







URVIC

ASOCIADOS CONSTRUCTORES



Manual de Marca

ASOCIADOS CONSTRUCTORES URVIC

ÍNDICE

1.- Elementos básicos

- 1.1. Logotipo corporativo
- 1.2. Retícula de trazo
- 1.3. Área de protección
- 1.4. Reductibilidad
- 1.5. Color corporativo (CMYK, RGB, hexadecimal, pantone)
- 1.6. Tipografía corporativa
- 1.7. Tipografía secundaria

2.- Normas para el buen uso de la marca

- 2.1. Versión principal (color)
- 2.2. Reproducción en blanco y negro
- 2.3. Aplicaciones correctas de fondo
- 2.4. Aplicaciones incorrectas

3.- Aplicaciones

- 3.1. Papelería corporativa (Hoja membretada, tarjeta de presentación)
- 3.2. Comunicación interna
- 3.3. Uniformes
- 3.4. Redes sociales
- 3.5. Vehículos



1.- Elementos básicos

1.1. Logotipo corporativo

Explicación del Logotipo

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca **Urvic** se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

La marca Urvic está construida a base de un símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán respetar por su uso correcto

El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.



Simbolo •

Logotipo •

1.1. Logotipo corporativo

Explicación del nombre

Urvic surge de la siguiente combinación de palabras:

URV: Urbanismo proveniente de la principal rama de la construcción a la que nos dedicamos.

VIC: Vicente, nombre de nuestro fundador y director.





SURVIC
ASOCIADOS CONSTRUCTORES

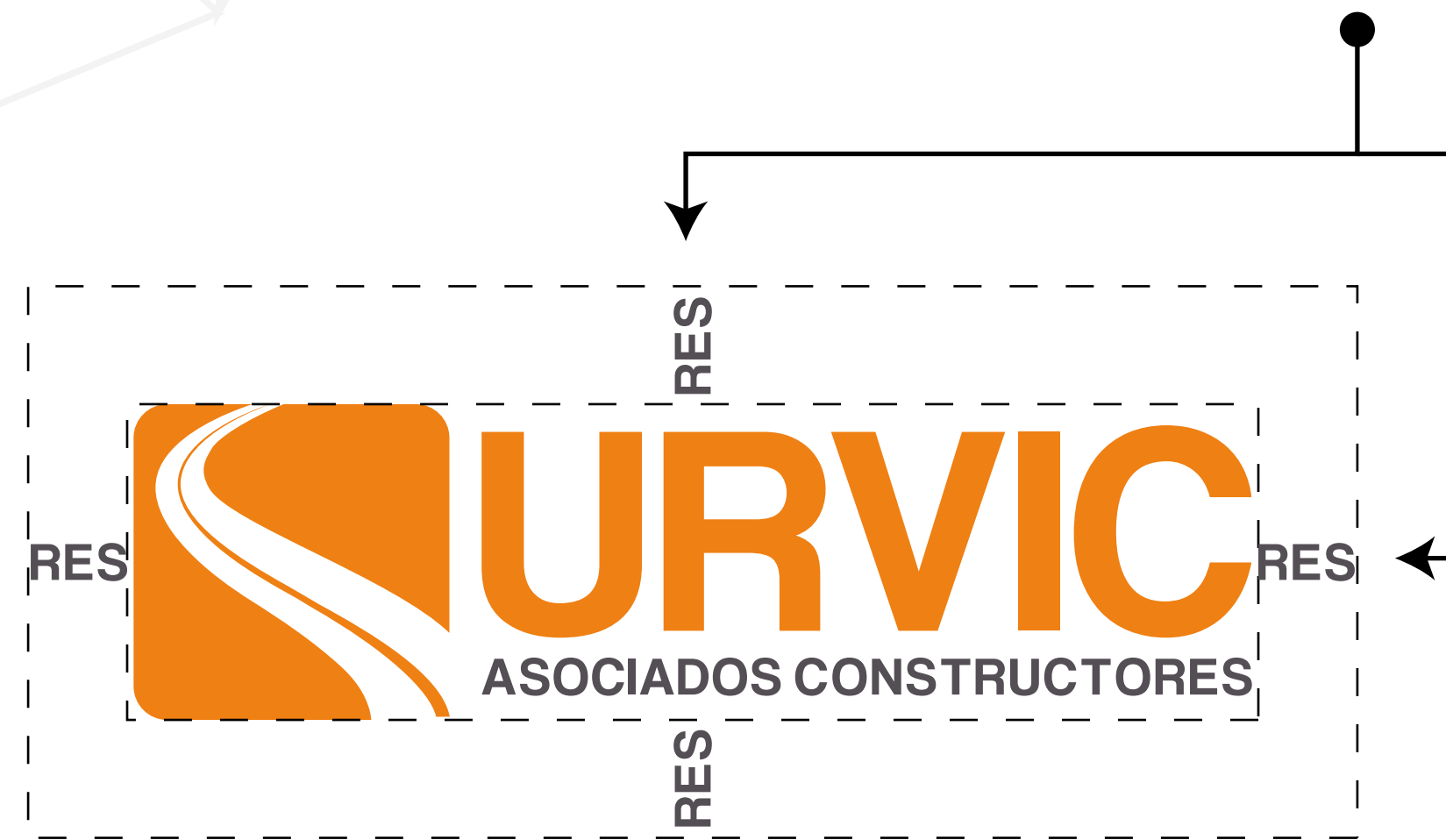
The logo features a stylized orange 'S' icon on the left, followed by the word 'SURVIC' in large, bold, orange capital letters. Below this, the words 'ASOCIADOS CONSTRUCTORES' are written in a smaller, grey, sans-serif font. The entire logo is centered on a white background with a faint grid pattern.

