

# Manual de uso de la marca gráfica



Instituto  
Internacional  
de Teología

66

El diseño es  
el **EMBAJADOR**  
silencioso  
de tu Marca

99

*Paul Rand*

---

En este documento se describen las reglas del sistema de comunicación visual. Para mantener la coherencia de la marca, debes seguir siempre estas pautas.

---

El Manual de uso de la marca gráfica del Instituto Internacional de Teología es el documento que describe la aplicación y los elementos de diseño que componen su identidad visual.

En éste manual se presenta el actual sistema de diseño del Instituto y presenta una completa gama de colores y formas de gran atractivo visual que potencian su imagen en todas sus comunicaciones gráficas, así como también indicamos las pautas y reglas de uso para consolidar la correcta aplicación de cada elemento, y así mantener un sistema que aborde diferentes formatos y necesidades de comunicación.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación visual.

El manual debe ser por tanto una herramienta presente en todas las aplicaciones de la imagen institucional. Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicación. Las piezas que se encuentran en este manual no deben ser utilizadas como artes finales, son un ejemplo.



66

Un producto puede  
quedarse *obsoleto*  
*rápidamente*,  
pero una *Marca*  
*exitosa es Atemporal.* 99

Stephen King

# Contenido

01	Logotipo	07	07	Aplicaciones	47
02	Color	19	08	Señalética	65
03	Tipografía	25	09	Promocionales	73
04	Composiciones	31	10	Uniformes	79
05	Fotografía	37			
06	Iconografía	45			



# Atributos

Una marca fuerte debe tener los siguientes atributos:

## Versátil

Compatibles con todos los discursos y tonos de comunicación que la organización necesite.



## Memorable

La memoria visual ama todo lo único y simple, Lya es sinónimo de ambos, tanto que un pequeño podría dibujarlo de memoria.

## Singular

Capaz de diferenciarse y ser única.

# 01 LOGOTIPO

---

[Logotipo](#) | [Símbolo Marcario](#) | [Construcción](#) | [Área de seguridad](#) | [Versiones](#) | [Consejos de Uso](#)

## Logotipo

El logotipo del Instituto Internacional de Teología está diseñado para identificar a la institución y cargarlo de valores espirituales y la misión educativa de la institución. Está compuesto por una cruz, símbolo universal de la fe cristiana, que representa la dedicación del instituto a la enseñanza y propagación de los valores y principios del cristianismo. A un lado de la cruz, una síntesis gráfica de un racimo de espigas se despliega en un gesto de abundancia y provisión divina. Las espigas simbolizan la cosecha del conocimiento y la sabiduría, así como la fructificación del esfuerzo académico y espiritual. Esta imagen también evoca el pan, símbolo del Cuerpo de Cristo en la Eucaristía, y subraya la conexión entre el estudio teológico y la vida sacramental. Encerrando estos elementos, un círculo simbolizando el mundo o globo terráqueo, representa la unidad y la eternidad. El círculo refleja la idea de un continuo aprendizaje y crecimiento espiritual, sin comienzo ni fin, simbolizando el alcance global e inclusivo del instituto.

1. El símbolo agrega un sentido de fe, conocimiento y globalismo.
2. Fuente tipográfica cuadrada condensada es futurista y técnica y sus trazos redondeados de nuestro trabajo dan una sensación de suavidad.
3. Punto focal en la cruz enfatiza la visión de crecimiento, unidad y crecimiento continuo.



Instituto  
Internacional  
de Teología

El símbolo marcario

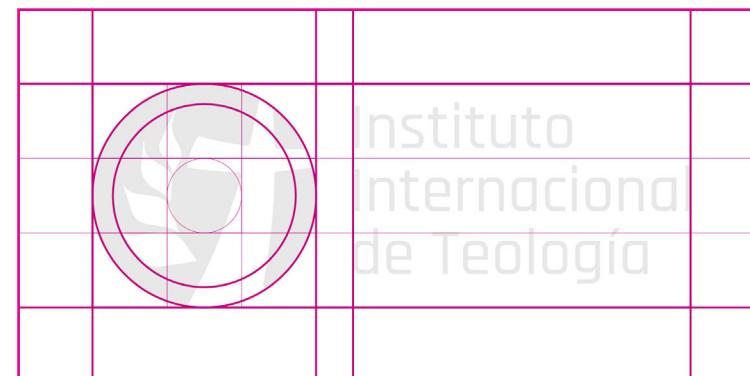


Logotipo



## Construcción

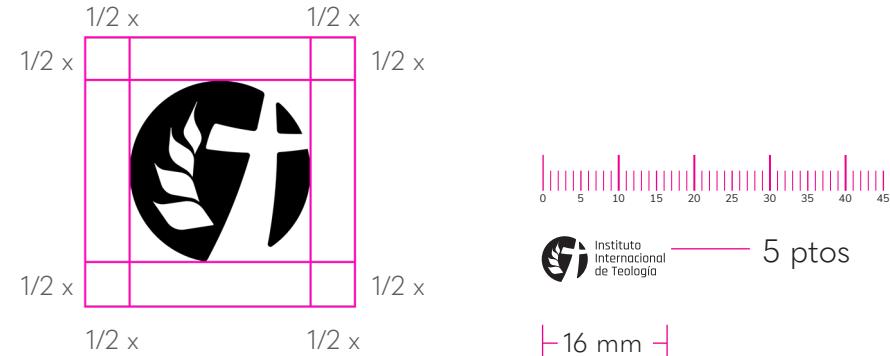
La retícula de construcción es un recurso que utilizamos como base para delimitar y crear el logotipo, también nos permite generar un buen equilibrio y armonía entre elementos.



## Área de seguridad y reductibilidad

Al aplicar nuestro logotipo, tenemos tres reglas principales para mantener la relevancia y su legibilidad:

1. Debemos asegurar dejar un borde igual a "1/2 x" para que el símbolo no se vea afectado por ningún otro objeto gráfico.
2. En el caso del logotipo esa área de seguridad está determinada por el valor de "1 x".
3. El tamaño mínimo de reproducción está determinado por el tamaño de la tipografía del logotipo este no debe ser inferior a "5 ptos" 21 mm o 60 px de ancho en aplicaciones impresas o digitales respectivamente.



## Versiones del logotipo

El logotipo principal debe utilizarse en cualquier comunicación que provenga directamente de IIT, usa una de las variantes de color, como se muestra a la derecha, tu elección dependerá del fondo en donde estés aplicando el logotipo.



Logotipo de uso primario



Logotipo de uso primario 1 color



Logotipo de uso primario  
espacio negativo



Logotipo de uso primario  
espacio negativo



## Versiones secundaria del logotipo

Disponemos de ésta versión secundaria del logotipo para su uso en condiciones específicas, en este caso, si la ocasión lo amerita, puedes usar esta versión.

Logotipo de uso secundario



Logotipo de uso secundario 1 color



Logotipo de uso secundario  
espacio negativo



Logotipo de uso secundario  
espacio negativo



## Versiones alternativas del logotipo

Disponemos una versión alternativa del logotipo para su uso en condiciones específicas, como por ejemplo para los sellos, bordados, etc.



Logotipo alternativo



Logotipo con lema



## El símbolo marcario

El símbolo marcario puede aplicarse como imagen de perfil para las redes sociales, está permitido usar cualquiera de las variantes de color, como se muestra a la derecha,



## Favicon

El Favicon es un recurso único de 16 x 16 px, sólo para la pestaña en los navegadores web.



## Expresión textual de la marca

Al mencionar al Instituto en un correo o comunicado escrito, deberá aparecer tal y como se especifica en el siguiente ejemplo.



### **Escritura correcta**

Ejemplo de como se escribe **Instituto Internacional de Teología o IIT**



### **Escritura incorrecta**

Ejemplo de como se escribe **INSTITUTO INTERNACIONAL DE TEOLOGÍA**



### **Escritura incorrecta**

Ejemplo de como se escribe la marca **Instituto IT**



## Consejos de uso

Sigue los consejos generales que aparecen a continuación esto te ayudará a presentar nuestra marca en su máxima expresión.

Para maximizar la accesibilidad al utilizar nuestro logotipo, debes tomar en cuenta lo siguiente:

- Respeta el tamaño mínimo de reproducción.
- Utiliza la versión correcta del logotipo para cada aplicación.
- Comprueba el contraste de color asegurándote de que el logotipo se destaque.
- Revisa siempre tu trabajo en tamaño real y a la resolución adecuada para cada medio de impresión.

## Buenas prácticas



Usa la versión primaria de nuestro logotipo.

