

Tipografía corporativa

La fuente elegida como tipografía corporativa es la Helvética. Se presenta en sus versiones light, regular, black y cursiva. Se utilizarán en todas las piezas de comunicación institucionales como publicitarias.

Helvética light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz()?!;;
0123456789

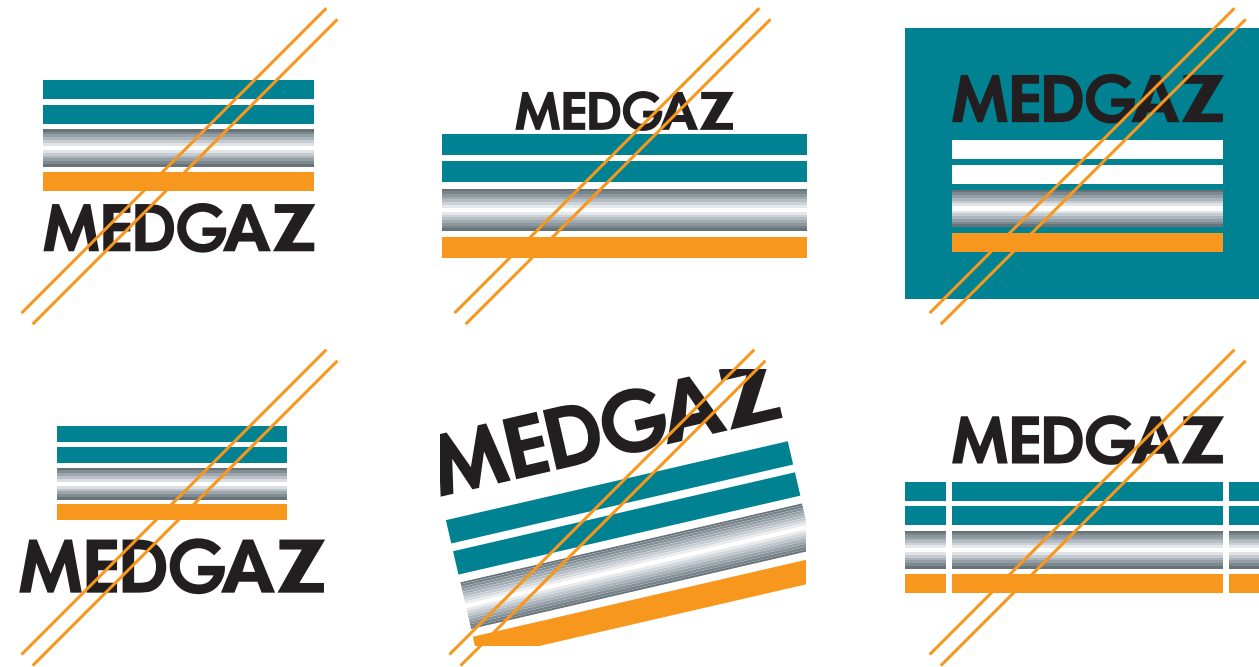
Helvética Regular Cursiva
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz()?!;;
0123456789

Helvética Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz()?!;;
0123456789

Helvética Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz()?!;;
0123456789

Usos incorrectos de la marca

Éstos son algunos ejemplos de uso incorrecto de la marca. Tampoco se debe alterar la posición entre los elementos de la marca, utilizar el color incorrectamente, modificar la relación de tamaños de los elementos, cambiar la tipografía del logo, sombras, etc



Manual básico de identidad corporativa



Marca y proporciones de los elementos

Relación de proporciones entre los elementos de la marca. Se toma la distancia entre las barras como módulo de proporción (a).



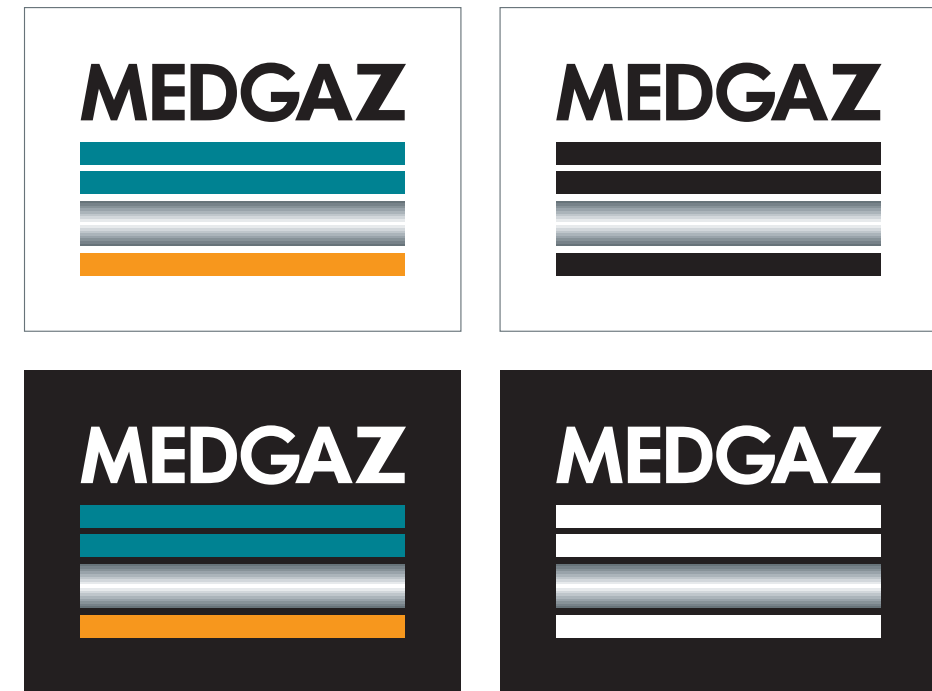
Colores corporativos

Se presentan los colores utilizados y su equivalencia en cuatricromía.

Pantone Black	Pantone 3155	Pantone 144	Pantone 431
Descomposición Cuatricromía	Descomposición Cuatricromía	Descomposición Cuatricromía	Descomposición Cuatricromía
Cyan 0 % Magenta 0 % Amarillo 0 % Negro 100 %	Cyan 100 % Magenta 0 % Amarillo 27 % Negro 30 %	Cyan 0 % Magenta 48 % Amarillo 100 % Negro 0 %	Cyan 11 % Magenta 0 % Amarillo 0 % Negro 65 %

Versiones de reproducción cromática de la marca

Estos son ejemplos de reproducción correcta. La marca se utilizará tanto en su versión color como en grises, sobre fondo blanco y sobre fondo negro.



Espacio de cortesía mínimo y reproducción mínima

La marca siempre debe tener un espacio vacío a su alrededor. Se toma como medida la caja alta del logo (a). No se debe utilizar la marca en tamaños menores al indicado.

