

# MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA



## **NOTA PREVIA**

Este manual de identidad visual corporativa es la única referencia válida sobre normas gráficas, con el fin de facilitar una correcta aplicación de los signos básicos de identidad de IRON ARM.



## CONTENIDO

Filosofía .....	1
Filosofía .....	1
Misión y Visión .....	1
Filosofía .....	1
Actitudes .....	1
Valores.....	1
Terminología Básica .....	1
Terminología Básica .....	1
Logotipo .....	1
Usos y variantes del logotipo .....	1
Uso mínimo del logotipo .....	1
Colores Corporativos.....	1
Tipografía Corporativa .....	1
Papelería Corporativa.....	1
Papelería.....	1
Papel de Carta .....	1
Tarjeta de Visita.....	1
Sobre Americano: anverso y reverso .....	1
Tarjeta de Presentación .....	1
Señalética Corporativa .....	1
Señalética .....	1
Banner Publicitario .....	1
Tótem .....	1
Señalización exterior .....	1
Placa exterior.....	1
Comunicación Corporativa.....	1
Comunicación Corporativa.....	1
Estrategia de Comunicación Gráfica de Iron Arm .....	1
Prensa.....	1
Otras Aplicaciones.....	1
Otras Aplicaciones.....	1
Bolsas.....	1

Otras Aplicaciones.....	1
Stand para Eventos.....	1
Otras Aplicaciones.....	1
Souvenirs.....	1
Otras Aplicaciones.....	1
Uniformes del Personal.....	1

# Filosofía

**Actitudes y valores**

# Filosofía

## Misión y Visión

2

### ○ Misión

Somos una empresa productora arequipeña especializada en exoesqueletos de miembro superior que busca proveer experiencias tecnológicas de la más alta calidad, atención personalizada y momentos agradables para cada uno de sus clientes con el objetivo de fidelizarlos y hacer de Iron Arm su empresa de preferencia; a través de un personal calificado e identificado con la empresa, productos de calidad y ambiente confortable. Nuestros clientes se caracterizan por ser personas con patologías como la diabetes y la hemiplejia; y familiares que toman como herramienta de solución nuestro producto.

*Creemos que nuestro motor y motivo es usted, nuestro cliente.*

### ○ Visión

Hacia el 2020 IRON ARM, será el productor y comercializador de exoesqueletos de miembro superior más reconocido y buscado de la ciudad de Arequipa, manteniendo la eficiencia y calidad de sus productos, y la entrega de sus empleados por otorgar experiencias a sus consumidores.

# Filosofía

## Actitudes

3

- **Liderazgo**

- Nos vemos como líderes en nuestra industria y aspiramos a ser los mejores a largo plazo.
  1. Invertimos en talento a nivel mundial para hacer crecer a nuestros clientes y mantener nuestro éxito.

- **Una compañía global**

- Buscamos oportunidades y tomamos decisiones para el bien de nuestra compañía a nivel global, no para partes específicas de la misma
  1. Prosperamos en la interdependencia y ponderamos las habilidades y el conocimiento a través de todo Iron Arm; trabajamos juntos de manera próxima y colaboramos entre departamentos y países.

- **Pasión por el cliente**

- Somos unos apasionados de la construcción de relaciones a largo plazo con nuestros clientes, con las que creamos valor mutuo y compartimos el conocimiento
  1. Nos esforzamos y trabajamos con ellos para solucionar problemas.

- **Trabajo en equipo**

- Creemos que la suma de las partes es mayor que las contribuciones individuales
  1. Colaboramos en todo lo que hacemos a través del trabajo en equipo, compartiendo retos.
  2. Desarrollamos soluciones conjuntamente. Tenemos responsabilidad y apoyo mutuo.
  3. Nos aseguramos de que se reconozcan y ponderen las habilidades que tenemos en todo el mundo.

- **Innovación**

- Nos esforzamos para alcanzar nuevas metas
  1. Siempre buscamos maneras nuevas y creativas de resolver los retos del cliente.
  2. Para destacar siempre nos adaptamos, somos ágiles y flexibles en la manera de conseguir nuevos retos.

# Filosofía

## Valores

4

- **Excelencia**

- Todo lo que hacemos es excepcional
  - 1. Aspiramos a los más altos estándares de calidad, eficiencia y productividad, en el diseño de nuestros productos, servicios y soluciones. Estamos comprometidos con hacerlo bien a la primera y asumir como propio cada reto, sin importarnos las exigencias que requiera.

