

Manual de USO DE LA MARCA



Asociación Panamericana
de Profesionales de la
Agrimensura y Topografía



1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. SIMBOLOGÍA DE LA MARCA.....	5
2-1 Imagotipo.....	6
2-2 Área de respeto.....	7
2-3 Colores corporativos.....	8
2-4 Íconos corporativos.....	9
2-5 Tipografía utilizada.....	10
2-6 Tipografía secundaria.....	12
2-7 Reducción mínima.....	13
2.8 Versiones del imagotipo y el isologo.....	14
3. USO DE LA MARCA.....	15
3-1 Usos correctos de la marca.....	16
3-2 Aplicaciones incorrectas de la marca.....	18
4. APLICACIONES DE LA MARCA.....	20
4-1 Piezas Gráficas corporativas.....	21

1. introducción

La nueva propuesta visual de APPAT:

Esta nueva imagen busca plasmar la visión de una entidad moderna, tecnológica y con un alcance panamericano, preparada para los desafíos del presente y del futuro.

Un manual para guiar nuestra imagen:

Este Manual de Imagen Visual es una herramienta fundamental para garantizar la coherencia y el uso correcto de la nueva identidad visual de APPAT en todas las comunicaciones y aplicaciones. En él se definen los elementos gráficos que componen la marca, así como las normas de uso para cada uno de ellos.

Invitamos a todos los miembros de APPAT a unirse a este proceso de transformación y a adoptar la nueva identidad visual como símbolo del compromiso que compartimos con la construcción de un futuro mejor para la organización y para todos los profesionales que la integran.

2. simbología de la marca

La identidad visual de APPAT se define por elementos distintivos que destacan su presencia, entre ellos el imagotipo. Un imagotipo es la combinación perfectamente equilibrada del logotipo y del isotipo. Se trata de la representación gráfica de una marca mediante una o más palabras acompañadas del símbolo o icono.

Tanto el imagotipo como el isologo (la unión del isotipo y texto) se pueden utilizar en la mayoría de los elementos de la identidad visual de la organización, como:

- Sitio web de APPAT
- Presentaciones
- Papelería (membrete, tarjetas de presentación, sobres, carpetas, facturas)
- Empaques
- Redes sociales (avatar, publicaciones)
- Bolígrafos, tazas y camisetas, entre otros.

En general, se recomienda usar el **imagotipo** siempre que sea posible, ya que es la forma más completa de representar la marca APPAT. Sin embargo, el **isologo** puede usarse en casos específicos, en que los espacios son muy reducidos y se compromete la claridad del **imagotipo**.

El **isotipo**, se puede utilizar en fondos y transparencias.



2-1

Imagotipo

CORPORATIVO

imagotipo



Logotipo

isologo



isotipo

2-2 Área de RESPETO

El área de respeto es un espacio alrededor del imagotipo que lo protege de ser interferido por otros elementos gráficos. Este espacio garantiza la legibilidad y la correcta visualización en cualquier contexto.

El tamaño del área de respeto se define en función del tamaño del imagotipo y se establece mediante la referencia "X", que equivale al ancho y alto de la letra "A" en la tipografía utilizada.



- El área de seguridad es un espacio alrededor del imagotipo que se debe respetar.
- Su función es proteger la visibilidad y legibilidad del imagotipo.
- Las dimensiones del área de seguridad se establecen en relación al tamaño del imagotipo.
- Estas reglas aplican para el uso del ISOLOGO.

2-3

Colores CORPORATIVOS

El color es un elemento de soporte importante en la identidad de APPAT. Los colores corporativos permiten distinguir comercialmente a la marca.

La identidad se compone de 3 colores especiales, que también pueden ser reproducidos por cuatricromía (CMYK). Éstos pueden servir como elementos de identificación cuando sean usados independientemente.

