



# Manual de Usos y Normas

# ÍNDICE

<b>Presentación de la marca: Bayres Group</b>	<b>03</b>
Isotipo: construcción (grilla y campo) .....	04
Logotipo: construcción (grilla y campo) .....	05
Articulación isotipo-logotipo: construcción (grilla y campo) .....	06
Marca blanco y negro: positivo y negativo .....	07
Marca color .....	08
Aplicación sobre fondos simples .....	09
Aplicación sobre fondos complejos .....	10
Reducción máxima de la marca .....	11
<b>Presentación de la marca con desarrollo</b>	<b>12</b>
Marca con desarrollo: construcción (grilla y campo) .....	13
Color y reducción máxima .....	14
Familia tipográfica .....	15



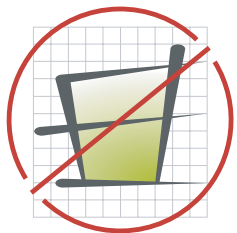
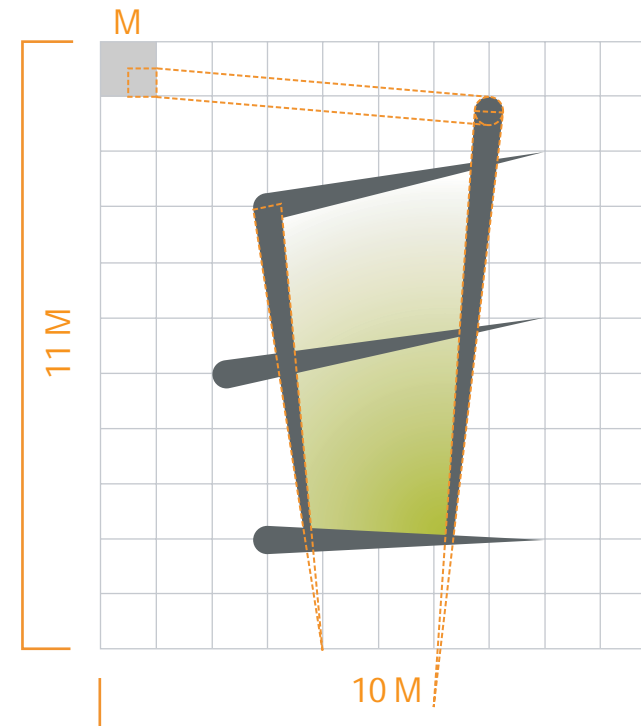
Dado que la empresa se dedica a las inversiones inmobiliarias orientadas a la construcción, se buscó que el isotipo representara sintéticamente un edificio. El lenguaje utilizado es estilizado, con líneas moduladas con orientación ascendente que permiten transmitir dinamismo, progreso, avance y a la vez seriedad y solidez. La gama de color refuerza estas ideas siendo a su vez moderno y actual.

## ISOTIPO | CONSTRUCCIÓN (Grilla y campo)

El isotipo fue construido según la siguiente grilla, por lo tanto, cada vez que sea reproducido deberá tenerse en cuenta dicho esquema.

**Grilla:** El módulo (M) tiene como tamaño el cuádruple de la circunferencia que forma uno de los extremos de cada trazo (ver detalle en grilla) y a partir de esto se ajustó toda la marca. Esta grilla debe respetarse en todos los casos en que sea aplicado en las piezas que conformen el sistema. En caso de modificaciones del tamaño del isotipo, la grilla debe escalarse proporcionalmente.

**Campo:** El campo es de 10 x 11 módulos. Todo aquello que circunde el isotipo debe colocarse por fuera de ese campo, de manera de no dificultar su legibilidad.



No expandir ni condensar el isotipo.



No modificar los módulos ni el campo.



No rotar ni espejar el isotipo.

**No se puede modificar ningún elemento constructivo del isotipo.**

## LOGOTIPO | CONSTRUCCIÓN (Grilla y campo)

*El logotipo fue construido según la siguiente grilla, por lo tanto, cada vez que sea reproducido deberá tenerse en cuenta dicho esquema.*

**Grilla:** Se tomó el mismo módulo (M) utilizado para el isotipo y a partir de éste se ajustó toda la marca. Esta grilla debe respetarse en todos los casos en que sea aplicado en las piezas que conformen el sistema. En caso de modificaciones del tamaño del logotipo, la grilla debe escalarse proporcionalmente.

