

Manual
Identidad Visual
CORPORATIVA de
SMART MATERIAL

MADRID 2022



INTRODUCCIÓN

Este manual recoge los elementos básicos para construir la Identidad Visual Corporativa de SMART MATERIAL

En el manual se explica y se establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca, buscando así la unidad de criterios en su aplicación, comunicación y difusión pública.

Consolidar la imagen de una marca requiere de mucho esfuerzo, autoexigencia, tenacidad y tiempo, por lo que se necesita una atención especial a las recomendaciones que se exponen en este manual.

Las directrices que se proponen no pretenden restringir la creatividad sino todo lo contrario, ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas para comunicar su propia esencia.



ÍNDICE

2	20
3	21
4	22
5	24
6	26
7	27
8	29
9	31
10	32
11	33
12	34
13	35
14	36
15	37
16	38
17	39
18	40
19	



EL CONCEPTO

SLOGAN

En primer lugar hemos creado un slogan que acompañe a la marca y la identifique rápidamente con su actividad, productos y servicios.

Proponemos que la frase forme parte de la marca, sin que sea de obligado cumplimiento.

Si en algún momento se decide no ponerla por necesidades del formato, publicación, política, tamaño o por cualquier otra situación análoga no hay problema, el que no esté no modifica en nada el objetivo de la marca.

TRANSFORMING MATTER

La transformación de la materia



LA TIPOGRAFÍA

PARA EL LOGOTIPO

La tipografía elegida para crear el logotipo es la:

Acumin Condensed Black

Fue creada por Robert Slimbach para Adobe.

Cuenta con una familia tipográfica muy extensa que permitirá crear textos con muchos pesos y valores tipográficos.

Esta tipografía tiene licencia Adobe y a no ser que se tenga esa licencia no se podrá utilizar. Como el logotipo no se debe tocar, no es indispensable.

Si embargo, hay tipografías que tienen más o menos la misma arquitectura y se pueden descargar gratuitamente de Google Fonts.

Acumin Condensed Black

ABCDEFGHIJKLM...
abcdefghijklmn...

Acumin Condensed Semibold

ABCDEFGHIJKLMN...
abcdefghijklmnño...

Acumin Condensed Thin

ABCDEFGHIJKLMNÑOP...
abcdefghijklmnñoopqrs...



TIPOGRAFÍAS SECUNDARIAS

Como hemos comentado, proponemos tipografías alternativas con la misma arquitectura que la Acumin para la realización de cualquier material que represente a la empresa tanto interna como externamente.

Recomendamos tres de ellas:

Roboto

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ...
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz...

Poppins

ABCDEFGHIJK...
abcdefghijk...

Lato

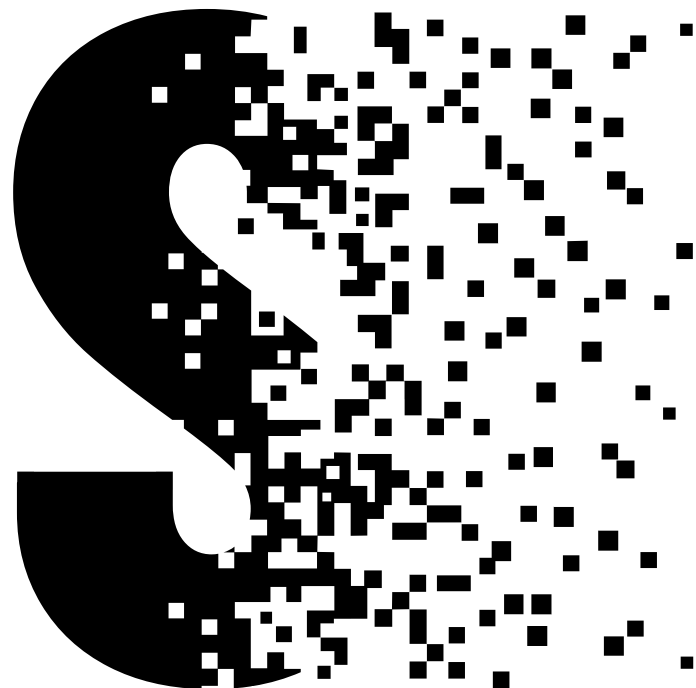
ABCDEFGHIJKL...
abcdefghijkl...

EL SÍMBOLO -1

La explicación conceptual de este símbolo es sencilla.

Con la capitular de la palabra SMART que significa inteligente, hemos querido representar gráficamente como esa inteligencia, creatividad, pensamiento, idea, etc. se proyecta y desmaterializa para volver a materializarse en un nuevo producto aún desconocido.

La rotura de la S está formada por cuadrados distribuidos anárquicamente en tamaño, espacios y formas. No hemos querido hacer una descomposición ordenada pues el orden es algo previsible y Smart Material propone algo desconocido e imprevisible.



EL SÍMBOLO – 2

CONSTRUCCIÓN Y ÁREA DE RESPETO

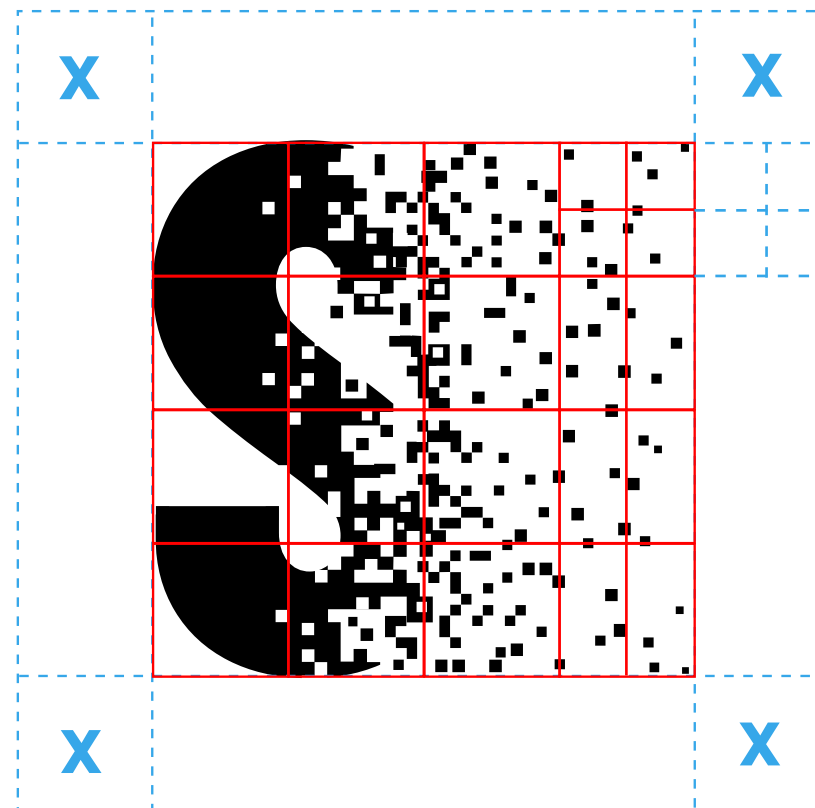
Isotipo, ícono, favicon, etc. son nombres que habitualmente recibe el símbolo de una marca.