- **Respeto**

- Valoramos aquello con lo que cada persona contribuye y respetamos nuestras diferencias.
  - 1. Nos comportamos de forma justa, con transparencia y honestidad, en todas nuestras interacciones, para construir relaciones de confianza. Nos preocupamos y nos apoyamos entre nosotros, respetando nuestras diferencias y valorando aquello que podemos aprender los unos de los otros.

- **Sostenibilidad**

- Satisfacemos las necesidades de hoy sin comprometer el mañana.
  - 1. Ponderamos los resultados que obtenemos en el corto, medio y largo plazo, en todo lo que hacemos tanto para nuestros empleados como para nuestros clientes y nuestros inversores en general.

# Terminología Básica

Tipografía y aplicación de la marca

# Terminología Básica

6

El usuario de este manual encontrará frecuentemente palabras técnicas que probablemente no le sean familiares, es por eso que aquí se definen algunos términos contemplados en este texto.

## **Nombre Institucional**

Iron Man, es la denominación del producto y se utilizará en casos de carácter legal.

## **Símbolo o Isotipo**

Se trata de un símbolo gráfico, el cual se identifica de manera intrínseca con la empresa, y constituye una figura con valores cuya connotación pueda por si sola evocar la razón social que representa.

## **Tipografía**

Es el tipo de letra que utiliza el logotipo, este tiene un papel fundamental en el diseño, ya que al ser un canal verbal de comunicación es el principal, una adecuada combinación entre la tipografía y la iconografía le da realce al logotipo.

## **Logotipo**

El logotipo es la combinación entre la tipografía y el isotipo, es la representación gráfica en la que se simboliza una entidad.

## **Marca**

Es el conjunto visual compuesto entre el logotipo y el isotipo, con el que San Francisco Xavier Escuela de Negocios - SFX debe presentarse siempre, su fin es acreditar su identificación y posicionarse en los segmentos donde actúa la empresa.

## **Colores Oficiales**

Son los que identifican al producto y sirven como diferenciadores en el mercado, el uso del logotipo con los colores oficiales deberá ser utilizado en todo aquello que se requiera, respetando los estándares establecidos en este manual.

# Logotipo

7



## LOGOTIPO

El logotipo es la expresión tipográfica de la marca. Es la construcción responsable de formalizar el nombre de la empresa Iron Arm.

# Logotipo

## Usos v variantes del logotipo

8

### Uso correcto del logotipo

Logotipo en positivo



Logotipo en escala de grises



El logotipo se reproducirá con un área de protección blanca en los casos en que se aplique sobre fondos de colores o fondos fotográficos que dificulten su legibilidad.

# Logotipo

## Uso mínimo del logotipo



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

Para asegurar una lectura clara y correcta de la marca se ha establecido un tamaño mínimo de

# Colores Corporativos

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

MANZANA



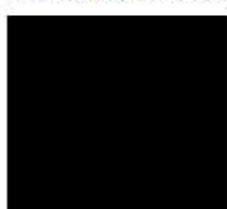
Pantone	RGB	CMYK
BS56	144 147 28	51 8 96 0

BRAZO



Pantone	RGB	CMYK
CD23	209 138 0	17 45 99 2

DETALLES BRAZO



Pantone	RGB	CMYK
YM67	0 0 0	0 100 100 0

DETALLES MANO



Pantone	RGB	CMYK
EC45	188 189 188	29 21 22
		0

NOMBRE



Pantone	RGB	CMYK
HT78	124 124 123	54 44 41
		8

# Tipografía Corporativa

12

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Se definirá una tipografía auxiliar para soportes informáticos.

La tipografía de Iron Man es Insight SSI, una fuente de estilo simple y contemporáneo, de alta legibilidad y disponible en todos los softwares computacionales.

