

PA**X**TREME

Únete a la aventura

Manual de Identidad Visual



PAXTREME

Únete a la aventura

Manual de Identidad Visual



I. Tabla de contenido

1. La identidad corporativa	
1.1. Más allá de una marca	5
1.2. Objetivo del Manual de Identidad Visual	6
1.3. Terminología Básica	8
2. Elementos básicos del Manual de Identidad	
2.1. Marca con eslogan	9
2.2. Retícula de Marca con eslogan	9
2.3. Elementos de la marca con proporciones.....	10
2.4. Área de seguridad o espacio de reserva	12
2.5. Porcentajes de reducción	12
2.6. Tipografía.....	13
2.7. Versiones de color de la marca	15
2.8. Coexistencia con otras marcas.....	17
2.9. Usos incorrectos de la marca.....	18
3. Colores Corporativos	
3.1. Paleta primaria	20
3.2. Variación del color del isotipo	21
3.3. Versiones de color del logotipo.....	21
3.4. Variaciones de color	21
3.5. Normativa cromática según el fondo.....	22
4. Material de comunicación	
4.1. Normativa general de los elementos de comunicación internos y externos.	23
4.2. Aplicaciones para papelería básica.....	26
5. Publicidad y Publicaciones Generales	
5.1. Medios impresos.....	33
5.2. Formatos y soportes	33
5.3. Requisitos Editoriales	41
5.4. Artículos promocionales	43

6. Elementos Complementarios

6.1. Personajes	44
6.2. Uniformes.....	46
6.3. Rotulación vehicular.....	50
6.4. Rotulación exterior.....	51
6.5. Señalización.....	52

7. Complementos Técnicos



I. La identidad corporativa

I.1. Más allá de una marca

El proyecto "Paxtreme" al descubrir la necesidad de poseer signos de identidad que lo diferencien frente a agrupaciones que desarrollan actividades similares, se está dando la oportunidad de dar a conocer a su público meta su carácter, sus valores, su forma de hacer y actuar, de transmitir de forma visible su personalidad única y permite visibilizarse ante el mundo.

La marca ("Paxtreme") será el retrato a través del cual la empresa se muestra al público. Por ello al escoger los elementos que acompañan al proyecto se tuvo mucho cuidado con la interpretación de las diferentes variables que pueden ayudar a una comunicación eficiente. Como lo es por ejemplo el caso de la selección de color; todo el proyecto se ubica en una zona con muchos elementos naturales, por eso se escoge colores que contrasten claramente.

Se espera que la marca de "Paxtreme" concuerde con los anhelos y deseos sociales y sea reflejado con la persona que representa, con sus movimientos, con sus comentarios, con su indumentaria, con su entorno y hasta con el tono de voz que posee.

1.2. Objetivo del Manual de Identidad Visual

Este Manual de Identidad Visual es un conjunto unitario de instrucciones ordenadas para llevar a cabo un proyecto, previamente estructurado y con el objetivo principal de crear la imagen institucional y que se materializa visualmente en un Manual de Identidad Visual.

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.

1.2.1. Objetivo general

Establecer parámetros para propiciar la coherencia entre la identidad visual del "Circuito para deportes extremos en el Parque de la Paz (PAXTREME)" y los fines con que se creó este proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

- Brindar los lineamientos y regulaciones necesarios para que la imagen del proyecto se aplique en forma correcta.
- Proveer las directrices para que los signos externos y la producción gráfica de PAXTREME refleje en forma articulada y coherente los rasgos de su cultura organizacional.
- Facilitar la construcción de rasgos gráficos que permitan el fácil reconocimiento de PAXTREME, por parte de su población meta e invitada.

1.2.3. ¿Cómo usar este Manual?

Este Manual en su formato “.pdf ” para ser utilizado por medio de la aplicación Adobe Reader. Este formato tiene varias ventajas:

- Navegación a través del Índice. Haga clic en la sección de su interés y la aplicación lo llevará hasta ella.
- 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.

En su versión impresa, puede guiarse con el índice temático y dirigirse a la página que indique.

1.3. Terminología Básica



Símbolo de asociación

Se utiliza como una flecha, para unir gráficos a sus descripciones.



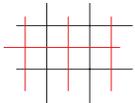
Símbolo de guía

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

El borde exterior del isotipo "x" es usado 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

2. Elementos básicos del Manual de Identidad

2.1. Marca con eslogan



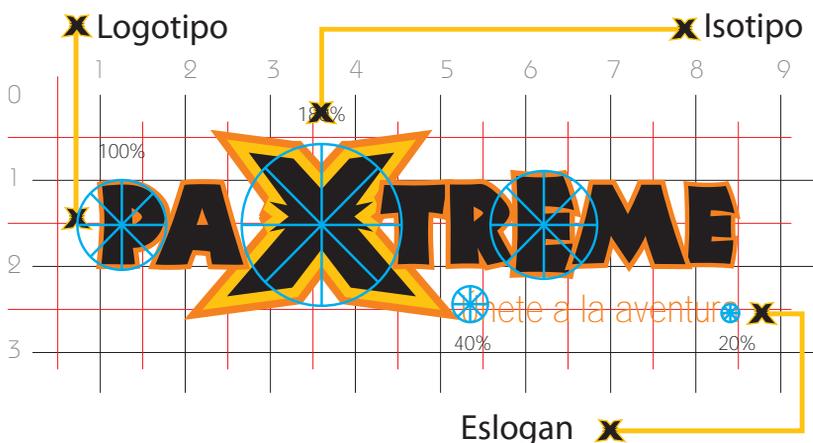
2.2. Retícula de Marca con eslogan



Altura para el logotipo



2.3. Elementos de la marca con proporciones



2.3.1. Logotipo

Al ser la marca una fusión estrecha entre el isotipo y el logotipo, se presenta excluyendo la imagen. (Nunca debe presentarse el logotipo sin el isotipo)

En la marca, la "x" es reemplazado por el isotipo.