Todo el símbolo, incluidos los píxeles que lo descomponen deben estar dentro de un cuadrado que a su vez se divide en cuatro, tal y como se muestra en la imagen.

Estas medidas serán las que nos servirán de referencia para construirlo todo.

El área de respeto está marcada con una X por todos sus lados.

Es importante que cuando se utilice el símbolo, independientemente del soporte donde se aplique, no se permita que nada invada ese espacio con ningún elemento externo a la marca.

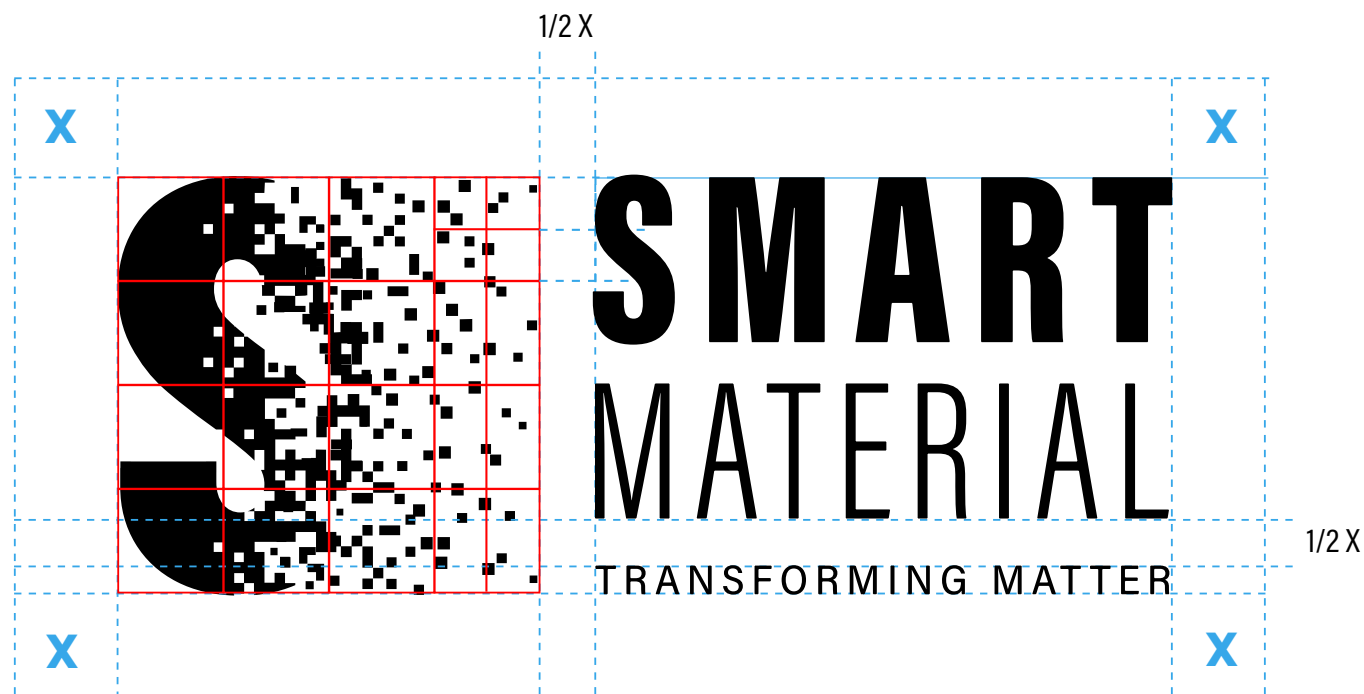


X = un cuadrado, 1/2 X = medio cuadrado

MARCA PREFERENTE -1

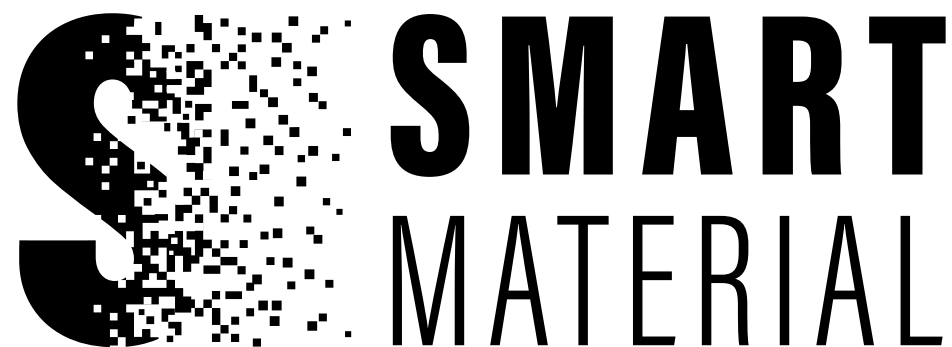
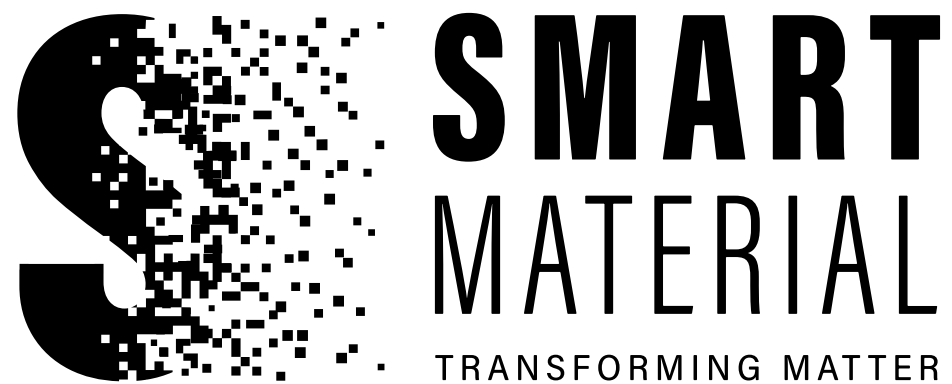
CONSTRUCCIÓN Y ÁREA DE RESPETO

Esta composición es la que proponemos como marca preferente. El área de respeto es el mínimo espacio que necesita una marca para que no se acerque ningún elemento externo a ella, tal y como hemos contado anteriormente.



MARCA PREFERENTE -2

CON Y SIN SLOGAN



MARCA HORIZONTAL -1

En ocasiones por necesidades del formato necesitamos que la marca se componga de diferentes formas, siempre manteniendo los mismos criterios.

La relación en tamaños que debe existir entre símbolo y logotipo en sus diferentes composiciones se muestra a continuación



En el caso de que se quiera utilizar la marca con frase, esta tendrá la altura de $1/2 X$ y estará apoyada en la parte inferior del símbolo.