## INSIGTH SSI

### Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w w x y z  
! " # \$ % & / ( ) = ? ¡ “ ” ¡ ¡ , . ,

### Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w w x y z  
! " # \$ % & / ( ) = ? ¡ “ ” ¡ ¡ , . ,

### Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w w x y z  
! " # \$ % & / ( ) = ? ¡ “ ” ¡ ¡ , . ,

# Papelería Corporativa

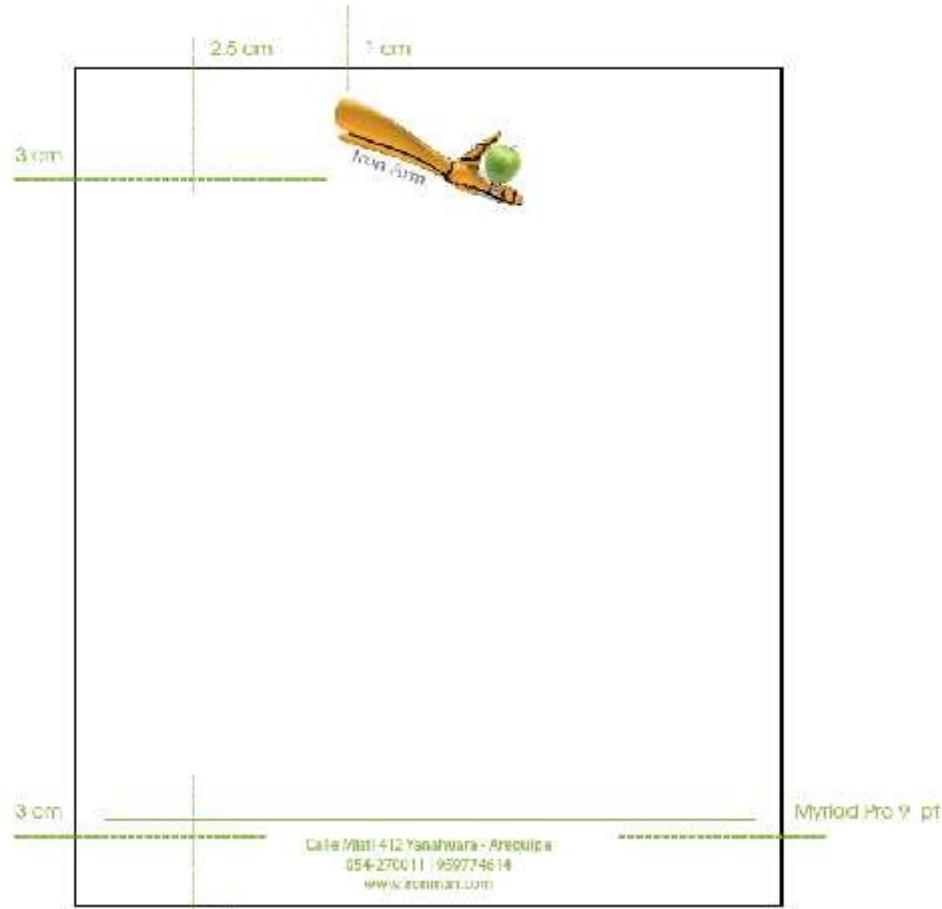
13

**Aplicaciones en papelería**

# Papelería

## Papel de Carta

14



Las medidas de los formatos impresos se determinan según las normas establecidas internacionalmente. La normalización del sistema de papelería cumple un doble objetivo: contribuir a facilitar la utilización de todos los impresos, al normalizar tamaños y formatos, y facilita la identificación de la empresa al incorporar su identidad en todos los soportes. Para cada formato se establecerá el tamaño del soporte, elementos que componen el diseño, tamaño y situación de los elementos, color y tipografías.

# Papelería

## Tarieta de Visita

15



### Iron Man

[www.ironman.com](http://www.ironman.com)

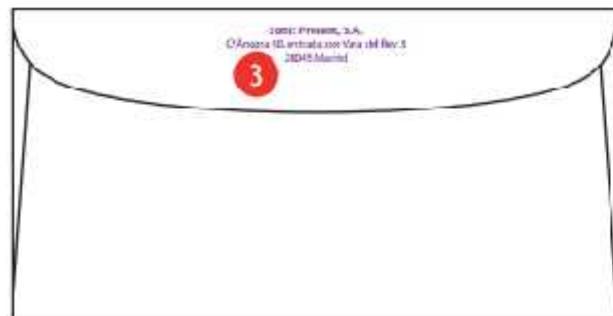
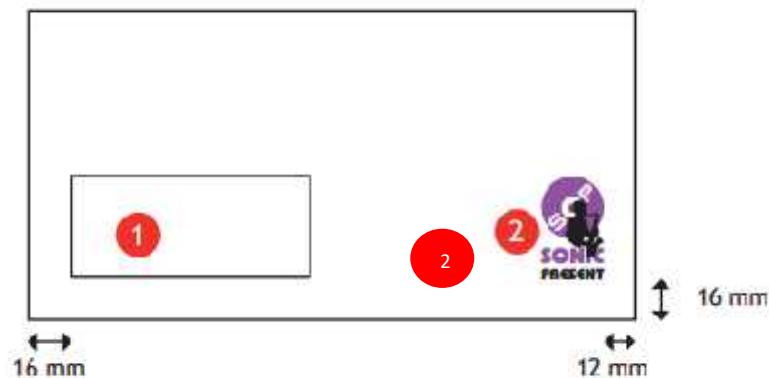
Calle Misti 412 Yanahuara - Arequipa  
054-270011 | 959774614

