

MANUAL DE MARCA

Manual de identidad visual

1. A MANERA DE INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivo de este manual

Este Manual de Identidad Visual es un conjunto unitario de instrucciones ordenadas, con el objetivo principal de crear la imagen institucional para la marca Monkey park.

De una forma general el Manual de Identidad está compuesto por un conjunto de constantes gráficas, cromáticas y tipográficas que aplicadas a los soportes de comunicación y por acumulación de evocaciones en una misma dirección, determinan una personalidad y un estilo.

De esta forma este manual, que se presenta en formato de cuaderno con sus correspondientes archivos en formato digital, es una guía ilustrada para la producción gráfica, no un catálogo de diseños. Los contenidos están expresados de tal modo que, tras su lectura, el usuario obtendrá un criterio general de uso de la marca, sus colores y aplicaciones básicas.

1.2. ¿Cómo usar este Manual?

La versión impresa, cuenta con un índice temático, con el cual puede guiarse y dirigirse a la página que indique.

En su formato “.pdf” (para ser utilizado por medio de la aplicación Adobe Reader), presenta las siguientes ventajas:

- Realización de búsquedas por palabras claves. Utilice la herramienta “Buscar” o “Find”; escriba la palabra que desea encontrar y la aplicación le llevará hasta ella.
- Inclusión de “bookmarks”. Los “bookmarks” son vínculos de texto. Todos los títulos y subtítulos importantes tienen asignado un “bookmark”. Para navegar por medio de “bookmarks” despliegue su ventana, haga clic en aquel de su interés y la aplicación lo llevará hasta él.

1.3. Terminología Básica

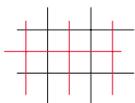
----- Símbolo de guía

Utilizado para demarcar una guía específica dentro de la retícula de un documento. Si el color de fondo es competitivo se usa blanca.



Patrón de medida

Se utiliza a la última letra del isotipo "S" como referencia métrica en todas las retículas.



Escala métrica

Aunque la marca no tenga proporciones simétricas debido a la espontaneidad de su creación. Se muestra esta escala métrica para la sustentación de la retícula



Escala de proporciones

Se usa esta figura para comparar tamaños y proporciones de elementos gráficos, se parte de un elemento significativo y se le otorga el 100%, de allí parten los otros valores por comparación con este.

2. ELEMENTOS BÁSICOS DEL MANUAL DE IDENTIDAD

2.1. Logotipo

ANIMAL REFUGE
MONKEY PARK

2.2. Isotipo

El isotipo es representado por un símbolo dinámico.

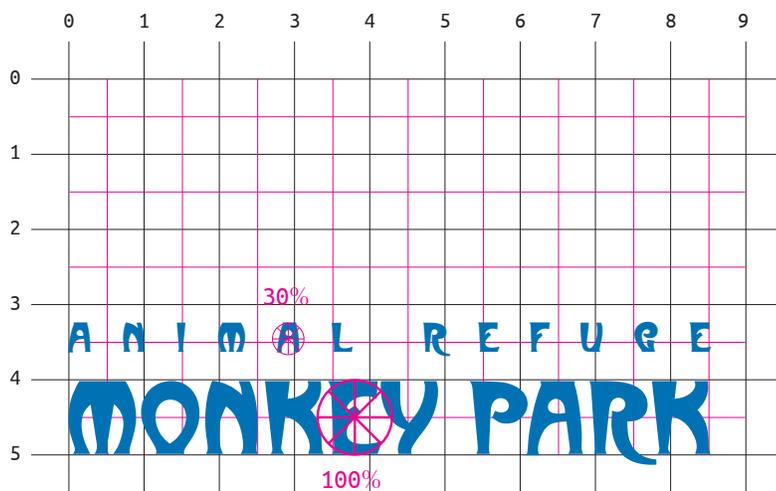
Muestra la continua interacción de dos energías y su equilibrio: como tal, es un símbolo de armonía.

Es un símbolo que crea igualdad pues sin una parte no podría existir la otra y al revés, igual, y sin la interacción de ambos, no se construye la existencia.

