ALCALDÍA TLALPAN

MANUAL DE LINEAMIENTOS DE MARCA

2024 - 2027

Índice

01. Nuestra Firma

Imagotipo 03
Retícula Constructiva 04
Área de aislamiento 05
Versión horizontal 06
Retícula Constructiva y Área de aislamiento 07
Tamaños mínimos 08
Elementos de la firma 09
Usos incorrectos de la firma 10

02. Colores institucionales

Paleta de color principal 12
Paleta de color secundaria 13
Blanco y negro y una tinta 14
Uso escala de grises 15
Fondos autorizados 16

03. Nuestra tipografía

Tipografía Principal 18

04. Convivencia de imagotipos

Convivencia de imagotipos 20

05. Elementos de acompañamiento

Isotipo como elemento de acompañamiento 23
Otros ejemplos autorizados para el uso del elemento de acompañamiento 24
Texturas 25
Patrón 26
Patrón pleca 27

06. Estilo fotográfico

Estilo fotográfico 29
Calidez Humana 30
Monumentalidad 31
Grandeza 32

07. Estilo editoriales

Lineamientos editoriales 34
Estilo editorial 35
Portada 36
Interiores 38
Contraportada 40

08. Lineamientos para eventos

Lineamientos para eventos 43
Backs 44
Mamparas 45
Podios 46
Personalizadores 47
Gafetes 48

09. Señalización y fachadas

Señalización interna 50
Señalización externa 56

10. Lineamientos de Redes Sociales

Retícula publicaciones 63
Publicaciones cuadradas 64
Publicaciones horizontales 65
Historias y estados 67
Tiktok y reels 69
Fotos de perfil 70
Portadas 71

11. Aplicaciones

11.1 Papelería
Hoja membretada carta 77
Hoja membretada carta 2 78
Tarjeta de presentación 79
Tarjetón media carta 80
Ficha 81
Sobre para carta 82
Sobre bolsa carta 83
Sobre bolsa oficio 84
Fólder carta 85
Fólder oficio 86
Credenciales 87
Diploma 88

11.2 Digitales

Firma de correo electrónicos 90

11.3 Uniformes

Camisa 92
Playera polo 93
Playera cuello redondo 94
Gorras 95
Chamarras 96
Chalecos casual 97
Chalecos producción y brigadistas 98

11.4 Vehículos

Automóvil 100
Van 101
Camioneta 102
Vehículo de recolección 103

Introducción

Este manual de identidad tiene como objetivo establecer y consolidar la identidad gráfica de la Alcaldía de Tlalpan 2024-2027. La correcta implementación de estos lineamientos asegura una comunicación visual coherente, sólida y reconocible en todas las plataformas y puntos de contacto, tanto internos como externos. La consistencia en el uso de la marca refuerza la imagen pública del gobierno, transmitiendo confianza, transparencia y compromiso con la sociedad.

Objetivos del Manual

El manual de identidad de marca tiene como finalidad guiar el uso adecuado de los elementos gráficos, estableciendo un estándar visual que represente los valores y la misión de la Alcaldía de Tlalpan 2024-2027. Sus objetivos principales son los siguientes:

- Garantizar la uniformidad visual en todas las comunicaciones oficiales de la alcaldía.
- Proporcionar directrices claras para el uso correcto de logotipos, tipografías, colores y otros elementos gráficos.
- Facilitar la implementación de la identidad gráfica en distintos medios y soportes, tanto digitales como impresos.
- Promover una imagen de gobierno cercana, responsable y accesible para los ciudadanos.

Importancia de la Identidad Gráfica

Una identidad gráfica sólida es esencial para cualquier organización que aspire a proyectar una imagen consistente y profesional. En el caso de la Alcaldía de Tlalpan 2024-2027, la identidad gráfica juega un papel crucial al reflejar los principios y valores que guían la administración pública, tales como la integridad, el progreso y el servicio a la comunidad. Una identidad coherente fomenta el reconocimiento y fortalece la confianza de los ciudadanos, facilitando la identificación y relación con las acciones y políticas gubernamentales.

Alcaldía de Tlalpan 2024-2027**: Contexto y Enfoque**

Reconocida por su riqueza cultural, histórica y biodiversidad, la Alcaldía de Tlalpan 2024-2027 se encuentra en un momento clave de desarrollo. Este manual responde a la necesidad de alinear su identidad gráfica con un enfoque de modernización y cercanía a la ciudadanía. La administración tiene como objetivo proyectar una imagen renovada y accesible, que refleje su compromiso con la transparencia, el desarrollo económico, la inclusión social y la preservación de su herencia cultural y natural.

Nuestra Firma

01

Imagotipo

El imagotipo de la **Alcaldía de Tlalpan 2024-2027.**, es el elemento de comunicación más importante de la Administración.

Concentra la personalidad y el posicionamiento del nuevo Gobierno de la **Alcaldía de Tlalpan 2024-2027**, integra los significados y símbolos que esta administración quiere comunicar a través de su imagen.

ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 - 2027

Retícula Constructiva

La retícula constructiva proporciona una guía para la reproducción precisa de la firma corporativa en medios físicos.

En el caso de aplicaciones digitales, se debe utilizar siempre el archivo electrónico oficial para garantizar la consistencia y exactitud del imagotipo.



Área de aislamiento

Para asegurar la máxima visibilidad e integridad de nuestra marca, es fundamental respetar el área de aislamiento alrededor del imagotipo. Este espacio libre evita la interferencia de otros elementos gráficos o textuales, garantizando que la firma conserve su presencia y claridad.

Esta área de restricción alrededor de nuestra firma es el ancho de la letra "T" de la palabra "TLALPAN" (1X).



Versión Horizontal

En situaciones donde el espacio sea limitado o se requiera un formato más alargado, se ha creado una versión horizontal de la firma.

Esta variante ofrece flexibilidad y adaptación a distintos soportes, manteniendo siempre la coherencia visual de la marca.

ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 - 2027





Retícula Constructiva y Área de aislamiento

Al igual que la versión vertical de la firma, aquí podrás ver la retícula contructiva y el área de aislamiento de la versión horizontal.

Tamaños mínimos

Es fundamental asegurar que nuestra firma se perciba con claridad en todas sus aplicaciones. Para lograrlo, debemos presentarla en un tamaño que mantenga el equilibrio visual y la legibilidad, adaptándose de manera armoniosa al espacio disponible. Esto permite que los elementos gráficos se distingan correctamente y se integren en una composición coherente.

El imagotipo de la Alcaldía de Tlalpan es responsivo, lo que significa que ha sido diseñado con versiones específicas para adaptarse a diferentes tamaños mínimos, garantizando su correcta aplicación tanto en medios digitales como impresos.

Sigue las referencias proporcionadas y selecciona la versión de la firma que mejor se ajuste al formato y dimensiones del proyecto en el que estés trabajando.

Nota: Esta guía es aplicable únicamente para los tamaños mínimos autorizados en formatos digitales e impresos..

Versión V ertical

Versión Horizont al



Elementos de la firma

Nuestra firma está conformada por cuatro elementos:

Isotipo: Es el símbolo distintivo de nuestra firma. Puede utilizarse de manera independiente o como elemento de acompañamiento, según se describirá más adelante.

Imagotipo: Es la combinación del isotipo con el nombre "ALCALDÍA TLALPAN", el Slogan y el periodo de la administración. Este elemento unificado debe usarse en versiones verticales y horizontales. En casos de tamaños mínimos, el imagotipo puede prescindir del slogan y el periodo para asegurar una correcta identificación, siempre manteniendo el isotipo junto con el nombre "ALCALDÍA TLALPAN".

Eslogan: Para reflejar la evolución de la administración y sus logros, se han definido tres eslóganes que acompañarán cada año de gobierno:

1. **Nuestra Casa se Transforma** (Año 1)
2. **Hechos que Transforman** (Año 2)
3. **Viviendo la Transformación** (Año 3)

El uso del eslogan es flexible. En casos donde el tamaño del diseño sea reducido, se puede prescindir del mismo sin comprometer la identidad visual de la marca. Sin embargo, puede acompañar el logotipo en materiales de diseño, publicaciones y eventos, reforzando el mensaje en medios gráficos y digitales.





No usar sin isotipo



No cambiar los colores



No cambiar orden de elementos



No utilizar sombras



No utilizar degradados



No cambiar ni sustituir textos



No cambiar la tipografía



No girar ni deformar



No cambiar jerarquía de elementos



No utilizar texturas
no autorizadas



No usar fondos no autorizados

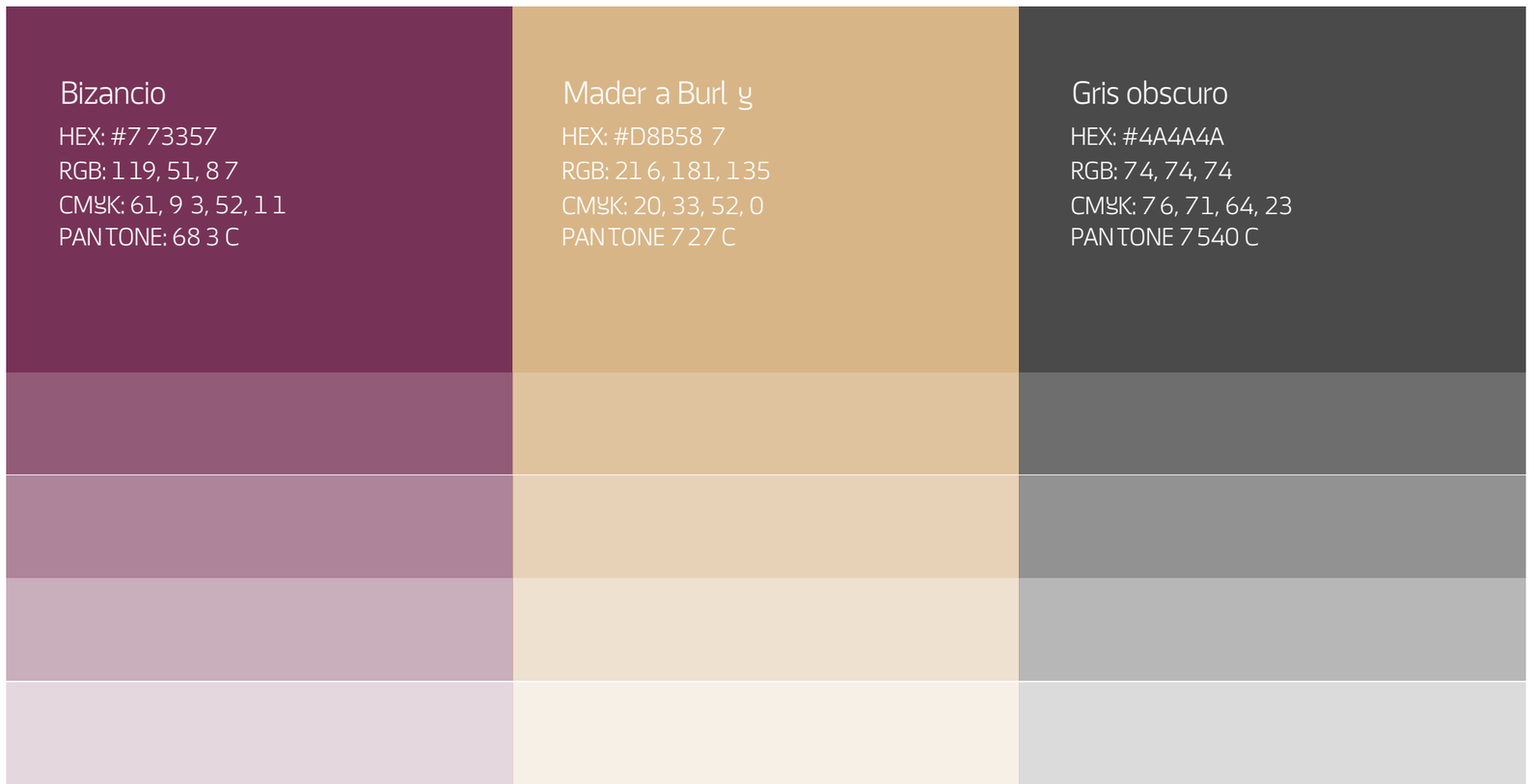
Usos incorrectos de la firma

La firma corporativa debe mantener su flexibilidad para adaptarse a diversos formatos y contextos, sin perder su integridad visual.

Para preservar la coherencia y consistencia en todas nuestras piezas de comunicación, es crucial evitar cualquier distorsión o modificación de los archivos originales de la firma.
A continuación, te mostramos ejemplos claros de lo que NO se debe hacer con nuestra marca, con el fin de proteger su identidad y asegurar su correcta aplicación en todos los medios.

Colores Institucionales

02



Paleta de Color principal

El color es un pilar fundamental de nuestra identidad visual, por lo que su uso adecuado es esencial tanto en aplicaciones impresas como digitales.

Para preservar la expresividad y elegancia de nuestra paleta cromática, te recomendamos seguir las combinaciones especificadas, prestando especial atención al contraste y la saturación. Es crucial igualar los colores basándote en las referencias proporcionadas, y tener en cuenta que la tolerancia a la variación tonal, influenciada por los materiales, debe manejarse con cuidado.

El uso inteligente de nuestra paleta de colores garantiza la coherencia y la fuerza visual de nuestra marca en todos los medios.



Paleta de Color secundaria

La paleta de color secundaria complementa y enriquece nuestra identidad visual. Su uso está destinado a acentos gráficos, plecas y elementos que ayudan a resaltar detalles específicos, aportando dinamismo y variedad sin perder coherencia con la paleta principal.

Es importante utilizar estos colores de manera estratégica para mantener el equilibrio visual, asegurando que refuercen la comunicación sin sobrecargar el diseño. La correcta aplicación de esta paleta contribuye a la versatilidad y expresividad de la marca en sus diferentes medios y plataformas.











Blanco y negro y una tinta

En casos especiales, el imagotipo puede utilizarse en porcentajes de una tinta en los siguientes casos:

Cuando no sea posible la impresión en todos sus colores debido a limitaciones presupuestarias.

Cuando el material se imprima únicamente en escala de grises.

El uso de una tinta no está permitido para salidas en medios digitales ni impresiones en cuatricromía.

Colores Autorizados para una Tinta:
Los colores autorizados para una tinta se especificarán y serán distribuidos por la dirección responsable.
Nota Importante:
No imprimas archivos que contengan color en escala de grises, ya que el resultado puede ser inesperado.





Uso de escala de grises

En casos especiales, el imagotipo puede utilizarse en escala de grises en las siguientes situaciones:

Cuando no sea posible la impresión en todos sus colores debido a limitaciones presupuestarias.
Cuando el material se imprima únicamente en escala de grises.

En estos casos, el arte debe trabajarse siempre en modo de color en escala de grises utilizando los imagotipos presentados.

Distribución de Archivos:
La dirección responsable se encargará de distribuir los archivos correspondientes.

Nota Importante:
No se debe generar impresión en escala de grises para archivos que contengan color, ya que el resultado puede ser inesperado.



Fondos autorizados

Utiliza esta guía para conocer los colores autorizados para los fondos de nuestra firma. Asegúrate de utilizar un buen contraste entre la firma y el fondo.

Importante:
Nunca coloques la forma sobre colores o texturas no autorizadas.

Nuestra Tipografía

03

Aktiv Grotesk

MODERNA
ELEGANTE
SOFISTICADA

AaBbCc&123

Aktiv Grotesk Ex

MODERNA
ELEGANTE
SOFISTICADA

AaBbCc&123

Tipografía Principal

Uno de los elementos clave para mantener la consistencia en un programa de identidad es la tipografía.

La fuente tipográfica principal de nuestra identidad es Aktiv Grotesk.

Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890!"·$%&/()=?¿

Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890!"·$%&/()=?¿

SemiBold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890!"·$%&/()=?¿

Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890!"·$%&/()=?¿

Convivencia de Imagotipos

04

Convivencia de imagotipos

ACOMODOS HORIZONTALES DE DIRECCIONES CON LA ALCALDÍA DE TLALPAN.

