

SOUTHERN energy

Manual de Normas

Marca y comunicación básica de identidad. Lineamientos para el uso correcto de los elementos gráficos.

SOUTHERN energy

01. Marca, tipografía y color

04 El logotipo
05 Aplicación marca color
06 Aplicación marca blanco y negro
07 Área de exclusión
08 Relación con otras marcas
09 Aplicación de la marca sobre fondos simples y complejos
10 Usos incorrectos
11 Gama cromática institucional
12 Familia tipográfica institucional
13 Criterios para la selección y producción de fotografías
14 Elementos gráficos complementarios

02. Papelería institucional

17 Presentación de papelería y normas generales
18 Tarjetas personales. Confección de originales
19 Papel carta. Confección del original
20 Sobre americano. Confección del original
21 Carpeta institucional. Confección del original
22 Firma de mail

03. La marca en la comunicación impresa

24 Presentación de la comunicación impresa y normas generales
25 Ubicación de la marca en las piezas gráficas impresas verticales y horizontales
26 Aplicación de la marca en avisos, folletería y piezas editoriales

04. La marca en la comunicación digital

29 Ubicación y tamaño de la marca en las piezas digitales
31 Familia tipográfica para presentaciones digitales
32 Recomendaciones generales sobre el armado de presentaciones en PowerPoint
33 Modelo de templates para presentaciones en PowerPoint
34 Modelo de publicación en redes
36 Modelo de banners para publicaciones digitales en intranet

05. La marca aplicada a superficies varias

38 La marca sobre distintas superficies
39 Modelo de aplicación de la marca a elementos de merchandising
41 Modelo de aplicación de la marca a indumentaria
43 Modelo de aplicación de la marca en edificios y móviles

04 El logotipo
05 Aplicación marca color
06 Aplicación marca blanco y negro
07 Área de exclusión
08 Relación con otras marcas
09 Aplicación de la marca sobre fondos simples y complejos
10 Usos incorrectos
11 Gama cromática institucional
12 Familia tipográfica institucional
13 Criterios para la selección y producción de fotografías
14 Elementos gráficos complementarios

01. Marca, tipografía y color

El logotipo

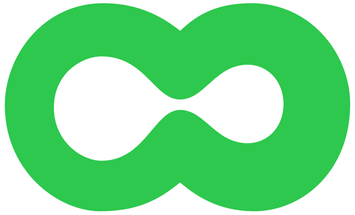
El identificador visual de la empresa es su logotipo, compuesto únicamente por el nombre, el color, el símbolo, la tipografía y la composición formal aquí definidos.

El logotipo, con las indicaciones y criterios formulados en este Manual, es la única marca permitida para identificar los mensajes que emite la compañía.

Para garantizar la mayor recurrencia y unidad, el logotipo en su versión positiva solamente se utilizará sobre fondo blanco o fondos claros que aseguren su contraste y correcta legibilidad.

La marca de Southern energy no podrá ser alterada en ninguno de sus aspectos formales ni podrá reconstruirse.

Para su aplicación deberán utilizarse siempre documentos originales provistos por el Área de Comunicación Institucional de la compañía.



SOUTHERN
energy

Aplicaciones

Versión positiva (Uso prioritario)
Color sobre blanco. Blanco y verde sobre verde petróleo institucional (Pantone 7714).

Versión negativa
Blanco sobre verde claro institucional (Pantone 2270) o degradados.

Tamaño mínimo recomendado

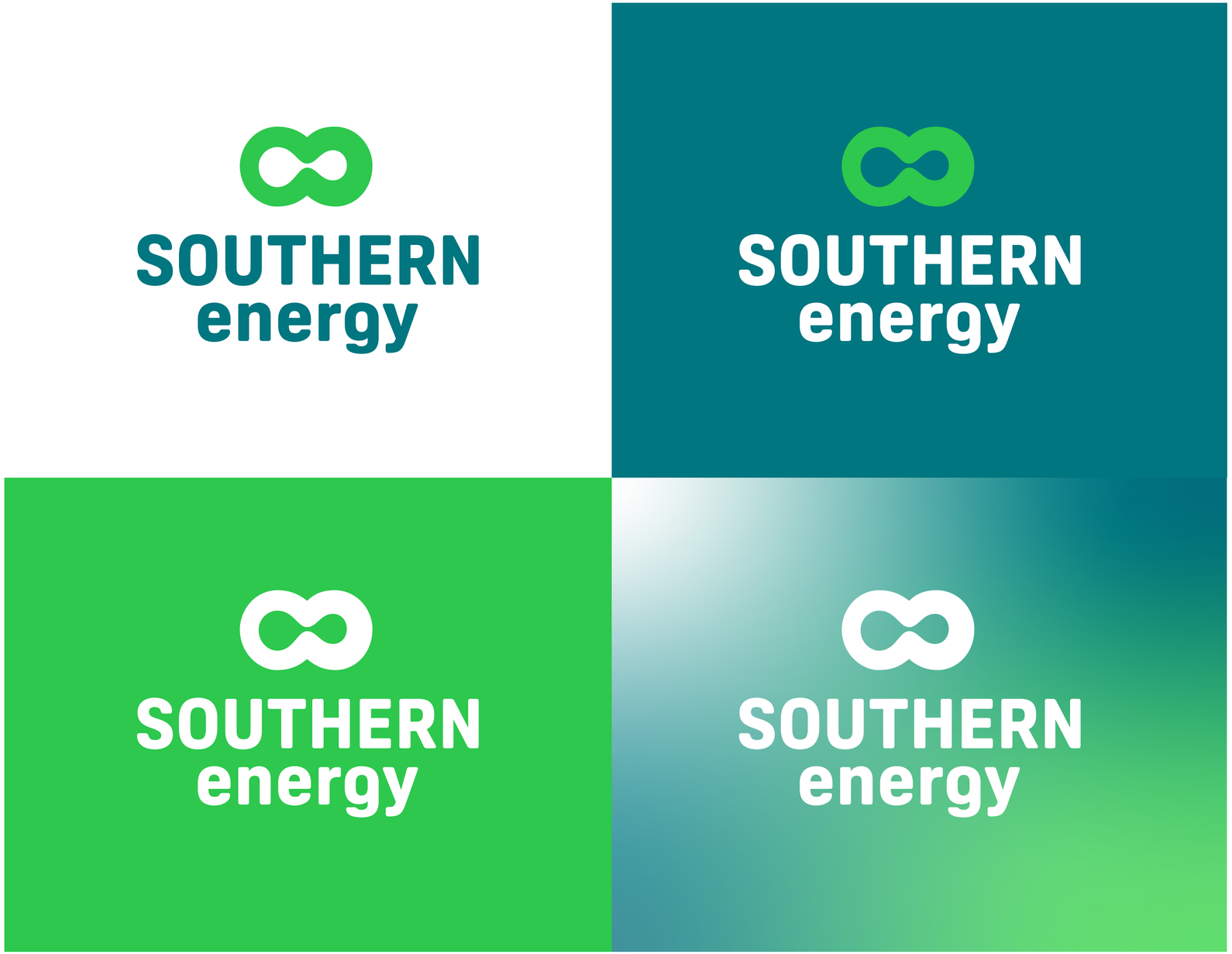
El tamaño mínimo aconsejado sirve para garantizar su correcta legibilidad en situaciones de comunicación editorial y gráfica estándar.

Pueden existir aplicaciones especiales o sistemas de reproducción que merezcan un análisis particular.

Las ampliaciones o reducciones del original de la marca deberán realizarse proporcionalmente por la diagonal.

La marca nunca debe ser menor a 18 mm.





