



# Manual de Identidad

# Índice

## 01 Identidad

- 02. Isologo
- 03. Realización esquemática
- 04. Área de reserva
- 05. Claim
- 06. Sin Claim
- 07. Escalabilidad y tamaño mínimo

## 02 Color

- 09 y 10. Paleta
- 11-14. Aplicaciones

## 03 Usos Incorrectos

- 16 y 17. Usos no permitidos

## 04 Isotipo

- 19. Usos individual
- 20. Ejemplos

## 05 Tipografía

- 22. Estilos

## 06 Papelería

- 24. Hola A4
- 25. Sobres
- 26. Tarjetas personales

## 07 Merchandising

- 29 y 30. Ejemplos

## 08 Comunicación

- 31. Estilo fotográfico
- 32 y 33. Redes
- 34. Presentaciones
- 35. Videos

# 01. Identidad

## Isologo

La representación gráfica de la marca propone una imagen dinámica, moderna y cercana. A partir de la síntesis de la morfología de una hoja, se representa la región, la interacción entre sus partes y su crecimiento.

El tipo de letra es redondeada, estilizada, clara y moderna. La utilización de las minúsculas nos acercan a la marca y la descontracturan.

El degradado en color verde vibrante, le aporta actualidad y lo referencia con la actividad.



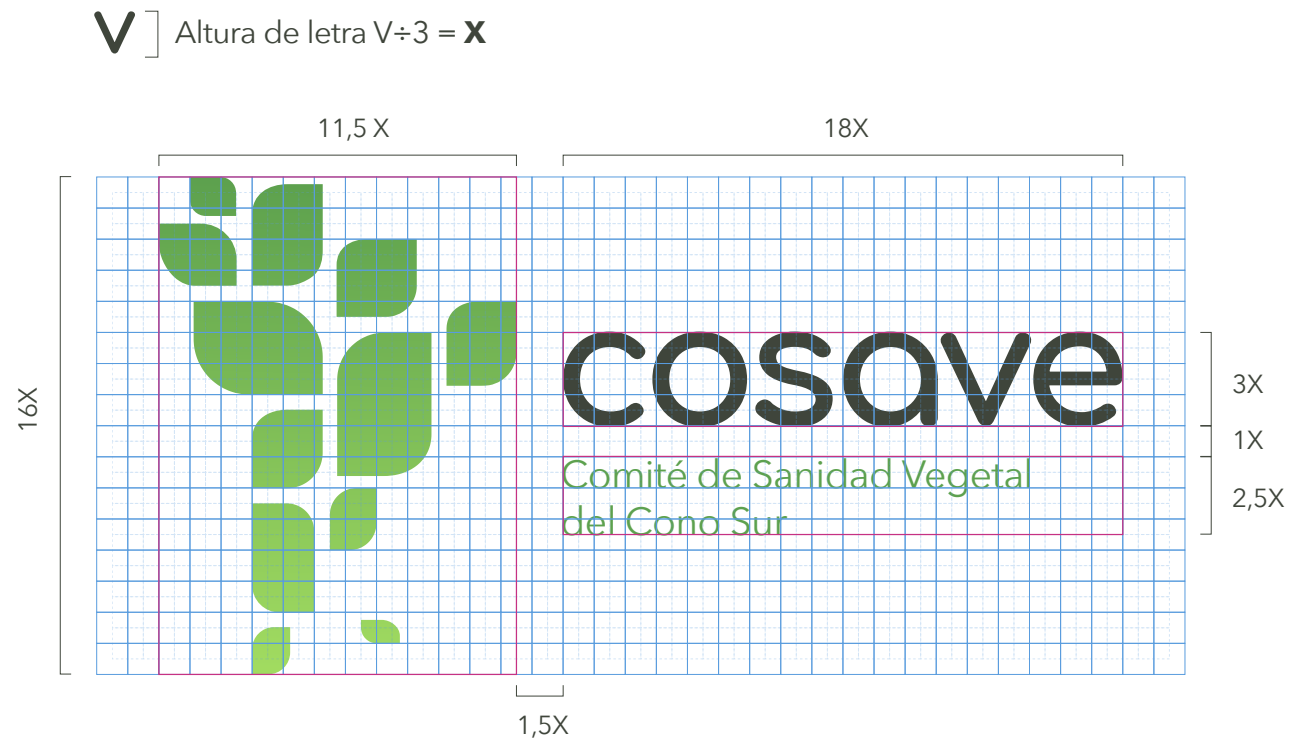


## Realización esquemática

La construcción gráfica de la marca se sustenta en el equilibrio visual de sus componentes.

