



**CIDE**

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

4 **LINEAMIENTOS GENERALES DE USO**

**COMUNICACIÓN**

- 6 Promesa de Marca
- Personalidad de la Marca
- Tono de la Comunicación

**ELEMENTOS DE IDENTIDAD**

- 8 Marca
- 10 Proporciones
- 16 Áreas de Protección
- 22 Colores Institucionales
- 24 Mínimos de Reproducción
- 26 Usos Correctos
- 29 Usos Incorrectos
- 31 Tipografías Institucionales
- 33 Estilo Fotográfico
- 35 Iconografía
- 36 Cobranding
- 38 Textura
- 39 Retículas

**APLICACIONES INSTITUCIONALES**

**PAPELERÍA**

- 44 Hoja Membretada
- 45 Hoja Principal
- 46 Hoja en Coexistencia con otro logos
- 47 Hoja con Sub emisores y Correlativos
- 48 Folder Principal
- 49 Folder Uso Simple
- 50 Tarjetas de Presentación
- 51 Sello

**EDITORIAL**

- 52 Invitaciones
- 54 Carteles
- 56 Díptico
- 58 Tríptico
- 60 Inserción a Medios Impresos
- 61 Portada y Contaportada de Documentos
- 64 Folleto Intitucional

**RECONOCIMIENTOS**

- 66 Diploma
- 67 Constancia
- 68 Certificado

**MATERIAL DE IDENTIFICACIÓN**

- 69 Hoja de Registro
- 70 Personificadores
- 71 Etiquetas

**SEÑALIZACIÓN**

- 72 Señalización Exterior
- 73 Señalización en Puertas
- 74 Señalización Colgante
- 75 Señalización de Sanitarios
- 77 Totem

**VEHÍCULOS INSTITUCIONALES**

- 78 Vehículos Institucionales

**MATERIAL PARA EVENTOS**

- 79 Pendón
- 80 Roll up

81 | **PROMOCIONALES**

**APLICACIONES DIGITALES**

- 87 Firma digital
- 88 Plantilla de Power Point
- 90 Banderilla Institucional
- 91 Cortinilla Institucional
- 92 Plantilla Word
- 93 Newsletter (Interno y Externo)
- 95 Sitio Web

**REDES SOCIALES**

- 98 Facebook
- 99 Twitter
- 100 Youtube
- 101 LinkedIn
- 102 Publicaciones

## **LINEAMIENTOS GENERALES DE USO**

En el manual se establecen los lineamientos gráficos de los elementos de identidad de la marca.

Contienen normas de los elementos gráficos de la identidad para que se implementen de forma correcta y estandarizada en las diversas aplicaciones (papelería, material promocional, material institucional, etc.)

Su implementación evita distorsionar los elementos de identidad de la marca, transmitiendo una imagen coherente que contribuye una percepción de calidad y profesionalismo en los servicios de la institución.

**COMUNICACIÓN**

## PROMESA DE MARCA

El **CIDE**, Centro de Investigación y Docencia Económicas, creado en 1974, es una institución pública no lucrativa que pertenece a la red de Centros Públicos del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Se especializa en las Ciencias Sociales y se dedica a la investigación y educación superior.

El **CIDE** se distingue por su independencia y rigor intelectual, por su respeto a la pluralidad y equidad, por buscar en sus actividades de investigación y docencia el equilibrio entre la solidez científica y la relevancia social, por educar en la responsabilidad y por trabajar con transparencia y objetividad.

## PERSONALIDAD DE LA MARCA

Sus dos misiones centrales son generar y difundir conocimiento científico de vanguardia, relevante para el desarrollo de México, y formar profesionales críticos y analíticos capaces de asumir posiciones de liderazgo en el sector público, privado, social y la academia, mediante programas docentes de alta calidad.

## TONO DE LA COMUNICACIÓN

El propósito principal de la comunicación es reflejar las cualidades y características de la institución a través de mensajes en sus diversos canales.

El tono que debe emplearse es argumentativo, el cual brinde fundamentos racionales para así lograr que el auditorio tenga una perspectiva crítica y objetiva, capaz de formar líderes pensantes que generen transformaciones que beneficien a la sociedad.

# ELEMENTOS DE IDENTIDAD



## IDENTIDAD CORPORATIVA



Marca

---

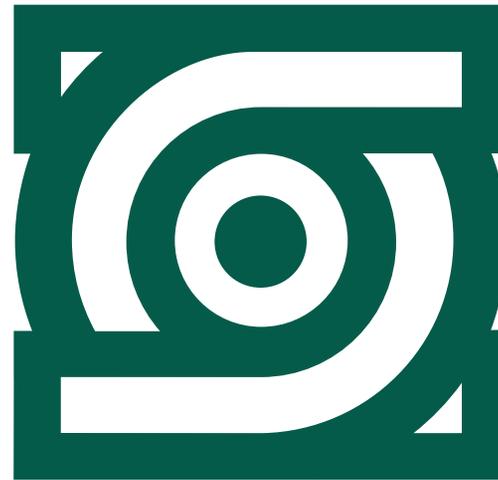
CIDE

---





**IDENTIDAD CORPORATIVA**  
MARCA



Versión Original

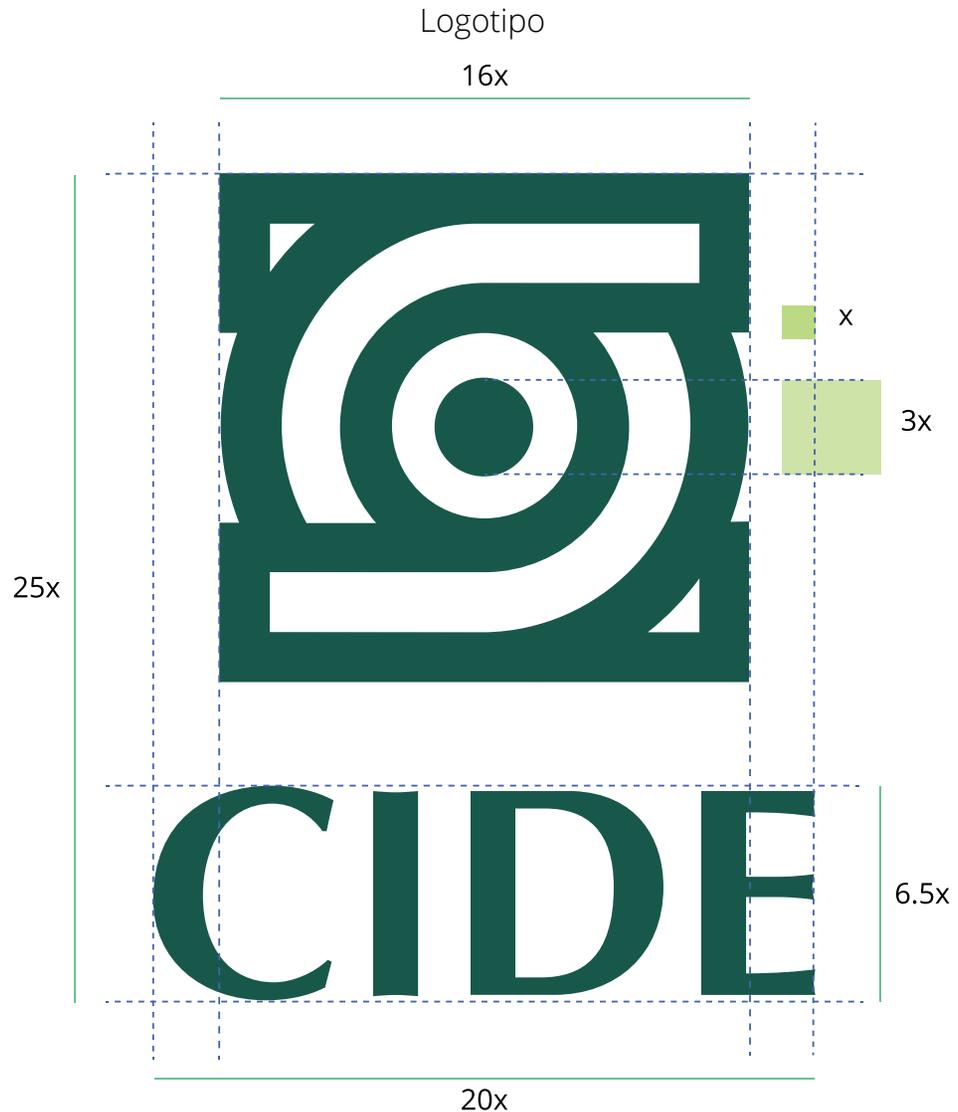
**CIDE**

## PROPORCIONES

La marca está constituida por el logotipo e imagotipo.

Se construye a partir de un módulo; en este caso tiene el valor de "x" que surge de un tercio de la circunferencia del círculo central del imagotipo. Este canon sirve para establecer las proporciones de la marca.

 Módulo = X

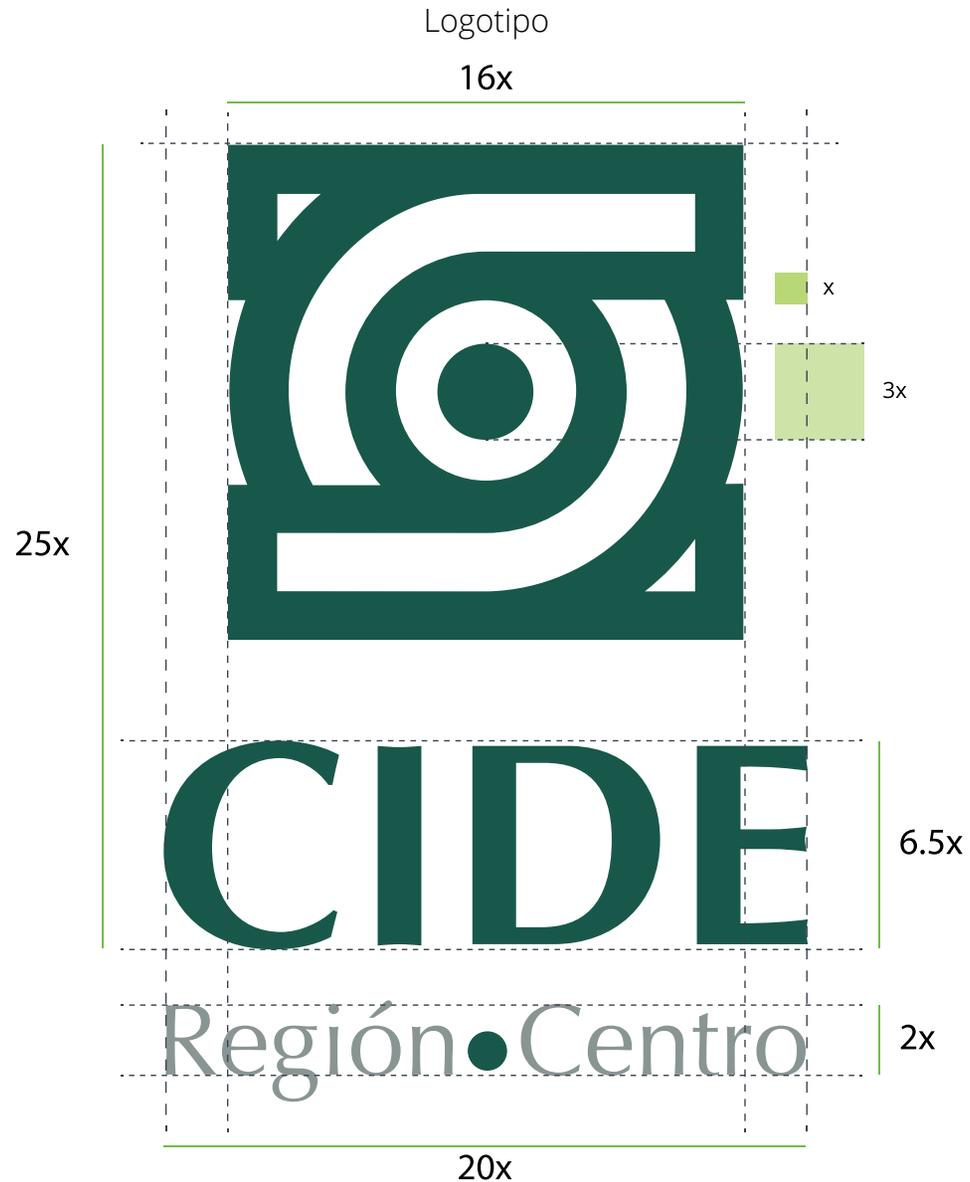


## PROPORCIONES

La marca está constituida por el logotipo e imagotipo.

Se construye a partir de un módulo; en este caso tiene el valor de "x" que surge de un tercio de la circunferencia del círculo central del imagotipo. Este canon sirve para establecer las proporciones de la marca.

■ Módulo = X



## PROPORCIONES

La versión de marca con el nombre de la institución se construye a partir de un módulo; en este caso tiene el valor "x" que surge de dividir en 5 partes iguales la altura de la marca. Este canon sirve para establecer la relación entre la marca y el nombre de la institución.



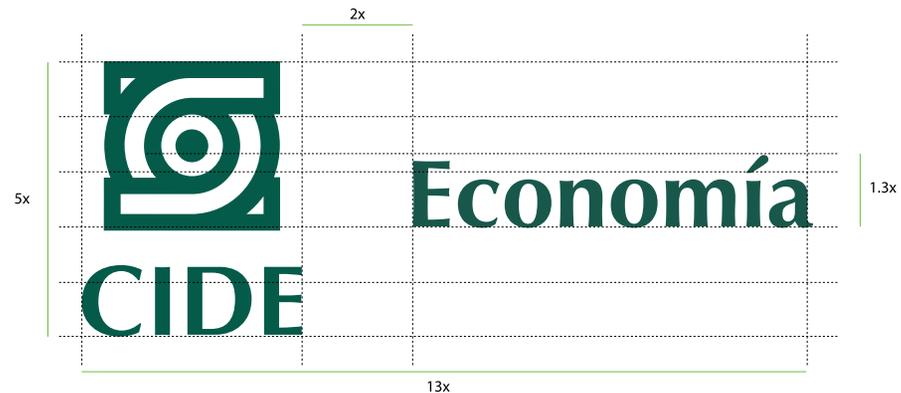
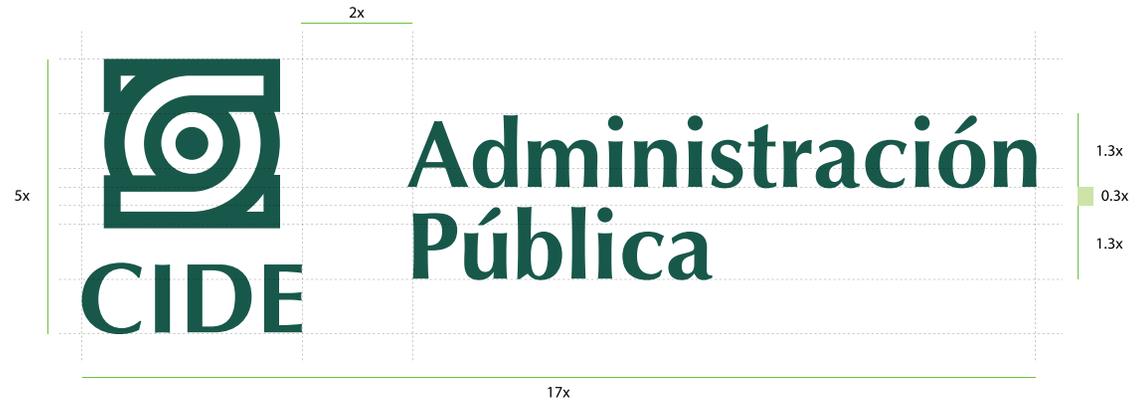
 Módulo = X

## PROPORCIONES

A partir de la marca surgen las submarcas basadas en las divisiones académicas.

Las submarcas están construídas a partir de un módulo; en este caso tiene el valor "x" que surge de dividir en 5 partes iguales la altura de la marca. Este canon sirve para establecer la relación entre la marca y el logotipo de la submarca, de igual manera las proporciones de las submarcas.

 Módulo = X

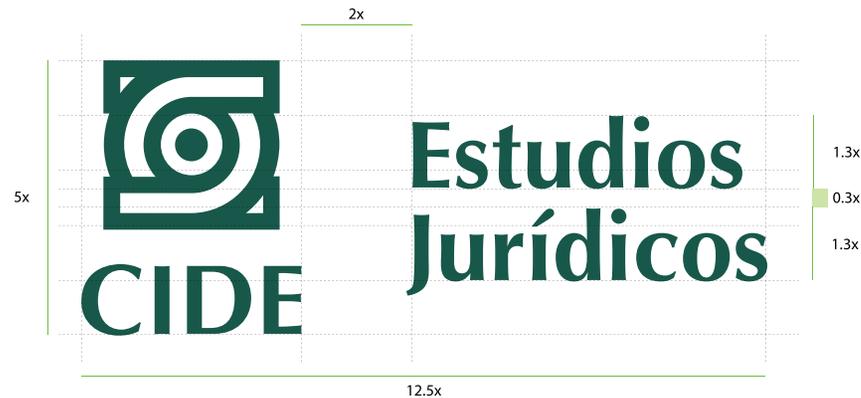


## PROPORCIONES

A partir de la marca surgen las submarcas basadas en las divisiones académicas.

Las submarcas están construídas a partir de un módulo; en este caso tiene el valor "x" que surge de dividir en 5 partes iguales la altura de la marca. Este canon sirve para establecer la relación entre la marca y el logotipo de la submarca, de igual manera las proporciones de las submarcas.

