

# Mentco

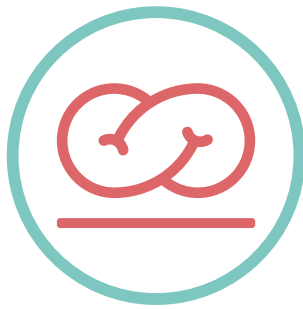
Quiroga Mora, Jessica

2016-05-13

---

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/1413>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>



mentco

## Índice

---

Introducción	5
Descripción de la marca	6
Personalidad de marca	8
Presentación de firma	11
Versión vertical	12
Retícula	13
Espacios interiores	14
Área de aislamiento	15
Tamaños máximos y mínimos	17
Usos incorrectos	19
Colores corporativos	21
Tipografías	22
Versiones de color	23
Aplicaciones	29

# Introducción

---

En el presente manual se definen los lineamientos generales para el uso correcto de la identidad, sus variables y cómo debe aplicarse la marca. Es una descripción de tamaños, retícula, áreas de aislamiento, tipografías y paleta de color.

Las especificaciones que se plantean deben seguirse sin excepción en cada caso, si existiese alguna cuestión respecto al uso de la marca debe ser consultado al centro de diseño.

Mentco es una marca que se dedica ayudar a las personas a prevenir y controlar la ansiedad con el fin de contribuir en el cuidado de la salud mental. A través de difusión de información sobre el tema, la elaboración de herramientas que proporcionen ejercicios y técnicas prácticas para las personas.

## Descripción de la marca

---

El *Golden Circle* es un modelo creado por Simon Sinek para las empresas. **Cada empresa sabe lo que hace, algunas también saben cómo lo hacen, pero muy pocos saben por qué hacen lo que hacen.** Su modelo se destaca por tres preguntas esenciales: What, How y Why, la última es la más importante ya que tiene que ver con el propósito, la causa o la creencia de la empresa, con el fin de que las personas puedan identificarse con ello.

### Why

---

Sabemos por experiencia lo que es tener ansiedad y entendemos el significado que representa el reto por encontrar un bienestar. Por ello queremos ayudar a las personas a prevenir y controlar sus niveles de ansiedad, ya que creemos que las personas que tienen un bienestar mental logran alcanzar una mejor relación consigo mismos y con los demás para el desarrollo de una vida plena.

### How

---

Por eso brindamos todo lo necesario, a través de información, técnicas y ejercicios para que las personas se ayuden a liberar la tensión que ocasionan los síntomas de ansiedad, de manera fácil y dinámica.

### What

---

A través de una aplicación que ayude a prevenir y controlar la ansiedad en estudiante universitarios.

## Filosofía

---

**Creemos que una vida sin ansiedad es sinónimo de una vida plena.**

En *Mentco* creemos que las personas que tienen un bienestar mental logran alcanzar una mejor relación consigo mismo y los demás para el desarrollo de una vida plena. Sabemos sobre los problemas que conlleva sufrir de ansiedad, lo complicado que es cuando interviene en nuestras actividades diarias. Por ello queremos ayudar a las personas proporcionándoles herramientas que les permitan prevenir y controlar la ansiedad para beneficio de la salud mental.

### Misión

---

**Proporcionamos la información y técnicas esenciales para alcanzar un bienestar mental.**

En *Mentco* somos una marca que busca ayudar a prevenir y controlar la ansiedad de las personas a través de herramientas de comunicación visual, contribuyendo a la educación sobre el cuidado de la salud mental.

### Visión

---

Ser una marca reconocida por brindar las herramientas necesarias para el control de la ansiedad en nuestros usuarios con el fin de obtener un bienestar mental.

# Personalidad de marca

---

## Equilibrada

---

*Hacer que una cosa no excede a la otra, manteniéndolas semejantes o proporcionalmente iguales, armonía y estabilidad.*

Es una marca prudente y ordenada. Al brindar bienestar en la salud mental, Mentco debe demostrar estabilidad dentro de su composición visual en la comunicación.

## Experta

---

*Especialista en un tema o con mucha experiencia en algo.*

Es una marca que maneja información veraz, tiene experiencia en el tema e investiga constantemente para la funcionalidad de sus herramientas por lo que la organización de la información es una característica principal.

## Practica

---

*Útil o produce provecho inmediato, funcional y efectivo.*

Las herramientas deben tener un diseño intuitivo para la experiencia del usuario.

