

Manual de implementación de marca

Versión Beta

MARZO 2017

Trilce

Este documento resume de manera práctica la guía de aplicación de la marca Trilce.

El objetivo de este manual es ayudar a transmitir una identidad ordenada y consistente en todos sus puntos de contacto.

Si tienes cualquier duda sobre el contenido de esta guía o sobre la aplicación del logotipo en casos no contemplados aquí, por favor, contacta con el Área de Comunicaciones.

Contenido

1. Idea de Marca

2. Logotipo

- 2.1 Trilce
- 2.2 Trilce Colegios
- 2.3 Trilce Academias
- 2.4 Símbolo “T”
- 2.5 Construcción
- 2.6 Usos sobre fondos
- 2.7 Áreas de reserva y tamaños mínimos
- 2.8 Responsive
- 2.9 Usos incorrectos

3. Color

- 3.1 Paleta de colores
- 3.2 Proporciones de uso

4. Tipografía

- 4.1 Caecilia LT Std
- 4.2 Din Pro

5. El marco

- 5.1 Concepto
- 5.2 Formatos Verticales
 - Ubicación de la “T”
 - Construcción del marco
 - Posiciones de la “T”
 - Altura del marco
- 5.3 Formatos Horizontales
 - Construcción del marco
 - Altura del marco
- 5.4 Formatos Irregulares

6. Fotografía

- 6.1 Usos de fotografía
- 6.2 Estilo para Colegios
- 6.3 Estilo para Academias
- 6.4 Usos correctos vs. incorrectos

7. Piezas

- 7.1 Avisos Verticales
- 7.3 Avisos Horizontales
- 7.3 Banderolas y vallas
- 7.5 Papelería
- 7.6 Folleto

8. Trilcito

- 8.1 Expresiones
- 8.2 Personaje

9. Fachadas y espacios

1.

Idea de Marca

Retando límites

En Trilce sabemos que el éxito de nuestros alumnos es el resultado de su esfuerzo y dedicación diaria. Ese extra que nuestros alumnos ponen en práctica es el resultado de nuestra formación, que los lleva a creer en ellos mismos, a creer que ningún sueño es imposible, que no existen los límites, pues todos son superables en base a esfuerzo y a dedicación, porque retando los límites desafiamos nuestras capacidades y se descubren nuevos sueños.

Trilce, retando límites.



2. Logotipo

Logotipo Trilce
Organización Educativa, Colegios y Academias
Construcción
Símbolo “T”
Versiones
Usos sobre fondos
Áreas de reserva y tamaños mínimos
Responsive
Usos indebidos

2.1

Logotipo Trilce

Este es el logotipo principal de la nueva identidad. Siempre debe ser aplicado siguiendo la pautas indicadas en este manual y recurriendo a la versión digital final.

El logotipo consiste de un texto que parte de una tipografía que ha sido modificada para conseguir una palabra única para la marca Trilce.

En las siguientes páginas explicaremos cómo se construye el logotipo y cuáles son las pautas para su correcta aplicación.

LOGOTIPO TRILCE



2.2

Logotipo Trilce.

Organización Educativa,
Colegios y Academias

Estos son los logotipos principales de la nueva identidad para Colegios y Academias. Siempre deben ser aplicados siguiendo la pautas indicadas en este manual y recurriendo a la versión digital final.

TRILCE
INSTITUCIÓN EDUCATIVA

TRILCE
COLEGIOS

TRILCE
ACADEMIAS

Trilce

Trilce
COLEGIO

Trilce
ACADEMIA

2.3

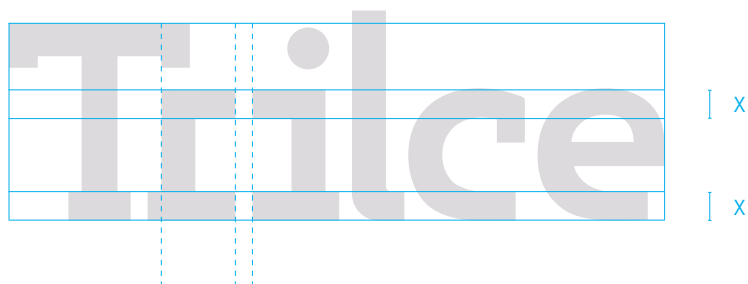
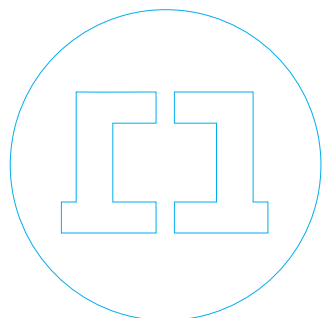
Logotipo Trilce.

Construcción.

La tipografía de “Trilce” se ha modificado para obtener un logotipo único. Los caracteres de la “r” y la “i” generan una simetría que crea un marco que conecta con el principal recurso de la identidad.

La tipografía del descriptor (Colegio o Academia) utilizará la tipografía Din Pro Medium y estará separado mediante $X/2$ del cuerpo de la tipografía.

La altura del descriptor debe ocupar $X/2$ de altura.



EL ALTO DE LOS REMATES
DE LA BASE EQUIVALEN
AL ALTO DE LOS REMATES
DE LA CABEZA.



EL DESCRIPTOR ESTARÁ
SEPARADO DEL LOGO POR $X/2$.
LA ALTURA DEL DESCRIPTOR
ES DE $X/2$.

2.4

Logotipo Trilce.

Símbolo “T”

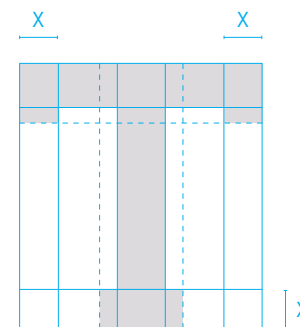
Se puede usar la “T” como símbolo de la marca siempre y cuando conviva con el logotipo de Trilce en el mismo espacio.