Cuando los imagotipos de las Direcciones deban convivir con Alcaldía de Tlalpan.

1. El imagotipo de Alcaldía de Tlalpan debe tener siempre el “isotipo” a la izquierda en la versión horizontal.

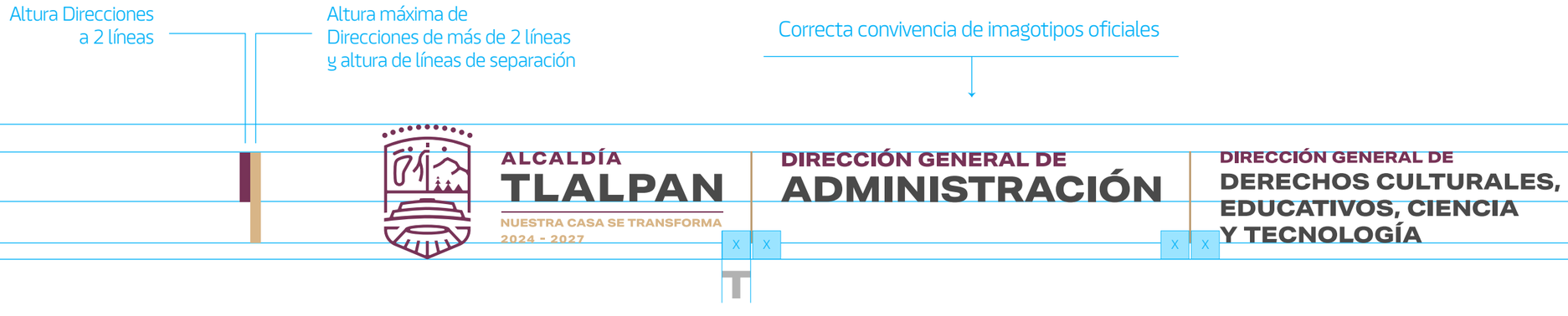
2. Las Direcciones se colocarán sin isotipo, a la derecha del imagotipo de la Alcaldia de Tlalpan, separados por una línea vertical.

3. El tamaño de las líneas es proporcional al alto del bloque te texto del imagotipo de Alcaldía de Tlalpan.

4. El alto de las Direcciones a dos líneas equivale al alto del las dos primeras líneas del bloque de texto del imagotipo de la Alcaldía de Tlalpan, mientras que las Direcciones a más de dos líneas no deben sobrepasar el alto de todo el bloque.

5. Se respeta el área de protección descrita anteriormente, para la separación entre líneas e imagotipos.





Convivencia de imagotipos

ACOMODOS HORIZONTALES DE OTRAS INSTITUCIONES CON ALCALDÍA DE TLALPAN.

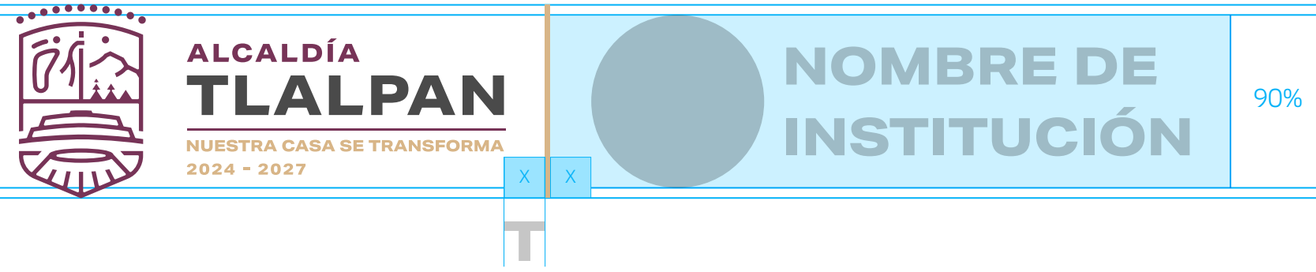
Cuando los imagotipos de otras instituciones deban convivir con Alcaldía de Tlalpan

1. El imagotipo de la alcaldía de Tlalpan debe tener siempre el “isotipo” a la izquierda en la versión horizontal.

2. Los imagotipos de otras instituciones se colocarán a la derecha del imagotipo dealcaldía de Tlalpan, separados por una línea vertical, siempre serán en versiones horizontales y el alto debe equivaler al 90% del alto del imagotipo de Alcaldía de tlalpan.

3. El tamaño de las líneas es proporcional al alto del imagotipo de Alcaldía de Tlalpan.

4. Se respeta el área de protección para la separación entre líneas e imagotipos.



Elementos de Acompañamiento

05

EJEMPLO FONDO TEXTURA 1



EJEMPLO FONDO TEXTURA 1



EJEMPLO FONDO FOTO



Isotipo como elemento de acompañamiento

Este elemento de acompañamiento nace del isotipo, por lo que su uso debe ser inteligente y aplicable a piezas oficiales de diseño impreso o digital.

Modularidad:
Dado que no siempre será posible utilizar el encuadre establecido en todos los formatos, es importante seguir estas pautas para el uso adecuado del elemento:

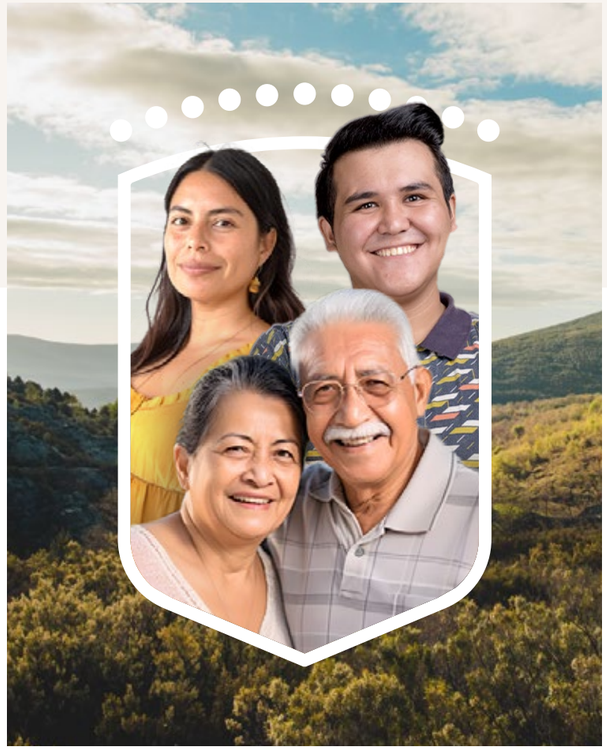
1. No mostrar el isotipo completo.
2. No abusar de este recurso.
3. No utilizar otros colores en el elemento.

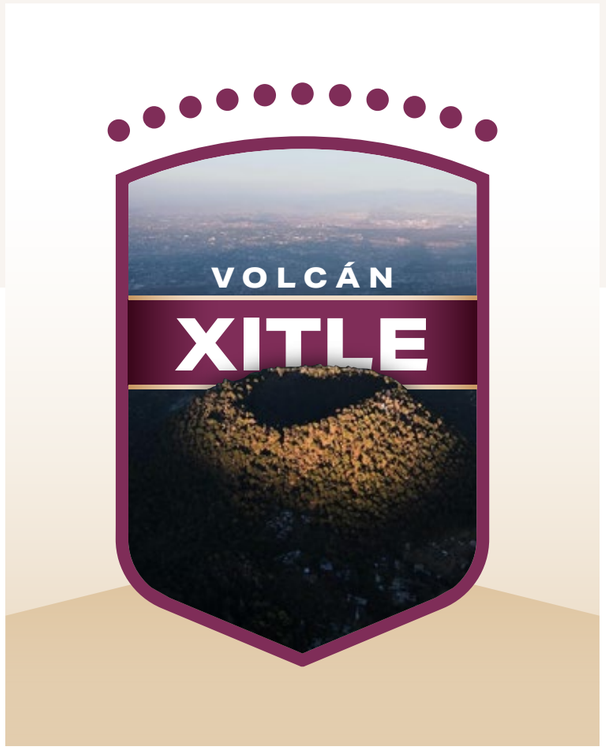
Está estrictamente prohibido generar nuevos elementos de acompañamiento.

La dirección de comunicación correspondiente proporcionará los archivos con el tratamiento adecuado.

Otros ejemplos autorizados para el uso del elemento de acompañamiento







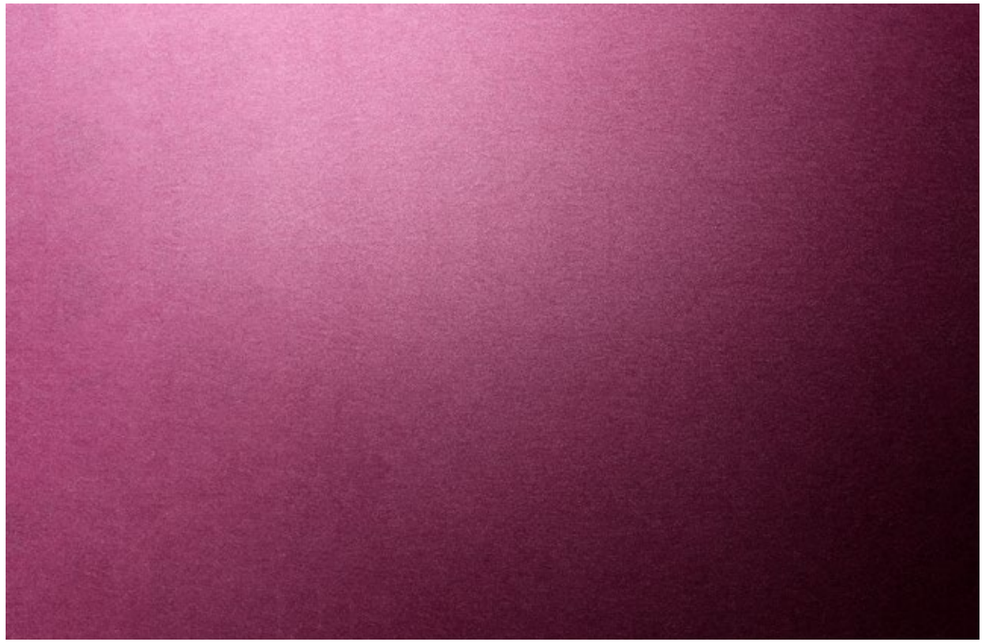
El escudo del isotipo, como elemento de acompañamiento, actúa como un contenedor o “ventana”, permitiendo enriquecer los materiales gráficos en la comunicación externa y digital. Su versatilidad ofrece la posibilidad de integrar diversos elementos visuales dentro de su estructura, añadiendo dinamismo y cohesión a la identidad visual sin comprometer su claridad y legibilidad.

Texturas

Las texturas son un recurso visual clave en la comunicación de nuestra marca. Estas texturas aportan un apoyo gráfico que refuerza la formalidad y solidez de los diseños creados desde la administración.

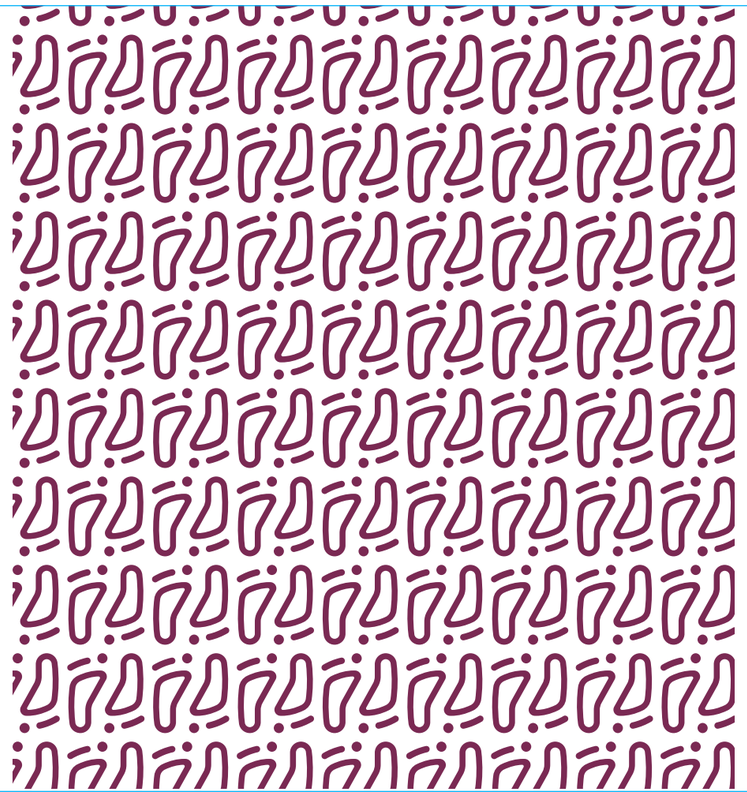
Es importante destacar que no se pueden utilizar en otros colores ni agregar nuevas texturas.

Cualquier modificación afectaría la coherencia visual de la identidad de la marca.





VISUALIZACIÓN DE PATRÓN COMPLETO



USO CORRECTO DEL PATRÓN



Patrón

Este patrón también se origina a partir del isotipo y su uso debe ser inteligente, limitado a piezas oficiales.

Es más flexible en cuanto a su aplicación, pero asegúrate de no abusar de él.

Pautas de Uso:

Procura que su utilización sea sutil.
Puede colocarse de manera diagonal en una esquina del arte, o de forma vertical u horizontal a lo largo de los bordes.
No se debe aplicar en fachadas o marquesinas a mano.

B



A





Patrón pleca

El patrón para la pleca nace del isotipo y es un guiño a la cultura prehispánica del Estado de Morelos.

Se utilizará únicamente como cintillo en la parte inferior de los artes o como un elemento decorativo discreto.

Pautas de Uso:

Al ser un recurso visual de apoyo, no debe abusarse de su uso.
No cambies los colores ni la orientación del patrón.

Estilo Fotográfico

06

INTRODUCCIÓN

Estilo Fotográfico

El estilo fotográfico es un pilar fundamental de nuestra identidad visual. A través de la fotografía, buscamos transmitir calidez humana, monumentalidad y grandeza en cada imagen.

Es esencial cuidar la calidad de cada fotografía, prestando especial atención al encuadre, los tonos y otros aspectos técnicos que aseguren que cada captura comunique los valores de la marca de manera efectiva. Cada imagen debe resaltar la cercanía de las personas, la imponencia de los monumentos y la belleza de los paisajes, logrando un equilibrio visual que refleje con precisión la esencia y grandeza de nuestra identidad.

CALIDEZ HUMANA









MONUMENTALIDAD









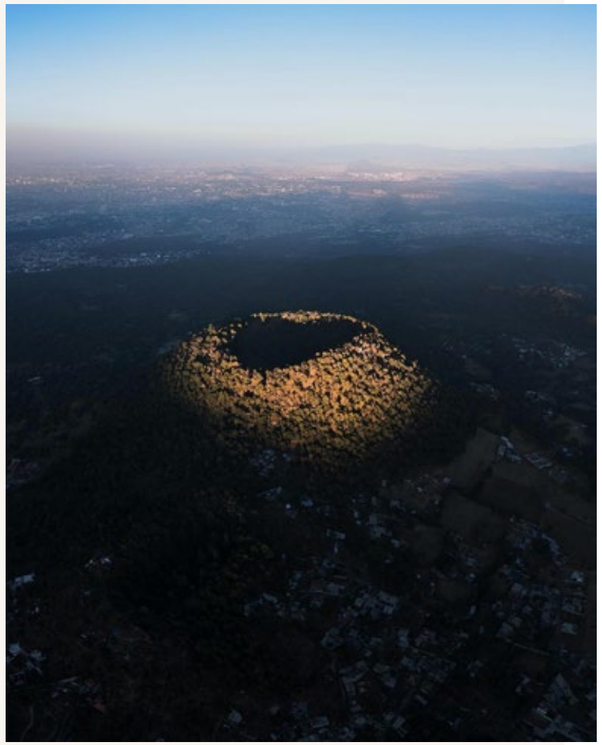


GRANDEZA











Estilo Editorial

07

INTRODUCCIÓN

Lineamientos Editoriales

En esta sección, presentamos los criterios esenciales para asegurar una aplicación editorial uniforme y profesional en diversos formatos, ya sean promocionales, impresos o digitales, como revistas, libros, folletos, trípticos, dípticos y catálogos.

