



Introducción

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la Marca LAIF City Life en todas sus posibles expresiones.

Este Manual ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la Marca en sus diferentes ámbitos y debe ser por tanto, una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa, y la convivencia con sus Productos.

El correcto y consistente uso de la Marca LAIF City Life contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

Índice de contenidos

01. IDENTIFICADORES BÁSICOS



- 01.1. El Símbolo
- 01.2. La Marca
- 01.3. Variantes Normalizadas
- 01.4. Geometrización
- 01.5. Reducciones
- 01.6. Áreas de Aislamiento
- 01.7. Tipografías
- 01.8. Cromatismo
- 01.9. Imagen en positivo y negativo
- 01.10. Convivencia con Marcas
- 01.11. Ilustración
- 01.12. Usos incorrectos

02. PAPELERÍA INSTITUCIONAL



- 02.1. Papel Carta
- 02.2. Tarjetas de visita
- 02.3. Tarjetón
- 02.4. Sobre americano DL
- 02.5. Carpeta Portadocumentos

03. FORMATOS DIGITALES



- 03.1. Interfaz Web
- 03.2. Plantilla de presentaciones Power Point
- 03.3. Firma digital
- 03.4. Redes Sociales

04. APLICACIONES



- 04.1. Lapiceros
- 04.2. Camisetas
- 04.3. Gorras
- 04.4. Imanes decorativos
- 04.5. Bolsas tela
- 04.6. Taza
- 04.7. Pines
- 04.8. Photocall
- 04.9. Roll up

01

Identificadores básicos

A continuación se describe y normaliza la marca y se establecen los elementos comunes que constituyen su nueva identidad visual.

Es importante insistir en la necesidad de una correcta y minuciosa aplicación de estas normas básicas de diseño para lograr que la identidad perdure.

- 01.1. El Símbolo
- 01.2. La Marca
- 01.3. Variantes Normalizadas
- 01.4. Geometrización
- 01.5. Reducciones
- 01.6. Áreas de Aislamiento
- 01.7. Tipografías
- 01.8. Cromatismo
- 01.9. Imagen en positivo y negativo
- 01.10. Convivencia con Marcas
- 01.11. Ilustración
- 01.12. Usos incorrectos

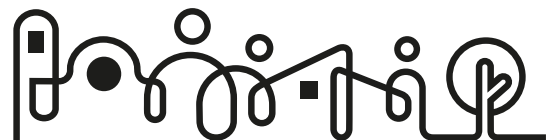
01.1. El símbolo

El símbolo o anagrama es un elemento fundamental en la composición de nuestra Marca. Destaca por su pregnancia y capta la atención del observador gracias a su simplicidad, equilibrio y estabilidad.

Con este símbolo la marca pretende comunicar el concepto de construir una ciudad sostenible conectada.

El símbolo se construye mediante un trazo que va dibujando la silueta de una ciudad conectada, resaltando con sus formas los conceptos principales de LAIF City Life como son, **las personas, comunidad de ciudades conectadas, y la naturaleza**

Ver apartado de “Reducciones” para saber modular correctamente el puntaje del trazo del símbolo



Variante una tinta



Variante multicolor

01.2. La Marca

La marca de **LAIF City Life** se expresa de una manera sencilla, directa y moderna, y está diseñada con el propósito de otorgar una imagen sólida y de difusión de identidad.

La tipografía utilizada para el logotipo es la misma que se usa en logotipo de Laif, ya que la iniciativa LAIF City Life es un programa de esta marca y con este uso potenciamos la consistencia corporativa. **La tipografía del logotipo está creada ad hoc y esta fuente sólo debe usarse para el logotipo.**

La marca es la unión entre símbolo y logotipo y permite su identificación de manera léxica y visual.