Utiliza el área de seguridad mínima recomendada para asegurar legibilidad.

Guíate con nuestro sistema de retícula al diseñar.

## Malas prácticas



No cambiar colores y tipografía corporativa.



No está permitido agregarle borde blanco o sombras.



No distorsionar ni aplicar efectos 3D.



No cambiar distribución ni proporciones.



Administración

No crear otros logotipos a partir del principal.



No intervenir el logotipo con otros elementos.

## Uso del logotipo sobre imágenes

Ubicar el logotipo uso primario para espacio negativo sobre la imagen sin cubrir el concepto principal de la imagen.



No agregarle borde o difuminado exterior blanco al logotipo cuando se aplique sobre una imagen o fondo de color oscuro.



# 02

# Color

---

Colores Corporativos | Colores Primarios | Colores Secundarios

---

## Colores corporativos

El color es un componente fundamental de la identidad visual del Instituto y contribuye de manera esencial a sistematizar sus comunicaciones.

Para garantizar la correcta reproducción de la marca en diferentes soportes, recogemos en esta sección las diferentes composiciones y tramas de los colores corporativos. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éstos PANTONES el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía.



#692a31

R105 G42 B49

C30 M90 Y65 K45

#1c8175

R28 G129 B117

C100 M20 Y60 K5

#67665b

R103 G102 B91

C0 M0 Y20 K73

## Paleta de colores

El esquema CMYK reproduce el color de manera diferente al sistema RGB, ya que el primero es usado con técnicas sustractivas para la reproducción del color mientras que, el segundo, hace uso de la luz para formar los colores.

Tal aclaración es importante ya que encontrará una gran diferencia en la vividez del color que puede ser usado en formatos impresos a los usados en formatos digitales, donde los colores permiten una gama de brillo y saturación más amplia y de mayor atractivo visual.