Aquí encontrarás directrices detalladas sobre el uso adecuado de las familias tipográficas, las retículas y las áreas de protección.

Estos elementos son fundamentales para mantener la coherencia visual y organizar de manera efectiva todos los componentes de tus composiciones editoriales.

Estilo Editorial

Título / Destacados
Aktiv Grotesk Ex Bold

Subtítulo
Aaktiv Grotesk Bold

Cuerpo de texto
Aktiv Grotesk Regular
Es simple y muy fácil de leer

Citas importantes
Aktivid Grotesk Ex Semi Bold
Para enfatizar

NUESTRA CASA SE
TRANSFORMA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

“Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.”

Portada

Para generar diseños de portadas armónicas y dentro de los formatos de la imagen institucional, ten en cuenta la contrucción de retículas que a continuación se ilustran.

RETÍCULA

Para generar la retícula es necesario dividir el larco del área de trabajo en 10 módulos iguales para definir la medida “X”.

Utiliza una de estas unidades como referencia para el área de protección.

El área de protección funciona para resguardar la información del diseño editorial. En medios impresos las pinzas de la impresora pueden moverse unos milímetros, por ello esta área cuidará que la información no se pierda.

Los elementos principales de la fotografía deben estar dentro del área de protección, tratando siempre de cuidar malas tangentes.

Ejemplo



Portada
Ejemplo portada

Revista



Interiores

Juega con las cajas de texto para dar aire visual.

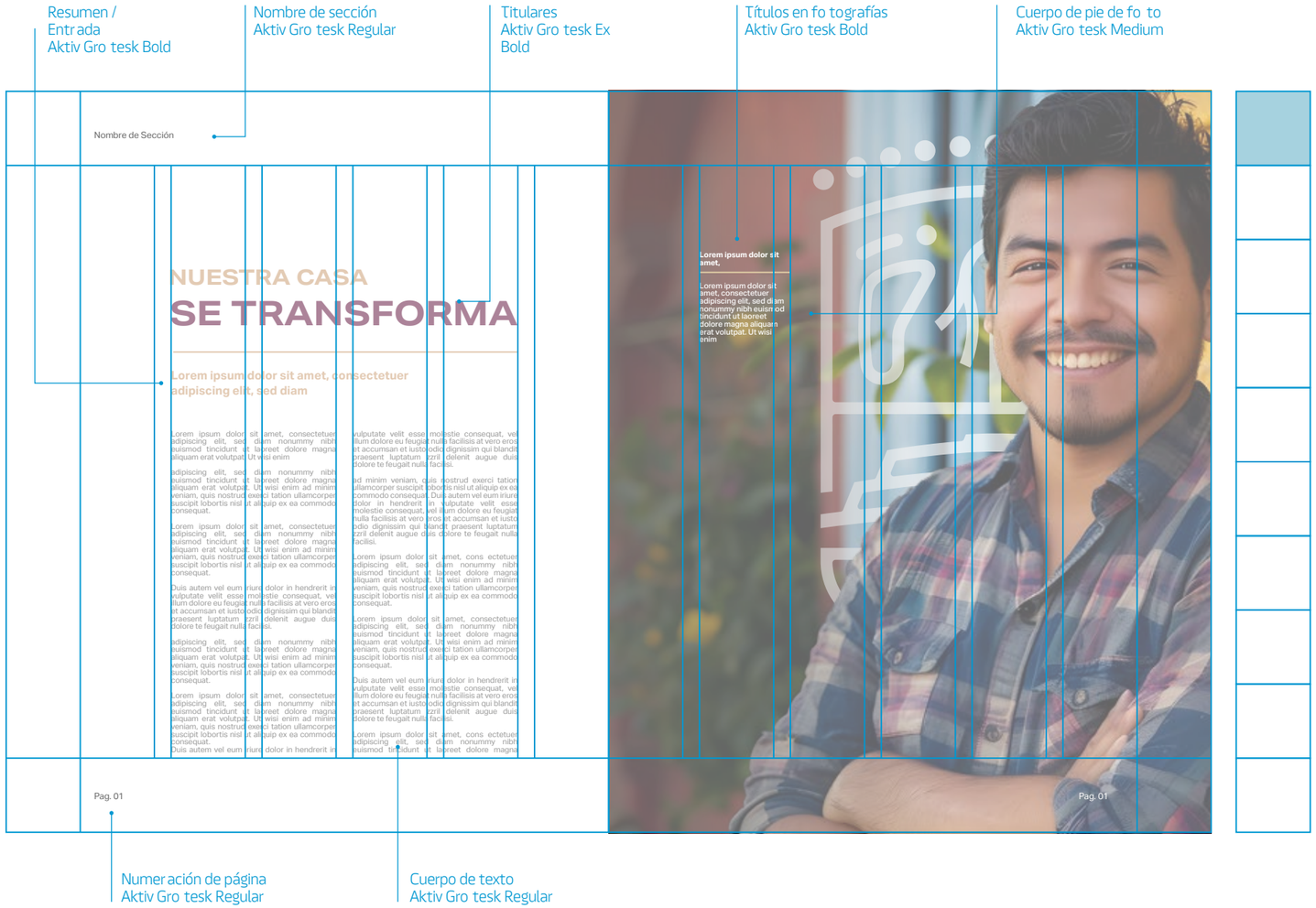
Usa destacados y notas para generar contraste entre diferentes variables y pesos tipográficos.

Emplea la gama de colores institucionales que mejor te convenga, recuerda que el cuerpo de texto sobre fondo blanco tiene mejor legibilidad.

Genera contenido que invite a la lectura. Uno de los elementos que ayudan a hacer el contenido más dinámico son gráficos llamativos que se puedan entender facilmente.

Utiliza fotografías con buena iluminación y una adecuada resolución que ayuden a enfatizar el tema.

Ejemplo



Interiores
Ejemplo



Contraportada

CRÉDITOS

Es importante que se den los créditos correspondientes a las entidades que participaron en cualquier promocional. A continuación se enumeran aspectos a considerar para el uso de convivencias de imagotipos:

La firma institucional del emisor de la pubicación convivirá con los participantes, toma como referencia los lineamientos de convivencia de imagotipos integrados en este manual.

Los créditos siempre se colocarán en la contraportada de cualquier promocional de tipo editorial.

Utiliza la retícula constructiva de 10 módulos para definir la medida “X”. Es importante considerar el tamaño mínimo para uso de nuestras firmas.

Combina los colores de la imagen del programa o del tema promocional considerando el uso correcto de colores permitidos para la firmas.

Recuerda utilizar la pleca blanca o azul en la convivencia de Organismos y marcas.

NOTA: Para la contrucción más precisa de estas plecas, toma como referencia el apartado de lineamientos promocionales.

Ejemplo



Créditos
Convivencia de imago tipos

Ejemplo forros



Lineamientos para Eventos

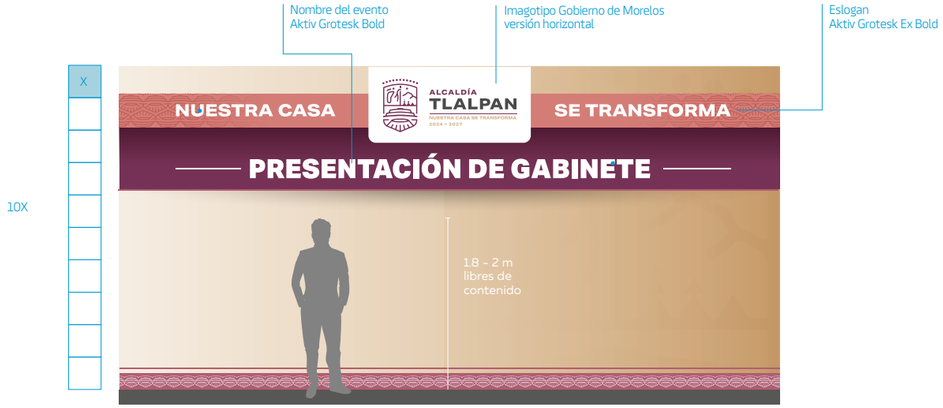
08

INTRODUCCIÓN

Lineamientos para Eventos

En este apartado, encontrarás los criterios de estilo fundamentales para garantizar un uso consistente y adecuado de los materiales en eventos. Estos l ineamientos están diseñados par a mantener la identidad visual de la marc a y asegurar una present ación pro fesional y coherente en c ada ocasión.

- Backs
- Mamparas
- Capelo para podio
- Personalizadores
- Gafetes







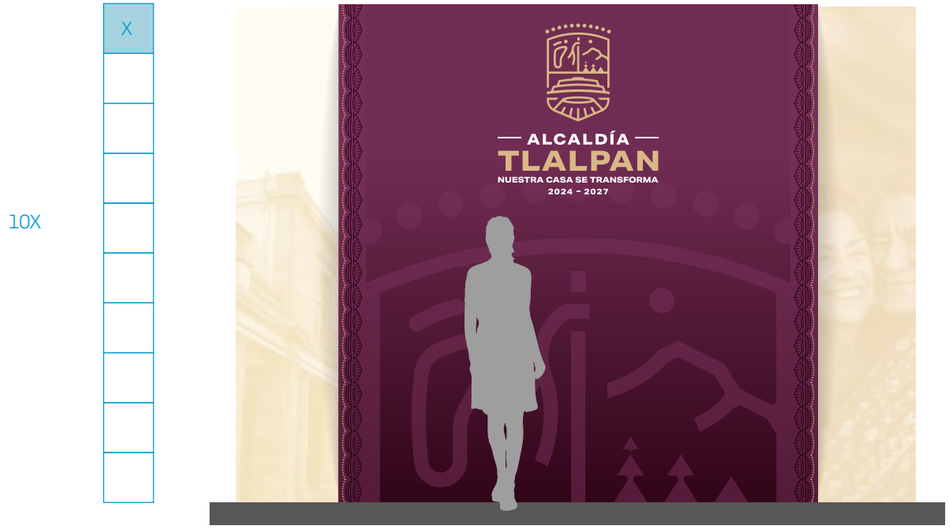
Backs

Los backs son utilizados en todo tipo de eventos y cumplen la función de reforzar la identidad visual del mismo. Deben incluir, de manera clara y legible, el nombre del evento, el lugar y la fecha. Estos elementos deben estar dispuestos de forma equilibrada, asegurando una correcta visibilidad y coherencia con la imagen general del evento.

PATRÓNES AUTORIZADOS









Mamparas

Las mamparas son elementos versátiles que pueden utilizarse en cualquier tipo de evento. A diferencia de los backs, no es obligatorio que incluyan el nombre del evento, el lugar o la fecha. Su función principal es reforzar la identidad visual, delimitar espacios o servir como soporte gráfico, manteniendo siempre la coherencia con el diseño general del evento.

PATRÓNES AUTORIZADOS



Podios

PATRÓNES AUTORIZADOS







Personalizadores

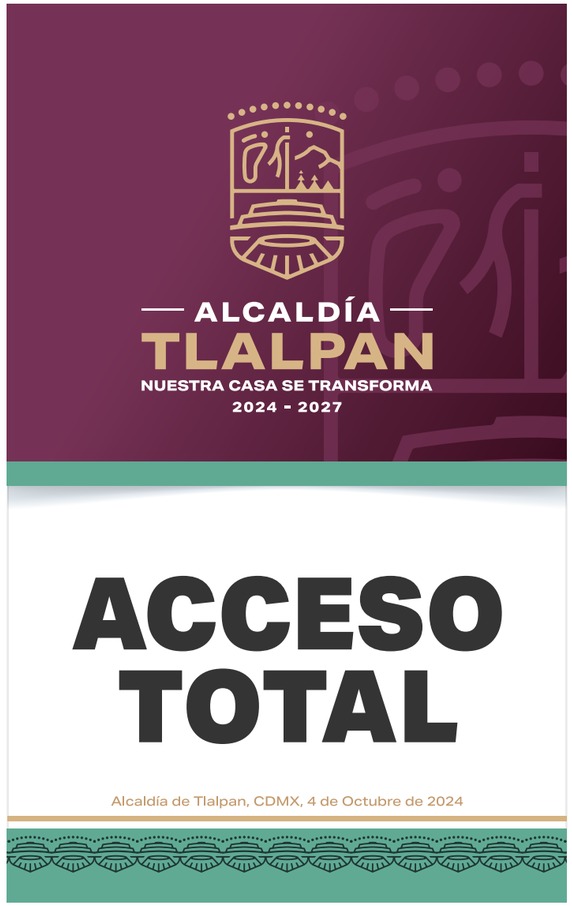


Gafetes

PATRÓNES AUTORIZADOS



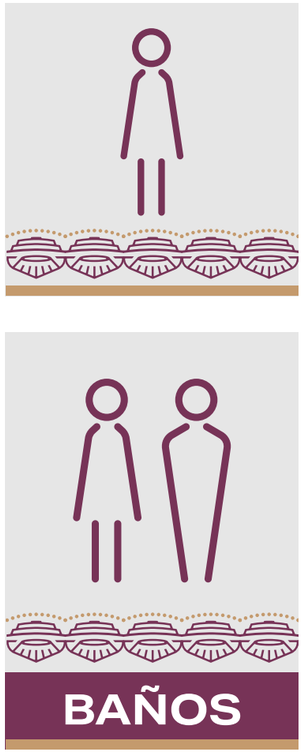




Señalización y Fachadas

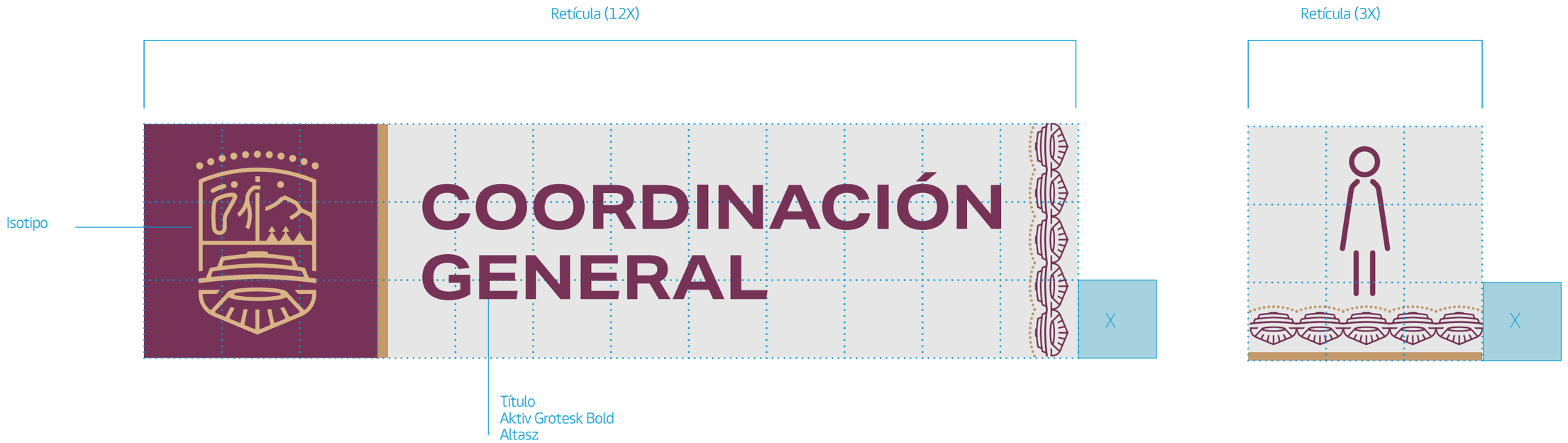
09





Señalización Interna

La señalización interna debe seguir estrictamente los colores institucionales, garantizando coherencia con la identidad visual de la marca o evento. Utiliza estas referencias como guía para desarrollar los diseños, asegurando que todos los elementos sean fácilmente reconocibles y funcionales dentro del espacio del evento.



