



Usuarios ^{ANTP}
del transporte de carga

FORO NACIONAL
del Transporte de Mercancías

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



¿Qué es una identidad de marca y por qué es importante normarla?

Una identidad de marca se refiere a la totalidad de elementos y puntos de contacto que forman parte de nuestra comunicación.

La forma en la que permitamos que se comporte nuestra marca formará parte de una experiencia de usuario que le dará valor a la empresa.

La implementación rigurosa de los lineamientos permitirán contribuir al posicionamiento de una sola marca, incrementando la eficiencia de comunicación, facilitando la capacidad de hacer negocio y finalmente, incrementando el valor de marca.



¿Cómo usar el manual de identidad?

Encontrarás en este manual de Identidad todos los elementos que necesitas para el cuidado y aplicación gráfica de la marca **22 FORO NACIONAL DEL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS**.

Seguir los lineamientos y normas establecidos aquí es de alta relevancia para lograr los objetivos de identidad:

- **Consolidar un único posicionamiento.**
- **Incrementar la percepción de valor de marca.**
- **Facilitar la interacción con el público.**

Agradecemos su colaboración para seguir estos lineamientos y recomendaciones que aquí hacemos.



IDENTIDAD

Aplicación principal

Nuestra identidad está liderada por el logotipo que vemos aquí **22 FORO NACIONAL DEL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS** privilegia su reproducción sobre un fondo blanco, resaltando la fuerza de sus colores.



Isologo

Se conoce como isologo a la unión del isotipo y logotipo con el que se entrega el concepto maestro de la identidad. No funcionan por separado, conforman un grupo.



Isotipo

Se representa el evento de logística y punto de encuentro de transporte de carga privado en forma modular y sólido, evolución constante en todos los sentidos, representa la unión y fortaleza de toda la industria. La tipografía elegida es sans serif haciendo alusión a estabilidad, solidez y seguridad.



Logotipo

Es el nombre del evento en una tipografía moderna y amigable que transmite estabilidad, solidez y seguridad. Además de que por su contraste facilita la lectura y mantiene el concepto de renovación del evento.

FORO NACIONAL
del Transporte de Mercancías

Retícula de trazo

Se recomienda utilizar estrictamente los documentos y formatos que le proporciona 22 FORO NACIONAL DEL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS. En el caso de requerir la construcción del isologo debe respetar las proporciones señaladas.



Área de reserva

El área de reserva es el espacio seguro que hay que dejar alrededor del isologo. Ningún otro elemento podrá rebasar este límite, evitando así la contaminación visual. El isologo deberá ajustarse al ancho de un cuadrado para definir el área de reserva. Las letras L representan el área de protección del imagotipo en su aplicación principal.



Tamaño mínimo

La escala mínima de reproducción del imagotipo indica el menor tamaño requerido para su adecuada lectura.



Aplicación sobre fotografías en blanco y negro

Para fotografías en blanco y negro en donde predominen tonos oscuros, la fotografía reemplazará el uso del fondo blanco, siempre y cuando se asegure la correcta legibilidad de la marca.



Aplicación sobre fotografías a color

Para fotografías a color, la fotografía reemplazará el uso del fondo blanco, siempre y cuando se asegure la correcta legibilidad de la marca.



22 Usuarios ANFP
del transporte de carga
FORO NACIONAL
del Transporte de Mercancías

Usos correctos

Estos usos son los únicos que se pueden utilizar. Se permite la supresión de las líneas envolventes para aplicaciones de impresión pequeña para mayor legibilidad.



Usos incorrectos

Está estrictamente prohibido alterar la forma o proporciones del isologo así como utilizar texturas, colores o degradados NO especificados en este manual.



Color

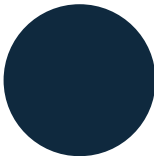
La paleta de colores principales es la que se aplica sobre la marca directamente y que se utilizará con preferencia. Es necesario mantener y cuidar minuciosamente la correcta aplicación de nuestros colores corporativos en los diferentes medios de reproducción y difusión. Para lograr uniformidad en el manejo de los colores de la marca, se recomienda basarse únicamente en los valores CMYK y RGB para su reproducción.



#239baf

C 76%
M 18%
Y 28%
K 2%

R 35
G 155
B 175



#0f293e

C 100%
M 78%
Y 47%
K 54%

R 15
G 41
B 62

Positivo y negativo

Uso monocromático de nuestro imagotipo para su correcta legibilidad.



Aplicación contraste a color

Uso cromático de nuestro imagotipo para su correcta legibilidad.



Escala de grises

100%



50%

90%



40%

80%



30%

70%



20%

60%



10%

Tipografía principal 1

La versatilidad de la tipografía primaria **Montserrat**, permite para uso en encabezados y textos regulares de comunicación de la marca como papelería, piezas editoriales, medios digitales, etcétera.

Montserrat Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
. , : ; - _ () ¡ ! ¿ ? “ \$ % # & / @ [] { } + - * < > °

Montserrat Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
. , : ; - _ () ¡ ! ¿ ? “ \$ % # & / @ [] { } + - * < > °

Montserrat Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
. , : ; - _ () ¡ ! ¿ ? “ \$ % # & / @ [] { } + - * < > °

Montserrat Thin

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
. , : ; - _ () ¡ ! ¿ ? “ \$ % # & / @ [] { } + - * < > °

Tipografía secundaria

La tipografía **Myriad Variable Concept** complementa el uso de textos principales en la papelería corporativa de la marca.

Myriad variable Concept Regular
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
. , : ; - _ () ! ¿ ? “ \$ % # & / @ [] + - * < >

Aplicación en pantalla

Uso de máscaras y elementos para imagenes en pantalla para su correcta apliación.







Usuarios ANTP
del transporte de carga



FORO NACIONAL
del Transporte de Mercancías

www.antp.org.mx/foro