El símbolo es el elemento gráfico que nos vincula directamente al concepto que ofrece el programa de LAIF City Life, iniciativa de la marca LAIF, financiada por la Unión Europea y gestionada por la AECID, que nace como un instrumento de Identificación de **Proyectos de Ciudades Sostenibles para América Latina.**



01.3. Variantes normalizadas

Se normalizan la **variante horizontal** concebida para ser usada en tamaños pequeños y/o soportes panorámicos y formatos digitales. La distancia en esta variante entre el símbolo y el logotipo será de 0,5X*

Por otro lado, la **variante vertical** de la Marca, más compacta, concebida y recomendada para otro tipo de soportes como son rótulos, aplicaciones en papelería corporativa o elementos offline. La distancia en esta variante entre el símbolo y el logotipo será de 0,5X *

* Ver apartado de “Geometrización” para saber modular las distancias entre el símbolo/anagrama con la Marca.



Variante horizontal

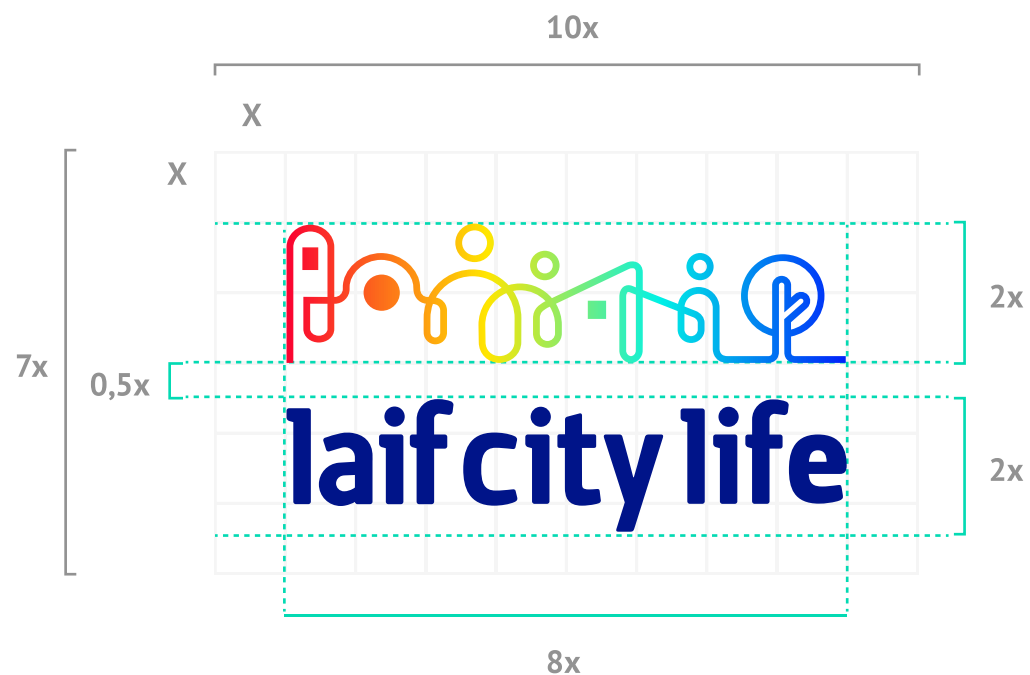


Variante vertical

01.4. Geometrización

EL logotipo de **LAIF City Life** se inscribe en una superficie modular de proporciones 10x7.

El valor “X” establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



01.5. Reducciones

Los elementos gráficos han sido definidos para que funcionen tanto en tamaños grandes como en tamaños pequeños.

El **tamaño mínimo** al que se puede reducir la marca **garantiza su correcta legibilidad** y reproducción.

Para reproducción **en pantalla** se aconseja un **tamaño mínimo de 120 px de ancho**.

El trazo del símbolo para este tamaño será de 1,5 puntos.
Para tamaños superiores a 150px de ancho el trazo será de 2 puntos y a partir de 300 px el trazo se establece en 3 puntos.

Para reproducción **en offline** se aconseja un **tamaño mínimo de 12 mm** En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.



