

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



Introducción

El presente manual tiene como fin reunir los elementos de identidad visual de la Liga Antioqueña de Rugby y la gama de aplicaciones de uso más generalizado.

La denominación, la tipografía y los colores corporativos serán de utilización exclusiva en todos los documentos que se editen, no estando permitida la utilización en versiones y formatos distintos a los que se especifiquen en los apartados correspondientes de este manual.

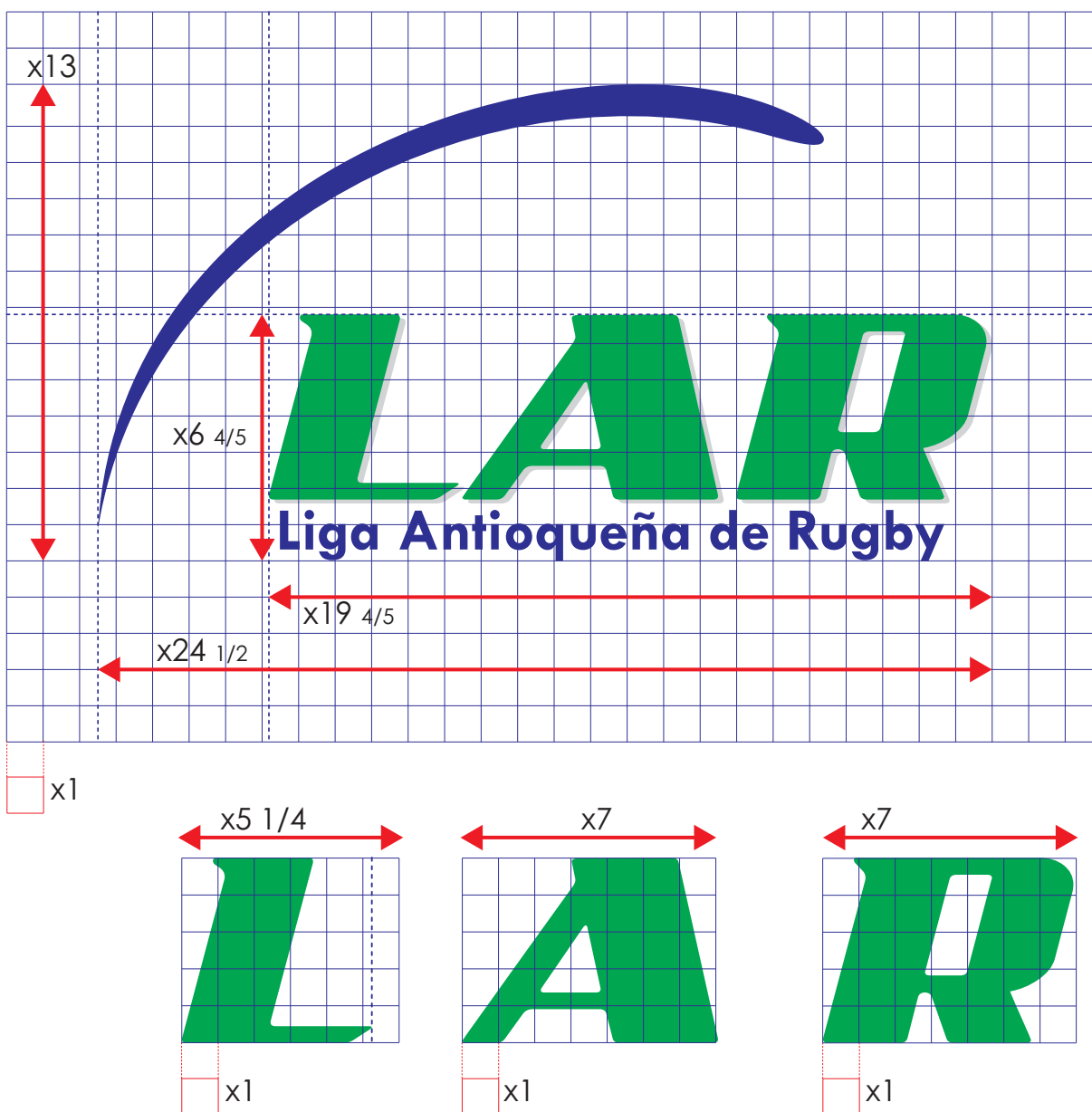
Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única, reforzar y asentar definitivamente su identidad visual.

Logosimbolo



Construcción del Logosimbolo

Para una correcta construcción de los elementos que conforman la identidad visual, se ha establecido un sistema de cotas a partir de la unidad elemental $x1$. A partir de esta medida se construye el logotipo y establece un sistema de proporciones entre todos sus elementos y su correspondiente ubicación en la configuración final.



Tamaños mínimos del logo



Se entiende como el menor tamaño al que se puede ser reproducido el logotipo conservando su adecuada visibilidad.

Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea digital o impreso.



Tanto para medios impresos como para medios digitales se pueden establecer tamaños mínimos especiales que obligan al uso variante del logotipo únicamente en combinaciones de dos colores.



Colores Corporativos

El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa. La aplicación debe mantenerse constante en la medida de lo posible.



AZUL 100%



VERDE 100%

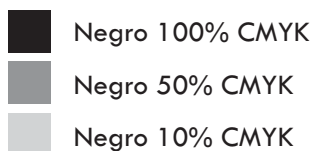


GRIS 20%

Logosimbolo en escala de grises

De igual manera que en ejemplos anteriores será válido, en los casos en que sea necesario, emplear el logotipo en escala de grises.

En cualquier caso siempre tendrá preferencia la versión a color original, mostrada en la página x de este Manual.



En ningún caso se utilizará su versión en escala de grises alterando el orden de las tonalidades. El color más fuerte siempre debe ser el que predomine en la mayor parte del logotipo.

Logosimbolo a una sola tinta

Se puede dar el caso de que, por diversos motivos se necesite reproducir la marca en color pero a una sola tinta. Para estas situaciones se emplearán única y exclusivamente, los ejemplos reflejados en el presente apartado y serán aplicados sobre un fondo blanco.

Positivo



Negativo



