# Juventud y Familia Misionera

Manual de Identidad Corporativa

## Antecedentes e Introducción

## Reglas Básicas

2.1.Imagotipo

2.2.Isotipo

2.3.Logotipo

2.4.Acomodos

2.5.Gama Cromática

2.6.Adaptabilidad Cromática

2.7.Tipografías

2.8 Elementos auxiliares

2.9 Videos

## Aplicaciones

3.1 Página Web

3.2 Firma digital y sello institucional

3.3 Dípticos informativos

3.4 Redes sociales

3.5 Folder y hoja membretada

3.6 Tarjetas de presentación

3.7 Imágenes

# Antecedentes e Introducción

## Misión

Convocar, formar y enviar agentes de evangelización que transformen sus comunidades.

## Visión

Ser y hacer discípulos.

## Valores

Cristocentrismo, urgencia apostólica, servicio a la Iglesia, testimonio de autenticidad, vida de oración, unidad, humildad, perseverancia, sólida formación doctrinal.

# Introducción

Este Manual de Identidad Corporativa reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la identidad visual de **Juventud y Familia Misionera** en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos. La denominación, la tipografía y los colores corporativos serán de utilización exclusiva para todos los documentos que se editen, no estando permitida su utilización en versiones y formatos distintos a los que se especifican en los apartados correspondientes de este Manual.

Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar definitivamente su Identidad Visual. El correcto y consistente uso de la marca **Juventud y Familia Misionera** contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

Es un trabajo de equipo, en el que todos participamos para poder transmitir y comunicar la identidad de **Juventud y Familia Misionera**.

# Reglas básicas

# Imagotipo

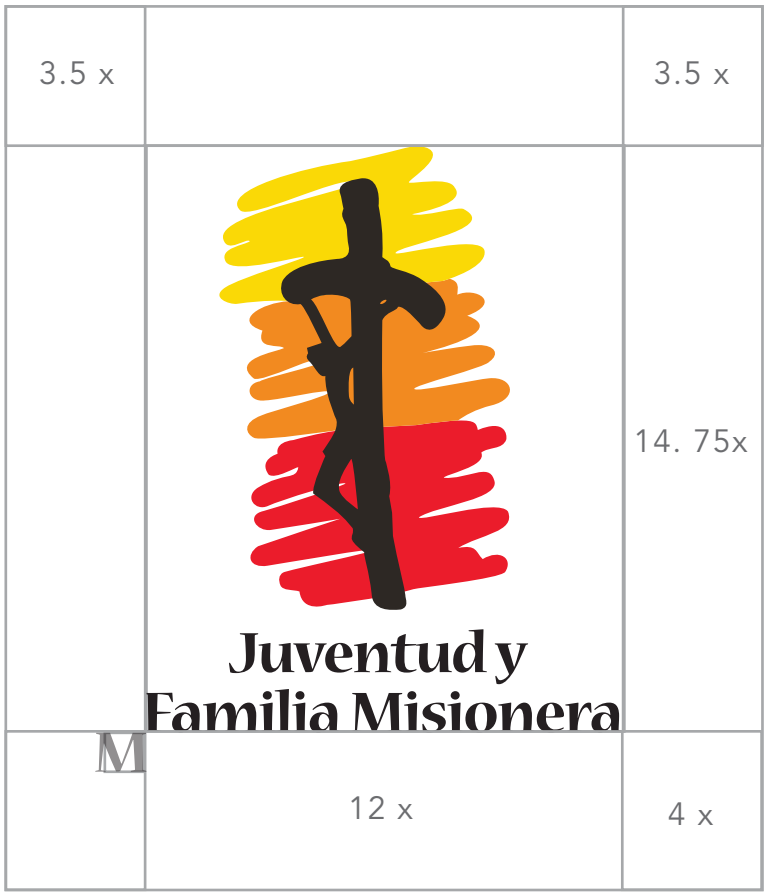
Juventud y
Familia Misionera

# Construcción

**Retícula de proporción**
*Se detallan las relaciones del imagotipo para su correcta reproducción. Esta se debe de respetar siempre para que el imagotipo no sufra deformaciones las cuales afecten la imagen de la empresa. Su construcción se determina por la medida x, la cual es establecida de acuerdo a la altura de la letra M del logotipo.*

**Área de protección**
*Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.*

**Tamaños mínimos**
*El imagotipo mantiene su correcta visualización hasta un tamaño de 2.2 x 2.57 cm para impresiones y 63 x 73.7 px para su uso digital.*



# Isotipo

*Es la parte simbólica o icónica de la representación gráfica de* **JFM.**
Este representa a la marca y no es necesario que contenga el nombre de la marca.