Mínimo en pantalla 120 px de ancho

Variante vertical



Mínimo en pantalla 248 px de ancho

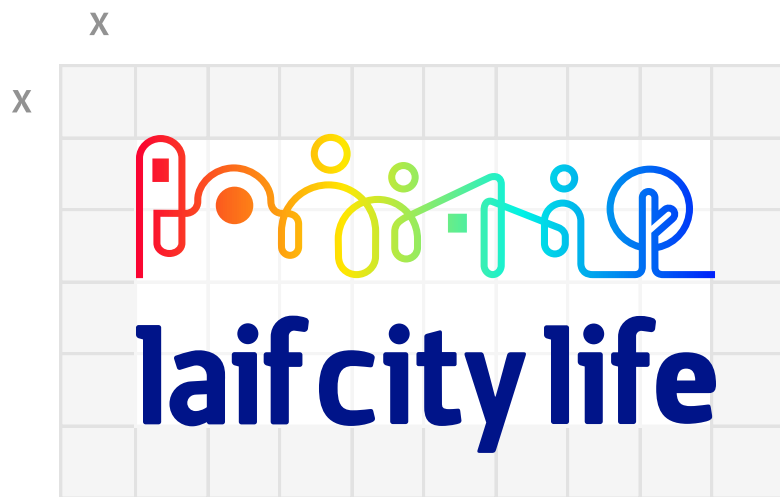
Variante horizontal

01.6. Áreas de Aislamiento

El área de aislamiento o zona de seguridad se refiere a los espacios libres que hay que dejar alrededor de la Marca con el objetivo de que ningún otro elemento rebase este espacio (límite) **evitando así la contaminación visual del logotipo.**

Establecer una zona de protección en la Marca asegura la independencia visual de la misma respecto al resto de elementos gráficos, facilitando así su inmediata identificación.

La construcción del área de aislamiento queda determinada por la medida “X”, y siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio.



01.7. Tipografías

Se normaliza **la fuente creada ad hoc para la marca Laif** destinada para usarla únicamente en el logotipo

Como **tipografía principal** se establece la tipografía **Roboto** en sus variantes “**regular**” y “**bold**”, que además de ser una familia tipográfica de Google Fonts (uso gratuito) garantizan una buena legibilidad de lectura.

Como **tipografía secundaria** o para aplicaciones y medios informáticos en los que no se pueda usar la tipografía principal se podrá usar la tipografía del sistema “**Calibri**”, presente en la mayoría de los sistemas operativos.

Fuente creada ad hoc
desde la utilizada en
la marca LAIF

laif city life

Aa

Roboto, regular

Aa

Roboto, bold

Aa

Calibri, regular

Aa

Calibri, bold

01.8. Cromatismo

El color define un escenario de **valores emocionales** concretos que debemos considerar en su aplicación para cualquier soporte de comunicación.

La **paleta corporativa** seleccionada para LAIF City Life está **compuesta de colores denominados flúor** o neón. El uso de estos colores, incrementa la potencia visual ya que son colores vibrantes y creativos, asociados comúnmente con la energía y la vitalidad.



Versión preferente

La **versión preferente** del logotipo LAIF City Life será siempre en su versión sobre fondo blanco.



Versión secundaria

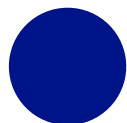
Cuando no sea posible aplicar el logotipo sobre fondo blanco, se aplicará la **versión secundaria** que lleva el fondo azul oscuro corporativo

Paleta Cromática Primaria en el Logotipo

Los colores corporativos **deberán reproducirse siempre de la manera más exacta posible**, tanto en sus versiones en tinta plana (PANTONE), como en la impresión en cuatricromía (CMYK) o en versiones digitales.

En sistemas de impresión o reproducción donde no se pueda utilizarse los estándares citados, se cuidará especialmente la elección de las tintas o materiales adecuados para impedir variaciones importantes de percepción de color.

Los equivalentes en RGB se deberán utilizar para aplicaciones en pantalla y los HEXADECIMAL para aplicaciones web.



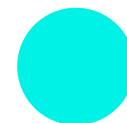
Primario
Azul Dark LCL

Pantone: Reflex Blue C
CMYK: 100 91 24 7
RGB: 0 20 137
HEX: #001489



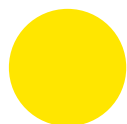
Primario
Azul Flúor LCL

Pantone: 2728 C
CMYK: 93 74 0 0
RGB: 0 32 250
HEX: #0020FA



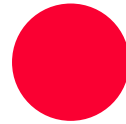
Primario
Verde Flúor LCL

Pantone: 3255 C
CMYK: 60 0 24 0
RGB: 3 242 230
HEX: #00F2E6



Primario
Amarillo Flúor LCL

Pantone: 109 C
CMYK: 3 4 91 0
RGB: 255 230 0
HEX: #FFE600



Primario
Rojo Flúor LCL

Pantone: 1788 C
CMYK: 0 96 72 0
RGB: 250 0 50
HEX: #FA0032

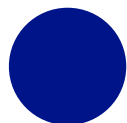


Paleta Cromática Primaria en la web corporativa

Los colores corporativos **deberán reproducirse siempre de la manera más exacta posible**, tanto en sus versiones en tinta plana (PANTONE), como en la impresión en cuatricromía (CMYK) o en versiones digitales.