## Nivel sintáctico

---

La marca utiliza un isotipo conformado por una representación abstracta de la mente en equilibrio. Su estilo es elaborado en línea para reforzar los atributos de la marca: práctica y equilibrada. Para el nombre de la marca se utilizó una fuente sin patines, manteniéndose coherente con la forma.

## Nivel pragmático

---

Dentro de la marca se busca representar el concepto de una mente en calma y equilibrio. En base a ello, se creó el isotipo uniendo elementos gráficos que simbolizan los conceptos, siendo estos el círculo para calma, la línea para equilibrio y el cerebro para mente.

## Nivel semántico

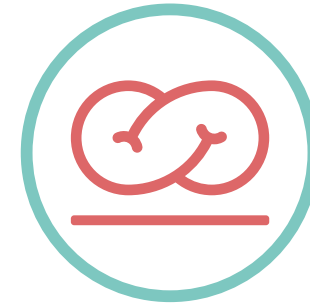
---

El propósito de la marca es brindar bienestar mental a través de herramientas, por lo que el cerebro es un elemento importante para la representación de la marca.

Tener un cuidado en la salud mental implica lograr un estado de calma ante situaciones de mucha tensión, al mismo tiempo tener un bienestar es estar en equilibrio en mente, cuerpo y alma. Por ello se utilizan figuras que representen estas ideas, los cuales son el círculo y la línea.

## Presentación de firma

---



mentco

La composición de la identidad de marca esta representada en dos partes, la primera parte del imagotipo es el isotipo representando la mente en calma y equilibrio; la segunda parte es el nombre de la marca con una fuente sans serif.

# Versión vertical



La marca sólo está diseñada para la versión vertical.