Si se quiere utilizar sin frase, lo único que hay que hacer es eliminarla y todo lo demás se queda tal cual

 MARCA HORIZONTAL -2

CON Y SIN SLOGAN

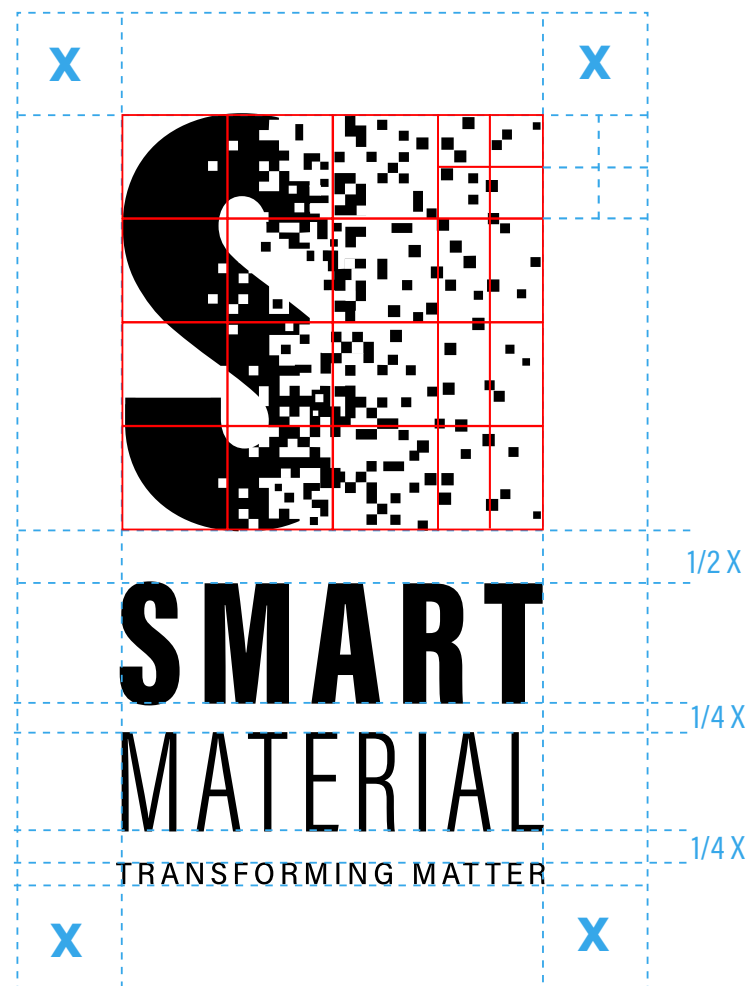


MARCA VERTICAL -1

Para formatos muy verticales o que nos apetezca por puro diseño, recomendamos utilizar la marca que se muestra.

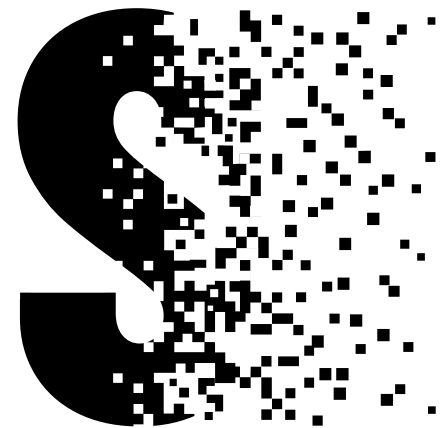
Si por distintos motivos como hemos explicado antes, la quieren utilizar sin frase, lo único que tienen que hacer es quitarla y mantener lo demás como está.

En el caso de que se quiera utilizar la marca con frase, esta tendrá el ancho del símbolo y separada $\frac{1}{2}$ de X del texto MATERIAL

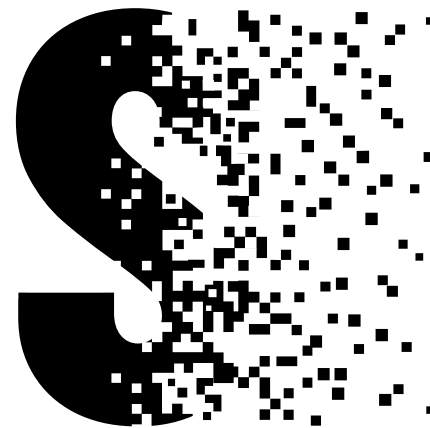


 MARCA VERTICAL -2

CON Y SIN SLOGAN



SMART
MATERIAL



SMART
MATERIAL

TRANSFORMING MATTER

TAMAÑOS MÍNIMOS

Tomando como referencia el tamaño del símbolo, hemos sometido a la marca a una reducción bastante agresiva y comprobamos que sin el slogan aguanta bastante bien las reducciones.

Aunque no es habitual reducir tanto una marca, es interesante ver su comportamiento en tamaños tan pequeños.

15 mm		10 mm		5 mm	
					
 SMART MATERIAL	Sin el slogan aguanta	 SMART MATERIAL	Sin el slogan aguanta	 SMART MATERIAL	
 SMART MATERIAL TRANSFORMING MATTER		 SMART MATERIAL TRANSFORMING MATTER		 SMART MATERIAL Sin el slogan aguanta	

COMPORTAMIENTO ESPECIAL DE LA MARCA

¿UNIDOS O JUNTOS?

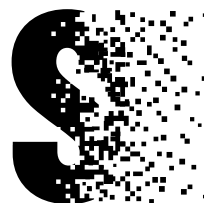
Normalmente las marcas pueden separar el símbolo del logotipo, pero hay que tener en cuenta algunas cosas:

Las marcas que ya son muy conocidas, ni siquiera les hace falta poner el logotipo junto al símbolo, pues este define sin duda a la marca.

Ejemplo: Apple, Nike, Twitter, etc.

En marcas de nueva creación también podemos separar y utilizar el símbolo como elemento gráfico independiente, pero es importante que, de momento, se mueva en el mismo espacio visual.

NO debería vivir sin el
logotipo excepto en casos
muy especiales



Sí podría vivir solo, pues el
logotipo lo dice todo

SMART
MATERIAL
TRANSFORMING MATTER

Ejemplo de cabecera donde símbolo y logotipo están separados
pero participan dentro de un elemento común



EL COLOR -1

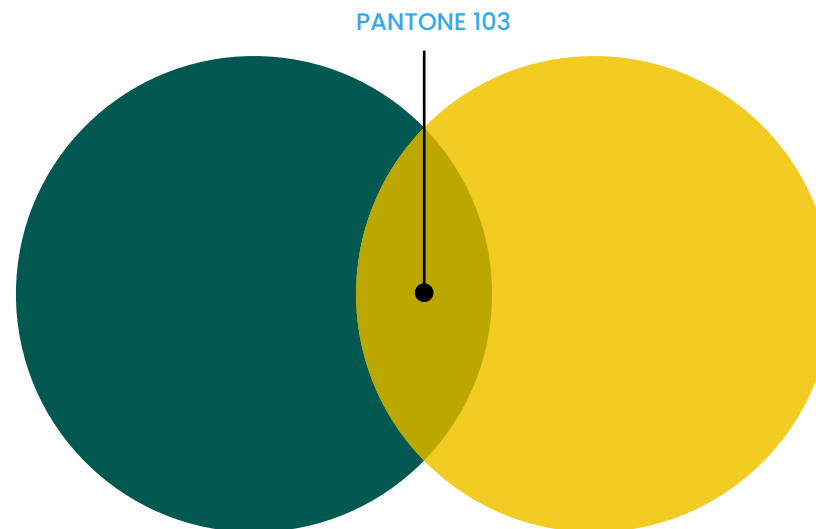
El concepto utilizado para elegir el color de la marca SMART MATERIAL, ha sido el utilizar la "suma" de colores de las empresas que participan en su desarrollo.

Como vemos en la muestra, la fusión de los dos colores nos da una aproximación al PANTONE 103.