En sistemas de impresión o reproducción donde no se pueda utilizarse los estándares citados, se cuidará especialmente la elección de las tintas o materiales adecuados para impedir variaciones importantes de percepción de color.

Los equivalentes en RGB se deberán utilizar para aplicaciones en pantalla y los HEXADECIMAL para aplicaciones web.



Primario
Azul Dark LCL

Pantone: Reflex Blue C
CMYK: 100 85 0 46
RGB: 0 20 137
HEX: #001489



Primario
Azul LCL

Pantone: 2728 C
CMYK: 100 60 0 22
RGB: 0 80 200
HEX: #0050C8



Primario
Verde LCL

Pantone: 3255 C
CMYK: 60 0 24 0
RGB: 3 218 179
HEX: #03DAB3



Primario
Amarillo LCL

Pantone: 109 C
CMYK: 0 22 100 0
RGB: 255 199 0
HEX: #FFC700



Primario
Rojo LCL

Pantone: 1788 C
CMYK: 0 100 80 7
RGB: 237 0 47
HEX: #ED002F



Paleta Cromática Secundaria

Los colores corporativos **deberán reproducirse siempre de la manera más exacta posible**, tanto en sus versiones en tinta plana (PANTONE), como en la impresión en cuatricromía (CMYK) o en versiones digitales.

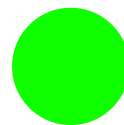
En sistemas de impresión o reproducción donde no se pueda utilizarse los estándares citados, se cuidará especialmente la elección de las tintas o materiales adecuados para impedir variaciones importantes de percepción de color.

Los equivalentes en RGB se deberán utilizar para aplicaciones en pantalla y los HEXADECIMAL para aplicaciones web.



Secundario
Fucsia Flúor LCL

Pantone: 807 C
CMYK: 0 100 0 0
RGB: 255 0 255
HEX: #FF00FF



Secundario
Verde Flúor LCL

Pantone: 802 C
CMYK: 94 0 100 0
RGB: 15 255 0
HEX: #0FFF00



Reproducciones sobre color La Marca original sólo se reproducirá con el logotipo de la Laif City Life sobre fondo blanco o azul corporativo (preferiblemente sobre fondo blanco).

Encima de cualquier otro fondo de color o fotografías, se aplicará la marca de la LAIF City Life en pluma blanco (sobre fondo oscuro) o en pluma negro (sobre fondo claro).

Reproducción sobre imagen

En caso de existir una imagen de fondo se aplicará la Marca en pluma blanco o negro, según el color de fondo y procurando siempre una óptima legibilidad.



01.9. Imagen en positivo y negativo

Se especifican las adaptaciones de la marca para tener la mayor percepción posible de los diferentes tipos de fondo en que deberá actuar.

La marca se reproducirá siempre que sea posible en color, y se procurará su aplicación sobre fondo blanco.

Se normaliza la reproducción en escala de grises y en pluma solamente para las ocasiones en las que el sistema de impresión lo requiera.



Logotipo original, variante preferente



Logotipo negativo



Logotipo positivo



Logotipo en escala de grises

01.10. Convivencia con Marcas

Cuando la marca necesite aplicarse en convivencia con diversos logotipos, será **obligatorio** mantener el área de aislamiento alrededor de ella.

Para usar la marca en pastillas de diversos logotipos, es aconsejable utilizar la marca en su variante preferente.



Cofinanciado por
la Unión Europea



01.11. Ilustración

Con la ilustración digital, cada marca tiene la oportunidad de contar su historia sin palabras.