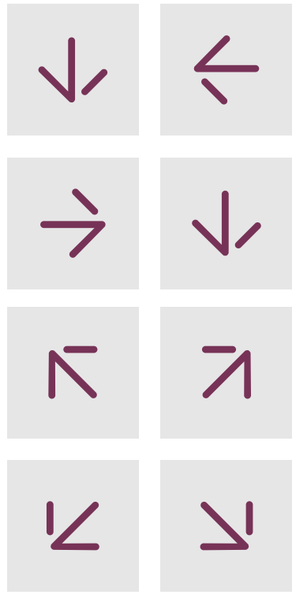
Señalización Interna

RETÍCULA
La construcción de la señalética sigue un enfoque modular para asegurar uniformidad y claridad en todos los elementos. A continuación, se presenta un esquema de referencia que podrás utilizar en el diseño de toda la señalización necesaria, garantizando consistencia y facilidad de aplicación.

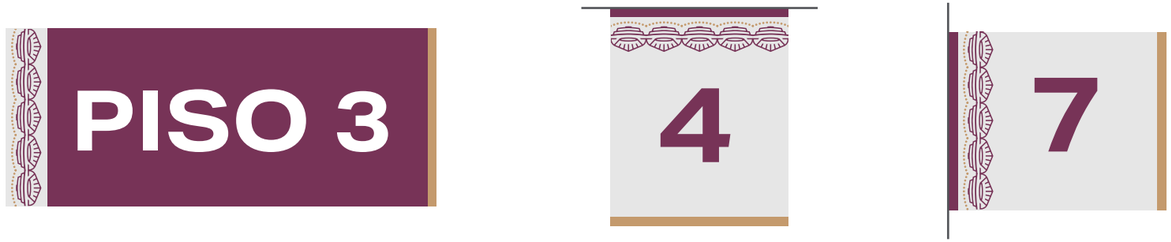
TIPOGRAFÍA
El uso correcto de la tipografía es esencial para asegurar una lectura clara y accesible en todas las señalizaciones. La tipografía debe implementarse de manera que facilite la legibilidad de los usuarios dentro de las instalaciones. Sigue cuidadosamente las indicaciones y ejemplos proporcionados para mantener una adecuada jerarquía y estilo en los textos.

Indicadores direccionales





Indicación de espacios, módulos o ventanillas









Señalización Interna

PANELES DE AVISOS

Los paneles de avisos están diseñados para un uso diferente al de las marquesinas o fachadas principales. Son recomendados para la identificación de módulos, edificios, auditorios y eventos, entre otros. Su función principal es guiar y orientar a los usuarios dentro de las instalaciones, asegurando una comunicación clara y eficiente en áreas específicas.

PATRÓNES AUTORIZADOS



Totems y directorios

PATRÓNES AUTORIZADOS









Señalización

MÓDULOS DE INFORMACIÓN

Los módulos de información pueden ubic arse tanto en espacios públ icos como dentro de los edificios. Dada la natu aleza de estos materiales, el diseño deb e ser impreso y adap tado a su entorno par a asegurar su visibil idad y funcional idad. Estos mó dulos pueden complement arse con un roll-up banner que prop orcione información adicional sobre los ser vicios ofrecidos, mejor ando la exp eriencia y orient ación de los usuarios.



Aplicación en pintura
fondo vino

Recuerda respetar los
espacios de protección



Aplicación en pintura
fondo blanco



Relieve en metal



Metal color sobre
fondo blanco



Metal claro sobre
superficie de cement
o piedra



Metal claro sobre
superficie de cement
o piedra

Señalización Externa

APLICACIÓN EN MARQUESINAS

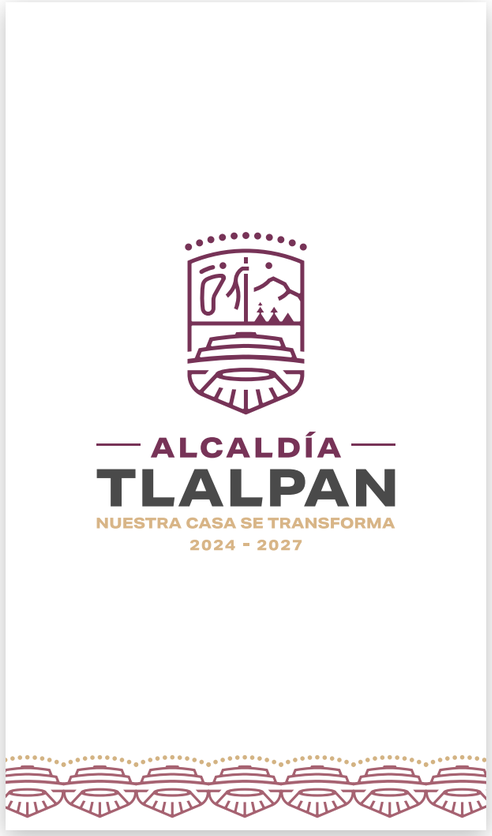
El objetivo principal de la señalización en exteriores es proporcionar información clara y efectiva. Para lograr esto, debe colocarse en espacios desprejados donde no compita visualmente con otros elementos o señalamientos, asegurando también una iluminación adecuada tanto de día como de noche.

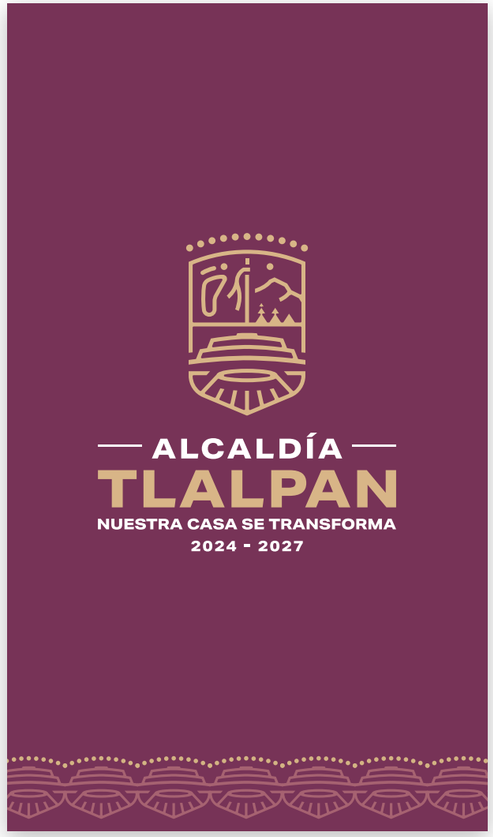
La visibilidad es clave, por lo que las medidas y la altura de la señalización deben ajustarse en función de la distancia a la que se espera que sea vista.

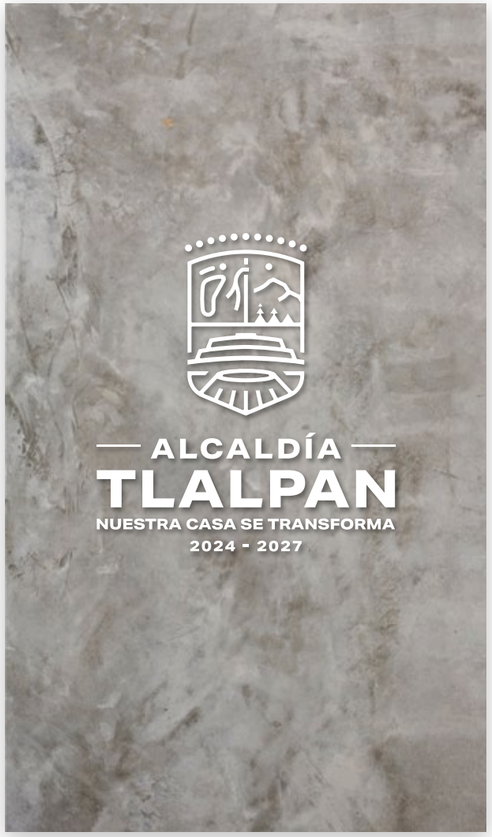
La elección del formato, material, aplicación y color de fondo dependerá del espacio disponible en la fachada, su entorno y la superficie donde se colocará, para garantizar una integración armónica y efectiva en el entorno.
La decisión debe orientarse a lograr el mejor contraste para la visibilidad ideal del imagotipo e información, de día o de noche.