 Módulo = X

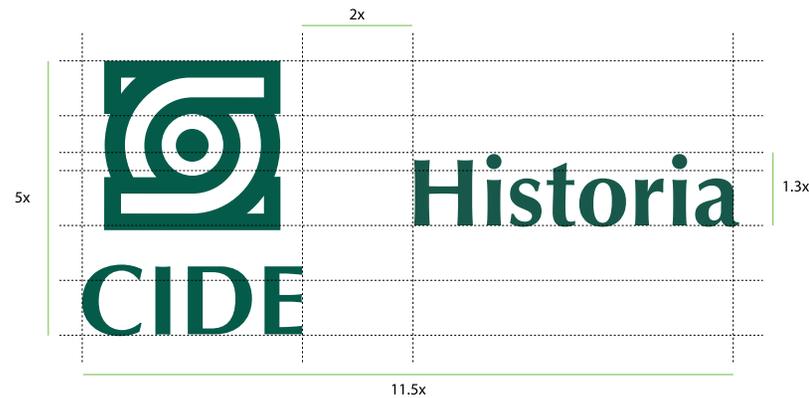
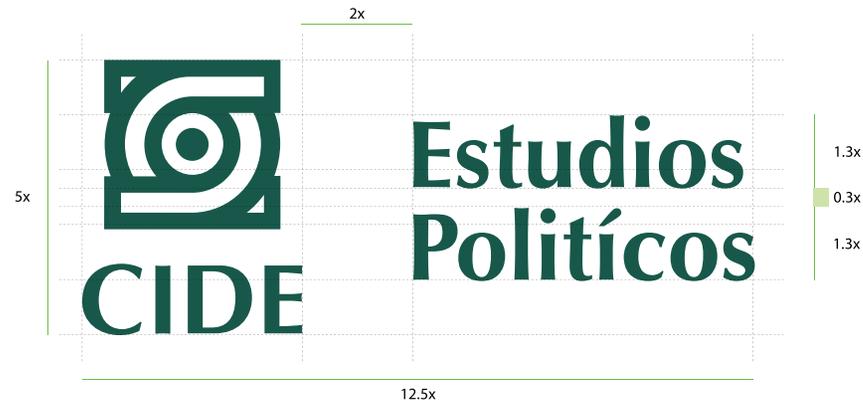


## PROPORCIONES

A partir de la marca surgen las submarcas basadas en las divisiones académicas.

Las submarcas están construídas a partir de un módulo; en este caso tiene el valor "x" que surge de dividir en 5 partes iguales la altura de la marca. Este canon sirve para establecer la relación entre la marca y el logotipo de la submarca, de igual manera las proporciones de las submarcas.

 Módulo = X



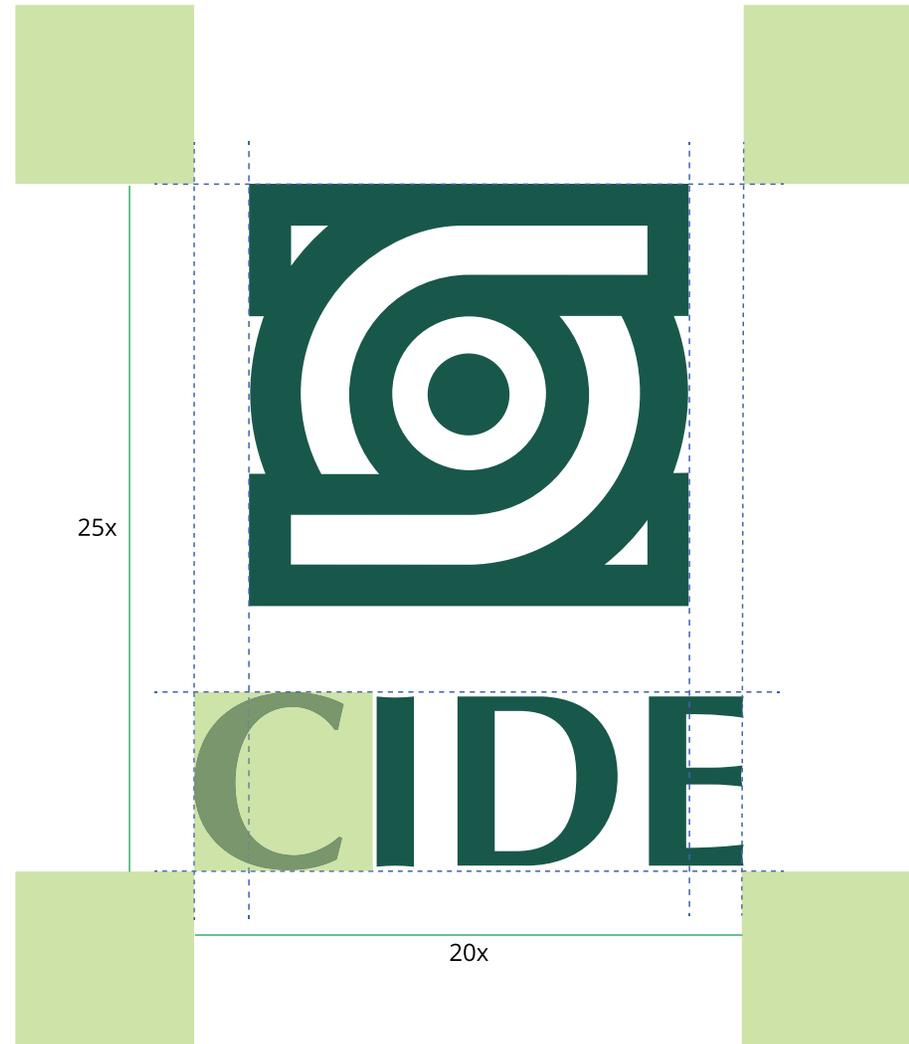
## ÁREA DE PROTECCIÓN

Esta área se establece con el fin de evitar invasiones visuales que puedan restar impacto o legibilidad a la marca.

El área de protección surge a partir de un módulo, en este caso tiene en valor de "x", el cual se basa en la altura de la "C" de CIDE.



Módulo = X



## ÁREA DE PROTECCIÓN

Esta área se establece con el fin de evitar invasiones visuales que puedan restar impacto o legibilidad a la marca.

El área de protección surge a partir de un módulo, en este caso tiene en valor de "x", el cual se basa en la altura de la "C" de CIDE.



Módulo = X



## ÁREA DE PROTECCIÓN

Esta área es establecida con el fin de evitar invasiones visuales que puedan restar impacto o legibilidad a las submarcas.

Las submarcas están construídas a partir de un módulo; en este caso tiene el valor "x" que surge de dividir en 5 partes iguales la altura de la marca. Este canon sirve para establecer la relación entre la marca y el logotipo de la submarca, de igual manera las proporciones de las submarcas.



 Módulo = X

## ÁREA DE PROTECCIÓN

Esta área es establecida con el fin de evitar invasiones visuales que puedan restar impacto o legibilidad a las submarcas.

Las submarcas están construídas a partir de un módulo; en este caso tiene el valor "x" que surge de dividir en 5 partes iguales la altura de la marca. Este canon sirve para establecer la relación entre la marca y el logotipo de la submarca, de igual manera las proporciones de las submarcas.

 Módulo = X

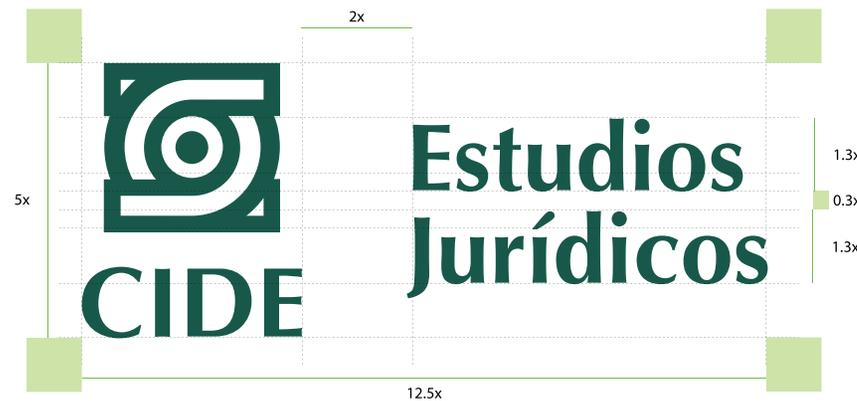


## ÁREA DE PROTECCIÓN

Esta área es establecida con el fin de evitar invasiones visuales que puedan restar impacto o legibilidad a las submarcas.

Las submarcas están construídas a partir de un módulo; en este caso tiene el valor "x" que surge de dividir en 5 partes iguales la altura de la marca. Este canon sirve para establecer la relación entre la marca y el logotipo de la submarca, de igual manera las proporciones de las submarcas.

 Módulo = X

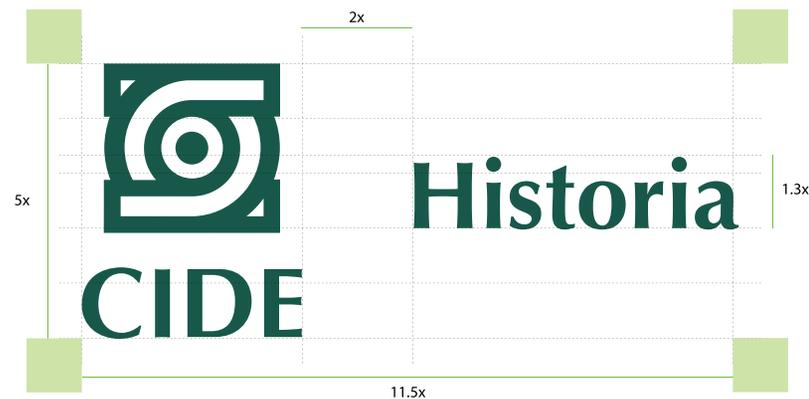


## ÁREA DE PROTECCIÓN

Esta área es establecida con el fin de evitar invasiones visuales que puedan restar impacto o legibilidad a las submarcas.

Las submarcas están construídas a partir de un módulo; en este caso tiene el valor "x" que surge de dividir en 5 partes iguales la altura de la marca. Este canon sirve para establecer la relación entre la marca y el logotipo de la submarca, de igual manera las proporciones de las submarcas.

 Módulo = X



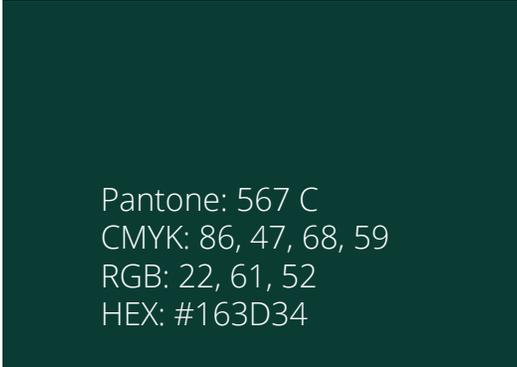
## COLORES INSTITUCIONALES

Es de suma importancia indicar los colores exactos de la marca en toda comunicación, ya que es una característica fundamental de reconocimiento y posicionamiento.

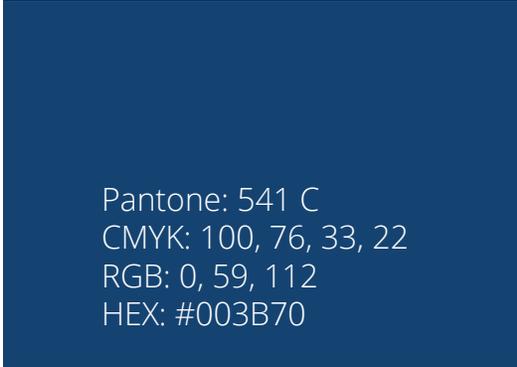
Los colores principales se deben emplear para todos los materiales oficiales e institucionales.

El pantone 567 C, deberá ser utilizado en materiales impresos y el pantone 567 CVC sólo se utilizará en materiales web.

### PRINCIPALES



Pantone: 567 C  
CMYK: 86, 47, 68, 59  
RGB: 22, 61, 52  
HEX: #163D34



Pantone: 541 C  
CMYK: 100, 76, 33, 22  
RGB: 0, 59, 112  
HEX: #003B70



Pantone: 567 CVC  
CMYK: 69, 0, 5, 65  
RGB: 29, 89, 73  
HEX: #1D5949



## COLORES INSTITUCIONALES

Es de suma importancia indicar los colores exactos de la marca en toda comunicación, ya que es una característica fundamental de reconocimiento y posicionamiento.

Los colores secundarios surgen de la modificación de tonalidades de colores principales. Estos se emplearán para materiales publicitarios, promocionales, digitales y aquellos gráficos que requieran de una grama cromática más amplia.

Estos colores no deben utilizarse en los materiales oficiales. Con excepción de marcas o submarcas creadas para eventos o fechas especiales.

## SECUNDARIOS

<p>Pantone: 374 C                  CMYK: 31, 0, 69, 0                  RGB: 196, 231, 106                  HEX: #C4E76A</p>
<p>Pantone: 377 C                  CMYK: 59, 21, 100, 4                  RGB: 121, 153, 0                  HEX: #799900</p>
<p>Pantone: 7730 C                  CMYK: 73, 20, 73, 4                  RGB: 75, 148, 97                  HEX: #4B9461</p>
<p>Pantone: 7484 C                  CMYK: 92, 38, 77, 39                  RGB: 0, 86, 63                  HEX: #00563F</p>

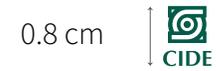
<p>Pantone: 3252 C                  CMYK: 66, 0, 30, 0                  RGB: 27, 207, 201                  HEX: #1BCFC9</p>
<p>Pantone: 3282 C                  CMYK: 100, 16, 57, 6                  RGB: 0, 131, 122                  HEX: #00837A</p>
<p>Pantone: 7698 C                  CMYK: 75, 42, 30, 13                  RGB: 65, 115, 140                  HEX: #41738C</p>
<p>Pantone: 7701 C                  CMYK: 97, 55, 33, 19                  RGB: 0, 86, 119                  HEX: #005677</p>



## MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN MATERIALES IMPRESOS

La marca puede ser utilizada hasta un tamaño mínimo determinado.

Esta es una medida preventiva que protege su legibilidad, impacto y presencia en los materiales impresos.





## MÍNIMOS DE REPRODUCCIÓN MATERIALES DIGITALES

La marca puede ser utilizada hasta un tamaño mínimo determinado.

Esta es una medida preventiva que protege su legibilidad, impacto y presencia en los materiales digitales.





## USOS CORRECTOS

La marca puede ser utilizada de diversas formas dependiendo de donde sea colocada, siempre y cuando se garantice su impacto y legibilidad.

Cuando la marca sea utilizada en fondo blanco debe de emplearse en el color institucional, exceptuando cuando es plasmada en escala de grises o en blanco y negro, en ese caso se empleara el color negro.



Marca original sobre fondo blanco



Marca en negro sobre fondo blanco



Marca en blanco sobre fondo en color principal



Marca en blanco sobre fondo en color principal



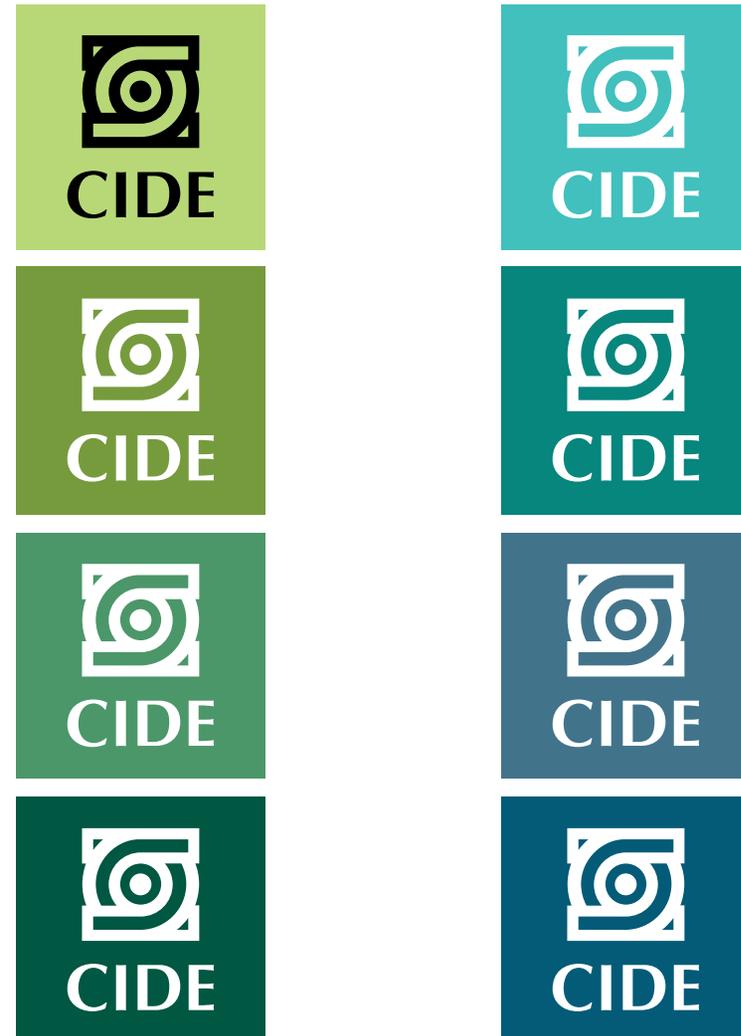
Marca en blanco sobre fondo negro



## USOS CORRECTOS

Cuando la marca sea utilizada sobre los colores institucionales (primarios y secundarios) debe de basarse en las referencias establecidas.

Cuando la marca sea empleada en colores claros debe utilizarse en negro y cuando sea en colores oscuros debe utilizarse en color blanco.



## USOS CORRECTOS

La marca puede ser utilizada de diversas formas dependiendo donde sea colocada, siempre y cuando se garantice su impacto y legibilidad.



Marca en color original sobre fondo oscuro



Marca en negro sobre fondo claro



## USOS INCORRECTOS

Es importante evitar los usos incorrectos de la marca que pueden diluir su mensaje.

Es fundamental una imagen fiel y consistente para lograr un buen posicionamiento.



No modificar colores



No alargar o aplastar



No sombrear



No reordenar los elementos



No dar efectos



No usar outline

## USOS INCORRECTOS

Es importante evitar los usos incorrectos de la marca que pueden diluir su mensaje.

Es fundamental una imagen fiel y consistente para lograr un buen posicionamiento.



No impedir su legibilidad



No impedir su legibilidad

## TIPOGRAFÍA

### Optima

Esta familia tipográfica solo puede emplearse para los logotipos de la marca y las submarcas. Esto para crear una identidad propia entre la familia tipográfica y la marca de la institución.

En el caso del logotipo se debe emplear la versión bold y cuando existan descriptivos se debe utilizar la versión regular.

No debe emplearse para ningún material promocional, publicitario, papelería institucional, etc.

### Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

### Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

## TIPOGRAFÍA

### Open Sans

Esta familia tipográfica se debe utilizar siempre en presencia de la marca, aplicaciones de papelería y publicitarias.

Se puede utilizar en alguna de sus 6 versiones.

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

*Light Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

*Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

**Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

***Bold Italic***

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890***

## ESTILO FOTOGRÁFICO

### Personal

Estas imágenes podrán ser empleadas para cualquier tipo de comunicación de la institución.

El objetivo de estas imágenes es plasmar el lado humano de la institución a través de emplear imágenes con personas (estudiantes, profesores, administrativos y demás personas asociadas a la institución).

La imagen debe tener un área "limpia" para poder colocar información (textos, iconos u otros elementos gráficos).