1.3. Área de protección

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del imagotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al símbolo del propio logotipo.

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 10 mm de ancho.

El área de protección tomando como referencia los elementos propios del imagotipo como medida son las últimas 3 letras *constructores* (**RES**)



1.4. Reductibilidad

- **Tamaño mínimo para no perder legibilidad en la aplicación del imago tipo en cualquier material**



1.5. Color corporativo

(CMYK, RGB, hexadecimal, pantone)

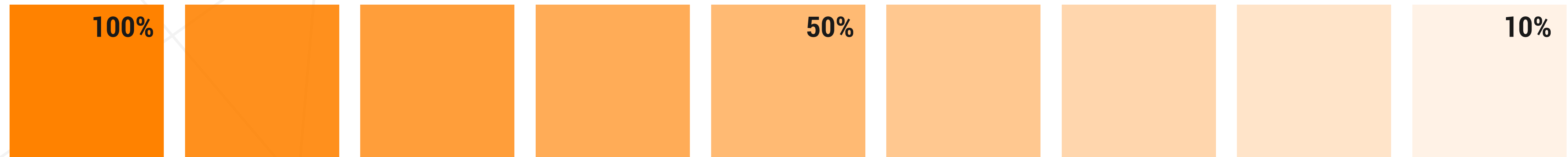
El color es un componente fundamental de la imagen corporativa de cualquier marca y contribuye de manera esencial a sistematizar sus comunicaciones.

Asociados constructores Urvic ha elegido el Pantone 151C.

Para garantizar la correcta reproducción de la marca en diferente soportes, mostraremos en esta página las diferentes composiciones y tramas del color corporativo, así como los diferentes modos de color de acuerdo al tipo de material que se trate.

- **Pantone:** Impresión directa.
- **CMYK:** Selección a color (cuatricromía) materiales impresos.
- **RGB:** Material digital
- **Hexadecimal:** Web (programación)

Pantone 151C.



CMYK

C 0
M 50
Y 100
K 0

RGB

R 239
G 129
B 19

Hexadecimal

#EF8013

NOTA: La representación del color en este manual sólo es una representación que puede variar dependiendo del tipo de impresión, tomando en cuenta los valores de impresión que se va a utilizar.

La tipografía corporativa es la familia **Coolvetica Rg Regular**.

Ésta será la utilizada por los estudios y agencias de diseño. Cuando ésta no sea posible se utilizará la secundaria.

COOLVETICA RG REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N Ñ 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 ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0


