

**MASOKO**

C A Z A N D O I D E A S

# MANUAL CORPORATIVO

# ÍNDICE



1. **INTRODUCCIÓN**
  - 1.1
  - 1.2
  - 1.3
2. **LOGOTIPO**
  - 2.1
  - 2.2
  - 2.3
3. **COLORES**
  - 3.1
  - 3.2
  - 3.3
  - 3.4
4. **TIPOGRAFÍA**
  - 4.1
  - 4.2
5. **VERSIONES DE LA MARCA**
  - 5.1
  - 5.2
    - 5.2.1
    - 5.2.2
6. **USOS DE LA MARCA**
  - 6.1
7. **IMAGEN CORPORATIVA**
  - 7.1
  - 7.2
  - 7.4
  - 7.5
  - 7.6
  - 7.7
  - 7.8
8. **IMAGEN COMERCIAL**
  - 8.1
  - 8.2



# 1. INTRODUCCIÓN

Somos una tribu especializada en el desarrollo e implementación de estrategias de comunicación creativas, orientadas a resultados.

**MASOKO = SIGNIFICA MERCADOTECNIA EN SUAJILI**

Los suajili son una etnia y cultura situadas en la costa este de África, principalmente en las regiones costeras e islas de Kenia y Tanzania y norte de Mozambique. Según JoshuaProject, el número de suajilis es de 1.328.000. El número de personas que habla el idioma suajili, sin embargo, ronda los 90 millones.

La religión de esta etnia es la musulmana y los idiomas más hablados son, además del idioma homónimo, el portugués, el inglés y el francés. Etnias relacionadas son la kikuyu, makonde y shirazi.



## 1.1 FILOSOFIA EMPRESARIAL

Somos una empresa formada por un equipo profesional que innovamos, promovemos y analizamos de manera activa y entusiasta la creatividad de combinar ideas jóvenes y frescas en formas únicas.

Le damos fuerza a productos y/o servicios con actitudes laborales constantes, a favor de los intereses e ideas del cliente. Formamos un equipo que cuenta con las herramientas para el desarrollo de servicios de calidad en una satisfacción de mejora continua.

Para nosotros el éxito de un producto o servicio más que una obligación, es todo un compromiso.

Es por eso que brindamos un excelente trabajo con diversas opciones, lo que nos va a permitir estar siempre a la vanguardia.



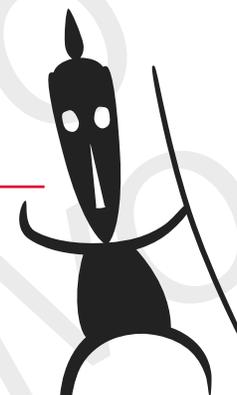
## 2. LOGOTIPO

### 2.1 DESCRIPCIÓN

La forma principal del logotipo de MASOKO está compuesto de tipografía la cuál es gruesa y sencilla, lo que denota fuerza y liderazgo, por lo que la empresa le ha dado un significado específico a cada letra:



Isotipo



Logotipo



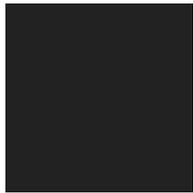
CAZANDO IDEAS Eslogan



# 3. COLORES

A continuación se detallan los colores corporativos en diferentes valores para su uso correcto en cualquier soporte de comunicación (impresión y on-line).

## 3.1 PANTONE



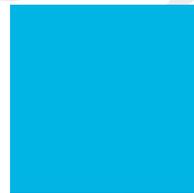
Pantone Neutral Black C



Pantone 199 C



Pantone 7408 C



Pantone 306 C

## 3.2 CUATRICROMÍA



**C = 82.59%    M = 80.92%    Y= 71.76%    K= 57.18%**



**C = 1.56%    M = 100%    Y= 78.32%    K= 0%**



**C = 0%    M = 30.06%    Y= 95.6%    K= 0%**



**C = 85.46%    M = 0%    Y= 7.85%    K= 0%**



## 4. TIPOGRAFÍA

En la familia tipográfica de Masoko, el tamaño de la fuente será proporcional al formato en el que se aplique. Cualquier título o subtítulo deberá ser mayor que el puntaje usado en el contenido, en cuanto al texto del contenido:

### 4.1 TÍTULOS Y SUBTÍTULOS

Para títulos se usará la tipografía **Brushed**

Tamaño mínimo: 12 puntos  
Tamaño recomendado: 18 puntos  
Tamaño máximo: 20 puntos

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T  
U V W X Y Z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Para subtítulos se usará la tipografía **Thin**

Tamaño mínimo: 12 puntos  
Tamaño recomendado: 14 puntos  
Tamaño máximo: 16 puntos

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y 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 y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

En caso de NO contar con las tipografías de títulos y subtítulos, puede sustituirse por **Calibri Bold**

Tamaño mínimo: 7 puntos  
Tamaño recomendado: 11 puntos  
Tamaño máximo: 14 puntos

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 Y 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 y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



## 5. VERSIONES DE LA MARCA

La marca de Masoko debe emplearse siempre en la medida de lo posible con los colores corporativos.

Sin embargo se muestran a continuación las combinaciones cromáticas que pueden considerarse dentro de la norma, tomando también en cuenta los soportes donde vaya a ser impresa.

### 5.1 APLICACIONES CROMÁTICAS

Definiremos las aplicaciones cromáticas como las versiones en las que puede usarse el logotipo.

La elección de la versión dependerá de la saturación, la claridad o textura del fondo, en el que vaya situado el logotipo.



Variaciones de logotipo en escala de grises



Escala de grises sobre fondo gris



Escala de grises sobre fondo de color



Escala de grises sobre fondo blanco

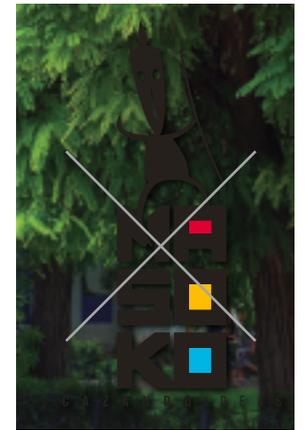
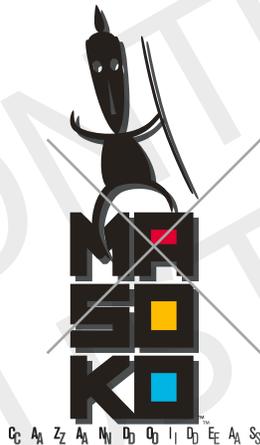


# 6. USOS DE LA MARCA



## 6.1 INCORRECTOS

Se recomienda tener cuidado en evitar usos **NO** correctos de la marca y afecten la Identidad Corporativa.



# 7. IMAGEN CORPORATIVA



CAZANDO IDEAS

La papelería corporativa es el contacto más directo y permanente que recordará el cliente sobre una empresa. Para toda la papelería todos los elementos de diseño se aplicarán tal cuál se muestra en los ejemplos que se muestran a continuación.