## Paleta de color primaria

C30 M90 Y 65 K5  
R28 G129 B117

vino

C25 M100 Y90 K20  
R62 G26 B32

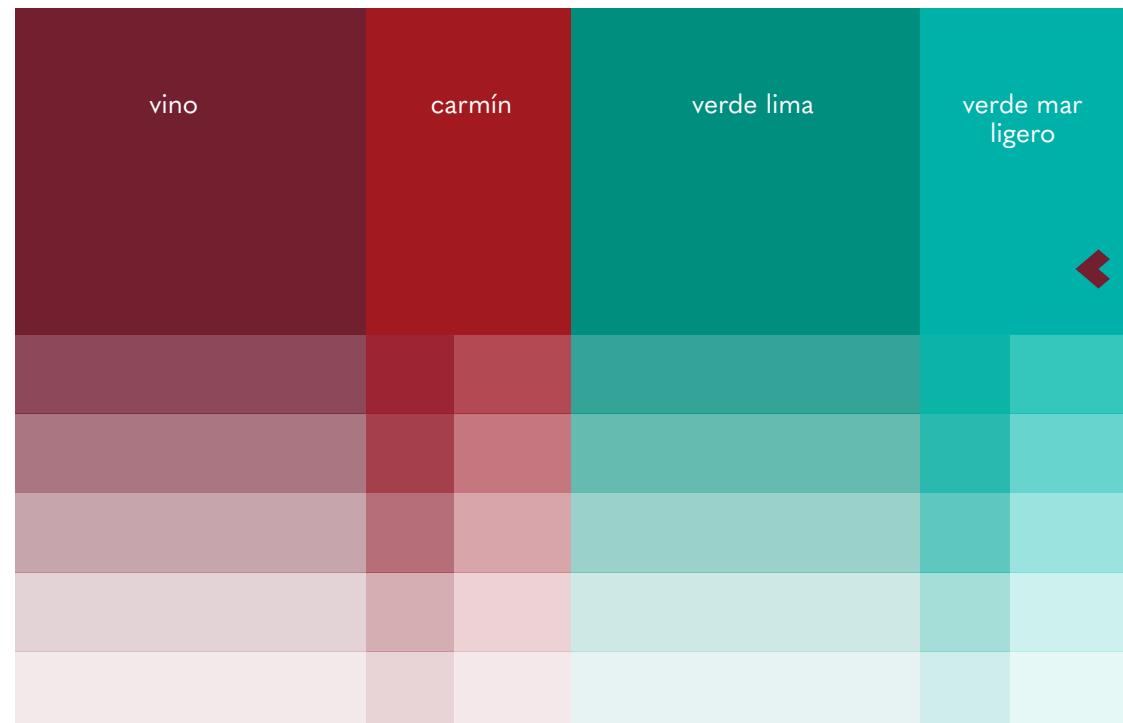
carmín

C100 M0 Y65 K5  
R28 G129 B117

verde lima

C75 M0 Y40 K0  
R0 G177 B170

verde mar  
ligero



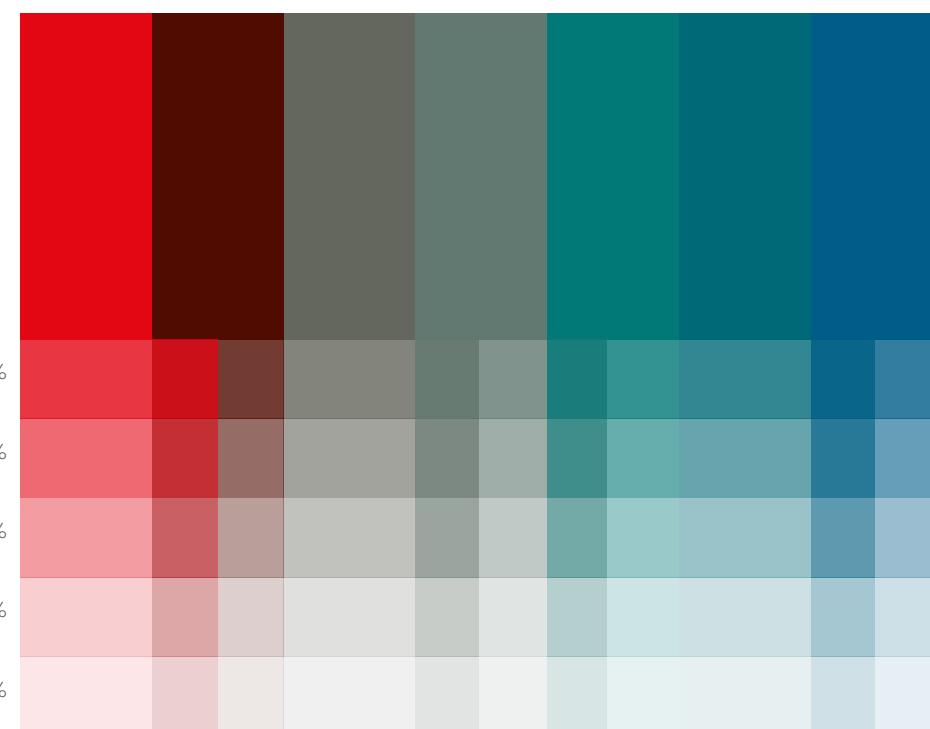
## Paleta de colores

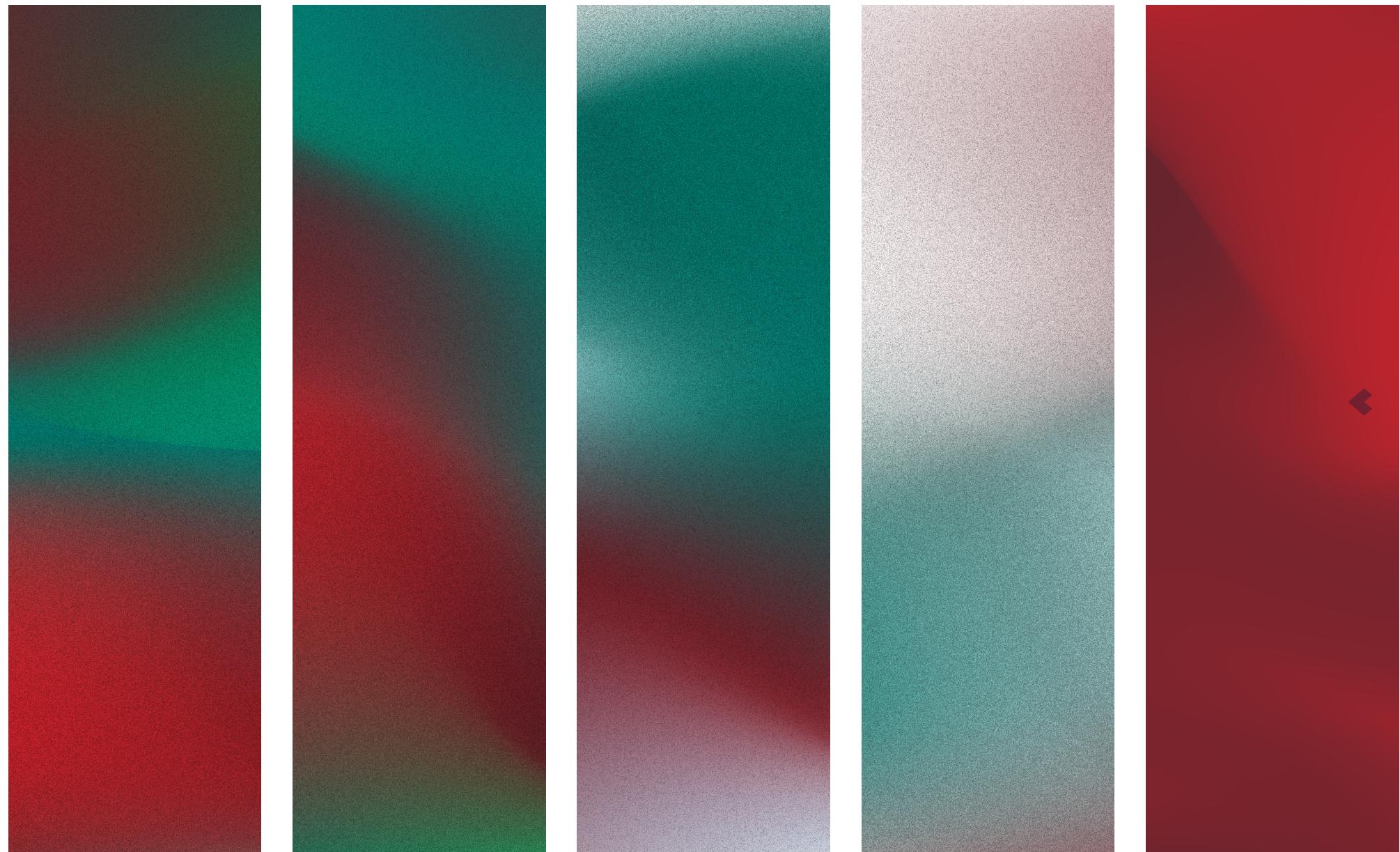
La paleta corporativa da consistencia a la comunicación del Instituto.

Esta paleta se compone de siete colores con sus distintas saturaciones, puede ser utilizados como fondos o como parte de los colores de una pieza publicitaria.

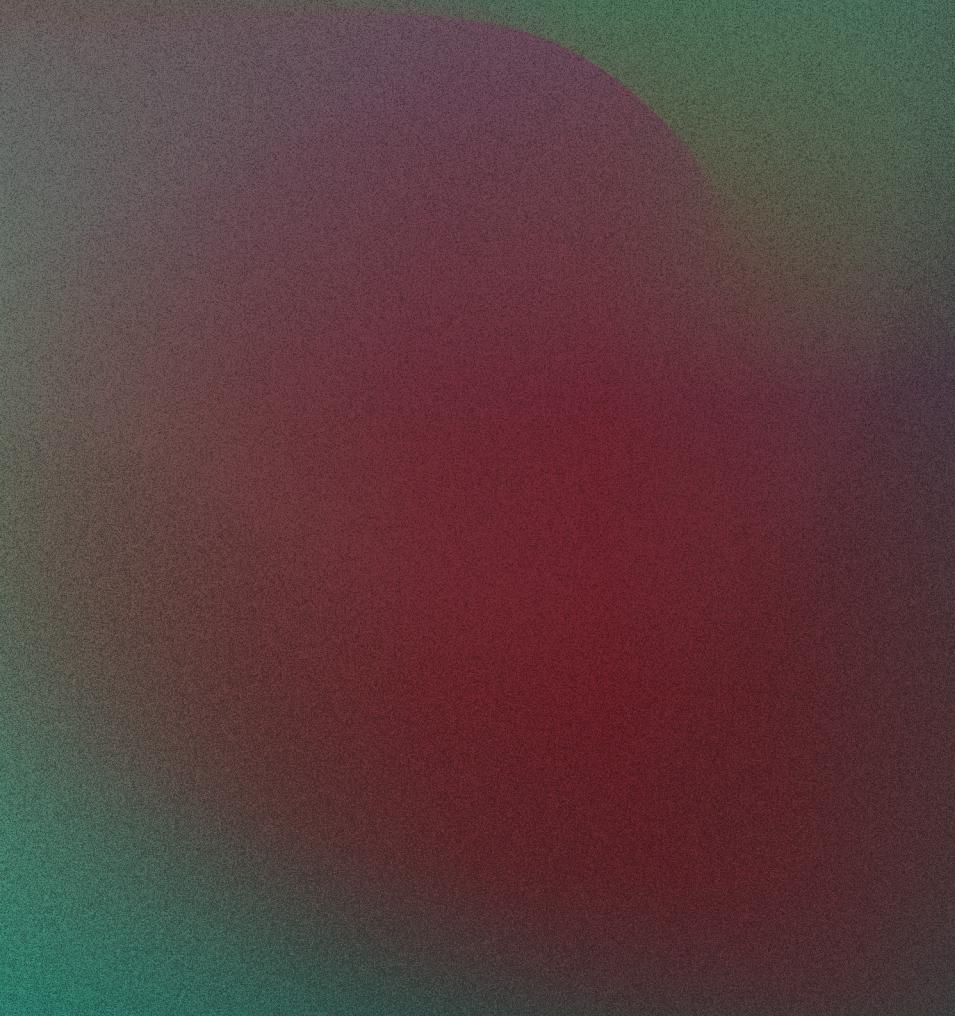


#e30613    #500d00    #964665d    #617971    #007977    #006977    #005d89





## Ejemplos de degradado



# 03

# Tipografía

---

Primaria | Complementaria | Combinaciones | Comunicaciones y Presentaciones

---

## Tipografía primaria

La familia tipográfica **Quasimoda** es la fuente elegida para los textos y las comunicaciones promocionales de la marca, esta familia tiene 22 estilos, por lo que sugerimos usar entre dos a tres estilos para contrastar en las piezas que se diseñen. **Quasimoda** es un tipo de letra sin serifas, robusto, de bajo contraste, geométrico y altamente legible, adecuada para cualquier uso digital o impreso.

La tipografía primaria podría variar para adaptarse a las campañas de marketing y las estrategias de comunicación estacional establecidas por la gerencia de mercadeo.

<https://fonts.adobe.com/fonts/quasimoda>

aA

Quasimoda

A B C D E F G H I J K  
L M N Ñ O P Q R S T  
U V W X Z a b c d e f  
g h i j k l m n ñ o p  
q r s t u v w x z ! ”  
\$ · % & / ( ) - + = @  
© 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

### Quasimoda

Estilo de párrafo 1

Quasimoda Ligh

Estilo de párrafo 1

Quasimoda Regular

### Subtítulos

### Títulos

**Quasimoda Semi Bold**

**Quasimoda Bold**

## Tipografía complementaria

**Rockwell Nova** es un tipo de letra "Slab". Una tipografía moderna con alta legibilidad y claridad, que se adapta fácilmente en distintos tamaños.

aA

Rockwell  
Nova

A B C D E F G H I J K  
L M N Ñ O P Q R S T  
U V W X Z a b c d e f  
g h i j k l m n ñ o p  
q r s t u v w x z ! ”  
\$ · % & / ( ) - + = @  
© 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



### Rockwell Nova

Estilo de párrafo 1

Estilo de párrafo 2

**Subtítulos**

Rockwell Nova Ligh

Rockwell Nova Regular

**Rockwell Nova Bold**

## Combinaciones tipográficas



# Metodología a distancia y recursos didácticos

La metodología a distancia que desarrolla el IIT tiene como objetivo proporcionar a sus alumnos una educación integral que contemple el desarrollo de todas las dimensiones de la persona:

- Intelectual (saber),
- Espiritual-afectiva (saber ser),
- Práctica (saber hacer y saber compartir).

