



- 01.- Introducción al Manual
- 02.- Presentación del Logotipo
- 03.- Tipografía
- 04.- Retícula Espacial del Logotipo
- 05.- Presentación del Imagotipo
- 06.- Retícula Espacial del Ícono
- 07.- Desarrollo y Trazo de Ícono
- 08.- Colorimetría Pantone
- 09.- Colorimetría Cuatricromía
- 10.- Colorimetría Monocromática
- 11.- Colorimetría blanco y negro
- 12.- Usos incorrectos de la Marca
- 13.- Normatividad de tamaños
- 14.- Aplicaciones varias  
(Tarjetas de presentación, hojas tamaño carta,  
folders, gafetes, firma de correos, materiales promocionales, uniformes.)

Vivimos una época en la que la comunicación juega un papel predominante en todos los ámbitos de la sociedad. A los medios de difusión tradicionales, como el soporte impreso, se unen las nuevas tecnologías audiovisuales para construir la que se ha dado en llamar "Sociedad de la Información". En este nuevo contexto social, las empresas e instituciones deben disponer de mecanismos efectivos de transmisión de su Imagen Corporativa. La relación entre una Empresa, los servicios que ésta ofrece y su estilo de gestión se transmiten a las audiencias mediante dicha imagen.

El establecimiento de un nuevo estilo a través de una Imagen Corporativa tiene como objetivo principal reforzar el papel que juega nuestra empresa en los distintos ámbitos en que ésta tiene presencia. La imagen debe favorecer que los distintos usuarios perciban a **Logística Integral Potosina** como una entidad única, esta percepción se fortalece mediante el uso de la Imagen Corporativa en todos los soportes propios, incluyendo publicaciones, instalaciones, papelería, internet, etc.

Este Manual de Imagen Corporativa ha sido elaborado teniendo en cuenta todas las consideraciones anteriores, y pretende servir como punto de partida para definir el estilo completo de nuestra empresa. En él se desarrollan las normas generales que afectan a los elementos principales de la marca; incluyendo colores, tipografía y posibles aplicaciones y variaciones.

Por todo lo anterior, este Manual fue dividido de la siguiente manera:

Para la creación del logotipo de **Logística Integral Potosina** tomamos como base el logo anterior y lo modernizamos poniendo la fuente NasalizationRg-Regular en el texto y el ícono.

EL ícono representa un camión que es formado por un 4 y las siglas LIP de **LOGÍSTICA INTEGRAL POTOSINA**; el 4 representa a los cuatro socios de la compañía y simula la cabina del camión y LIP forma la caja del mismo.



Logo anterior



Logo actual

Para el desarrollo del logotipo se ha seleccionado como fuente principal una tipografía moderna, dinámica y con movimiento: NasalizationRg-Regular.

Como fuentes complementarias se usarán la Avenir Next LT Pro - Regular para el slogan y Avenir Next LT Pro - Demi para textos complementarios.

Para estas tres fuentes, su disposición se hará siempre siguiendo las instrucciones de este manual.



## Logística Integral Potosina

NasalizationRg-Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

^\*“ \_;`+´-.,!¨. \$%&/()=?¿Ç|@#ç∞¬÷´¨¨≠´,}[]{-...„\

COMPLEMENTARIA - Avenir Next LT Pro - Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

^\*“ \_;`+´-.,!¨. \$%&/()=?¿Ç|@#ç∞¬÷´¨¨≠´,}[]{-...„\

COMPLEMENTARIA - Avenir Next LT Pro - Demi

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

^\*“ \_;`+´-.,!¨. \$%&/()=?¿Ç|@#ç∞¬÷´¨¨≠´,}[]{-...„\

Esta retícula tiene por objetivo establecer las proporciones del logotipo.

Se recomienda para uso a gran escala o cuando no sea posible la ampliación fotomecánica o digital de la misma.

También servirá para constatar si existe alguna distorsión que llegue a realizarse a través del tiempo.



Se creó el ícono tomando en cuenta el logo anterior.

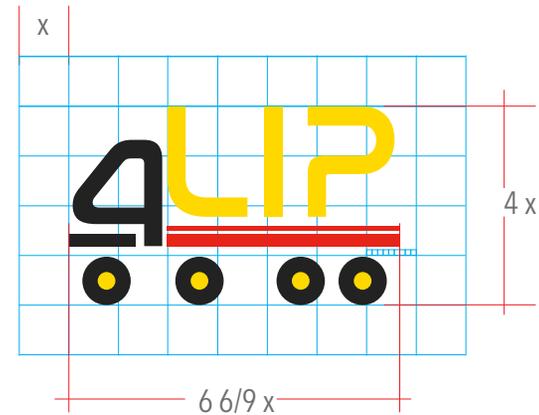
El resultado da un ícono moderno, dinámico y representativo del rubro que maneja la empresa.



