



Tottal Market

Manual de Marca



Este documento es una guía de referencia y normativa gráfica, con el objetivo garantizar la correcta aplicación de la identidad visual de **Total Market**.

Los elementos y piezas aquí representadas son guías visuales, cuyos datos, medidas y representaciones son susceptibles de cambio a lo largo del tiempo.

Los originales se proporcionan en formato digital adjunto. Para reproducciones que no utilicen las muestras de colores señaladas en este manual los encargados de su producción deben adoptar la mejor forma de lograr estos colores y sus matices, teniendo en cuenta el tipo de papel, material o soporte, así como dispositivo que se vaya a utilizar para su reproducción.

Este documento presenta distintos apartados en los que se recogen la configuración gráfica básica de la marca, colores corporativos, tipografía y las aplicaciones correspondientes.

Este desarrollo y las orientaciones del presente manual deben permitir la uniformidad y coherencia en todas las manifestaciones de comunicación tanto a nivel interno como externo.

Manual de Marca



Historia

Lorem iiusiun resabrte aftreohgfer esjkluye uisae eklhspae Loreem Ipsun Ipsum Loren Iren llopsunio, Lorem iiusiun resabrte aftreohgfer esjkluye uisae eklhspae Loreem Ipsun Ipsum Loren Iren llopsunio Lorem iiusiun resabrte aftreohgfer esjkluye uisae eklhspae Loreem Ipsun Ipsum Loren Iren llopsunio Lorem iiusiun resabrte aftreohgfer esjkluye uisae eklhspae Loreem Ipsun Ipsum Loren Iren llopsunioLorem iiusiun.



Tottal Market

Lorem iiusiun resabrte aftreohgfer esjkluye uisae eklhspae Loreem Ipsun Ipsum Loren Iren llopsunio, Lorem iiusiun resabrte aftreohgfer esjkluye uisae eklhspae Loreem Ipsun Ipsum Loren Iren llopsunio Lorem iiusiun resabrte aftreohgfer esjkluye uisae eklhspae Loreem Ipsun Ipsum Loren Iren llopsunio Lorem iiusiun resabrte aftreohgfer esjkluye uisae eklhspae Loreem Ipsun Ipsum Loren Iren llopsunioLorem iiusiun resabrte aftreohgfer esjkluye uisae eklhspae Loreem Ipsun Ipsum Loren Iren llopsuni.



Índice

Introducción

Presentación 02

Historia 03

Índice 04

Identidad Corporativa

Imagotipo 05

Guía Responsive 06

Área de Respeto 07

Área de Reducción 08

Colores

Monocromática 09

Corporativos 10

Escala de Grises 11

Tipografía 12

Aplicaciones

Colores Permitidos 13

Usos Permitidos 14

Usos NO Permitidos 15



La palabra logotipo es la más usada y escuchada para referirse a la imagen o texto que representa a la empresa. Pero existen otras denominaciones, dependiendo de los elementos aplicados. En nuestro caso, es un imagotipo, es decir, que son una imagen y texto combinados pero que aún así funcionan por separados. A continuación se presentan las versiones simplificadas que pueden ser utilizadas para ser aplicada, en tiendas, material corporativo y redes sociales.

00

Identidad Corporativa

Primera Versión

Constituida por todos sus elementos



Segunda Versión



Tercera Versión



Versión por separado

Con sus elementos por separado, aplicado para redes y material impreso.



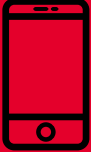
Tottal Market

Tottal Market

05



Guía de Adaptabilidad

				
	×		×	
 Tottal Market	 Tottal Market	 Tottal Market	 Tottal Market	×
×	×	 Tottal Market	 Tottal Market	 Tottal Market
×	 Tottal Market	 Tottal Market	 Tottal Market	×
×	×	Tottal Market	×	Tottal Market
Tottal Market	Tottal Market	Tottal Market	×	Tottal Market

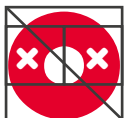
Vale la pena aclarar que “La guía responsive”, es una sugerencia de la manera en que se puede aplicar la identidad corporativa.



El área de respeto es el espacio que debe quedar libre y sin elementos gráficos alrededor de la identidad corporativa en todas sus aplicaciones y usos, como por ejemplo; al ser utilizado sobre imágenes, texturas o cerca de algún otro elemento que impida su legibilidad.

Área de Respeto

Primera Versión



Segunda Versión



Tercera Versión

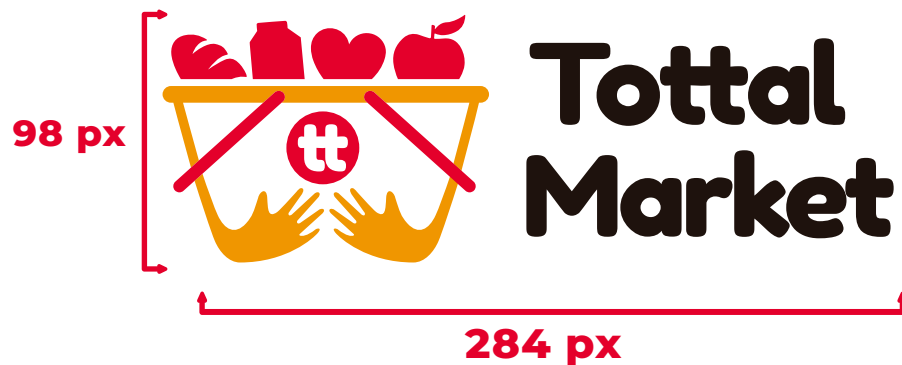




El área de reducción, tiene como finalidad estipular cual será la mínima reproducción de la identidad corporativa. De ser reducido a un menor tamaño de los acá estipulados, su legibilidad se verá perjudicada y se tomará como un uso indebido