Aplicaciones
Versión en blanco y negro (Uso excepcional)
Negro 100%

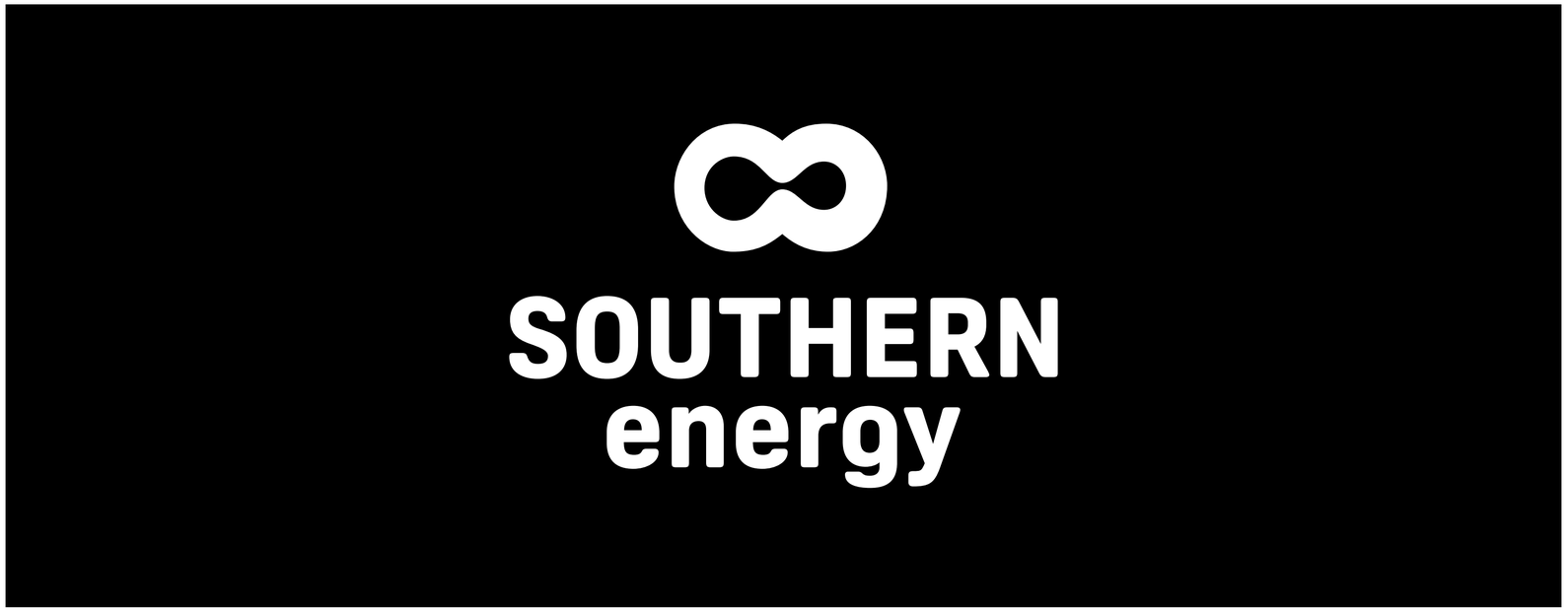
Tamaño mínimo recomendado
El tamaño mínimo aconsejado sirve para garantizar su correcta legibilidad en situaciones de comunicación editorial y gráfica estándar.

Pueden existir aplicaciones especiales o sistemas de reproducción que merezcan un análisis particular.

Las ampliaciones o reducciones del original de la marca deberán realizarse proporcionalmente por la diagonal.

La marca nunca debe ser menor a 18 mm.





Área de exclusión

El área de exclusión determina una zona virtual de no invasión que protege a la marca de los ruidos visuales producidos por otros elementos gráficos.

Debe ser tenida en cuenta por ejemplo, en su convivencia con otras marcas o en la aplicación sobre fondos que no garanticen su correcta legibilidad.

El área de exclusión de la marca Southern energy está determinada por el equivalente a un ancho y medio de la letra «H» mayúscula de la marca en los laterales, por encima y por debajo.

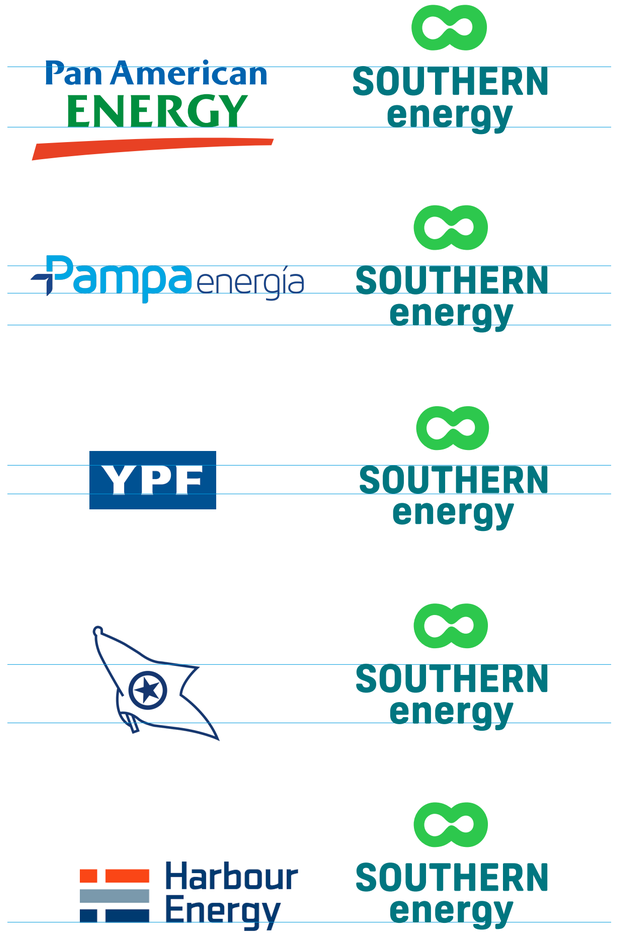


Relación con otras marcas

La relación entre las marcas tiene como objetivo servir de guía para establecer los parámetros de convivencia entre la marca gráfica de Southern energy y otras formas marcarias (círculos, rectángulos, óvalos, etc).

El espacio entre la marca de Southern energy y cualquier otra no puede ser menor al espacio del área de exclusión pautado en este manual.

Relación horizontal



Relación vertical



Aplicación de la marca sobre fondos simples y complejos

La versión positiva color es de uso general y prioritario, excepto que no esté asegurado su contraste con el fondo.

Cuando esto no ocurra, la marca también podrá utilizarse en su versión negativa sobre imágenes, aunque este uso deberá ser la excepción.

Finalmente, también podrá generarse una superficie de color institucional o color blanco, cuyo tamaño no podrá ser menor al establecido por el área de exclusión de la marca.



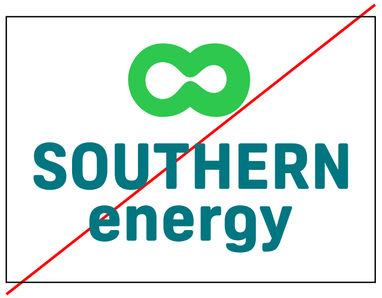




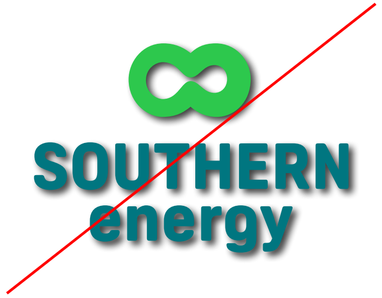
Usos no permitidos

Para conservar la integridad de la nueva identidad gráfica se presentan a modo de ejemplo los usos indebidos de la marca. La marca Southern energy no podrá ser alterada en ninguno de sus aspectos formales ni podrá reconstruirse.

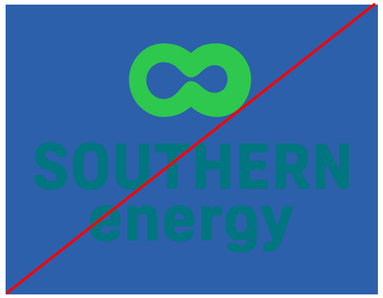
Para su aplicación deberán utilizarse siempre documentos originales provistos por el Área de Comunicación Institucional de la empresa.



La marca no podrá estar rodeada por ningún tipo de filete o miscelánea.



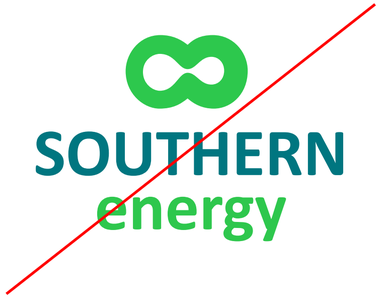
No se podrán agregar efectos como sombras, brillos, simuladores 3D.



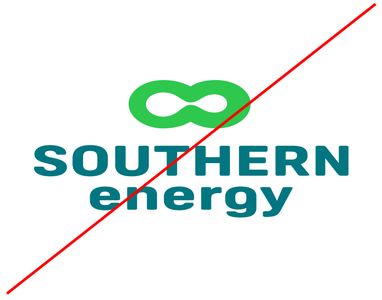
El logo no podrá imprimirse sobre fondo de color cuando este no garantice su legibilidad y óptimo contraste.