Esta retícula tiene por objetivo establecer las proporciones del Ícono.

Se recomienda para uso a gran escala o cuando no sea posible la ampliación fotomecánica o digital de la misma.

También servirá para constatar si existe alguna distorsión que llegue a realizarse a través del tiempo.



$7/10 x$

El trazo del ícono se desarrolló tomando la morfología de la tipografía NasalizationRg-Regular del logo rector de la marca; se dio la apariencia de un camión aprovechando las letra para formar el vehículo automotor y con líneas y círculos se forman el chasis y las llantas.

El color negro es la ausencia total de luz. Cuando un cuerpo absorbe todos los colores del espectro y no refleja ninguno se produce el negro. Es símbolo nobleza, sofisticación y la elegancia.

El rojo es un color cálido. Expresa peligro, atracción, pasión, dinamismo, calidez y energía, es utilizado en muchas partes debido a su gran particularidad de llamar la atención. Es utilizado en su gran mayoría en marcas de consumo y en aquellas que quieren influir dinamismo en las personas.

El color amarillo evoca sentimientos agradables y alegres. Usualmente se percibe al amarillo como un color despreocupado, por lo que no se recomienda usarlo para vender productos caros. El amarillo expresa felicidad, amistad, advertencia, optimismo, caluroso, velocidad, amabilidad, autoestima, extroversión.

4 L I P



En esta página se muestra el color en su equivalencia en la guía de color internacional "PANTONE" aplicada a cada uno de los elementos que forman el logotipo.



En esta página se muestra el color en su equivalencia en Cuatricromía CMYK: Cian, Magenta, Yellow y Black.



## PANTONE

## EQUIVALENCIA EN CMYK

485C	C 44.37 M 22.97 Y 100 K 2.36
Medium Yellow C	C 65.08 M 51.02 Y 96.32 K 51.4
Neutral Black C	C 100 M 80.05 Y 11.4 K 2.48

El uso correcto de la marca requiere monitoreo constante, ya que de esto depende su correcta aplicación.

Aquí se ilustra el uso correcto del logotipo a una tinta, la cual debe ser de alguno de los colores corporativos.

También se puede aplicar calada en blanco sobre un cuadrado sólido del color corporativo seleccionado.

Esto con el fin de identificar áreas, productos o servicios dentro y fuera de la misma compañía.



El uso correcto de la marca requiere monitoreo constante ya que de esto depende su correcta aplicación.

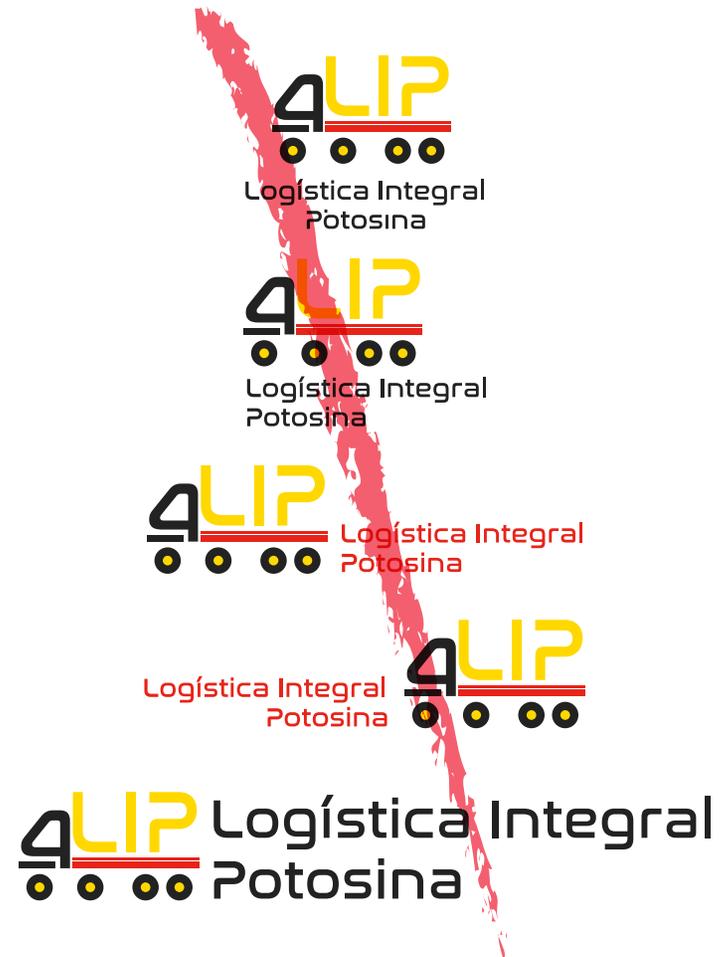
Aquí se ilustra la aplicación correcta del logotipo monocromático en blanco y negro, esta aplicación se usa calada sobre color negro sólido (negativo) e invertido el logotipo en negro sobre fondo blanco (positivo).