# Construcción

### Retícula de proporción

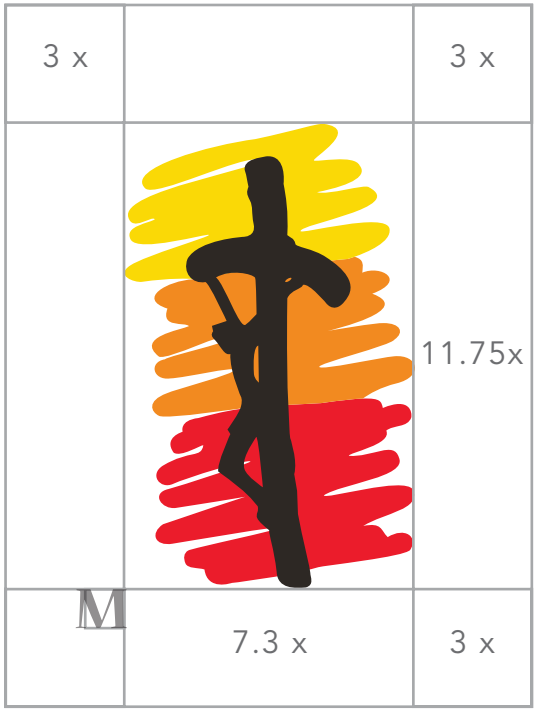
*Se detallan las relaciones del isotipo para su correcta reproducción. Esta se debe de respetar siempre para que el isotipo no sufra deformaciones las cuales afecten la imagen de la empresa. Su construcción se determina por la medida x, la cual es establecida de acuerdo a la altura de la letra M del logotipo.*

### Área de protección

*Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.*

### Tamaños mínimos

*El isotipo mantiene su correcta visualización hasta un tamaño de 0.9 x 1.17 cm para impresiones y 25 x 33.3 px para su uso digital.*



# Logotipo

*La selección del logotipo es de suma relevancia ya que ayuda a que la empresa sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida y le da la fuerza al nombre de la empresa.*

**Juventud y**
**Familia Misionera**

# Construcción

### Retícula de proporción

*Se detallan las relaciones del logotipo para su correcta reproducción. Esta se debe de respetar siempre para que el logotipo no sufra deformaciones las cuales afecten la imagen de la empresa. Su construcción se determina por la medida x, la cual es establecida de acuerdo a la altura de la letra M del logotipo.*

### Área de protección

*Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.*

### Tamaños mínimos

*El logotipo mantiene su correcta visualización hasta un tamaño de 2.9 x 1 cm para impresiones y 82.5 x 28.35 px para su uso digital.*

# Gama cromática

*La elección de la paleta cromática de nuestra identidad corporativa es una de las más decisivas para comunicar lo que se desea.*

La gama cromática seleccionada para el imagotipo de **JFM** consta de 4 colores; amarillo, naranja, rojo y negro.

| | |
|---|---|
| 108 C | C1 M11 Y100 K0<br>R255 G219 B0<br>#FFDB00 |
| 144 C | C2 M54 Y100 K0<br>R243 G138 B0<br>#F38A00 |
| 185 C | C1 M100 Y92 K0<br>R235 G0 B40<br>#EB0028 |
| Black C | C66 M64 Y67 K67<br>R46 G41 B37<br>#2E2925 |

# Colores auxiliares

*La elección de la paleta cromática de nuestra identidad corporativa es una de las más decisivas para comunicar lo que se desea.*

La gama cromática seleccionada como auxiliar ayuda a generar contraste y armonía entre los elementos utilizados para la comunicación de la marca, ya que los colores propios del logotipo generar un contraste extremo, que no funciona para comunicar lo deseado.

