



BCBA

Bolsa de Comercio de Buenos Aires

IDENTIDAD GRÁFICA | ABRIL 2018

Introducción

Bienvenido a la nueva identidad gráfica de la Bolsa de Comercio de Buenos Aires.

Este documento es resultado de un proceso que desde el área de Difusión de la BCBA llevamos adelante en los últimos meses, con el objetivo de dotar a la organización de un sistema de identidad gráfica acorde a sus necesidades actuales.

En las próximas páginas encontrará una breve descripción de ese proceso y la exposición de sus frutos: los nuevos signos que componen la marca gráfica BCBA y una serie de lineamientos para su uso.

Para dar a la marca una voz consistente y que la comunicación institucional sea coherente y eficaz es fundamental que todos los responsables de producir comunicación gráfica se familiaricen con estos contenidos.

Esperamos que este trabajo le sea de utilidad y facilite la tarea de implementar los cambios que de ahora en más regirán para todas las comunicaciones producidas por la Institución.

Bolsa de Comercio de Buenos Aires

La Bolsa de Comercio de Buenos Aires es una asociación civil sin fines de lucro fundada en 1854, apenas un año después de la organización nacional. Desde entonces acompaña el desarrollo económico y político del país, constituyéndose en institución referente para asuntos económicos, financieros y bursátiles.

Centro de actividades del ámbito económico nacional, la Bolsa reúne en su seno la voz de los distintos sectores con un objetivo común: canalizar el ahorro hacia la inversión productiva.

La solidez y transparencia, sello distintivo de la Asociación, determinan su rol en la tarea de fiscalizar a las empresas cotizantes y velar por la veracidad de la información que todo inversor debe considerar al volcar sus ahorros en el mercado de capitales.

Intervención sobre la identidad gráfica BCBA

Fundamentos y descripción del proceso

El material que presentamos a continuación es el producto de la revisión de la identidad gráfica institucional de la BCBA.

Luego de un proceso de diagnóstico en el que se consultó a los distintos sectores de la organización y se hizo un relevamiento exhaustivo de los materiales gráficos que se utilizan cotidianamente, llegamos a la conclusión de que era necesario realizar una intervención para atender a problemas que se nos presentaban en dos niveles:

Por un lado, problemas formales de los signos de identidad, que afectan su rendimiento en la tarea de identificar a la Bolsa de Comercio de Buenos Aires como una organización líder y prestigiosa.

Por otro lado, problemas en el uso que actualmente se está haciendo de esos signos, debido a la falta de criterios uniformes y abarcativos que puedan sostenerse en el tiempo.

El primer paso de esta intervención fue el replanteo de los signos que componen la marca gráfica. A partir de la evaluación de diversas variables concluimos que en este momento la decisión más acertada sería mantener la marca

gráfica existente, ya que ésta cuenta con un importante nivel de implantación y reconocimiento. Se optó entonces por introducir pequeños cambios para optimizar sus formas sin modificarla notoriamente.

En la primera parte de esta publicación presentamos la nueva marca gráfica de la BCBA, que deberá ser utilizada en todas las comunicaciones, tanto internas como externas, que se produzcan de aquí en más.

La segunda etapa consistió en la definición de los lineamientos de uso de la nueva marca gráfica. Este conjunto de normas permitirá producir una comunicación gráfica más eficaz y ordenada, y facilitará la tarea de quienes en la actualidad deben generar estos materiales sin contar con referencias. **Esa etapa concluyó con la construcción de este manual.**

La tarea que tenemos por delante es **la revisión del diseño de las distintas piezas de comunicación que se utilizan cotidianamente en la BCBA.** Cuando la hayamos concluido presentaremos los resultados en una nueva versión de este documento.

Rediseño de los signos de identidad

Los cambios realizados en la marca gráfica son los siguientes:

- Se realizaron ajustes en el dibujo de las letras de la sigla para corregir el desbalance que existía entre trazos gruesos y finos, para unificar el grado de condensación de los caracteres y optimizar la distribución de los espacios.
- El nombre completo de la institución sufrió un leve ajuste en la separación de las letras, que en la versión original era deficiente.
- Se eliminó la línea horizontal.

El isotipo (el perfil de Mercurio) se mantiene sin cambios.

Marca nueva



Para cubrir todas las necesidades contamos con dos variantes de la marca gráfica que denominaremos «Identificador largo» e «Identificador corto». Más adelante se explicitan las normas de uso para cada uno.

Además se introdujeron cambios en la paleta de colores institucionales y se definieron dos familias tipográficas complementarias que a partir de ahora se deberán utilizar en todas las comunicaciones.

La combinación de estos elementos habilita un espectro amplio de posibilidades a la vez que garantiza un buen nivel de consistencia en el lenguaje visual.

Marca anterior



Manual de aplicación

Este manual está dirigido a todos los que tenemos la tarea de diseñar y producir materiales de comunicación de la BCBA, tanto internos como externos.

La intención es que nos sirva como guía y nos simplifique la tarea a través de pautas claras. Para cada pieza que vayamos a producir partiremos de este conjunto de normas básicas que deberán ser respetadas en todos los casos.

Nuestro objetivo es que de ahora en adelante los materiales gráficos que se realicen en la institución colaboren para producir una identidad visual sólida, coherente y profesionalizada.