# Papelería

## Sobre Americano: anverso y reverso

16

Formato: 225x115 mm



1. Recuadro sobre el que se transparentará el nombre, la dirección y el C.P. de la carta 88x38mm.
2. Logotipo: 23x38mm.
3. Iron Arm, Calle Misti 412 Yanahuara – Arequipa 054 – 270011 | 959774614

# Papelería

Tarjeta de Presentación

17



## Iron Arm

[www.ironarm.com](http://www.ironarm.com)

**Paula Palza Valdivilia**

Teléfono: Calle Misti 412 Yanahuara, Arequipa  
054-270011 | 959707083



# Iron Arm

[www.ironarm.com](http://www.ironarm.com)

Gabriela Alfaro Portocarrero  
Teléfono: Calle Misti 412 Yanahuara, Arequipa  
054-270011 | 959774814

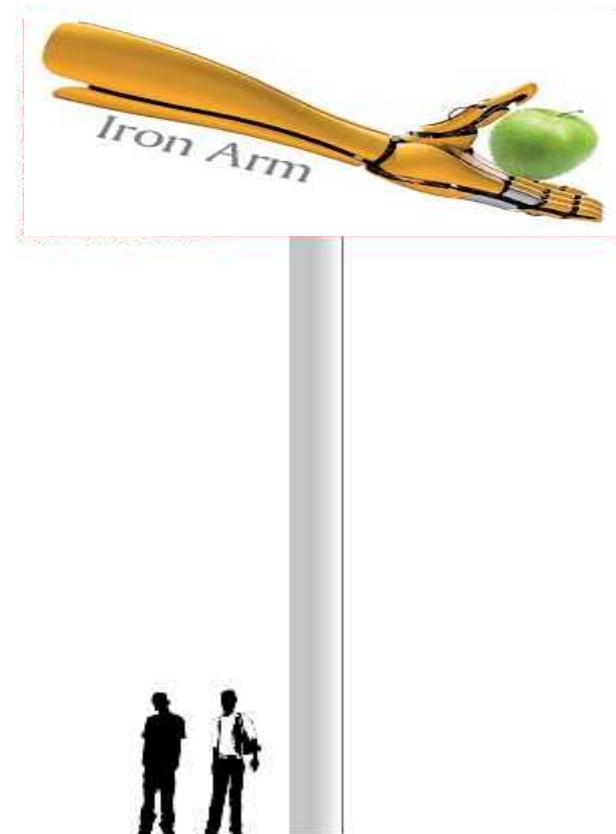
# Señalética Corporativa

Aplicación Digital

# Señalética

## Banner Publicitario

20



### Banner Publicitario

Soporte de gran formato, para señalización y localización de la empresa Iron Arm.