X Tipografía:	Neuland LT Std Black
Modo:	Mayúsculas
Tamaño:	Mínimo 7pt
Justificación:	Forzada centrada
Escala horizontal:	100%
NOTA:	La "x" y la primer "e" tienen un 120%

2.3.2. El eslogan como complemento

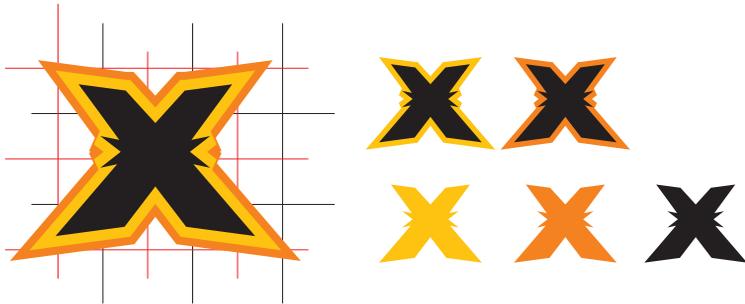
Únete a la aventura **X**

Tipografía:	ITC Bauhaus BT	
Modo:	Mayúscula inicial y minúsculas	
Tamaño:	Mínimo 8.5 pt	
Justificación:	Forzada centrada	
Escala horizontal:	100%	
NOTA:	El eslogan acompaña a la marca en medidas mayores a las 2 pulgadas de ancho	

2.3.3. Isotipo

El isotipo cuando acompaña la marca, sustituye la letra "x" del logotipo. Debe tener una proporción del 180% en comparación de los elementos comunes.

En su estado de "marca" el isotipo debe contener una doble línea periférica con los colores corporativos, siendo siempre el naranja externo, pero también puede usarse el isotipo en las diferentes versiones de color que se muestran para cualquier uso gráfico (esto, a gusto de quien lo desarrolla).



2.4. Área de seguridad o espacio de reserva

El área mínima de respeto en convivencia con otros elementos corresponde a la altura de la "x", para márgenes es el ancho de la "x".



2.5. Porcentajes de reducción

x ————— x 1 in de ancho, uso mínimo para la marca

PAXTRÈME

x ————— x 1.5 in de ancho

PAXTRÈME

x ————— x 2 in de ancho, uso mínimo para la marca con eslogan

PAXTRÈME
Únete a la aventura

x ————— x 3 in de ancho

PAXTRÈME
Únete a la aventura

Medium

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

!\$/&()'"¿?

Demi

**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

!\$/&()'"¿?

Bold

**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

!\$/&()'"¿?

Heavy

**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

!\$/&()'"¿?

2.7. Versiones de color de la marca

2.7.1. CMYK



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

 C= 0, M= 25, Y=100 K=0

 C= 0, M= 60, Y=100 K=0

2.7.2. Pantone



 Process Black

 PANTONE 123 C

 PANTONE 716 C

Cuando es necesario que el logo valla en una sola tinta se debe usar las siguientes versiones:

(Nótese que no van acompañados por líneas periféricas)

PAXTRÈME

Process Black

PAXTRÈME

PANTONE 123 C

PAXTRÈME

PANTONE 716 C

2.7.3. Blanco y negro

Cumple la misma normativa que la versión en PANTONE.

PAXTRÈME

Process Black

2.7.4. Escala de grises

PAXTRÈME Únete a la aventura



Process Black 100%



Process Black 25%



Process Black 60%

2.7.5. Blanco

Cumple la misma normativa que la versión en PANTONE.



2.8. Coexistencia con otras marcas



Si la producción es exclusiva del proyecto, nuestra marca debe ubicarse de última, (en un orden de izquierda a derecha, siendo la última de la derecha la marca "PA XTREME").

El tamaño de todas las marcas debe ser visualmente proporcional. Esto quiere decir que no siempre es apropiado guiarse por los tamaños relativos del ancho y alto. Es más importante que el grupo de marcas aparezca balanceado a simple vista.

El espacio mínimo de distancia entre la marca del proyecto y otras debe corresponder con la altura de la letra "X" del isotipo.

2.9. Usos incorrectos de la marca

a. No distorsione la proporción entre alto y ancho.



b. No agregue elementos extraños a la marca.



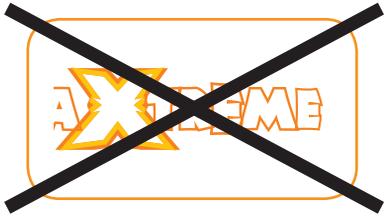
c. No coloque la marca dentro de una caja.



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.



2.9.l. Versiones vertical

La composición original de la marca no permite eficientemente una versión en vertical. Debe conservarse en su forma horizontal.