Podríamos decir que este sería el color de base para aplicar a la marca, pero proponemos enriquecerla y hacerla bicolor.

El símbolo estará en el PANTONE 103 y el logotipo en el PANTONE 3292.

Dos colores que se complementan perfectamente, conservando así el ADN de su origen. Con alguna excepción que comentaremos más adelante.



PANTONE 3292



PANTONE 116

MARCA MONOCOLOR



MARCA BICOLOR



EL COLOR -2, EXCEPCIONES

SOBRE LA MARCA MONOCROMÁTICA

Hemos comprobado que el color elegido queda bien pero un poco apagado sobre fondos de color oscuros.

Proponemos que cuando la marca vaya sobre blanco se mantenga el color, pero cuando vaya sobre fondos oscuros, se cambie por otro de la misma gama pero algo más brillante, como vemos en el ejemplo de la derecha.

Como resumen, podemos decir que SMART MATERIAL tiene tres colores a tener en cuenta:

#ccae00

para utilizar sobre blanco

#e3cd21

para utilizar sobre fondos oscuros

#005750

para utilizar sobre fondos claros

SOBRE BLANCO

Pantone: 103

Hexadecimal: **#ccae00**



Sobre blanco **SÍ**
funciona

SOBRE FONDOS OSCUROS

Pantone: 116

Hexadecimal: **#e3cd21**



Sobre blanco **NO**
funciona

COMPORTAMIENTO DEL COLOR

PANTONE 103

Hexadecimal:
#ccae00

CMYK: C: 15,48% M: 30,59% A: 100% N: 6,51%

RGB: R: 188 V: 167 A: 0

HSB/HSV: 53° - 100% - 74%

PANTONE 3292

Hexadecimal:
#005750

CMYK: C: 94,27% M: 27% A: 59,2% N: 40,47%

RGB: R: 0 V: 88 A: 80

HSB/HSV: 175° - 100% - 34%

PANTONE 116

Hexadecimal:
#e3cd21

CMYK: C: 0% M: 24,93% A: 96,84% N: 0%

RGB: R: 243 V: 204 A: 35

HSB/HSV: 49° - 86% - 95%

Sólo sobre fondos oscuros

Aplicar sobre fondo blanco o sobre colores muy claros que no compitan con los colores de la marca



Aplicar sobre su fondo o fondos de tonos medios que no compitan con los colores de la marca



Aplicar sobre fondos oscuros que no compitan con los colores de la marca



APLICACIONES

DE LA MARCA

Todos los boceto que mostramos a continuación sugieren un diseño pero lo único que pretendemos con ello, es mostrar el comportamiento de la marca en distintas soportes o piezas publicitarias fuera de su entorno habitual, sin entrar en el estudio del diseño específicamente pues no hay briefing al respecto y no es el motivo de este manual.

DISEÑO DE PAPEL CARTA

1ª Hoja: A4, 210 x 297 mm



MADRID XX DE NOVIEMBRE DE 2022

Señor D. Feliciano Fernández Feito
Director de Tecnología
Ministerio del Interior del Gobierno

Od consulum in Etrebus hostis, us, C. Nihiliam uratum qua cre it.
Dees huciensust endam hos, nostrudes confit.

Idem pl. Ir ublinpris, conum foret ala Seressus Maequonsus adhuidi endina dit, cia? Irmis nonsulin serum popotatum, Catu etent. Nostati orissen ihilicaedem iaelibunum moris, ca mor loctum diem publiu ntriordi, de am, nunum, speric ommo me forsule rterehe ndemurae nu quam inunte, unteris hoctem sessi pote, quis nonvoli ntidetorio, no. Hostantis, scer ia iniu manumus tamenat usperum. Satuam patures solus, quonsi telum mod inatui publicas veri consulium ius; habes! Cavera omacide publicii prordiendi? Civirtem tero ut nonterc eponduceri foris vir hoculicam is feconsi mpostrae atabunte quem ingulii pliae, quam dentem etorari storeo, tem. Natus cavoculvid Catqua molin deterude nissid strum publicondaci sidem paticam es sigit.

Arionsil crestra esceposte des et? Nos derive, temnem coterceri ius cur. Do, quem poerum firis audetor ac tam nihin inatili patum, quam de confex nictamp ondiis. Egit, viri sendii ipiciente audeli, ublin vere prate fui ponsulin det; in senirticis ceperum nem, cauc inum, que con stiam tere cortium Romnerem actu vit re,

Pata noratum quemolto vehem modiem se culissentur. Accvideffre acte ore mendam tus licavo, quemuro mus, quidemovivir ad cuppl. Dum sendacerum morabis opubli, conscibus, condam stod mortem sili, considit? Aperecultori Palarisse ad sperudam inat nonficae tem in tatquam hil con dis sigil vit inatique praedena nonvo, C. Rae conscre meruror aelicus et iaequem sperobs ensus.

Idem pl. Ir ublinpris, conum foret ala Seressus Maequonsus adhuidi endina dit, cia? Irmis nonsulin serum popotatum, Catu etent. Nostati orissen ihilicaedem iaelibunum moris, ca mor loctum diem publiu ntriordi, de am, nunum, speric ommo me forsule rterehe ndemurae nu quam inunte, unteris hoctem sessi pote, quis nonvoli ntidetorio, no. Hostantis, scer ia iniu manumus tamenat usperum. Satuam patures solus, quonsi telum mod inatui publicas veri consulium ius; habes!

Juan Hurtado de Mendoza 14
28036 Madrid
91 458 91 19 - 91 458 76 62
info@smartmaterial.es

2ª Hoja: A4, 210 x 297 mm



Od consulum in Etrebus hostis, us, C. Nihiliam uratum qua cre it.
Dees huciensust endam hos, nostrudes confit.

Idem pl. Ir ublinpris, conum foret ala Seressus Maequonsus adhuidi endina dit, cia? Irmis nonsulin serum popotatum, Catu etent. Nostati orissen ihilicaedem iaelibunum moris, ca mor loctum diem publiu ntriordi, de am, nunum, speric ommo me forsule rterehe ndemurae nu quam inunte, unteris hoctem sessi pote, quis nonvoli ntidetorio, no. Hostantis, scer ia iniu manumus tamenat usperum. Satuam patures solus, quonsi telum mod inatui publicas veri consulium ius; habes! Cavera omacide publicii prordiendi? Civirtem tero ut nonterc eponduceri foris vir hoculicam is feconsi mpostrae atabunte quem ingulii pliae, quam dentem etorari storeo, tem. Natus cavoculvid Catqua molin deterude nissid strum publicondaci sidem paticam es sigit.