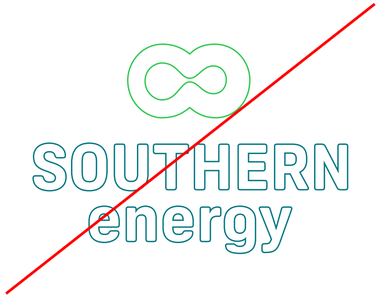
El logotipo no podrá componerse en colores parecidos o diferentes a los institucionales.



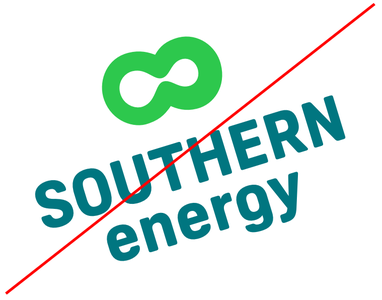
La tipografía de la marca no podrá ser reemplazada por otra similar o diferente.



La marca no podrá ser expandida, condensada o distorsionada de ninguna manera.



La marca no podrá componerse en valor de línea.



La marca no podrá inclinarse o girarse en ningún sentido.

Paleta cromática

Junto con el logotipo y la tipografía, los colores son atributos fundamentales de la imagen corporativa de Southern energy.

En ningún caso podrán ser reemplazados por otros similares o parecidos.

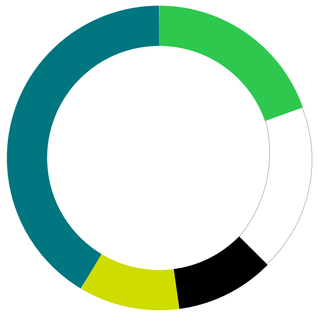
La composición técnica de los colores institucionales, está especificada de acuerdo a la normativa del código Pantone y también al sistema de tintas transparentes de impresión (CMYK), la edición en formatos digitales (RGB y hexagecimal) y responde a su óptimo rendimiento en pantalla.

Los colores podrán utilizarse plenos al 100% o al 75%, 50% y 25%. En el caso de construirse degradé, los mismos sólo podrán estar constituidos con los colores institucionales y según las proporciones indicadas debajo.

Proporción del uso del color

Es importante para la composición de las piezas gráficas que generan esta identidad tener en cuenta la proporción cromática que se muestra debajo.

El Pantone 381 C (Amarillo) siempre se utilizará a modo de acento.



Pantone 2270 C	C61 M0 Y73 K0 R5 G200 B77	#2DC84D
Pantone 7714 C	C0 M0 Y30 K45 R0 G118 B128	#007680
Pantone 381 C	C25 M0 Y98 K0 R206 G220 B0	#CEDC00

Blanco

Negro

Degradé posible

Familia tipográfica institucional

La tipografía Oscine puede adquirirse en la siguiente página web: https://fonts.adobe.com/fonts/oscine

Orgullosos de ser **exportadores de gas natural licuado**

01. OSCINE LIGHT
Los dos barcos de licuefacción serán operados por Southern Energy para maximizar las sinergias en desarrollo y operación del proyecto.

02. OSCINE REGULAR
La compañía colabora con la transición energética y busca alcanzar sus objetivos de reducción de huella de carbono.

04. **OSCINE BOLD**
Política activa para el crecimiento y desarrollo de las pymes del Golfo San Matías.

05. **OSCINE XBOLD**
USD 20.000 millones

Se ha seleccionado la familia **Oscine** para utilizar en todas las comunicaciones digitales e impresas de Southern energy. De preferencia se usarán las variantes: Light, Regular, **Bold** y **XBold.**

51° 24' 40" N

La variable XBold sólo será utilizada en la edición de datos duros en presentaciones, títulos, folletería o artículos de ediciones como revistas.

0° 27' 28" E

La variable XBold no podrá utilizarse para componer bloques de texto.

Criterios para la selección y producción de fotografías

La fotografía se suma a los elementos que identifican la comunicación de Southern Energy.

La selección o producción de imágenes debe seguir los lineamientos aquí descriptos para cada tipo de mensaje y asegurar su coherencia con la identidad de la marca.

Se recomienda la utilización de imágenes cuidadas, bien definidas y de alta calidad, que rescaten la estética industrial y los entornos que rodean a la actividad del GNL. Se priorizan aquellas que destaquen el trabajo en equipo, el proceso de elaboración del gas natural licuado y la dimensión de los espacios, utilizando tomas cenitales, donde Southern Energy desarrolla su actividad.



Sí. A las imágenes que representen a varias personas de diversas edades cooperando y transmitiendo experiencias.



Sí. A las imágenes donde la iluminación natural realza y potencia el trabajo de Southern energy en su entorno geográfico.



Sí. A las imágenes que denotan acción, estado de trabajo en progreso.



Sí. A las imágenes donde se muestra el trabajo en desarrollo, con un entorno que refleja el proceso.



Sí. Al uso de imágenes que den indicios de la dimensión del espacio donde Southern energy desarrolla sus trabajos.

Elementos gráficos complementarios
Criterios para la generación de tramas

Para acompañar a la tipografía y los colores, podrán generarse distintas tramas que acompañen las comunicaciones de Southern energy.

En este contexto, se recomienda que la generación de estas tramas:

- Acompañen a la comunicación en un período no menor a los dos años.
- Estén generadas siempre desde un patrón gráfico que sea pertinente a la industria
- Actúen siempre como misceláneas y nunca como figura principal.
- Que las tramas sean lineales, ortogonales, y dinámicas.



Elementos gráficos complementarios

Estas composiciones podrán ser utilizadas como complemento visual al mensaje verbal, incluso cuando se necesite el uso de la imagen.

En este contexto, se recomienda que este recurso sea generado siempre a partir de la forma utilizada para las tramas, encuadrando algunas de sus partes, o como máscara de recorte sobre las imágenes apropiadas.



17 Presentación de papelería y normas generales
18 Tarjetas personales. Confección de originales
19 Papel carta. Confección del original
20 Sobre americano. Confección del original
21 Carpeta institucional. Confección del original
22 Firma de mail

02. Papelería institucional

Presentación de papelería y normas generales

A continuación se detallan las indicaciones para la construcción de los originales de las distintas piezas que componen la papelería institucional de Southern energy.

Las medidas están expresadas en mm.



Tarjetas Personales

Las tarjetas estarán escritas siguiendo las normas de llenado que se especifican en el ejemplo.
Los originales deberán realizarse respetando el siguiente mapa constructivo.
Las medidas están expresadas en mm.

Formato

85 x 55 mm

Colores

- Pantone 7714 C
  C96 M0 Y30 K45

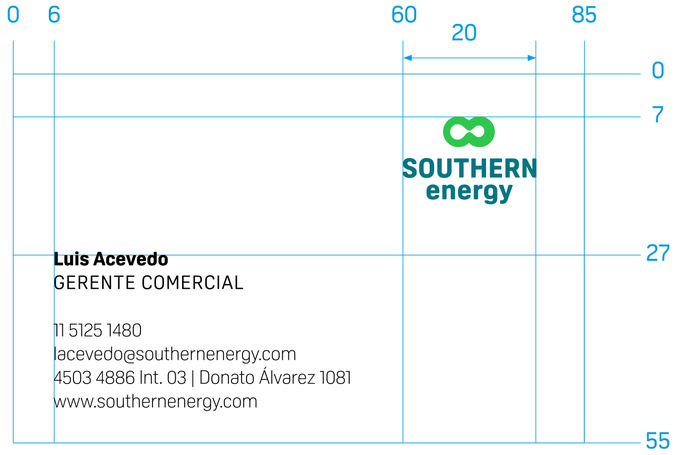
- Pantone 2270 C
  C61 M0 Y73 K0

- Negro 100%

Papel sugerido

Opalina Belga 300 grs o similar.





Texto

Único bloque de 8/10 pt de interlínea, separado en dos párrafos con una línea de espacio entre cada uno. Negro 100%.

Nombre y apellido: Oscine XBold
Cargo: Oscine Regular en mayúsculas

Celular, mail, teléfono y dirección completa y web: Oscine Light

Papel carta

Las cartas estarán escritas siguiendo las normas descriptas en el ejemplo.
Las medidas están expresadas en mm.