Con el fin de alcanzar esta meta, ofrece una formación teológica, científica y sistemática que les va a permitir una mejor comprensión de su fe, la continua conversión del corazón y la posibilidad de transformar la sociedad con criterios científicos y pastorales, integrando así fe,

Títulos  
Quasimoda Bold

Estilo de caracteres  
Museo Sans

+45 recursos  
educativos

## Combinaciones tipográficas

# NUESTRO CAMPUS on line de aprendizaje

24/7

Basado  
en el sistema  
de código abierto  
Moodle

Disponible  
las **24** horas

El Campus on line del IITD:

- Proporciona fuentes para el conocimiento y la información.
- Facilita cauces de comunicación y expresión.
- Ofrece soportes didácticos para el aprendizaje colaborativo.

..... Títulos  
Rockwell Nova  
Bold

..... Destacados  
Rockwell Nova  
Regular



..... Cifras  
Rockwell Nova  
Bold

..... Descripciones  
+ textos de apoyo  
Rockwell Nova  
Ligh  
Bold

## Tipografía comunicaciones

La familia tipográfica **Trebuchet MS**, es la fuente elegida para los textos de las presentaciones y comunicaciones internas de la marca.

- ▶ Esta familia tiene 2 estilos que se pueden usar para contrastar en las comunicaciones impresas o digitales.

aA  
Trebuchet MS

A B C D E F G H I J K  
L M N Ñ O P Q R S T  
U V W X Z a b c d e f  
g h i j k l m n ñ o p  
q r s t u v w x z ! ”  
\$ • % & / ( ) - + = @  
© 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Estilo de párrafo 1  
**Títulos y Subtítulos**

Trebuechet MS Regular  
**Trebuchet MS Bold**

# 04

# Composiciones

---

Sistema de Retículas

---

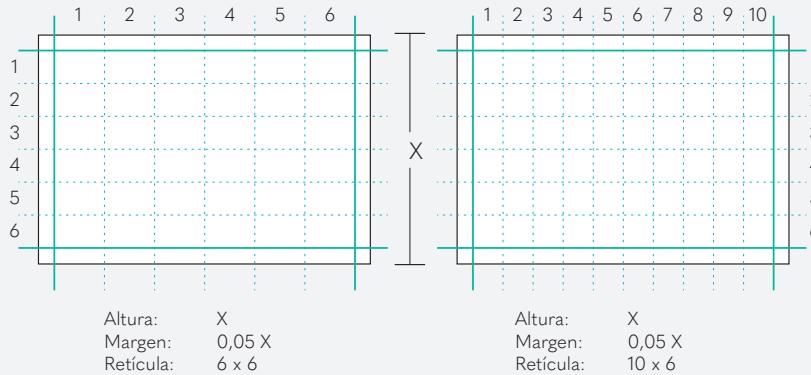
## Sistema de Retículas

Nuestro sistema de retículas es una guía que te ayudará a dimensionar y alinear los objetos en un lienzo.

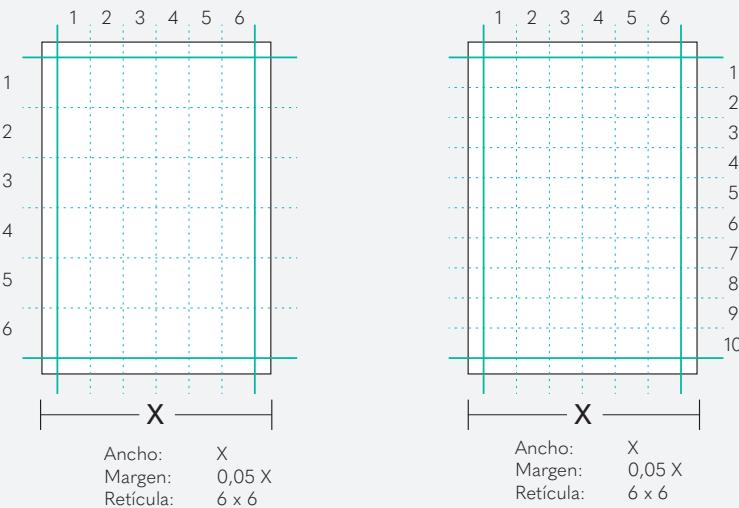
Cuanto mayor sea la precisión que necesites, la cantidad de segmentos debe ser mayor. Recomendamos hacer retículas en números pares, esto ayuda a construir una composición equilibrada, utilizando nuestros elementos de diseño clave.

Es muy importante que al momento de hacer las retículas uses un margen adecuado para cada formato, un margen adecuado no debe ser inferior a 0,3 cm en formatos muy pequeños y de 0,5 cm en formato grandes.

## Formato Horizontal



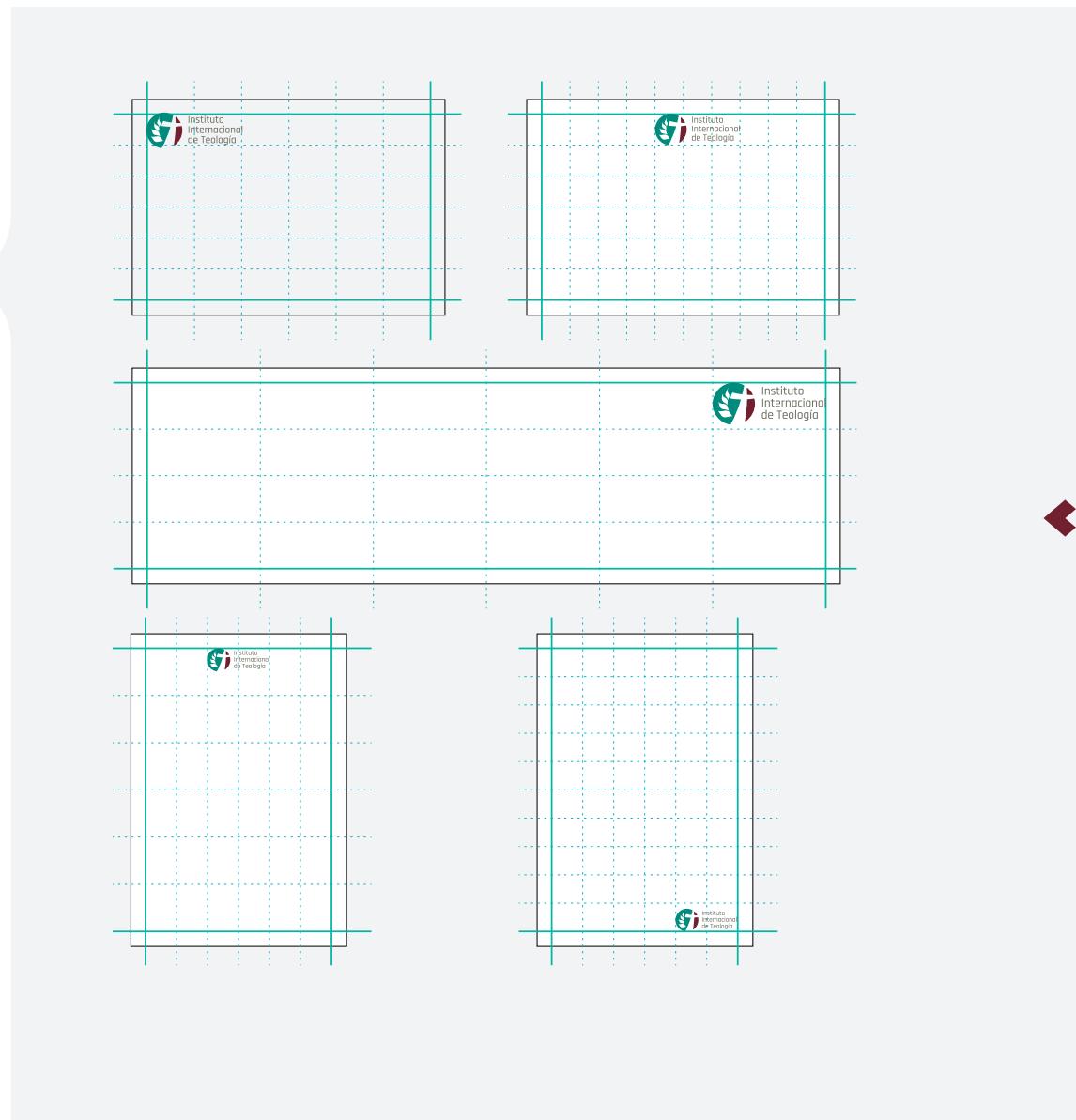
## Formato Vertical



La mayoría de las composiciones constan de imagen, texto y logotipo, el objetivo de una imagen es captar la atención o crear una primera impresión del mensaje, el texto proporciona los detalles de una narrativa con interpretaciones claras y el logotipo identifica o firma el mensaje.