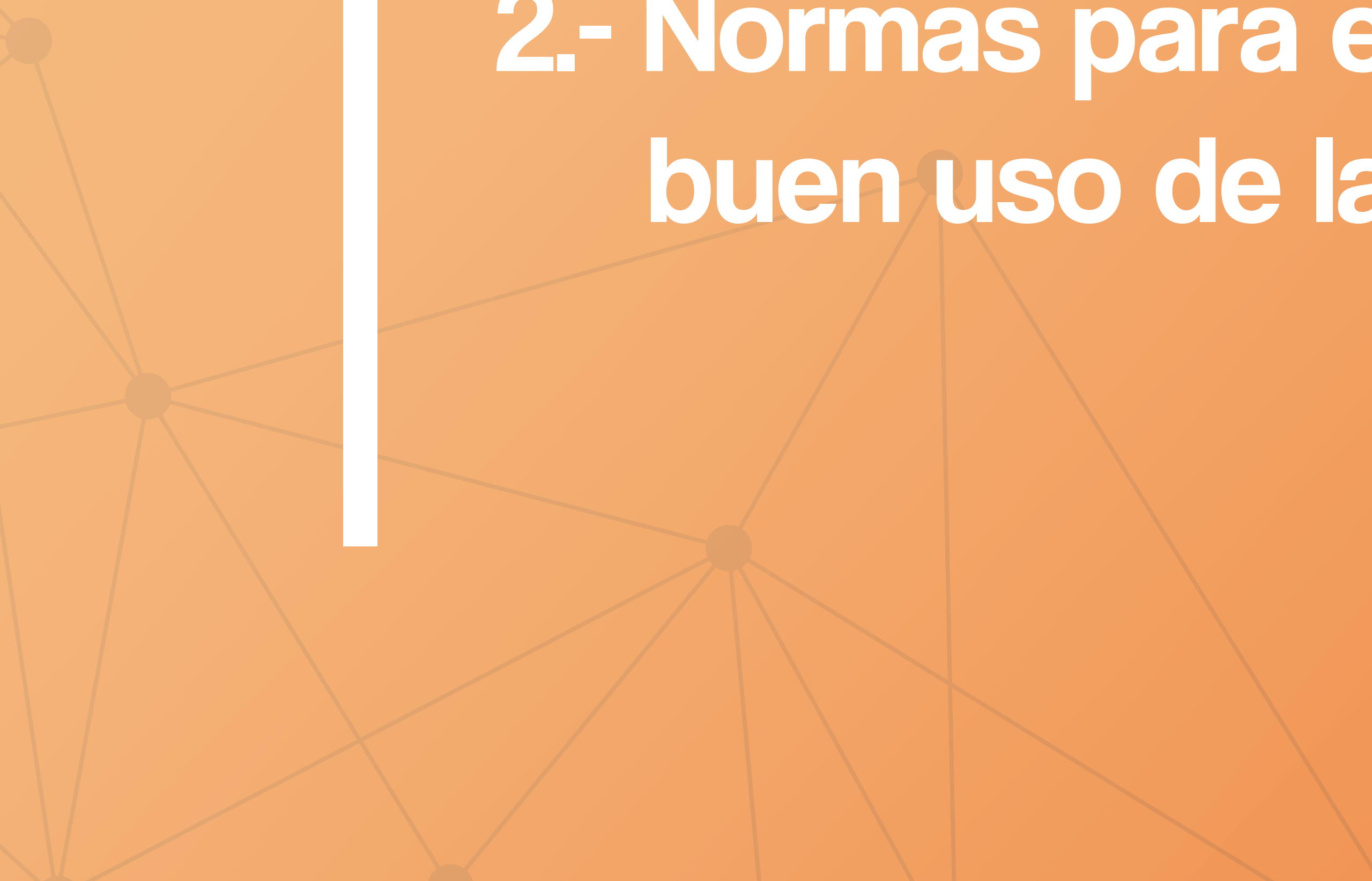
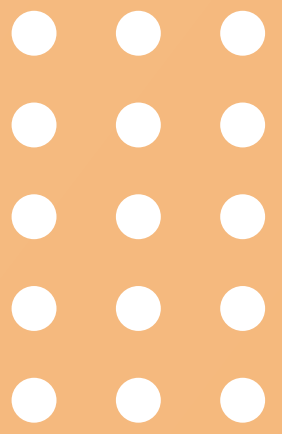
Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas no permiten la utilización de la tipografía corporativa, por ejemplo en la página Web, o los textos editados por la empresa se utilizará la tipografía **Lato** en todas sus versiones

LATO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890



2.- Normas para el buen uso de la marca

2.1. Versión principal (color)



2.2. Reproducción en blanco y negro

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal.
En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro.

Versión principal negativo



Versión principal



Versión blanco y negro negativo



Versión blanco y negro



2.3. Aplicaciones correctas de fondo

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones.

Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.