Marquesinas verticales

PATRÓNES AUTORIZADOS



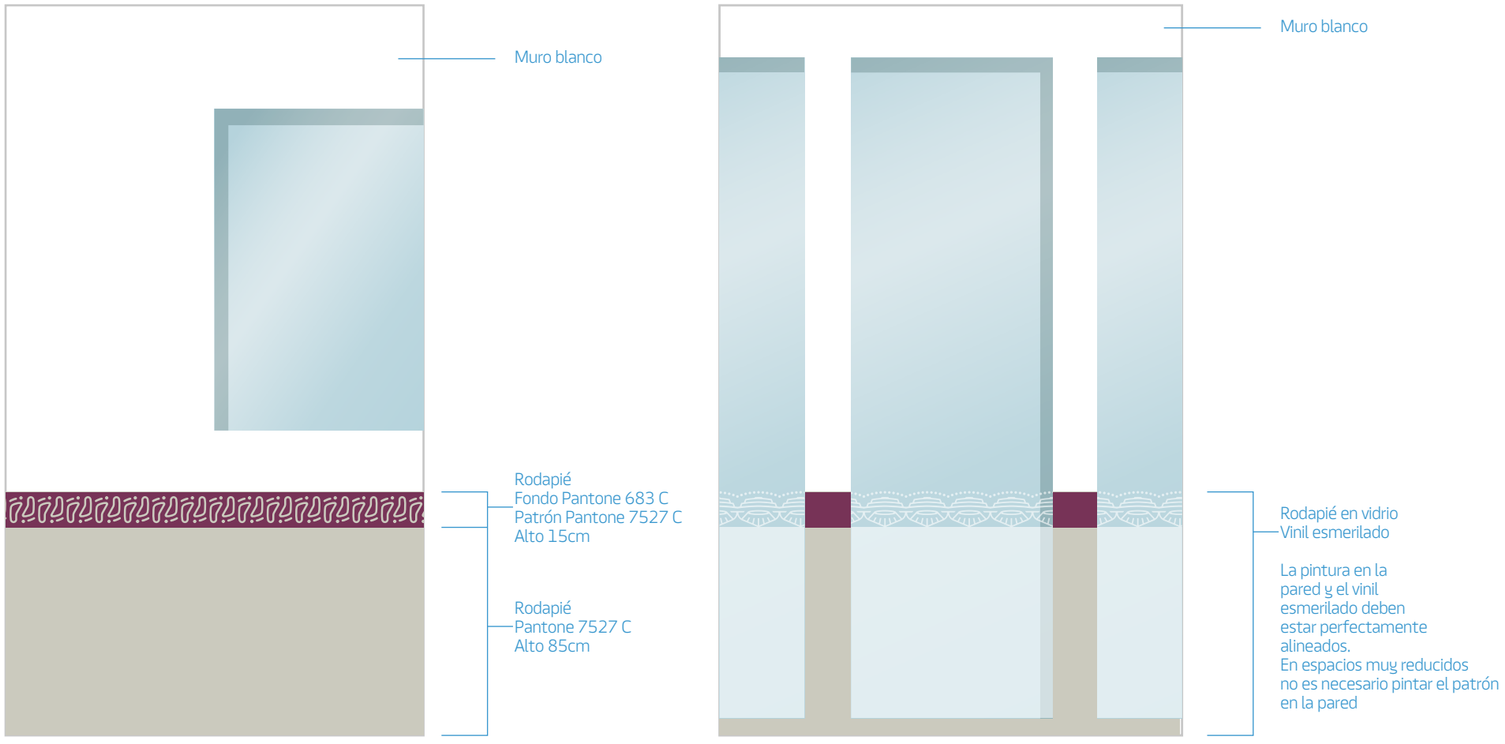




Fachadas diagramación

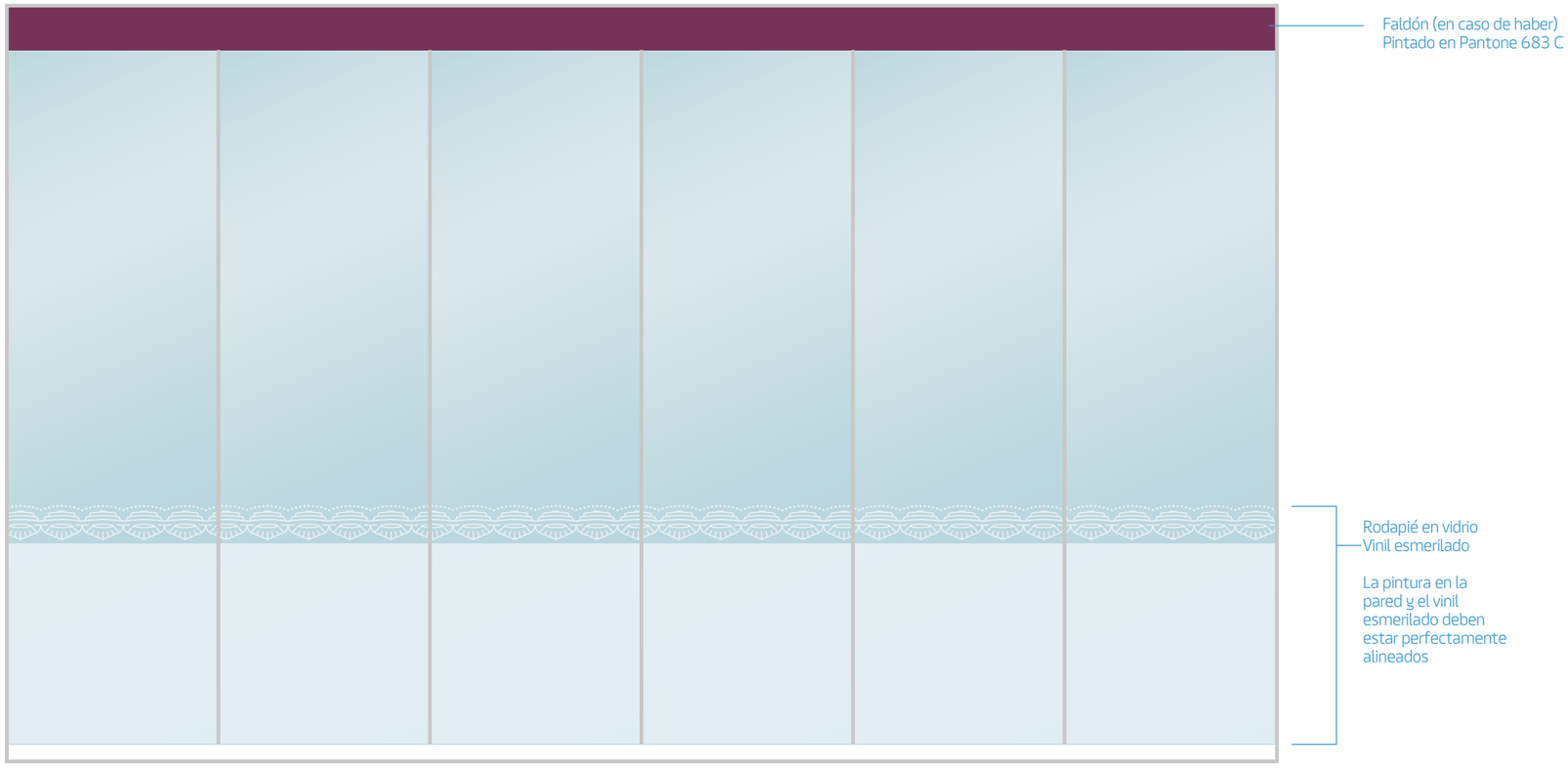
PATRÓNES AUTORIZADOS





Fachadas sólo cristales

PATRÓNES AUTORIZADOS

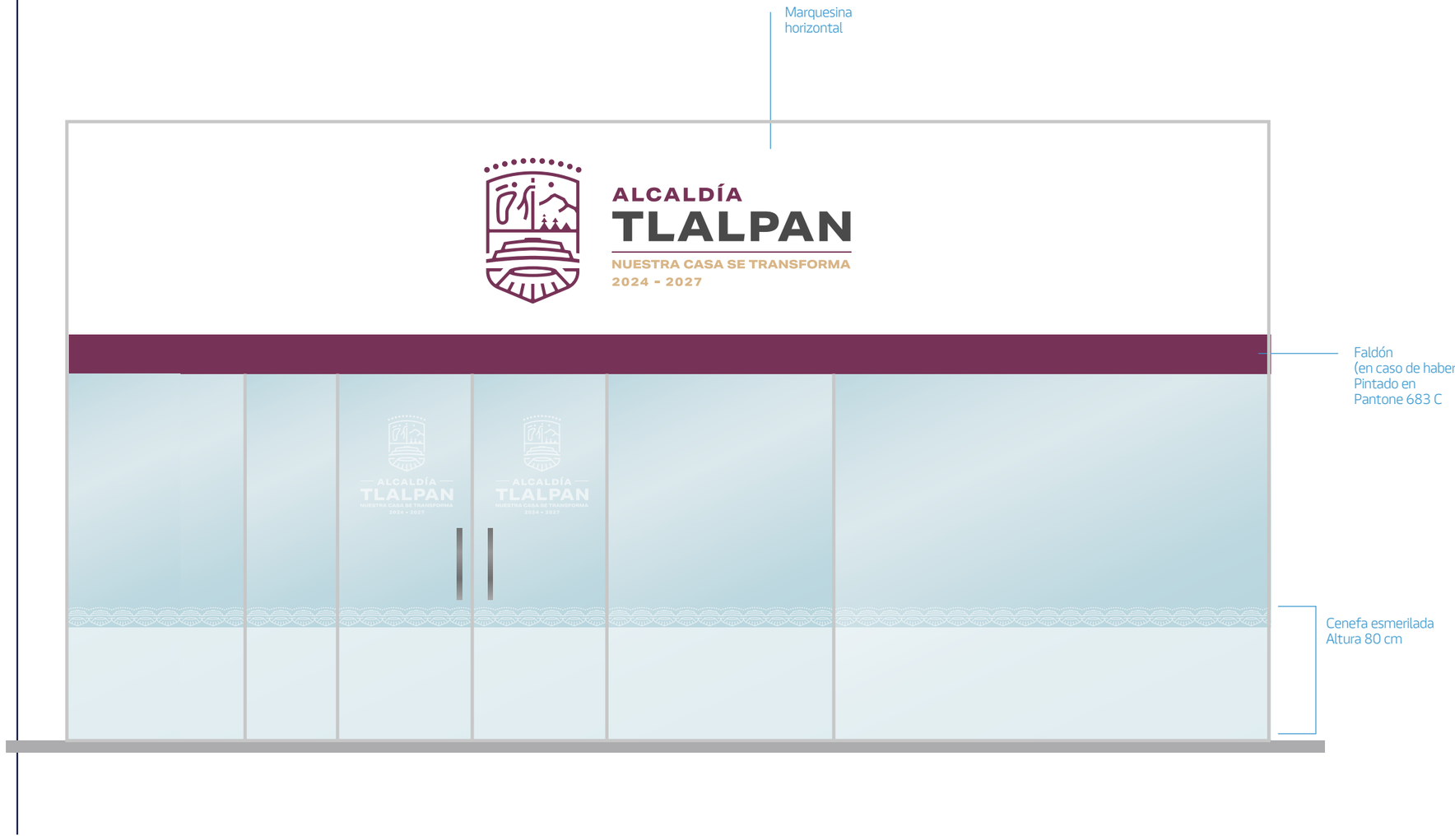


EJEMPLO FACHADAS DE VIDRIO O VENTANALES CONTINUOS

Ejemplo de fachada

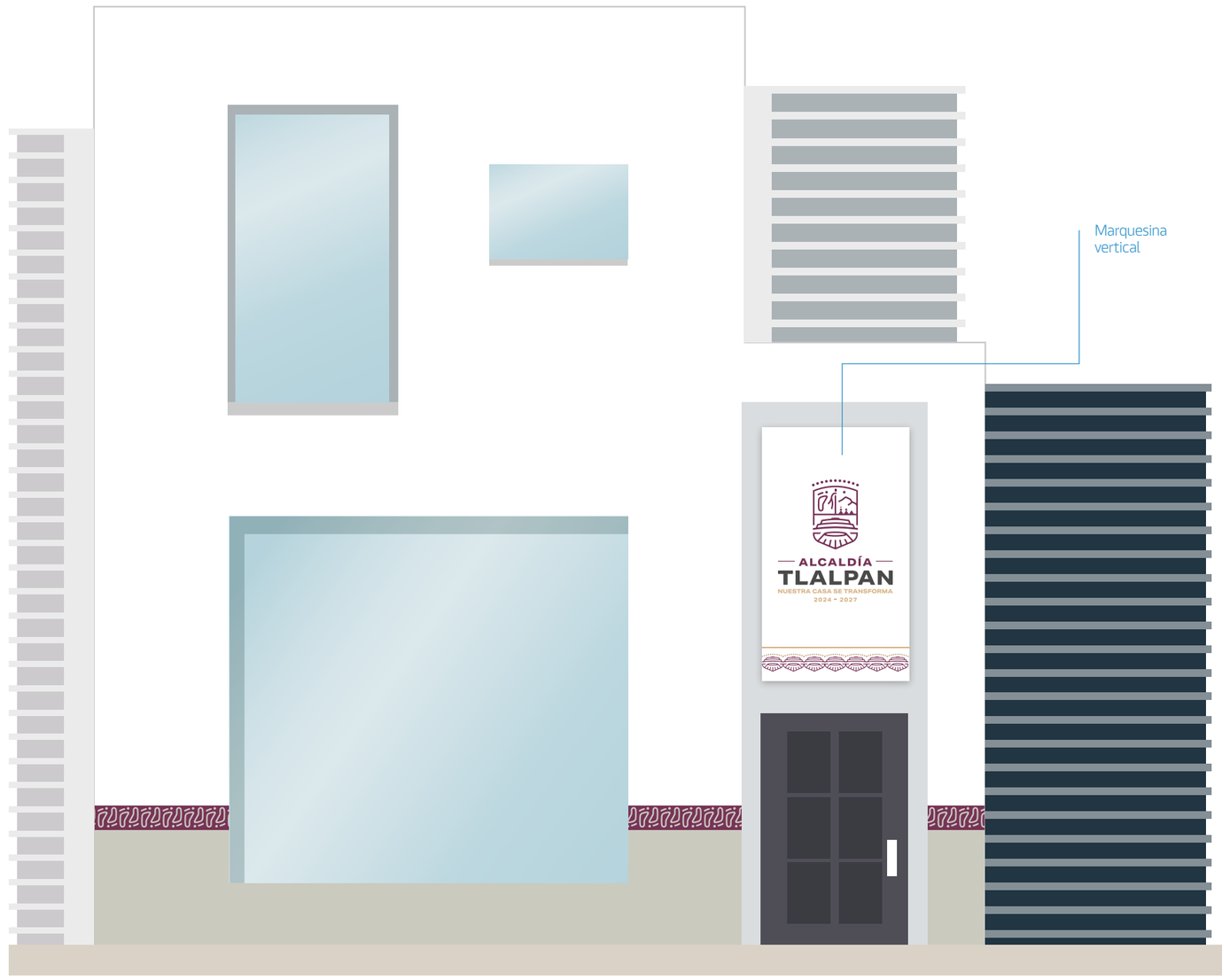
PATRÓNES AUTORIZADOS





Ejemplo de fachada

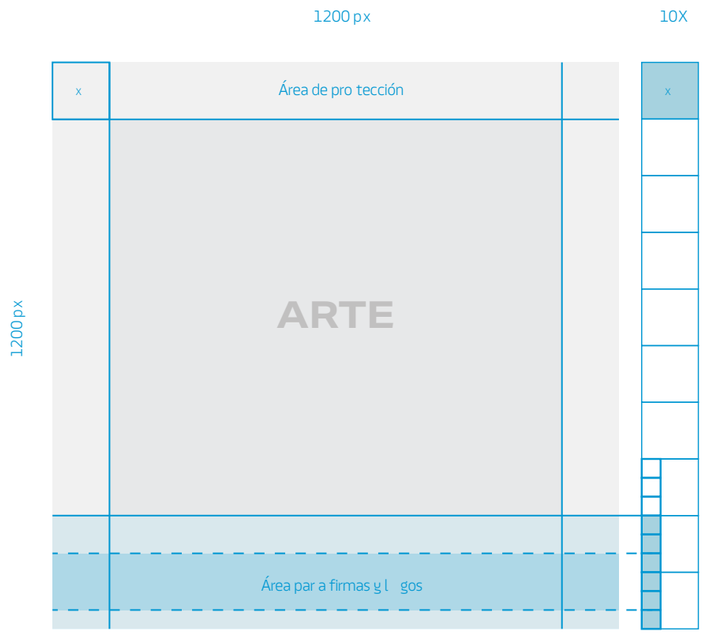
PATRÓNES AUTORIZADOS



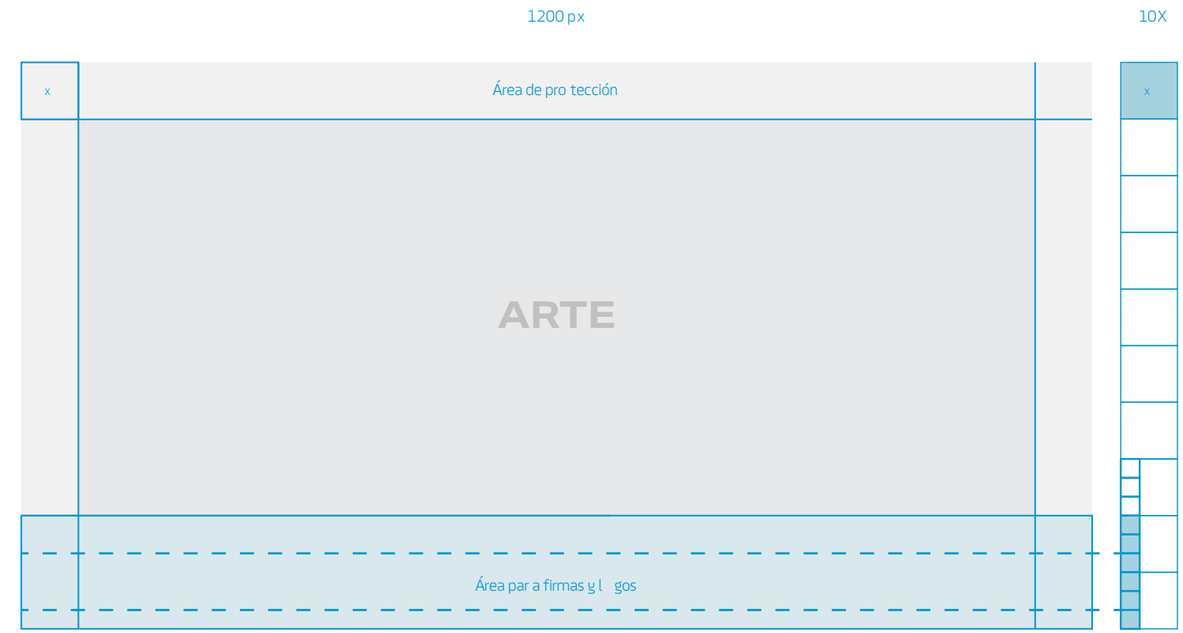
Lineamientos Redes sociales

10

FORMATO CUADRADO



FORMATO HORIZONTAL

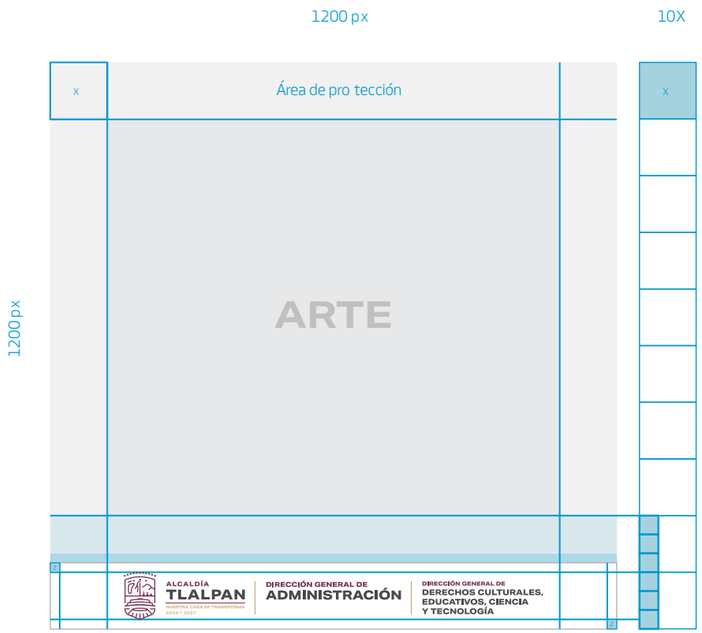


Retícula Publicaciones

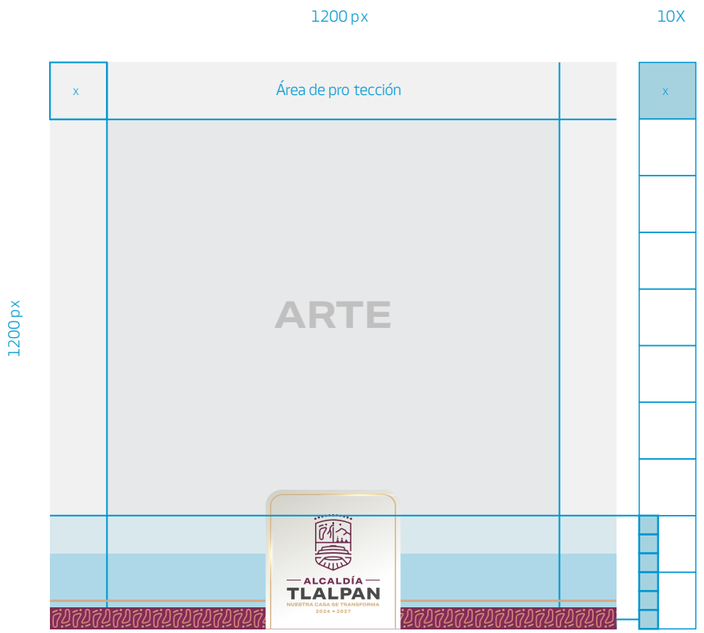
Estos formatos permiten una mejor visualización de las publicaciones completos sin que haya ningún tipo de colapso que corte elementos de la imagen.