Formato

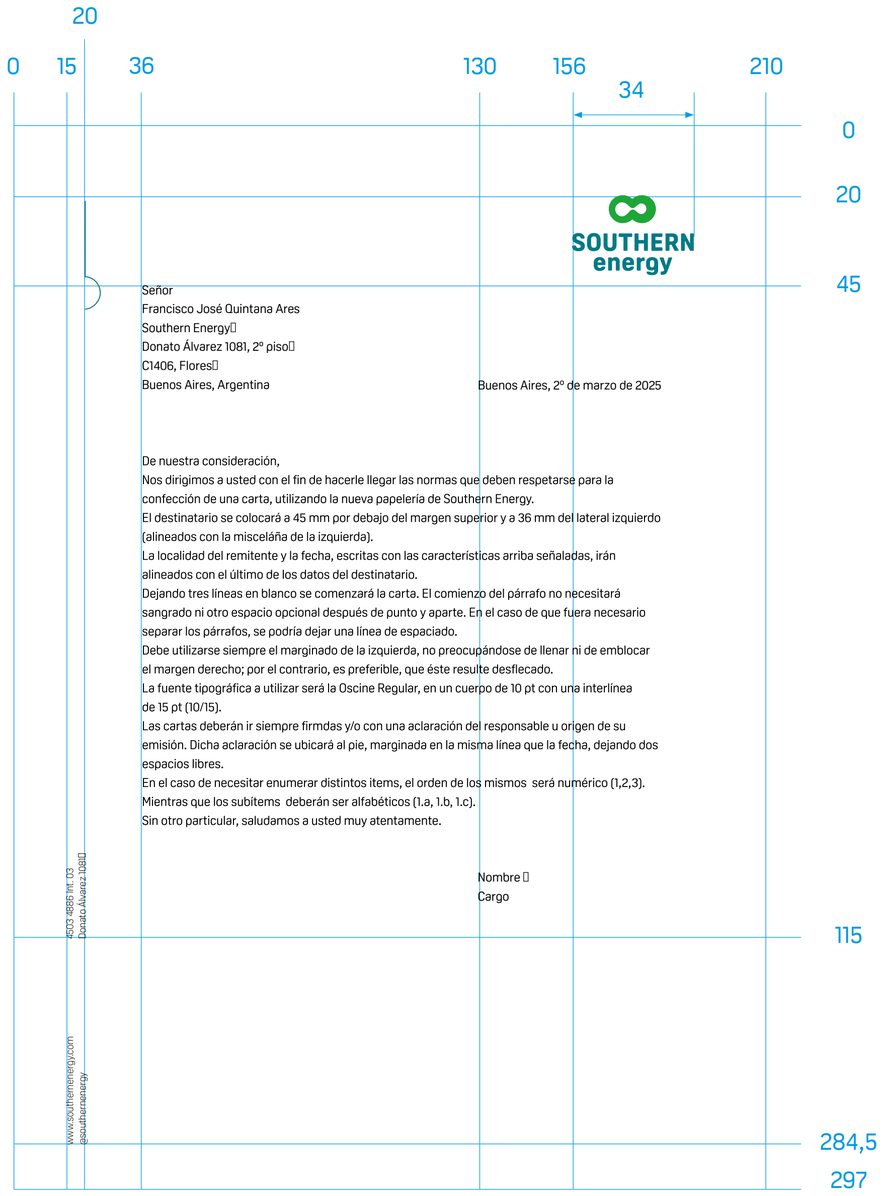
A4 / 210 x 297 mm

Colores

- Pantone 7714 C
  C96 M0 Y30 K45
- Pantone 2270 C
  C61 M0 Y73 K0
- Negro 100%

Papel sugerido

Papel obra ultra blanco de 90 grs.



Información empresa

Dos bloques de 8/10 pt de interlínea, en Oscine Light Negro 100%.

Micelaña

Línea de 34mm de alto y 0,5 pt de grosor. Pantone 7714 C.

Sobre americano

Los originales deberán realizarse respetando el siguiente mapa constructivo.
Las medidas están expresadas en mm.

Formato

225 x 115 mm cerrado (+ pestaña de 30 mm)

Colores

- Pantone 7714 C
  C96 M0 Y30 K45

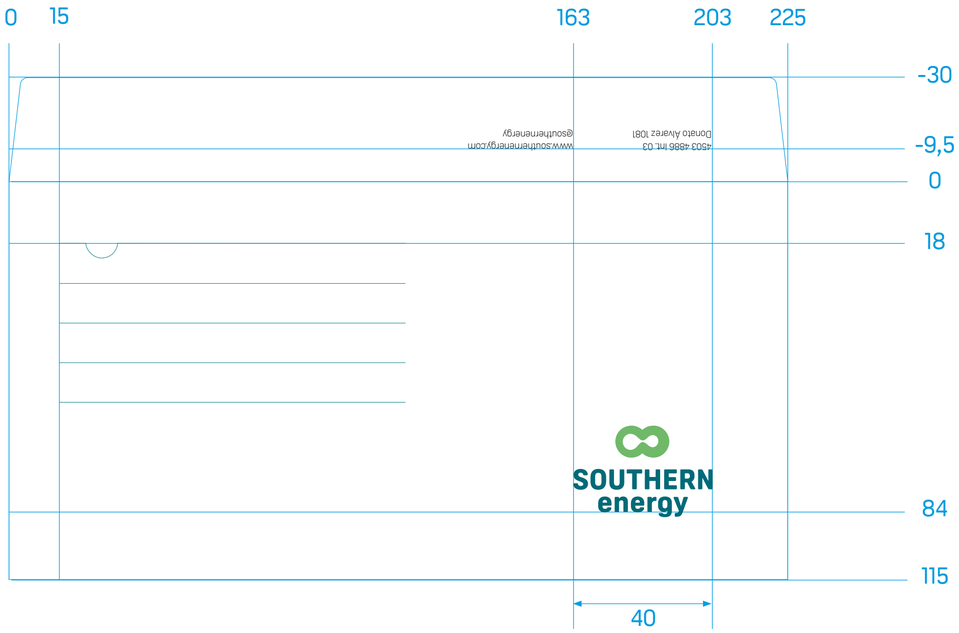
- Pantone 2270 C
  C61 M0 Y73 K0

- Negro 100%

Papel sugerido

Papel obra ultra blanco de 120 grs.





Trama interna



Información empresa

Dos bloques de 8/10 pt de interlínea, en Oscine Light Negro 100%.

Espacio de escritura

Cinco líneas de 100mm de ancho y 0,25 pt de grosor. Pantone 7714 C.

Carpeta

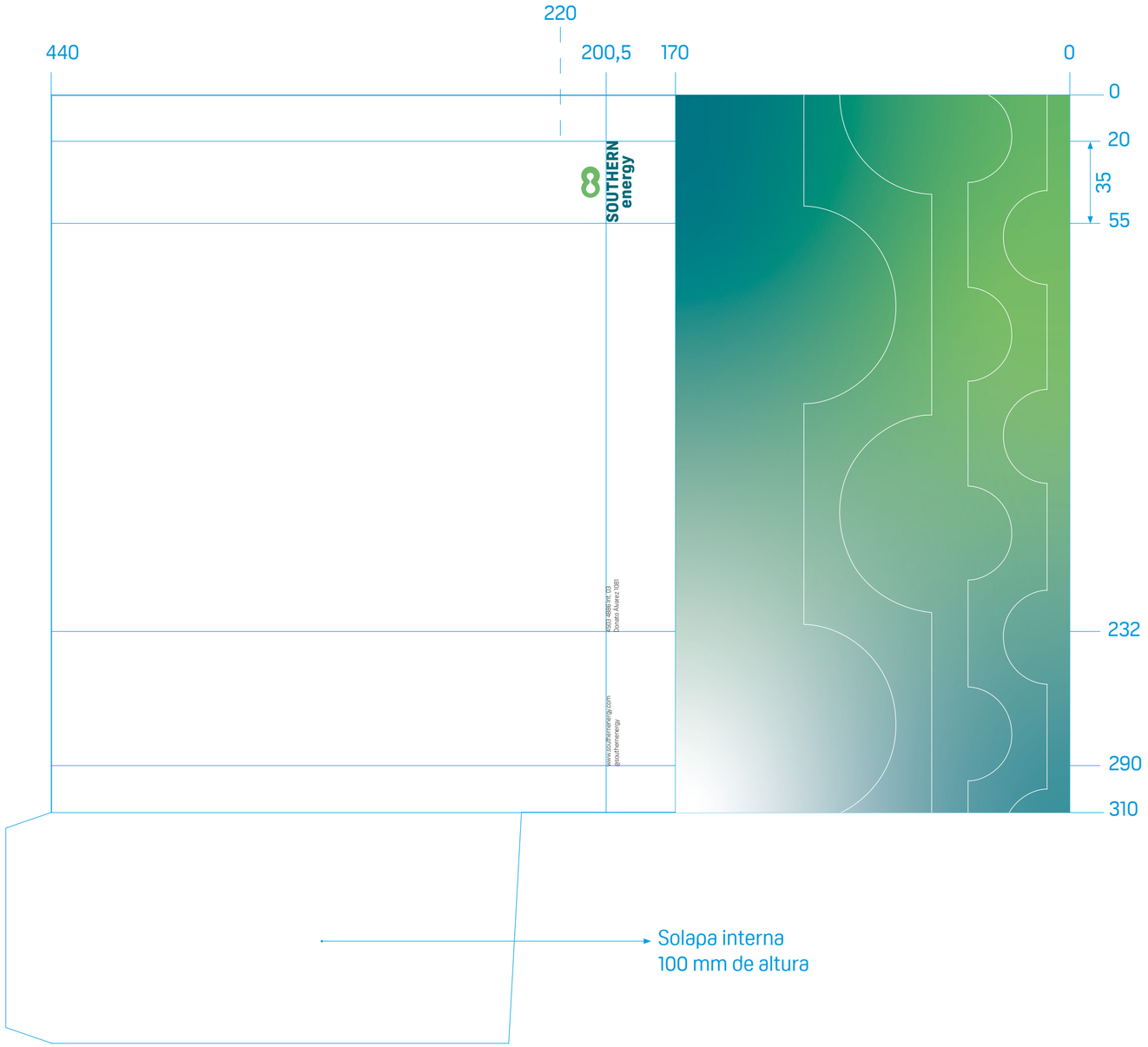
Los originales deberán realizarse respetando el siguiente mapa constructivo.
Las medidas están expresadas en mm.