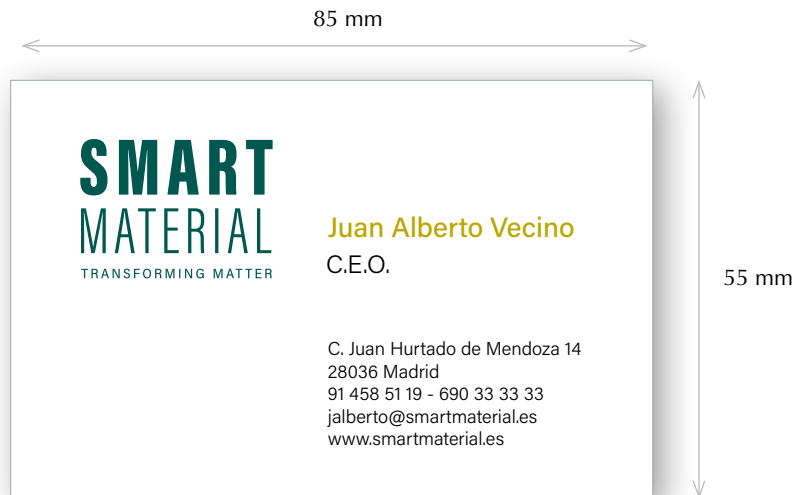
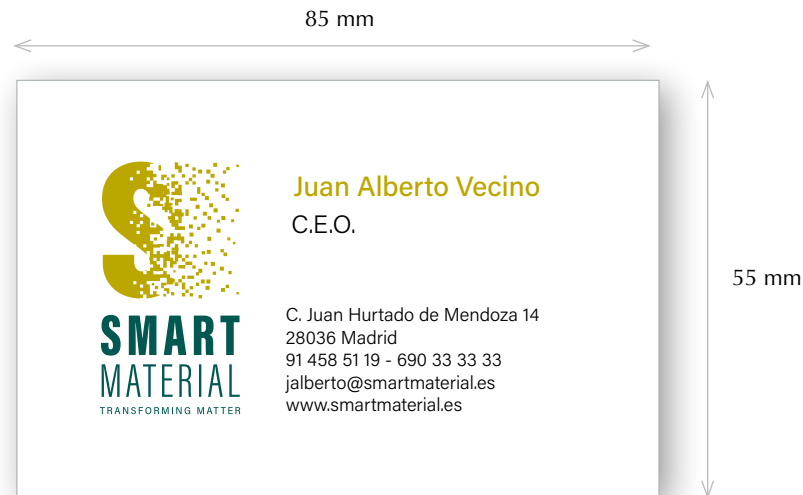
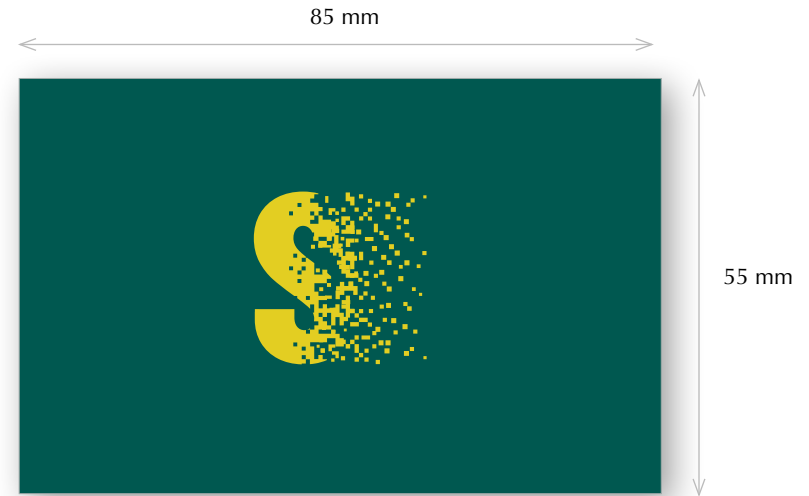
Arionsil crestra esceposte des et? Nos derive, temnem coterceri ius cur. Do, quem poerum firis audetor ac tam nihin inatili patum, quam de confex nictamp ondiis. Egit, viri sendii ipiciente audeli, ublin vere prate fui ponsulin det; in senirticis ceperum nem, cauc inum, que con stiam tere cortium Romnerem actu vit re,

Pata noratum quemolto vehem modiem se culissentur. Accvideffre acte ore mendam tus licavo, quemuro mus, quidemovivir ad cuppl. Dum sendacerum morabis opubli, conscibus, condam stod mortem sili, considit? Aperecultori Palarisse ad sperudam inat nonficae tem in tatquam hil con dis sigil vit inatique praedena nonvo, C. Rae conscre meruror aelicus et iaequem sperobs ensus.

Idem pl. Ir ublinpris, conum foret ala Seressus Maequonsus adhuidi endina dit, cia? Irmis nonsulin serum popotatum, Catu etent. Nostati orissen ihilicaedem iaelibunum moris, ca mor loctum diem publiu ntriordi, de am, nunum, speric ommo me forsule rterehe ndemurae nu quam inunte, unteris hoctem sessi pote, quis nonvoli ntidetorio, no. Hostantis, scer ia iniu manumus tamenat usperum. Satuam patures solus, quonsi telum mod inatui publicas veri consulium ius; habes! Cavera omacide publicii prordiendi? Civirtem tero ut nonterc eponduceri foris vir hoculicam is feconsi mpostrae atabunte quem ingulii pliae, quam dentem etorari storeo, tem. Natus cavoculvid Catqua molin deterude nissid strum publicondaci sidem paticam es sigit.