Casos donde esto puede ocurrir son:

- Merchandising
- Gráfica en espacios
- Fachadas



SÍMBOLO “T”



2.5

Logotipo Trilce. Versiones.

Siempre deberemos priorizar el uso del logotipo a color sobre fondo blanco.

En los casos que por condicionantes externos no se pueda aplicar sobre fondo blanco, se usará la versión negativa a color.

Las versiones a una tinta se aplicarán cuando existan limitaciones técnicas o cuando el color de fondo impida la legibilidad de las versiones a color.

LOGO A COLOR



LOGO A UNA TINTA



LOGO NEGATIVO A COLOR



LOGO NEGATIVO A UNA TINTA



2.6
Logotipo Trilce.
Usos sobre fondos.

Este cuadro muestra qué versión del logotipo se puede usar según el fondo de color, siempre buscando el mejor reconocimiento de la marca.

Así mismo, se muestra como vive el logotipo sobre fondos fotográficos. Tener en cuenta que siempre se debe aplicar el logo que muestre un mejor contraste para lograr una buena legibilidad.



Si existen soportes distintos a los mencionados, comunicarse con el área de marketing.

	LOGO POSITIVO A COLOR	LOGO POSITIVO A UNA TINTA	LOGO NEGATIVO
FONDO BLANCO			
FONDO NARANJA TRILCE			
FOTOGRAFÍA CON COLORES CLAROS			
FOTOGRAFÍA CON COLORES OSCUROS			

2.7

Logotipo Trilce.

Áreas de reserva y tamaños mínimos.

La marca necesita un área que le permita respirar y que no se vea invadida por otros elementos gráficos. Para esto definimos un perímetro de seguridad usando la “r” del logotipo.

Existe un tamaño mínimo de 15 mm de ancho para impresiones y 100 px de ancho para entornos digitales. Reproducir la marca a un tamaño inferior afectaría seriamente su legibilidad.

ÁREA DE RESERVA



TAMAÑO MÍNIMO IMPRESO



TAMAÑO MÍNIMO WEB



2.8
Logotipo Trilce.
Responsive

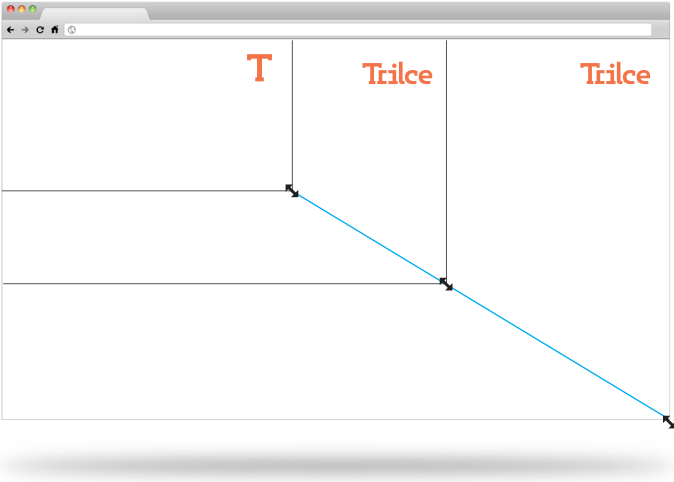
Una marca responsive es aquella que se adapta según el espacio y el soporte digital donde se encuentre.

Por esta razón existe una jerarquía de aplicación de marca donde se mantiene la legibilidad conforme se reduce el espacio digital.

De mayor a menor espacio, se deberán usar respectivamente, el logotipo principal y la “T” como símbolo.

La legibilidad del logotipo en la pantalla de un smartphone no va a ser igual a la pantalla de una computadora. Por ello, para smartphones y aplicativos solo se podrá usar la “T” como símbolo.

JERARQUÍA DE APLICACIÓN DE LA MARCA



USO DEL LOGOTIPO SEGÚN EL DISPOSITIVO

DESKTOP / LAPTOPS	Trilce	T
TABLETS	Trilce	T
SMARTPHONE	X	T

2.9

Logotipo Trilce. Usos Indebidos.

Para evitar que la identidad de Trilce se vea dañada, el logotipo principal y sus versiones no deben sufrir ningún tipo de alteración. Siempre se deben recurrir a los archivos originales y cuidar de no deformarlos durante la manipulación.

A continuación se muestran los errores más comunes que pueden ocurrir con la marca y que deben evitarse.

SÍ

Trilce

NO

Trilce

NO ALTERAR LA PROPORCIÓN
DEL TAMAÑO DEL LOGOTIPO.

Trilce

NO ALTERAR EL INTERLETRADO.

Trilce

NO USAR EL LOGOTIPO EN
ÁNGULOS QUE NO SEAN DE 90°

Trilce

NO APLICAR EFECTOS DE SOMBRA
DEBAJO DEL LOGOTIPO.

Trilce

NO APLICAR EFECTOS 3D.

Trilce

NO USAR EL LOGO DENTRO
DE UN RECUADRO.

Trilce

NO APLICAR DEGRADADOS DE
NINGÚN TIPO EN EL LOGO.

T Trilce

NO USAR LA "T" COMO ISOTIPO.

2.9
Logotipo Trilce.
Usos Indebidos.

Para evitar que la identidad de Trilce se vea dañada, el logotipo principal y sus versiones no deben sufrir ningún tipo de alteración. Siempre se deben recurrir a los archivos originales y cuidar de no deformarlos durante la manipulación.

A continuación se muestran los errores más comunes que pueden ocurrir con la marca y que deben evitarse.

SÍ

Trilce
COLEGIO

NO

Trilce
COLEGIO

NO CAMBIAR LA POSICIÓN
DEL DESCRIPTOR.

