

## BRIEFING DE MARCA

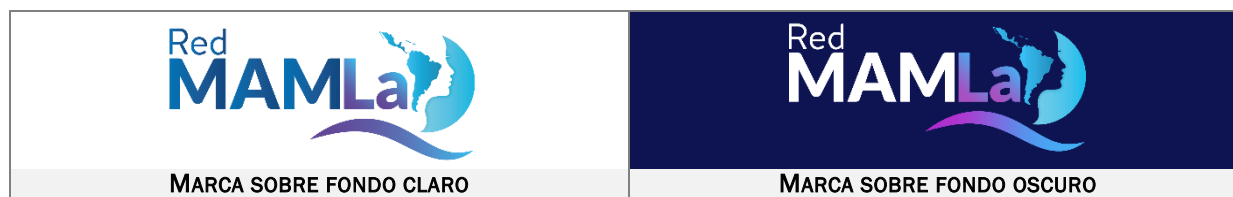
INSTRUCCIONES PARA LA UTILIZACIÓN DE LA MARCA DE LA RED DE MUJERES  
DE AUTORIDADES MARÍTIMAS DE LATINOAMÉRICA - RED MAMLa

### 1. COMPOSICIÓN MARCA

La marca de Red MAMLa contiene texto e iconografía en la siguiente composición:



De formato horizontal en el sector izquierdo se ubica el acrónimo de la organización (Red MAMLa) y la iconografía conceptual en el sector derecho.



### 2. ELEMENTOS QUE MODELAN LA MARCA

La Marca está compuesta por elementos gráficos y de texto, que son:

Elemento de Texto		
<div>Red MAMLa</div> <div>Acrónimo Organización</div>		
Elementos Gráficos (Iconografía)		
 Mapa Latinoamérica	 Perfil de Mujer	 Ola del Mar

### 3. TIPOGRAFIA DE LA MARCA

El acrónimo utiliza el tipo de letra “LATO” que pertenece a la familia tipográfica sans-serif.

## Lato

A	B	C	Ć	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
P	Q	R	S	Š	T	U	V	W	X	Y	Z	Ž	a	b	c
ć	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p	q	r
s	š	t	u	v	w	x	y	z	ž	1	2	3	4	5	6
7	8	9	0	‘	?	’	“	!	”	(	%	)	[	#	]
{	@	}	/	&	\	<	-	+	÷	x	=	>	®	©	\$
€	£	¥	¢	:	;	,	.	*							

**Diseñador:** Łukasz Dziedzic **Licencia:** Fuentes abiertas/Open source. Google 2010.

Para la construcción de piezas gráficas y/o audiovisuales la utilización de esta tipografía en la construcción de la marca es mandatorio.

En el caso de textos asociados o que acompañen a la marca en una diagramación gráfica de impresión papel o digital, o en la creación de subtítulos para un video o animación es permitido utilizar tipografías derivadas de la familia original sans-serif, tales como:

Nro.	Tipografía Similar (Sans Serif)	Muestra (Preview)
1	Roboto	The spectacle before us was indeed sublime.
2	Open Sans	The spectacle before us was indeed sublime.
3	Source Sans Pro	The spectacle before us was indeed sublime.
4	Oswald	<b>The spectacle before us was indeed sublime.</b>
5	Raleway	The spectacle before us was indeed sublime.

La combinación de “Lato” con cualquiera de las tipografías antes mencionadas es permitida.

También se permite la utilización y combinación con tipografías San Serif tradicionales como Arial, Helvética y Futura.

# Arial | Helvetica | Futura

## 4. COLORES QUE COMPONEN LA MARCA

La marca utiliza una paleta de colores primarios, que son los que la componen y una paleta de colores auxiliares o secundarios, que son los que la realzan.

### COLORES PRIMARIOS (INTEGRADOS EN LA MARCA)

Color 1 Azul	Color 2 Azul Intermedio	Color 3 Azul Claro	Color 4 Morado
Pantone DS206-1 C	Pantone DS218-1 C	Pantone DS229-4 C	Pantone DS184-3 C
Hex: #144B84	Hex: #0872B5	Hex: #24B8E0	Hex: #614797

### COLORES AUXILIARES

Color Auxiliar 1 Azul Oscuro	Color Auxiliar 2 Blanco
Pantone DS191-1 C	Pantone DS000 C (White)
Hex: #0D1452	Hex: #FFFFFF

### COMBINACIÓN DE COLORES

La combinación entre colores primarios y secundarios está permitida, respetando la línea cromática natural.

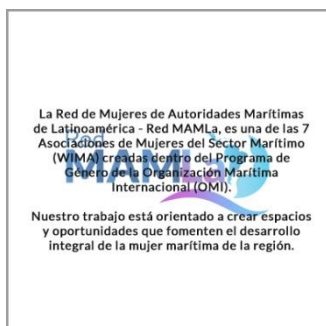
0D1452 Royal Blue Dark	144B84 Yale Blue	0872B5 French Blue	24B8E0 Canadian Crayola	614797 Royal Purple	FFFFFF White
COLORES PRIMARIOS					

En el caso de degradaciones, estas pueden ser creadas entre colores primarios sin restricción (matching gradient). Las degradaciones individuales de cualquier color primario deben utilizar como punto límite claro el color auxiliar blanco y como punto límite oscuro el color auxiliar azul.

## 5. POSICIÓN DE LA MARCA

La marca siempre debe ubicarse en un lugar visible, sin imagen o texto que pudiera sobreposicionarse en ella.

**NO**

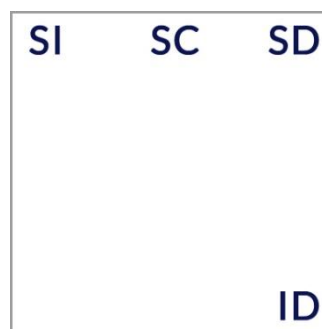


**SI**

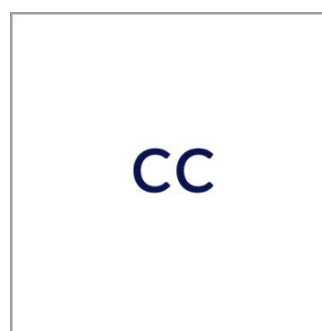


En una diagramación gráfica o audiovisual la marca puede estar ubicada en las siguientes posiciones:

- Superior-Izquierda
- Superior-Central
- Superior-Derecha
- Inferior-Derecha



Si la marca se utiliza como objeto principal de la diagramación se ubicará en el centro del plano diseñado.



  
**Lissette Moreno**  
Publicista