A partir de un módulo "x" de forma cuadrada se conforma una grilla dentro de la cual se ubican los elementos de manera armónica.

A fin de mantener la consistencia y la coherencia en aplicación, la reproducción visual de la marca cualquiera sea el soporte y tamaño de reproducción nunca deberá diferir de este planteo.



## Área de reserva

Para mantener la integridad y el impacto visual de la marca, es necesario respetar un adecuado espacio libre a su alrededor. El mismo se estipula en un área de aislamiento de 4x alrededor del límite externo del isologotipo.

Ese espacio es parte integral del diseño de la marca y asegura que la misma pueda ser visualizada y comprendida rápidamente, cualquiera sea el soporte elegido y el tamaño de reproducción, sin ser interferida por otros isologotipos, textos o diseños.



## Claim

El identificador corporativo podrá ser usado en los dos idiomas oficiales de la corporación (español y portugués) según la necesidad de comunicación.

Para piezas con visibilidad externa a la empresa (promocionales, institucionales, editoriales, etc), siempre utilizaremos las versiones del indentificador con claim o slogan.

### 1. Español



### 2. Portugués



## Sin Claim

Se podrá optar por usar el identificador corporativo sin claim o slogan, en aquellas publicaciones internas, o en aquellas donde por limitaciones de tamaño o impresión será conveniente usar esta variante a bien de lograr una óptima reproducción de la marca.



## Escalabilidad y tamaño mínimo

El tamaño mínimo de reproducción de la marca indica el tamaño de representación para su adecuada lectura.

Variará dependiendo de si su reproducción es para formatos digitales o para impresión física (papel, ploteos, etc).

Si por necesidad específica la reproducción debiera ser inferior a los valores acá asignados, deberán comunicarse con la Secretaría de Coordinación del Cosave para consensuar la aplicación.

### 1. Tamaño mínimo para impresos



### 2. Tamaño mínimo digital



## 02. Color

## Color

Los colores utilizados para la construcción de la marca reflejan el espíritu y los valores del Comité.

Su reproducción consistente asegura coherencia y continuidad dentro del sistema de identidad corporativa de Cosave.

Para ello, hemos seleccionado las codificaciones más empleadas de acuerdo al sustrato y tipo de impresión/utilización.



# cosave

Comité de Sanidad Vegetal  
del Cono Sur



**PANTONE** 7739 C  
**CMYK** C 82 / M 28 / Y 94 / K 0  
**RGB** R 94 / G 152 / B 73  
**HEX** # 5e9849



**PANTONE** 7488 C  
**CMYK** C 61 / M 0 / Y 87 / K 0  
**RGB** R 150 / G 212 / B 87  
**HEX** # 96d457



**PANTONE** 447 C  
**CMYK** C 80 / M 74 / Y 71 / K 38  
**RGB** R 59 / G 60 / B 56  
**HEX** # 3b3c38

## Paleta de color

La paleta de colores está conformada por los colores corporativos primarios. Mediante el uso de esos colores más el blanco de los sustratos y el gris oscuro del uso tipográfico se debe conformar una imagen cromática sólida para la construcción de las piezas emitidas por Cosave.

Como complemento, se determinó sumar un color oscuro para aportarle color y contraste a la comunicación cuando sea necesario (Pantone 316C).