Ante cualquier duda sobre su aplicación o necesidad de soporte deberá acudir al área de Difusión, llamando al 4316-7080/7082 o escribiendo a difusion@bcba.sba.com.ar

Identificadores

Llamamos identificador al conjunto normalizado de los signos de identidad: isotipo (perfil de Mercurio), sigla (BCBA), nombre (Bolsa de Comercio de Buenos Aires) y colores. La marca gráfica BCBA tiene dos formatos de identificador, con distintas variables de color. Los identificadores presentados en este manual son los únicos autorizados para su utilización. Las relaciones entre las partes de los identificadores no deben ser modificadas en ningún caso. Tampoco pueden utilizarse sus partes por separado a excepción del isotipo, que en algunos casos especiales puede aplicarse solo a modo de emblema.

La versión principal de la marca gráfica es el identificador largo en su versión de dos colores. Siempre que sea posible debe usarse esta versión. Contamos con el identificador corto para los casos en los que el diseño exija una caja reducida.

Identificador largo, versión de dos colores



Identificador corto, versión de dos colores



Identificadores

ÁREA DE PROTECCIÓN

Siempre que se aplique un identificador deberá respetarse a su alrededor una zona libre de cualquier otro elemento gráfico. Esto es fundamental para preservar la integridad de la marca y permitir su buena visibilidad.

A continuación se indican las dimensiones mínimas de esa área, que se define tomando como referencia la altura de la sigla BCBA.

Identificador largo



Identificador corto



Identificadores

TAMAÑOS MÍNIMOS

Los tamaños mínimos de aplicación indican la máxima reducción permitida para garantizar la buena legibilidad de la marca, tanto para impresos como para la visualización en pantalla.

Estos valores se proveen solo como referencia general, en cada caso deberán tomarse en cuenta otros factores que afectan la legibilidad, como la distancia de lectura, el nivel de iluminación, la densidad de píxeles de una pantalla, etc.

Identificador largo



Impreso



Digital

Identificador corto



Impreso



Digital

Identificadores

VERSIONES EN UN COLOR

Aunque la versión preferida de los identificadores es la de dos colores, presentada en la página 8, existen casos en los que no es posible o conveniente utilizarla. Para esos casos se provee una serie de identificadores resueltos en un color.

Se recomienda utilizar la versión del color institucional o la blanca, aplicada sobre un fondo pleno del color institucional.

En el caso de que los requerimientos técnicos de la pieza lo hagan imposible podrá utilizarse la versión en negro.

Identificador largo



Color institucional



Blanco



Negro

Identificador corto



Identificadores

USOS INCORRECTOS

La sigla y el nombre no pueden ser utilizados de modo autónomo.

Las relaciones entre las partes de los identificadores no deben ser modificadas en ningún caso. Debe usarse siempre, en cualquiera de los dos formatos, con los tres elementos que lo componen.

En ningún caso podrá aplicarse los identificadores en otros colores que los indicados en este manual.

En los casos en que la marca se aplique sobre fondo oscuro deberá utilizarse la versión provista en blanco. Nunca deberá utilizarse el isotipo invertido.

No debe aplicarse sobre fotos o texturas que compliquen su legibilidad.



Identificadores

USOS INCORRECTOS

En ningún caso debe aplicarse el isotipo sobre un fondo de color sin su fondo blanco.



Color institucional

PALETA PRINCIPAL

La paleta principal está compuesta por tres colores, que se deben usar respetando la proporciones indicadas a continuación.

El color principal es el azul de la marca gráfica, y junto con el blanco deben protagonizar todas las comunicaciones.

El segundo color en nivel de importancia deberá ser el gris de las letras "B" y "C" de la sigla.

El tercer color, anaranjado, se reserva para acentos y detalles funcionales.



CMYK: 100 / 47 / 0 / 47
RGB: 0 / 70 / 118
#: 204a78
Pantone: 540



CMYK: 0 / 0 / 0 / 35
RGB: 180 / 180 / 180
#: b4b4b4
Pantone: Cool Gray 5



CMYK: 0 / 50 / 100 / 0
RGB: 237 / 141 / 0
#: ee8d00

Color institucional

PALETA SECUNDARIA

Contamos además con una paleta secundaria que podrá utilizarse para introducir variedad en las comunicaciones, respetando siempre la preponderancia de la paleta principal.



CMYK: 52 / 0 / 100 / 0
RGB: 143 / 189 / 34
#: 8fbc1f



CMYK: 34 / 90 / 32 / 25
RGB: 145 / 47 / 89
#: 912f59



CMYK: 0 / 50 / 100 / 0
RGB: 189 / 40 / 46
#: bd282e



CMYK: 80 / 0 / 40 / 0
RGB: 0 / 181 / 173
#: 00b5ad



CMYK: 20 / 40 / 100 / 0
RGB: 208 / 155 / 44
#: d09b2c

Tipografía

La tipografía institucional, que deberá utilizarse para la mayoría de las piezas gráficas es la de la familia Open Sans. Es una tipografía moderna, muy versátil, con muy buen rendimiento tanto impresa como en soportes digitales. Está disponible para su descarga libre y gratuita como parte de la colección Google Fonts en <https://fonts.google.com/specimen/Open+Sans>.

En los casos en lo que no esté disponible la fuente Open Sans podrá utilizarse la familia tipográfica Arial con sus variantes.

Contamos también con una segunda familia, Bodoni Std. Su uso está restringido a casos especiales y debe ser aprobado previamente por el área de Difusión.

Open Sans Light

Open Sans Light Italic

Open Sans Regular

Open Sans Regular Italic

Open Sans Semibold

Open Sans Semibold Italic

Opens Sans Bold

Opens Sans Bold Italic

Open Sans Extrabold

Open Sans Extrabold Italic

Bodoni Std Book

Bodoni Std Book Italic

Bodoni Std Roman

Bodoni Std Italic

Bodoni Std Bold

Bodoni Std Bold Italic

 [Descargar la fuente Open Sans](#)



Sarmiento 299. CABA.
www.bcba.sba.com.ar