## 7.1 HOJA MEMBRETADA

### Tamaño:

Carta 21.59 x 28 cm

### Papel sugerido:

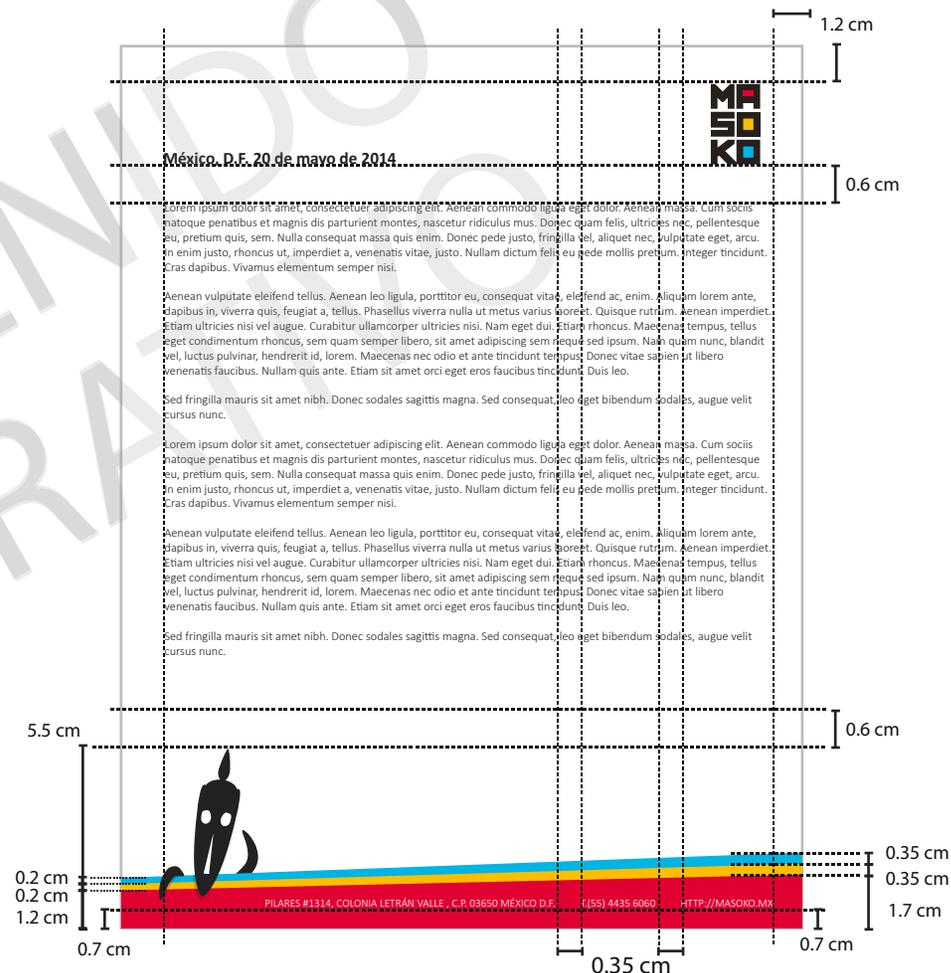
Opalina

### Tipografías:

Calibri Ligth

Calibri Regular

Calibri Bold



# 8. IMAGEN COMERCIAL

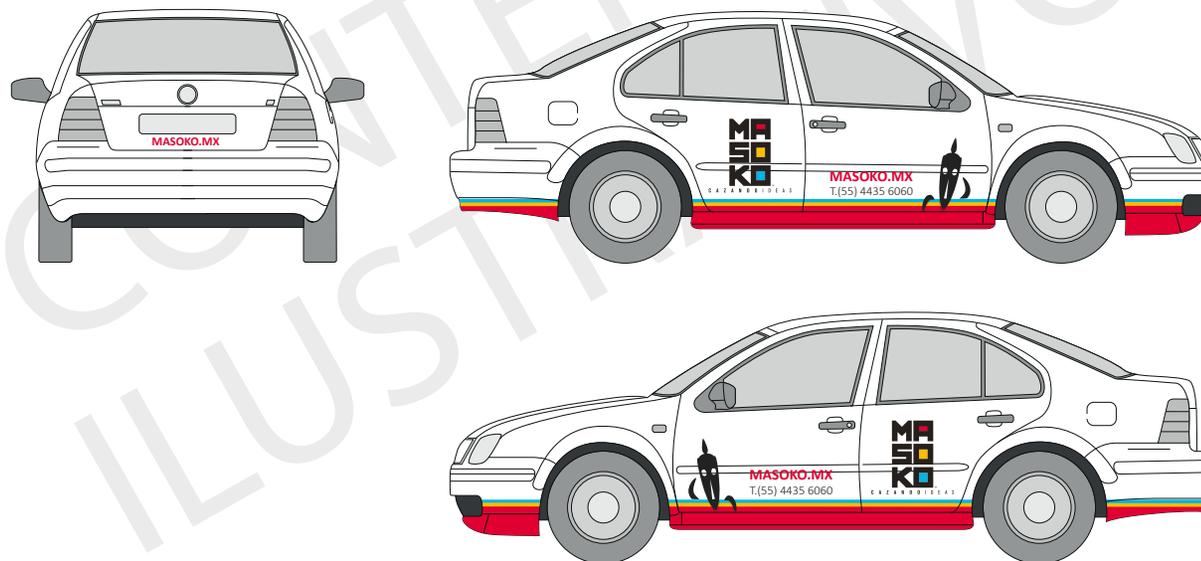
## 8.1 ROTULACIÓN DE VEHICULOS

**Medidas:**

Dependerán del modelo del vehículo

**Impresión:**

Vinil autoadherible



El contenido de este manual es únicamente ilustrativo,  
para realizar su manual corporativo enviar un correo a  
**[info@masoko.mx](mailto:info@masoko.mx)**

CONTENIDO  
ILUSTRATIVO