Formato abierto (sin solapa)
440 x 310 mm
Formato cerrado
220 x 310 mm

Colores (frente)
- Pantone 7714 C
  C96 M0 Y30 K45
- Pantone 2270 C
  C61 M0 Y73 K0
- Negro 100%

Papel sugerido
Ilustración mate de 300 gr.

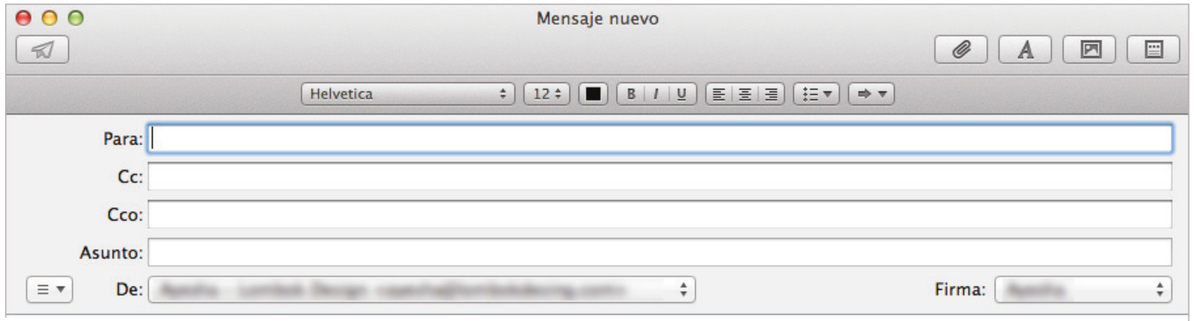




Información empresa
Dos bloques de 8/10 pt de interlínea compuesto en Oscine Light Negro 100%.

Firma de mail

Las firmas de correo electrónico estarán compuestas siguiendo las normas de llenado que se especifican en el ejemplo. Los originales deberán realizarse respetando el siguiente mapa constructivo.



SOUTHERN energy

Nombre Apellido
TÍTULO DE POSICIÓN

Donato Álvarez 482, 4º piso.
(1406) Flores, Buenos Aires, Argentina.

11 5125 1480 | 4503 4886
mail@southernenergy.com

southernenergy.com

Marca 35 mm de ancho

Alineación del bloque de texto de la firma con el margen izquierdo del cuerpo del mail, dejando una línea en blanco tras el punto final.

Nombre y apellido:
Calibri Bold 12/14 pt
Negro
Cargo y área:
Calibri Regular 10/12 pt, en mayúsculas, interlineado 10
Verde petróleo (Pantone 7714)
R0 G118 B128

Información de contacto:
Calibri Regular 10/12 pt
Negro.

Compuesto por tres bloques separados entre sí por una línea de espacio: Dirección completa, Datos de contacto (teléfonos y mail) y web de la empresa.

24 Presentación de la comunicación impresa y normas generales
25 Ubicación de la marca en las piezas gráficas impresas verticales y horizontales
26 Aplicación de la marca en avisos, folletería y piezas editoriales

03. La marca en la comunicación impresa

Comunicación impresa

La comunicación gráfica impresa mantiene el diálogo entre la compañía y la comunidad. Representa el espacio donde manifestar en imágenes y palabras la misión y los valores.

La fotografía y los textos son los recursos indicados para «dejar ver» las características y los intereses diferenciales de cada empresa.

Los modelos aquí presentados son sólo a modo de ejemplo para mostrar posibles usos del color, la tipografía, la fotografía y su convivencia con la marca gráfica.

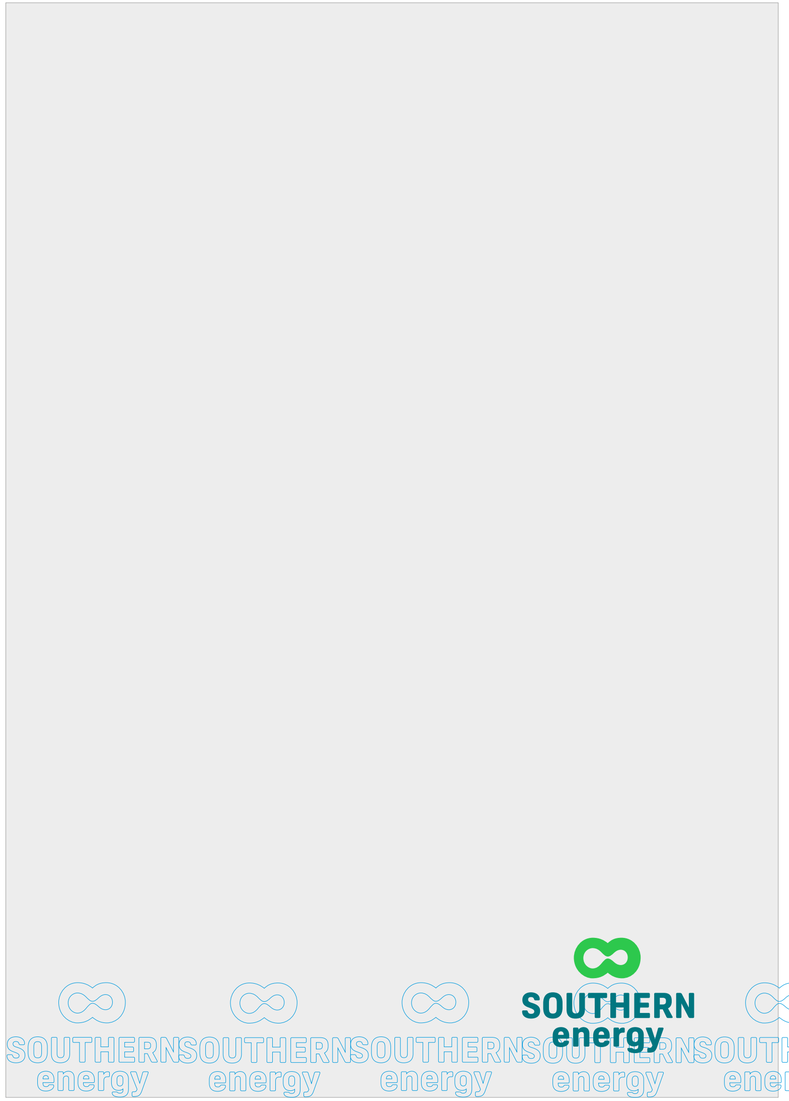


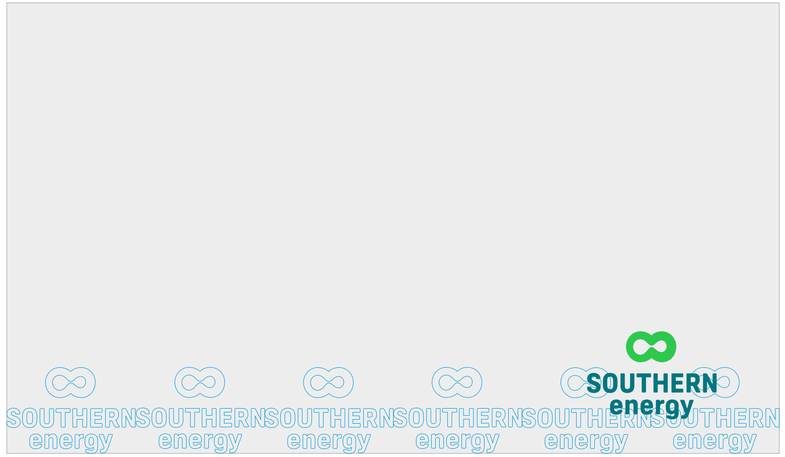
Ubicación y tamaño de la marca en las piezas gráficas impresas

La dimensión de la marca estará definida en relación al formato de la pieza gráfica a diseñar.