2.4. Aplicaciones incorrectas

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

Aplicación incorrecta color



Deformación



Ocultación



Porcentajes de color



Espaciado incorrecto



Tipografía incorrecta





3.- Aplicaciones

3.1. Papelería corporativa



3.2. Comunicación interna



CURSO DE METODOLOGÍA AGIL

19 FEB Horario de **10:00 am a 11:30 am** **19 MAR**

En la oficina central corporativa
Calle Brasil #221, Col San Rafael,
Morelia



CURSO PARA EL MANEJO DE REDES SOCIALES

CAPACITANDO A NUESTRA FUERZA DE VENTAS
Un curso interno de Grupo URVIC

FECHA
Viernes 8 de abril horario corrido de 9:00 AM a 6:00 PM

LUGAR
Horizon Hotel, Perif. Paseo de la República 3325, Pobl. Ocotlán, 58270 Morelia, Mich

IMPORTANTE
Indispensable llevar equipo de cómputo y cuentas abiertas de facebook e instagram

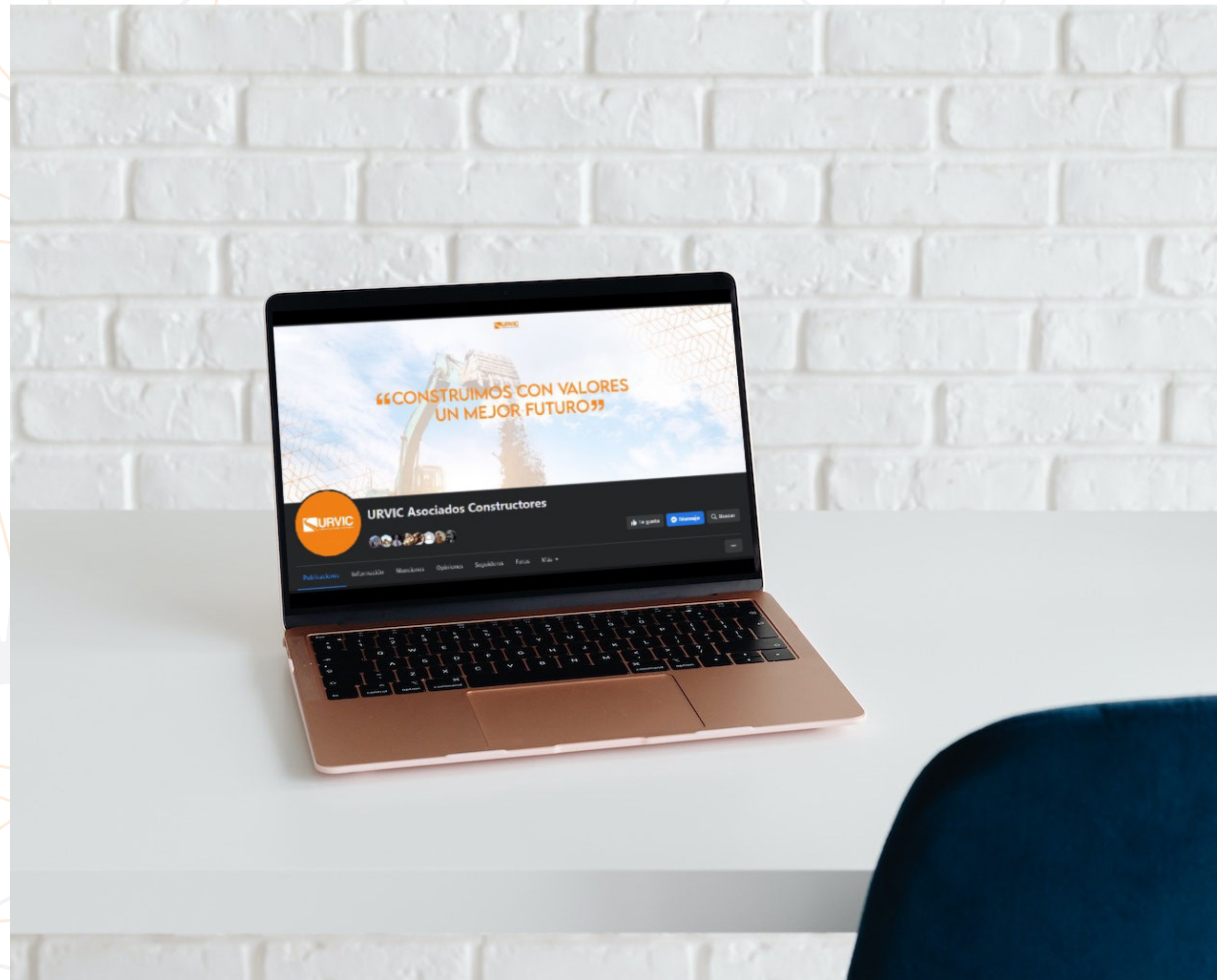
¿COMO LLEGAR?



3.3. Uniformes



3.4. Redes sociales.



La construcción es un componente más que produce cambios relevantes y duraderos en la sociedad



URVIC
ASOCIADOS CONSTRUCTORES

3.8. Vehículos..