## ESTILO FOTOGRÁFICO

### Abstracto

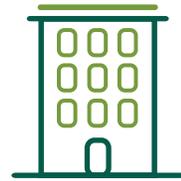
Este tipo de imágenes se pueden emplear para hacer referencia a temas abstractos o conceptuales, de igual modo para ilustraciones secundarias o fondos de algunos materiales.



## ESTILO ICONOGRÁFICO

Estos se deberán colocar en dos colores (principal y secundario de la paleta de color).

Los íconos deben ser lineales y carecer de características específicas del objeto al que se hace referencia. No debe tener sombras, rellenos, degradados o más de dos colores.



Administración Pública



Estudios Internacionales



Economía



Estudios Políticos



Estudios Jurídicos



Historia

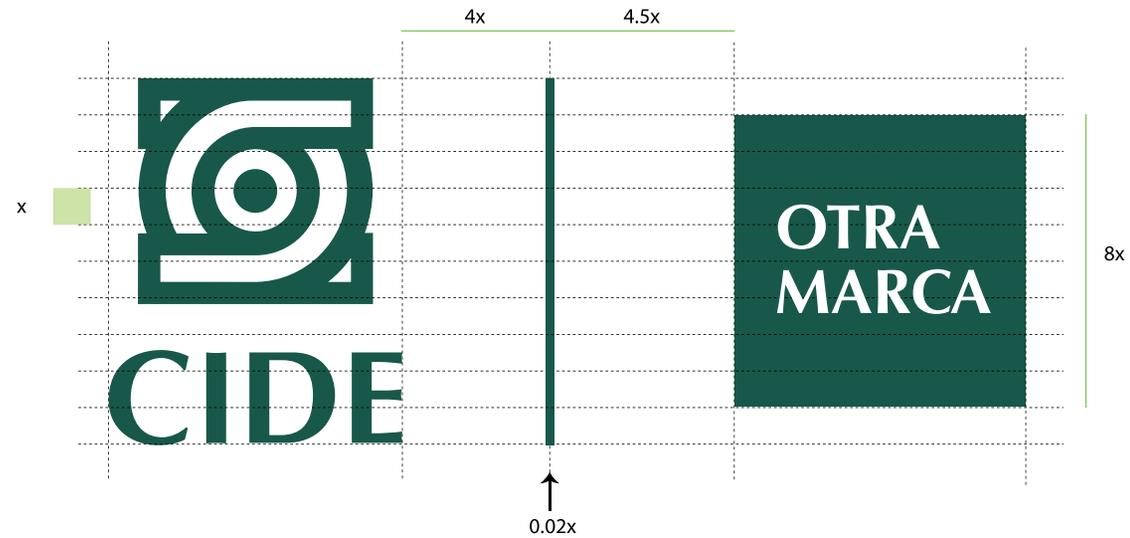
## COBRANDING

Cuando la marca conviva con otra marca debetener un espacio de protección el cual le permita tener legibilidad y evitar invasión de otra marca.

El área de separación se origina del módulo; en este caso tiene valor "x" que surge de dividir en 10 partes iguales la altura de la marca. Este canon sirve para establecer la relación entre ambas marcas.

Cuando la otra marca tenga un formato cuadrado (o proporciones similares) debe tener una altura de 8x.

 Módulo = X



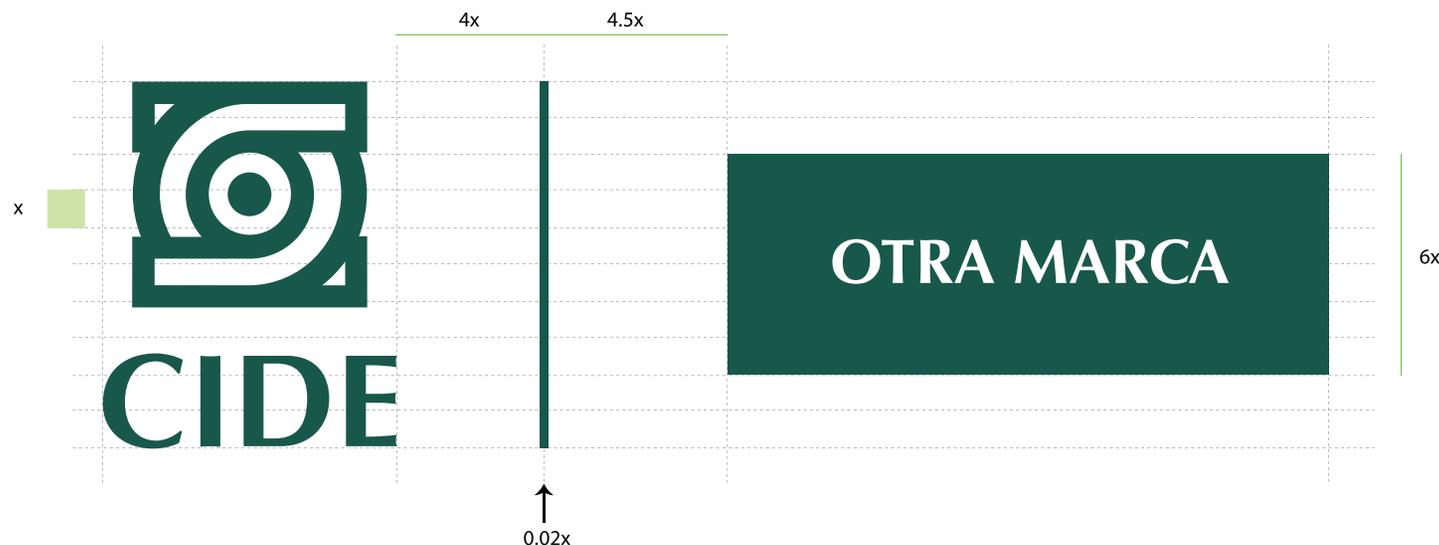
## COBRANDING

Cuando la marca conviva con otra marca debetener un espacio de protección el cual le permita tener legibilidad y evitar invasión de otra marca.

El área de separación se origina del módulo; en este caso tiene valor "x" que surge de dividir en 10 partes iguales la altura de la marca. Este canon sirve para establecer la relación entre ambas marcas.

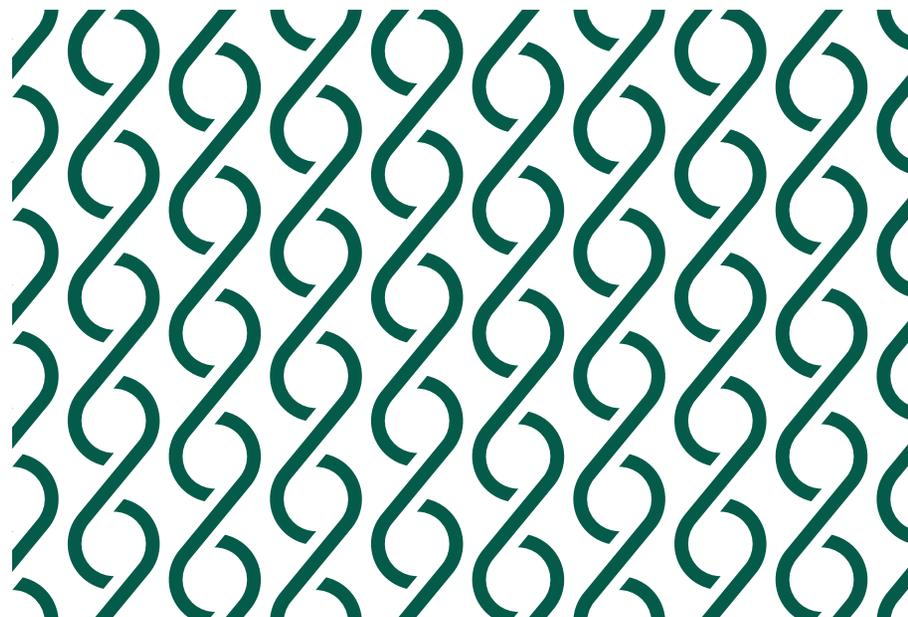
Cuando la otra marca tenga un formato rectangular (horizontal) debe tener una altura de 6x.

 Módulo = X



## TEXTURA

Cuando se emple la textura se debe utilizar el color principal.

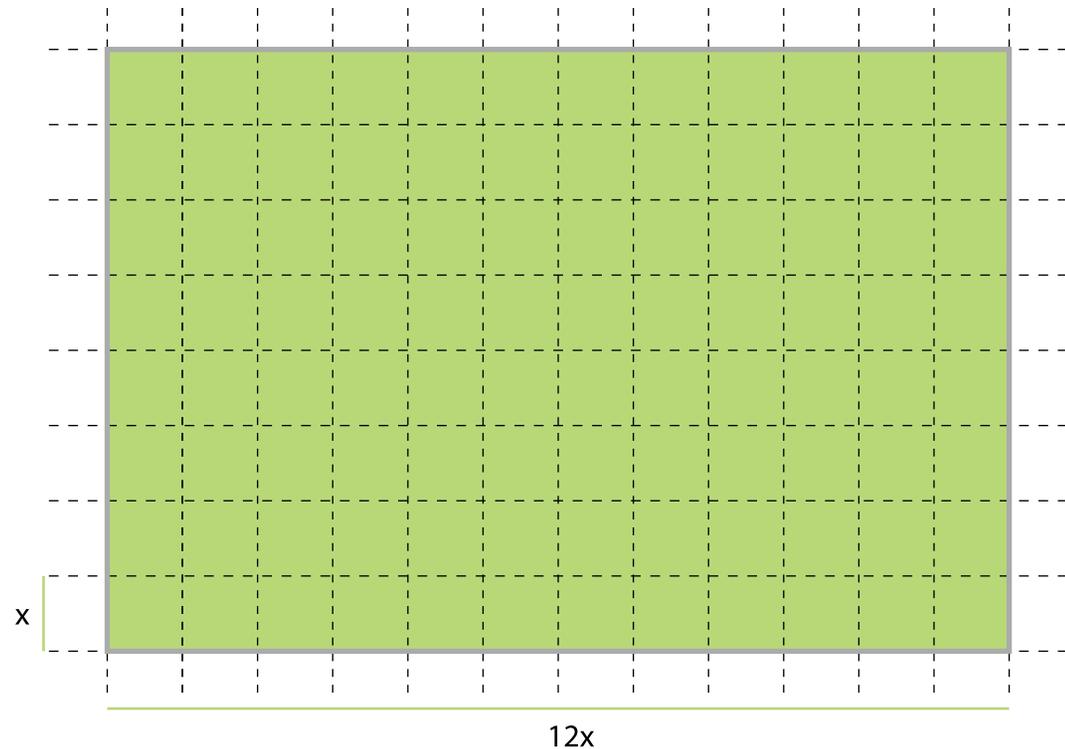


## RETÍCULA PRINCIPAL

Todos los materiales se basan en una retícula la cual surge al dividir el ancho del formato en 12 espacios iguales, cada uno de esos espacios tiene el valor de "x".

Toda la información se debe basar en la estructura, es decir, todas las imágenes y cajas de texto construyen la composición de cada uno de los materiales gráficos.

Todos los materiales digitales y los impresos se deberán basar en esta estructura, con excepción de los materiales que se impriman internamente (debido a las limitantes de impresión).



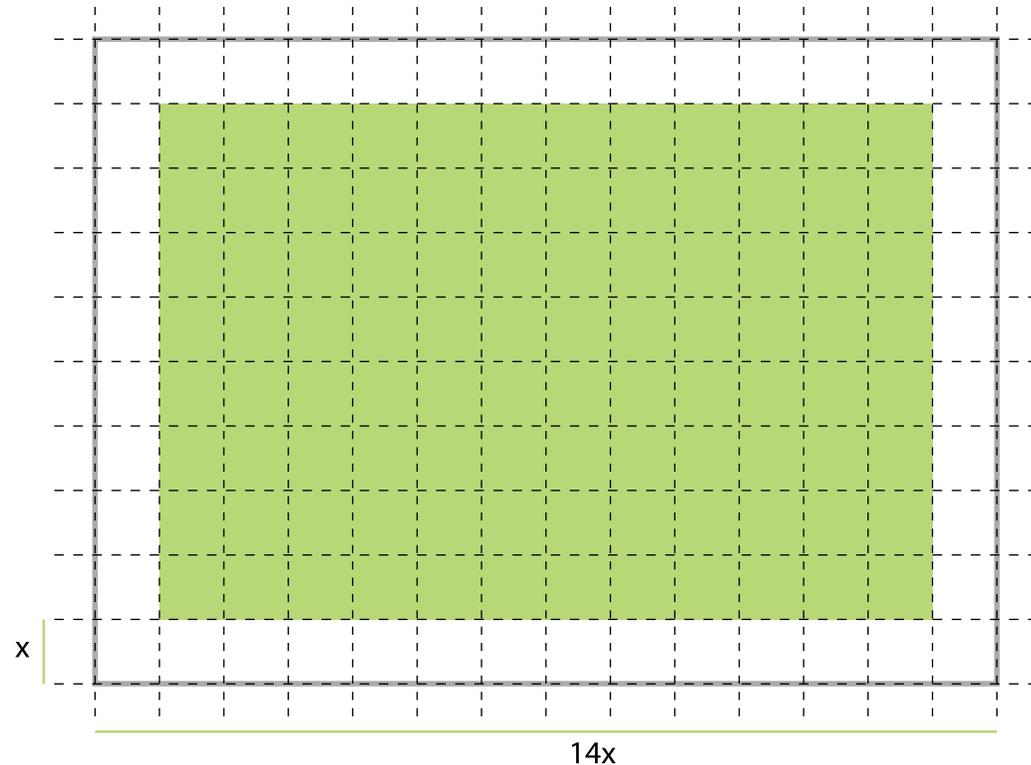
 Área de información



## RETÍCULA SECUNDARIA

Los materiales se impriman internamente, se basan en una retícula la cual surge al dividir el ancho del formato en 14 espacios iguales, cada uno de esos espacios tiene el valor de "x". Se debe respetar el valor de "x" para evitar inconvenientes al momento de imprimir.

Toda la información se debe basar en la estructura, es decir, todas las imágenes y cajas de texto construyen la composición de cada uno de los materiales gráficos.

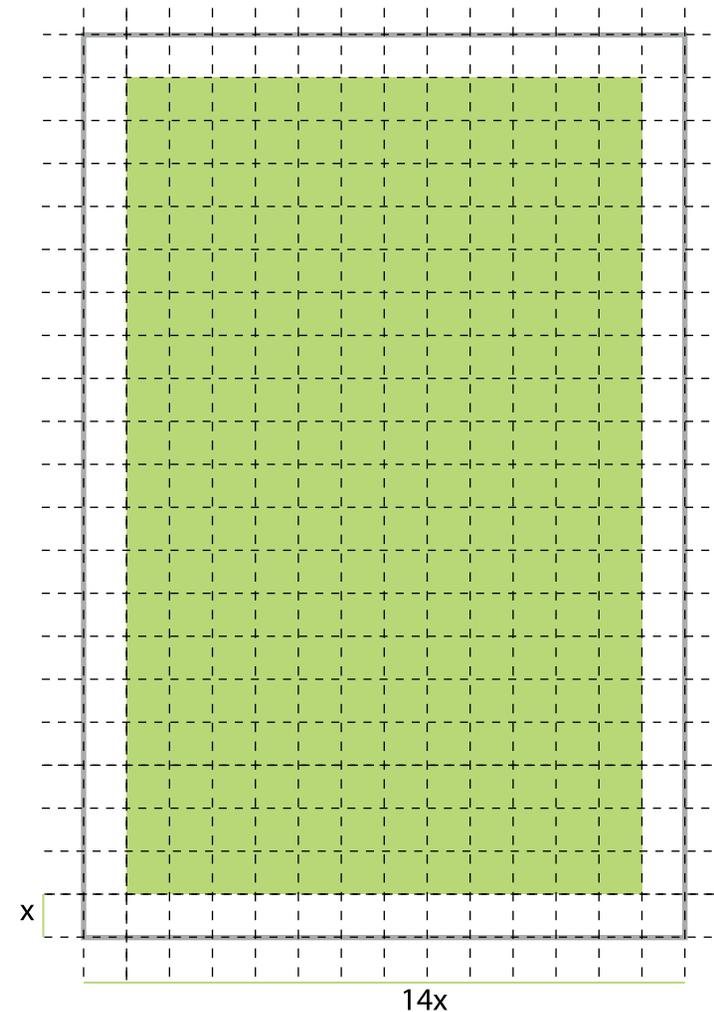


 Área de información

## RETÍCULA SECUNDARIA

Los materiales se impriman internamente, se basan en una retícula la cual surge al dividir el ancho del formato en 14 espacios iguales, cada uno de esos espacios tiene el valor de "x". Se debe respetar el valor de "x" para evitar inconvenientes al momento de imprimir.

Toda la información se debe basar en la estructura, es decir, todas las imágenes y cajas de texto construyen la composición de cada uno de los materiales gráficos.