# Señalética

## Tótem

21



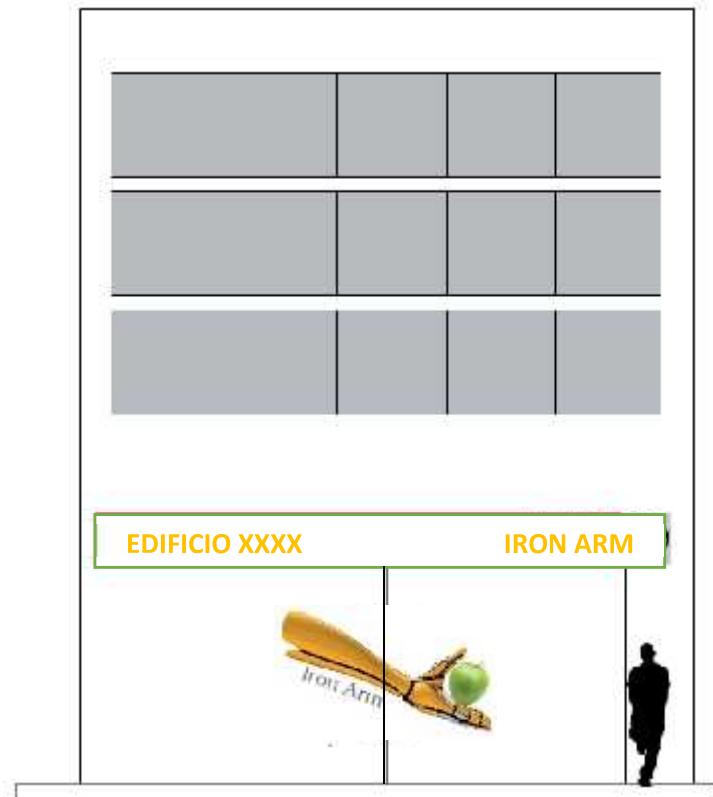
**Tótem**

Punto de gran visibilidad para espacios exteriores.  
Rotulación en vinilo.

# Señalética

## Señalización exterior

22



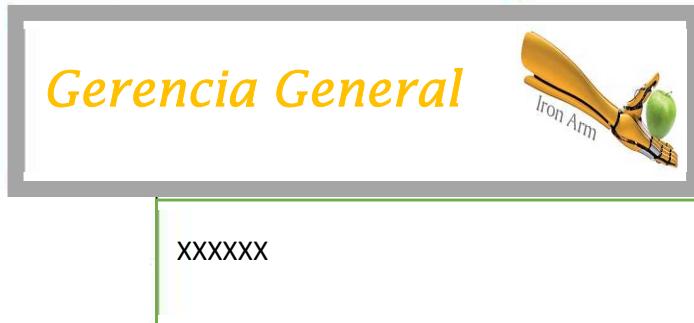
### Señalización exterior

Elemento visual para la identificación de edificios y grandes espacios.

# Señalética

## Placa exterior

23



### Placa exterior

Identificador específico para el exterior de las diferentes áreas de la empresa Iron Arm.

# Comunicación Corporativa

Aplicaciones

# Comunicación Corporativa

## Estrategia de Comunicación Gráfica de Iron Arm

La Estrategia de Comunicación Gráfica de Iron Arm establece una serie de criterios básicos y generales conducentes a la optimización de las tareas de comunicación.

25

### Normalización de la comunicación

Persigue dos objetivos:

- A) Que todos los soportes de comunicación gráfica sean y remitan inequívocamente a la Identidad de IRON ARM.
- B) Conseguir la mayor eficiencia gráfica determinando los criterios tipográficos, cromáticos y conceptuales para el diseño de los elementos de comunicación.

### Normalización gráfica

La normalización gráfica persigue que la identidad de Iron Arm se implante con rigor, de tal manera que sus aplicaciones de imagen deben ser aprobadas por la unidad competente que se designe.

La normalización gráfica para diápticos, trípticos y carteles consistirá en crear una cartela de colores y tipografías unidas a los símbolos de Iron Arm. Siempre se usará una fotografía o ilustración de fondo sobre las que no existirá ningún tipo de restricción conceptual. Esta imagen de fondo servirá para que la pieza sea atractiva visualmente.

### Normalización estratégica

La normalización estratégica no pretende centrarse en el diseño gráfico sino en la estrategia a la que obedecen los materiales de comunicación y que deben, al menos, tener en cuenta los siguientes puntos:

- A) Identificación de Iron Arm. En la portada, los elementos de comunicación deben remitir inequívocamente a la universidad.
- B) Diferenciar entre Iron Arm y remitente. Todas las piezas de comunicación son de la empresa y tienen como remitente el órgano o unidad correspondiente. Las piezas de comunicación deben preservar esta diferenciación de manera que nunca aparezca el remitente como emisor. En el caso de los trípticos y diápticos, por ejemplo, se reserva la portada para el emisor y la contraportada para el remitente.

# Comunicación Corporativa

## Prensa

# Iron Arm



"SI PUEDES SOÑARLO PUEDES TENERLO"

[www.ironarm.com](http://www.ironarm.com)