**PANTONE** 7739 C  
**CMYK** C 82 / M 28 / Y 94 / K 0  
**RGB** R 94 / G 152 / B 73  
**HEX** # 5e9849



**PANTONE** 7488 C  
**CMYK** C 61 / M 0 / Y 87 / K 0  
**RGB** R 150 / G 212 / B 87  
**HEX** # 96d457



**BLANCO**



**PANTONE** 447 C  
**CMYK** C 80 / M 74 / Y 71 / K 38  
**RGB** R 59 / G 60 / B 56  
**HEX** # 3b3c38



**PANTONE** 316 C  
**CMYK** C 93 / M 72 / Y 58 / K 21  
**RGB** R 40 / G 71 / B 84  
**HEX** # 284754



## Aplicación negativo sobre fondo sólido

Se dispone el Pantone 316C como color oscuro sólido para el uso secundario de la marca.



## Alternativos y byn

Aquí se consignan las soluciones para los usos habituales del identificador en diferentes sistemas de reproducción: offset, serigrafía, flexografía, huecograbado, impresión digital, sublimación y en representación en medios electrónicos.

Por utilización en formatos diferentes a los consignados, deberá comunicarse con la Secretaría de Coordinación del Cosave para consensuar la aplicación.

- Aplicación en colores Institucionales



- Aplicación a 1 tintna. Negro 100%



- Aplicación a una tintna. Pantone 7739 C



- Aplicación en escala de grises. Negro 70%



- Aplicación en tinta especial metalizada. Pantone Plata 877



- Aplicación a una tintna. Pantone 7488 C



## Aplicación sobre fondos sólidos

La aplicación conveniente de la marca sobre fondos sólidos que no sean el institucional (Pantone 316C), es la variante negativa en blanco, para asegurarnos su óptima reproducción.



## Aplicación sobre fondos complejos

Para fondos fotográficos y degradados recomendamos la variante de aplicación negativa, tratando siempre de conseguir el máximo contraste posible.

Solo en aquellos casos cuando el fondo sea claro y limpio, se puede usar la marca a full color.



## 03. Usos Incorrectos

No se podrá modificar atributos de color del identificador



No se podrá girar, rotar ni distorsionar el identificador



No se podrá modificar atributos de la tipografía del identificador



No se podrá expandir, condensar o alterar las proporciones del identificador.



No se podrá modificar la relación de tamaño entre logotipo e isotipo.



No se podrán modificar las espacios entre los componentes del identificador



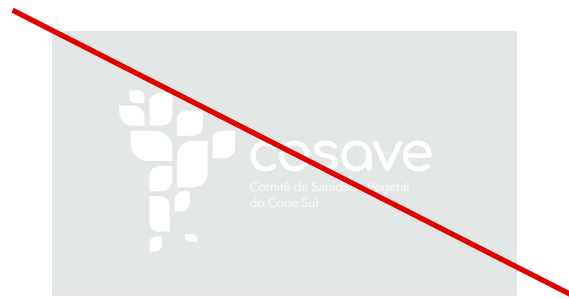
## Usos incorrectos sobre fondos sólidos

Aquí se muestran distintos ejemplos de usos indebidos del identificador sobre fondos sólidos.

No se podrá aplicar el identificador sobre colores que no formen parte de la paleta institucional



No aplicar el identificador blanco sobre fondos claros u oscuros que compliquen su lectura.



# 04. El Isotipo



## Uso individual

Se podrá utilizar el isotipo individualmente y de manera excepcional en detalles y acabados especiales como tintas especiales, laca UV, stamping y cuño seco.

También como elemento para generar fondos o tramas.

Esta aplicación es más propensa a ser utilizada en piezas de papelería, editoriales, digitales o merchandising.



## Algunos ejemplos

Se podrá utilizar el isotipo de manera parcial, desarmar los módulos, usarlos en degradé o a un color, y de muchas otras formas.

Esta aplicación es ideal para decorar ambientes, piezas de promoción y merchandising, brochures, piezas digitales, vestimenta, etc.



# 05. Tipografía

## Poppins

Las comunicaciones corporativas que COSAVE emita, serán apoyadas por una familia tipográfica que connote los valores del organismo y contribuya a sostener coherentemente el conjunto de la identidad corporativa.

La tipografía a utilizar será la Poppins, incluyendo para su aplicación todas las variantes y combinaciones que la familia tipográfica ofrece.