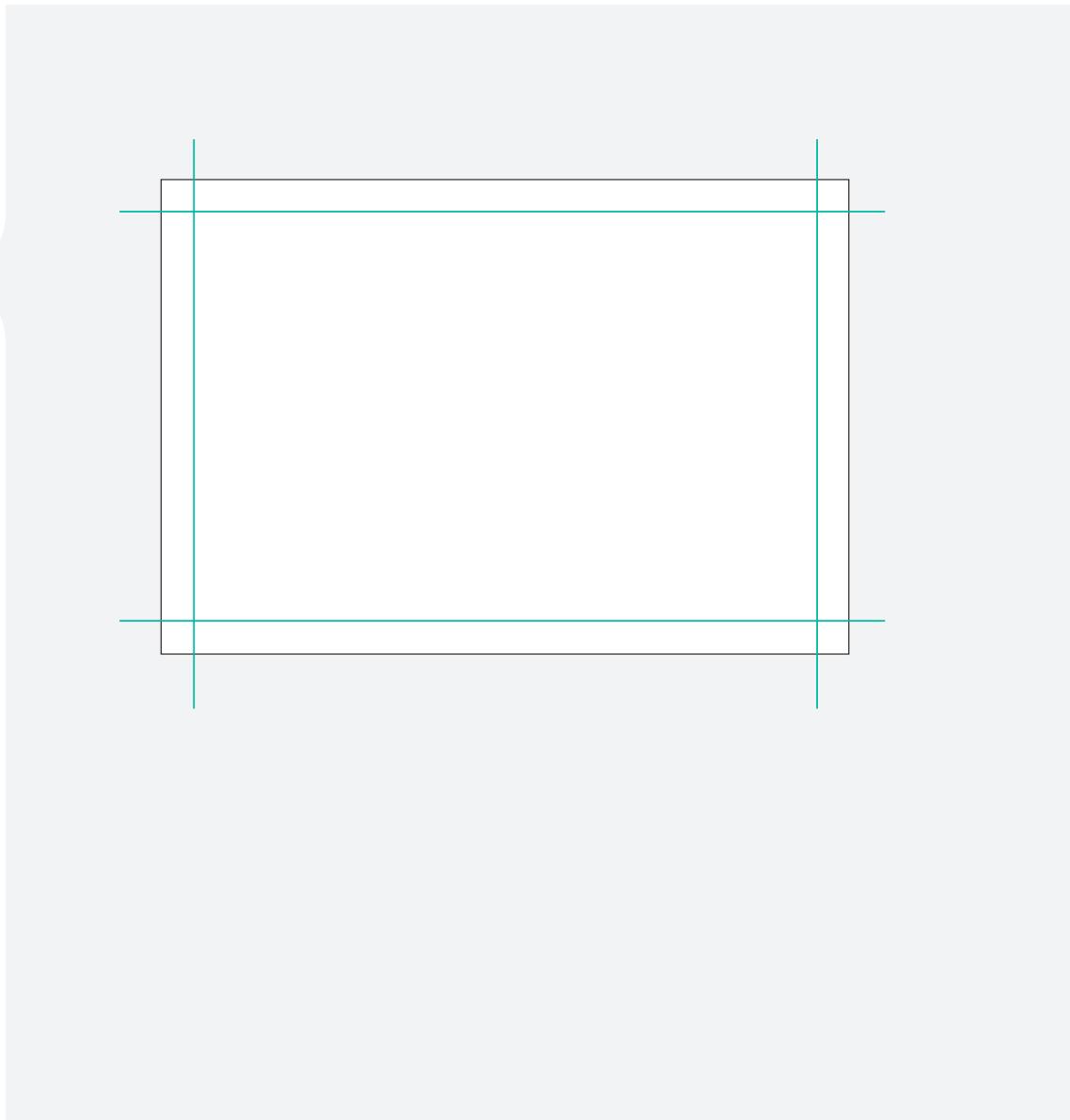
Los componentes clave de la composición de Lya son el lienzo, el contenedor o espacio para el texto y el logotipo, esto generan un fuerte recuerdo de marca.

Puedes explorar los tamaños y las posiciones de los elementos dentro del lienzo, es un gran campo de juego.



## Márgenes

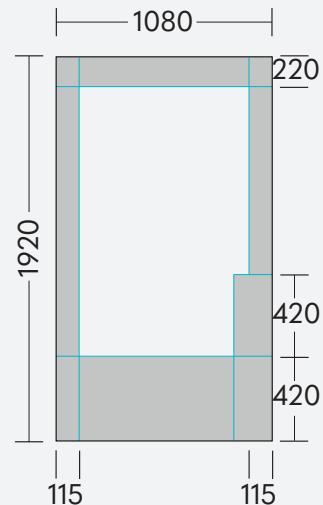
Los márgenes son fundamentales en el diseño gráfico porque aseguran que el contenido respire y se presente de manera clara y organizada. Al establecer espacios en blanco alrededor de los elementos visuales, los márgenes ayudan a guiar la atención del espectador, mejorando la legibilidad y la estética del diseño. Además, proporcionan un equilibrio visual, evitando que el diseño se sienta abarrotado o desordenado. En resumen, los márgenes no solo embellecen el diseño, sino que también mejoran su funcionalidad y eficacia.



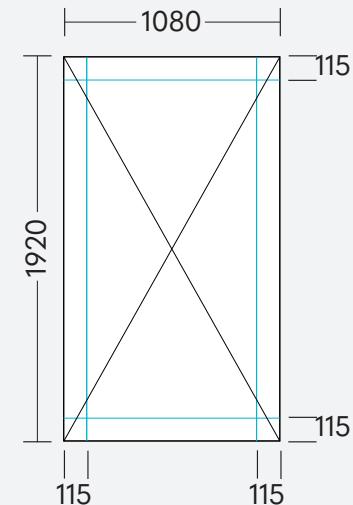
## Plantillas Instagram

Hemos creado una serie de plantillas para instagram, en donde se establecen los márgenes adecuados para cada tipo publicación o contenido con la finalidad de que el mensaje llegue a la audiencia de la mejor manera.

