



Uso correcto de la marca.



USO CORRECTO DEL LOGOTIPO MANTENIENDO LA IDENTIDAD DE MARCA



El logotipo es una pieza fundamental en la identidad visual de cualquier empresa o instituci3n. Es la representaci3n gr1fica de su esencia, sus valores y su personalidad, por lo que su correcto uso es esencial para mantener una imagen coherente y reconocible ante el p1blico.

A continuaci3n, se presentan algunas pautas para garantizar el uso adecuado del logotipo:

INTEGRIDAD DEL DISEÑO: MANTENIENDO LA IDENTIDAD DE MARCA



El logotipo debe reproducirse siempre en su forma original, sin distorsiones, alteraciones o recortes que puedan afectar su estructura visual. Es crucial mantener las proporciones y los espacios en blanco que rodean el logotipo, tal como fue concebido por el diseñador.

TAMAÑO ADECUADO: MANTENIENDO LA IDENTIDAD DE MARCA

Asegúrate de que el logotipo sea lo suficientemente legible y reconocible en diferentes tamaños. Si el logotipo se reduce demasiado, puede perder su impacto visual y resultar confuso para el público.



Logotipo no legible
para el usuario.



PALETA DE COLORES: MANTENIENDO LA IDENTIDAD DE MARCA

Utiliza siempre los colores oficiales de la marca en el logotipo. No modifiques la gama de colores o cambies su orden, ya que esto puede alterar la percepción de la identidad de la marca.

USOS CORRECTOS



USOS INCORRECTOS

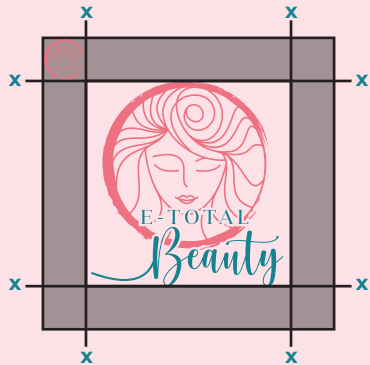


FONDOS Y CONTRASTES: MANTENIENDO LA IDENTIDAD DE MARCA



Procura que el logotipo resalte claramente sobre cualquier fondo en el que se utilice. Si el logotipo es de colores claros, emplea un fondo que contraste adecuadamente; y si es de colores oscuros, asegúrate de que el fondo permita una lectura nítida.

Ejemplos adecuados
de fondos y contrastes



ESPACIADO Y AISLAMIENTO: MANTENIENDO LA IDENTIDAD DE MARCA

Deja suficiente espacio alrededor del logotipo para evitar que elementos visuales cercanos interfieran con su legibilidad o presencia. Este espacio también ayudará a que el logotipo respire y mantenga un aspecto equilibrado.



SI

El “texto de ejemplo” esta respetando el área de restricción teniendo cada uno el espacio suficiente para no competir entre ellos.



NO

El “texto de ejemplo” no esta respetando el área de restricción.

VERSIÓN EN BLANCO Y NEGRO: MANTENIENDO LA IDENTIDAD DE MARCA

Asegúrate de contar con una versión en blanco y negro del logotipo para situaciones donde los colores no sean adecuados o no estén disponibles.



CODIGOS RGB, CMYK Y HTML. MANTENIENDO LA IDENTIDAD DE MARCA

Los colores institucionales del logotipo son de gran importancia debido a su capacidad para transmitir mensajes y emociones de manera instantánea. Estos colores se asocian directamente con la identidad de la marca, y juegan un papel clave en la percepción y reconocimiento que el público tiene de ella.



R:234
G:109
B:127
C:2%
M:70%
Y:35%
K:0%

HTML: EA6D7F



R:0
G:129
B:147
C:83%
M:28%
Y:34%
K:11%

HTML: 008193