



Guía de aplicación de la marca IMPO

IMPO - Dirección Nacional de Impresiones y Publicaciones Oficiales **v1.0**

Este guía responde a la necesidad de asegurar la correcta aplicación de los elementos de la Imagen Visual Institucional de IMPO.

A través de su cumplimiento, se evitarán disfunciones y aplicaciones dispares, logrando una mayor coherencia en la percepción pública de la imagen institucional.

El buen uso de la misma exige su implantación y aplicación por el personal, a fin de garantizar, en todos los casos, el empleo correcto de los elementos gráficos, colores y tipografía, así como el material de papelería y promoción.

La obligatoriedad de uso del presente documento, comprende también a quienes en un momento dado dependa la difusión de la marca gráfica de IMPO, muy especialmente los medios de comunicación, imprentas, empresas de publicidad, etc. Por tanto, en estos casos ha de facilitarse el manual y comprobar posteriormente, que el trabajo se ajusta a las normas.

Los casos no contemplados en el presente documento o aquellos que causen dificultades o dudas al aplicar las normas aquí expuestas deberán ser consultados al personal encargado del manejo de la imagen institucional.



Contenido

El logo - Conceptos	4
Principales presentaciones	5
Modalidades cromáticas.....	5
Zona de Reserva	6
Tamaño mínimo impreso.....	7
Tamaño mínimo digital	7
Colores de la marca	8
Paleta secundaria.....	8
Proporción cromática.....	9
Usos erróneos.....	10
Tipografía	11
Submarcas: Productos y Servicios.....	12
Submarcas: Uso interno para Áreas, Departamentos o Secciones.....	13
Firma de correo electrónico	14
Tarjeta Personales.....	15
Papelería – Hojas membretadas	16
Papelería – Visión general.....	17



El logo - Conceptos

El logo está compuesto por la palabra IMPO utilizando letras diseñadas a medida y un tratamiento iconográfico de la letra **P** que representa la conjunción de varios conceptos:

comunicación / contenidos oficiales / utilizando canales y medios más adecuados y actuales / para transmitir información relevante.

El punto naranja en la **P** por un lado insinúa el sol de la bandera a la vez que evoca la información relevante y útil brindada por la institución.



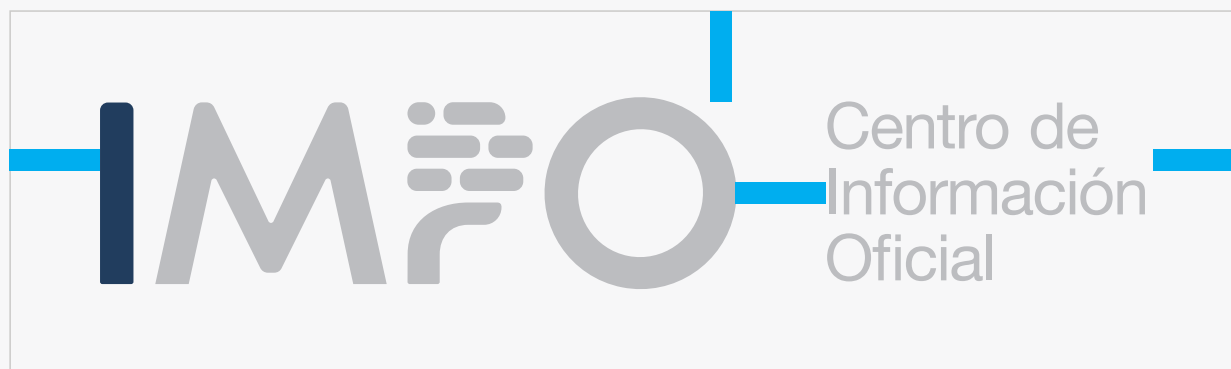
Principales presentaciones

Los dos principales formatos de uso del logo son:

1. El logo acompañado del nombre público
2. y el logo solo

Modalidades cromáticas

A su vez las modalidades cromáticas más utilizada son dos: positivo color y negativo (blanco sobre fondo oscuro).



Zona de Reserva

Para asegurar el mejor impacto visual y evitar confusiones, siempre se debe aplicar el logo respetando la zona de reserva.

