

MANUAL DE IDENTIDAD



Contenido

Introducción

Cómo usar esta guía

Índice

***Elementos de la Identidad de la Marca**

Marca

Logotipo

Usos Incorrectos de los Elementos

***Color**

Sistema de Color

***Seguridad**

Zona de Seguridad

Escala Mínima

***Tipografía**

***Aplicaciones**

Introducción



Día con día nuestra mente es bombardeada por cientos de marcas. Esta exposición masiva a los mensajes y sus contenidos se da a través de diversos canales perceptuales, estableciendo expectativas y asociaciones que influyen actitudes y preferencias hacia el consumo.

El mercado presenta conductas que favorecen innovaciones en diferentes terrenos, sin ser una condición homogénea por la naturaleza del mercado.

Esta diversidad exige que los esfuerzos encaminados a comunicar contenidos a receptores específicos, cuenten con la visión de conjunto de los componentes del mercado: el producto, la comunicación, el usuario, la cultura del negocio, etc.

Uno de estos componentes es la Marca.

La reglamentación correcta en el uso y las aplicaciones de las marcas nos proporcionan el orden y la coherencia para colocarlas de manera satisfactoria en la percepción de los usuarios.

En el presente manual, se especifican las reglas básicas para la aplicación de la marca.

Es importante agregar que cualquier aberración y/o falta en el seguimiento de dichas reglas, provocará que la marca llegue de una manera deficiente a los usuarios finales, lo cual demerita, en gran parte, el valor de la marca y por ende, el producto-servicio. Si las reglas son respetadas al pie de la letra, se garantiza el camino más corto al posicionamiento de los consumidores.

Como usar esta guía

El propósito de esta guía, es comunicar a todos los colaboradores de la empresa las características visuales y las aplicaciones de la marca. La aplicación consistente y adecuada de nuestra marca debe ser de la más alta prioridad.

Pudiéramos considerar esta guía como el lanzamiento interno de la marca; la segunda iniciativa, será la creación de los estándares para que se adhieran a las especificaciones y, la tercera iniciativa será lanzar la marca externamente.

Esta guía deberá ser entendida por todos, como medio importante para transmitir una imagen consistente hacia afuera y dentro de la empresa; y que entendamos que la personalidad construida, partirá de los elementos gráficos y visuales que nos ayuden a proyectar nuestra imagen.

El diseño, la especificación y la orden de impresos y fabricación de elementos de la nueva marca, dependen de una guía inteligente y estándares sólidos que nos ayuden a ahorrar tiempo, dinero y frustraciones.

El tamaño y la naturaleza de nuestra empresa afectará profundamente el alcance del contenido y el cómo los materiales de mercadotecnia son concebidos y producidos en el futuro.

Elementos de identidad de la marca



Marca

Las cualidades ideales de un nombre efectivo -memorable, significativo, con visión a futuro, protegible, visual y positivo- contribuyen a que el Distintivo Doble T (Tequila/Turístico) sea protegido legalmente, en especial, cuando el significado que adquiere es propio.

El Distintivo Doble T (Tequila/Turístico) tiene el reto de posicionarse y lograr los objetivos estratégicos. Las asociaciones que se construirán sobre el tiempo lograrán que sea el nombre que simbolice la experiencia de la calidad y servicio dentro de la Ruta del Tequila.



Logotipo

El logotipo, es la palabra en una fuente tipográfica determinada, modificada especialmente y enteramente re-dibujada; lleva a éste no sólo a ser distinto, sino también durable y sostenible.

La legibilidad en varias escalas y en un amplio rango de medios es imperativa para el diseño de este logotipo. Hemos considerado los atributos de la forma de cada letra, así como las relaciones entre ellas, para expresar la personalidad apropiada y el posicionamiento de la marca.



Logotipo

Dentro de este manual existe un apartado en el cual el logotipo lleva un cintillo con la palabra “Artesanal”, esto con la finalidad de diferenciar a los artesanos de la localidad, de los demás prestadores de servicios.



Uso incorrecto de los elementos

En este apartado se plantean algunos casos representativos que deben evitarse; incurrir en ellos atenta gravemente contra la unidad visual del sistema. Si alguna aplicación requiere un tratamiento específico y no se puede inferir su solución a partir de la normativa establecida en este manual, es necesario consultar a **Ettion® branding + design** para asesoría.



No modificar las formas que hacen al logotipo (familia tipográfica y/o atributos, forma contenedora, orden de aparición de elementos, orden del color).



No alterar el tono y/o posición de los colores que hacen al logotipo; tanto en versión color, como blanco y negro. A excepción de los casos extremos mencionados en el apartado de "opciones de color" de este manual. Procurar que, en dichos casos, sólo se altere el color del fondo manteniendo el logotipo en blanco.



No usar colores de nulo contraste para aplicaciones donde debe leerse claramente el logotipo.