La retícula te permite definir espacios de protección o márgenes para no colocar elementos importantes sobre ellas y mejorar la lectura de la imagen o texto

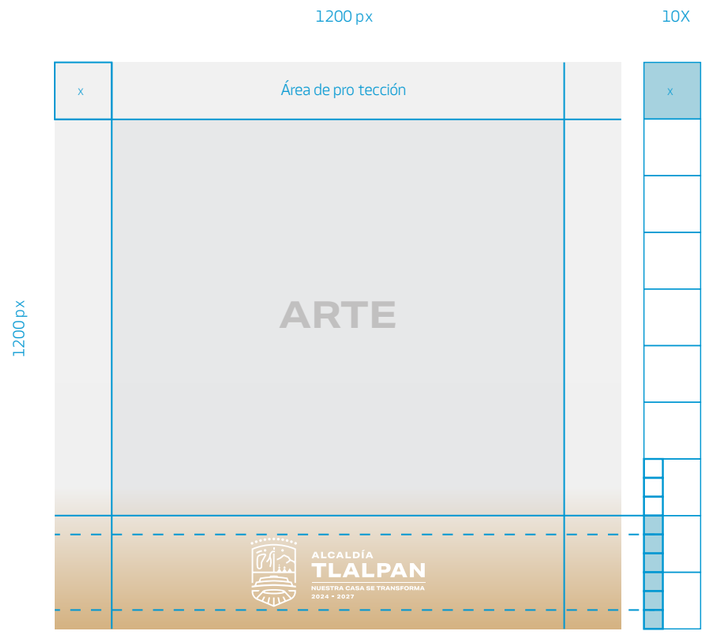
Asegúrate de mantener al día el tamaño de formatos en redes sociales ya que se modifican constantemente.



Plec a par a convivencia de
otros imago tipos



Plec a par a convivencia de
otros imago tipos

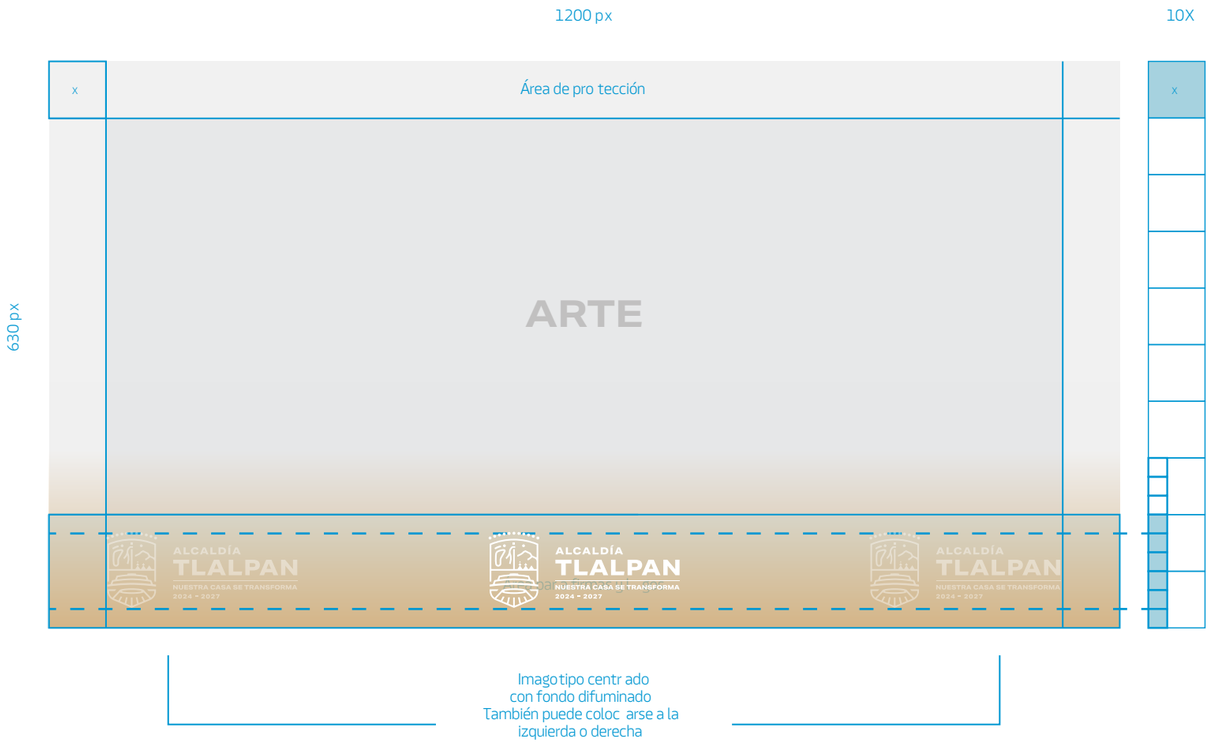


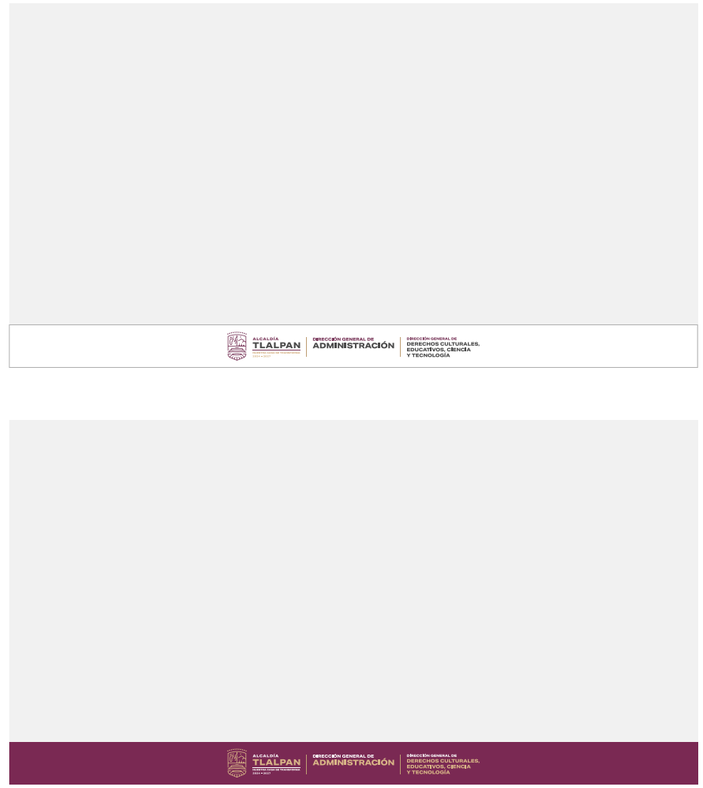
Imago tipo centr ado
con fondo difuminado

Publicaciones cuadradas (1:1)

Utilizando la retícula anterior, existen templetes con plecas para que coloques los imagotipos correspondientes.

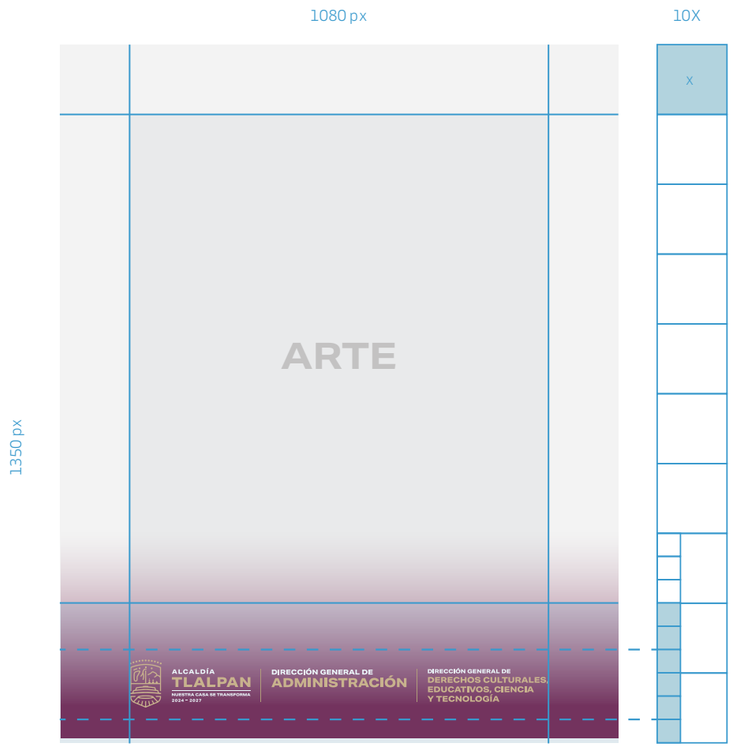
No alteres la posición o proporción de los elementos como se muestra en los ejemplos.



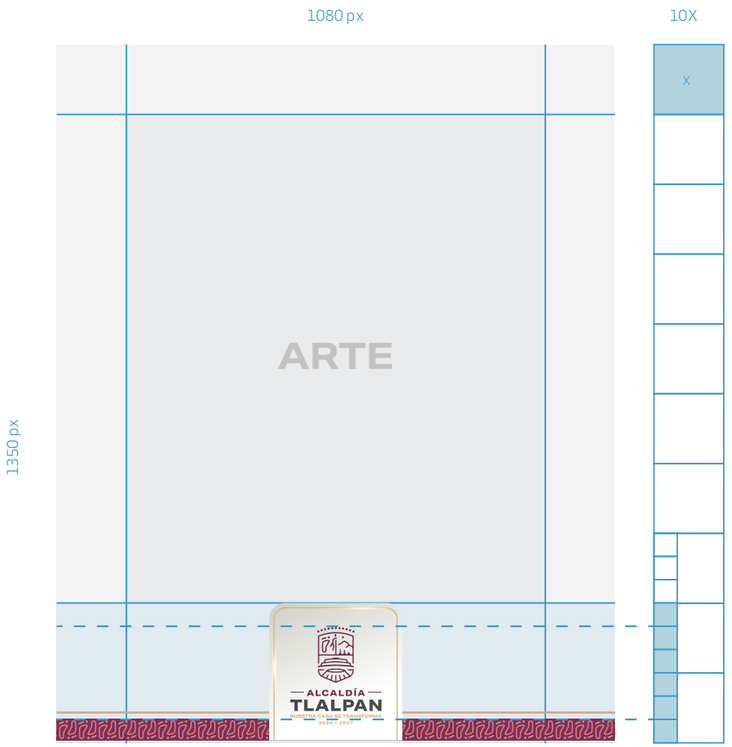


Publicaciones horizontales

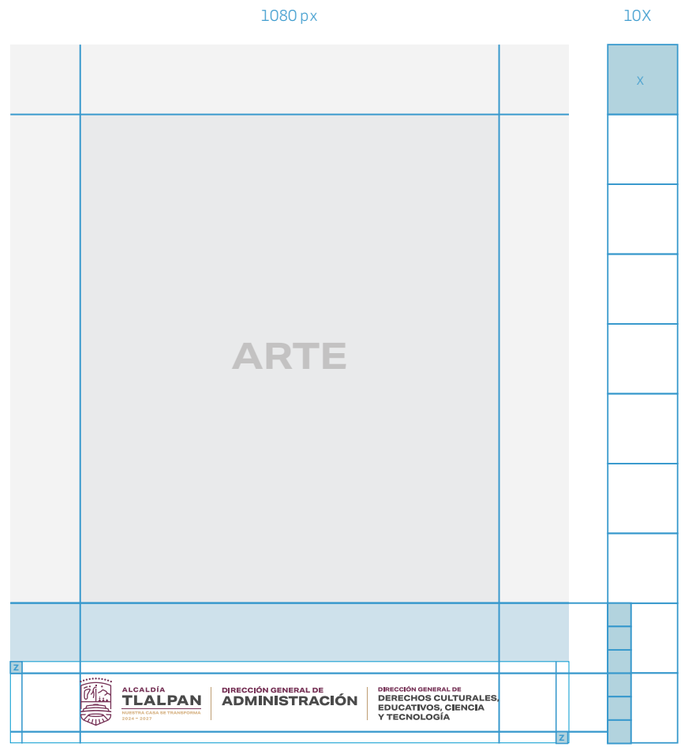
Recuerda que los tamaños y posición de los elementos en el formato están pensados para mantener la información visible y coherente con la imagen institucional.



Imagotipo centrado con fondo difuminado



Placa con logo centrado en parte inferior



Placa para convivencia de otros imagotipos

Publicaciones horizontales (4:5)

Recuerda que los tamaños y posición de los elementos en el formato están pensados para mantener la información visible y coherente con la imagen institucional.

Historias y Estados (9:16)

Formato único:
1080 x 1920 px

Tamaño mínimo:
600 x 1067 px

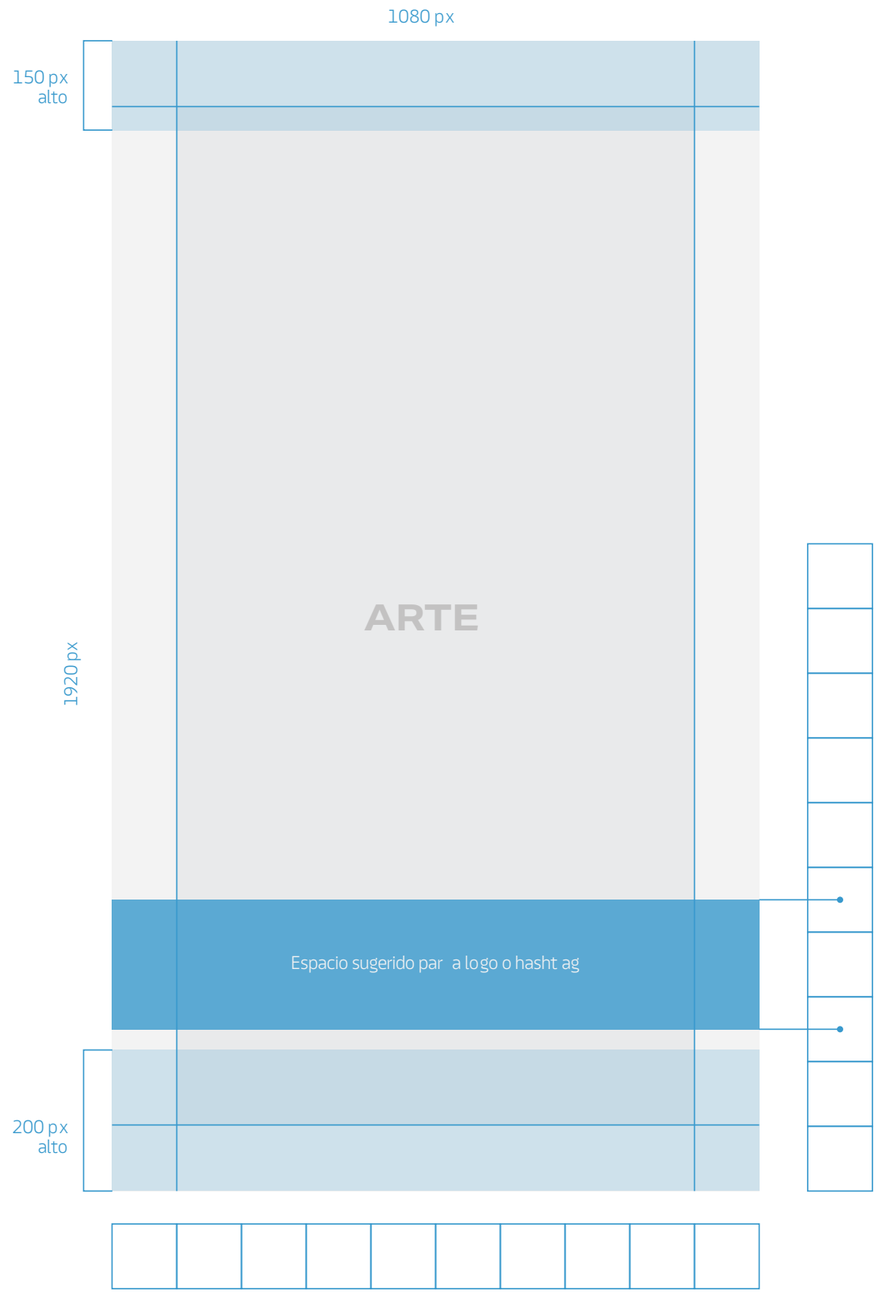
Proporción:
9:16

Tamaño máximo de archivo:
4MB

Estas publicaciones deben contener elementos gráficos variados, sin saturar el diseño para mayor alcance.