Poppins Thin  
ABCabc123

Poppins ExtraLight  
ABCabc123

Poppins Light  
ABCabc123

Poppins Regular  
ABCabc123

Poppins Medium  
ABCabc123

Poppins SemiBold  
ABCabc123

Poppins Bold  
ABCabc123

Poppins ExtraBold  
ABCabc123

Poppins Black  
ABCabc123

*Poppins Thin Italic*  
*ABCabc123*

*Poppins ExtraLight Italic*  
*ABCabc123*

*Poppins Light Italic*  
*ABCabc123*

*Poppins Italic*  
*ABCabc123*

*Poppins Medium Italic*  
*ABCabc123*

*Poppins SemiBold Italic*  
*ABCabc123*

*Poppins Bold Italic*  
*ABCabc123*

*Poppins ExtraBold Italic*  
*ABCabc123*

*Poppins Black Italic*  
*ABCabc123*

# 06. Papelería

## Hoja A4

La hoja institucional está impresa solo de frente, en tres colores en tamaño A4 (21 x 29.7 cm) en papel Chambrill (o similar mate) de 90g.

El área de aislamiento del identificador es de 15 mm.

La tipografía utilizada es la Poppins, en sus variantes regular y bold.



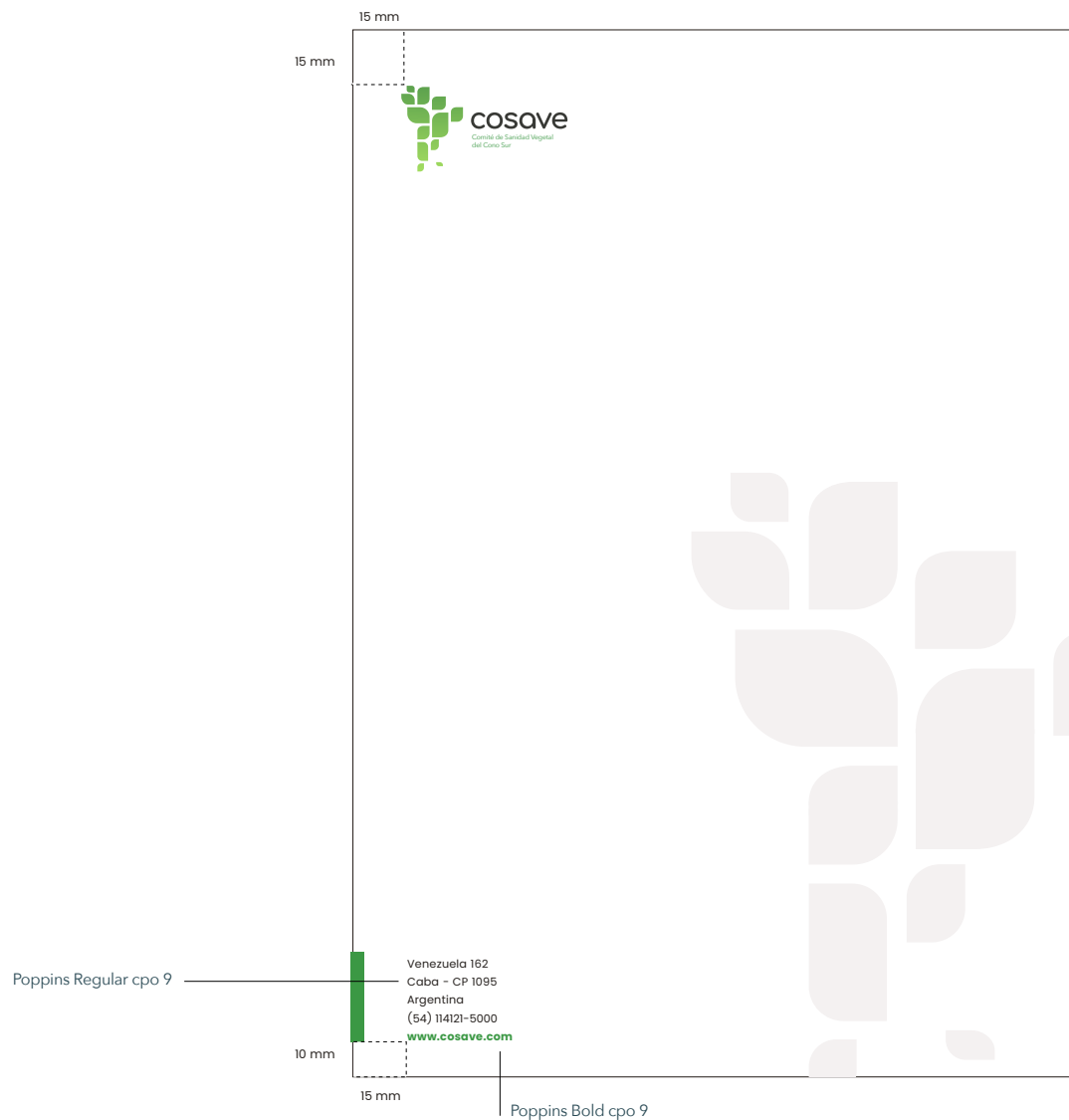
PANTONE 7739 C



PANTONE 7488 C



PANTONE 447 C

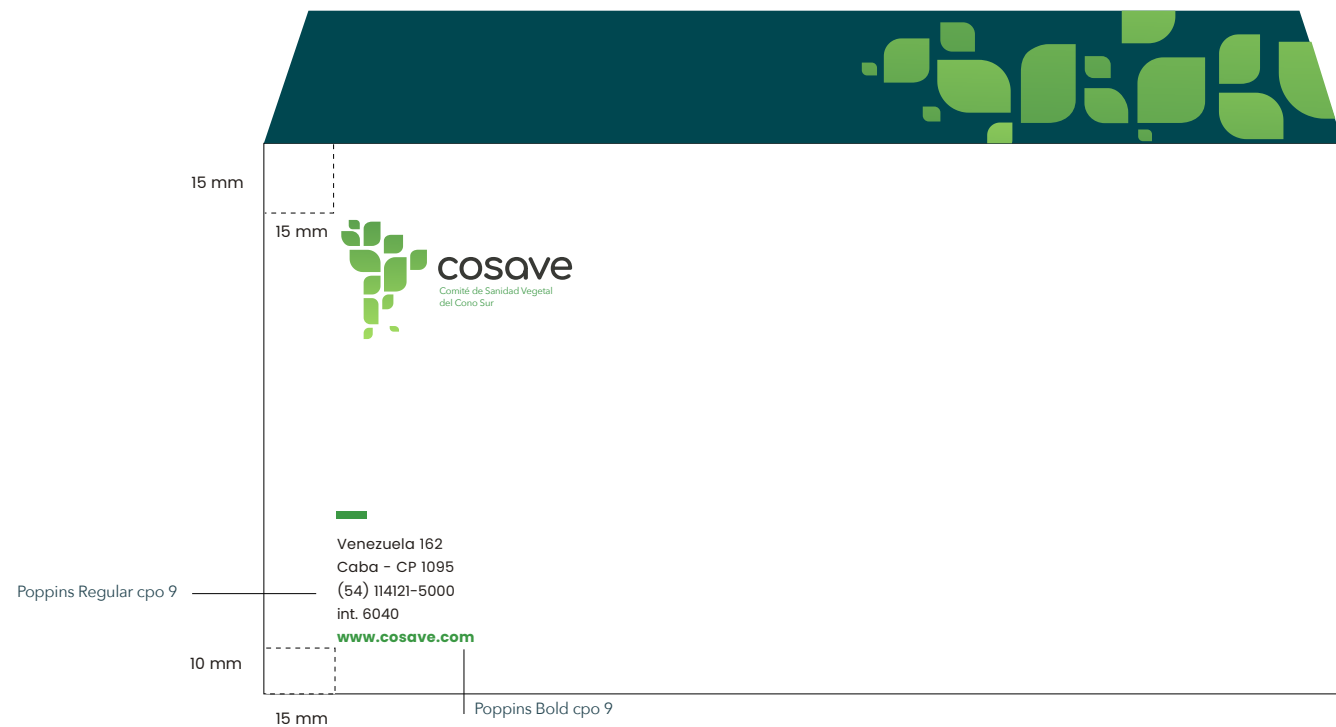


## Sobre Oficio Inglés

El sobre institucional está impreso solo de frente, en 4 colores en tamaño Oficio Inglés (23,5 x 12 cm) en papel Chambrill (o similar mate) de 90g.

