

El manual de identidad corporativa es un documento muy útil que contiene los elementos indispensables y normas básicas que se debe tener en cuenta para un correcto uso de una marca y de todos los elementos gráficos que la representan.

Ninguna marca está plenamente completa si no dispone de un Manual de Identidad Visual que defina su alcance o sus límites, y cómo debe ser usada correctamente.

Un manual de identidad corporativa es siempre necesario para unificar criterios dentro y fuera de la empresa a nivel de marca y sobre todo para proyectar una imagen sólida y coherente en todas las piezas y comunicaciones que la entidad realiza de cara al exterior.

Hay que tener en cuenta que una marca evoluciona paralelamente al crecimiento de una empresa, por tanto hay que ir actualizando el manual a medida que se vayan produciendo cambios en la imagen visual conformes a esa evolución.

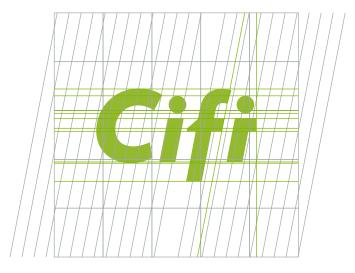
Este manual corporativo es necesario profundizarlo más como muestras de como se deben ver las presentaciones, papel membrete, tarjetas de presentación, el buen uso del logo y el uso incorrecto del mismo entre muchos otros valores que se le pueden añadir a este manual.



LOGO PRINCIPAL

LOGO SECUNDARIO OPCIONAL







Inclinación de 79°

La distancia adecuada del logo con cualquier otro objeto es de mínimo la primera letra "C"del logo.

La utilización del logo será con su color original a menos que tenga problemas de contraste, el cual se refiere a perdida visual de elementos o la falta de resalte del logo. Si es ese el caso se recomienda entonces utilizar el logo en su versión blanco y negro.





Las versiones de blanco y negro se pueden emplear en impresiones o cualquier medio digital que dificulte la visualización del logo.









La preferencia tipográfica pretende lograr uniformidad en todos los documentos que sean de CIFI, la cual es FRANKLIN GOTHIC con todas su variaciones. Es una tipografía fuerte, llamativa, diferente y simple de leer.

Como segunda opción se puede emplear la familia de Calibri la cual puede servir para documentos con muchos textos.

La tipografía Calibri es amigable, delicada, sencilla y de facil lectura. Franklin Gothic REGULAR:
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Franklin Gothic LIGHT:
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Franklin Gothic MEDIUM: ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Franklin Gothic BOLD:
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Calibri Regular: ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Calibri Light:
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Calibri BOLD: A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z Para uso unicamente Digital en web se utilizará la tipografía Morton. MORTON REGULAR:
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

MORTON BOLD:
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z



Los colores corporativos corresponden a una serie de pantones que pueden utilizar como complemento que identifica a CIFI.

El color principal es el CIFI Greeen el cual tiene como secundario el CIFI secondary Green

Los colores complementarios son dos tonalidades de grises, el CIFI Dark gray y el CIFI Light gray. Estos grises pueden utilizarse para editar fotos y ponerlas en tonalidades de gris, para hacer documentos sobrios, o el color del texto.

Se recomienda usar las tonalidades de verde únicamente para resaltar elementos importantes dentro de la narrativa de la diapositiva para no excederse y saturar visualmente el documento.

CIFI Green PMS 376 #82bc00 C:55 M:3 Y:100 K: 0 R:130 G:188 B:0

CIFI Secondary Green PMS 382 #c4d600 C:29 M:1 Y:100 K:0 R:196 G:214 B:0

CIFI Dark Gray
PMS 445
#4f5858
C:68 M:54 Y:55 K:30
R:79 G:88 B:88

CIFI Light Gray
PMS 442
#a0acaa
C:39 M:25 Y:30 K:0
R:160 G:172 B:170

Esta nueva paleta de colores es para mayor versatibilidad en los diseños.





A cada color se le a asignado una área de comunicación.



## Identidad del Logo

Elementos conceptuales como colores de las ODS y las ondas de carácter orgánico generadas por la intersección de sus formas, sirven de base para la iconográfia descriptiva de nuestro portafolio, que se sugiere extendido a lo largo de la geografía y el tiempo, representados ambos en el número viente.











## Variaciones de Color

De no ser posible por motivos de contraste y visualización, se pueden utilizar los siguientes formatos alternativos para una visualización clara de la marca.







































OPCIÓN CON SLOGAN

LOGO





OPCIÓN SIN SLOGAN

LOGO







MMG Tower, Floor 13, Roberto Motta Avenue Costa del Este Panama Clty, Panama T. +507 320-8000 @cifi\_finance www.cifi.com