# Retícula





## Espacios interiores

---



## Área de aislamiento

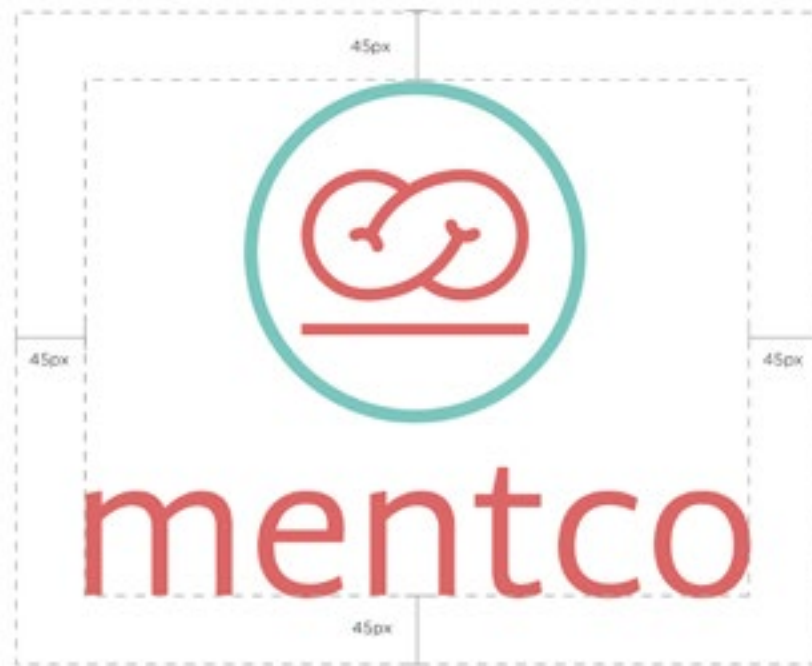
---

Medidas de impresión

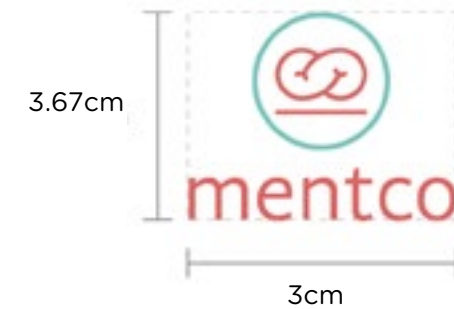
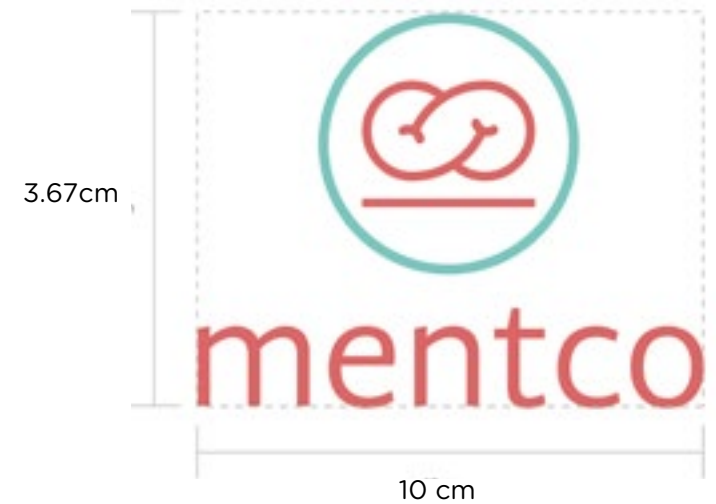


## Tamaños máximos y mínimos

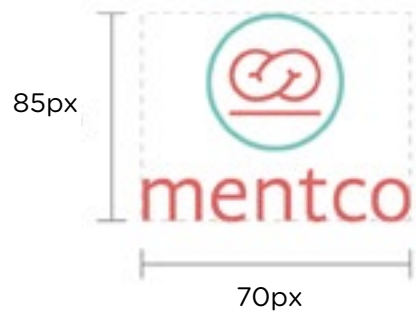
Medidas digitales



Medidas de impresión



## Medidas digitales



## Usos incorrectos

No debe interferirse en ninguna forma la legibilidad y visibilidad del logotipo, así como también no debe ser deformada su forma.



No debe cambiar de posición el imagotipo ni rotar el isotipo en ninguna dirección.

# mentco



Uso incorrecto



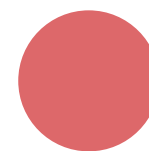
Uso incorrecto

## Colores corporativos



C 54 R 110  
M 0 G 199  
Y 30 B 190  
K 0

Pantone  
332 U



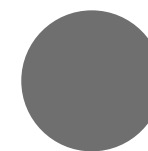
C 9 R 221  
M 70 G 107  
Y 50 B 107  
K 1

Pantone  
178 U



C 6 R 242  
M 4 G 242  
Y 5 B 242  
K 0

Pantone P  
179-2 U



C 0 R 77  
M 0 G 77  
Y 0 B 77  
K 70

Pantone  
432 U

## Tipografías

---

### Principal

#### Gandhi Sans

Regular  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Bold**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

### Secundaria

#### Gotham Rounded

Light  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Book  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**Medium**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

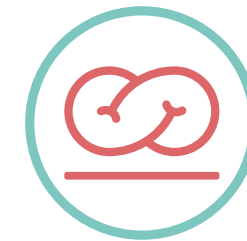
**Bold**  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

## Versiones de color

---

### Dos tintas

Los colores originales para el uso general de la marca es a dos tintas.



mentco



Pantone  
332 U



Pantone  
178 U

## Una tinta

La variable de color a una tinta debe ser solamente usado el pantone previamente establecido.