 Área de información

# **APLICACIONES INSTITUCIONALES**

## HOJA MEMBRETADA

Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (14x). Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Hoja carta: 21.59 x 27.94 cm  
 Tipografía: Opens Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C



Ref. | fase2 | Papelería | Hoja Membretada | hoja\_membretada.pdf

## HOJA PRINCIPAL

Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (14x). Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Hoja carta: 21.59 x 27.94 cm  
Tipografía: Opens Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C



Ref. | fase2 | Papelería | Hoja Principal | hoja\_principal.pdf

## HOJA EN COEXISTENCIA CON OTROS LOGOS

Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (14x). Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Hoja carta: 21.59 x 27.94 cm  
 Tipografía: Opens Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C



Ref. | fase2 | Papelería | Hoja Coexistencia logos | hoja\_coexistencial.pdf

## HOJA CON SUB EMISORES Y CORRELATIVOS

Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (14x). Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Hoja carta: 21.59 x 27.94 cm  
Tipografía: Opens Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C



Ref. | fase2 | Papelería | Hoja Sub Emisores | hoja\_subemisoires.pdf

## FOLDER PRINCIPAL

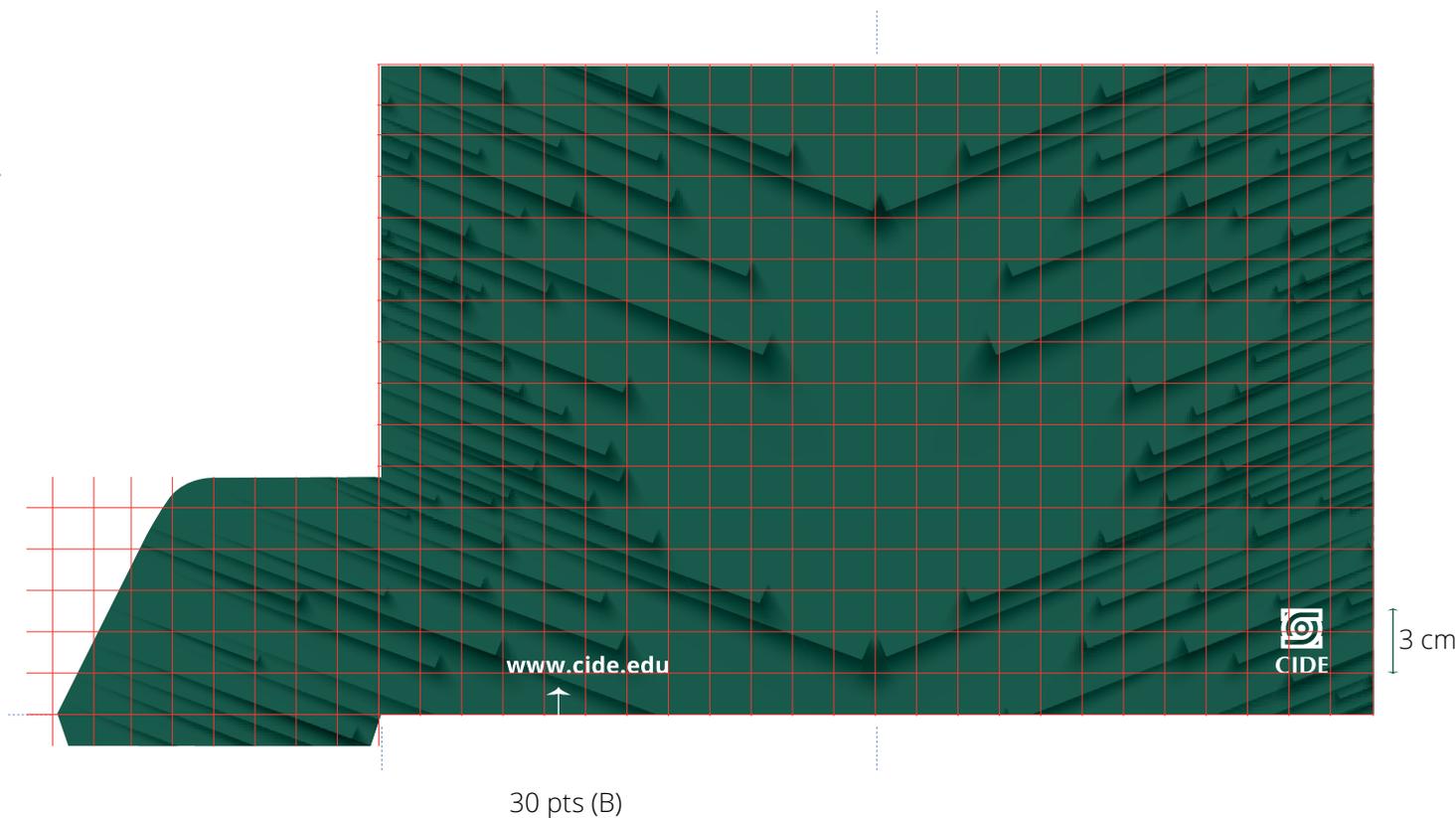
Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). En este caso se colocan 12x en cada cara del impreso (24x).

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Hoja: 61 x 30 cm

Tipografía: Opens Sans bold (B)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



● P 567 C

## FOLDER USO SIMPLE

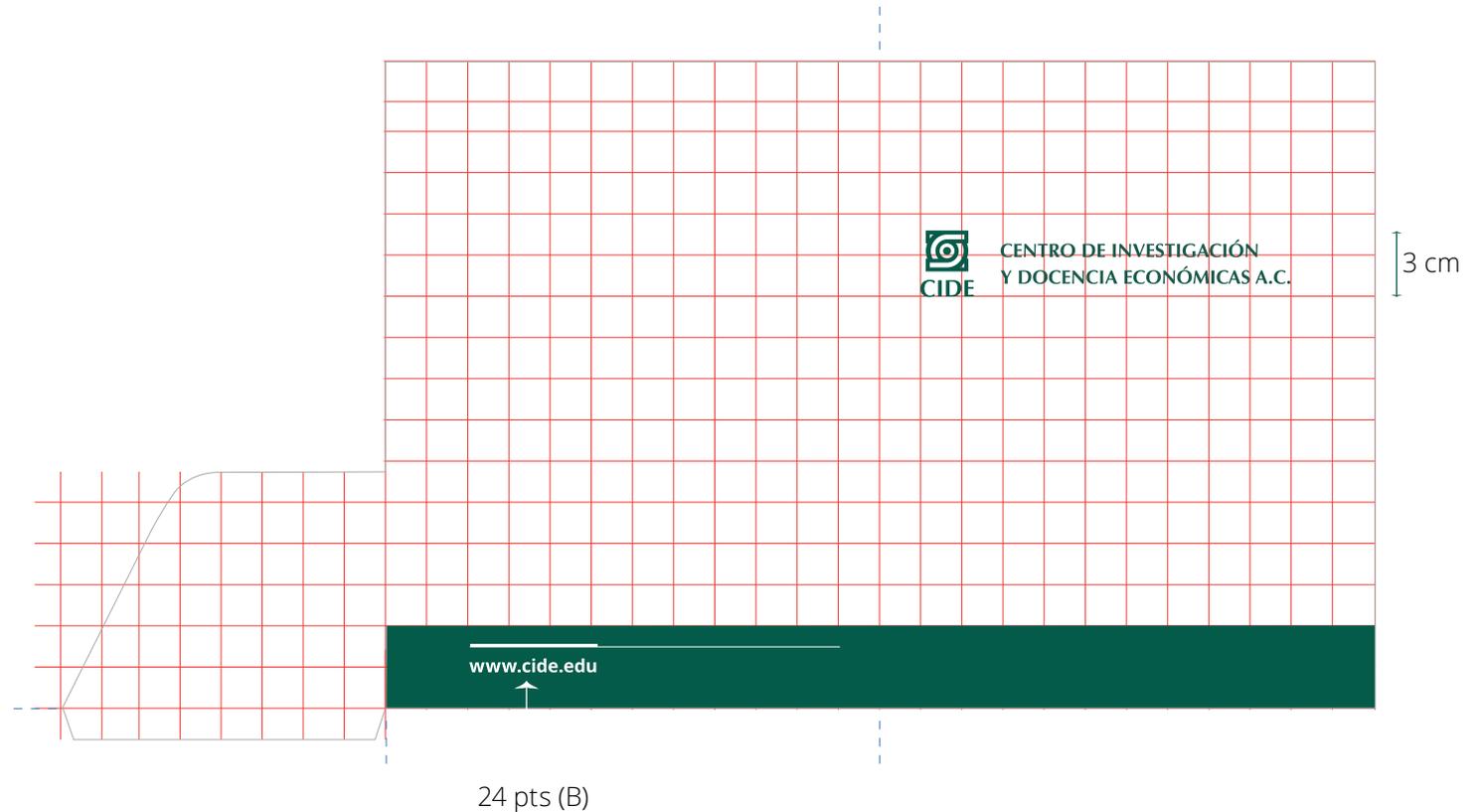
Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). En este caso se colocan 12x en cada cara del impreso (24x).

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Hoja: 61 x 30 cm

Tipografía: Opens Sans bold (B)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



● P 567 C

## TARJETA DE PRESENTACIÓN

Todos los materiales que se impriman externamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x).

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño: 9 x 5 cm

Tipografía: Opens Sans bold (B), regular (R) y light (L)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C

● C 0, M 0, Y 0, K 100

### FRENTE



### VUELTA



## SELLO INSTITUCIONAL

Todos los materiales que se impriman externamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x).

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño: 5 x 3 cm

Tipografía: Open Sans bold (B)

Color: Negativo

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



## INVITACIONES

Todos los materiales que se impriman externamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (14x).

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño media carta: 13.95 x 21.59 cm

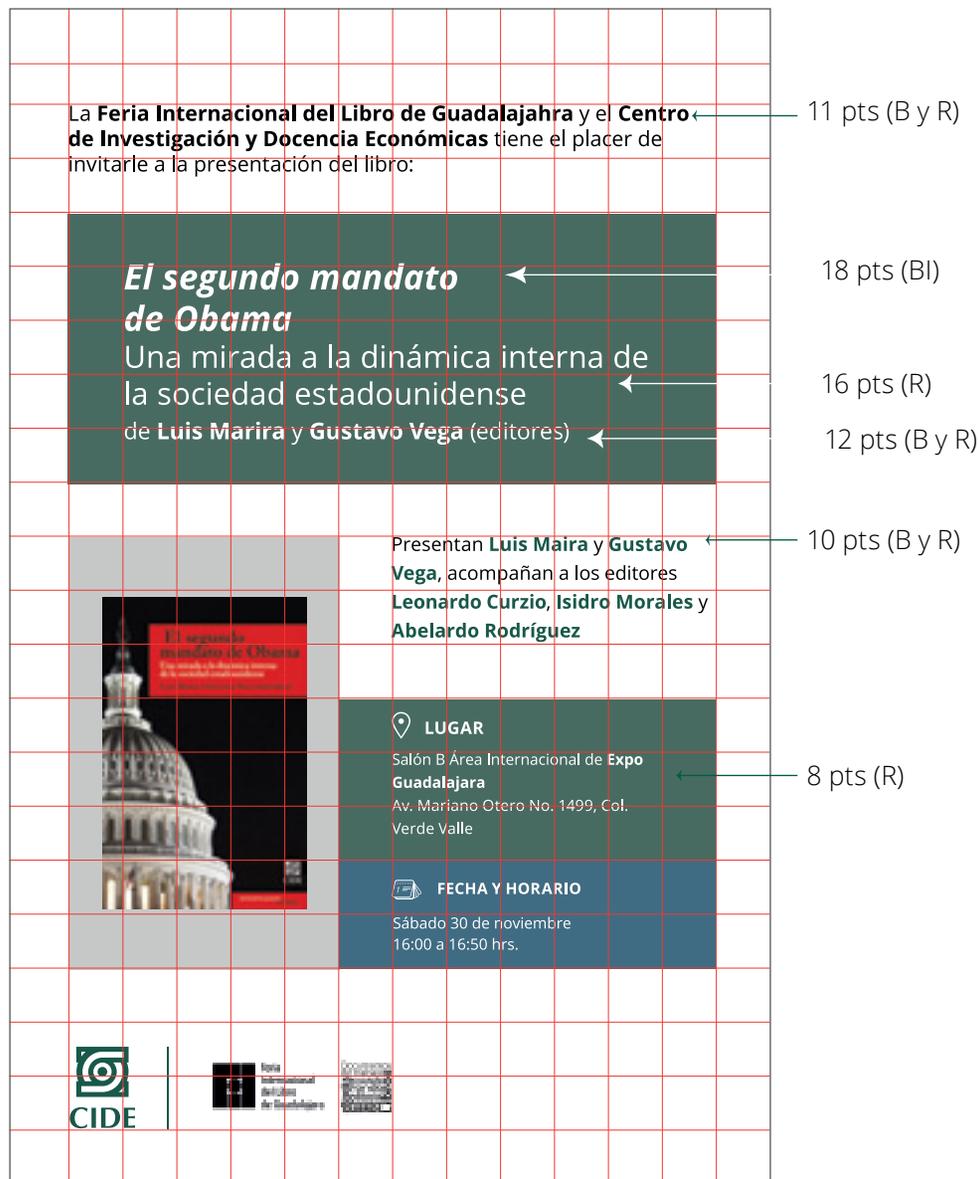
Tipografía: Opens Sans bold (B), bold italic (BI) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C

● P 7701 C | 80%

1.5 cm



La **Feria Internacional del Libro de Guadalajara** y el **Centro de Investigación y Docencia Económicas** tiene el placer de invitarle a la presentación del libro:

***El segundo mandato de Obama***  
Una mirada a la dinámica interna de la sociedad estadounidense  
de **Luis Marira** y **Gustavo Vega** (editores)

Presentan **Luis Maira** y **Gustavo Vega**, acompañan a los editores **Leonardo Curzio**, **Isidro Morales** y **Abelardo Rodríguez**

**LUGAR**  
Salón B Área Internacional de **Expo Guadalajara**  
Av. Mariano Otero No. 1499, Col. Verde Valle

**FECHA Y HORARIO**  
Sábado 30 de noviembre  
16:00 a 16:50 hrs.

 |  | 

## INVITACIONES

Todos los materiales que se impriman externamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (14x).

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño media carta: 21.59 x 14.08 cm

Tipografía: Opens Sans bold (B), bold italic (BI) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C

● P 7701 C | 80%



11.5 pts (B y R)

La **Feria Internacional del Libro de Guadalajara** y el **Centro de Investigación y Docencia Económicas** tiene el placer de invitarle a la presentación del libro:

20 pts (BI) → ***El segundo mandato de Obama***

16 pts (R) → Una mirada a la dinámica interna de la sociedad estadounidense

12 pts (R y B) → de Luis Marira y Gustavo Vega (editores)

Presentan **Luis Maira** y **Gustavo Vega**, acompañan a los editores **Leonardo Curzio, Isidro Morales** y **Abelardo Rodríguez**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam eu pellentesque urna. Maecenas dictum mi magna, at consequat nisi aliquet vitae. Quisque ornare metus sapien, lobortis ultrices nisl consequat eget. Nam blandit luctus sapien nec rhoncus. Phasellus eget urna ut sem ullamcorper fringilla. Donec aliquet ante quis orci mollis, eget posuere enim iaculis. Praesent facilisis iaculis justo, at imperdiet lorem placerat ut.

10 pts (R)

**LUGAR**  
Salón B Área Internacional de **Expo Guadalajara**  
Av. Mariano Otero No. 1499, Col. Verde Valle

**FECHA Y HORARIO**  
Sábado 30 de noviembre  
16:00 a 16:50 hrs.

8 pts (R)

1.5 cm

CIDE

## CARTELES

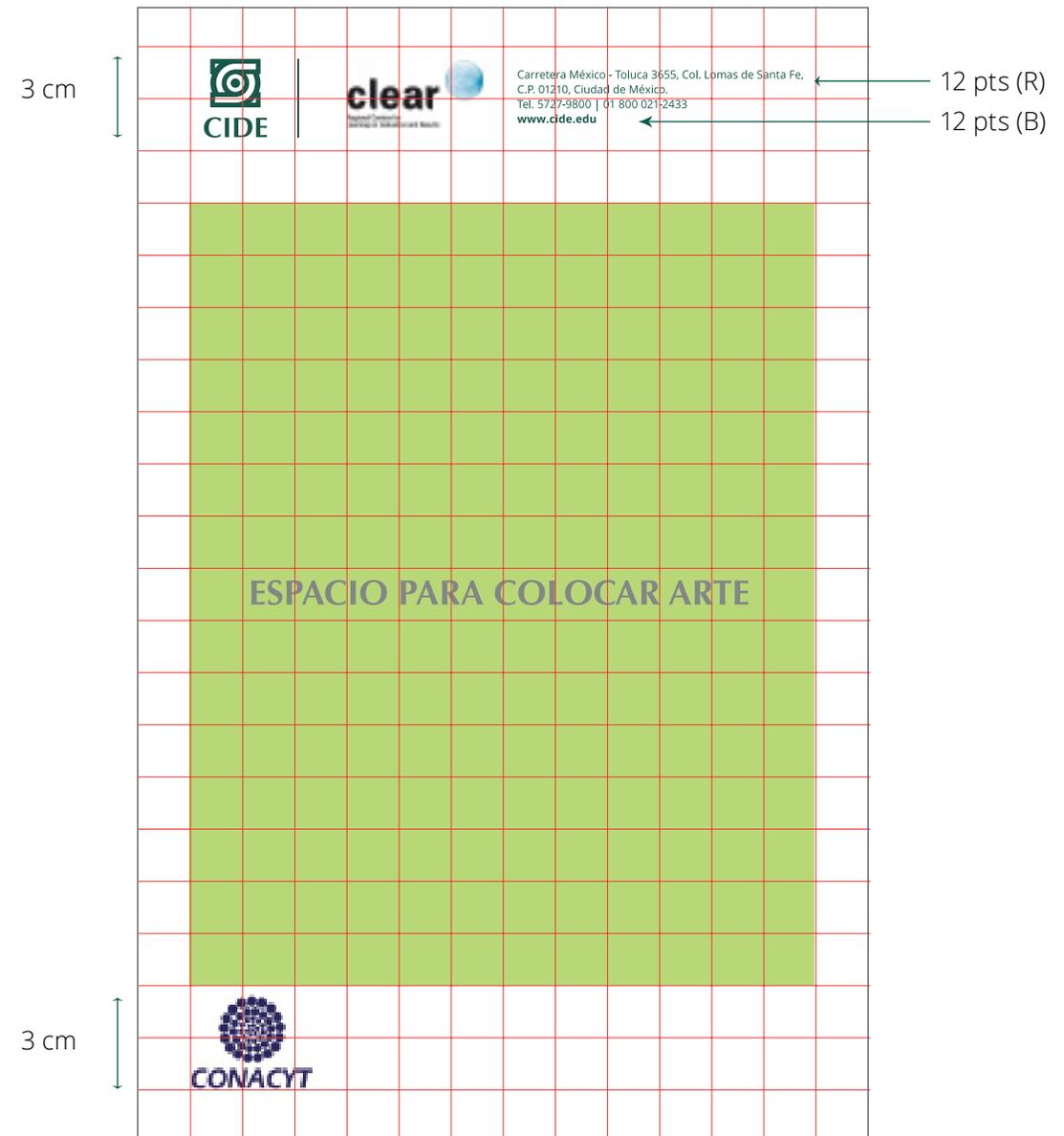
Todos los materiales que se impriman externamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (14x). Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño tabloide: 27.94 x 43.18 cm  
 Tipografía: Opens Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C