3. Colores Corporativos

3.1. Paleta primaria



NEGRO

Color proceso (CMYK): C= 0, M= 0, Y=0 K=100

Tinta especial: PANTONE Process Black C

WEB: #000000

RGB: R=0, G=0, B=0



AMARILLO

Color proceso (CMYK): C= 0, M= 25, Y=100 K=0

Tinta especial: PANTONE 123 C ó PANTONE123 U

WEB: #D97300

RGB: R=217, G=115, B=0



NARANJA

Color proceso (CMYK): C= 0, M= 60, Y=100 K=0

Tinta especial: PANTONE716 C ó PANTONE716 U

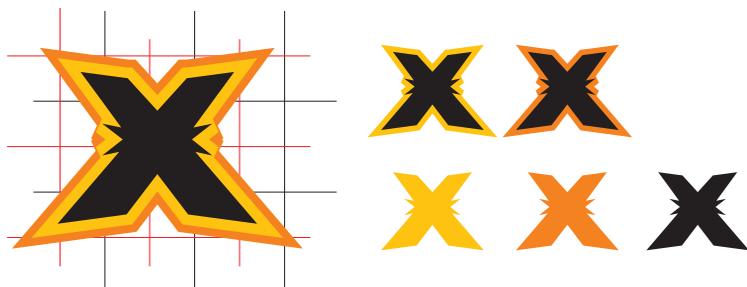
WEB: #F58220

RGB: R=245, G=130, B=32

3.2. Variación del color del isotipo

En la justificación de uso del Isotipo se explica su comportamiento (ver punto 2.6 Isotipo)

Se permite diferentes usos de color para creaciones gráficas.



3.3. Versiones de color del logotipo

El logotipo debe presentarse siempre incorporado en la marca. (ver punto 2.10 Versiones de color de la marca)

Sólo se permite el uso de los tres colores corporativos (ver punto 3.1 Paleta primaria).

3.4. Variaciones de color

En toda ocasión, la marca debe visualizarse en su totalidad y sin ninguna variación de color.

Cuando se usa el "isotipo" como elemento gráfico, dependerá del diseñador o diseñadora del uso que se le de.

3.5. Normativa crómica según el fondo

a. Fondo de color sólido suficientemente contrastante



b. Para monocromías que no sean en negro. otras versiones monocromas se pueden utilizar para acabados especiales como embosados o estampados en plata y oro.



c. Fondo fotográfico no competitivo



d. Fondo fotográfico contrastante



4. Material de comunicación

4.1. Normativa general de los elementos de comunicación internos y externos.

4.1.1. Tipos de papel (recomendaciones)

Se recomienda que se utilicen los siguientes tipos de papel para la papelería ejecutiva:

- Para la hoja membretada: Kimberly blanco titanium 90 gramos
- Para el sobre: Kimberly blanco titanium 90 gramos
- Para la tarjeta de presentación: Kimberly blanco titanium 220 gramos

Se recomienda que se utilicen los siguientes tipos de papel para la papelería de comunicaciones; tanto en la dirigida hacia lo externo del proyecto, como en lo interna:

- Para la hoja membretada: Bond-20
- Para el sobre membretado: Bond-20
- Para la carpeta: Cartulina C-12 con barniz ultravioleta
- Para la tarjeta de presentación: Kimberly blanco titanium 220 gramos

4.1.2. Composición de la papelería

Para el diseño de papelería, la marca debe ubicarse cerca del margen superior izquierdo, con excepción al retiro de la carpeta y la lengüeta del sobre membretado, que se utilizará sólo el isotipo en la parte central inferior.

En todos los casos se respetará la distancia respecto al margen, equivalente al ancho del isotipo.

Para todas las producciones de papelería del proyecto, los elementos secundarios de diseño se aplicarán tal cual se muestran en los ejemplos consignados a continuación en el punto 4.2.

4.1.3. Reticula

Las dimensiones del Isotipo, siempre será referencia para la medida de los márgenes de los documentos.

Para los documentos en 8.5 x 11 pulgadas se recomienda el uso de la marca con un ancho de 2.5 pulgadas. Entonces, la altura de su "x" es de: 0.7334 pulgadas y el ancho es de: 1.0743 pulgadas.

Para los márgenes izquierdo y derecho, se toma la mitad de la medida de ancho de la "x" y para el superior e inferior, se toma la mitad de la altura de la "x".

Los otros Formatos toman como referencia estas proporciones e incrementarán o disminuirán el tamaño del logo a lo ancho.

Se toma la siguiente imagen de ejemplo, considerando que el formato "carta" conserva la misma medida de la marca que el formato "oficio" ya que su base mide igual (8.5in) en cambio los formatos "media carta" sufre efecto de reducción con respecto al logo proporcionalmente a la nueva base (5.5in).



Oficio 8.5in x 14in



Carta 8.5in x 11in



Media Carta
5.5in x 8.5in

Edificio Administrativo, Costado Norte del Parque de la Paz, San Sebastián, San José, Costa Rica
Apto. Postal: 59-20115 | www.paxtreme.com

Tel: (506) 2226-1700
Fax: (506) 2226-1727

Edificio Administrativo, Costado Norte del Parque de la Paz, San Sebastián, San José, Costa Rica
Apto. Postal: 59-20115 | www.paxtreme.com