Deja libre la franja de 150 px de altura en encabezado y 200 px de altura en pie para que ningún elemento de tu arte se pierda por la interfaz de las historias.

Utiliza la retícula de modulación para generar elementos gráficos necesarios para los imagotipos o hashtags.



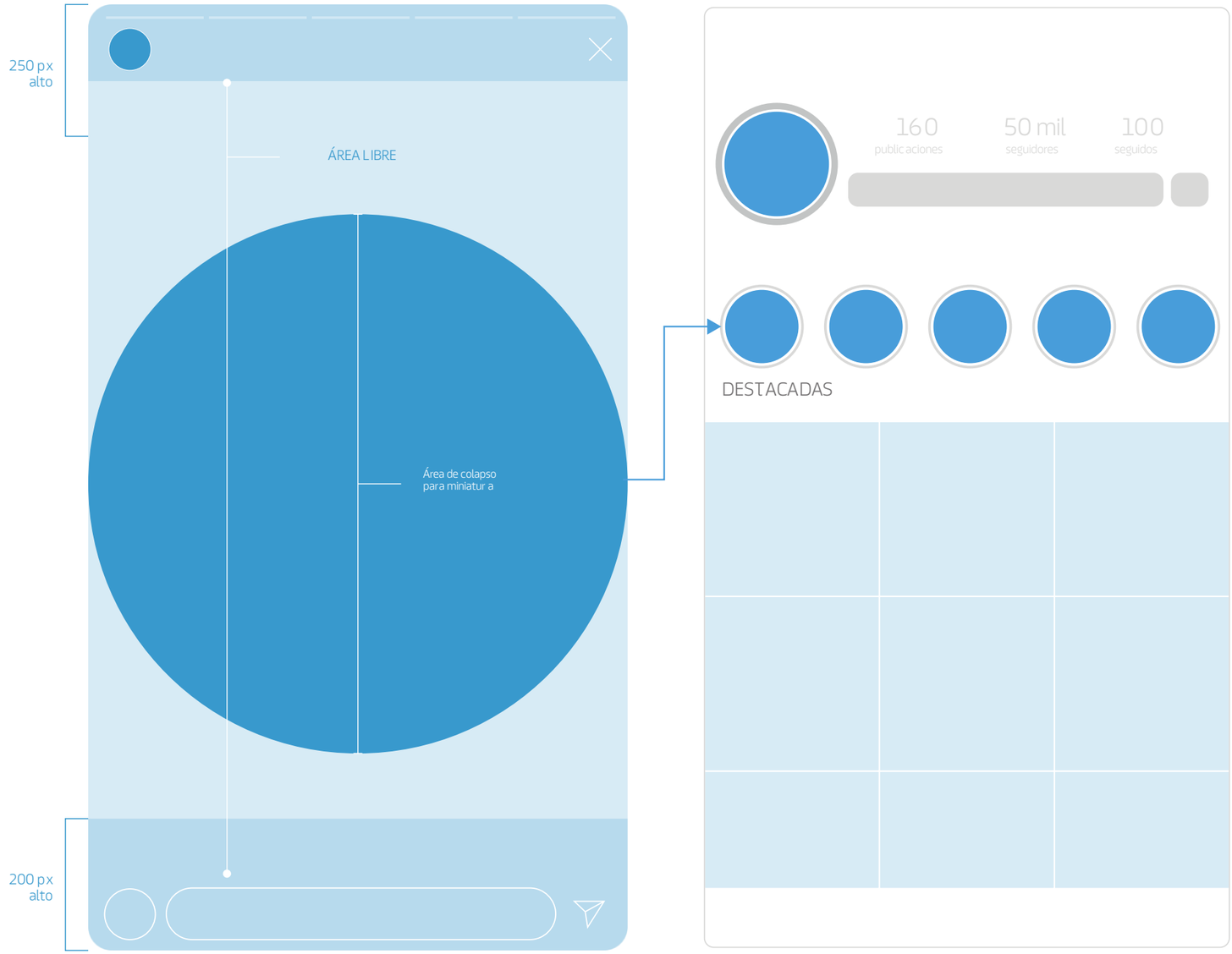
Historias destacadas en Instagram

Para historias destacadas, instagram colapsa la historia, toma en cuenta el centro de la imagen para crear la miniatura.

Posteriormente se puede editar la hitoria destacada para ajustar la miniatura y determinar qué parte de la imagen queremos que aparezca en ella. Deja el contenido más importante al centro.

Para otros formatos, Instagram colapsa las medidas de la imagen a un formato cuadrado para visualizar la miniatura en la lista de publicaciones de las pantallas de perfil. Es importante, en estos casos, ubicar la información al centro y dentro de las proporciones.

Instagram es una plataforma que funciona mejor para dispositivos móviles. Las características para versiones de escritorio son las mismas, por lo que no es necesario desarrollar diferentes formatos.



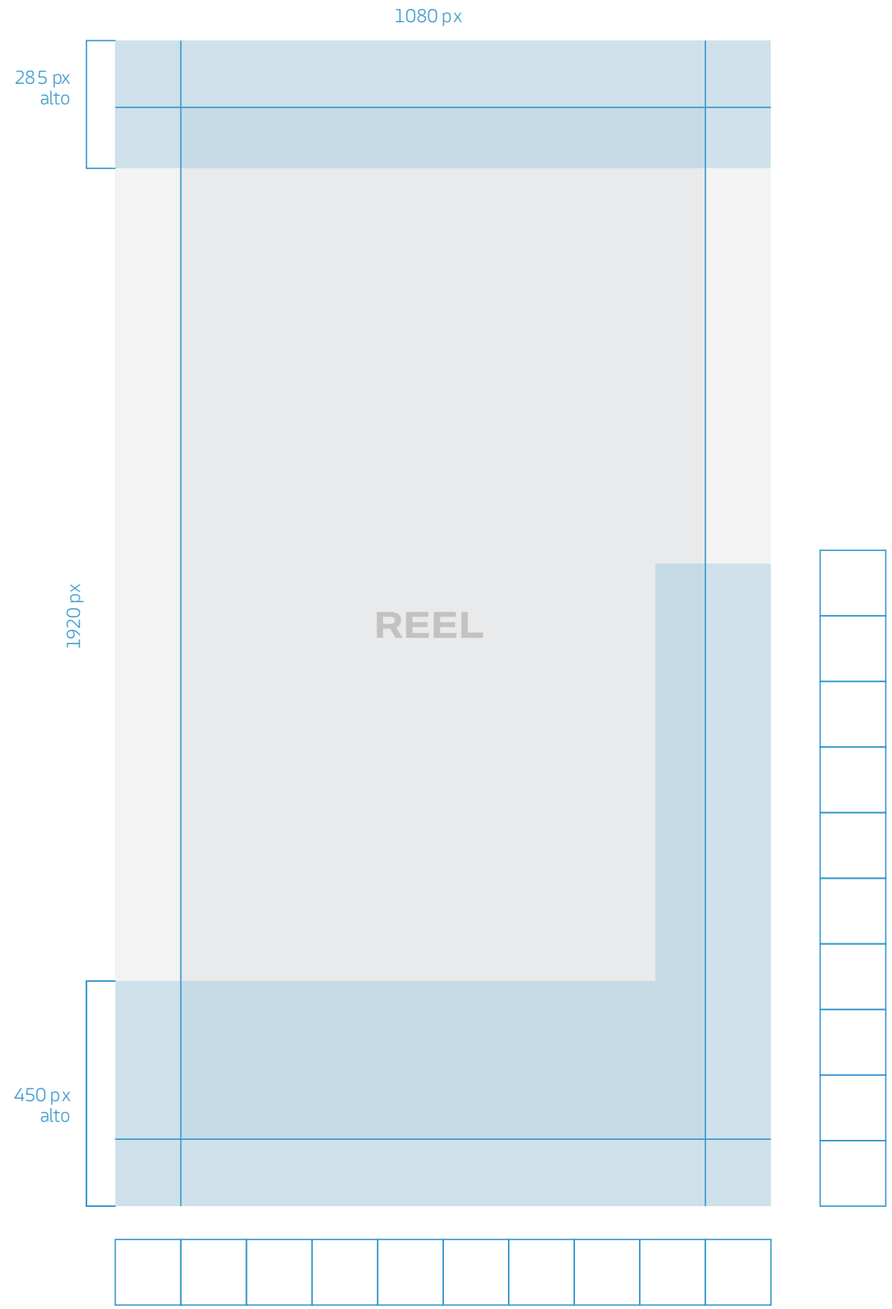
TikTok y Reels

Formato único:
1080 x 1920 px

Proporción:
9:16

Estas publicaciones deben contener elementos gráficos en video.

Deja libre la franja de 285 px de altura en encabezado y 450 px de altura en pie para que ningún elemento de tu arte se pierda por la interfaz de las plataformas.



Fotos de perfil

Medidas de foto de perfil: 180 x 180 px

Displays:
170 x 170 px en dispositivos de escritorio
128 x 128 px en celulares inteligentes
36 x 36 px en dispositivos móviles
32 x 32 px miniaturas

Aunque la medida oficial para foto de perfil es de 180 x 180 px, sube la imagen con mayor resolución (1080 x 1080 px mínimo) ya que las redes sociales dan la opción de expandir la foto y observarla con mayor detalle. Utiliza fondos blancos y los imagotipos en sus colores originales para lograr un posicionamiento adecuado.

Asegúrate de que la imagen quede visualmente equilibrada en el colapso circular, utilizando la retícula establecida. La imagen de perfil se sube en formato cuadrado, y las redes sociales hacen el colapso a un formato circular para visualizar las miniaturas en diferentes dispositivos.

No te preocupes si la imagen no se ve centrada en formato cuadrado, prioriza la visualización en el colapso circular.

GOBIERNO











DIRECCIONES

Portada Facebook

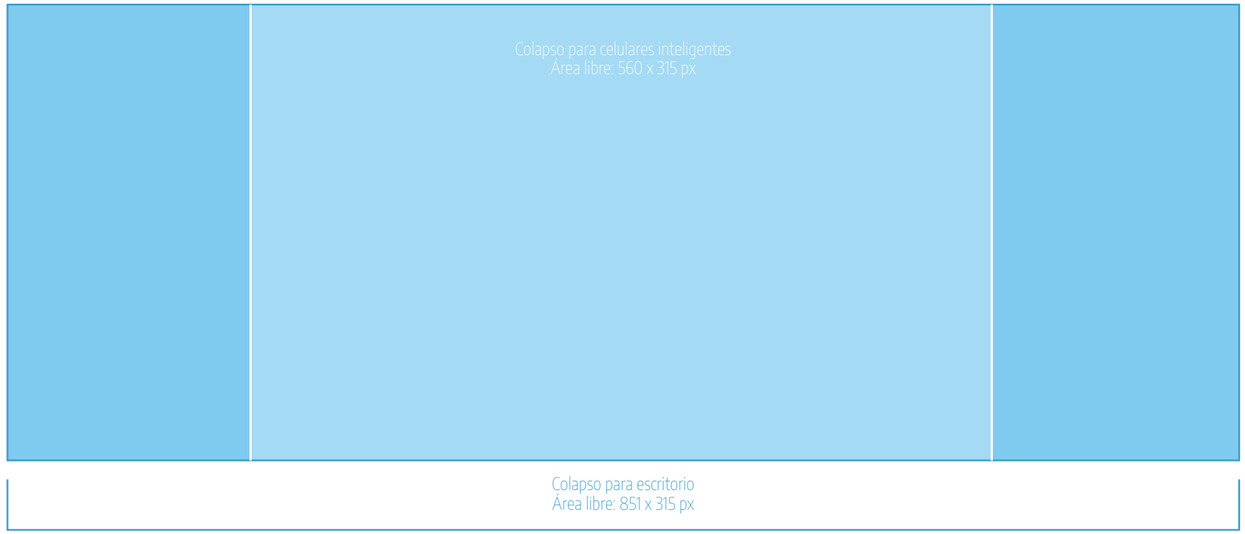
La foto de portada se carga con mayor rapidez como archivo JPG sRGB de 851 px de ancho y 315 px de alto, siempre que pese menos de 100 Kb.

Se visualiza en dispositivos móviles, tablets y iPad con un tamaño de 560 x 315 px.

El formato ideal para aumentar la resolución de la imagen de portada si tu foto contiene logotipos o texto, sería en PNG, puesto que este formato ofrece un resultado de mayor calidad.

TAMAÑO DE PORTADA DE FACEBOOK
EN VÍDEO

A la hora de utilizar esta función es importante considerar tanto el tiempo como el tamaño del vídeo de portada de Facebook en pixels. El video de portada debe durar de 20 a 90 segundos, con un tamaño de 820 a 312 pixels y en formato MP4.



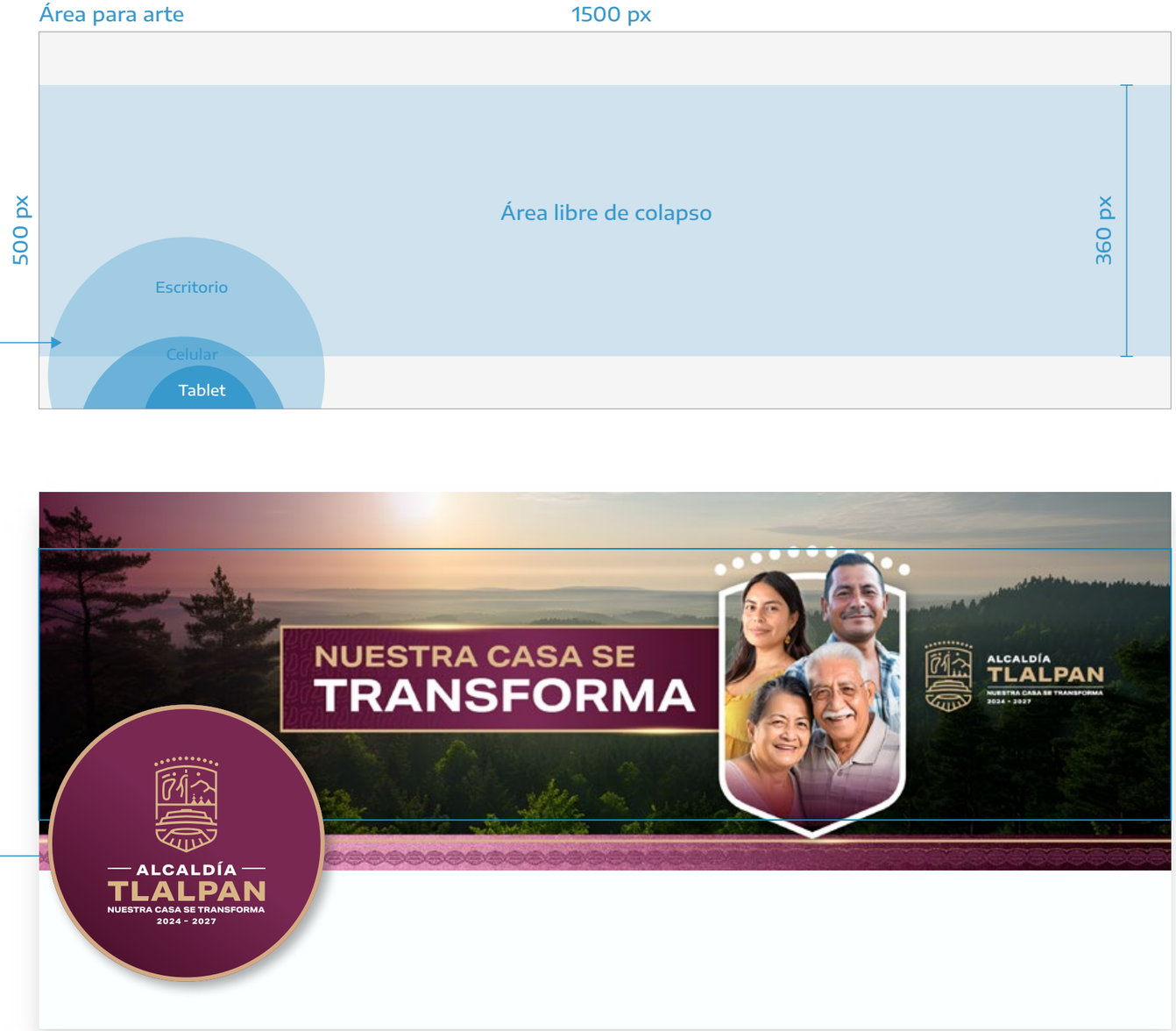


Portada X

Medidas: 1500 x 500 px
Toma en cuenta el área libre de colapso (1500 x 360) para no colocar elementos importantes fuera de ella.