mentco

Pantone  
332 U



mentco

Pantone  
178 U



mentco

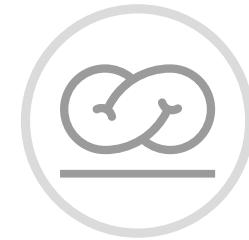
Pantone P  
179-2 U



mentco

Pantone  
432 U

## Escala de grises



mentco

Fondo de color



## Aplicaciones

---

### Tarjetas de presentación





## Tarjetas de presentación



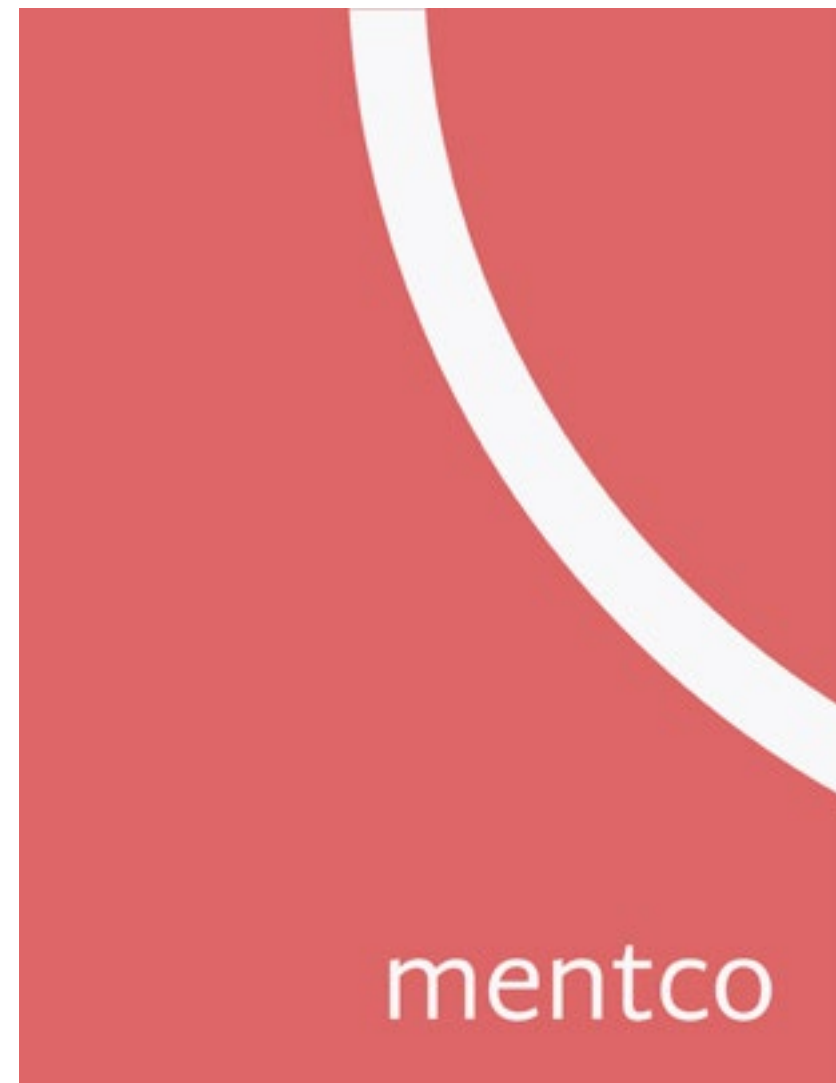
## Hoja



## Hoja



## Folder



Hoja



Sobre



## Disco



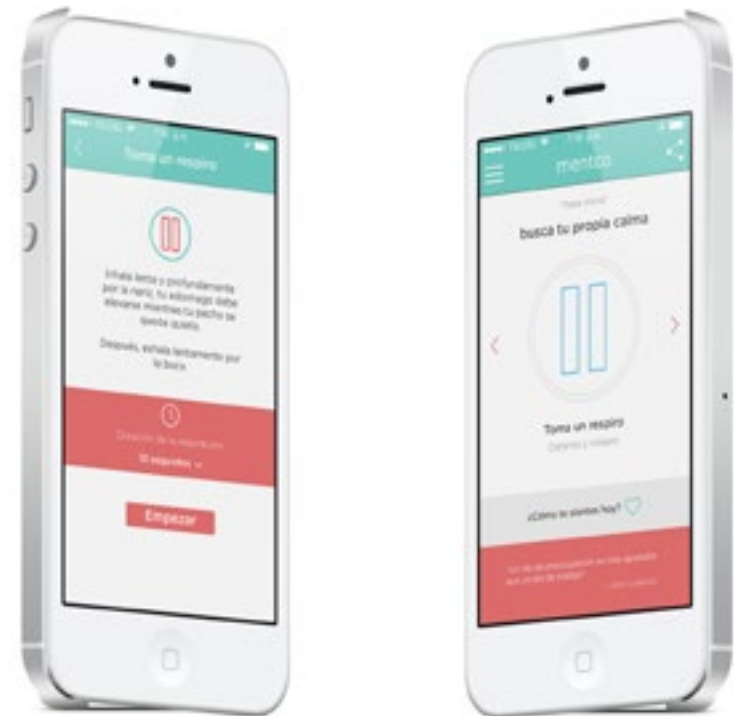
## Brochure



## Página web



## Aplicación



Este documento se terminó de imprimir en el mes de abril del 2016 en los talleres de impresión de la Universidad Iberoamericana Puebla, Blvd. del Niño Poblano 2901, Unidad Territorial Atlixcáyotl, Puebla, Puebla CP 72340. El tiraje consta de 1 pieza. En su composición se utilizaron las tipografías Gandhi Sans y Gotham Rounded.