Gabriela Alfaro

Ejecutiva Comercial  
Calle Misti 412 Yanahuara



VENTA DE EXOESQUELETOS DE MIEMBRO SUPERIOR

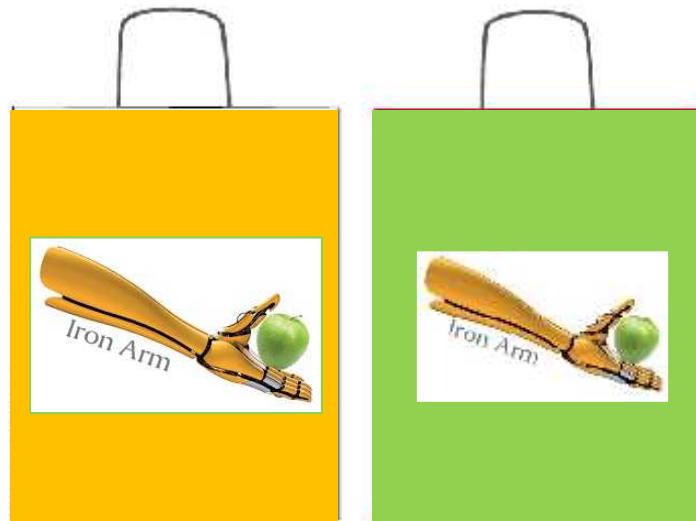
# Otras Aplicaciones

Material extra

# Otras Aplicaciones

## Bolsas

28

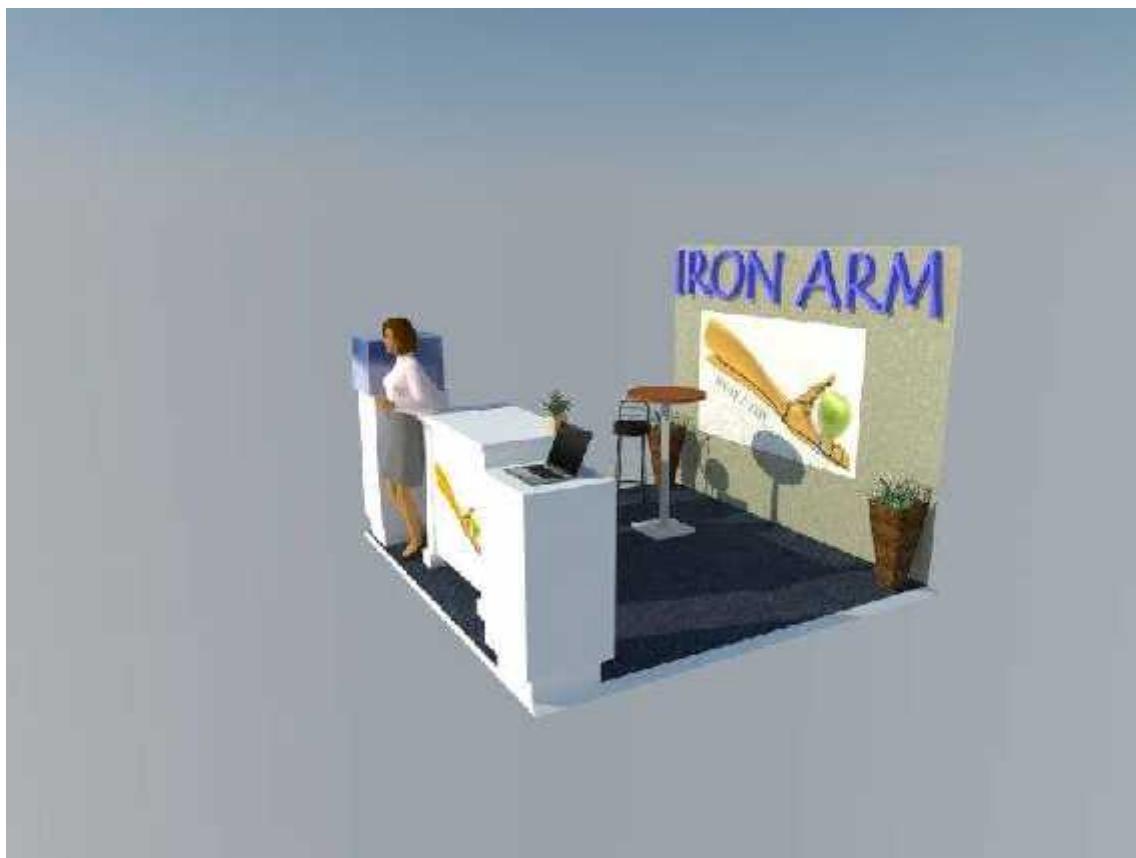


# Otras Aplicaciones

Stand para Eventos

29







# Otras Aplicaciones

## Souvenirs

32



# Otras Aplicaciones

## Uniformes del Personal

33



*Polo para Hombres*



*Polo para Mujeres*



*Casaca Hombre/Mujer*