**Campo:** El campo es de 37 x 9 módulos. Todo aquello que circunde el logotipo debe colocarse por fuera de ese campo, de manera de no dificultar su legibilidad.



No expandir ni condensar el logotipo.



No modificar los módulos ni el campo.



No rotar ni espejar el logotipo.

**No se puede modificar ningún elemento constructivo del logotipo.**

## ARTICULACIÓN ISOTIPO - LOGOTIPO | CONSTRUCCIÓN (Grilla y campo)

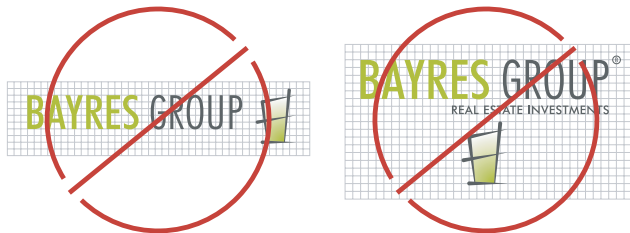
El isotipo y el logotipo presentan dos formas de articularse entre sí, una principal y una secundaria. Aquí se explica de qué manera se construye cada una de ellas.

**Articulación principal:** El isotipo y el logotipo se relacionan en modo horizontal. Esta opción será la que predomine en las piezas que conforman el sistema. Sólo se recurrirá a la articulación secundaria cuando el formato de la pieza así lo requiera.

**Articulación secundaria:** Esta opción podrá ser aplicada cuando el soporte tenga un formato que lo requiera. Sin embargo, siempre debe darse prioridad a la articulación principal.

**Grilla:** Tal como fue explicado anteriormente, en ambas opciones se tomó un módulo (M) del isotipo y a partir de él se ajustó toda la marca. Esta grilla debe respetarse en todos los casos en que sea aplicado en las piezas que conformen el sistema. En caso de modificaciones del tamaño de la marca, la grilla debe escalarse proporcionalmente.

**Campo:** El campo es de 11 x 45 módulos en la articulación principal y de 20 X 37 módulos en la articulación secundaria. Todo aquello que circunde la marca debe colocarse por fuera de ese campo, de manera de no dificultar su legibilidad.



**No desarrollar otras articulaciones diferentes a las aquí especificadas.**

## MARCA BLANCO Y NEGRO | POSITIVO Y NEGATIVO

Aquí se proponen tres opciones de color que se sumarán a la principal si el soporte lo requiere.

**Positivo:** En la versión positiva en escala de grises, los colores que deberán aplicarse son: negro 30% y negro 70%. Esta opción se utilizará solamente en publicaciones blanco y negro.

La versión **positiva monocromática** se aplicará en impresiones blanco y negro o color a una sola tinta sobre soportes que así lo requieran.

**Negativo:** En esta opción la marca aparece totalmente en blanco. Se utilizará en publicaciones blanco y negro y color, siempre buscando el mayor contraste.



No modificar la escala de grises en la versión positiva.



No aplicar escala de grises en negativo.

### ESCALA DE GRISES



### MONOCROMO



### NEGATIVO



No generar otras opciones de marca en blanco y negro, positivo y negativo además de las aquí determinadas.

## MARCA COLOR

*Aquí se especifica el color de la marca, que hará que sea identificable como única y como parte fundamental de la identidad de la empresa.*

**Color:** Los colores especificados para la marca no pueden ser reemplazados por otros. En caso de dificultades de legibilidad o contraste con el fondo podrá aplicarse como alternativa su versión negativa, como se especificará más adelante en el ítem de aplicación sobre fondos.


**PANTONE:** Especificado para la impresión con tintas Pantone.

**CMYK:** Especificado para la impresión a cuatro colores.

**RGB y Hexadecimal:** Necesario para la aplicación de la marca en TV o Web.



No aplicar otro color a la marca que el aquí establecido.