## CARTELES

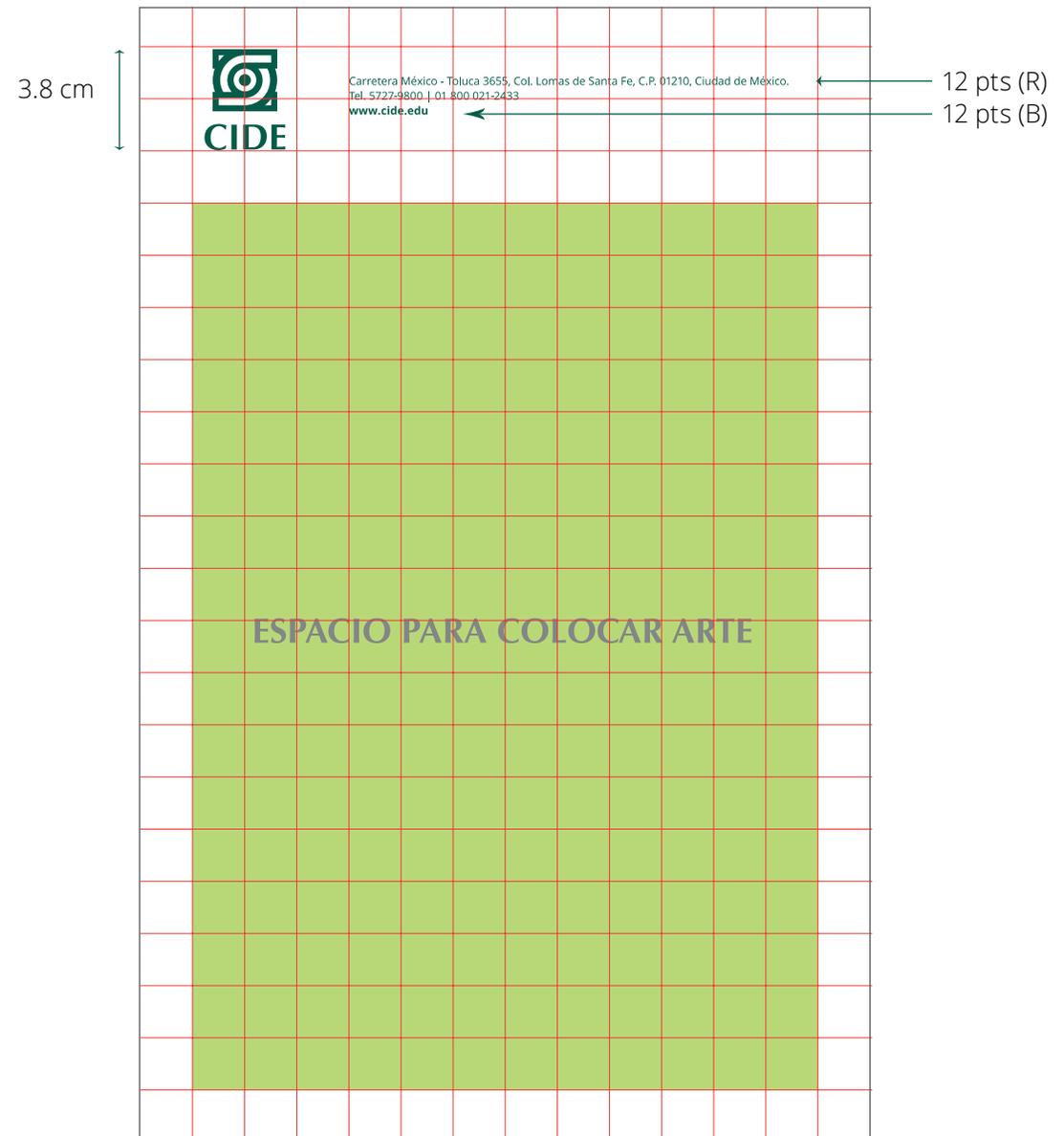
Todos los materiales que se impriman externamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (14x). Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño tabloide: 27.94 x 43.18 cm  
 Tipografía: Opens Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C | #163D34



## DÍPTICO FRENTE

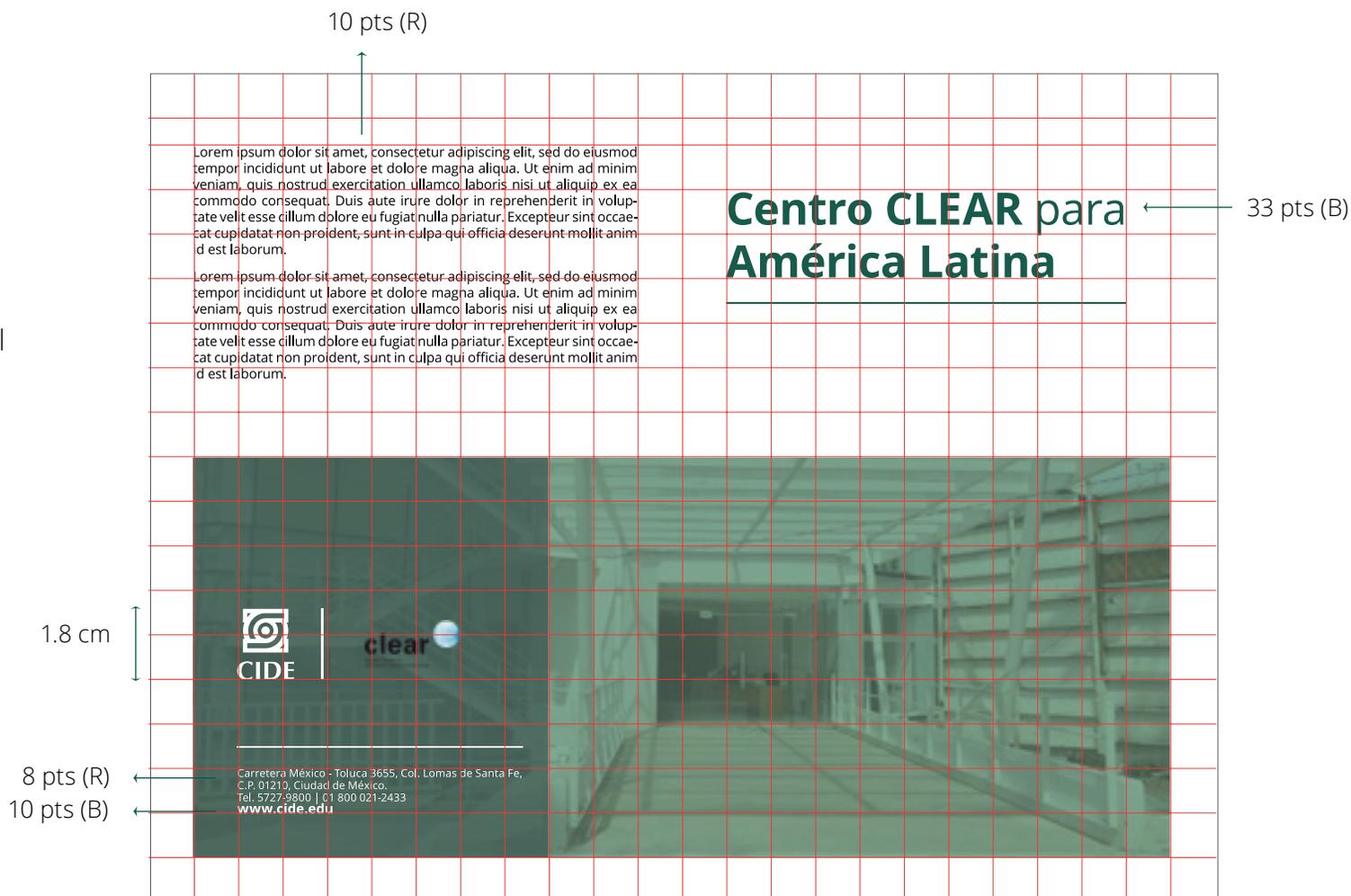
Todos los materiales que se impriman externamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). En este caso se colocan 12x en cada cara del impreso (24x). Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 27.94 x 21.59 cm  
 Tipografía: Open Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

- P 567 C
- 70%   ● 60%



Ref. | fase2 | Editorial | Diptico | diptico.pdf

## DÍPTICO VUELTA

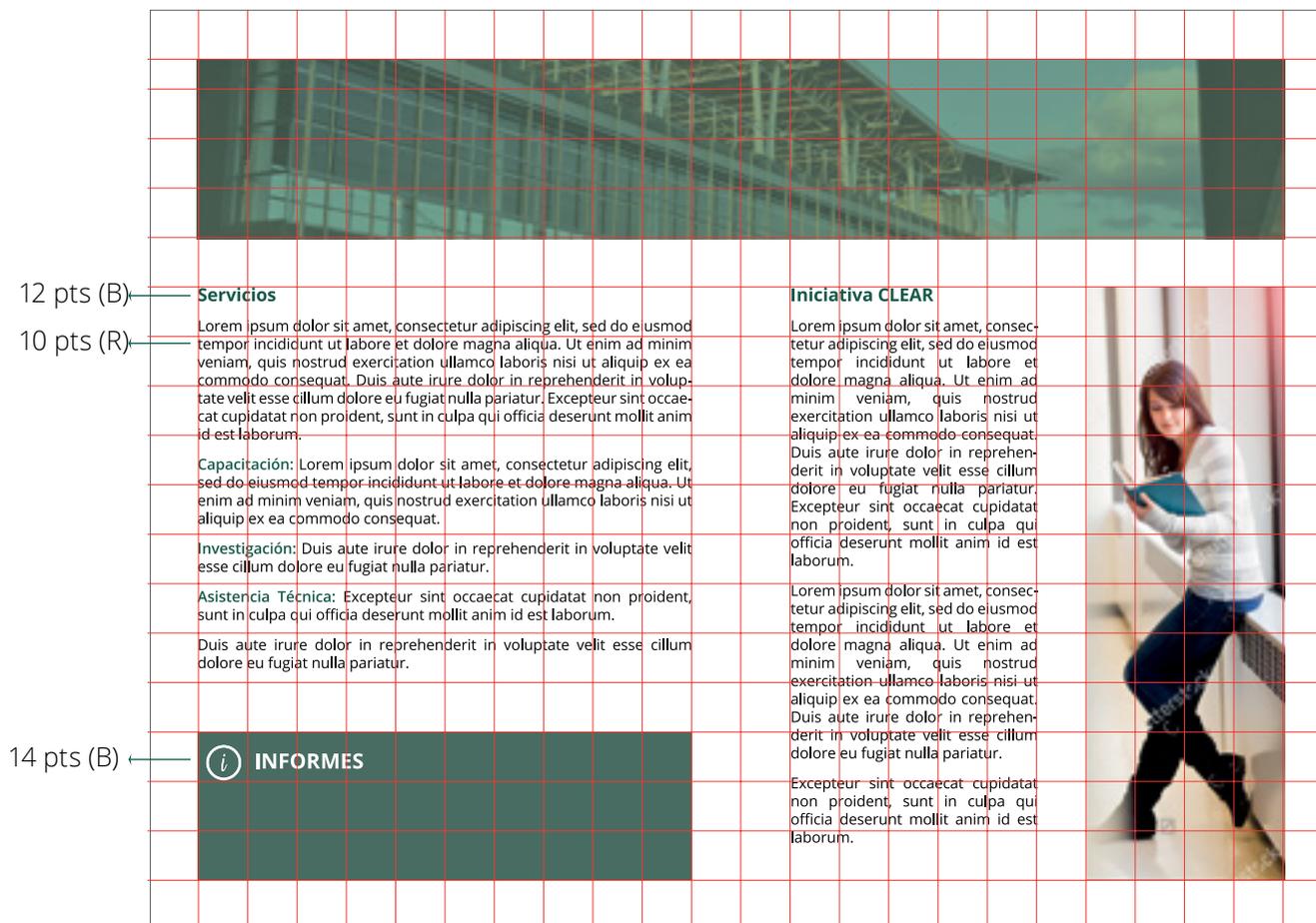
Todos los materiales que se impriman externamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). En este caso se colocan 12x en cada cara del impreso (24x). Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 27.94 x 21.59 cm  
 Tipografía: Open Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

- P 567 C
- 70%    ● 60%



The flyer layout is defined on a red grid. It features a top image of a building, a central text area with two columns, and a bottom image of a woman reading. A dark green bar at the bottom left contains the word 'INFORMES' with an information icon. Marginal dimensions are indicated on the left side of the grid.

**12 pts (B)** — **Servicios**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

**10 pts (R)** — **Capacitación:** Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

**Investigación:** Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

**Asistencia Técnica:** Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

**14 pts (B)** — **i INFORMES**

**Iniciativa CLEAR**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

## TRÍPTICO FRENTE

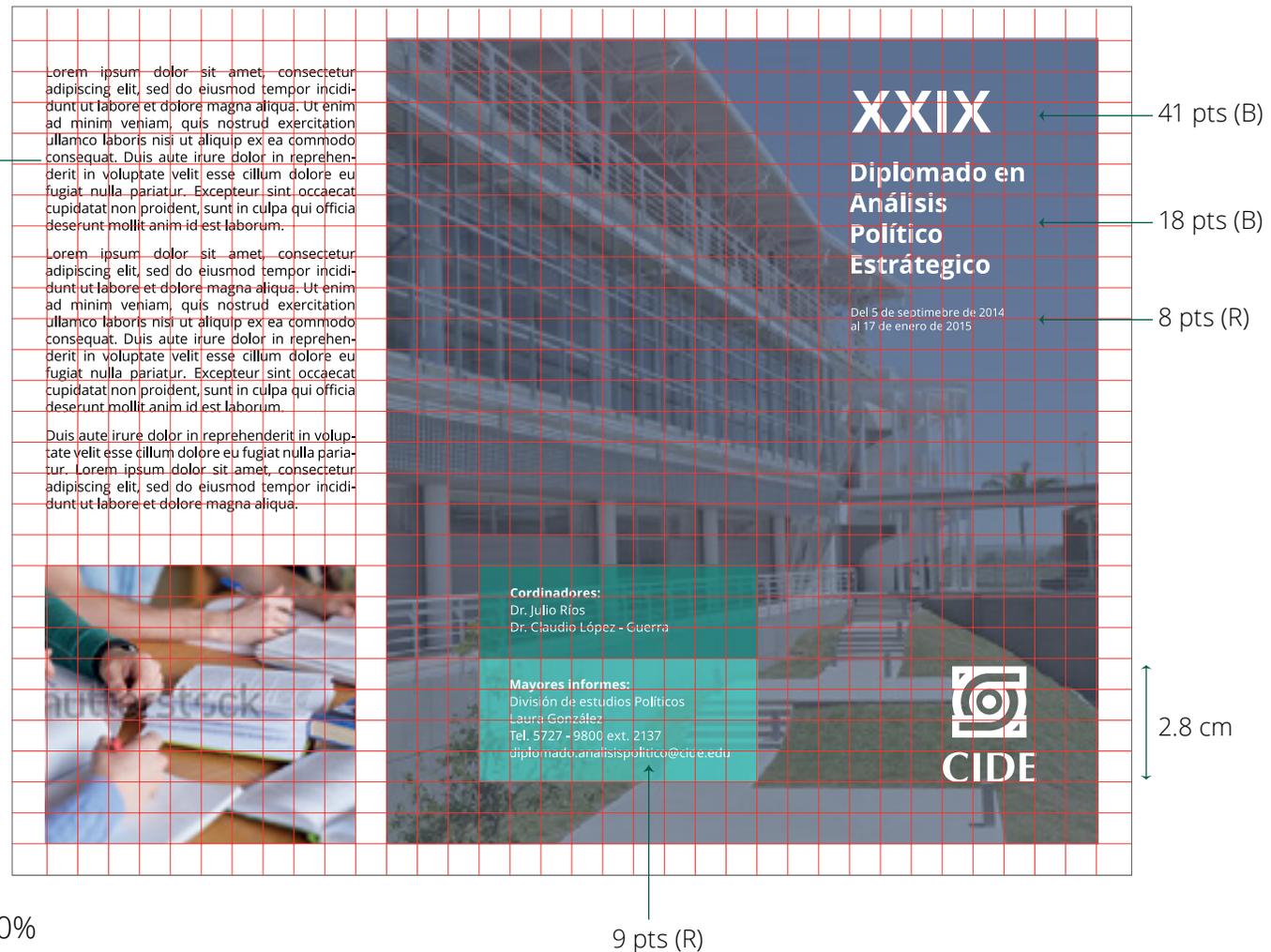
Todos los materiales que se impriman externamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). En este caso se colocan 12 x en cada cara del impreso (36x). Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 27.94 x 21.59 cm  
 Tipografía: Open Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

- P 541 C
- 70% ● 60%
- P 3282 C | 70% ● P 3252 C | 70%



Ref. | fase2 | Editorial | Triptico | triptico.pdf

## TRÍPTICO VUELTA

Todos los materiales que se impriman externamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). En este caso se colocan 12 x en cada cara del impreso (36x). Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

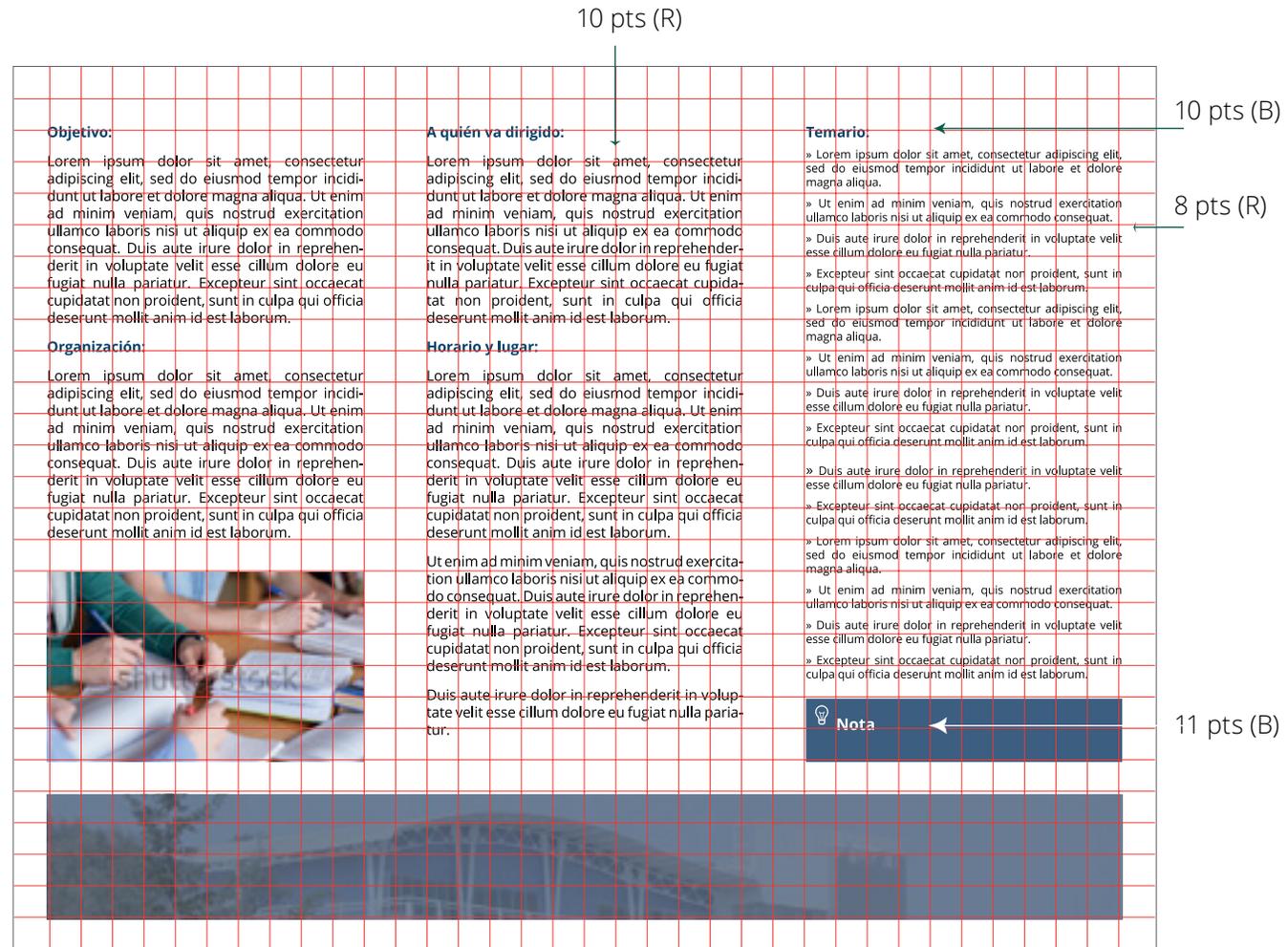
Tamaño carta: 27.94 x 21.59 cm  
 Tipografía: Open Sans bold y regular