El uso correcto de la marca requiere monitoreo constante ya que de esto depende su correcta aplicación.

Su uso incorrecto puede ser negativo para el sistema de identidad porque transmite mensajes confusos.

Es importante tener en mente que todas las piezas de comunicación, sin importar su mensaje específico, deben representar correctamente la marca y ésta nunca debe ser comprometida para adaptarse a un determinado diseño o sistema de impresión.



El uso correcto de la marca requiere monitoreo constante ya que de esto depende su correcta aplicación.

El tamaño mínimo requerido para la marca es necesario que se establezca para que se tenga una imagen adecuada y no se pierda ninguna de sus partes o detalles a la hora de reproducirse en el medio que se requiera, asegurando su correcta lectura.

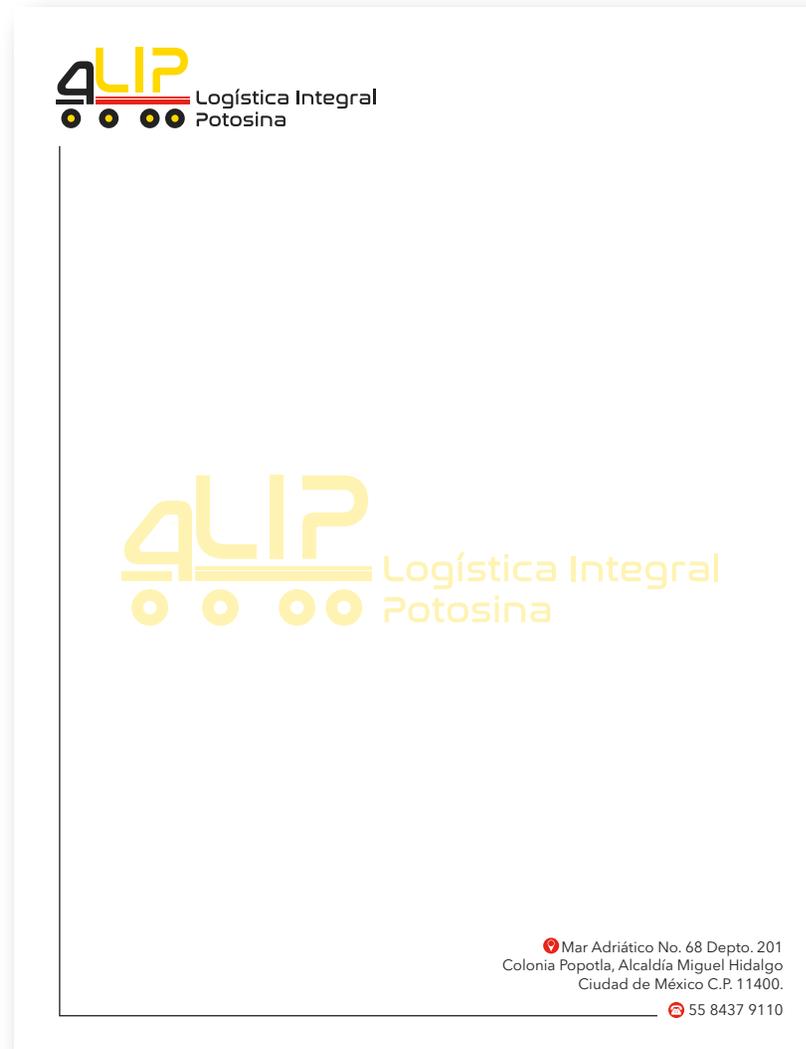




Se muestra frente y vuelta de la tarjeta de visita al 100%.



Se muestra la aplicación de la hoja con membrete al 50% del tamaño real.



Se muestra la aplicación en el folder al 35% del tamaño real.



Se muestra la aplicación de gafetes para el personal al 100% de su tamaño original.



Se muestra la aplicación en la firma de correos con su medida en pixeles.



Se muestra la aplicación sobre termo.



Se muestra la aplicación sobre gorra deportiva.



Se muestra la aplicación de impresión sobre playera.