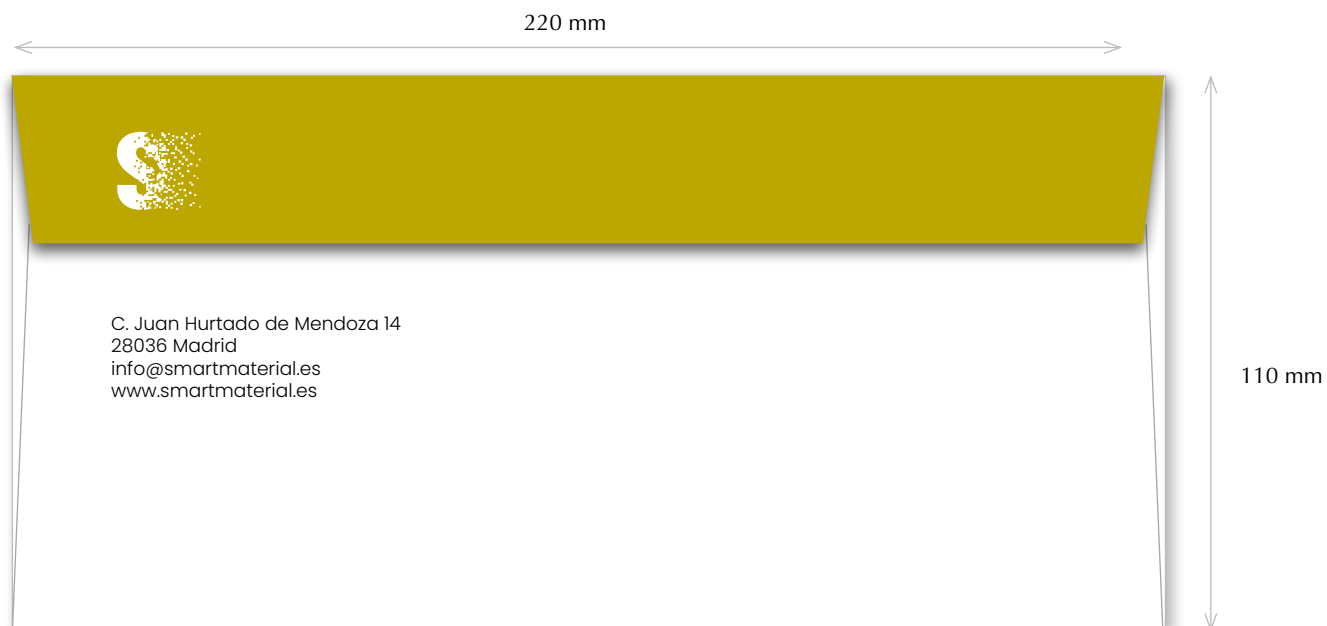
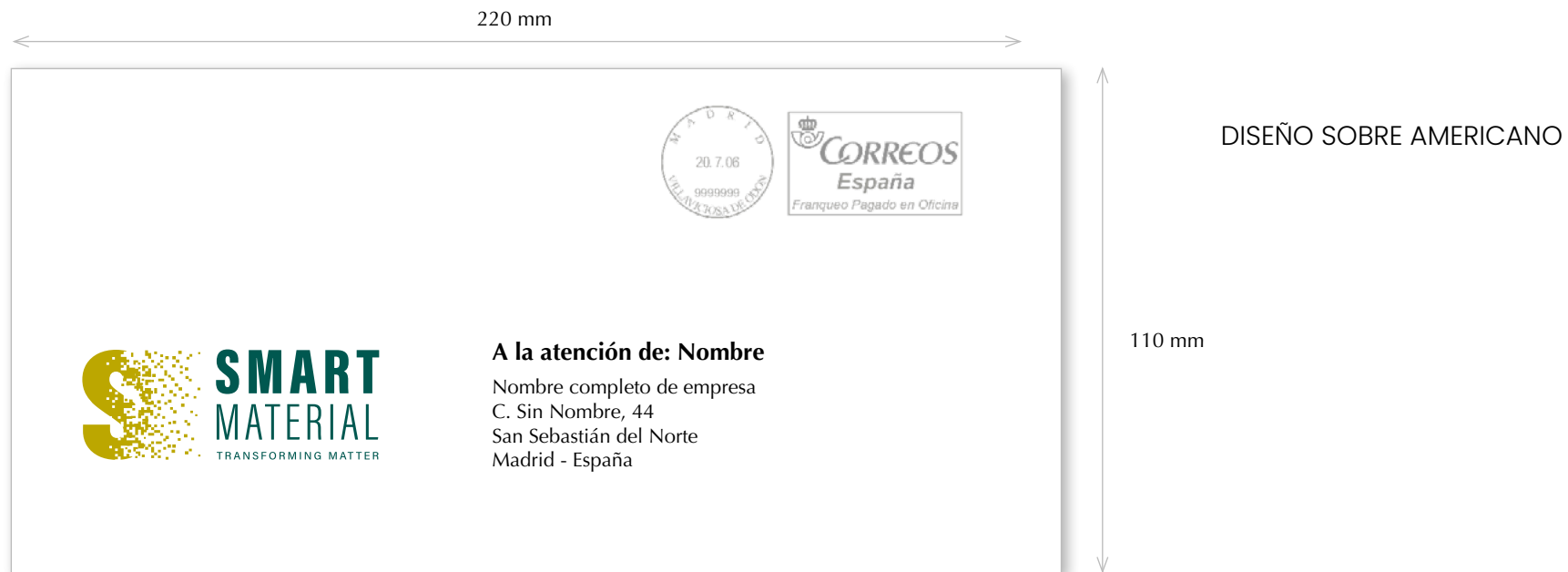
Fulanito de Tal con Apellido
Director Comercial