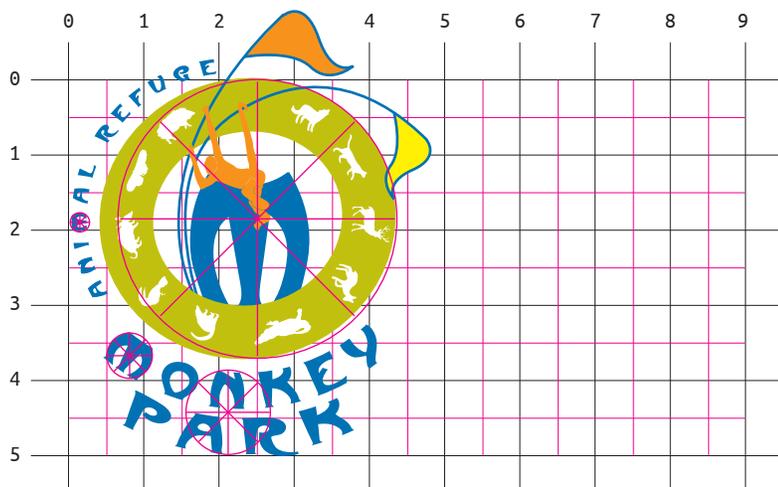
No existe nada opuesto entre uno y otro. Son complementarios.



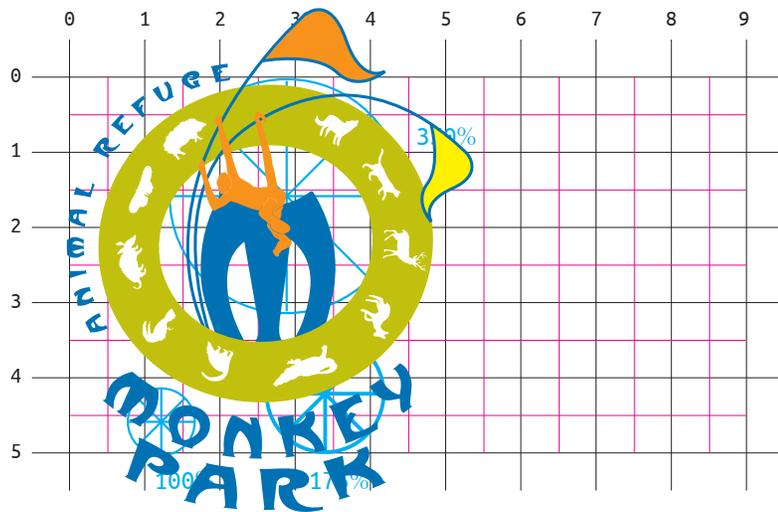
2.3. Retícula del logotipo



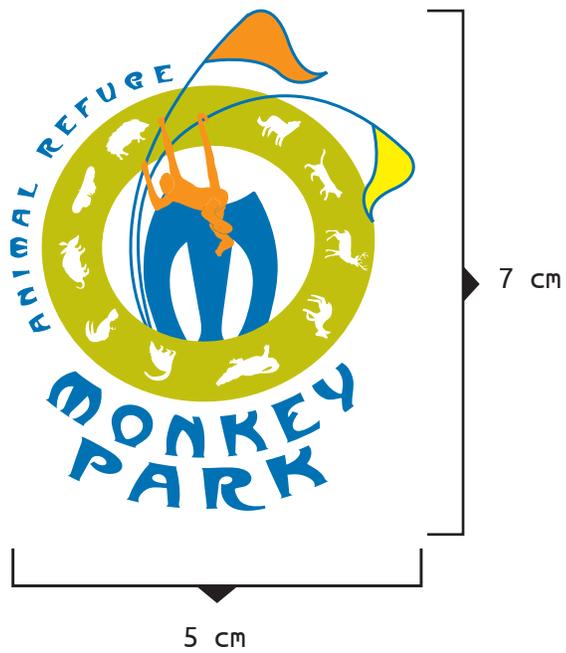
2.4. Retícula del isotipo



2.5. Retícula de la Marca



2.6. Medidas y proporciones



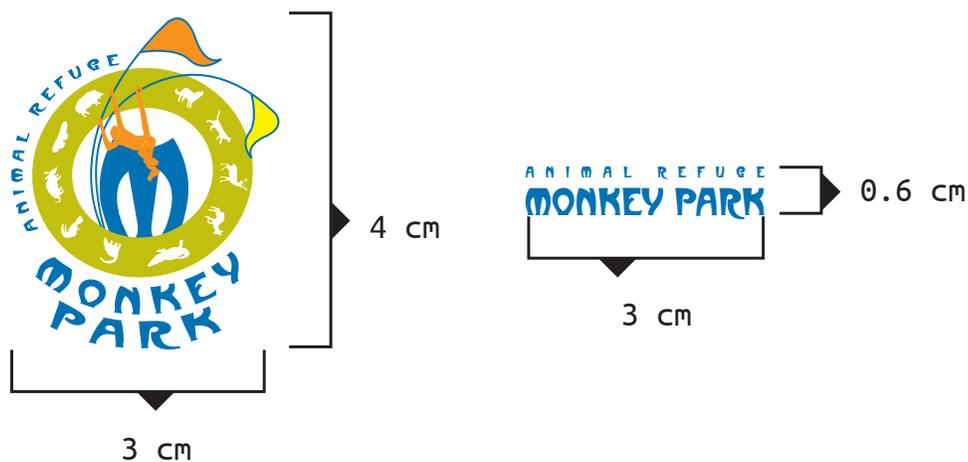
2.7. Área de seguridad

El área mínima de respeto en convivencia con otros elementos corresponde al doble de la altura de la "x". En el caso del margen superior, con sólo una altura es suficiente.