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 541 C | #003B70

● 70% ● 60%

Ref. | fase2 | Editorial | Triptico | triptico.pdf



10 pts (R)

10 pts (B)

8 pts (R)

11 pts (B)

**Objetivo:**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

**Organización:**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

**A quién va dirigido:**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

**Horario y lugar:**  
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

**Temario:**

- » Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
- » Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
- » Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
- » Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.
- » Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
- » Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
- » Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
- » Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.
- » Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
- » Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.
- » Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
- » Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.
- » Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
- » Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

**Nota**

## INSERCIÓN A MEDIOS IMPRESOS

Todos los materiales que se impriman externamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). En este caso se colocan 48x. Dejando una "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 27.94 x 21.59 cm  
Tipografía: Open Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

- P 567 C
- P 541 C
- P 7730 C

Ref. | fase2 | Editorial | Inserción a Medios | insercion\_a\_medios.pdf

28 pts (B)

↓

# CIDE

## Semanal





1.5 cm

PRÓXIMOS EVENTOS

Conferencia Magistral  
Explosiones

**Presenta:**  
Dra. Saskla Sassen  
(Universidad de Columbia)

**Comenta:**  
Jorge Schiavon (CIDE - DEI)

**Modera:**  
Nuty Cárdenas (CIDE - DEI)

---

📅 FECHA, HORARIO Y LUGAR

Lunes 11 de abril / 12:00 hrs.  
Auditorio Cuajimalpa, CIDE

Seminario SCJN Arraigo  
Federal y Restricciones  
Constitucionales

**Presenta:**  
David García Sarubbi  
(Secretario de Estudio y Cuenta SCJN)  
José Antonio Guevara (CMDPDH)  
Tania Luna (Humanismo y Legalidad,  
Consultores)

**Modera:**  
Raúl Mejía (SCJN)

---

📅 FECHA, HORARIO Y LUGAR

Miércoles 13 de abril / 17:00 hrs.  
Auditorio Cuajimalpa, CIDE

1er Foro Académico para el  
Desarrollo de la zona  
poniente

**Participan:**  
Dr. Eduardo Peñalosa Castro  
(Rector de la UAM - Cuajimalpa)  
Dr. Sergio López Ayllón  
(Director General del CIDE)  
Mtro. David Fernández Dávalos  
(Rector de la UIA)  
Dr. Pedro Grasa Soler  
(Director General de la zona metropolitana de  
la Ciudad de México del ITESEM)

---

📅 FECHA, HORARIO Y LUGAR

14 y 15 de abril / 08:00 hrs.  
UAM, Unidad Cuajimalpa

OFERTA ACADÉMICA

INSCRIPCIONES ABIERTAS

- » Doctorado y Maestría en Ciencia Política
- » Maestría en Gerencia Pública
- » Maestría en Periodismo sobre Políticas Públicas



Carretera México - Toluca 3655, Col. Lomas de Santa Fe, C.P. 01210, Ciudad de México.  
Tel. 5727-9800 | 01 800 021-2433

7 pts (R)

↑

8 pts (R)

↑

🐦 /@CIDE\_MX
f /NotiCIDE
▶ /cidedsc
🌐 www.cide.edu

## PORTADA DE DOCUMENTOS

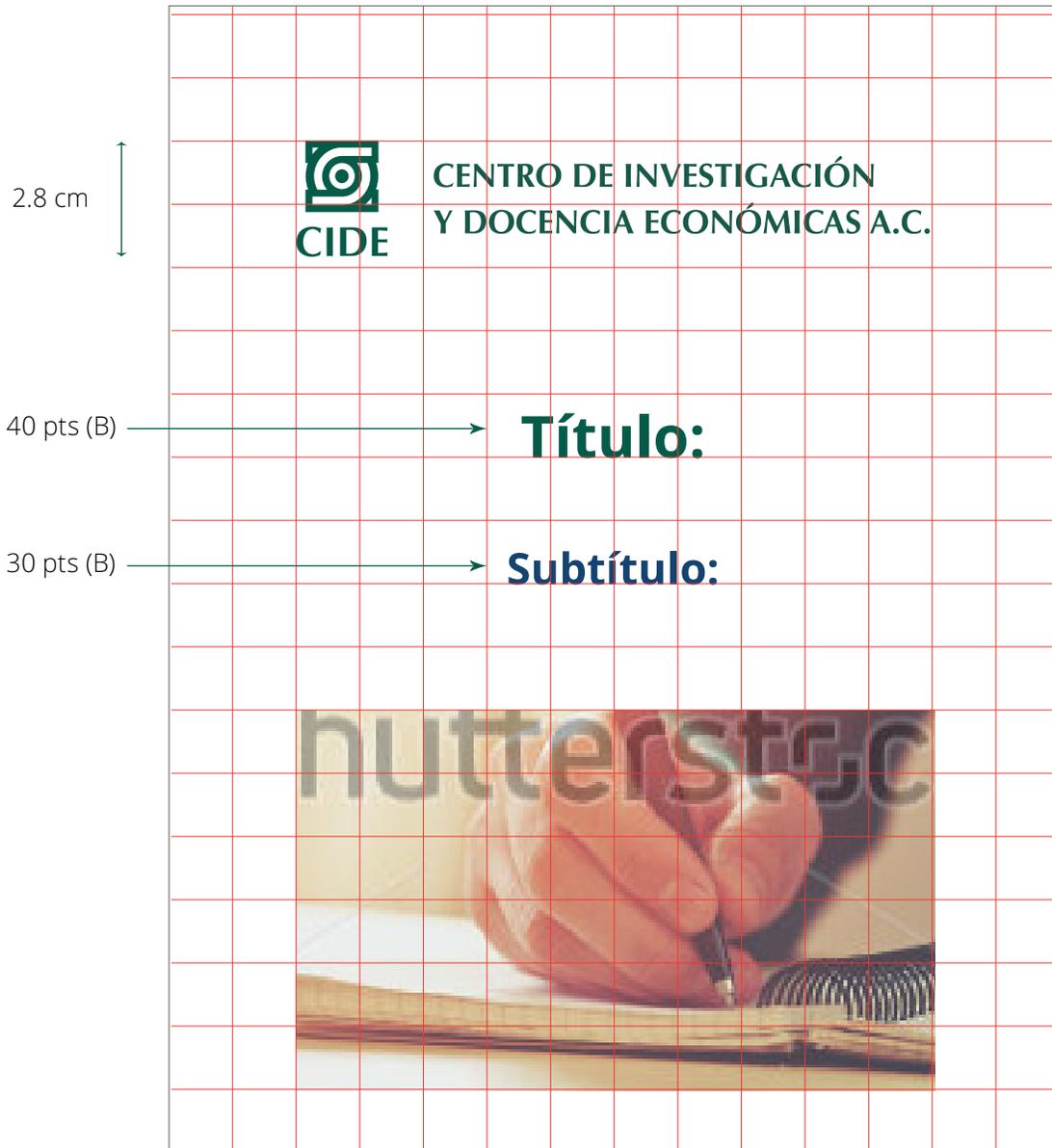
Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (14x). Dejando una "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 21.59 x 27.94 cm  
Tipografía: Open Sans bold (B)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

- P 567 C
- P 541 C



## PORTADA DE DOCUMENTOS

Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (14x). Dejando una "X" por cada lado del material.

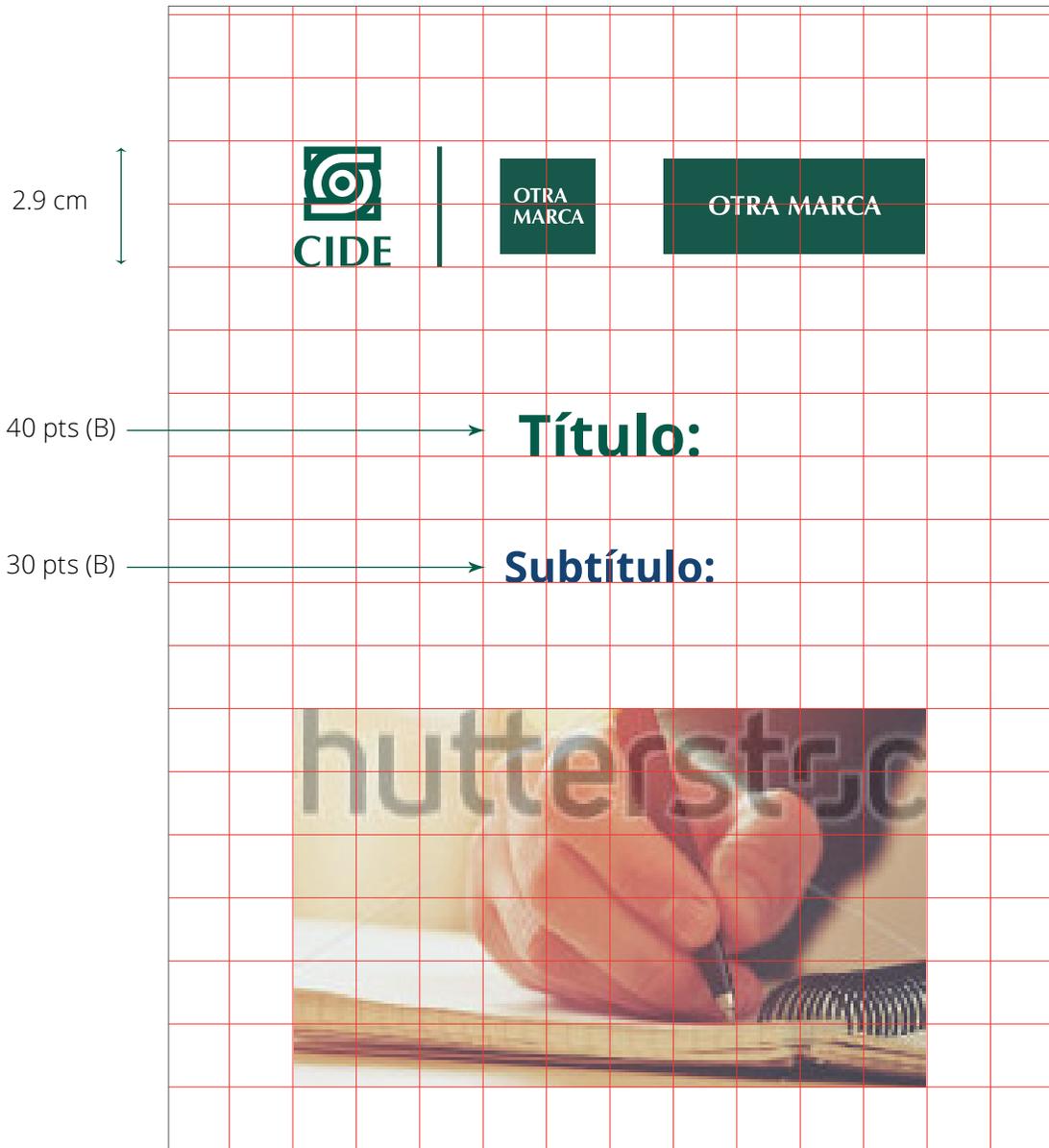
Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 21.59 x 27.94 cm  
Tipografía: Open Sans bold (B)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C

● P 541 C



Ref. | fase2 | Editorial | Portada de Documentos | portada\_logos.pdf

## CONTRAPORTADA DE DOCUMENTOS

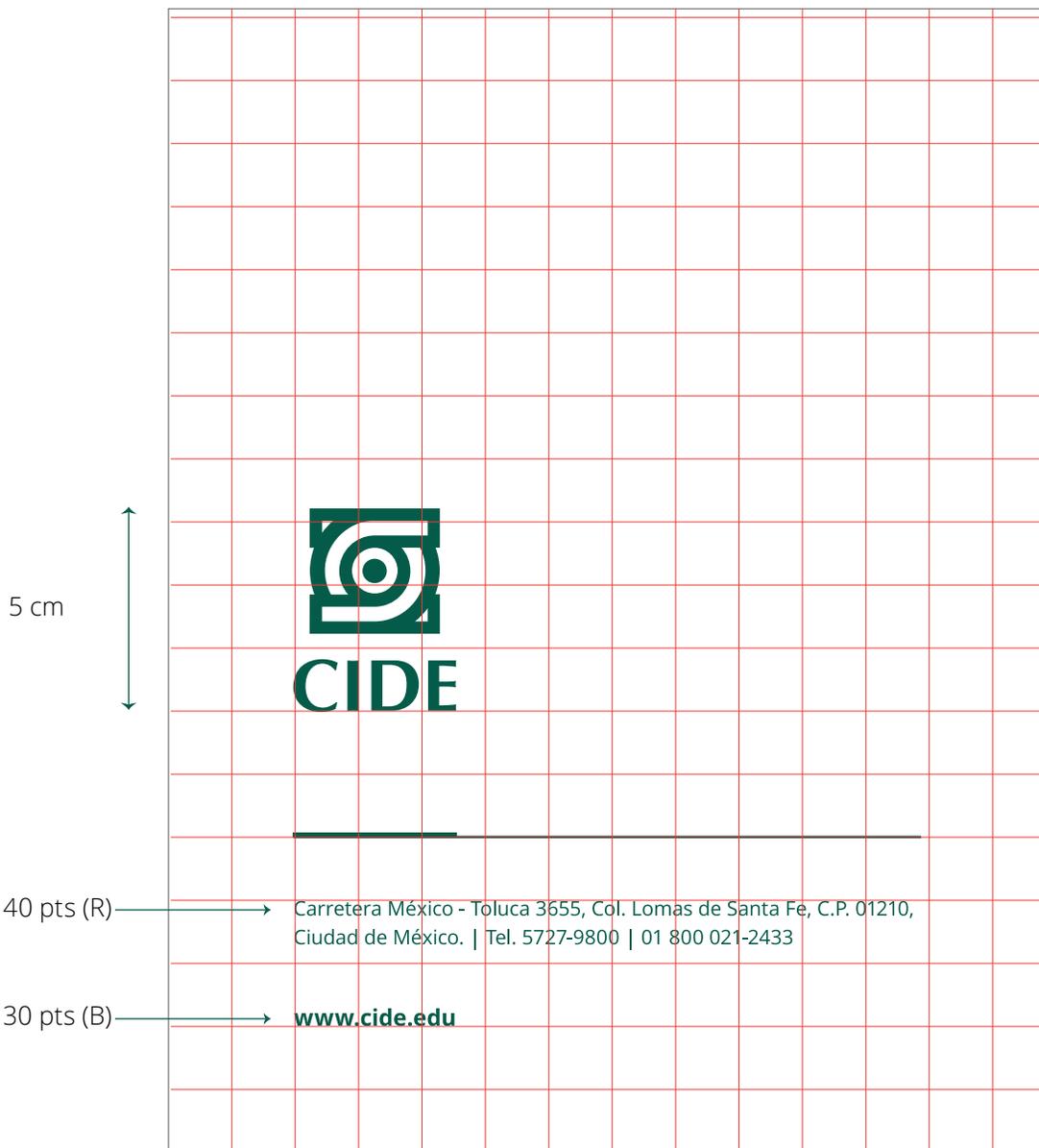
Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (14x). Dejando una "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 21.59 x 27.94 cm  
 Tipografía: Open Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C



Ref. | fase2 | Editorial | Portada de Documentos | contraportada.pdf

## FOLLETO INSTITUCIONAL

Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). En este caso se colocan 12x en cada cara del impreso (24x). Dejando una "X" por cada lado del material.