No distorsionar la relación del logotipo en el ancho y/o altura.



No emplear texturas de ningún tipo en los elementos del logotipo.



Esta forma de invadir la zona del logotipo atenta contra su legibilidad.

No invadir la zona de seguridad asignada al logotipo con elementos de cualquier índole.



No emplear el logotipo sólo a línea.



No alterar el grado de inclinación de las letras del logotipo en ninguna dirección.

*Observar y cumplir las normas aquí establecidas permitirán la correcta percepción y memorización de la marca del Distintivo Doble T (Tequila Turismo) por parte de sus receptores y/o usuarios.

Color



Color

El uso preciso del color debe observarse en cualquier sistema de reproducción/aplicación; alterar esta relación crómica va en detrimento del poder de reconocimiento y comunicación de la imagen. Se muestra la guía de colores Pantone, su lectura en el sistema CMYK (para procesos de reproducción por selección de color), así como en RGB (para aplicaciones digitales).

El resultado óptimo de uso del color vendrá dado por la consulta constante y actualizada de las guías de color Pantone.

Considérense las variaciones de color que pueden presentar las aplicaciones de la imagen, dependiendo del sistema de reproducción, tintas, papeles y otros insumos para efectos de reproducción.

Pantone



CMYK



RGB

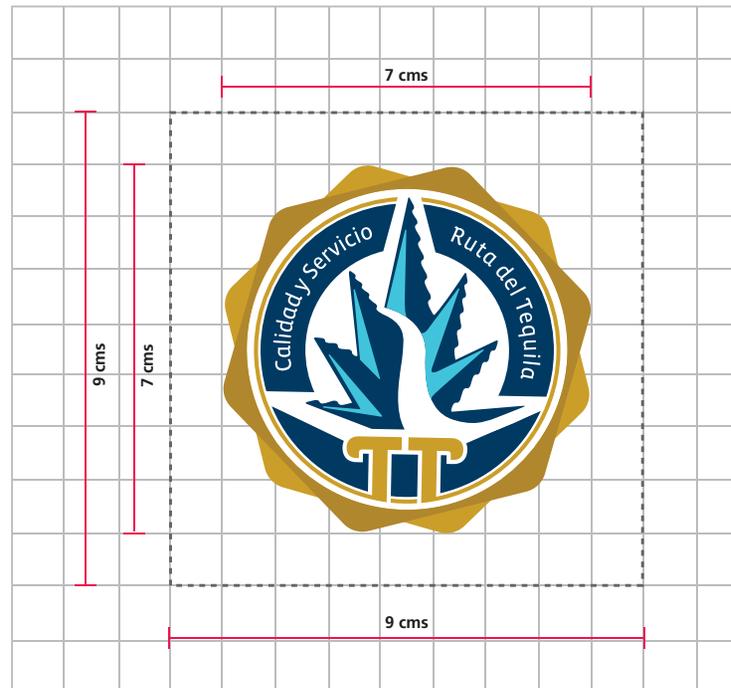


Zona de Seguridad



Zona de Seguridad

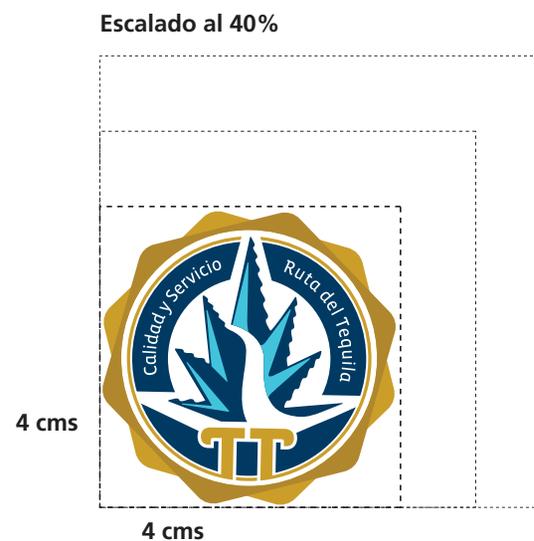
La correcta disposición, construcción y uso mecánico de los elementos, como áreas de protección, garantizan unidad y claridad visual en todo momento. El Distintivo Doble T (Tequila/Turístico) al 100% (9 x 7 cms) tiene una zona de seguridad de 1 cm. en cada uno de sus lados, y ésta debe ser respetada no situando imágenes y/o texto dentro de esta área. Esto favorece la buena legibilidad del logotipo y la imagen, tomando en cuenta que la zona de seguridad siempre será a proporción del tamaño del logotipo, según se reduzca o se aumente. La observación y cumplimiento de estos principios normativos fortalecerán el reconocimiento y proyección de la marca en sus diversas aplicaciones y usos. Los casos no previstos en este material deberán ser resueltos a partir del criterio normativo básico. Si no se puede inferir la solución, es imprescindible consultar a **Ettion® branding + design** para obtener la respuesta óptima.