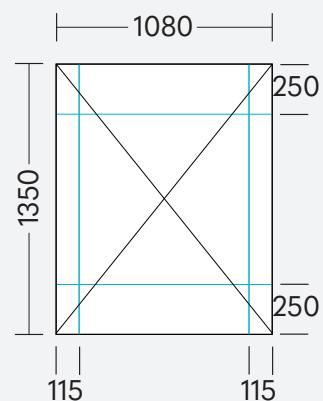
Reel 9:16



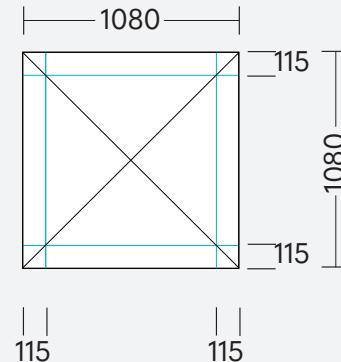
Historia 9:16



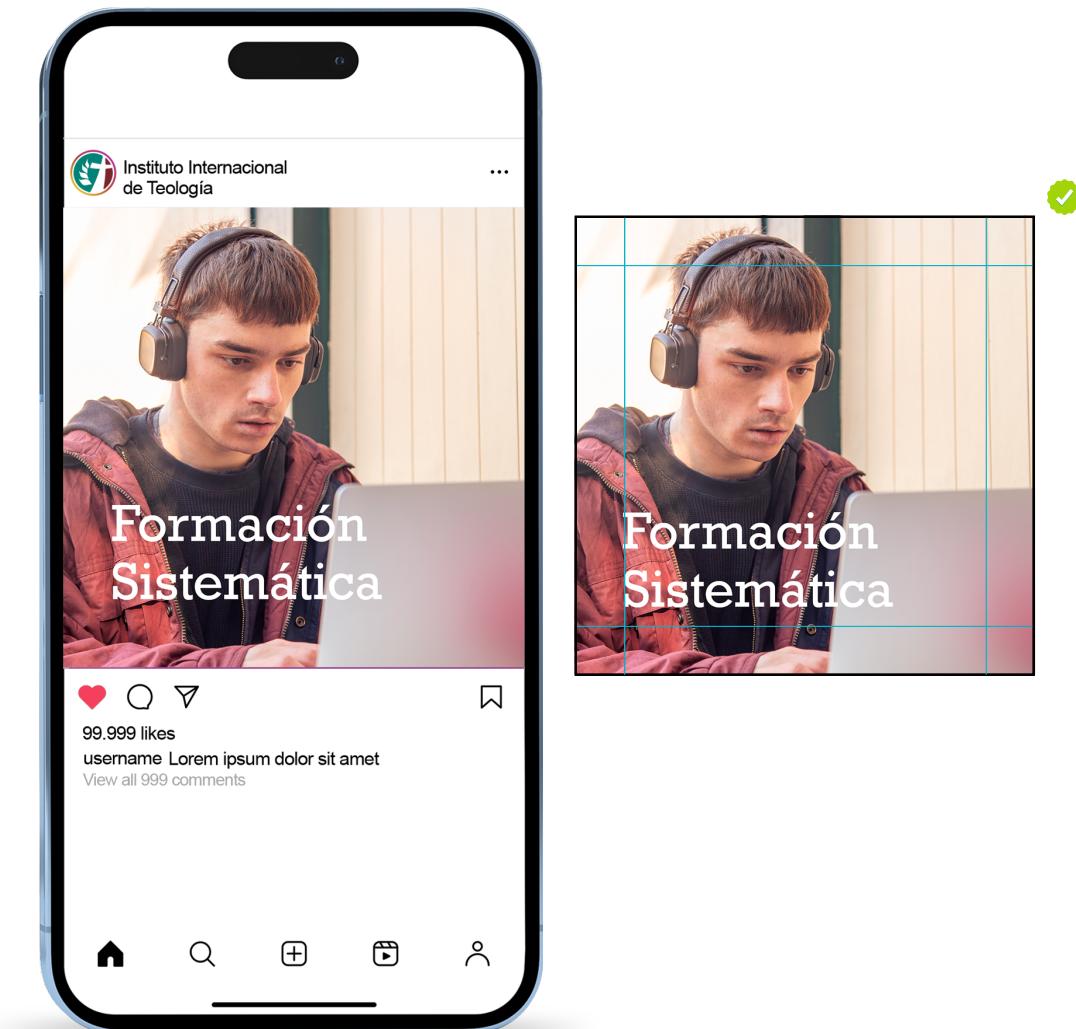
Post 4:6



Post 1:1



Usa el margen adecuado para las publicaciones en Instagram para garantizar la correcta lectura del mensaje y conservar una buena imagen en el feed, este margen es de 115 px por cada lado.



# 05

# Fotografía

---

Lenguaje fotográfico | Buenas prácticas

---

## Fotografía

El lenguaje fotográfico del Instituto cobra gran importancia dentro del sistema de marca ya que es un medio para comunicar la cercanía con nuestra audiencia.

Para este fin estas pautas transversales a toda la comunicación que serán explicadas para cada caso a través del planteamiento de buenas y malas prácticas a la hora hacer las fotografías de elegirlas de bancos de imágenes.



## Lenguaje fotográfico general

Para construir el lenguaje fotográfico del Instituto Internacional de Teología, se partirá de consideraciones tanto técnicas como creativas.

De cara a la dimensión creativa de las fotos, estas deben mostrar acciones, experiencias, escenarios genuinos y verosímiles, alejándose de poses poco naturales y situaciones con las que sea difícil para el público establecer una relación personal.

A través de la fotografía se mostrará también una institución a la altura de los tiempos, incluyente y respetuoso, que es consciente de que sus clientes tienen

realidades diversas y cambiantes. Por esta razón es importante mostrar sujetos de todas edades, géneros y representativos de la realidad cultural de la audiencia.

También existe la posibilidad de emplear fotos de objetos aislados sin fondo que guarden una relación conceptual con el tema de cada pieza.

Además, deben utilizarse fotos que tengan luz natural, enfoque y detalle en los sujetos. Compositivamente, deben buscarse fotos con bastante espacio negativo o zonas blancas para permitir el uso de los fondos de color según la paleta corporativa.

### **Creatividad**

Siempre muestra a personas y escenarios diversos en situaciones cotidianas, cercanas y pertinentes a la realidad de Venezuela.

### **Luz**

Luz natural, sin luces de estudio. Es posible usar fotos a contraluz.

### **Color**

Siempre usa fotografías a color en la comunicación corporativa. Las fotos en blanco y negro se pueden usar solo en campañas específicas.

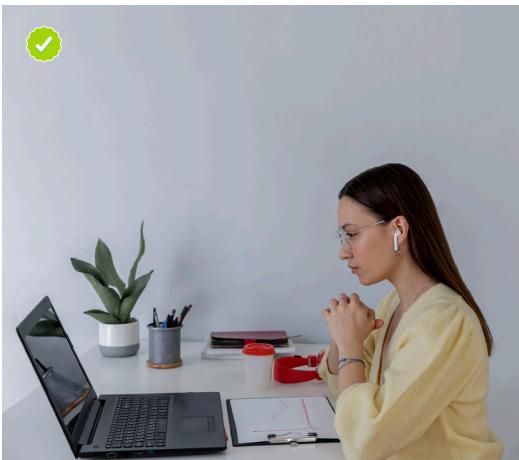


### **Composición**

Deben buscarse composiciones gráficas con amplio espacio negativo o espacios blancos para tener espacio para los textos y el logotipo.

### **Formato**

Adaptable según la pieza o el contexto de comunicación y con la resolución adecuada para cada medio.



## Buenas prácticas

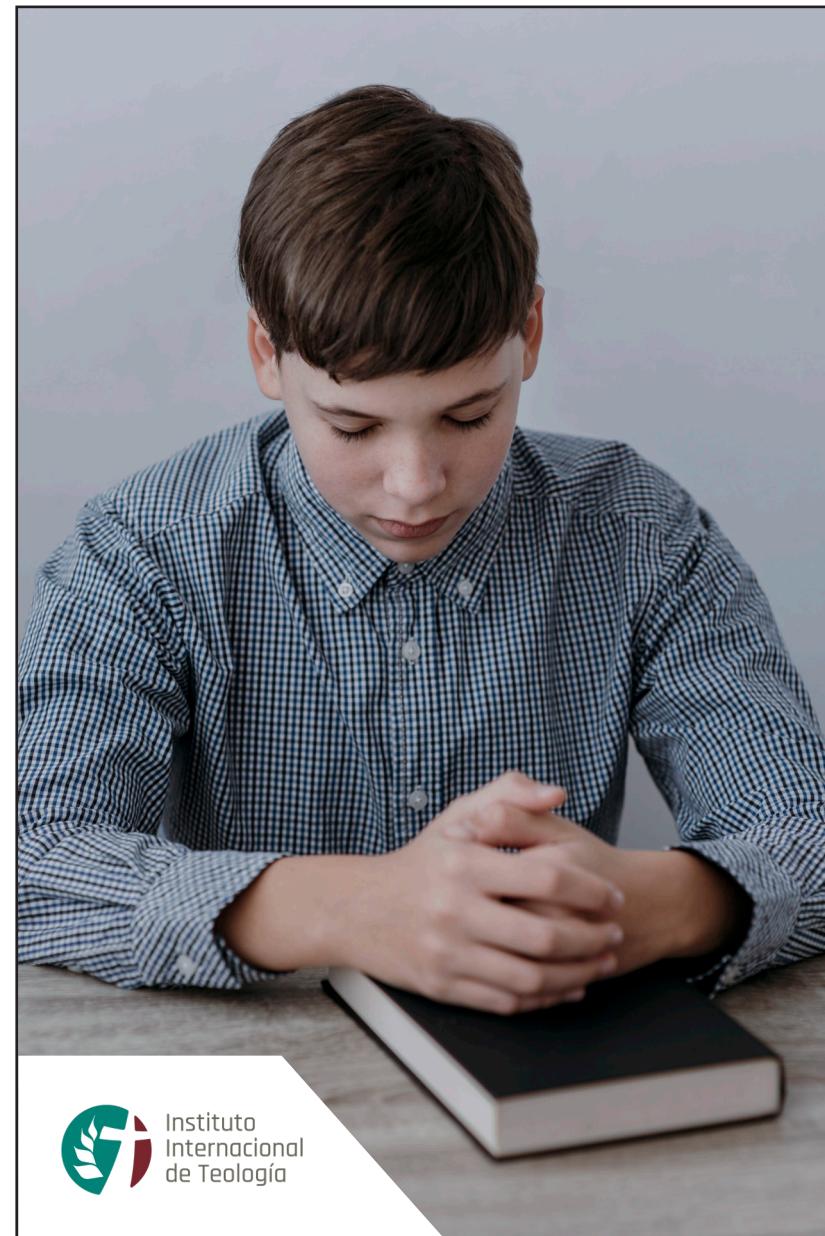
- Mostrar los beneficios emocionales de los productos en forma de experiencias.
- Mostrar diversidad con sentido, personas de todo tipo en situaciones variadas.