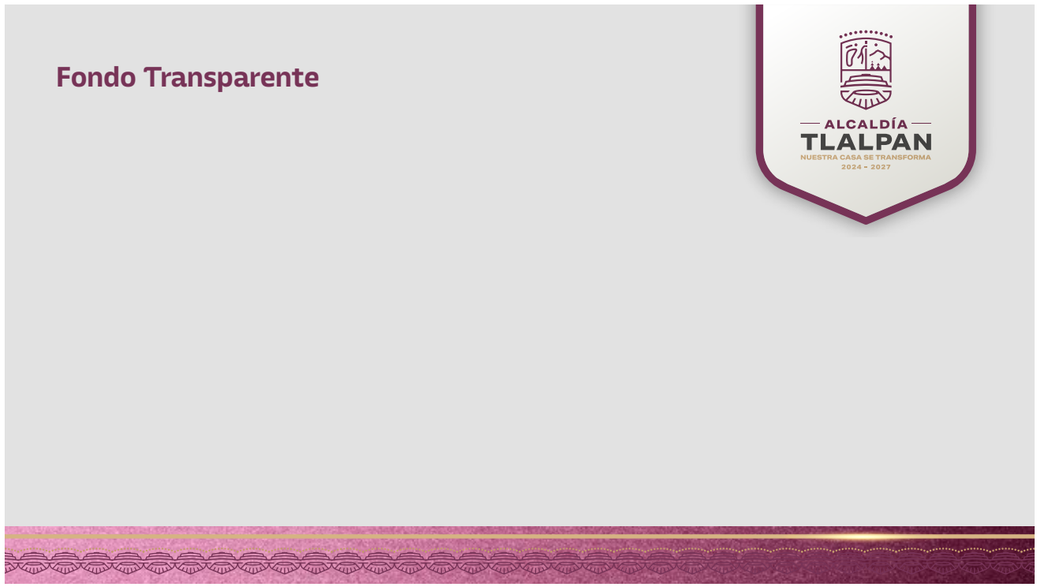
Así evitarás que algún elemento corra el riesgo de cortarse y que la lectura de la imagen se vea interferida.

También considera el espacio que ocupa la foto de perfil sobre la foto de portada en la visualización de la página de perfil. Evita que elementos de arte queden ocultos completa o parcialmente en ese zona.



Youtube Miniaturas

Fondo Transparente



Fondo Transparente



Youtube Portada

TV 2560 x 1 440 px



Web 2560 x 423 p x

Tablet a 1855 x 423 p x

Teléfono inteligente 1 546 x 423 p x

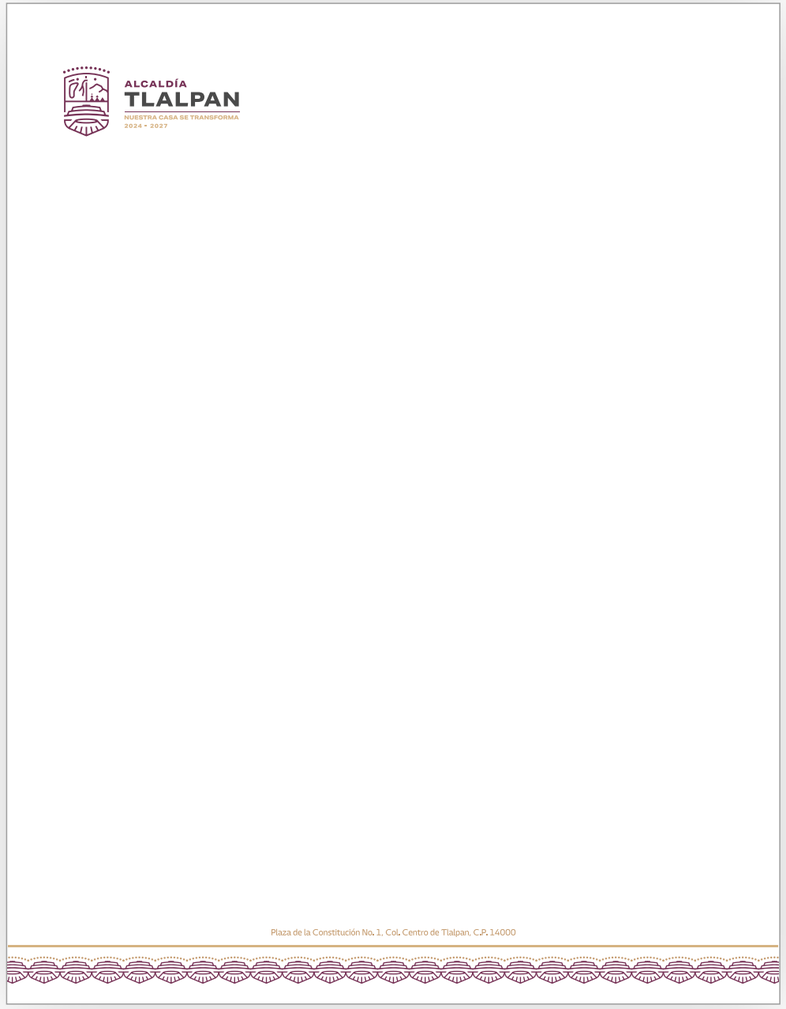
Aplicaciones

11

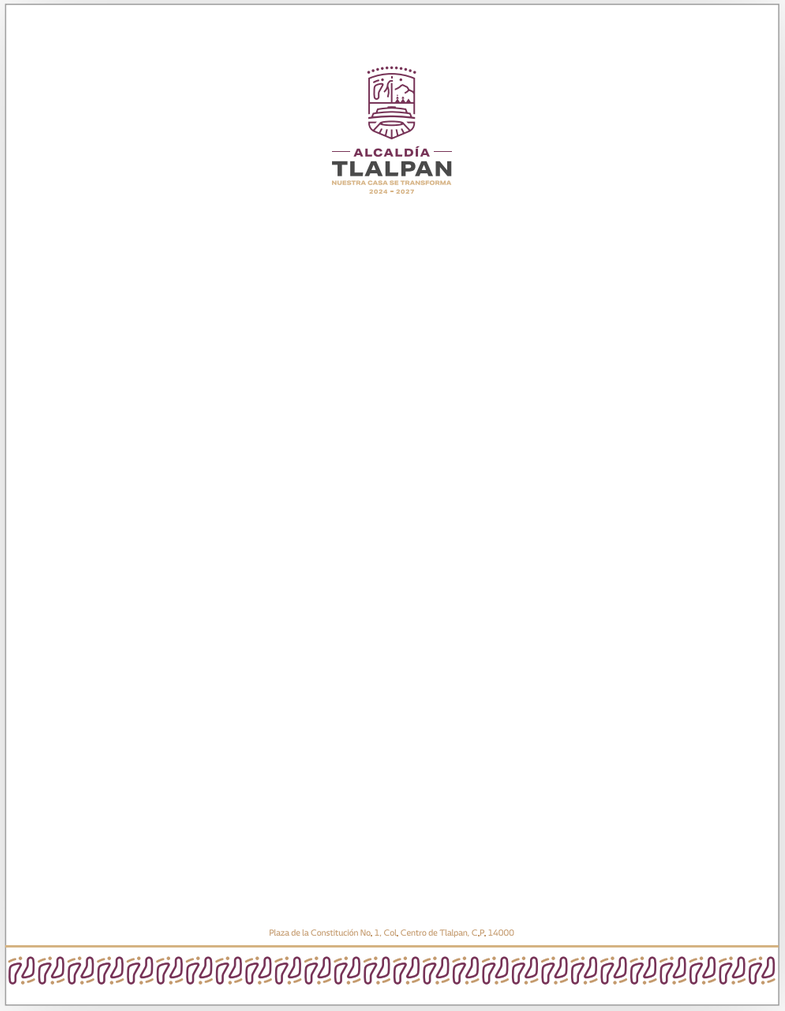
Papelería

11.1

Hoja membretada carta



Hoja membretada carta 2



Tarjeta de presentación





Tarjetón media carta



Ficha



Sobre para carta



Sobre bolsa carta



Sobre bolsa oficio



Folder carta



Folder oficio

ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 - 2027

ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 - 2027

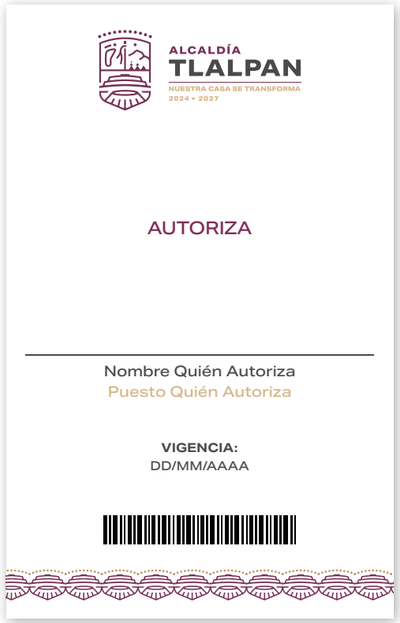
Nombre de Calle 123, Nombre de Colonia, C.P. 12345, Ciudad, Estado Tel: 01 (00) 1234 5678 www.guerrero.gob.mx/nombredesecretaria

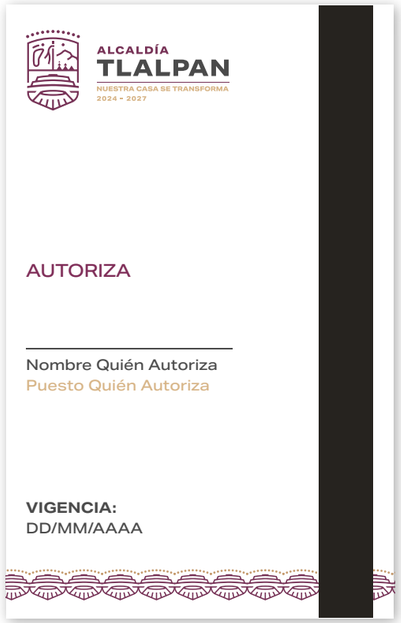
ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 - 2027

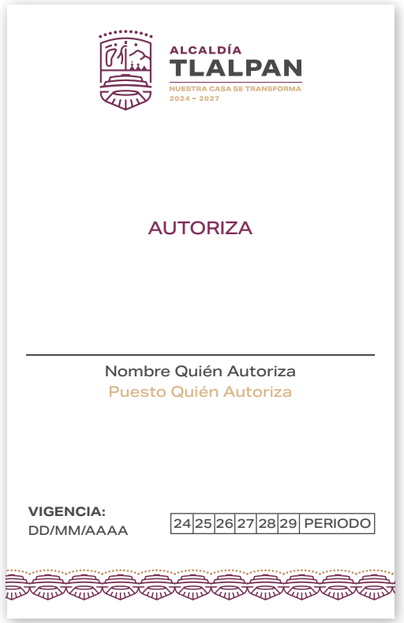
Credenciales











Diploma


ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 - 2027
LA ALCALDÍA DE TLALPAN OTORGA EL PRESENTE
DIPLOMA
A:
Nombre Apellido
Por su valiosa participación en Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.
Tlalpan, 16 de Octubre de 2024
Nombre Apellido
Puesto o cargo
Nombre Apellido
Puesto o cargo

Digitales

11.1

Firmas para correo electrónico



Uniformes

11.3

Camisas


ALCALDÍA
TLALPAN


ALCALDÍA
TLALPAN


ALCALDÍA
TLALPAN


ALCALDÍA
TLALPAN

Playera Polo









Playera Cuello Redondo









Gorras


ALCALDÍA
TLALPAN


ALCALDÍA
TLALPAN


ALCALDÍA
TLALPAN


ALCALDÍA
TLALPAN


ALCALDÍA
TLALPAN


ALCALDÍA
TLALPAN

Chamarras





Chalecos casuales





Chalecos Producción y Brigadistas





Vehículos

11.4

Automóvil

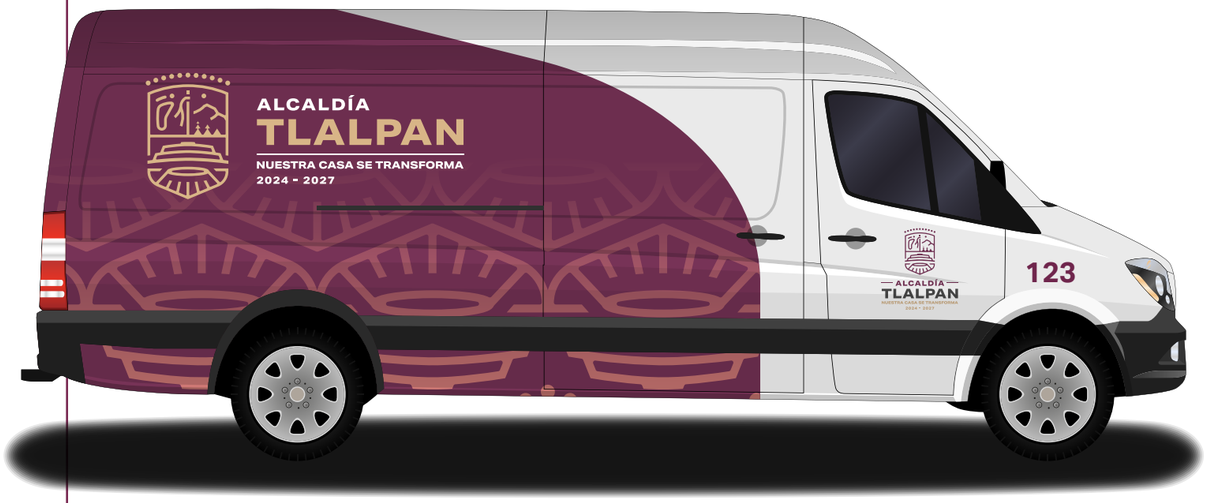

123
ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 • 2027
sitioweb.gob.mx


123


123
ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 • 2027
sitioweb.gob.mx


ALCALDÍA
TLALPAN
01 800 TLALPAN
sitioweb.gob.mx
123

Van


ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 - 2027
123


ALCALDÍA
TLALPAN
123


ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 - 2027
123


123
ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 - 2027
01 800 TLALPAN
sitioweb.gob.mx

Camioneta


123
ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 • 2027




123
ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 • 2027

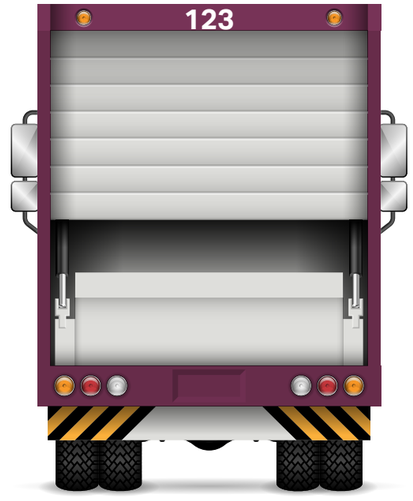

ALCALDÍA
TLALPAN
NUESTRA CASA SE TRANSFORMA
2024 • 2027
01 800 TLALPAN
sitioweb.gob.mx

Vehículo de recolección









ALCALDÍA

TLALPAN

NUESTRA CASA SE TRANSFORMA

2024 - 2027