



Brandbook / Guideline



- 03** PERSONALIDAD DE MARCA
- 06** PROPÓSITO DE LA MARCA
- 08** LOGO
- 12** PALETA COLORES
- 14** FAMILIA TIPOGRÁFICA
- 16** RECURSOS GRÁFICOS



●
Personalidad de Marca

SOCIABLE

Somos una marca extrovertida, que le gusta conversar, expresar sus emociones, conocer gente, compartir sus conocimientos y dialogar de manera transversal, ya que interactuamos con niños, jóvenes, adultos, de cualquier condición social, geográfica, de género, tendencia, etc.

OPTIMISTA

Tenemos una visión optimista de la vida y de las cosas. Creemos que todo puede ser mejorado tanto para el planeta como para las personas.

ALEGRE

Relacionado con nuestra personalidad “optimista” se destaca esta característica de ir por la vida con una actitud alegre. Siempre tratamos de estar alegres y de hacer feliz a todas las personas a las que llegamos, por ejemplo, con el humor.

MOTIVADOR

Entendiendo que las personas deben experimentar un cambio de hábito, debemos ser capaces de dar razones de peso para que las personas sientan interés por reciclar, pero no solo que lo hagan desde una obligación si no que lo hagan felices.
Motivar NUNCA Obligar.

ARTICULADOR

Nacimos con una vocación de servicio, de ayudar y de tratar de hacer las cosas cada vez mejor, y sabemos que eso se logra trabajando en equipo.

Sinergia:
“La suma de las partes genera mejor resultado que si trabajaran de manera independiente”

CREATIVO

Tenemos un lema que nos identifica: **“Si quieres resultados diferentes no hagas siempre lo mismo”**.

Por lo que estamos en constante búsqueda de nuevos caminos tanto para accionar como para comunicar



Propósito de la Marca



**“AYUDAR Y MOTIVAR A EMPRESAS, INSTITUCIONES
Y PERSONAS A VIVIR EN UN PAÍS MÁS LIMPIO Y
MEJOR, HACIÉNDONOS CARGO DEL RECICLAJE
DE LOS ENVASES Y EMBALAJES”**



●
LOGO



ÁREA DE SEGURIDAD

El área de seguridad es un espacio alrededor del isologotipo que no debe ser intervenido por ningún otro elemento gráfico, salvo que éste se aplique sobre fotografías, texturas o formas explicadas dentro de este documento.

También es un área que debe mantenerse intacta frente a alguna situación de cobranding, donde nuestra marca se vea acompañada de otros logotipos. Este espacio está determinado proporcionalmente por la medida de la letra R correspondiente al logotipo de Resimple.





USOS NO PERMITIDOS



PALETA COLORES

● PALETA COLORES

Los colores principales de marca se dividen en tres. cada uno representa la esencia de la marca, cuidado con el medio ambiente de forma moderna, uso de colores llamativos y combinables.



VERDE
#80DC7D

GRIS
#404145

BLANCO
#FFFFFF



FAMILIA TIPOGRÁFICA

Montserrat

**abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz
1234567890
!"#\$%&/()=?;^***

BOLD

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz
1234567890
!"#\$%&/()=?;^*

MEDIUM

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz
1234567890
!"#\$%&/()=?;^*

LIGHT

RECURSOS GRÁFICOS

ICONOGRAFÍA

Para acompañar las gráficas se podrán utilizar diversos recursos iconográficos.

De esta manera poder hacer más dinámica y explicativa la gráfica, así reforzamos el diseño en caso de necesitarlo.



SOPORTE PARA FOTOGRAFÍAS

Las imágenes que se mostrarán en gráficas irán dentro de un rectángulo o cuadrado dependiendo del tamaño de la gráfica.



resimple.cl