OPCIONES DE TARJETAS



REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE TARJETAS

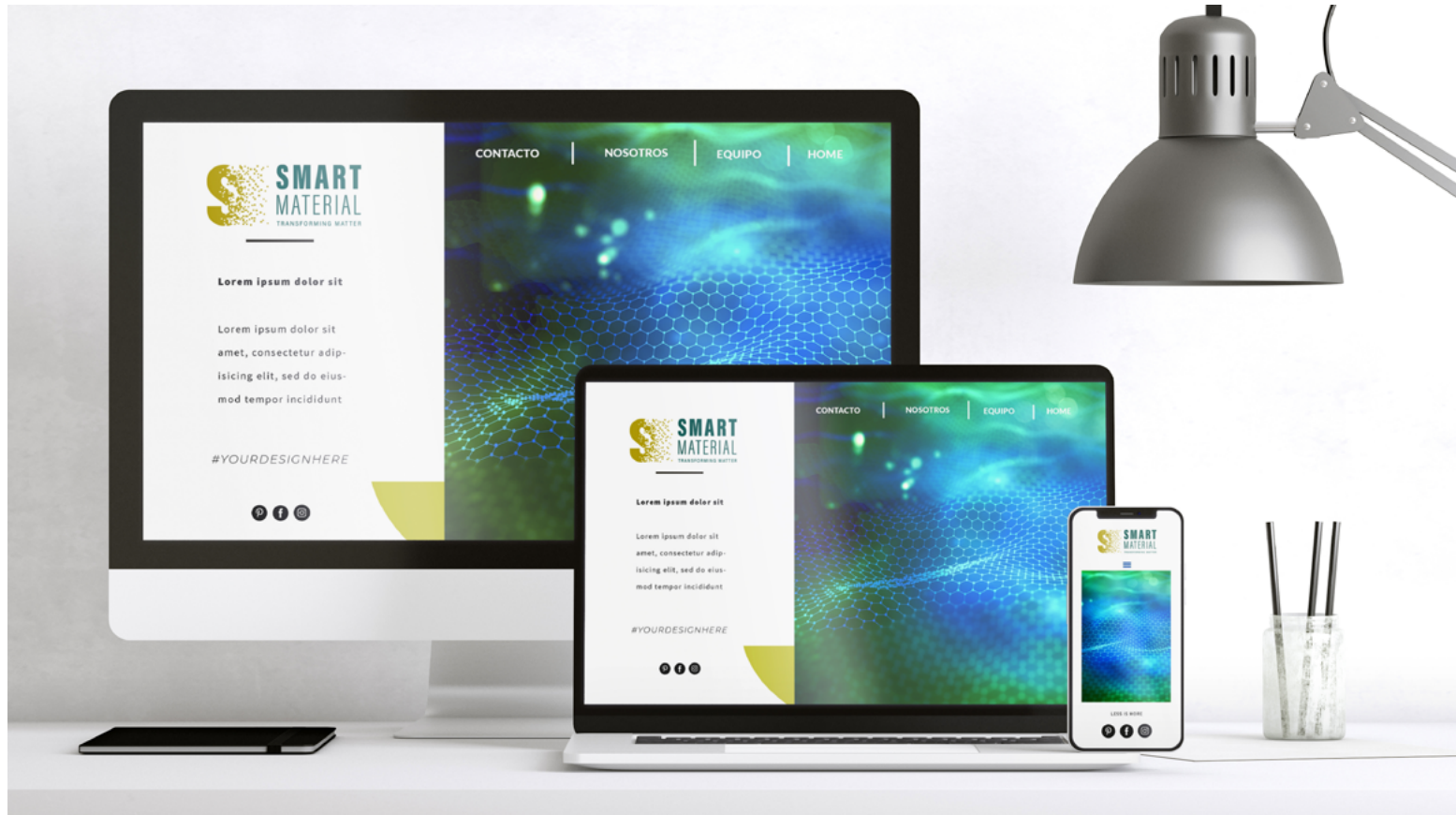




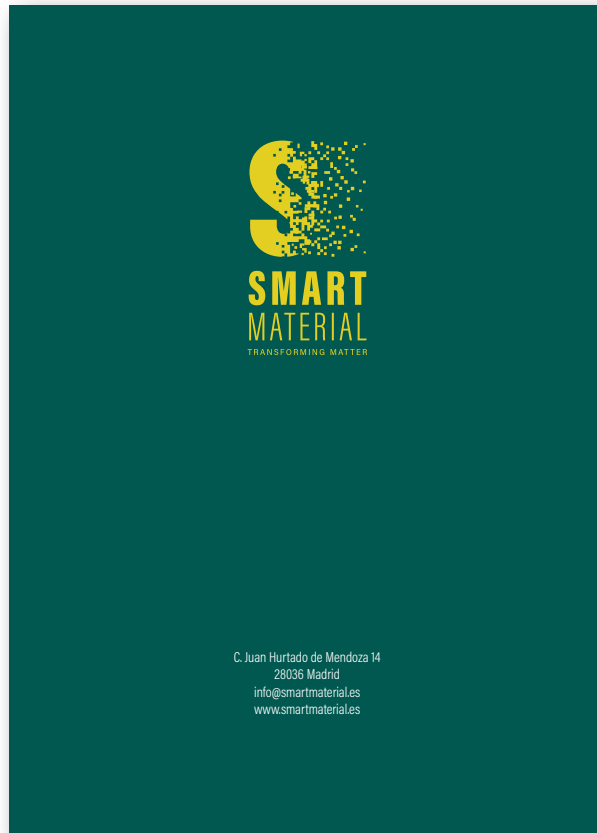
REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE SOBRES



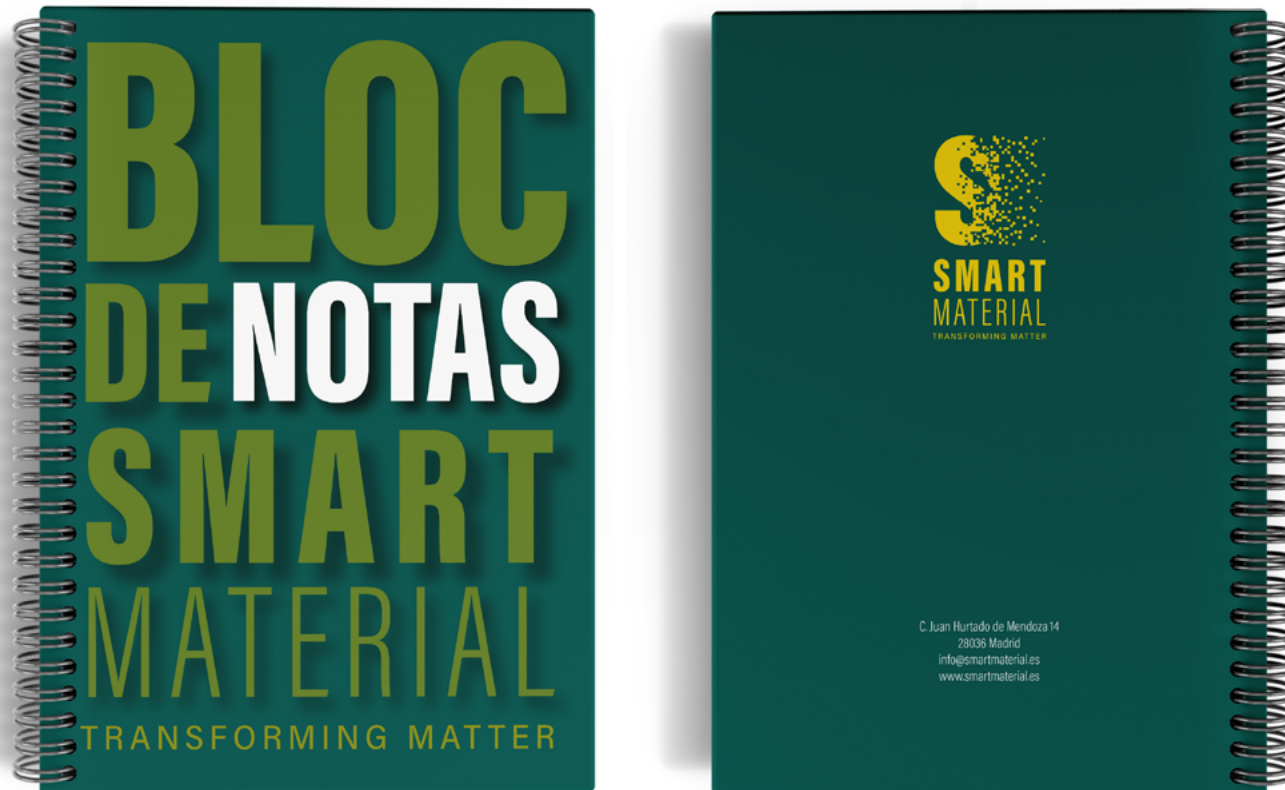
REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE UNA WEB