En los formatos verticales, la marca responderá a 1 de 4 y medio del ancho total del soporte; mientrás que en las de formato horizontal se considerará 1/6 del ancho total.

Definido el tamaño de la marca, la misma podrá trasladarse de abajo hacia arriba en las piezas verticales o de derecha a izquierda en las horizontales, dentro del eje definido en los esquemas aquí presentados.





Los avisos aquí presentados son a modo de ejemplo.
No pertenecen a ninguna comunicación efectuada por la compañia.







Los avisos aquí presentados son a modo de ejemplo.
No pertenecen a ninguna comunicación efectuada por la compañia.



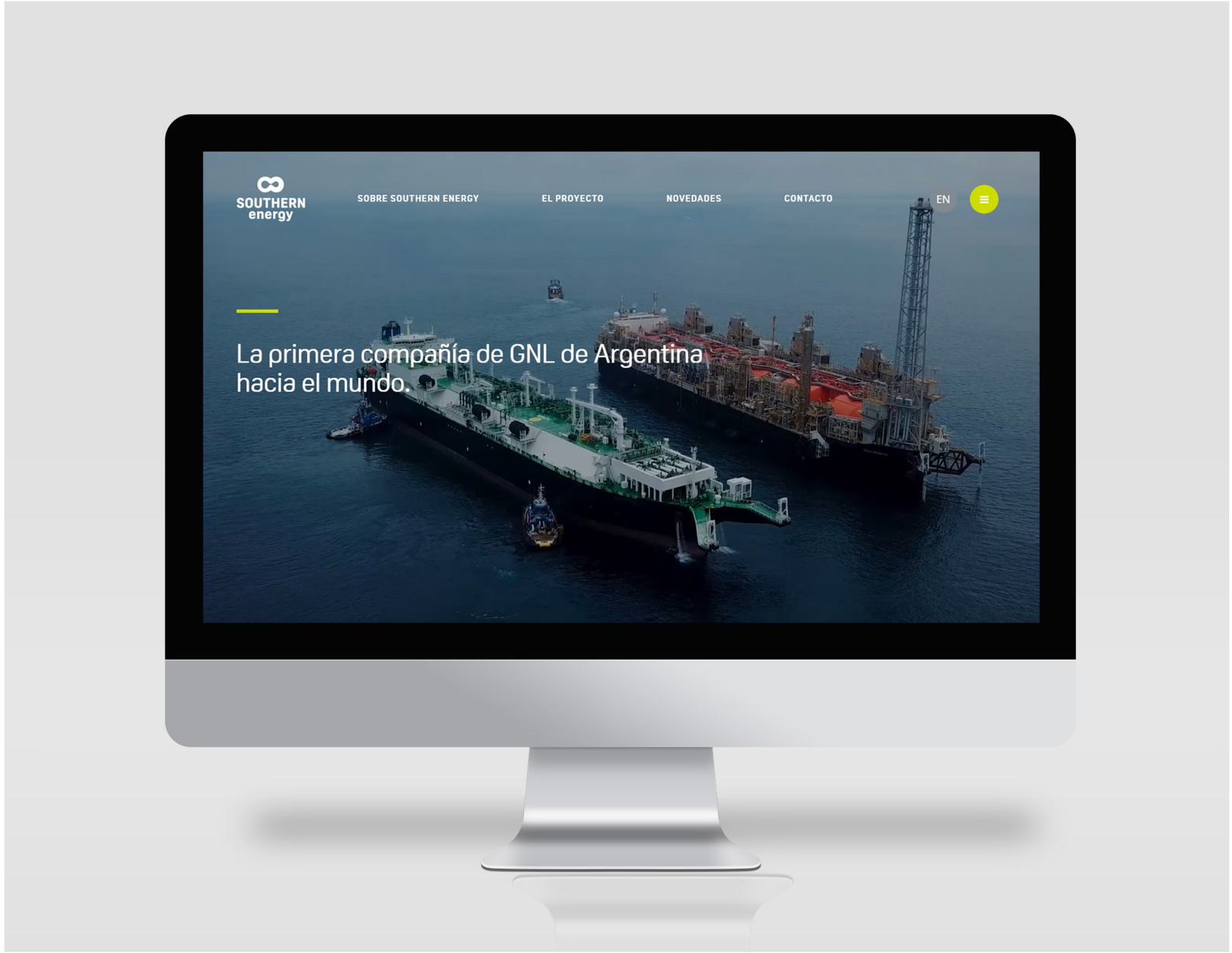


29 Ubicación y tamaño de la marca en las piezas digitales
31 Familia tipográfica para presentaciones digitales
32 Recomendaciones generales sobre el armado de presentaciones en PowerPoint
33 Modelo de templates para presentaciones en PowerPoint
34 Modelo de publicación en redes
36 Modelo de banners para publicaciones digitales en intranet

04. La marca en la comunicación digital

Ubicación y tamaño de la marca en las piezas gráficas digitales

Los modelos de piezas digitales presentados sirven a modo de guía para los equipos de comunicación. Podrán utilizarse de modo literal o ser reinterpretados, siempre que el resultado cumpla con el uso de la marca aquí propuestos, la elaboración de textos y los usos de las imágenes desarrollados en el capítulo 1.



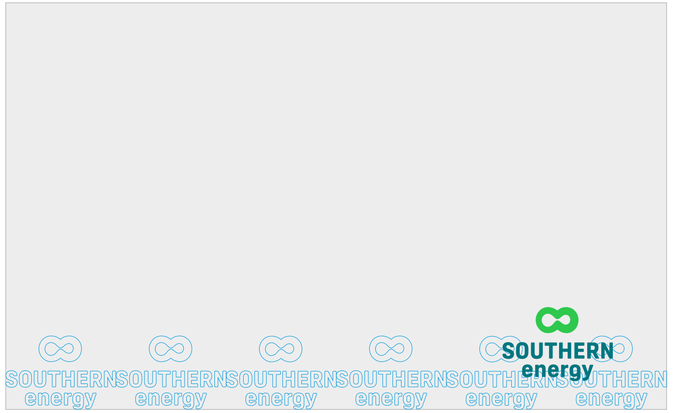
Ubicación y tamaño de la marca en las piezas gráficas digitales

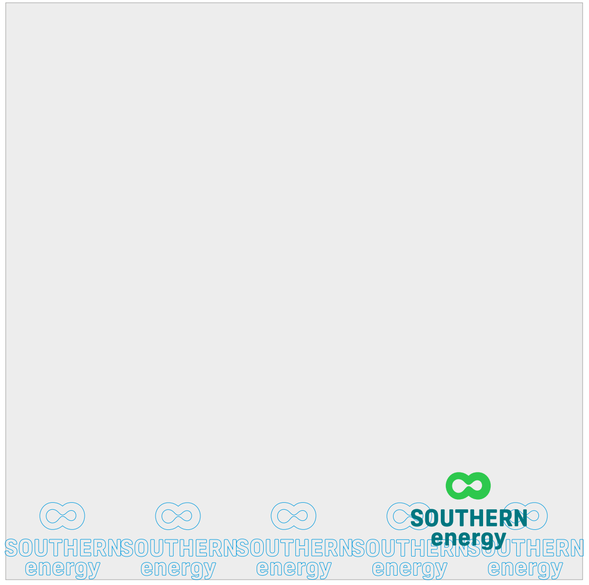
La dimensión de la marca estará definida en relación al formato de la pieza gráfica a diseñar.