Trilce
COLEGIO

NO CAMBIAR EL TAMAÑO
DEL DESCRIPTOR.

Trilce
COLEGIO

NO CAMBIAR EL COLOR
DEL DESCRIPTOR.

Trilce
colegio

NO ESCRIBIR EL DESCRIPTOR
EN CAJA BAJA.

Trilce
COLEGIO

NO CAMBIAR LA TIPOGRAFÍA
DEL DESCRIPTOR.

Trilce
C O L E G I O

NO ALTERAR EL INTERLETRADO
DEL DESCRIPTOR.

COLEGIO
Trilce

NO UBICAR EL DESCRIPTO EN
OTRA PARTE DEL LOGOTIPO.

Trilce
COLEGIO

NO ALTERAR EL GROSOR
DEL DESCRIPTOR.

3.

Colores

Paleta de colores
Proporciones de uso

3.1

Color.

Paleta de colores.

El color principal de la marca es el Naranja Trilce. Este color debe predominar y ser el protagonista principal de la identidad, mientras que el Gris Trilce servirá de refuerzo para los textos.

En la medida de lo posible, se debe priorizar la reproducción de los colores pantone y bajo ninguna circunstancia se debe alterar la codificación mostrada.



Colores a la espera de aprobación por el cliente.

Naranja Trilce

Pantone
2026 C / U

CMYK
C0 M80 Y80 K0

RGB
R244 G99 B58

HTML
F4633A

Gris Trilce

Pantone
Cool Gray 11 C / U

CMYK
C44 M34 Y22 K77

RGB
R83 G86 B90

HTML
53565A

3.2
Color.
Proporción de uso.

Estas son las proporciones aproximadas en las que se deben aplicar los colores de la identidad de Trilce.

El uso del Blanco como color principal es importante porque representa claridad y transparencia. Esto hace que el resto de elementos y colores respiren y tengan la presencia necesaria.

Debe tenerse en cuenta que tanto para Academias como para la Organización Educativa, el color Naranja Trilce primará sobre el Blanco.

TRILCE COLEGIOS



TRILCE ACADEMIAS



TRILCE ORGANIZACIÓN EDUCATIVA



4. Tipografía

Caecilia LT Std
Din Pro

4.1

Tipografía.

Caecilia LT Std.

Es necesario usar una tipografía que hable de forma clara, con serifas y con terminaciones que muestren cercanía hacia los alumnos y, al mismo tiempo, se sienta moderna y propia de un entorno educativo. La tipografía que conjuga estas cualidades es la Caecilia LT Std.

Los títulos, encabezados y cuerpos de textos se pueden expresar con esta tipografía. Se podrán usar todas las variantes mostradas, además de sus versiones itálicas.

El ingreso a un mundo mejor.

aaaa
aaaa

Caecilia LT Std Light

ABCDEFGHJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 .,:;+ -=!|¿?()

Caecilia LT Std Bold

ABCDEFGHJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 .,:;+ -=!|¿?()

Caecilia LT Std Roman

ABCDEFGHJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 .,:;+ -=!|¿?()

Caecilia LT Std Heavy

ABCDEFGHJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 .,:;+ -=!|¿?()

4.2 Tipografía. Din Pro.

Además de la tipografía para titulares y cuerpos de texto, Trilce necesita una tipografía de apoyo para subtítulos o textos cortos y pequeños como leyendas.

Para este tipo de informaciones vamos a usar la familia Din Pro, una tipografía Sans Serif que gracias a su carácter técnico combina perfectamente con la Caecilia LT Std.

La Din Pro ayuda a reflejar los logros de la organización que generalmente se evidencian en datos que demuestran el progreso de los centros.

Se podrán usar todas las variantes mostradas y sus versiones itálicas.

98%
DE EGRESADOS
CADA AÑO

DIN PRO LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890 .,:;+ -=!¡¿?()

DIN PRO BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890 .,:;+ -=!¡¿?()

DIN PRO MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890 .,:;+ -=!¡¿?()

DIN PRO BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890 .,:;+ -=!¡¿?()

0123456789
TRILCE.EDU.PE

5. **El marco**

Concepto
Formatos Verticales
Formatos Horizontales
Formatos Irregulares

5.1

El marco.

Concepto.

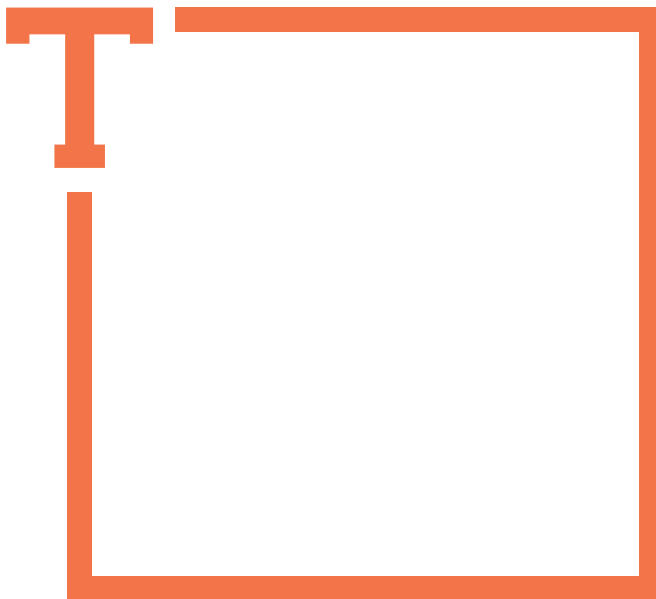
RETANDO LÍMITES

El marco es el principal recurso de la identidad de Trilce. Responde directamente a la idea de marca “Retando Límites”. Es de vital importancia, no solo por su significado, sino porque su uso correcto nos permitirá ser fácilmente reconocibles.