Tel: (506) 2226-1700
Fax: (506) 2226-1727

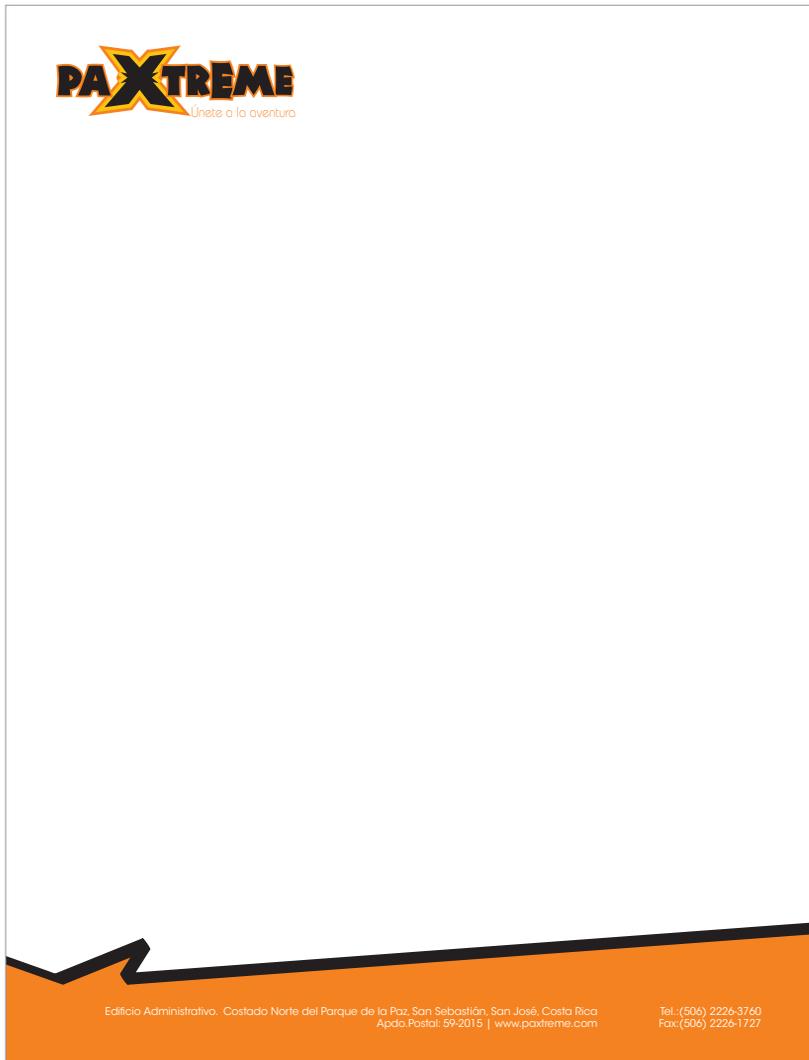
Edificio Administrativo, Costado Norte del Parque de la Paz, San Sebastián, San José, Costa Rica
Apto. Postal: 59-20115 | www.paxtreme.com

Tel: (506) 2226-1700
Fax: (506) 2226-1727

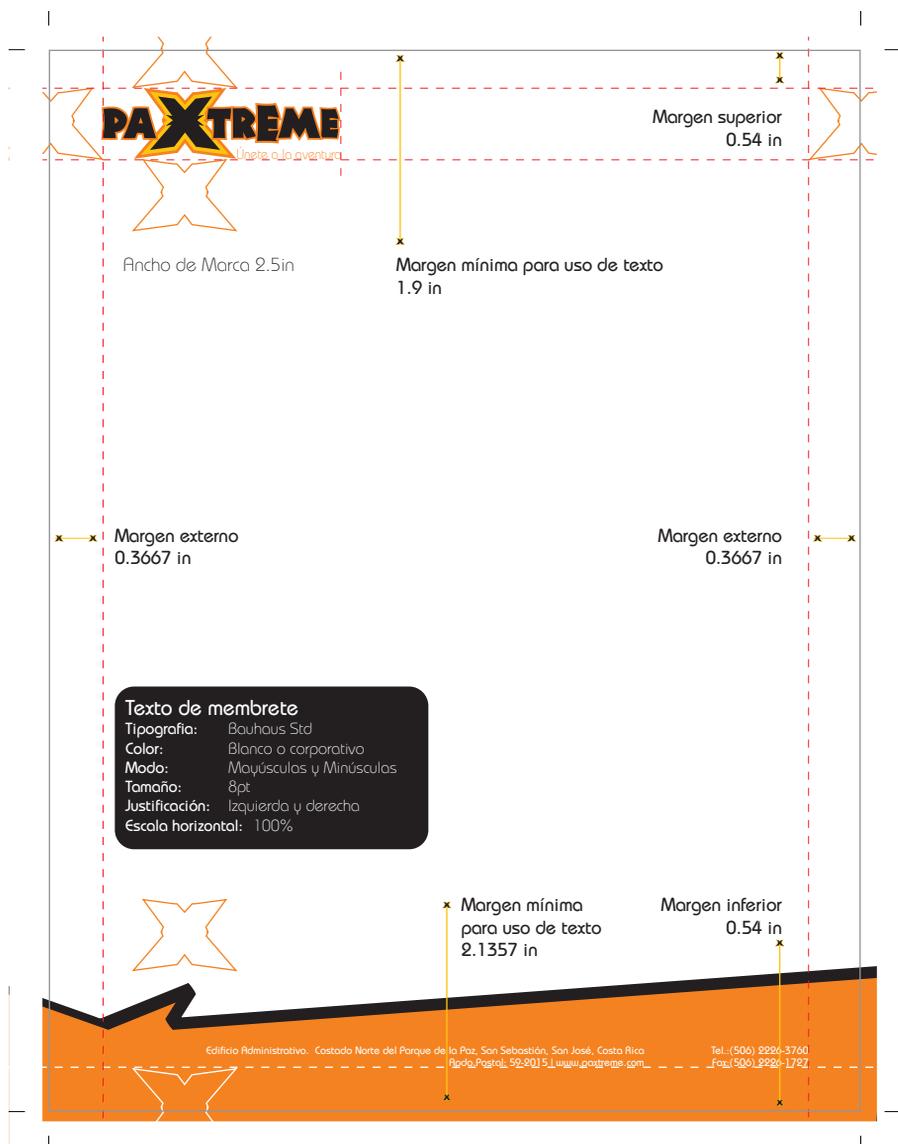


4.2. Aplicaciones para papelería básica

4.2.1. Papel membretado (Escala al 50%)



4.2.2. Papel membretado con retícula (Escala al 50%)



4.2.3. Tarjeta de presentación (Escala al 100%)

Al igual que las instrucciones generales para la papelería, la tarjeta de presentación se apega a la reducción proporcional del ancho del logo con respecto al formato "carta", arrojando como resultado 1.0251 in de ancho. Como se muestra en la hoja membretada, se toma el isotipo como referencia para crear la distancia de los márgenes y los espacios de reserva.