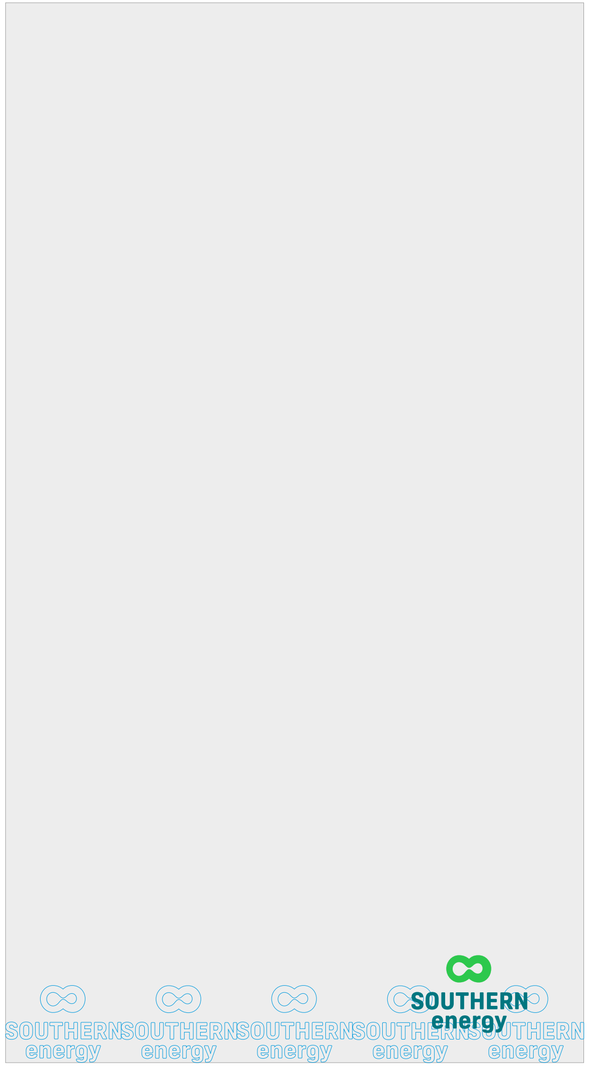
En los formatos digitales verticales y cuadrados, la marca responderá a 1/5 del ancho total del soporte.

En los formatos digitales horizontales, la marca responderá a 1/6 del ancho total del soporte.

Definido el tamaño de la marca, la misma podrá trasladarse de arriba hacia abajo en las piezas verticales o de izquierda a derecha en las horizontales, dentro del eje definido en los esquemas aquí presentados.







Familia tipográfica para presentaciones digitales
La tipografía Open Sans forma parte de los paquetes windows.

Innovación y sostenibilidad

01. OPEN SANS LIGHT
Los dos barcos de licuefacción serán operados por Southern Energy para maximizar las sinergias en desarrollo y operación del proyecto.

02. OPEN SANS REGULAR
Se proyectan exportaciones por más de USD 20.000 millones entre 2027 y 2035

04. **OPEN SANS BOLD**
Exportaciones de productos en mercados internacionales, accediendo a nuevos destinos de exportación.

05. **OPEN SANS EXTRABOLD**
1.900 puestos de trabajo

Se ha seleccionado la familia **Open Sans** para soportes digitales como presentaciones en PowerPoint y cuerpos de mails o documentos Word no exportados a PDF.
De preferencia se usarán las variantes: Light, Regular, **Bold, Extrabold** y sus correlativos en ***itálica*** y **SemiCondensed.**

51° 24' 40" N

La variable ExtraBold sólo será utilizada en la edición de datos duros en presentaciones, títulos, folletería o artículos de ediciones como revistas.

0° 27' 28" E

La variable ExtraBold no podrá utilizarse para componer bloques de texto extensos.

Recomendaciones generales sobre el armado de presentacionesC

Textos

- No escribir con cuerpos menores a 14 puntos.
- Definir los criterios tipográficos (tamaño, variable, color) para cada función del discurso (títulos, copetes, textos, epígrafes) y mantenerlos en toda la presentación.
- Escribir en párrafos cortos que no superen las 5 líneas, siempre alineados a la izquierda (no justificados, tampoco centrados).
- No componer textos completos en mayúsculas.

Estructura

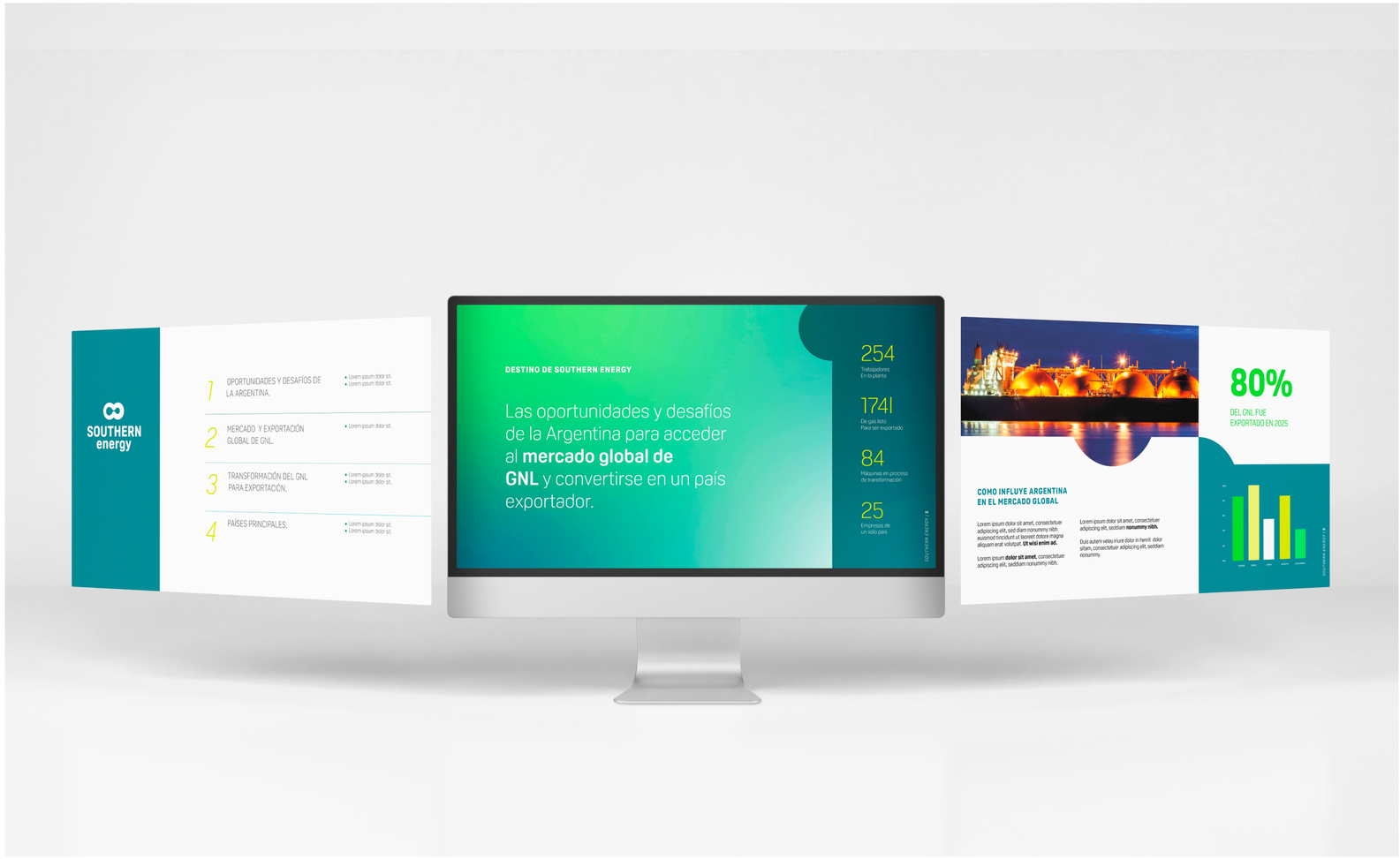
- Tener especial cuidado en la organización de la información dentro de la pantalla para una mejor lectura.
- Respetar los mismos márgenes a lo largo de toda la presentación, exceptuando en el uso de imágenes fotográficas que merezcan ser vistas a pantalla completa.
- Definir los criterios de gráficos y mantenerlos en toda la presentación.
- Priorizar el uso del blanco en los fondos; excepto en aquellas pantallas que se quieran utilizar como destacados o portadas.