Se trata de un marco rectangular que protagonizará y creará la relación entre el contenido y el soporte. Actúa como un contenedor de información visualmente poderoso y reconocible. La letra “T” como símbolo de la organización establece los límites del marco, que de forma conceptual se romperán con la interacción de diversos elementos.

Esta relación representa de forma gráfica la ruptura y mejora de los límites educativos que Trilce lidera en el rubro de la enseñanza.

En las próximas páginas veremos como construir este marco y como darle uso.



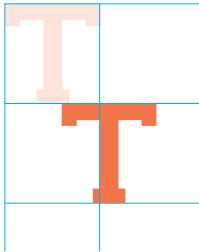
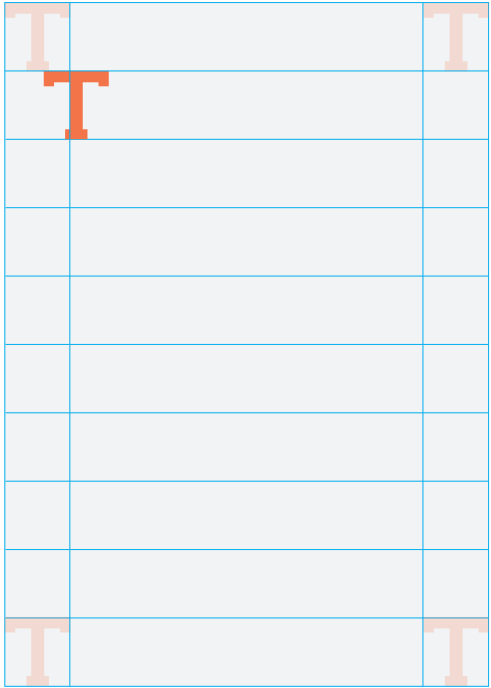
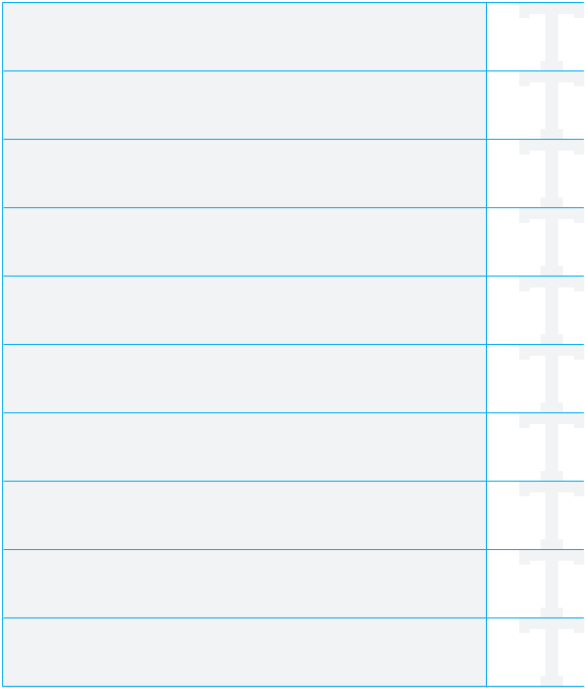
5.2
El marco.
Formatos verticales.
Ubicación de la T.

El primer paso para empezar a construir el marco es ubicar la “T” dentro del formato. Para ello, dividiremos el alto del formato en 10T iguales.

Aplicaremos un margen de seguridad con un ancho y alto igual a “T” en todo el perímetro del formato.

Ubicaremos la “T” en el margen superior izquierdo o derecho (ver la página X). Para corregir el espacio interno de la T se tiene que alinear el caracter en los márgenes laterales usando como referencia el asta del mismo.

10T



SE TIENE QUE ALINEAR EL CARACTER EN LOS MÁRGENES LATERALES USANDO COMO REFERENCIA EL ASTA DEL MISMO.

5.2

El marco.

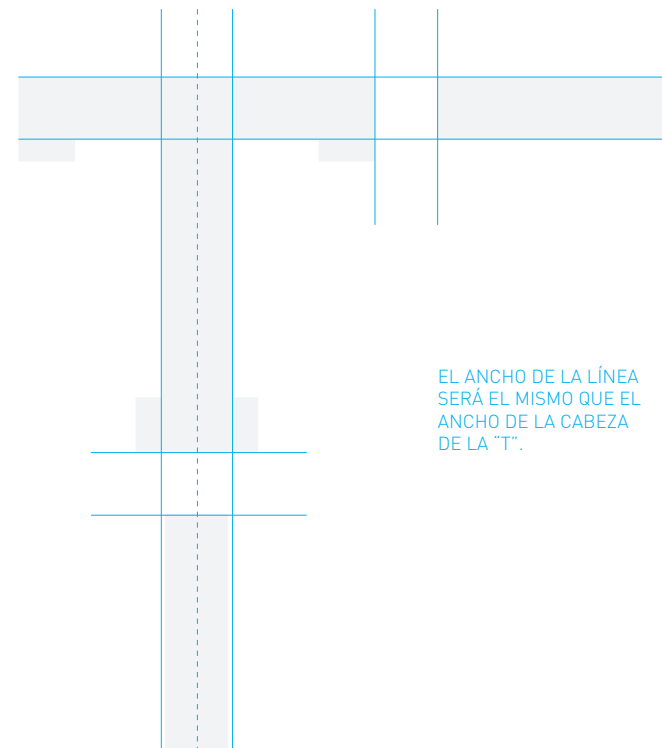
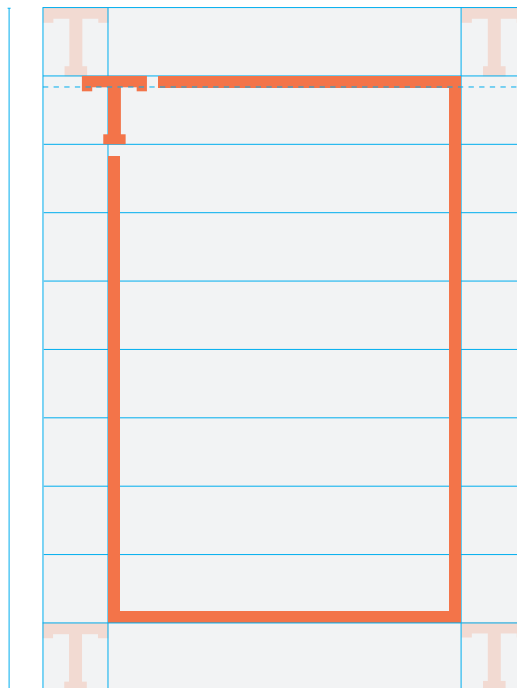
Formatos verticales.