## Malas prácticas

- No usar gestos forzados u objetos para representar conceptos como dolor, salud, etc.
- No mostrar imágenes negativas, gráficos, tablas o demás elementos de naturaleza técnica.











## Buenas prácticas

- Usar imágenes con personas aisladas que permitan hacer uso de los fondos a color.
- Mostrar una cantidad apropiada de detalle con perspectivas planas y encuadres cercanos.



# 06 Iconografía

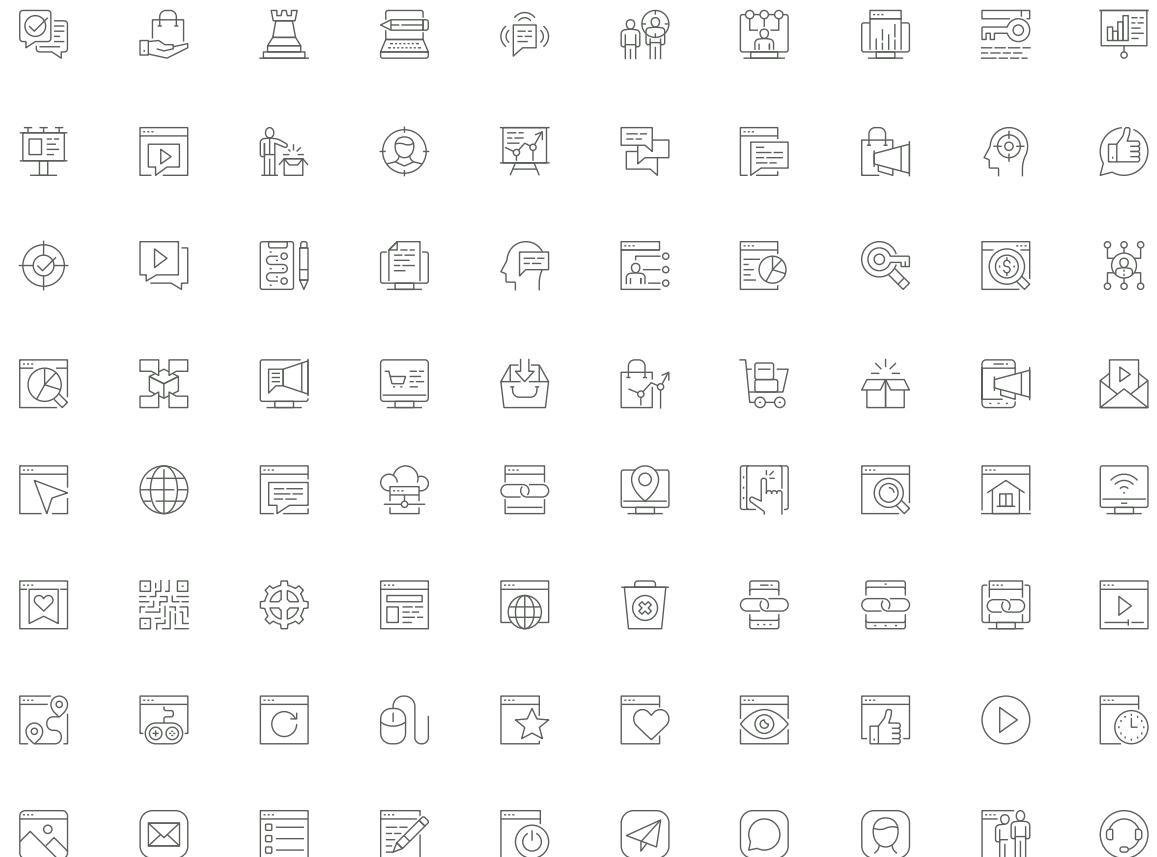
---

Iconos

---

## Iconografía

El estilo de iconos de ITT es tipo Line Art, que consiste en líneas limpias en negrita y sin sombreado que contrastan marcadamente con su fondo.



07

# Aplicaciones

---

Hojas Membretes | Tarjetas de Negocio | Sobres | Legal | Identificación

---

## Hoja Membrete Imprenta

Este diseño aprovecha la capacidad técnica de la imprenta tradicional para imprimir imágenes sangradas, éste formato no se puede reproducir en una impresora de escritorio.

- Para los casos de reproducción en impresoras de escritorio, se ha desarrollado un modelo especial.

Tamaño: A4 (21 x 29,70 cm)

Tamaño mínimo de tipografías: 9 ptos.

Márgenes: 0,5 X

Sangrado: 0,4 cm

Retícula: 6 x 14

Impresión: 2 colores

PANTONE 188 C | PANTONE 327 C

PANTONE 417 C

Papel: Bond 24



## Hoja Membrete Impresora de escritorio

Este diseño no lleva fondos sangrados, es decir, ninguna imagen o línea llega hasta el borde del papel. El texto en la parte inferior está separado del borde a 1,3 cm para garantizar la correcta impresión de la franja institucional.

Tamaño: carta (21,59 x 27,94 cm)

Márgenes: 1,3 cm

Impresión: Impresora a color o laser

Papel: Bond 20



C. de José Ortega y Gasset, 62,  
Salamanca, 28006 Madrid, España  
+34 914 01 50 62

[www.iit.org](http://www.iit.org) A row of small social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn.

[www.iit.org](http://www.iit.org) [institutointernacionalteologia@iit.org](mailto:institutointernacionalteologia@iit.org) [informacion@iit.org](mailto:informacion@iit.org)



## Sobre

Este diseño aprovecha la capacidad técnica de la imprenta tradicional para imprimir imágenes sangradas.

Tamaño: sobre Nº 11

Márgenes: 0,05 X

Sangrado: 0,4 cm

Retícula: 6 x 4

Impresión: 2 colores

PANTONE 188 C | PANTONE 327 C

PANTONE 417 C

Papel: Bond 24

Troquelado





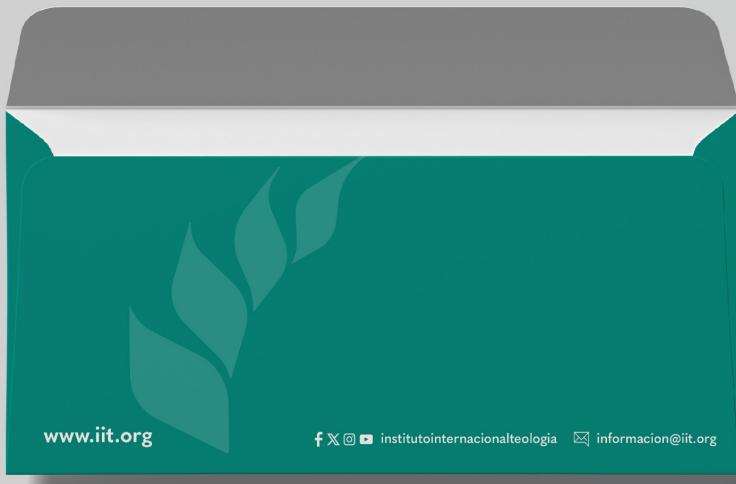
Instituto  
Internacional  
de Teología



C. de José Ortega y Gasset 62,  
Salamanca, 28006 Madrid, España.



+34 914 015062



## Sobre carta

Este diseño no lleva fondos sangrados, es decir, ninguna imagen o línea llega hasta el borde del papel.

Tamaño: 22,9 x 32,4 cm

Márgenes: 0,05 X

Impresión: 2 colores

PANTONE 188 C | PANTONE 327 C

PANTONE 417 C

Papel: Bond 24

troquelado





## Tarjeta de negocios

Este diseño aprovecha la capacidad técnica de la imprenta tradicional para imprimir imágenes sangradas.

Tamaño: 8,5 x 5,5 cm

Tamano mínimo de tipografía: 6 ptos.

Impresión por ambas caras

Márgenes: 0,05 X

Sangrado: 0,4 cm

Retícula: 6 x 4

Impresión: 2 colores

PANTONE 188 C | PANTONE 327 C

PANTONE 417 C

Cartulina Mate

Plastificado







## Sello

Este diseño aprovecha la capacidad técnica de reproducción.

El Sistema de sellos debe diseñarse siguiendo las pautas del sistema de retículas, tipografías y retículas.

Tamaño sugerido: 4,7 x 1,8 cm

Tamano mínimo de tipografía 9 ptos.





Instituto  
Internacional  
de Teología

Rif. J-306156813

06 Lecumberri  
Juncal 100  
Izquierdo



Rif. J-306156813

# Libreta

Este diseño aprovecha la capacidad técnica de la imprenta tradicional para imprimir imágenes sangradas.