El identificador se ubica recostado sobre el vértice izquierdo. El área de aislamiento es de 15 mm.

La tipografía utilizada es la Poppins, en sus variantes regular y bold.



PANTONE 7739 C



PANTONE 7488 C



PANTONE 447 C



PANTONE 316 C

## Tarjetas Personales

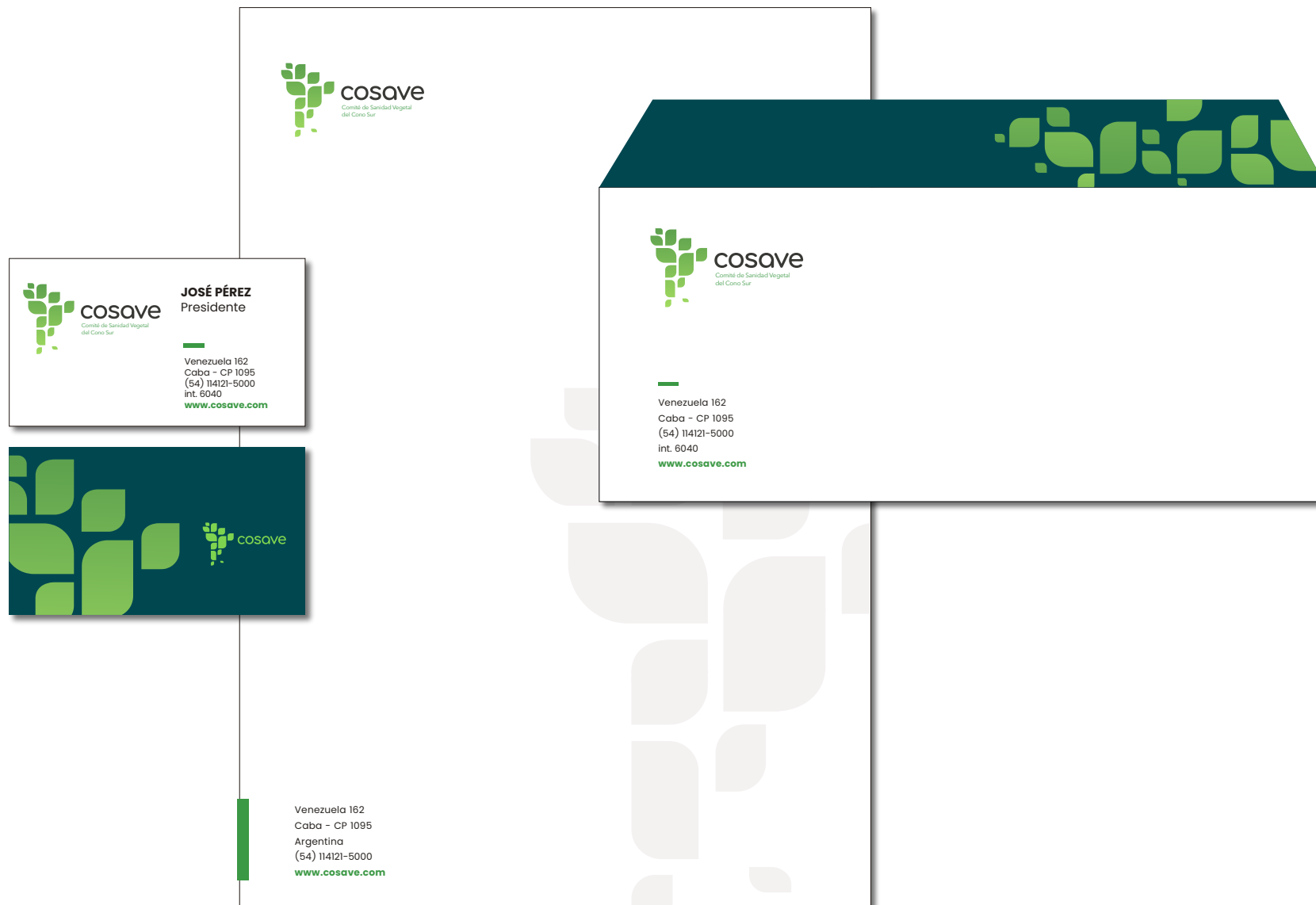
Las tarjetas personales están impresas frente y dorso, en 4 colores Pantone tamaño 9 x 5 cm en cartulina Chambrill (o similar mate) de 350g.