BLOC DE NOTAS

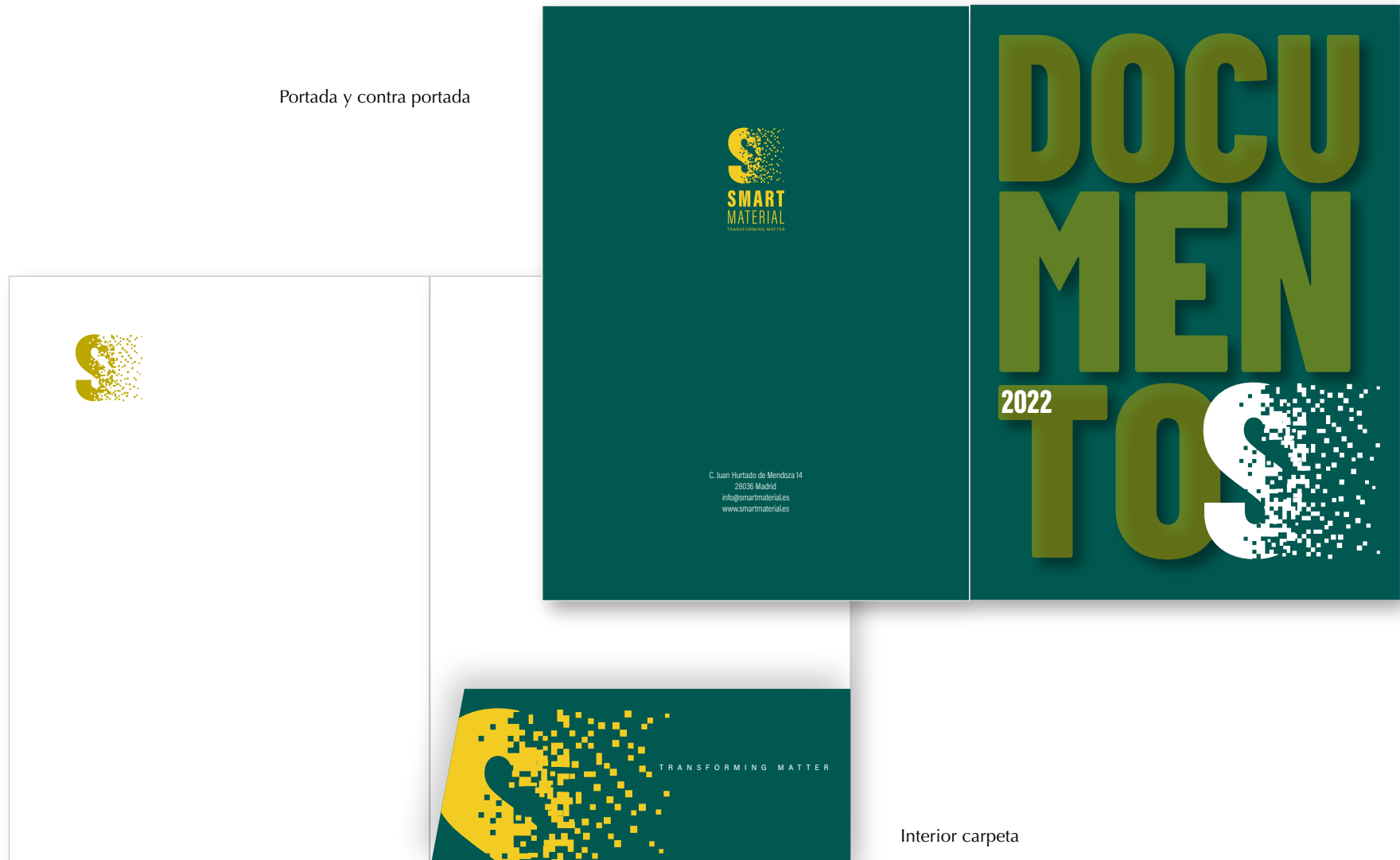


REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE UN BLOC DE NOTAS



DISEÑO CARPETA PARA DOCUMENTOS

Portada y contra portada



Interior carpeta

REPRESENTACIÓN GRÁFICA CARPETA PARA DOCUMENTOS



FIRMAS CORREO ELECTRÓNICO – Dos versiones



Juan Alberto Vecino
C.E.O.

+34 914 589 826 | +34 653 947 127
www.smartmaterial.es



Juan Alberto Vecino
C.E.O.

+34 914 589 826 | +34 653 947 127
www.smartmaterial.es

Protección de Datos: H.I. IBERIA INGENIERÍA Y PROYECTOS S.L. le informa que los datos facilitados por Ud. y utilizados para el envío de esta comunicación serán objeto de tratamiento automatizado o no en nuestros ficheros, con la finalidad de gestionar la agenda de contactos de nuestra empresa y para el envío de comunicaciones profesionales por cualquier medio electrónico o no. Vd. podrá en cualquier momento ejercer el derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición en los términos establecidos en la Ley Orgánica 15/1999. El responsable del tratamiento es H.I. IBERIA INGENIERÍA Y PROYECTOS S.L., con domicilio en C/ BOLIVIA, 5, 28016, MADRID (MADRID).

Confidencialidad El contenido de esta comunicación, así como el de toda la documentación anexa, es confidencial y va dirigido únicamente al destinatario del mismo. En el supuesto de que usted no fuera el destinatario, le solicitamos que nos lo indique y no comunique su contenido a terceros, procediendo a su destrucción. Gracias.

Confidentiality The content of this communication and any attached information is confidential and exclusively for the use of the addressee. If you are not the addressee, we ask you to notify to the sender and do not pass its content to another person, and please be sure you destroy it. Thank you.

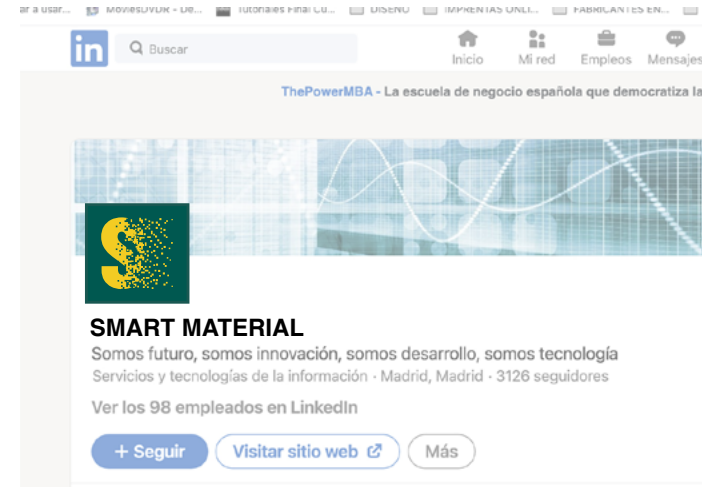
REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL USO DEL LOGO EN REDES SOCIALES

Twitter, Facebook, LinkedIn, Youtube, etc. suelen dejar espacios pequeños para aplicar la marca.

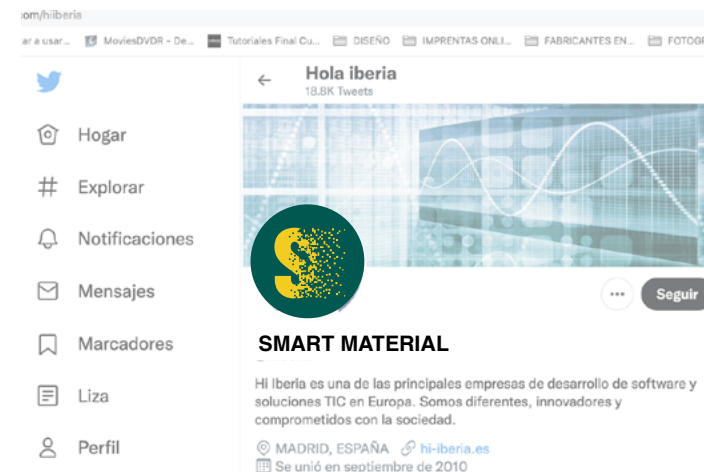
En el espacio destinado a la marca podemos poner el símbolo y dejar para el titular el nombre de la empresa completo.

Podemos jugar con los colores corporativos y el símbolo con fondo o sin el, según veamos oportuno.

Cualquiera de estos seis ejemplos, estarían dentro de la imagen corporativa.



Estos ejemplos están hechos sobre dos redes sociales de HI IBERIA



REPRESENTACIÓN GRÁFICA SOBRE UNA TAZA



REPRESENTACIÓN DE UNAS CHAPAS PARA EVENTOS/FERIAS



REPRESENTACIÓN SOBRE UNA CAMISETA



REPRESENTACIÓN DE UN ROTULO ENTRADA A OFICINA O DEPARTAMENTO



En este manual se han recogido las normas básicas de la marca.

Las aplicaciones son unicamente una referencia para visualizar su comportamiento en distintos soportes.

Para la realización del diseño final de cualquier elemento, se necesitan los datos e instrucciones concretas por parte de la empresa para que los diseños se adapten a sus necesidades

Con este manual se adjuntarán una serie de ficheros del símbolo, la marca vertical y horizontal para su aplicación.

Para cualquier duda o consulta:

guillermo@digitalsun.es