Zona de Seguridad

ESCALA MÍNIMA

Tamaño mínimo (positivo) para reconocimiento de la marca. El logotipo no debe ser reducido más de lo indicado en este manual, de lo contrario se perderá la legibilidad del mismo.



Tipografía



Tipografía

La familia tipográfica para el Distintivo Doble T es única y original, la cual la hará resaltar dentro del entorno en el que se envuelve. Como tipografía secundaria se podrá utilizar la Vista Sans Alt en todos sus pesos visuales. Éstos se combinarán entre sí para contrastar textos y cuerpos de escritos, así como para dar énfasis en situaciones tales como encabezados, notas a resaltar, pies de página, etc.

Vista Sans Alt Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?¿®†¥Ø~ßfΔ

Vista Sans Alt Book
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?¿®†¥Ø~ßfΔ

Vista Sans Alt Med
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?¿®†¥Ø~ßfΔ

Vista Sans Alt Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?¿®†¥Ø~ßfΔ

Aplicaciones



Aplicaciones

Algunas de las aplicaciones en las que podrá utilizarse el Distintivo Doble T, deberán tener una zona de seguridad en cada uno de sus lados, y ésta debe ser respetada no situando imágenes o cualquier objeto que no le permita tener una visibilidad adecuada.

Loseta Cerámica



Loseta Cerámica pintada a mano y horneada, 20 x 20 cms. puede utilizarse en interior y exterior adosada a muro con cemento crest.

Calcomanía para Cristal.



Calcomanía para cristal, 10x10 cms. puede realizarse en serigrafía.

Cerámica Esmaltada



Loseta Cerámica pintada a mano y horneada, 20 x 20 cms. se utiliza en el interior (mostrador, recepción) y se coloca en un soporte / tripie.

Holograma



Holograma convencional con dimensiones de 12 mms. se utiliza como distintivos en piezas artesanales, la cual hace que la pieza se única y original.

Bordados



Bordado convencional, el cual puede aplicarse a cualquier tipo de textil ó souvenir (gorras, mochilas, playeras tipo polo, etc.).

Bordados



Se puede aplicar como distintivo bordado en filipinas para chef's y personal de cocina en los restaurants que cuenten con la norma del Distintivo TT.

Bordados.



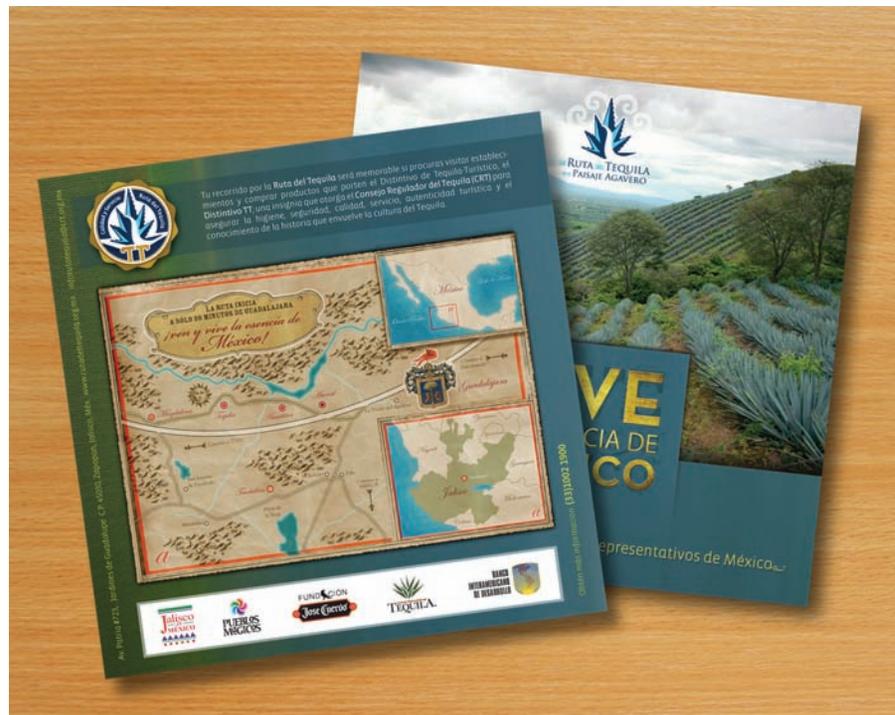
En el caso de la mantelería se recomienda el uso de bordado en las esquinas, y en las servilletas al centro.

Pin.



Como distintivo entre el personal, podrán hacer el uso de un pin decorativo, el cual a su vez puede llegar a ser un buen recuerdo de la ruta.

Folletería



En la folletería el logotipo deberá contar con su área de protección para tener una correcta legibilidad.

Banner



Al igual que en la folletería el logotipo deberá contar con su área de protección para tener una correcta legibilidad.