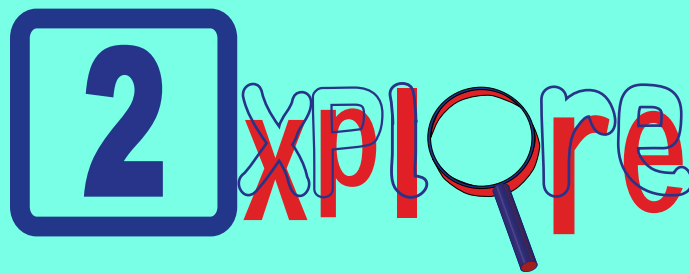


# MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA



MACC  
IDENTIDAD CORPORATIVA  
M<sup>a</sup> DOLORES LÓPEZ RAMÍREZ

# ÍNDICE

## ELEMENTOS BÁSICOS

### LOGOTIPO

Significado y tipos.....	1
Construcción gráfica.....	1
Reducción máxima de tamaño.....	2
Área de reserva.....	2

### TIPOGRAFIA

Nombre.....	3
Tipografía recomendada.....	3/4

### COLORES CORPORATIVOS.....

Variaciones autorizadas del logo, color.....	6
Variaciones no autorizadas del logo, color.....	7
Variaciones no autorizadas del logo, en general.....	8/9

### PAPELERIA

Hoja carta principal.....	10
Sobre.....	11
Tarjetas de presentacion.....	12

# ELEMENTOS BÁSICOS

## LOGOTIPO

El logotipo 2xplore, es el elegido por la marca Hasbro Iberia para lanzar su nueva campaña de juguetes educativos. La funcionalidad de este logotipo radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se quiere, y para lograrlo se requiere el uso de los colores; rojo y azul, que dan sensación de energía viveza y dinamismo. Así como la combinación de letras, números y formas que contribuyen a su interpretación. A continuación se muestran las distintas formas en las que esta permitido la representación de este logotipo.



Versión horizontal y original.



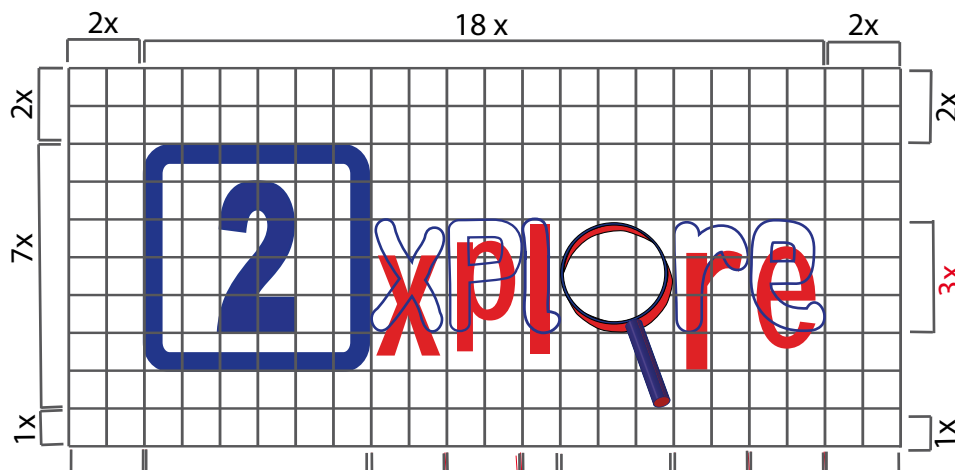
Versión vertical



Versión horizontal y sin lupa.

## CONSTRUCCIÓN GRÁFICA

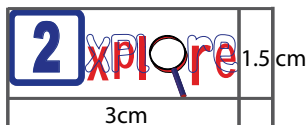
A continuación se muestra la construcción de los elementos del logo sobre una trama modular cuadrícula. Cada módulo se denomina X y representa una parte proporcional de la imagen.



# ELEMENTOS BÁSICOS

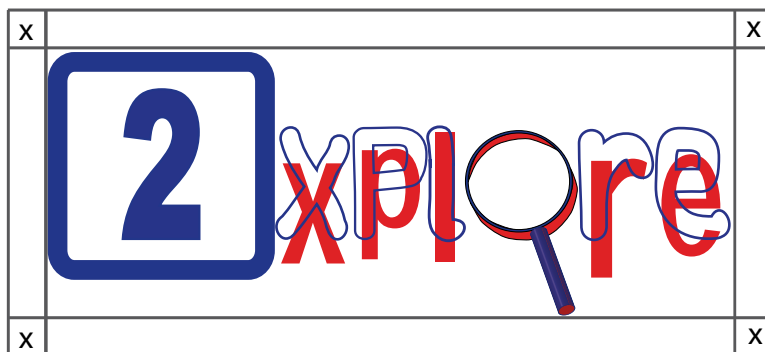
## REDUCCIÓN MÁXIMA DE TAMAÑO

La reducción del logo está limitada para no desvirtuar sus características de identidad. Sus proporciones no deben ser menores a 3,71cm de ancho por 1,34 cm de alto.