2.8. Porcentajes de reducción

Para documentos en tamaño carta, se debe usar la marca que junto al diámetro de las proporciones mida 2.6 cm por 3 cm. Y el tamaño mínimo de uso es 1 cm por 0.8 cm.



2.9. Tipografía

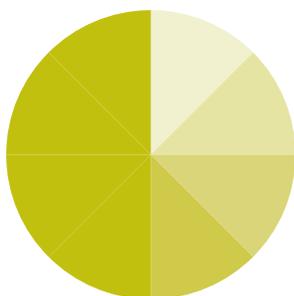
2.9.1. Metropolitaine

AB BB CC DD EE FF GG HH II JJ KK LL MM NN ÑÑ OO PP QQ RR SS TT UU VV WW
XX YY ZZ

1234567890

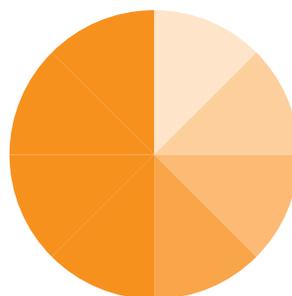
!\$/&()´¿?

2.10. Paleta de color



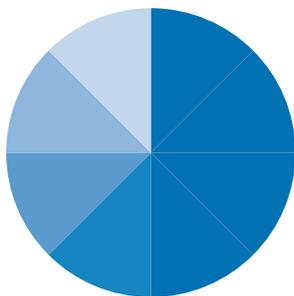
PANTONE 382 C

C = 30
M = 0
Y = 94
K = 0



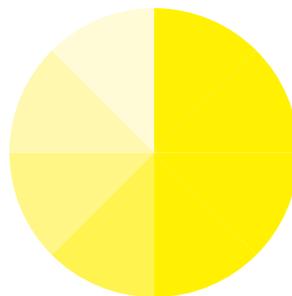
PANTONE 152 C

C = 0
M = 51
Y = 100
K = 0



PANTONE 660 C

C = 91
M = 43
Y = 0
K = 0



PROCESS YELLOW C

C = 0
M = 0
Y = 100
K = 0

2.11. Versiones de color de la marca

2.11.1. CMYK



2.11.2. Negro



2.11.3. Escala de grises



2.11.4. Vaciado o blanco



2.11.5. CMYK sobre negro



2.12. Otras versiones aceptadas

El proyecto “Monkey park” cuenta exclusivamente con el diseño de la marca en versión vertical.

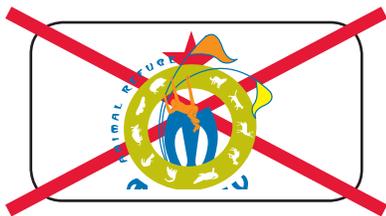
No aplica ninguna otra versión de forma ni de color de las anteriormente expuestas.

2.13. Usos incorrectos de la marca

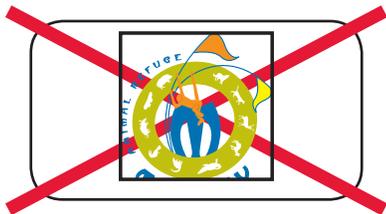
a. No distorsione la proporción entre alto y ancho.



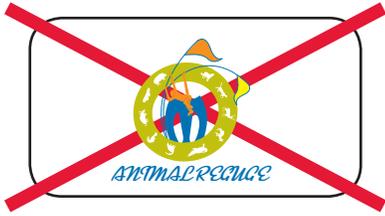
b. No agregue elementos extraños a la marca.



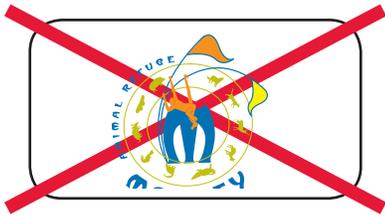
c. No coloque la marca dentro de una caja.



d. No cambie la tipografía de la marca.



e. No elimine el color de relleno de la marca.



f. No coloque la marca sobre fondos visualmente competitivos que le puedan restar fuerza.