Colores

- Para la elaboración de fondos, formas plenas, textos destacados, gráficos y tablas, se recomienda utilizar la paleta cromática institucional con sus variantes de saturación, evitando incorporar nuevos colores.

Cuadros y gráficos

- En la elaboración de cuadros se utilizarán únicamente los colores presentes en la gama cromática institucional determinada en los templates provistos por la empresa.
- Los elementos gráficos como líneas y flechas de grosor exagerado derivan en un alto nivel de ruido visual, perjudicando la correcta legibilidad y comprensión de la información. De ser necesarias, no deben ser más gruesas que el grosor de la tipografía de los textos.



Modelo de presentaciones PowerPoint



Modelo de publicación en redes

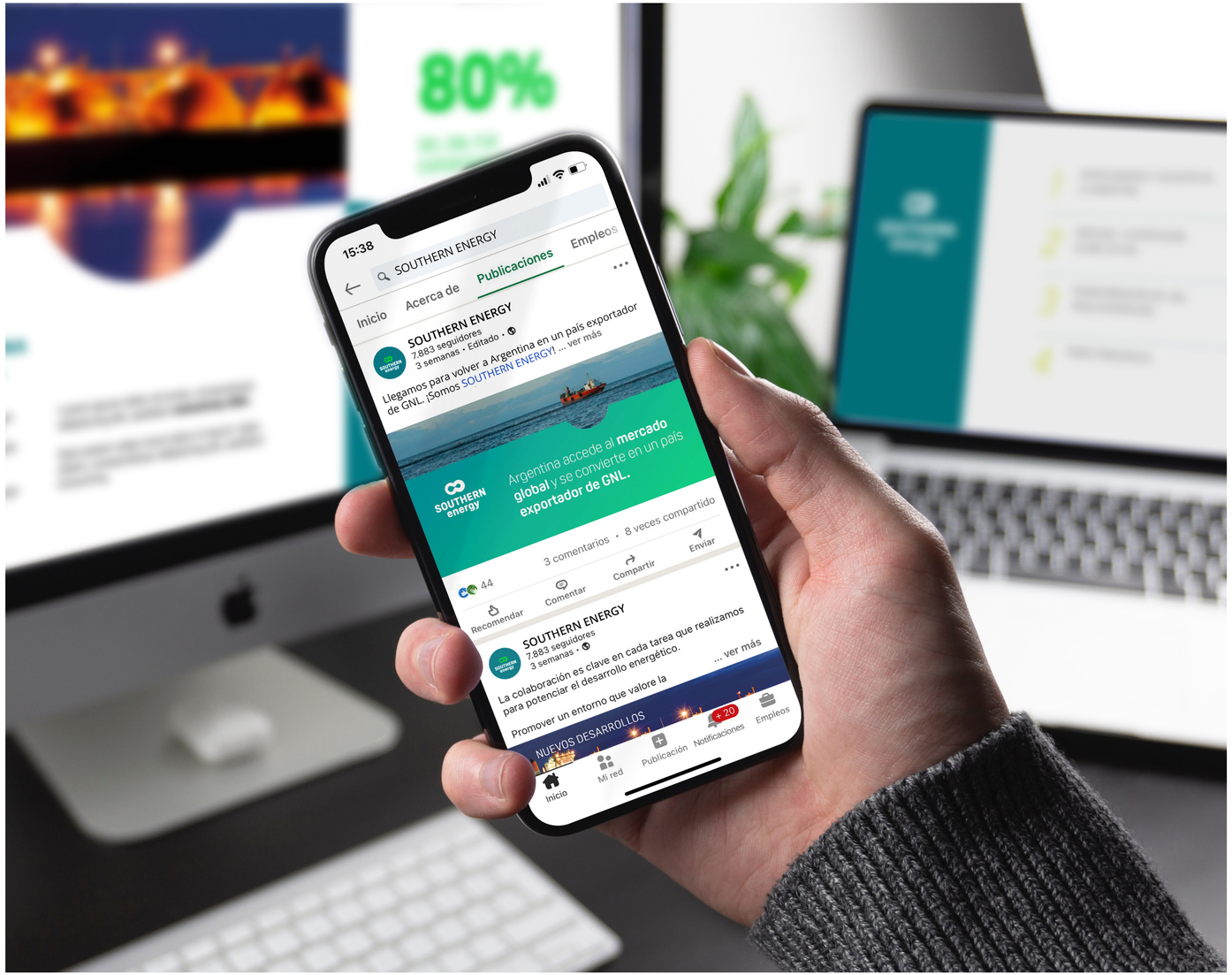








Modelo de publicaciones en redes







Modelo de publicación en banner web





38 La marca sobre distintas superficies
39 Modelo de aplicación de la marca a elementos de merchandising
41 Modelo de aplicación de la marca a indumentaria
43 Modelo de aplicación de la marca en edificios y móviles

05. La marca aplicada en superficies varias.

La marca sobre distintas superficies

Por su constitución, la marca Southern energy permite su reproducción sobre todo tipo de superficies sin riesgos de perder pregnancia.

En este contexto, en general, y siempre que sea posible, la marca se aplicará en su versión en positivo.

Quedarán exentos aquellos soportes donde para mantener su calidad o asegurar su legibilidad, se decida aplicar la marca sobre el mismo material (por ejemplo, grabado sobre metal).













Merchandising

Los lineamientos desarrollados para la selección de merchandising de Southern energy, responden a los intereses comerciales e institucionales establecidos por la empresa, y se basan en los análisis y diagnósticos desarrollados durante el proceso de construcción de la marca. Deben ser considerados al momento de diseñar o producir cualquier objeto de merchandising que contenga la marca Southern energy.

En general, y siempre que sea posible, la marca se aplicará en su versión original a color.

La aplicación de estampas y tramas estará limitada al uso de merchandising de índole promocional/comercial (presencia en stands, etc).

Quedarán exentos aquellos productos que para mantener su calidad se decida aplicar la marca sobre el mismo material (por ejemplo, grabado sobre metal).










SOUTHERN
energy


SOUTHERN
energy


SOUTHERN
energy

Indumentaria

Los lineamientos desarrollados para la producción de indumentaria de Southern energy responden a los intereses institucionales establecidos por la empresa.

Deben ser considerados al momento de diseñar o producir cualquier pieza de indumentaria que contenga la marca Southern energy, tanto en el rubro operativo como promocional.

En general, y siempre que sea posible, la marca se aplicará en su versión original a color sobre blanco, o en blanco y verde sobre superficies verde petróleo, buscando que la tonalidad del verde sea acorde al color institucional.

La aplicación de estampas y tramas estará limitada al uso de indumentaria de índole promocional/comercial (presencia en stands, etc).



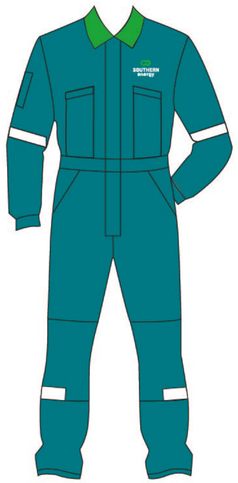


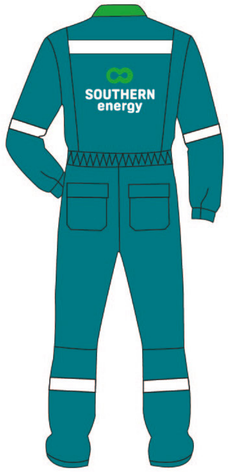
Indumentaria

En la indumentaria de trabajo, como chalecos o mamelucos, se sugiere que la marca tenga un tamaño máximo aproximado de 20 cm de ancho.











Móviles y edificios

La aplicación de la marca Southern energy sobre edificios y rodados deberá transmitir en forma coherente la identidad de la compañía. La marca se colocará respetando el área de exclusión mínima.

Cualquier rodado a pintar deberá utilizar como guía cromática los códigos de color Pantone detallados en este manual.

La marca corpórea

Podrá utilizarse en su color original sobre superficies claras (chapa, hormigón, alucobond, etc) que por su color de base garanticen su correcta visualización.

De lo contrario, se recomienda utilizar la versión blanco y verde sobre verde petróleo institucional.








SOUTHERN
energy


SOUTHERN
energy


SOUTHERN
energy


SOUTHERN
energy
Orgullosos de ser
exportadores de
gas natural licuado