## ÁREA DE RESERVA

Es un espacio imaginario que rodea el logo y que protegerá la imagen de cualquier distracción visual. Este espacio no debe ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujo, etc. El área queda definida por los márgenes mínimos expuestos en el ejemplo. El área prevista para el espacio será proporcional aX.





# TIPOGRAFIA

## BOOK ANTIGUA

### REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz!"#\$%&/'()\*=;?`+\*{}[]/,::

### CURSIVA

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz!"#\$%&/'()\*=;?`+\*{}[]/,::*

### NEGRITA






**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz!"#\$%&/'()\*=;?`+\*{}[]/,::**

### NEGRITA CURSIVA

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz!"#\$%&/'()\*=;?`+\*{}[]/,::***

# COLORES CORPORATIVOS

Una parte esencial de toda identidad visual está definida por sus colores corporativos. Se trata de los códigos cromáticos que han de ser asociados automáticamente a la imagen de la empresa con su uso continuado. Por ello es fundamental que se reproduzcan con fidelidad, evitando variaciones que puedan contribuir a la confusión y dispersión de la imagen de la Institución.

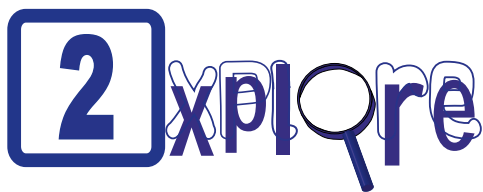
COLOR PANTONE		
	2756 C	485 C
COLOR WEB		
	#352E8D	#E31F17
ESCALA DE GRISES		

## VARIACIONES AUTORIZADAS DEL LOGOTIPO: COLOR

En esta página se reproducen las diferentes versiones monocromáticas de la marca corporativa. Siempre se debe utilizar la versión en los dos colores de la marca corporativa bien en colores Pantone o en cuatricromía.

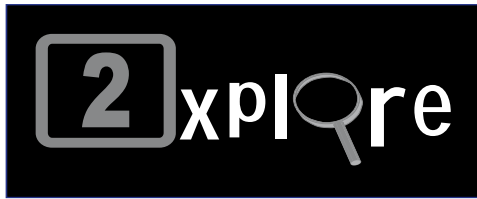
Únicamente en casos en los que la reproducción en dos colores no sea posible se debe utilizar la versión monocromática de la marca 2xplore. Esta versión nunca debe ser utilizada en formatos digitales como: páginas web, presentaciones Power Point, etc.

El color recomendado para la versión monocromática de la marca corporativa es el azul o el rojo 2xplore. Su uso debe restringirse únicamente a aplicaciones como: prensa y hoja de fax en las aplicaciones donde los colores rojo o azul de 2xplore no se pueda utilizar se debe aplicar la versión en color negro.





## VARIACIONES NO AUTORIZADAS DEL LOGOTIPO, COLOR.



No alterar ninguna de las versiones monocromática de la marca.



No cambiar los colores



No usar la versión en negativo sobre fondos de color claro.



Usar sólo las combinaciones de colores permitidas.



No alterar el valor tonal y el de los porcentajes de color.



No en fondos no autorizados y de más de dos colores.

## VARIACIONES NO AUTORIZADAS DEL LOGOTIPO



No expandir



No condensar



No cambiar las posiciones relativas de los elementos.



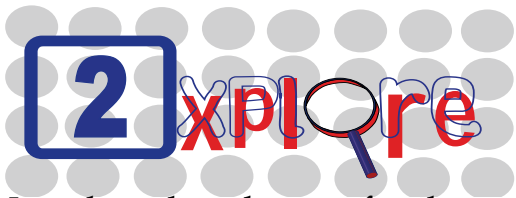
No sumarle elementos como por ejemplo sombras



No usar un tamaño inferior al tamaño mínimo permitido de la marca.



No cambiar la tipografía.



No colocarlo sobre un fondo que disminuya su legibilidad.



No utilizar el logotipo sin los símbolos correspondientes.



No enmarcar la marca dentro de formas.



No alterar las proporciones entre logotipo y símbolo.