 PANTONE 383 C | C 34 M 11 Y 95 K 2  
R 166 G 189 B 27 | #A6BD1B

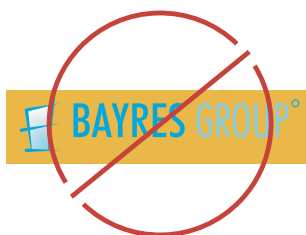
 C 0 M 0 Y 0 K 70  
R 77 G 7 B 77 | #4D4D4D

## APLICACIÓN SOBRE FONDOS SIMPLES | SATURADOS Y DESATURADOS

*Instrucciones sobre la aplicación de la marca sobre fondos de colores saturados o pasteles.  
Elección de la variante de color correcta.*

**Fondos simples:** Sobre fondos simples, saturados y desaturados, deberá aplicarse la opción de color que genere el mayor contraste y legibilidad posibles. En caso de ser necesaria una opción blanco y negro sobre fondo color, sólo podrá utilizarse la versión negativa.

FONDOS DESATURADOS	FONDOS SATURADOS
	
	
	
	
	



No cambiar el color de la marca.



No aplicar escala de grises sobre fondo color.

## APLICACIÓN SOBRE FONDOS COMPLEJOS

*Instrucciones sobre la aplicación de la marca cuando la pieza presenta fondos complejos del tipo fotográfico o texturas. Procedimientos de búsqueda de contraste.*

**Fondos color:** La marca se aplicará sobre fondos complejos siempre y cuando el espacio sobre el cual se encuentre esté despejado y no provoque problemas de legibilidad o contraste. Debe procurarse que el espacio que rodea la marca esté lo más libre de ruido posible. En el caso de una imagen en color, deberá aplicarse la versión color o la versión blanco y negro negativo.

**Fondo en escala de grises:** Cuando la pieza sobre la cual se aplica la marca está en escala de grises, deberán tenerse las mismas precauciones que el caso de las imágenes a color, sin embargo, deberán aplicarse las versiones blanco y negro de la marca.



No aplicar la marca sobre fondos texturados.



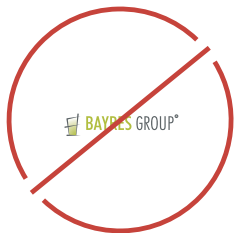
No aplicar la marca en escala de grises sobre fondo color.

## REDUCCIÓN MÁXIMA DE LA MARCA

*Aquí se presenta hasta qué punto la marca puede ser reducida en tamaño, sin llegar a perder su legibilidad..*

**Reducciones:** La marca es susceptible de ser reducida hasta los 22 mm de ancho.

**Soportes:** En determinados soportes (como el papel de diario), dicha reducción podría llegar a perderse, por eso será necesario aumentar levemente el tamaño.



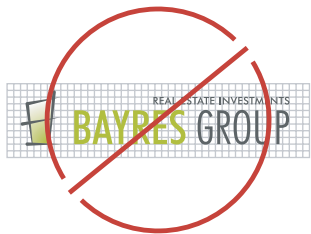
No se podrán realizar reducciones inferiores a los 25 mm.



## MARCA CON DESARROLLO | CONSTRUCCIÓN (Grilla y campo)

*Relación entre la marca y el pie correspondiente.*

**Grilla y Campo:** La grilla corresponde a la de la marca, pero se extendió el campo de manera que incluyendo el desarrollo queden los módulos de excedente en los cuatro laterales que impidan que la marca sea invadida por otros elementos.



No desarrollar otras articulaciones diferentes a la presentada.

## COLOR Y REDUCCIÓN MÁXIMA

*Aquí se presenta el color del pie de marca y la reducción máxima posible.*

**Color:** Existe una versión de pie de marca en color y otra en escala de grises. En caso de aplicar el pie en versiones monocromáticas (positivo o negativo), deberán seguirse las mismas normas explicadas en las secciones de versiones color y blanco y negro, de modo que todo el desarrollo será del mismo color de la marca.

**Reducción Máxima:** Esta articulación funciona con un mínimo de 30 mm de ancho y sin límite máximo. En reducciones inferiores a los 32 mm el pie de marca debe ser eliminado.



Color del desarrollo  
en ambas versiones



C O M O Y O K 70  
R 77 G 7 B 77 | #4D4D4D



## FUENTE DEL DESARROLLO

*En esta sección se detalla la fuente utilizada en el desarrollo de la marca.*

La tipografía utilizada pertenece a la familia de la Futura, en su variante **Futura MdCn BT** y no puede ser modificada.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
/\*-+ ,;:~\_{}[] ^ ` ' " \* ~ ¡ ? ! " # \$ % & ( ) \ | °  
0123456789