Tamaño: media carta (15 x 22 cm)

Tamaño mínimos de tipografías: 9 ptos.

Márgenes: 0,05 X

Sangrado: 0,4 cm

Retícula: 6 x 10

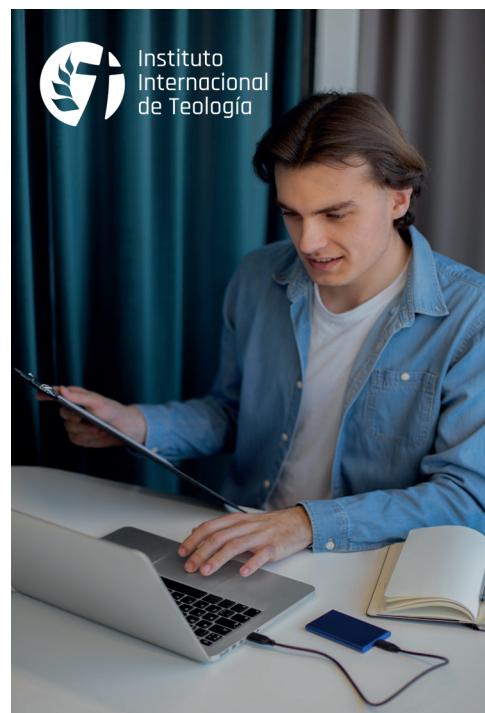
Hojas internas impresas 1 color

PANTONE 188 C | PANTONE 327 C

PANTONE 417 C

Papel: Bond 24

Carátula: impresión a color en



Fecha / /



## Carpeta

Este diseño aprovecha la capacidad técnica de la imprenta tradicional para imprimir imágenes sangradas.

Tamaño: 1/4 de pliego (30,5 x 44 cm)

Tamaño mínimos de tipografías: 9 ptos.

Márgenes: 0,05 X

Sangrado: 0,4 cm

Retícula: 6 x 10

Colores: cuatricromía + 2 Pantones

Cartulina sulfato sólido calibre 16

Plastificado mate

Troquelada





Instituto  
Internacional  
de Teología

institutointernacionalteologia

Calle Ortega y Gasset, 62,  
28003 Madrid, España  
01 50 62

## Carnets

Este diseño aprovecha la capacidad técnica de la impresión en PVC y de la sublimación en cinta para el lanyard.

Tamaño: 8,5 x 5,5 cm

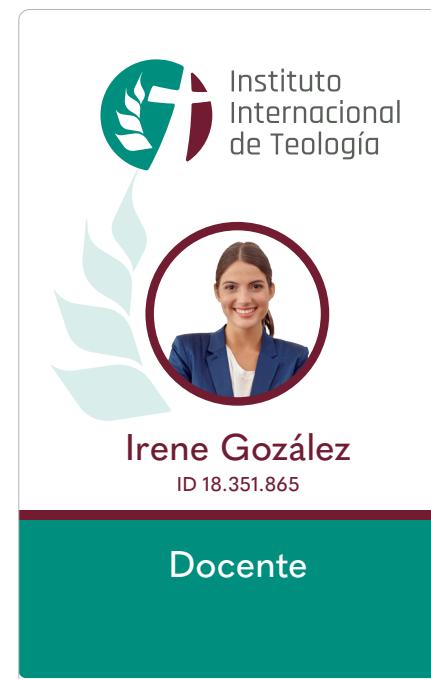
Tamaño mínimos de tipografías: 9 ptos.

Márgenes: 0,05 X

Retícula: 6 x 6

Colores: cuatricromía

PCV y Tela







## Firma de correo electrónico

Este diseño aprovecha los recursos de la programación web para hacer una firma de correo ligera, única y con los enlaces para las redes sociales y página web.



### Antonio Rodriguez

Gerente

Recursos Humanos | Instituto Internacional de Teología

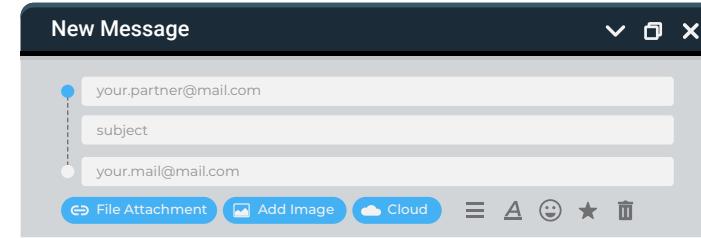
📞 +34914015062

✉️ informacion@distancia.org

🌐 www.iitdistancia.org

📍 C. de José Ortega y Gasset 62, Salamanca, 28006 Madrid, España





**Antonio Rodriguez**  
Gerente  
Recursos Humanos | Instituto Internacional de Teología



+34914015062  
informacion@distancia.org  
www.iitdistancia.org  
C. de José Ortega y Gasset 62, Salamanca, 28006 Madrid, España



# 08 Señalética

---

Corpóreo | Señalización de áreas

---

## Señalética

Este diseño aprovecha la capacidad técnica de la impresión de avisos corpóreos y el rotulado en vinyl sobre acrílico.

Al momento de diseñar estas piezas es importante tomar en cuenta los márgenes y el área de seguridad adecuada.



Tamaño del aviso corpóreo por definir.

Tamaño mínimos de la tipografía de la señalética: 70 ptos

Márgenes: 0,05 X

Retícula: 6 x 4

Colores: el color más cercano disponible en vinyl.

Vinil sobre acrílico transparente.



Instituto  
Internacional  
de Teología

# Gerencia





# Sala de juntas Administración



Instituto  
Internacional  
de Teología



# 09 Promocionales

---

Pendones | Mini Stand | Stand | Toldo para exteriores

---

## Promocionales

Este diseño aprovecha la capacidad técnica de la impresión sobre banner y en vinyl autoadhesivo plotter base solvente



Al momento de diseñar estas piezas es importante tomar en cuenta los márgenes y el área de seguridad adecuada. También debes adaptar el diseño a las medidas estándares de los portapendones con sistema rollup, los mini stands y los otros materiales que requieran para la promoción de la marca en evento para interiores y exteriores.



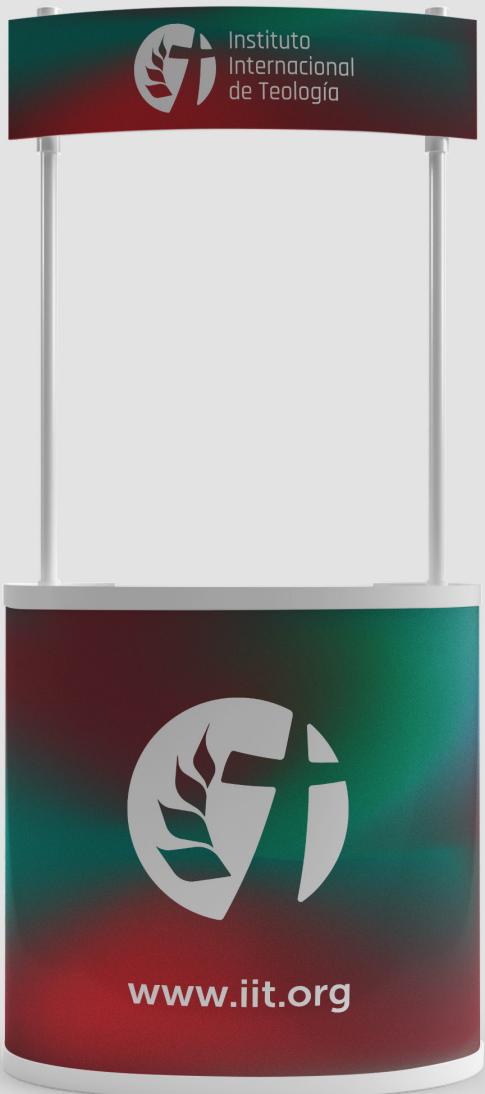
Instituto  
Internacional  
de Teología



 [informacion@iit.org](mailto:informacion@iit.org)

[www.iit.org](http://www.iit.org)

    [institutointernacionalteologia](#)







# 10 Uniformes

---

Oficina | Producción | Servicios

---

## Uniformes

Este diseño aprovecha la capacidad técnica de la reproducción en bordados, vinyl textil y/o DTF.

En el caso de los uniformes para la fuerza de ventas se pueden usar mangas y la parte posterior de las camisas para promocionar marcas de producto.

Tamaño mínimo del logotipo: 6 x 6 cm

















@tomas\_uzcategui