Tipografía:	Bauhaus Std
Color:	Blanco o corporativo
Modo:	Mayúsculas y Minúsculas
Tamaño:	Mínimo 8pt
Justificación:	Izquierda y derecha
Escala horizontal:	100%

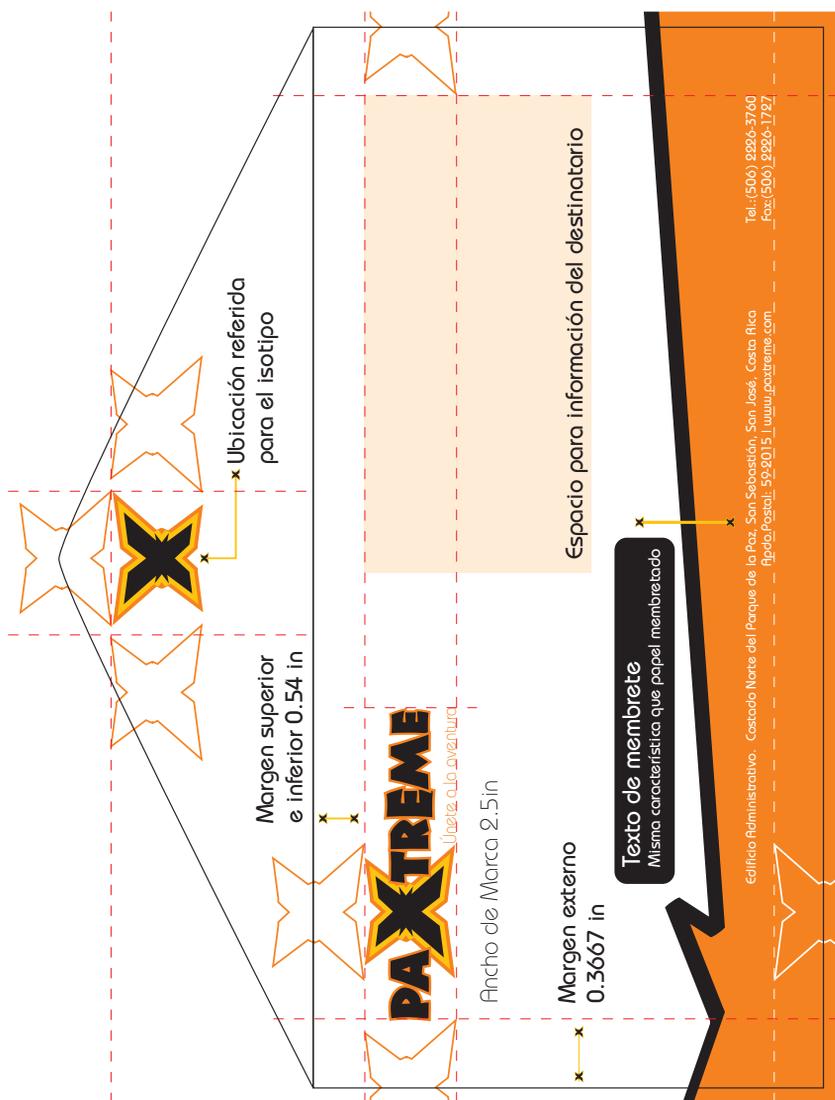
4.2.4. Sobre Membretado (Escala al 65%)