- 

Simboliza la conexión con la naturaleza y la tierra. Representa la dedicación de APPAT a las prácticas sostenibles y la importancia de la precisión en la agrimensura y la topografía.
- 

Evoca confianza y estabilidad. En este contexto, refleja la precisión y confiabilidad de las mediciones, así como la extensión de los territorios explorados por los profesionales en topografía y agrimensura.
- 

Una mezcla de verde y azul, simboliza calma, claridad y renovación. Relacionado con la comunicación efectiva y la creatividad, en APPAT representa serenidad en la práctica profesional, comunicación clara y continua evolución tecnológica en la profesión.



C 91%	R 40
M 66%	G 87
Y 28%	B 128
K: 10%	HTML #285780



C 77%	R 52
M 3%	G 174
Y 93%	B 83
K: 0%	HTML #34AE53



C 83%	R 0
M 29%	G 140
Y 32%	B 60
K: 1%	HTML #008CA0

2-4

Íconos CORPORATIVOS



En el imagotipo se incorpora círculos no definidos que representan la globalidad y el mundo, simbolizando la participación panamericana en su conjunto.

2-5

Tipografía UTILIZADA

Gabarito es una tipografía geométrica sans serif alegre con 6 pesos, del normal al negro. Creada originalmente para una plataforma de aprendizaje online en Brasil, su nombre significa “hoja de respuestas”. Es una tipografía muy moderna.

Su diseño comenzó en 2017 por Leandro Assis y Álvaro Franca, se desarrolló y mejoró en 2020 por Álvaro Franca y Felipe Casaprima, y finalmente en 2023 recibió una actualización para su lanzamiento público, con la ayuda de Henrique Beier de Harbor Type.

APPAT



**ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz**

**1234567890
!”,.\$%&/()=**

Josefin Sans es una tipografía geométrica, elegante y con un toque vintage, inspirada en diseños de la década de 1920. Sus proporciones inusuales y su claridad la hacen ideal para usarse en tamaños grandes. Posee una familia hermana con serifas llamada Josefin Slab, y se actualizó en 2019 con un eje de peso variable para mayor flexibilidad. Fue diseñada por Santiago Orozco, un reconocido diseñador de tipografías mexicano

ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz

1234567890
!“. \$%&/()=

Asociación Panamericana
de Profesionales de la
Agrimensura y Topografía

 Josefin sans

ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz

1234567890
!“. \$%&/()=

2-6

Tipografía SECUNDARIA

Source Sans Pro forma parte esencial de la identidad gráfica de nuestra marca, desempeñando un papel clave como tipografía secundaria en textos y documentos largos que acompañan la marca.

Esta tipografía, caracterizada por su modernidad y neutralidad, se adapta a diversos contextos. Su legibilidad persiste incluso en tamaños de fuente más pequeños y crea armonía visual .

Descargar aquí: <https://www.fontsquirrel.com/fonts/source-sans-pro>

Diseñada por Paul D. Hunt diseñador de fuentes nacido en Estados Unidos, creó la tipografía específicamente para Adobe Systems.

Source Sans Pro

Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890!"·\$%&/()=

Itálica

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890!"·\$%&/()=*

Semibold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890!"·\$%&/()=**

Semibold itálica

***ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890!"·\$%&/()=***

Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890!"·\$%&/()=**

Black

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890!"·\$%&/()=**

Black itálica

***ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890!"·\$%&/()=***

2-7

Reducción MÍNIMA

La reducción de la marca está sujeta a limitaciones específicas. Las proporciones mínimas deben ser de 4.5 cm de ancho por 0.76 cm de alto para garantizar la legibilidad y distinción adecuadas.

En entornos digitales, las medidas no pueden ser inferiores a 127 px de ancho por 21 px de alto. Tener un tamaño por debajo de estos estándares dificultará la identificación y lectura de la marca y en su defecto se permitirá utilizar el isologo.

Isologo: en casos donde se debe de incluir en un tamaño menor a los establecidos



Impreso



Digital



2-8

Versiones del IMAGOTIPO Y EL ISOLOGO

Uso en positivo con fondo de color

Se prescribe para asegurar la visibilidad clara de la marca sobre fondos oscuros. Presentado en blanco sobre colores intensos, demuestra la versatilidad y se recomienda en contextos donde predominan los fondos oscuros.