Es por eso que se seleccionaron 4 colores que pertenecen a la misma gama cromática que los del logotipo, pero generar menos contraste visual al estar menos saturados. Estos colores se deben de utilizar de la siguente manera al aplicarlos: amarillo 40%, naranaja 35% y rojo 20%, tomando el gris como color de apoyo en texto.

| | |
|---|---|
| 7-8 C | C1 M17 Y100 K0<br>R255 G206 B0<br>#FFCE00 |
| 144 C | C2 M54 Y100 K0<br>R243 G138 B0<br>#F38A00 |
| bright red C | C0 M90 Y95 K0<br>R255 G58 B29<br>#FF3A1D |
| Black C 10% | C66 M64 Y67 K67<br>R46 G41 B37<br>#2E2925 |
| 2748C | C100 M93 Y24 K23<br>R0 G26 B112<br>#001A70 |

# Adaptabilidad cromática

COLORES ORIGINALES

ESCALA DE GRISES

UNA TINTA

SOBRE FONDO CORPORATIVO

# Tipografía principal

*La tipografía aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual.*

Se ha seleccionado una tipografía Sans Serif; **KEEP CALM**, la cual aporta un carácter funcional y coherente con la identidad de la marca.

Esta tipografía se debe utilizar para títulos y al hacer mención del nombre de la empresa.

Utilizar las siguientes variantes:

**Keep Calm Regular**

Ab

ABCDEFGHIJKL
MNÑOPQRSTUV
WXYZabcdefghij
klmnñopqrstuvw
xyz123456789

# Tipografía secundaria

*La tipografía secundaria puede ser utilizada en caso de no contar con la principal, esto solamente para soportes informáticos y para la redacción de documentos.*

Se ha seleccionado una tipografía Sans Serif; Avenir con un tracking de 50.

Utilizar las siguientes variantes:

Avenir Light *Oblique*
Avenir Book *Oblique*
Avenir Roman *Oblique*
Avenir Medium *Oblique*
**Avenir Heavy *Oblique***
**Avenir Black *Oblique***

Ab

ABCDEFGHIJKL
MNÑOPQRSTUV
WXYZabcdefghij
klmnñopqrstuvw
xyz123456789

# Tipografías auxiliares

*Las dos tipografías auxiliares pueden ser utilizadas para darle un aspecto más informal a la marca, esto solamente para su uso en redes sociales y publicidad.*

Se ha seleccionado una tipografía Script; Beyond the Mountains.
Y una tipografía Sans Serif; **Block Berthold Condensed.**

Utilizar las siguientes variantes:

Beyond the Mountains

**Block Berthold Condensed**

Ab

ABCDEFGHIJKL
MNÑOPQRSTUV
WXYZabcdefghij
klmnñopqrstuvw
xyz123456789

Ab

ABCDEFGHIJKL
MNÑOPQRSTUV
WXYZabcdefghij
klmnñopqrstuvw
xyz123456789

# Elementos auxiliares

*Estos elementos aportan homogeneidad y armonía con el logotipo, utilizados como apoyo para mantener la identidad visual de* **JFM** *en todas las aplicaciones por desarrollar.*

## Concepto

Los círculos representan las diferentes dimensiones de una comunidad: espiritual, apostólico, humano y social. También representan los tres pasos para la evangelización: Jesús te encuentra, te forma y te envía.

Estos van en crecimiento y representan a los misioneros que son discípulos comprometidos que hacen discípulos en las comunidades; y estos a su vez van creando más discípulos.

Se intersectan demostrando la importancia de trabjar en conjunto; párrocos, agentes de evangelización y misioneros para lograr esta gran misión.

## Iconografía

Se utilizará una iconografía que, al utilizar formas orgánicas estilo bosquejo, va de la mano con el logotipo actual. Todos los iconos que se realizen deben de respetar este tipo de línea, para lo cual se utiliza el pincel *15 pt. Oval* de la biblioteca de Illustrator dentro de la categoría de Artisticas-Caligráficas.

## Logotipo

En caso de utilizar el logotipo sobre un fondo de color es necesario que lleve un contorno blanco. Y se debe de utilizar también sobre un semicírculo esquinado en la parte inferior.

## Animación

Aplicando el mismo estilo de la iconografía se llevarán a cabo escenas para ayudar a visualizar la misión y visión de **JFM**.

## Transparencias

La iconografía se puede aplicar en transparencias degradadas para darle más volumen a las imagenes, sin saturarlas.

# GIGANTISMO TIPOGRÁFICO

Se utilizará el gigantismo tipográfico para dar mensajes claros y directos, de preferencia utilizando la principal **Keep Calm**.

## Fotografías a color con recorte

En caso de ser necesario utilizar fotografías, estas se aplicarán sobre fondo corporativo con un recorte para generar énfasis sobre la imagen.