## VARIACIONES NO AUTORIZADAS DEL LOGOTIPO



No alterar ningún elemento en la marca.

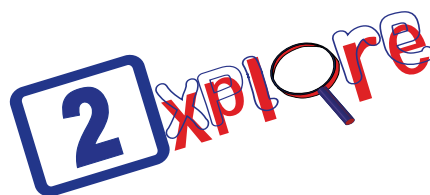


No enmarcar la marca

Obore faccum vel dolor sim ipis adit landrem venim dio  
od exeraesse eu feugiam consed exerosto eugueri ustrud  
dolummy num zzriusto  
dolore duipis nulla  
faccum zzrit iure tatum  
inismolo- bore coreetum  
vullup- tat. Ut laore  
magniam quam iustio  
consed magnibh ea feum verci ea facilla ndionsed dion ut



No sobrepasar el área de protección



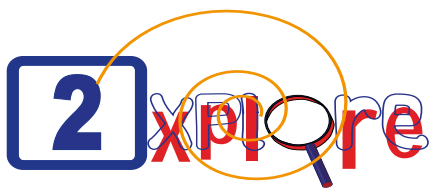
No rotar el logotipo.



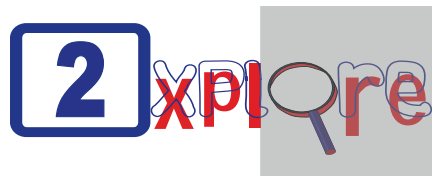
No darle perspectiva.