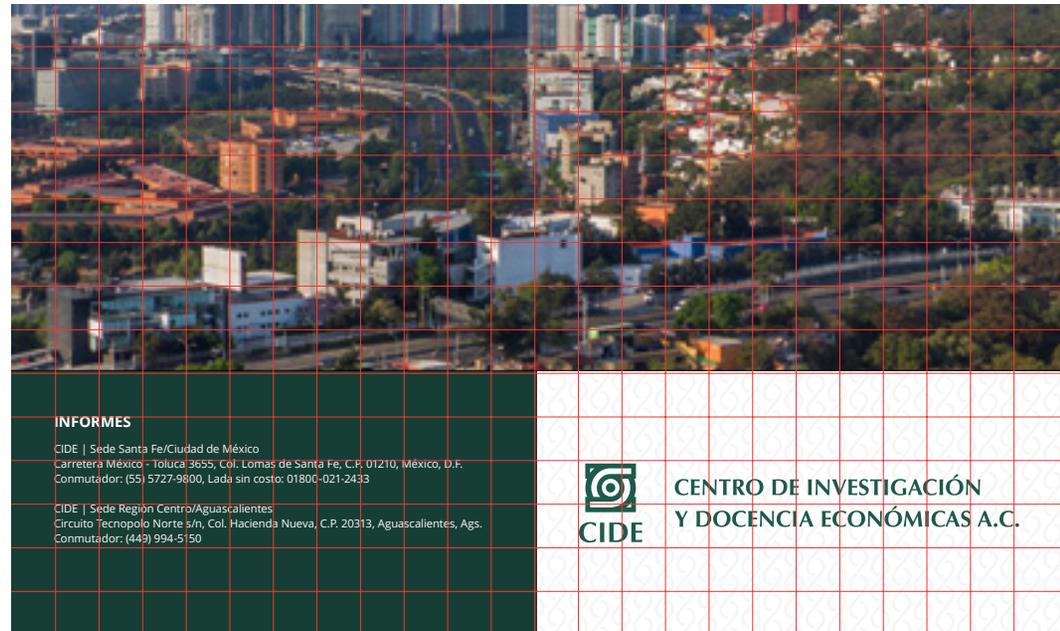
Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño: 40 x 24 cm  
 Tipografía: Open Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

- P 567 C
- 80%

Ref. | fase2 | Editorial | Folleto Institucional | Folleto Institucional CIDE\_folleto.pdf



## FOLLETO INSTITUCIONAL

Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). En este caso se colocan 12x en cada cara del impreso (24x). Dejando una "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño: 40 x 24 cm  
 Tipografía: Open Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

- P 567 C    ● P 541 C | 80%
- 80%        ● P 377 C | 90%

Ref. | fase2 | Editorial | Folleto Institucional | Folleto Institucional  
 CIDE\_folleto.pdf



**PROFESORES E INVESTIGADORES**

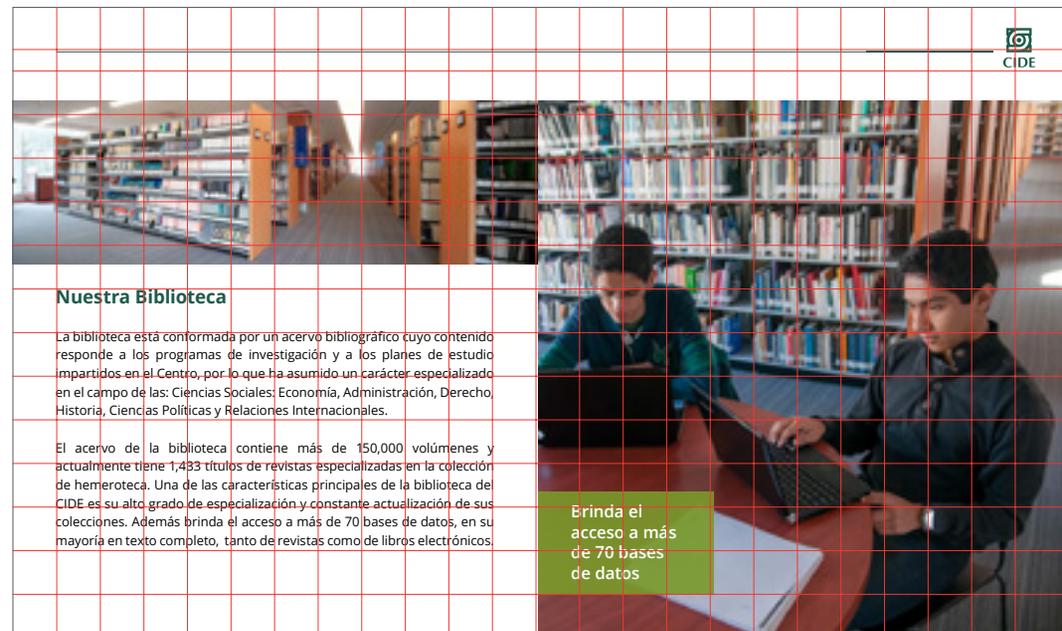
**Investigación y Publicaciones: Calidad y Relevancia**

La investigación teórica y empírica del CIDE está orientada a generar herramientas sólidas para la toma de decisiones en los sectores público, privado y social, y eleva la cantidad y calidad de información de la que disponen los ciudadanos para participar en el debate responsable en torno a los temas prioritarios de la agenda nacional e internacional.

El CIDE reúne una facultad de investigadores diversos, altamente calificados, vanguardistas y comprometidos, con doctorados en las más prestigiosas Universidades del mundo, y más del 80% pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores.

La comunidad académica conjuga equilibradamente a profesores mexicanos con docentes originarios de diversas naciones. Algunos funcionarios públicos, presidentes de empresas y directores de organizaciones internacionales también se dedican a la enseñanza en el CIDE como profesores de asignatura y profesionales afiliados.

Los productos de estas investigaciones se plasman en distintos formatos y bajo el sello CIDE y de casas editoriales de prestigio internacional. El proyecto editorial de la institución lo conforman libros propios, coediciones, revistas académicas, ePubs y documentos de trabajo.



**Nuestra Biblioteca**

La biblioteca está conformada por un acervo bibliográfico cuyo contenido responde a los programas de investigación y a los planes de estudio impartidos en el Centro, por lo que ha asumido un carácter especializado en el campo de las: Ciencias Sociales; Economía, Administración, Derecho, Historia, Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales.

El acervo de la biblioteca contiene más de 150,000 volúmenes y actualmente tiene 1,433 títulos de revistas especializadas en la colección de hemeroteca. Una de las características principales de la biblioteca del CIDE es su alto grado de especialización y constante actualización de sus colecciones. Además brinda el acceso a más de 70 bases de datos, en su mayoría en texto completo, tanto de revistas como de libros electrónicos.

Brinda el acceso a más de 70 bases de datos

## DIPLOMA

Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). Dejando una "X" por cada lado del material.

3 cm

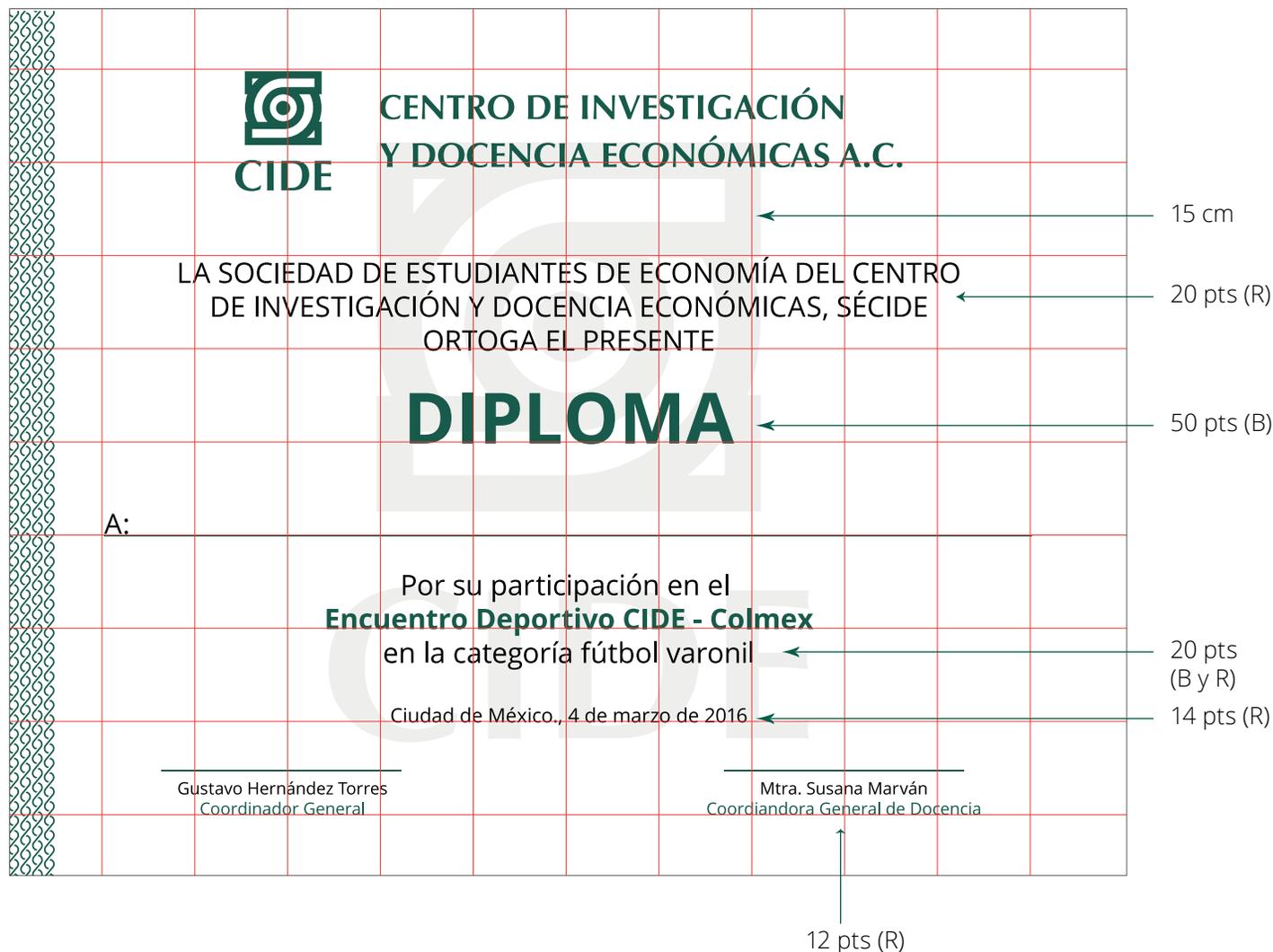
Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 27.94 x 21.59 cm  
Tipografía: Open Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C

● 6%



Ref. | fase2 | Reconocimientos | Diploma | diploma.pdf

## CONSTANCIA

Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). Dejando una "X" por cada lado del material.

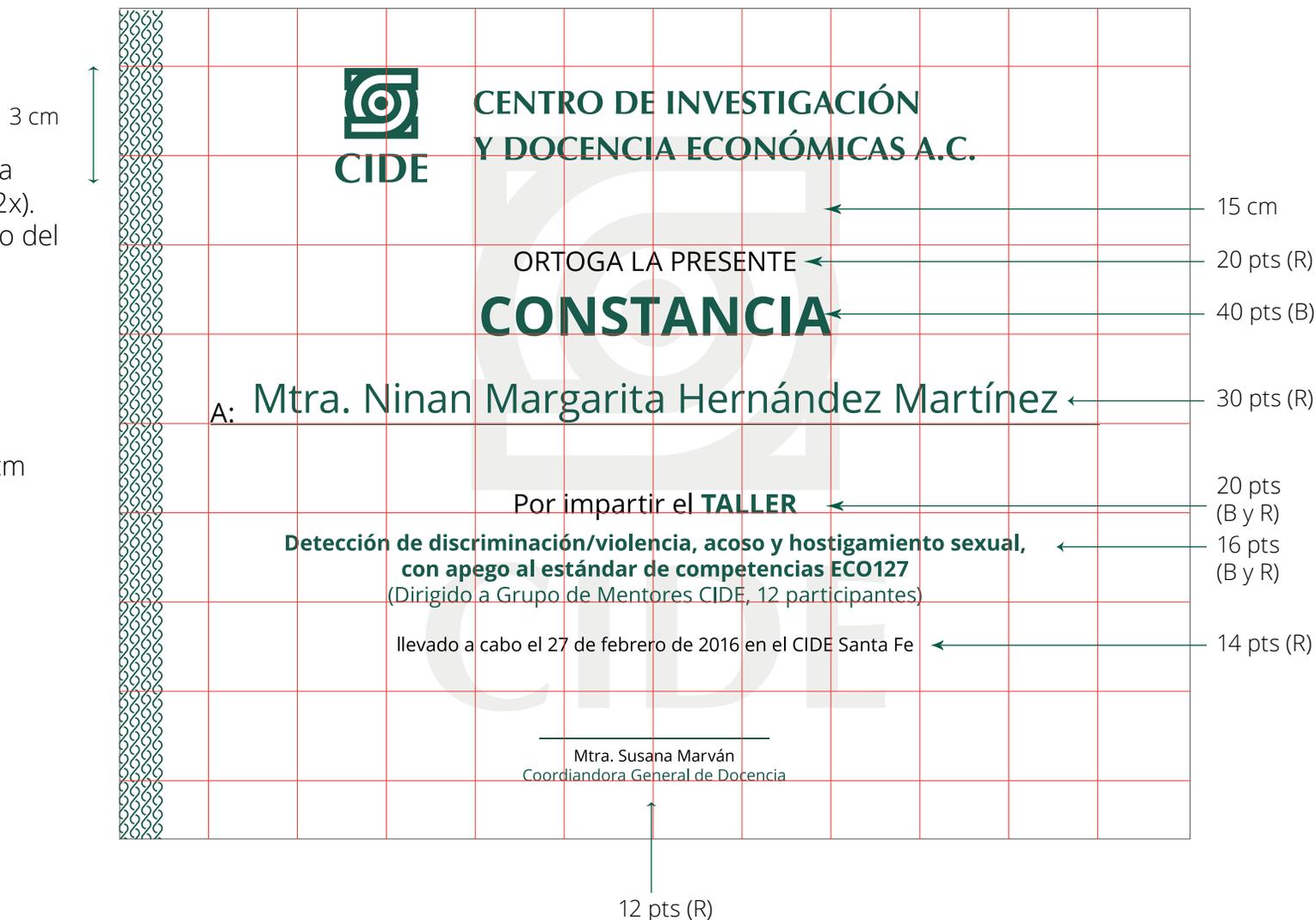
Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 27.94 x 21.59 cm  
Tipografía: Open Sans bold y regular

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C

● 6%



Ref. | fase2 | Reconocimientos | Constancia | constancia.pdf

## CERTIFICADO

Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). Dejando una "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir alineados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 27.94 x 21.59 cm  
 Tipografía: Open Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C

The MIT - Harvard Mexico Energy and Environment Negotiation Program <i>Part of the MIT - Harvard Public Disputes Program</i>		← 18 pts (R)
<b>Certifies that</b>		← 20 pts (B)
<b>Tuca Ferreti</b>		← 30 pts (R)
Has successfull completed a Full- Day Negotiation Training Workshop		← 16 pts (R)
3.5 cm	 <b>CIDE</b>	 
November 10, 2015 Mexico City, Mexico		← 12 pts (R)
<b>Dr. Lawrence E. Susskind</b> Ford Professor of Urban and Envioronmental Planning, MIT Co - Founder, Program on Negotiation, Harvard Law School	<b>Mtro. Leonardo Beltrán Rodríguez</b> Deputy Secretary for Planning and Energy Transition Ministry of Energy, Mexico	← 12 pts (R)
<b>Dr. Bruno Verdini</b> Director, MIT Harvard Mexico Negotiation Program Department of Urban Studies and Planning, MIT	<b>Dra. Lorena Ruano</b> Chair, Division of International Studies Professor - Researcher, CIDE	



## PERSONIFICADORES

Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). Dejando una "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir centrados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 27.94 x 21.59 cm  
Tipografía: Open Sans bold (B)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C



## ETIQUETAS

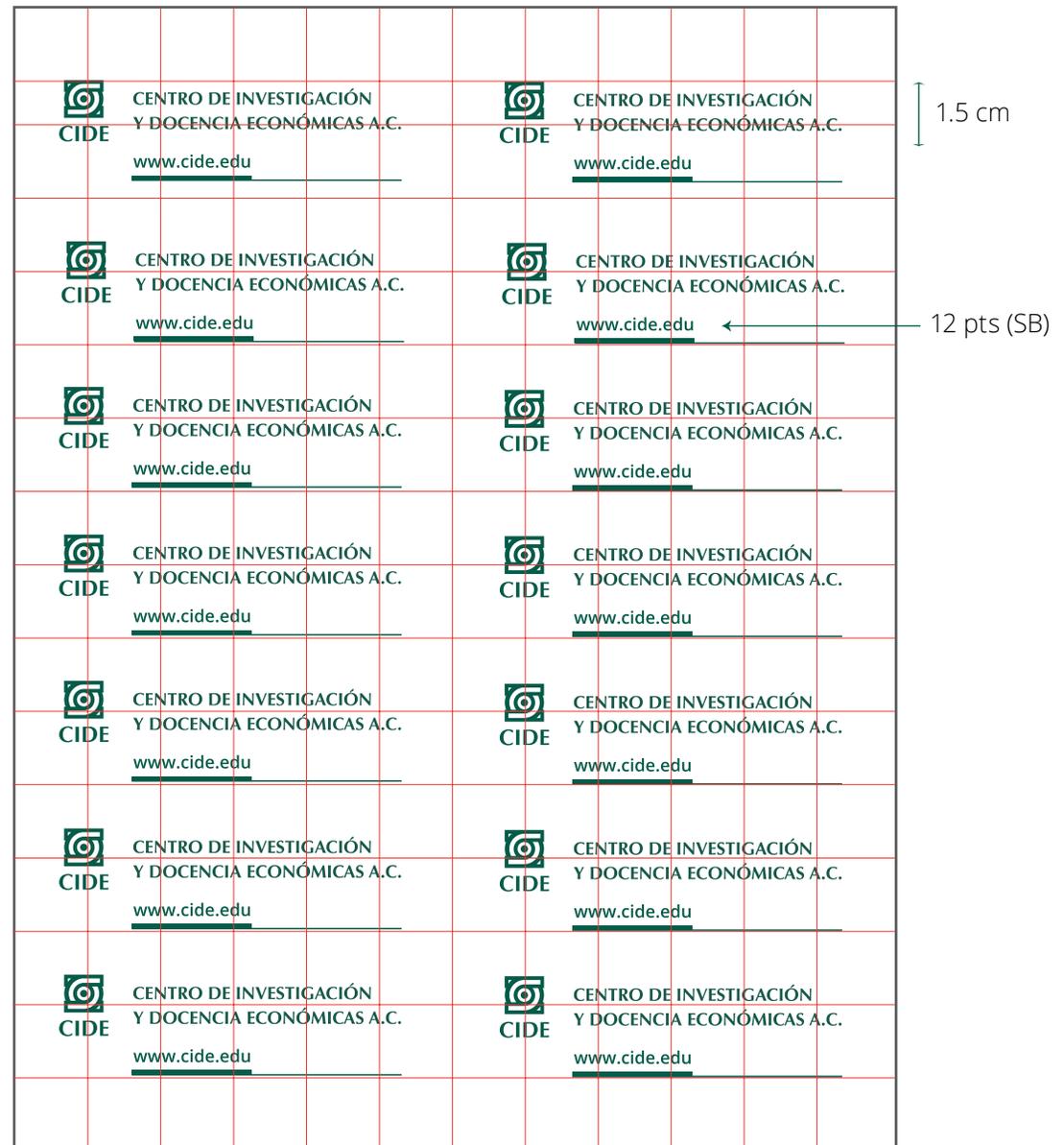
Todos los materiales que se impriman internamente deberán basarse en la retícula anteriormente establecida (12x). Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben de ir centrados con la retícula establecida.

Tamaño carta: 21.59 x 27.94 cm  
Tipografía: Open Sans semibold (SB)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C



## SEÑALIZACIÓN EXTERIOR

Estos materiales deberán basarse en una retícula de 23x. Dejando dos "X" laterales y superior y un "X" inferior del material.

Los elementos deben basarse con la retícula establecida.