Construcción del marco.

Una vez hemos ubicado la “T” ya se puede generar el marco. El ancho de la línea será el mismo que el ancho de la cabeza de la “T”.

Dejaremos un espacio entre la “T” y la línea que equivale al mismo ancho de la línea.

10T



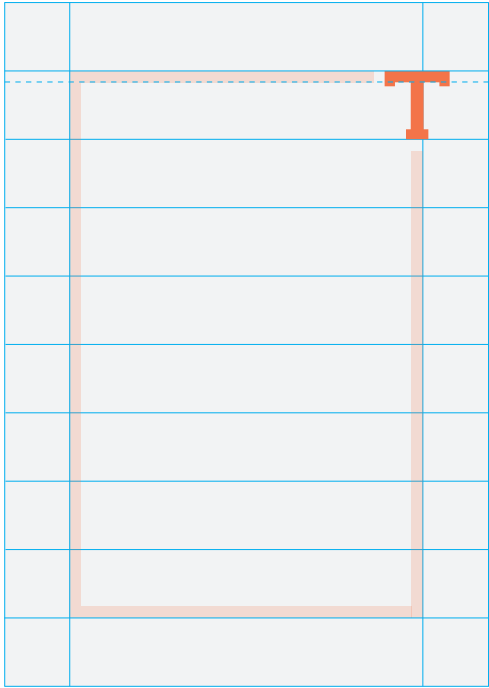
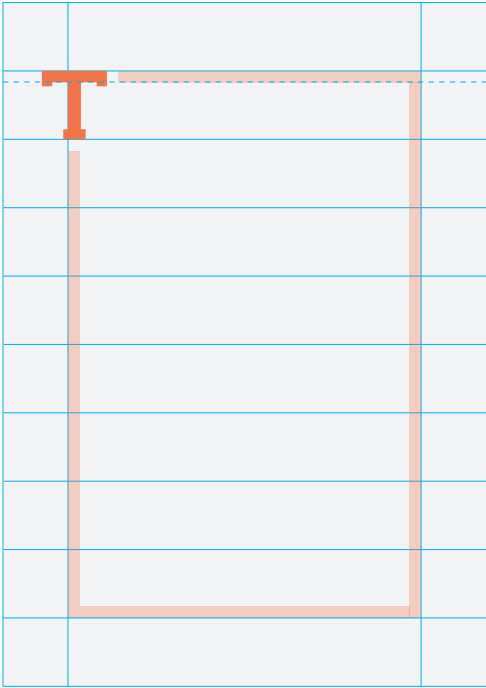
EL ANCHO DE LA LÍNEA
SERÁ EL MISMO QUE EL
ANCHO DE LA CABEZA
DE LA “T”.

5.2
El marco.
Formatos verticales.
Posiciones de la “T”.

Dependiendo de la estética y el tipo de información a mostrar se podrá ubicar la “T” en el margen superior izquierdo o derecho.

Más adelante se mostrarán avisos que ejemplifican cada caso.

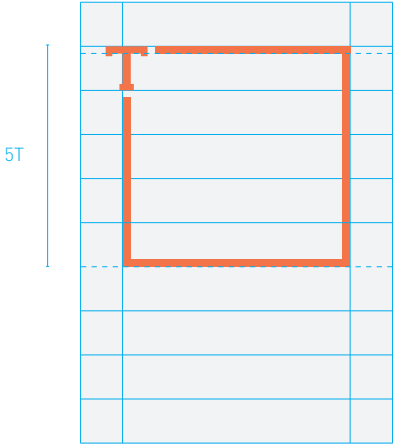
10T



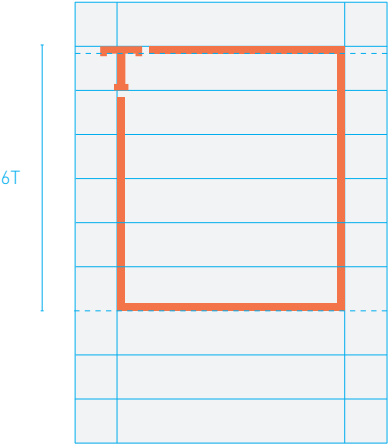
5.2
El marco.
Formatos verticales.
Altura del marco.

Dependiendo de la estética y del tipo de información con la que el marco tenga que interactuar necesitaremos hacerlo más o menos alto.

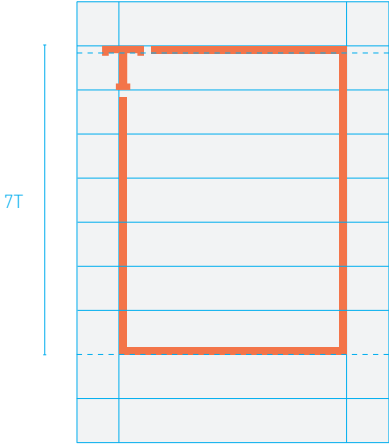
Para establecer la altura nos basaremos en las 10 divisiones del formato.
El marco siempre deberá tener un alto de al menos la mitad del formato.