Cumple las mismas normativas que todos los documentos

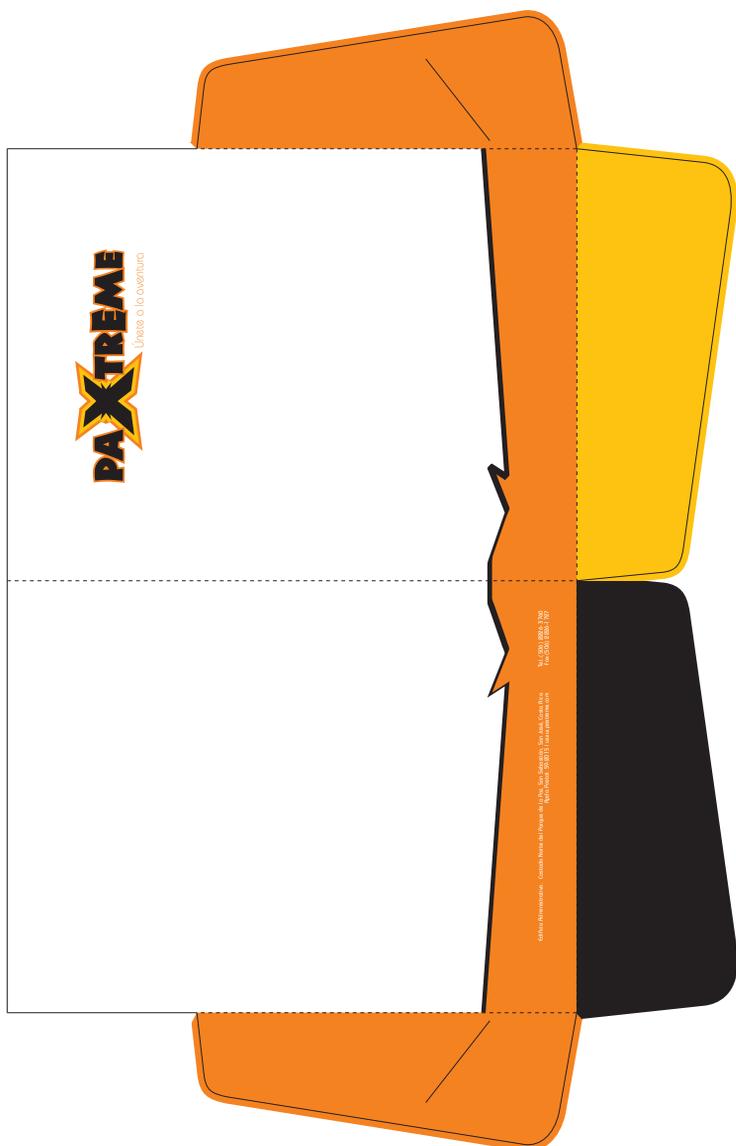


4.2.5. Sobre Membretado con retícula (Escala al 65%)

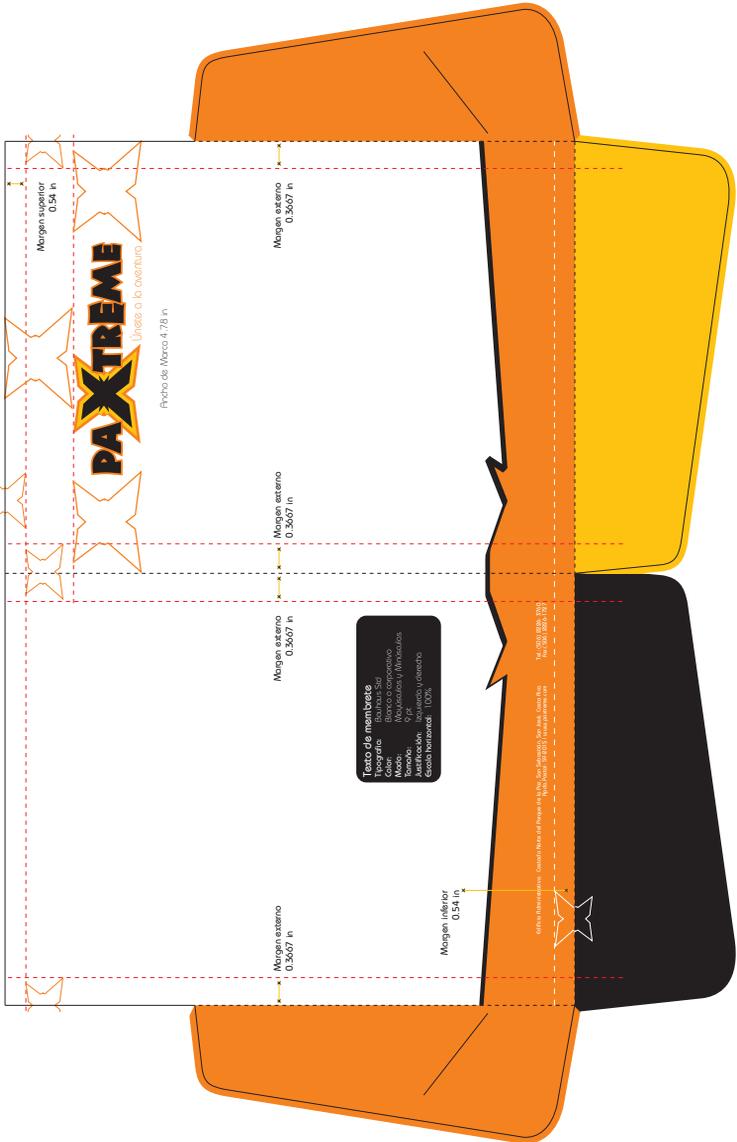
Cumple las mismas normativas que todos los documentos.



4.2.6. Carpeta (Escala al 25%)



4.2.7. Carpeta con retícula (Escala al 25%)



5. Publicidad y Publicaciones Generales

5.1. Medios impresos

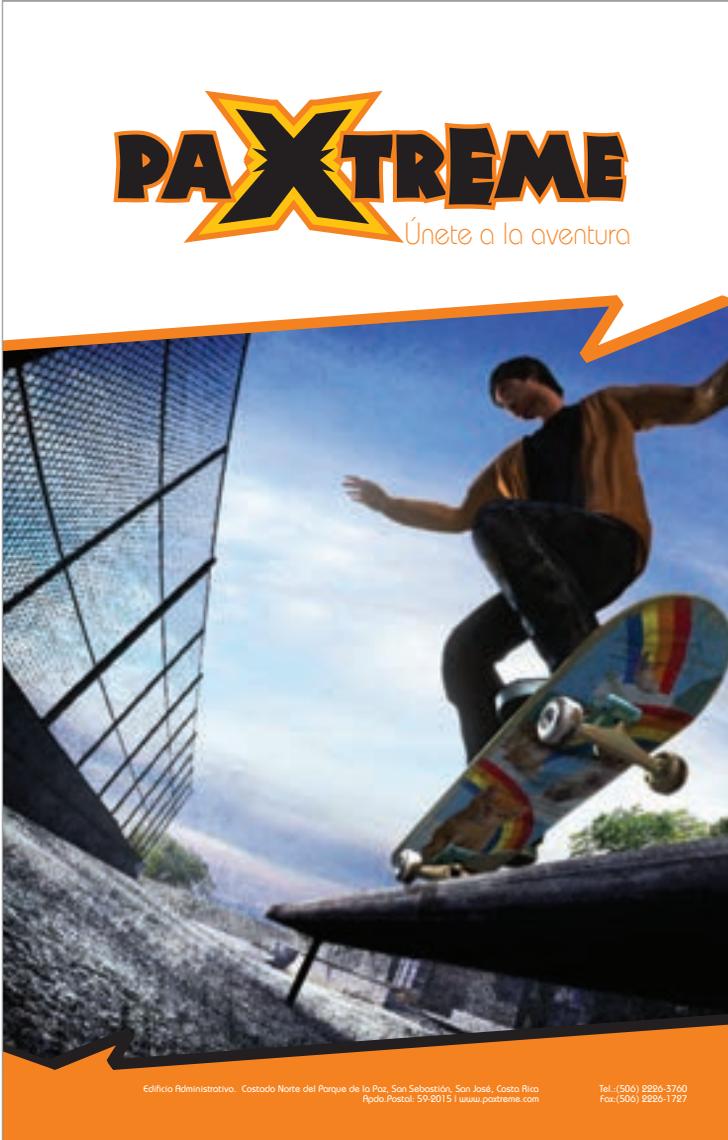
En todos los medios impresos, por ejemplo, afiches, volantes y brochures, se incluirá obligatoriamente la marca y se respetarán las normas estipuladas para el adecuado uso de la misma según cada producto.