No outline



Invasión del espacio



Fondo transparente sobre logotipo



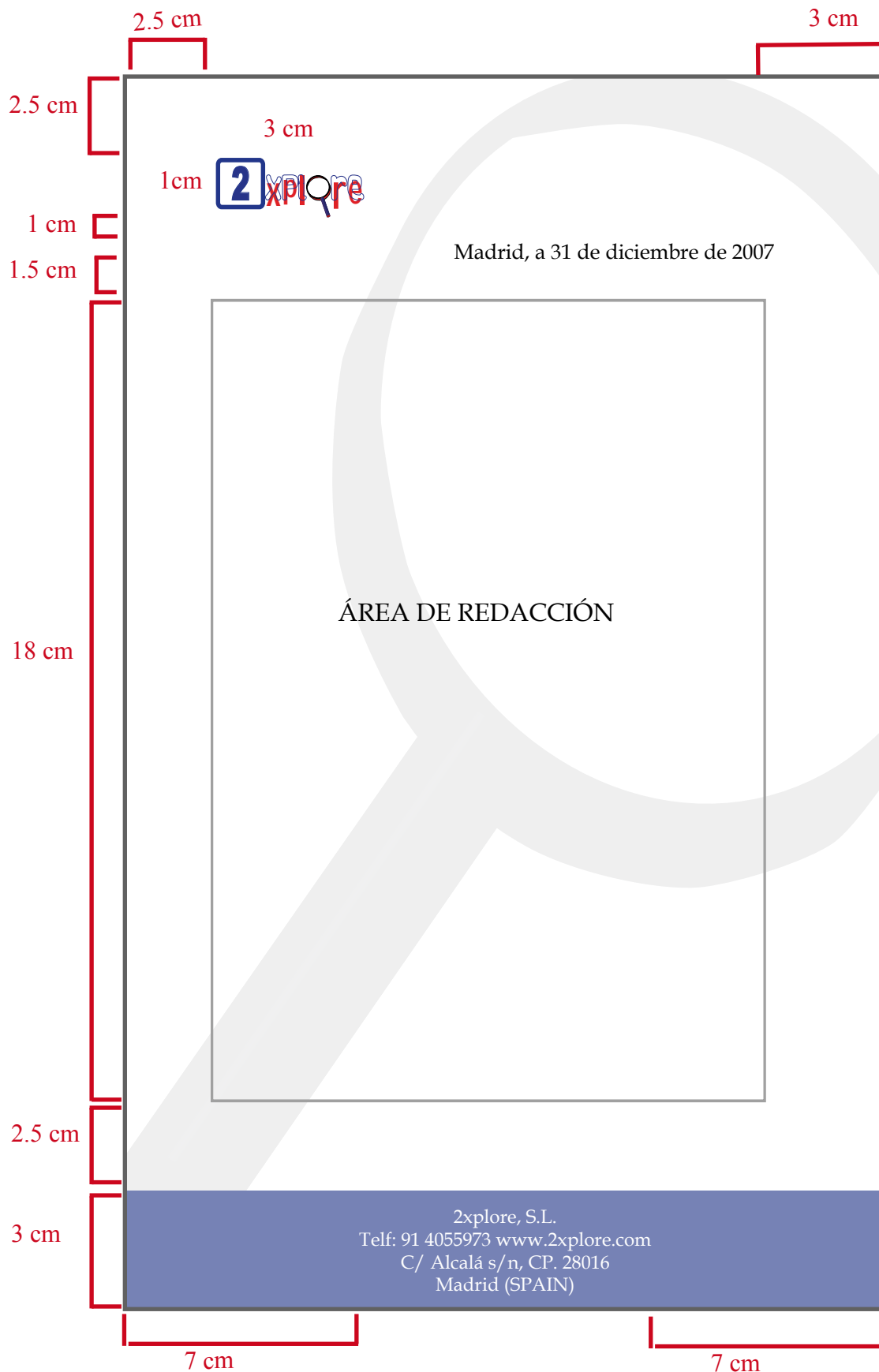
Color plano sobre fondo de fotografía



Transparencia sobre fondo de fotografía

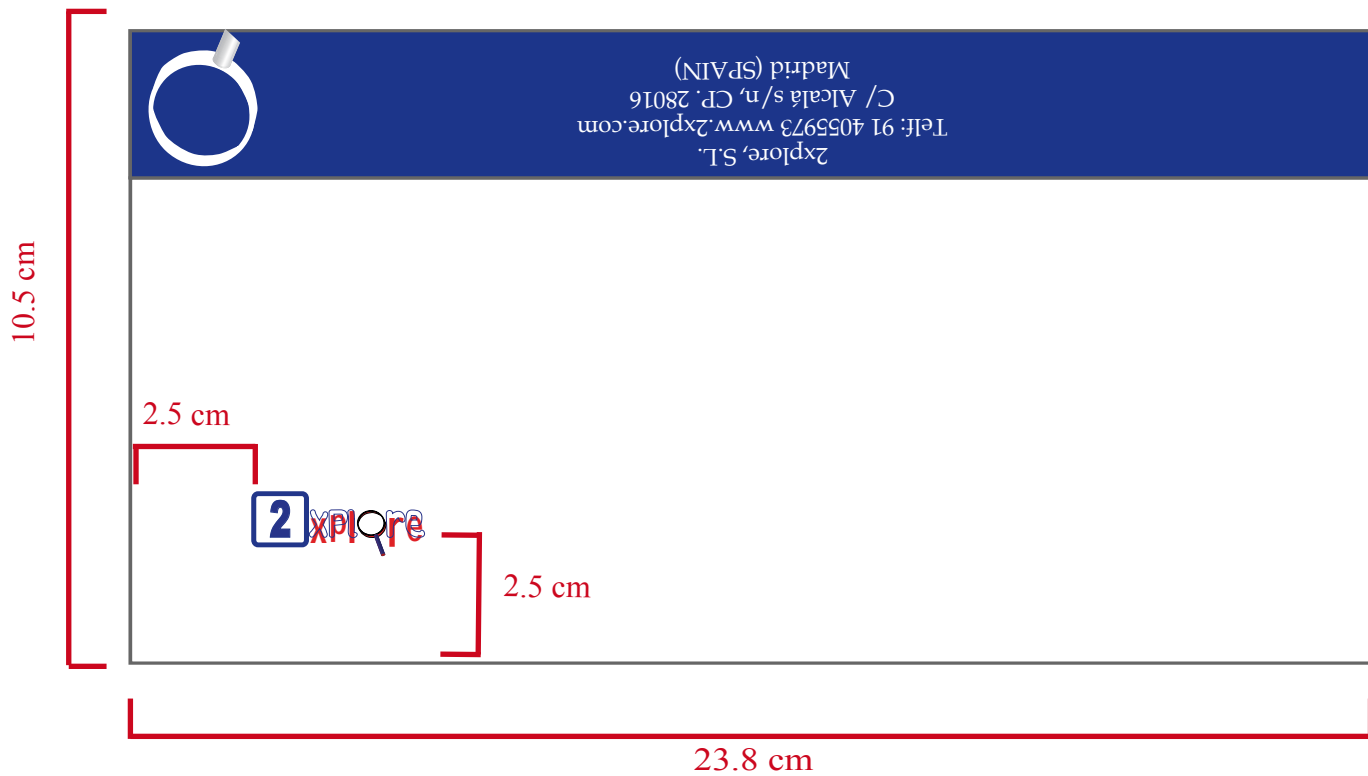
# PAPELERIA

## HOJA CARTA PRINCIPAL:



# PAPELERIA

## SOBRE



# PAPELERIA

## TARJETAS DE PRESENTACIÓN:

### MODELO 1



### MODELO