ALTURA MÍNIMA
5T



ALTURA MEDIA
6T



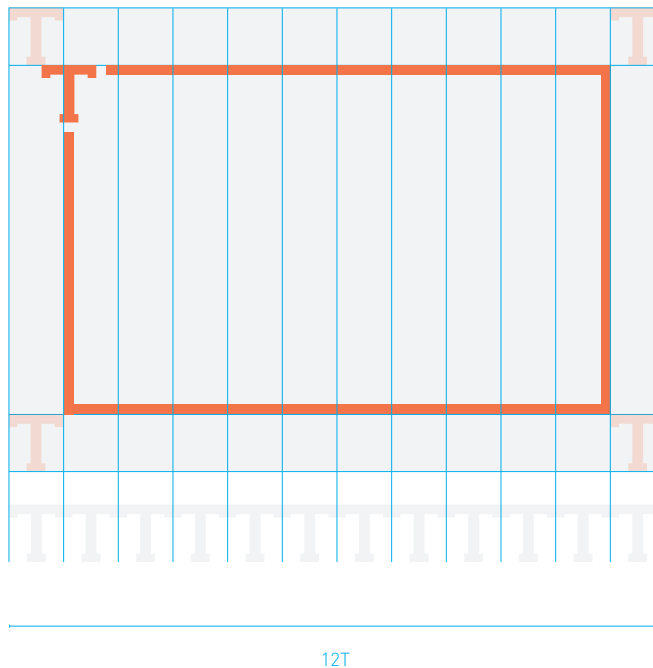
ALTURA MÁXIMA
7T

5.3

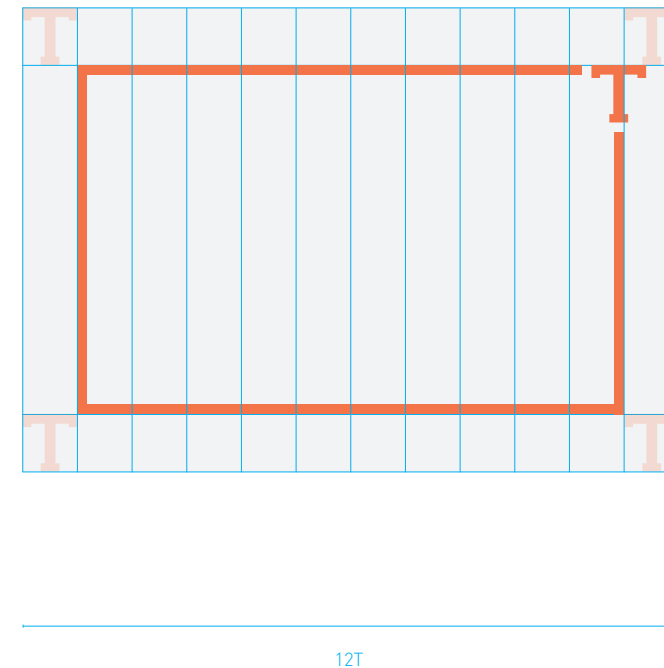
El marco.

Formatos horizontales. Construcción del marco.

Para la construcción de los avisos horizontales se sigue la misma lógica que en los verticales, pero dividiendo el formato en 12T.



EJEMPLO CON LA "T" A LA DERECHA



EJEMPLO CON LA "T" A LA IZQUIERDA

5.3

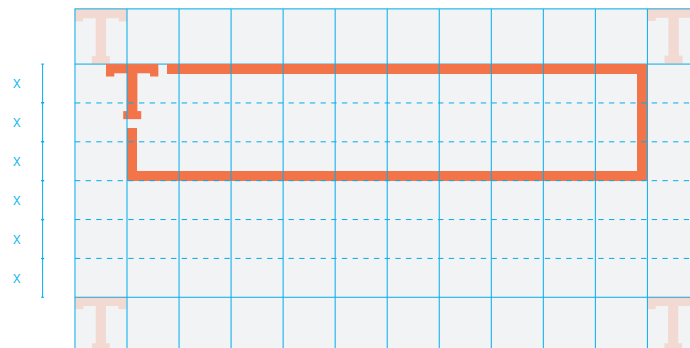
El marco.

Formatos horizontales.

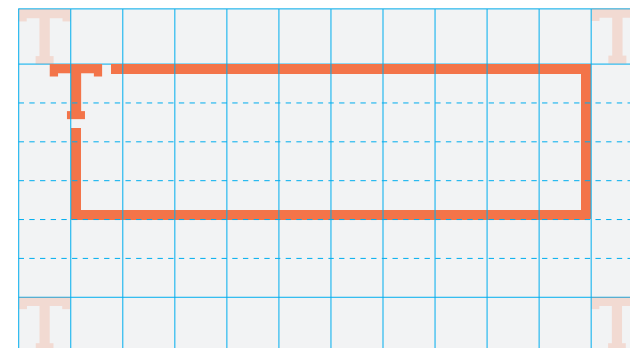
Altura del marco.

Para establecer el alto del marco en este tipo de formatos dividiremos el espacio entre el margen superior y el inferior en 6 partes iguales (6X).

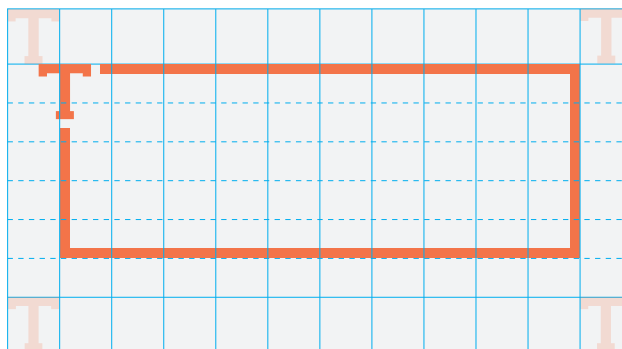
El marco siempre deberá tener un alto de al menos 3X.