En el dorso, la trama del islogo va impresa con laca UV brillante sectorizada.

La tipografía utilizada es la Poppins, en sus variantes regular y bold.







# 07. Merchandising





# 08. Comunicación

## Estilo Fotográfico

Cuando tengamos que utilizar fotos en nuestras comunicaciones, las mismas deberán transmitir los atributos de nuestro identificador.

Deben ser nítidas, modernas, estar siempre en foco y jerarquizar nuestras publicaciones.

En lo posible, utilizar fotos que permitan aplicar títulos de manera clara, sin demasiados elementos, siempre y cuando la elección del material lo permita.

También según necesidad podemos multiplicar ciertas fotos sobre los colores institucionales, especialmente para fondos o cuando aplicar texto sea dificultoso.



## Redes

Para la construcción de piezas en redes sociales es importante entender los lineamientos de la marca y seguir utilizando cada uno de los elementos de la identidad.

Para piezas orgánicas podemos usar el identificador sin claim.



Se deben lograr comunicaciones claras, con poco texto sobre las imágenes, fotos claras, uso de placas para titulares etc.

Es fundamental valerse de la morfología y componentes del isotipo, para generar las placas, usar más redondeadas para las fotos, etc.



## Redes

Como norma general, el identificador debe ubicarse en lugares donde se pueda ver con claridad, en cualquiera de sus variantes según el fondo.

Un recurso que se puede utilizar para fotos complejas es oscurecer el sector donde se ubicará el identificador, mediante un degradé multiplicado con transparencia u oscureciendo sutilmente el sector de la foto.

Para resaltar ciertas palabras, podemos utilizar el cambio de color y grosor de la tipografía.

En algunas piezas se puede hacer recortes sobre las personas u objetos, para generar profundidad superponiéndolas sobre placas o palabras.

Las placas o contenedores de texto, pueden aplicarse plenos o con transparencias sutiles.





## Presentaciones

Los diseños de las presentaciones deberán seguir los lineamientos generales de comunicación.

Las fotografías utilizadas, en lo posible, deben respetar el estilo descrito en la página 31 de este manual.

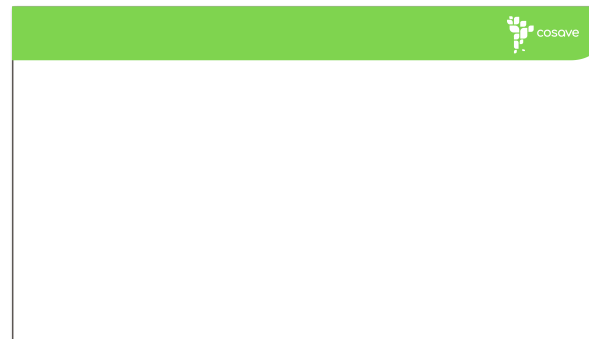
Para una lectura clara de los títulos de las carátulas, podemos utilizar placas que se forman desde alguno de los módulos del isotipo.

La tipografía a utilizar excepcionalmente en estos casos, será la Calibri.

### Carátulas



### Interior 1



### Interior 2



### Interior 3



### Contratapa



## Zócalos

Las sobreimpresiones de videos o animaciones deberán seguir los lineamientos generales de comunicación.





Por dudas o consultas comunicarse con la Secretaría de Coordinación del Cosave • [cosave@cosave.org](mailto:cosave@cosave.org)