rectángulo.



Sección Aurea

■ El logotipo es la base de la identidad visual, encierra y simplifica gráficamente la filosofía de la empresa, facilitando su rápida identificación.

La utilización de la proporción aurea cede al diseño unas características visuales y un equilibrio que ayudan a transmitir la fuerza y seriedad que como empresa se quiere mostrar.

Por otro lado, la sucesión de líneas curvas junto a la inclinación del eje de la "o", ayudan a reforzar una sensación de dinamismo presente en una empresa joven y capaz de adaptarse a su tiempo.



Paleta de Colores

BoD
ESTRATEGIA

■ La combinación distintiva de colores que utiliza el logotipo es un poderoso elemento identificador portador de un gran significado psicológico.

Negro: Es el color básico del logotipo. Es el color de la elegancia y según Renoir, "El rey de todos los colores". La aparente renuncia al color que supone la adopción del negro como base en la creación del logotipo da lugar a la objetividad y la funcionalidad, elementos básicos que se transmiten con la imagen visual de BoD.

Rojo: Es el complemento perfecto para el color predominante, el negro. Asociado originalmente a la nobleza, pasión y vida, el rojo es el primer color que reconocemos y aprendemos en nuestra infancia. En su amplia gama encontramos esta variante, más oscura y apagada, que cede el peso y la nobleza necesarios a la formación de logotipo.

Pantone



Pantone 201 Estucado



Negro

CMYK



C: 0 % M: 100 %
Y: 65 % K: 35 %



C: 0 % M: 0 %
Y: 0 % K: 100 %

RGB



R: 170 G: 43 B:74



R: 0 G: 0 B: 0

Hexadecimal



#AA2B4A



#000000



Tipografías

■ El uso consistente de las familias tipográficas establecidas permitirá un reconocimiento instantáneo de la empresa, ofreciendo armonía y legibilidad.

■ Dream Orphans

Dream Orphans es un trabajo de Ray Larabie. Una tipografía fresca de un trazo moderno y elegante.

Se utilizará en encabezados y títulos en un cuerpo no inferior a 8 puntos, interlineado 120% y un espaciado entre letras entre el 5 y el 14%.

Nunca se utilizará en grandes extensiones de texto.

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	0	1	2	3
4	5	6	7	8	9	!	@	#	\$	%	^	&	*

■ Palatino Linotype

Palatino es una tipografía trabajo de Hermann Zapf y llegó a estar disponible en los últimos años 50. Palatino es una fuente que auna el formato clásico con una interpretación moderna adaptándose a la perfección a las necesidades de nuestro tiempo.

Se utilizará en bloques de texto en un cuerpo no inferior a 7 puntos, interlineado 120% y un espaciado entre letras del 0%.

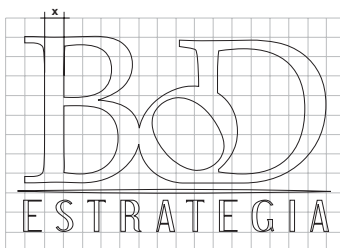
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	a	b
c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p
q	r	s	t	u	v	w	x	y	z	0	1	2	3
4	5	6	7	8	9	!	@	#	\$	%	^	&	*



Utilización

■ *Espacio vital*

El espacio vital es aquél que debe rodear cualquier configuración. Debe ser equivalente al doble del grosor del palo de la "B". Ningún elemento gráfico o texto deberá invadir ese espacio.



■ *Tamaño mínimo*

Dos centímetros (20 mm) es el tamaño mínimo en que puede ser reproducido el logotipo. Su reducción debe ser proporcional para todos los elementos que lo conforman.





Utilización

■ Variaciones

A continuación se muestran las únicas variantes permitidas en el uso del logotipo.



Logo en fondo negro



Logo negro en fondo blanco/transparente



Logo en fondo rojo



Logo negro en fondo blanco/transparente
MONOCROMO 1



Logo negro en fondo blanco/transparente
MONOCROMO 2



Utilización

■ Como regla general NO se podrá situar el logotipo sobre un fondo sin el contraste suficiente para que el este destaque.

NO se deformará ni cambiarán las proporciones del logotipo.

NO se utilizará su línea exterior a modo de logotipo.

NO se cambiará la inclinación.

En ningún caso se utilizarán variantes que entren en conflicto con cualquier indicación de este libro de estilo.



Ejemplos de una incorrecta utilización del logotipo.



Utilización

■ *Posicionamiento:* Dividiendo cualquier espacio en 9 áreas, solo se utilizarán las indicadas a continuación



Superior derecha



Superior centro



Inferior Izquierda



Inferior centro

BOD
ESTRATEGIA

www.bodestrategia.com