ALTURA MÍNIMA
3X



ALTURA MEDIA
4X



ALTURA MÁXIMA
5X

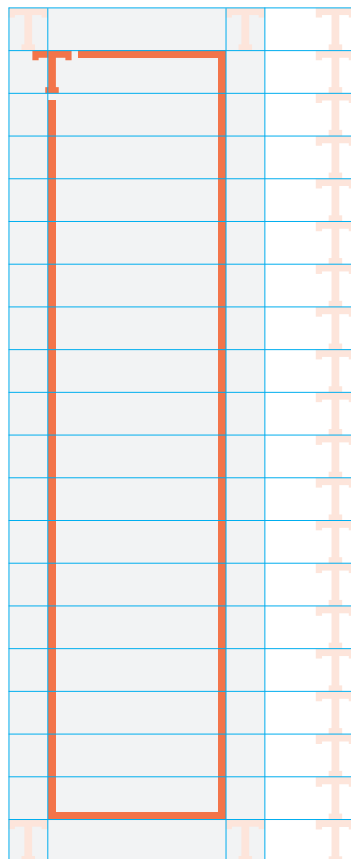
5.4

El marco.

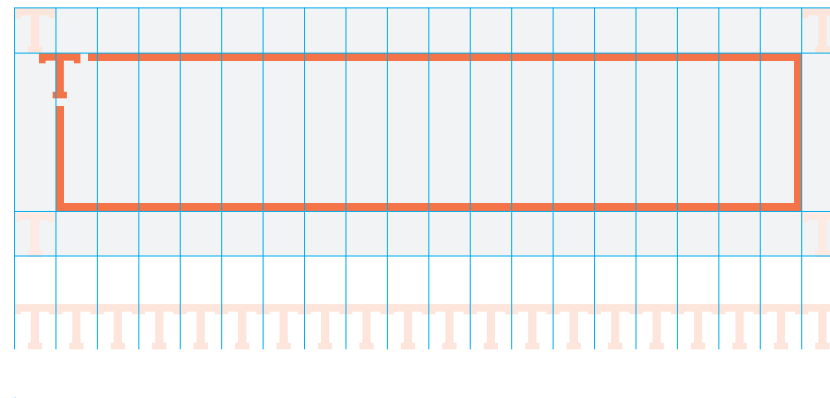
Formatos Irregulares.

En los casos donde la extensión del formato sea tan ancha o larga que no permita trabajar con las condiciones anteriores, dividiremos los formatos en 20 partes iguales (20T) tanto para los formatos verticales como horizontales.

20T



20T



6. **Fotografía**

Usos de fotografía
Estilo para Colegios
Estilo para Academias
Usos correctos vs. incorrectos

6.1
Fotografía.
Usos de fotografía.

Trilce tiene su propio universo fotográfico que hace reconocible a la marca.

Habr  momentos donde necesitemos comunicar mediante los propios alumnos de los centros, poniéndolos a primer plano para que se conviertan en los auténticos protagonistas.

En otras ocasiones se priorizará la parte más descriptiva del día a día en los centros en las que usaremos un estilo fotográfico más vivencial.

También podemos representar a personas como padres o profesores para determinadas comunicaciones con el mismo estilo.

COLEGIOS		ACADEMIAS	
IMÁGENES CALADAS	IMÁGENES VIVENCIALES	LOGO POSITIVO A UNA TINTA	LOGO NEGATIVO
Comunicación externa Portadas Afiches Vallas	Redes Sociales Sitio Web Información Secundaria Folletos Fondos	Comunicación externa Portadas Afiches Vallas	Redes Sociales Sitio Web Información Secundaria Folletos Fondos

6.2

Fotografía.

Estilo para Colegios.

Estas fotografías deben ser cercanas y realistas y deben transmitir una actitud de positivismo y superación.

Las imágenes deben ser con fondos calados o muy claros. Deben ser además imágenes bien iluminadas, limpias y naturales.

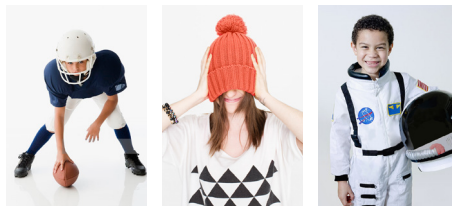
Se podrán usar imágenes con planos más generales o más micro, dependiendo de lo que queramos comunicar.

El tipo de toma debe priorizar la mirada espontánea para transmitir frescura.

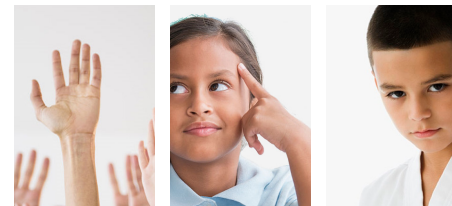
Tengamos en mente siempre estas características cuando desarrollemos el mundo fotográfico para los colegios.

PLANOS ABIERTOS Y SEMIABIERTOS

FOTOS CALADAS



PLANOS CERRADOS



PROFESORES Y PADRES



FOTOS VIVENCIALES



6.3

Fotografía.

Estilo para Academias.

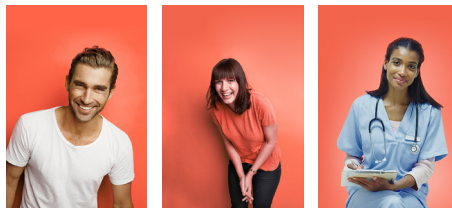
Al igual que en los colegios, estas fotografías deben ser cercanas y realistas y deben transmitir una actitud de positivismo y superación.