A una tinta

Esta variante solo admite el color sólido y debe ser utilizada únicamente para sistemas de impresión que no permitan el uso de colores ni escala de grises.



Escala de grises

Se establece la versión en escala de grises para su uso en sistemas de reproducción que no permitan la impresión de colores.



3. usos de la marca

A continuación, se detallan normas generales esenciales para evitar una aplicación incorrecta de la marca. La adhesión a estas prácticas es fundamental, ya que descuidarlas podría tener un impacto negativo en la identidad visual y la percepción que el público tiene respecto a la calidad y los servicios ofrecidos.

Estas normas son válidas tanto cuando se usa el imago tipo como en el uso del isologo.

3-1

Usos correctos de la MARCA

La integridad de la identidad visual de la marca debe ser preservada sin alteraciones en ningún escenario, con el fin de salvaguardar la estructura en la que se fundamenta.

Fondo fotográfico

Para garantizar la legibilidad y el impacto visual de la marca sobre fondos con textura o fotografía cargada, se debe colocar el isologo o el imagotipo sobre una plasta blanca.

La plasta blanca puede tener una transparencia moderada o ser completamente sólida, dependiendo del contexto específico en el que se utilice la marca.



Fondo oscuro



Fondo claro



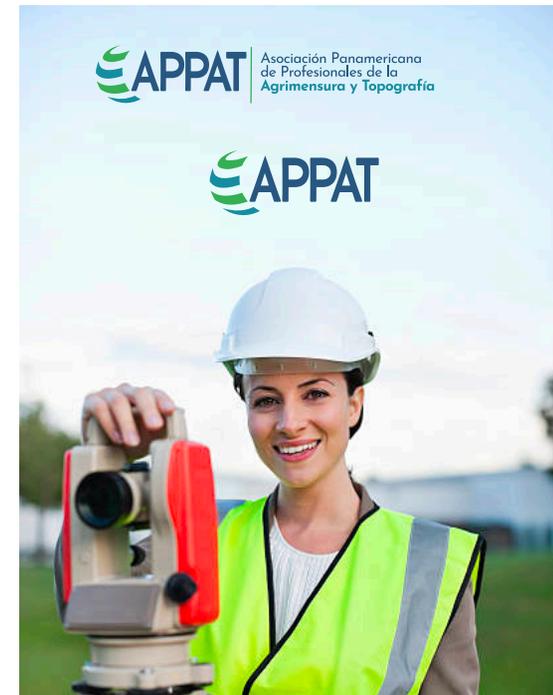
En casos con imagen o fotografía con predominio oscuro, utilizar la marca en blanco.



En casos en donde hay un fondo oscuro armonioso con la marca a color, se permite pero con el texto del logotipo en blanco. No esta permitido para el isologo.

Fondo imagen

En casos con imagen o fotografía con predominio claro, utilizar la marca a color.



3-2

Aplicaciones incorrectas de la MARCA

A modo de guía, aquí se presentan algunas aplicaciones incorrectas que deberán evitarse a fin de proteger la integridad de la marca. Estas indicaciones son válidas para el imago tipo y el isologo.

No modificar el tamaño de los elementos



No modificar la ubicación de los elementos



No distorsionar proporciones



No cambiar la tipografía



No utilizar la marca con baja resolución



No utilizar colores ajenos a la marca



No usar la marca blanca en fondo claro



No utilizar sobre fotografías cargadas

No usar la marca colores en fondo oscuro



4. Aplicaciones

Cuando nos referimos a aplicaciones de marca, hablamos de cualquier elemento que utilice la identidad visual de APPAT. Este apartado incluye ejemplos concretos, como material de papelería, entre otros. No se limita necesariamente a ejemplos, sino que abarca cualquier material gráfico utilizado o que se utilizará en el futuro para representar la marca.