Cómo y donde se usa es clave para la efectividad en su comunicación. Siempre debe asegurarse el mínimo espacio alrededor del logo para que “respire” ya sea en un fondo de color, una foto o en convivencia con otras marcas. Si el mismo se respeta nunca debería tocar el contenido, el borde de una foto u elemento gráfico.

Dicho zona se define a partir de la mitad de la altura de la letra I.

Impresos



30 mm



30 mm

Digital HD



270 px

Digital



180 px

Tamaño mínimo impreso

Medio impreso: para asegurar la legibilidad el logo de IMPO no debe ser reproducido en tamaño menor a 30 mm de ancho.

Tamaño mínimo digital

Medio digital: El tamaño mínimo para uso digital será de 270 píxeles de ancho.
En caso excepcional podrá tener un mínimo de 180 píxeles.

Colores de la marca

La paleta principal está definida en los siguientes espacios de color:

CMYK,
RGB,
PANTONE
y **Hexadecimal.**

Paleta secundaria

Se definió un grupo de colores secundarios que podrán incorporarse en diversas piezas sin alterar la proporción y la aplicación específica de la marca.

Azul 1

C91 M75 Y36 K31
R38 G61 B95
#263D5F
PANTONE 302

Azul 2

C90 M35 Y0 K0
R0 G133 B197
#0085C5
PANTONE 3005

Azul 3

C90 M0 Y0 K0
R0 G168 B227
#00A8E3
PANTONE 299

Naranja

C0 M61 Y87 K0
R245 G129 B56
#F58138
PANTONE 1575

C0 M0 Y0 K100
R0 G0 B0
#000000
PANTONE Black

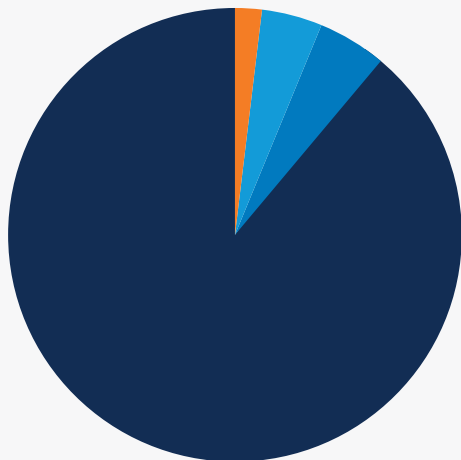
R119 G146 B197
#7792C5

R39 G182 B195
#27B6C3

R75 G152 B102
#4B9866

R253 G184 B19
#FDB813

R206 G77 B44
#CE4D2C



Proporción cromática

Las piezas individuales pueden variar, pero deben mantener la proporción cromática aproximada de los colores de la marca.

Proporción de colores de la marca + colores secundarios. Esta gráfica de proporción no implica que se tengan que utilizar todos los colores al mismo tiempo.

Usos erróneos

No alterar, rotar ni modificar el logotipo.

1 y 2) No utilizar colores de fondo no definidos (en piezas de IMPO).

3) No utilice versiones anteriores del logotipo.

4) No rodear o pegar el logo a otros elementos/ No conjugar el logotipo con accesorios adicionales, (ej: burbujas de discurso, texturas etc).

5) Respetar el espacio de reserva.

6) Versión monocroma solo en fondos claros o blanco.



IMPO Centro de Información Oficial

1



IMPO Centro de Información Oficial

2



IMPO | Centro de Información Oficial

3



IMPO Centro de Información Oficial

4



IMPO Centro de Información Oficial
LOGO X

5



IMPO Centro de Información Oficial

6



IMPO Centro de Información Oficial

7



IMPO Centro de Información Oficial

8



IMPO Centro de Información Oficial

9

Aa

Helvetica Neue

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Aa

Helvetica Neue Bold (75)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Aa

Aileron

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Aa

Roboto 

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Tipografía

La tipografía es una de las partes más importantes de la marca y define en buena medida su aspecto visual. La marca en sí está compuesta por letras diseñadas a medida.