Las imágenes deben ser con fondos de color Naranja Trilce. Deben ser además imágenes bien iluminadas, limpias y naturales.

Se podrán usar imágenes con planos más generales o más micro, dependiendo de lo que queramos comunicar.

PLANOS ABIERTOS Y SEMIABIERTOS

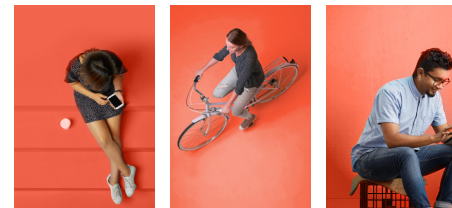
FOTOS CALADAS



FOTOS VIVENCIALES



ACCIONES ESPONTÁNEAS



RETRATOS CERRADOS



6.4

Fotografía.

Usos correctos vs. incorrectos.

Nuestras imágenes se caracterizan por mostrar una realidad cercana, realista y espontánea.

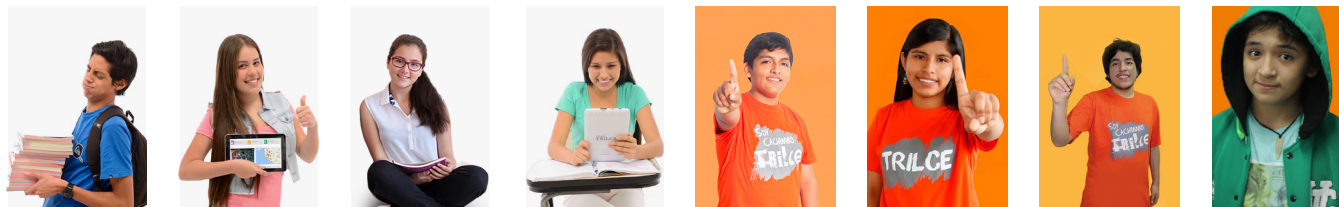
Las fotografías aquí mostradas no son determinantes sino que tratan de mostrar personas que ayudan a entender cómo Trilce ve el mundo. Las personas se encuentran en actitud natural transmitiendo frescura en sus expresiones.

Trilce cree en las personas y sus posibilidades, por eso muestra protagonistas reales que se esfuerzan y que gracias a su trabajo o sus acciones se convierten en el futuro del Perú.

CORRECTO



INCORRECTO



7. Piezas

Avisos Verticales
Avisos Horizontales
Banderolas y vallas
Papelería

7.1

Piezas.

Aviso Vertical.

En el ejemplo de la izquierda (1) el marco tiene un alto de 7T. La “T” se ubica en el margen superior izquierdo.

La fotografía se ubica en la parte inferior derecha del formato y rompe el marco.

El título y los textos no tienen una medida exacta, su tamaño va a depender de la información que se desee transmitir.

El logotipo se ubica en el margen inferior izquierdo. Su tamaño será el equivalente a 2/3 partes del alto de una “T” y lo alinearemos centrado entre las dos últimas “T”.

La web siempre la escribiremos en DIN Pro Medium en caja alta y la ubicaremos a 90°, en la esquina inferior (derecho o izquierda) alineada al borde del remate de la “T”. El tamaño de este remate determinará el puntaje máximo de la web.

En el caso del ejemplo de la derecha (2) la “T” del marco se ubica en la esquina superior derecha.



EJEMPLO 1



EJEMPLO 2



7.1
Piezas.
Aviso Vertical.

Estos ejemplos son de avisos para Trilce Academias. Siguen la misma lógica que en los avisos de Colegios, pero el color de fondo de las fotografías es Naranja Trilce (ver página X).



EJEMPLO 1



EJEMPLO 2

7.2

Piezas.

Aviso Horizontal.

Estos ejemplos muestran avisos publicitarios horizontales. Siguen la misma lógica que los avisos verticales, pero dividiendo el formato en 12T.



12T

EJEMPLO 1



12T

EJEMPLO 2

7.3

Piezas.

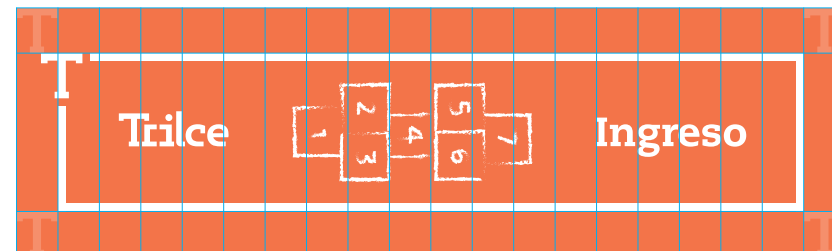
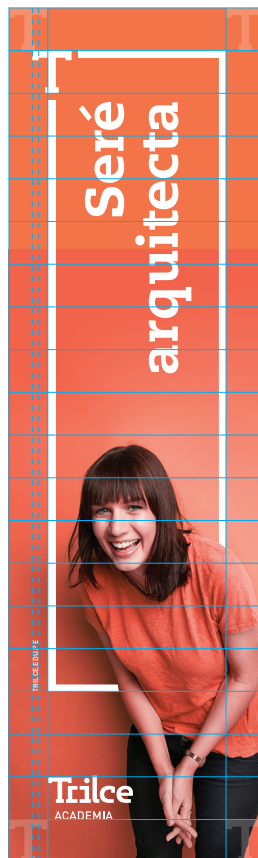
Formatos Irregulares.

Estas muestras ejemplifican dos soportes irregulares donde se ha trabajado el marco en base a las 20T.

El ejemplo de la izquierda es una banderola. En estos casos podemos inclinar el titular a 90°.

El ejemplo de la derecha es una pancarta estándar para Trilce como Organización Educativa.

20T



20T

7.4 Papelería.

Esta es la papelería de Trilce. Para su reproducción habrá que recurrir a los archivos originales.