La ilustración digital en el diseño de la interfaz de usuario para aplicaciones móviles y sitios web ayuda a crear vínculos emocionales con los usuarios y aumentar su lealtad.

Las ilustraciones en LAIF City Life son una continuidad con el símbolo/anagrama de la Marca, formas realizadas mediante un trazo que va dibujando elementos de vida urbana sostenible.



01.12. Usos incorrectos

No estarán permitidas en ningún caso alteraciones cromáticas, ni en la forma ni en la proporción del logotipo.

El logotipo original **no se usará nunca sobre fondos oscuros**, sólo se usará en fondo blanco. Para los fondos oscuros se ha definido la versión del logotipo en color blanco o negro.

El logotipo jamás deberá aplicarse volteado, tanto vertical como horizontalmente. No es correcto deformar de ninguna manera el grafismo ni el texto del logotipo. No se permite delinear el logotipo, ni utilizarlo en líneas sin color. No se permite el uso del logotipo con ningún tipo de relleno de patrón o relleno de textura. Es incorrecto el cambio de la tipografía u otra disposición de formato del texto.



02

Papelería Institucional

La papelería se constituye como un elemento fundamental de comunicación entre LAIF City Life y sus stakeholders: municipalidades, instituciones socias, proveedores.

Creada con el objetivo de identificar la iniciativa visualmente, se ha diseñado a partir de sus elementos comunes de identidad.

02.1. Papel Carta

02.2. Tarjetas de visita

02.3. Tarjetón

02.4. Sobre americano DL

02.5. Carpeta Portadocumentos

02.1. Papel de carta

Papel de carta corporativo 1

Formato

DIN A4 210 x 297 mm

Impresión a una cara.

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W. Extra

White g/m 2 115

Elementos y textos

Logotipo: original, variante preferente vertical a 31,75mm de ancho.

Datos: azul dark LCL

Roboto Regular/Bold 10 pt.

Iconos: google icons, azul dark LCL 2,11 mm.



📍 Rue Joseph II, 54, Office: J-54 05/06,
1000 Brussels, Belgium
☎ +32 2 29 68393
✉ info@laifcitylife.com



www.laifcitylife.com

02.1. Papel de carta

Papel de carta corporativo 2

Formato

DIN A4 210 x 297 mm

Impresión a una cara.

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W. Extra

White g/m 2 115

Elementos y textos

Logotipo: original, variante preferente vertical
a 31,75mm de ancho.

Datos: azul dark LCL

Roboto Regular/Bold 10 pt.

Iconos: google icons, azul dark LCL 2,11 mm.



Cofinanciado por
la Unión Europea



02.1. Papel de carta

Papel de carta corporativo 3

Formato

DIN A4 210 x 297 mm

Impresión a una cara.

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W. Extra

White g/m 2 115

Elementos y textos

Logotipo: original, variante preferente vertical
a 31,75mm de ancho.

Datos: azul dark LCL



Cofinanciado por
la Unión Europea



02.2. Tarjetas de visita

Formato

85 x 55 mm Impresión a doble cara.

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W. Extra
White g/m 2 340

Elementos y textos

Anverso

Logotipo: variante original a 31mm.

Reverso

Nombre: Blanco - Roboto 12 pt.

Cargo: Blanco - Roboto 10 pt.

Resto datos contacto: Blanco - Roboto 9 pt.

Fondo: Azul Dark LCL

Iconos: google icons en colores corporativos

Ilustración multicolor



02.3. Tarjetón

Formato

210 x 100 mm Impresión a una cara.

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W. Extra
White g/m 2 340

Elementos y textos

Datos: Azul/amarillo corporativo - Cambria 7 pt.

Logotipo: pastilla de logotipo.

Datos contacto: Azul Dark - Roboto 10pt.

Google icons en colores corporativos

Ilustración multicolor



 Rue Joseph II, 54. Office: J-54 05/06,
1000 Brussels, Belgium
 +32 2 29 68393
 info@laifcitylife.com



02.4. Sobre Americano

Formato

210 x 100 mm Impresión a una cara. Sobre americano con ventana.

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W. Extra
White g/m2 115

Elementos y textos

Logotipo: pastilla de logotipo.

Datos contacto: Azul Dark LCL - Roboto 10pt.