Para el resto de los elementos de comunicación escrita se deberían seguir los siguientes criterios:

La tipografía primaria utilizada por IMPO es la **Helvética** pudiendo sustituirse en caso de no contar con la misma por las siguientes opciones: **Aileron** / **Arial** / **Roboto** (solo para web)

El estilo bold debería utilizarse para los títulos y subtítulos y ciertos destacados. Nunca debe aplicarse con todas las letras en mayúscula salvo alguna razón justificada y específica.

Submarcas: Productos y Servicios

La submarcas de IMPO se componen de las siguientes formas:

1. Logo + nombre de la submarca
2. Nombre de la submarca + logo

Cada marca de producto tendrá definida una de las dos opciones.

Para las **submarcas** de productos se utilizará la helvética neu bold en **negro**, en **azul1** o **azul2** (ver colores).

En esta página se presentan algunas variantes cromáticas para aplicar en las submarcas IMPO.

IMPO Banco de Datos

IMPO *DiarioOficial*

IMPO multimedia

Pantalla **IMPO**

Submarcas: Uso interno para Áreas y Departamentos.

La submarcas internas se componen de la siguiente forma:

Logo + nombre de área / depto o sección.

Para las **áreas y secciones** de IMPO se utilizará en el nombre utilizando la tipografía helvética neu bold en color **negro** o **azul1**.

IMPO Banco de Datos

IMPO Secretaría

IMPO Tesorería
Área Administración

IMPO Producción

IMPO Jurídico

IMPO Contabilidad
Área Administración


IMPO Comercial

IMPO Gestión de
Capital Humano

IMPO Expedición y Stock
Área Servicios de Apoyo

Nombre y Apellido
Área / sección / departamento

Tel.: 2908.5042
Av. 18 de Julio 1373
mcaiafa@impo.com.uy
Montevideo - Uruguay

 Centro de Información Oficial

Helvetica / Arial 10pts
Color negro

Helvetica / Arial 10pts
Color gris

Logo color

Firma Email - Agencias

Nombre Apellido
Agencia Localidad

Tel.: 2908.5042 (int. 111)
agencia@vera.com.uy | impo.com.uy
Dirección | Montevideo - Uruguay

 Centro de Información Oficial



Firma de correo electrónico

La firma se estructura en 3 partes:

- 1. Identificador.** Nombre + sección / área
Helvética/Arial 10 pts Bold y Negro (nombre).
Helvética/Arial 10 pts gris (área / depto).
- 2. Datos de contacto** que podrán variar según cada persona (ej: tel. + cel + email etc)
Helvética/Arial 10 pts gris.
- 3. Logo de la empresa**
(parte invariable de la firma).



Tarjeta Personales

La tarjeta se estructura en 3 partes:

1. Identificador. Nombre + sección / área

Helvética/Arial 10 pts Bold y Negro (nombre).

Helvética/Arial 10 pts gris (área / depto).

2. Datos de contacto que podrán variar según cada persona (ej: tel. + cel + email / tel. + dirección etc)

Helvética/Arial 10 pts gris.

3. Logo de la empresa

(parte invariable de la tarjeta).



Helvética Bold
9,5 pts.
Negro 100%

Helvética Bold
8 pts.
Azul1

Helvética Normal
7,5 pts.
Negro 90%



Papelería – Hojas membretadas

Se definió una hoja membretada institucional (1)

Una hoja institucional con la frase: Centro de Información Oficial (2)

Una hoja para cada Área o Departamento (3).

(3) Las hojas de cada área/depto se utilizan con el logo monocromo en color azul1.

El grafismo del pie surge de una sección del isologotipo.



1. hoja membretada



2. tarjetas: frente y dorso

3. Sobres



4. Carpetas



Papelería – Visión general

1. Hoja Membretada

formato A4
papel obra 90 gr
tintas: 4x0

2. Tarjetas

2 planchas de 8 tarjetas doble faz
papel coteado mate 300 gr o similar
tintas: 4x4

3. Sobres

Sobres blanco
formato 23,5x10,5cm
tintas 4x0
papel 100 gr

Sobre manila blanco
formato 32x23cm
tintas 4x0
papel 100 gr

4. Carpetas

con bolsillo para hojas A4
formato cerrado 23x32cm
formato abierto (incluyendo bolsillo) 46x39cm
papel cartulina blanca-blanca 300 grs



Centro de
Información
Oficial