Para cada tipo de medio impreso, la marca se ubicará en un lugar específico; según lo indicado en los ejemplos incluidos para los diferentes casos.

5.2. Formatos y soportes

El tamaño de los documentos dependerá de la capacidad de los proveedores para imprimir eficientemente (tamaño de boca de impresión de las máquinas) Y los soportes dependerán del tipo de artículo, su uso y de oferta del mercado.

5.2.I. Afiches 11 in x 17 in (Escala 35%)



5.2.2. Afiches 11 in x 17 in con retícula (Escala 35%)



5.2.3. Volante 5.5in x 8.5 in (Escala 70%)



PA XTREME

Feria deportiva Extrema

en el Parque de la Paz

Del 12 al 15 de octubre

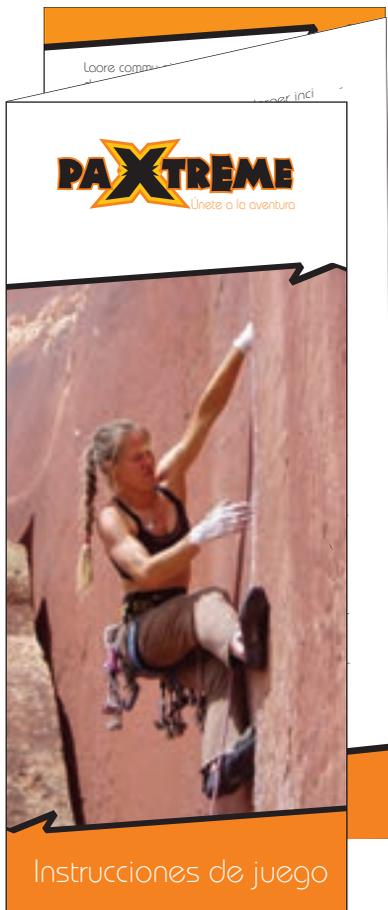
¡Te invitamos a participar!

The flyer features a central photograph of a person rappelling down a steep, rocky cliff face. The person is wearing a blue shirt, dark shorts, and a colorful life vest. The background is a dense, green forest. The text is overlaid on the image in a clean, sans-serif font. The logo 'PA XTREME' is in the top left corner. The main title 'Feria deportiva Extrema' is in a large, bold, orange font. Below it, 'en el Parque de la Paz' is in a smaller, orange font. The dates 'Del 12 al 15 de octubre' are in a white font. At the bottom, '¡Te invitamos a participar!' is in a white font. The entire flyer is framed by a black, jagged border that resembles a torn piece of paper.

5.2.4. Volante 5.5in x 8.5 in con retícula (Escala 70%)



5.2.5. Brochure



PAXTRÉME
Únete a la aventura



Ancho de Marca 2.5in



Texto de la información

Tipografía: Bauhaus Std
Color: Blanco o corporativo
Modo: Mayúsculas y Minúsculas
Tamaño: Mínimo 10.5 pt
Justificación: Izquierda y derecha
Escala horizontal: 100%

5.2.6. Brochure con retícula (Escala 35%)

Se exponen márgenes para uso de texto y discreción de doblés, se deja a consideración del diseñador o diseñadora la administración del espacio y de la ubicación de los textos, tomando siempre en cuenta las recomendaciones de uso tipográfico y la reserva del espacio para la marca.



5.2.7. Banner (Escala al 25%)



5.3. Requisitos Editoriales

5.3.1. Requisitos obligatorios de toda portada

- Título de la obra.
- La marca en la parte superior izquierda.
- En caso de coproducciones, las marcas de otras entidades involucradas.

5.3.2. Requisitos obligatorios de toda contraportada

- En caso de que la publicación contenga ISBN, generar y ubicar su respectivo Código de barras.
- Marca del proyecto.
- Datos de contacto: dirección, teléfonos, página Web, correo electrónico.

5.3.3. Requisitos obligatorios para lomos y encuadernación

- Los documentos de entre 2 a 44 páginas, con lomos superiores a los 0 mm y menores a 3 mm, se deberán encuadernar tipo caballete (grapado).
- Aquellos de más de 3 mm y menos de 6 mm de grosor deben ir encolados, pero no llevarán texto ni elementos gráficos en el lomo.
- A partir de 6 mm de grosor, los documentos deben ir encolados y el lomo debe contener el título de la obra (con un orden de lectura de abajo hacia arriba) y la marca en su versión sólo isotipo.