Google icons en colores corporativos

Ilustración multicolor



Rue Joseph II, 54. Office: J-54 05/06,
1000 Brussels, Belgium
+32 2 29 68393
info@laifcitylife.com



02.5. Carpeta Portadocumentos

Formato

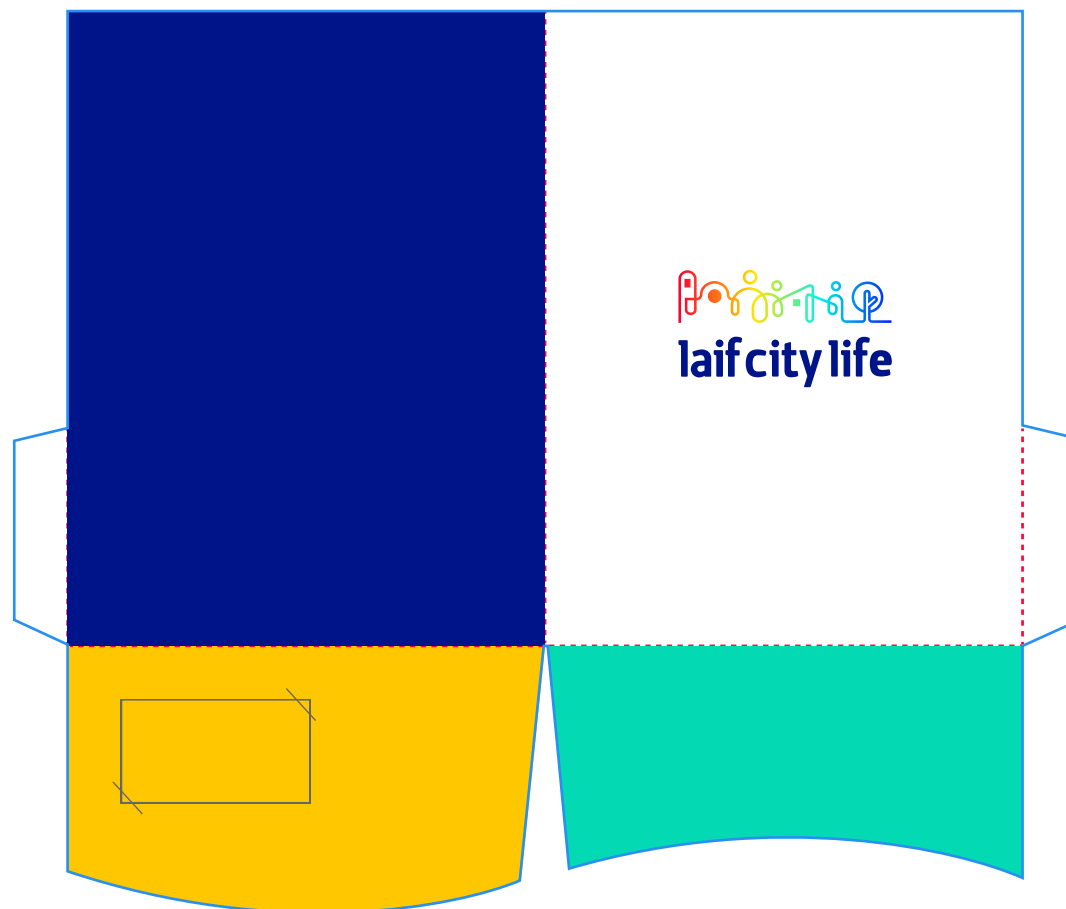
Carpeta troquelada A4 con solapas curvas
280 x 340 mm (cerrado) Impresión a una cara.

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W. Extra
White g/m2 340

Anverso

Logotipo: logotipo original, variante
preferente vertical.



03

Formatos digitales

En este capítulo se tratan los aspectos generales de aplicación de la Marca LAIF City Life en la comunicación online.