4-1

Piezas gráficas CORPORATIVAS

Sobre



+506 XXXXXX

info@appat



appat.com

San José, Costa Rica

Carta membretada



Señor
Nombre
puesto
Compañía

Ut esti autem fuga. Et anienet omnissincti totas eles simaion evel exceptam as alicid quo ius volupt et endis ma quae nimusda vellabore si beribeaque conse commis et, sint perum aspiciene.

Num ducimporum quisi ut ium laces utatet quamendio. Aquia veles aciamus.

Illaut ipsant rem quam, qui doluptatur? Qui debitemquam iusae sant.

Pistias dolorio rector ad magnihicient aut faccum fuga. Latur a cusapid eriberae premolumquam reserferum dem ulloria sperro iliquiam laut am inullabor sitio quam harions equamus nes utem esequ nobis untur modit que natectaspid quatur, omnitem ilique

Name surname

Nombre
puesto

San José,
Costa Rica

info@appat

+506 XXXXXX

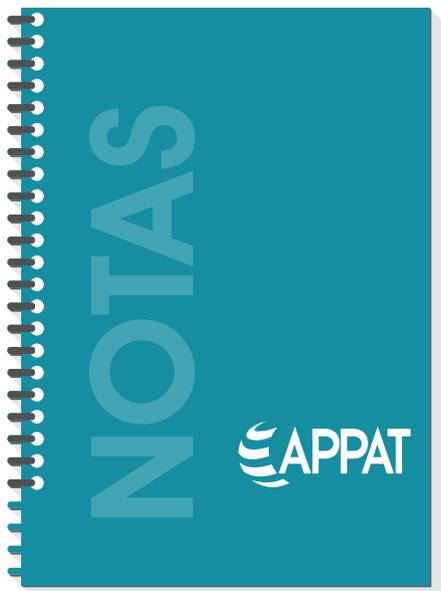
appat.com



Tarjeta de presentación



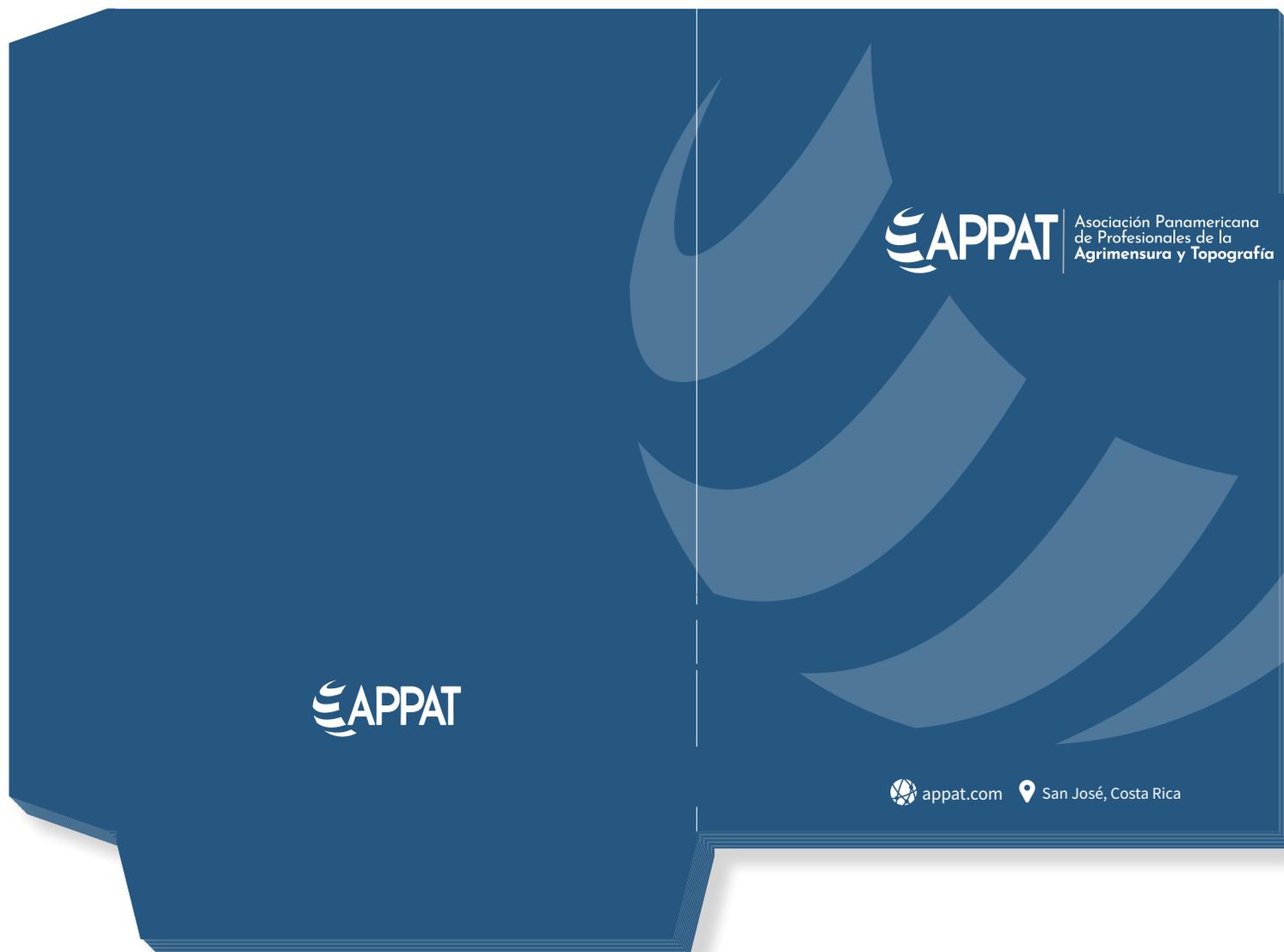
Libreta corporativa



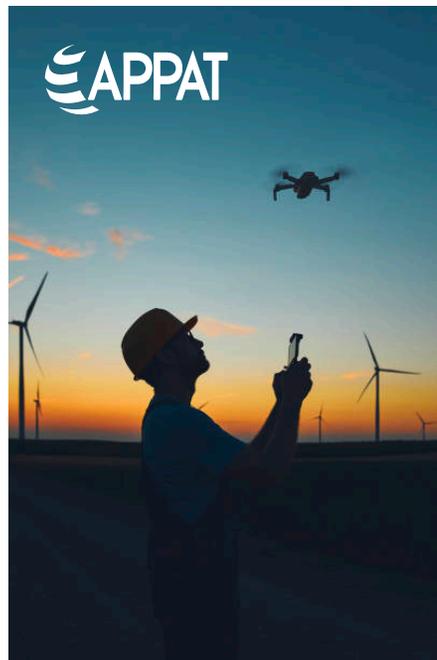
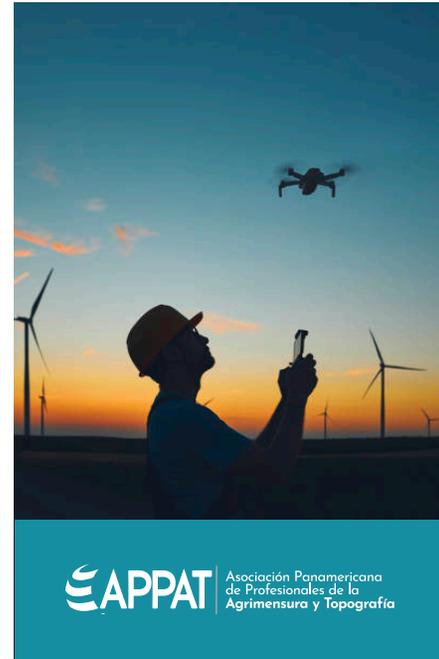
Firma digital Corporativa



Carpeta corporativa



**Elementos de comunicación
cintillo corporativo**





Banner



Desarrollado por:

jade
diseños & soluciones
jadecr.com