PAXTREME

Edificio Administrativo,
Costado Norte del Parque de la Paz,
San Sebastián, San José, Costa Rica
Apdo. Postal: 59-2015 | www.paxtreme.com

Tel.: (506) 2226-3760
Fax: (506) 2226-1727



PAXTREME

Actividades Extremas en Latinoamérica



PAXTREME

Edificio Administrativo,
Costado Norte del Parque de la Paz,
San Sebastián, San José, Costa Rica
Apdo. Postal: 59-2015 | www.paxtreme.com

Tel.: (506) 2226-3760
Fax: (506) 2226-1727



PAXTREME

Fincho de Morto 1,4in

Margen mínimo
para uso de texto
1,2 in

Margen superior
0,25 in

Actividades Extremas en Latinoamérica



Margen externo
0,35 in

Margen externo
0,35 in

Texto de información

Tipografía: Helvetica 20pt
Color: Blanco o corporativo
Peso: Negrita y Winkles
Tamaño: Mínimo 14 pt
Justificación: Izquierda y derecha
Grada horizontal: 100%

Margen inferior
0,3 in

5.4. Artículos promocionales

La marca siempre estará presente en el diseño de los productos promocionales. El diseño de cada artículo se deja a la creatividad de quien los confeccione, eso sí, asociando los colores, formas y sustratos a la imagen del proyecto. Es posible utilizar las diferentes opciones de marca permitidas en los siguientes productos promocionales (se incluye ilustración como ejemplo):

5.4.1. Jarras



5.4.2. Bolsos



5.4.3. Gorras



5.4.4. Lápiz



6. Elementos Complementarios

6.1. Personajes

Los personajes del proyecto son modelos de acción que nos ayudarán a intervenir en los procesos de comunicación. Es decir, con este tipo de ilustración se pueden crear revistas de comics, accesorios y usarse como elemento de enfoque visual de reforzamiento para cualquier uso gráfico.





6.2. Uniformes

Los uniformes de las personas que colaboran en el proyecto, al igual que cualquier artículo oficial, mantendrán en un gran porcentaje los colores corporativos.

La marca, siempre debe usarse de forma discreta pero diferencial en el pecho y manga izquierda.

El color de la tela para la confección debe asimilarse lo más posible a los "Naranja" y "Amarillo" corporativos, con el "Negro" no hay mucho cuidado por ser un color générico.

6.2.1. Seguridad

Se recomienda el uso de la tela "docoma" para la confección de las camisas por ser fresca y cómoda, ya que quién lo porta permanecerá gran parte de su jornada laboral en la interperie. Para el pantalón, se recomienda "Army"

Camisa "Negra" con bordes en las mangas, bolsillo y cuello "Naranja".

Pantalón "Naranja" con interiores de bolsillos y algunas bolsas "Negro" (tipo "cargo") con la marca estampada.

Corbata de franjas "Naranja" y "Negro".

Gorra, tipo "oficial" con la marca estampada al frente

Zapatos y faja "Negro".



6.2.2. Asistente deportivo

Camiseta en "Punto" blanca y bermuda en "Army"

Colores y estampados, como se ejemplifica.



6.2.3. Restaurantes y tiendas

Camisa en "Docoma" y pantalón en "Army"

Colores y estampados, como se ejemplifica.



6.3. Rotulación vehicular

Para la rotulación, es obligatorio el uso de la marca con lema. Esta se colocará en las puertas de ambos lados del vehículo.

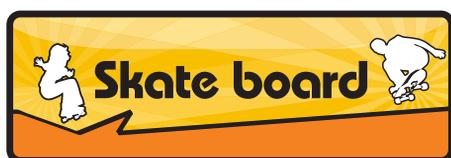
En lo posible se debe adquirir vehículos de color negro y si el presupuesto, los procesos legales y el modelo del vehículo lo permite, se debe personalizar los colores para que hagan juego con la marca siguiendo todas las recomendaciones de este manual.

Se muestra un ejemplo



6.4. Rotulación exterior

En la rotulación exterior, siempre se usará la marca en la parte superior, luego en el espacio que se determina, contendrá cualquier tipo de información, siempre apoyada por los elementos secundarios de la marca y los colores corporativos.



PA XTREME
Únete a la aventura

Reglamento para el uso del juego

1. "Paxtreme" no se hace responsable por accidentes que ocurran por el uso inadecuado del juego
2. Se debe seguir estrictamente las indicaciones del asistente deportivo
3. Sólomente se deben usar los equipos suministrados por el asistente
4. Preferiblemente, se debe haber reposado de alguna ingesta de alimentos por al menos dos horas

!Que te diviertas!

6.5. Señalización

Debido a la influencia norteamericana este tipo de actividades tienen un mayor recordación si son nombradas en el idioma de origen. Por eso el texto auxiliar en las señales estará a conveniencia del nombre popular.

Como un principio del proyecto es crear un espacio incluyente, en toda señalización en donde se necesite mostrar una figura humana, siempre contendrá los dos sexos. Se usarán iconos de sombras para resaltar detalles de la fisionomía

A continuación se muestran algunos ejemplos

Skate board



Skate



Bungee



Parkour



Scaling



Baños



Varios



7. Complementos Técnicos

Pantone: 716

CMYK: C:0 M:60 Y:100 K:0

Pantone:716
C:0 M:60 Y:100 K:0

Pantone: 125

CMYK: C:0 M:25 Y:100 K:0

Pantone:125
C:0 M:25 Y:100 K:0



Pantone: Negro Proceso / Process Black

CMYK: C:0 M:0 Y:0 K:100

Process Black
C:0 M:0 Y:0 K:100