Área de Reducción

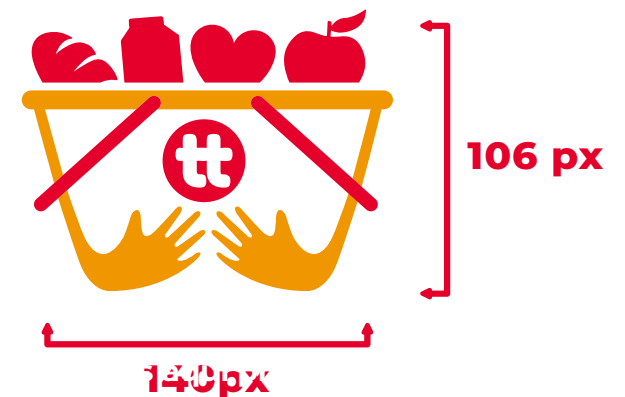
Identidad Completa



Tipografía



Isotipo





Nuestra identidad corporativa, tiene su variante en modo monocromático, es decir, blanco y negro, ya que es de uso secundario, principalmente usado para impresión en materiales como: Telas (*en caso de uniformes o material publicitario*) o cartones, papeles, plásticos (en caso de empaques o papelería corporativa).

Es importante recordar que en caso de ser utilizado en una pieza gráfica, solo será en casos de excepción, donde no tenga legibilidad los colores primarios.

Identidad Monocromática

Positivo



Negativo



PANTONE NEGRO 3C

R 33 | G 39 | B 33

NEX / HTML: 212721

C 74 | M 52 | Y 71 | K 90

BLANCO

NEX / HTML: ffffff

R 255 | G 255 | B 255

C 00 | M 00 | Y 00 | K 00



Nuestra identidad corporativa, tiene su variante en modo monocromático, es decir, blanco y negro, ya que es de uso secundario, principalmente usado para impresión en materiales como: Telas (*en caso de uniformes o material publicitario*) o cartones, papeles, plásticos (en caso de empaques o papelería corporativa).

Es importante recordar que en caso de ser utilizado en una pieza gráfica, solo será en casos de excepción, donde no tenga legibilidad los colores primarios.

Colores Corporativos



PANTONE 130C

NEX / HTML: F2A900

C 0 | M 32 | Y 100 | K 0

R 242 | G 169 | B 0

PANTONE 185C

NEX / HTML: E4002B

C 0 | M 100 | Y 89 | K 0

R 07 | G 07 | B 07

PANTONE NEGRO 3C

NEX / HTML: 212721

C 74 | M 52 | Y 71 | K 90

R 33 | G 39 | B 33



El uso de la escala de grises, solo debe ser aplicada en documentos formales que necesiten ser impresos en blanco y negro.

Si la identidad es utilizada en grises para otras ocasiones será considerado como un uso incorrecto

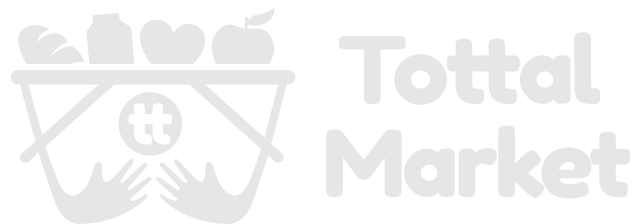
Escala de Grises



100%



40%



20%



05%



Tipografía

Aa Fredoka One

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S

T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t

u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

° ! ? ” # \$ % & / () = _ - < > [] { } ‘ ’ “ ” + *



Los fondos aquí presentados, son los aprobados para que la identidad corporativa no pierda su legibilidad y concepto, solo se permiten aplicarlos en colores de tonalidades similares o que no interfieran, se recomienda no aplicarlo de manera distinta debido a que será considerado un uso indebido.

Vale la pena aclarar que los colores aquí mostrados solo son bases de sus colores corporativos también incluidos los de porcentajes, está aprobado el aplicar la identidad sobre cualquiera de sus fondos de color siempre y cuando no afecte su legibilidad

Colores Permitidos





Los fondos aquí presentados, son los aprobados para que la identidad corporativa no pierda su legibilidad y concepto, solo se permiten aplicarlos en colores de tonalidades similares o que no interfieran, se recomienda no aplicarlo de manera distinta debido a que será considerado un uso indebido.

Vale la pena aclarar que los colores aquí mostrados solo son bases de sus colores corporativos también incluidos los de porcentajes, está aprobado el aplicar la identidad sobre cualquiera de sus fondos de color siempre y cuando no afecte su legibilidad

Usos Permitidos





El manual de marca, como se menciona anteriormente, sirve para mantener la coherencia de la personalidad y los valores de la marca. De no seguir estos lineamientos, está se verá afectada, ya que perderá completamente su identidad y significado.

USOS INCORRECTOS