03.1. Interfaz Web

03.2. Plantilla de presentaciones Power Point

03.3. Firma digital

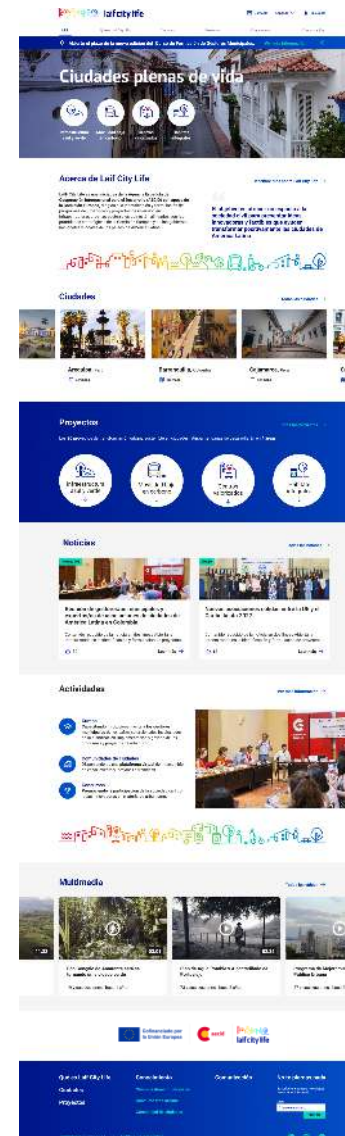
03.4. Redes Sociales

03.1. Interfaz web

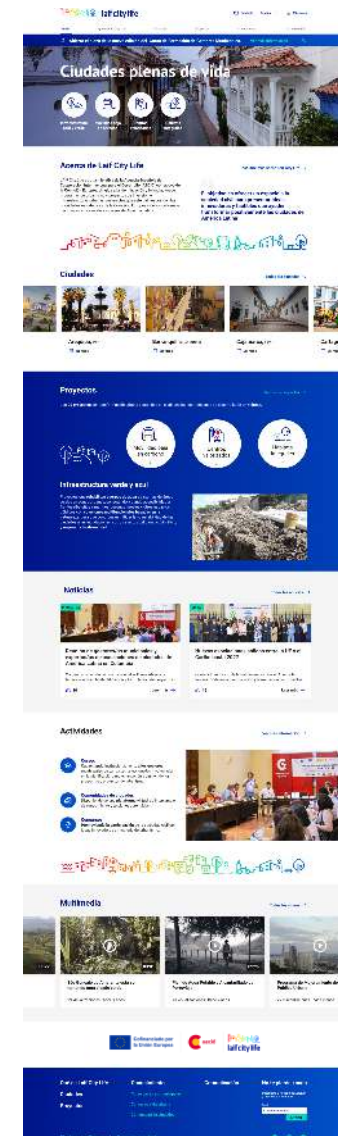


Web LAIF City Life

LAIF City Life



Home



03.2. Plantilla de presentaciones Power Point

Diferentes diseños de slides para realizar una presentación corporativa



Título de la sección

Titular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



03.3. Firma digital



 **Elena Pérez Landa**
Comunicación - Equipo de Apoyo Técnico Laif City Life

 Rue Joseph II, 54. Office: J-54 05/06, 1000
Brussels, Belgium

 +32 2 29 68393

 elena@laifcitylife.com

New Message

To

Cc Bcc

Subject



Cofinanciado por la Unión Europea



 **Elena Pérez Landa**
Comunicación - Equipo de Apoyo Técnico Laif City Life

 Rue Joseph II, 54. Office: J-54 05/06, 1000
Brussels, Belgium

 +32 2 29 68393

 elena@laifcitylife.com

Send





03.4. Redes Sociales



Instagram - Avatar



Instagram - Cabecera



YouTube - Avatar



YouTube - Cabecera



LinkedIn - Avatar



LinkedIn - Cabecera

04

Aplicaciones

En este capítulo se tratan los aspectos generales de aplicación de la Marca LAIF City Life en la comunicación online.

- 04.1. Bolígrafos
- 04.2. Camisetas
- 04.3. Gorras
- 04.4. Imanes decorativos
- 04.5. Bolsas tela
- 04.6. Taza
- 04.7. Pines
- 04.8. Photocall
- 04.9. Roll up

04.1. Bolígrafos



04.2. Camisetas



04.3. Gorras



04.4. Imanes decorativos



04.5. Bolsas tela



04.6. Taza



04.7. Pines



04.8. Photocall



04.9. Rollup