Tamaño: 45.5 x 20 cm  
Tipografía: Open Sans bold (B)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 541 C



80 pts (B)

3.5 cm



80 pts (B)

6 cm

3.5 cm

Ref. | fase2 | Señalización | Exterior | exterior.pdf

## SEÑALIZACIÓN PUERTA

Estos materiales deberán basarse en una retícula de 23x.  
Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben basarse con la retícula establecida.

Tamaño: 36 x 10 cm

Tipografía: Open Sans bold (B)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



● P 541 C

Ref. | fase2 | Señalización | Puertas | puerta.pdf

130 pts (B)

## SEÑALIZACIÓN COLGANTE

Estos materiales deberán basarse en una retícula de 24x. Dejando dos "X" laterales y un "X" superior e inferior del material.

Los elementos deben basarse con la retícula establecida.

Tamaño: 70 x 25 cm

Tipografía: Open Sans bold (B)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 541 C



Ref. | fase2 | Señalización | Colgantes | colgantes.pdf

## SEÑALIZACIÓN SANITARIOS

Estos materiales deberán basarse en una retícula de 10x. Dejando tres "X" del lado derecho y un "X" de los lados restantes del material.

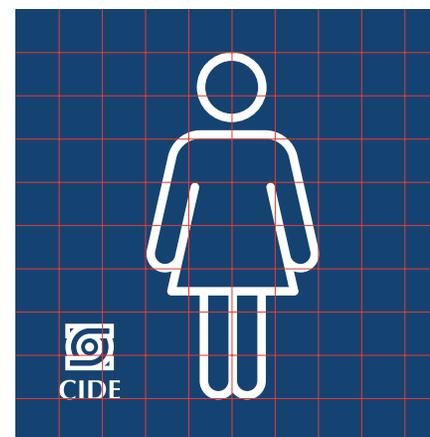
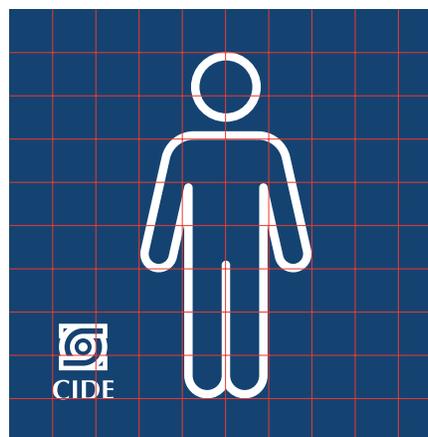
Los elementos deben basarse con la retícula establecida.

Tamaño: 20 x 20 cm

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 541 C

3.5 cm



## SEÑALIZACIÓN SANITARIOS

Estos materiales deberán basarse en una retícula de 10x.  
Dejando tres "X" del lado derecho y un "X" de los lados restantes del material.

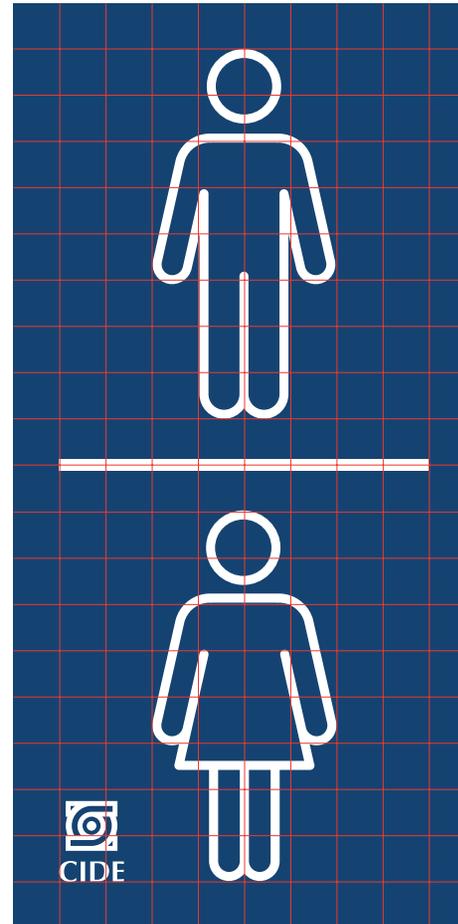
Los elementos deben basarse con la retícula establecida.

Tamaño: 20 x 40 cm

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 541 C

3.5 cm



## TOTEM

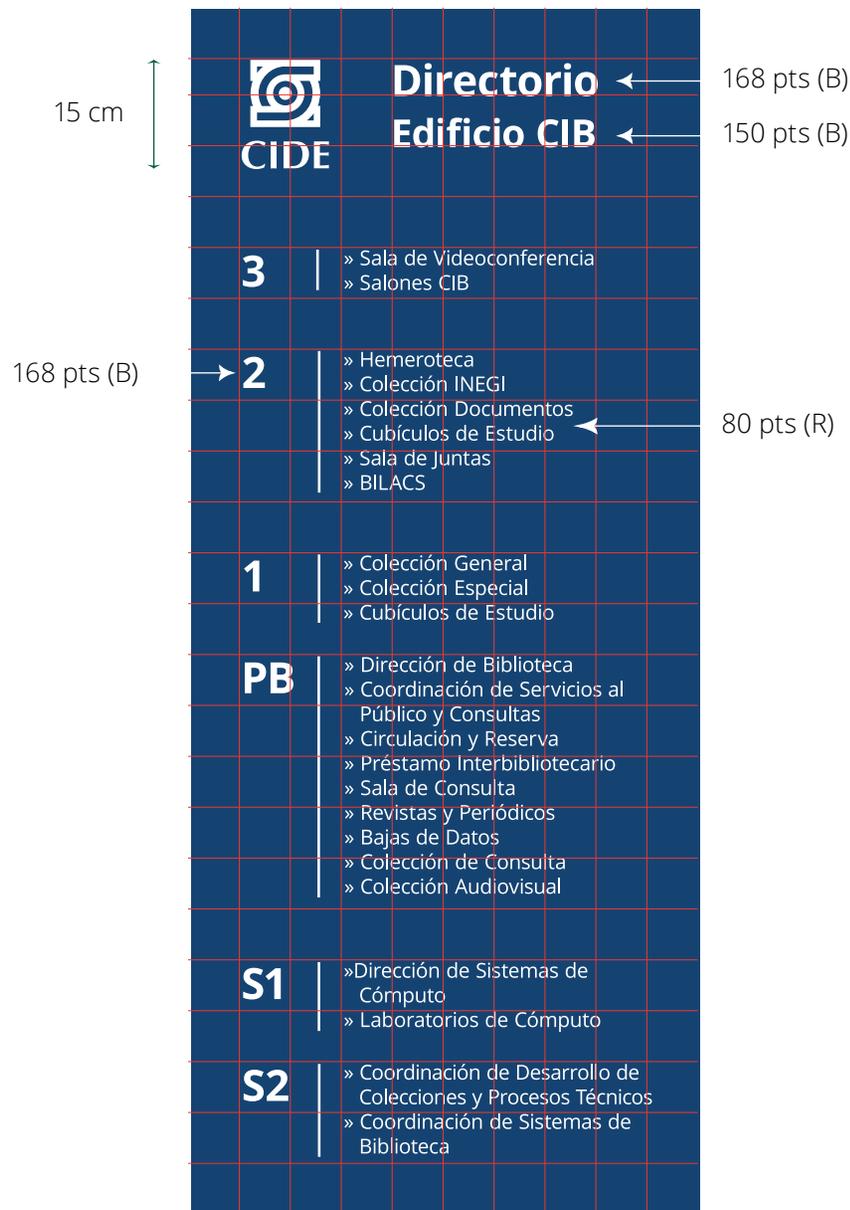
Estos materiales deberán basarse en una retícula de 10x. Dejando un "X" por cada lado del material.

Los elementos deben basarse con la retícula establecida.

Tamaño: 70 x 166 cm  
 Tipografía: Open Sans bold (B) y regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 541 C



Ref. | fase2 | Señalización | Totem | totem.pdf

## VEHÍCULOS INSTITUCIONALES

Estos materiales deberán respetar los mínimos de reproducción de la marca.

Marca: 25 cm de alto

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



● P 567 C

Ref. | fase2 | Vehículos Oficiales | Vehículos Oficiales | auto\_cide.pdf | camioneta\_cide.pdf

## PENDÓN

Estos materiales deberán basarse en una retícula de 9x.  
Dejando un "X" en cada lateral del material.

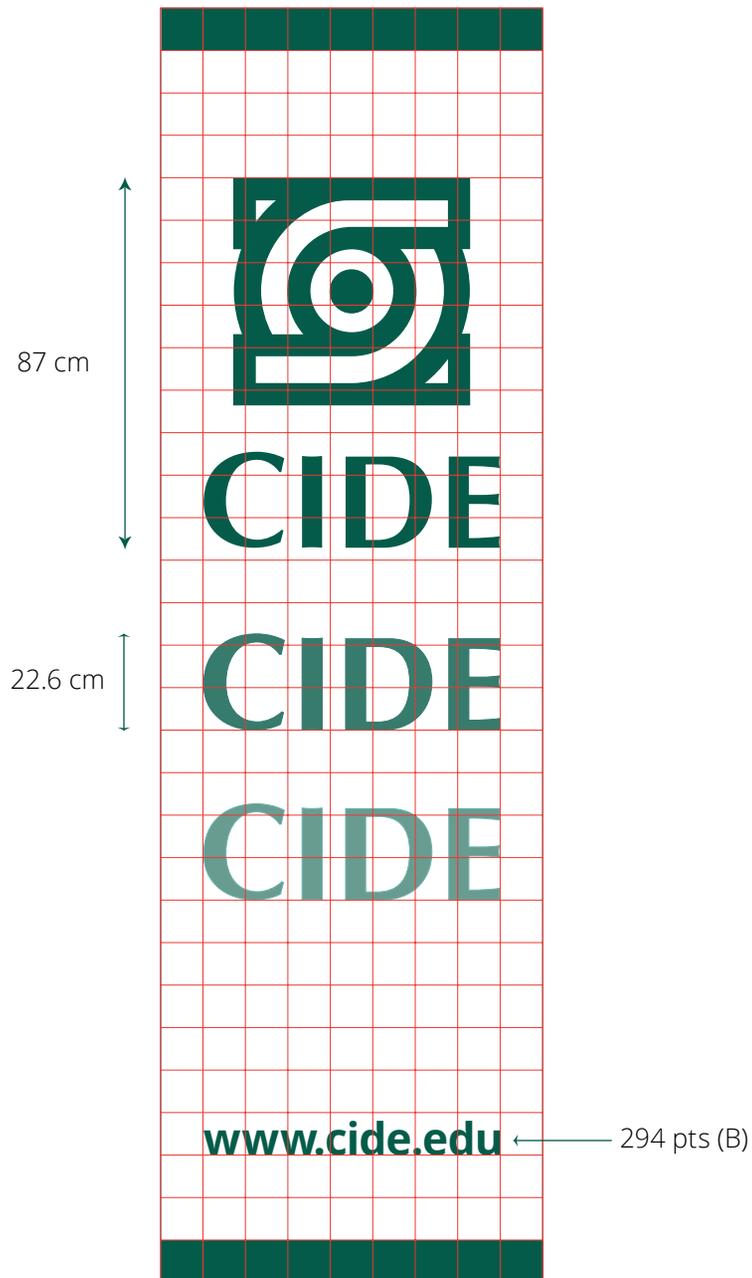
Los elementos deben basarse con la retícula establecida.

Tamaño: 90 x 300 cm  
tipografía: Open Sans bold (B)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

- P 567 C
- P 567 C | 80%
- P 567 C | 60%

Ref. | fase2 | Materiales para Eventos | Pendón | pendon.pdf



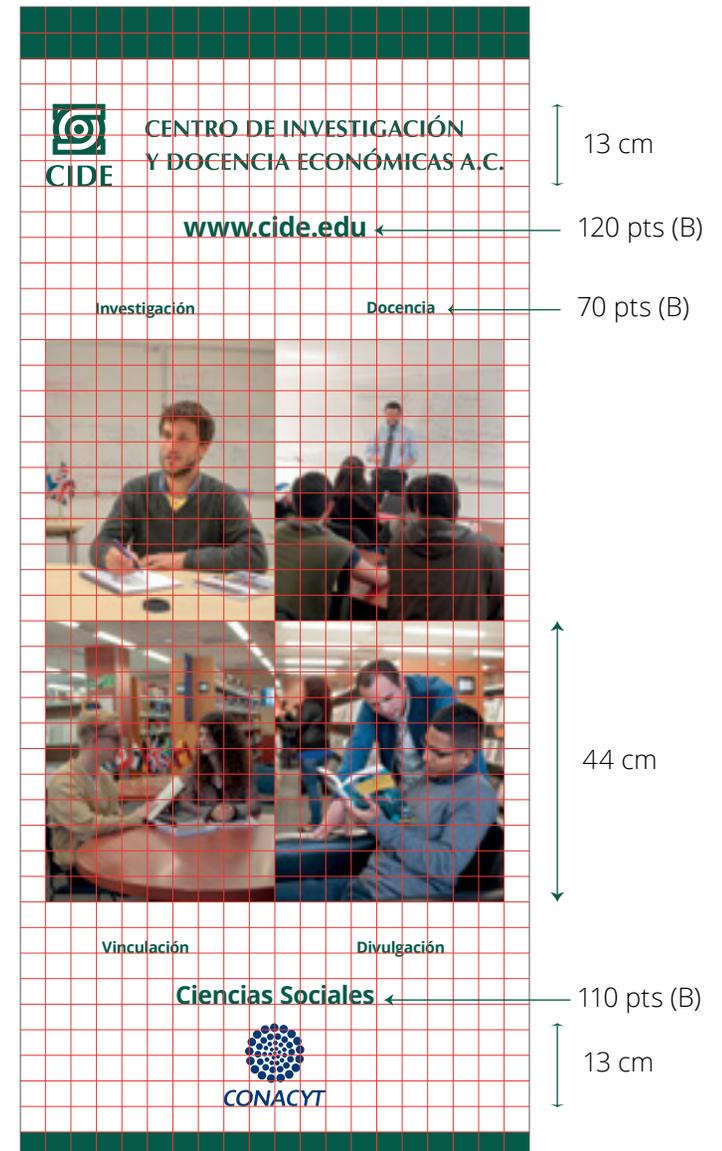
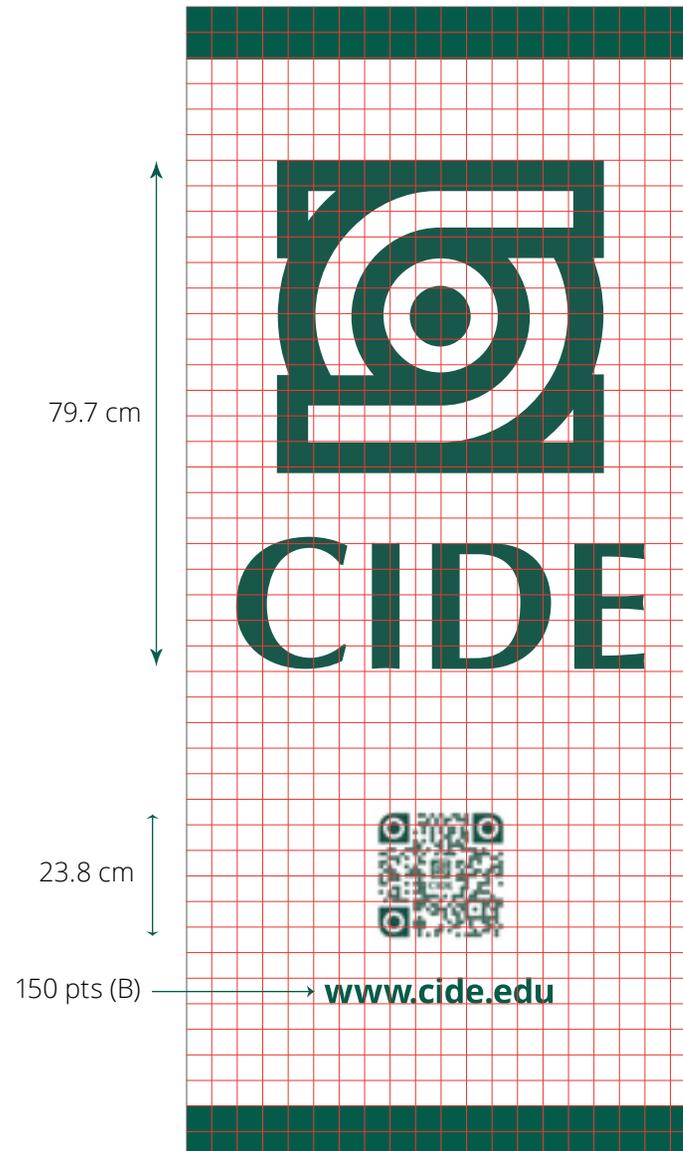
## ROLL UP

Estos materiales deberán basarse en una retícula de 20x.  
 En el primero debemos dejar dos "X" en cada lateral del material y en el segundo un "X" por cada lateral.  
 Los elementos deben basarse con la retícula establecida.

Tamaño: 80 x 180 cm  
 Tipografía: Open Sans bold (B)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C



## ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Estos materiales deberán respetar los mínimos de reproducción de la marca.

Lápices y bolígrafos: 0.8 mm  
Taza y termo: 4 cm

\*El termo va en impresión láser.

Las medidas establecidas deberán ir en base a la altura de la marca.

● P 567 C

○ Tinta blanca



Ref. |fase2| Promocionales | Promocionales

## ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Estos materiales deberán respetar los mínimos de reproducción de la marca.

Llavero: 2 cm

Pin: 1 cm

Mousepad: 6 cm

Block: 4 cm

Bolsa ecológica: 8 cm

Sombrilla: 10 cm

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

Las medidas establecidas deberán ir en base a la altura de la marca.



● P 567 C

○ Tinta blanca

Ref. | fase2 | Promocionales | Promocionales

## ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Estos materiales deberán respetar los mínimos de reproducción de la marca.

Playeras: 10 cm  
Sudadera: 10 cm  
Gorra: 4 cm

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

Las medidas establecidas deberán ir en base a la altura de la marca.



● P 567 C

○ Tinta blanca

Ref. | fase2 | Promocionales | Promocionales

## ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Estos materiales deberán respetar los mínimos de reproducción de la marca.

Chaleco: 6 cm

Chamarra: 6 cm

Uniformes: 6 cm

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

Las medidas establecidas deberán ir en base a la altura de la marca.



Tinta blanca

Ref. | fase2 | Promocionales | Promocionales

## ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Estos materiales deberán respetar los mínimos de reproducción de la marca.

Playera polo: 6 cm

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

Las medidas establecidas deberán ir en base a la altura de la marca.



P 567 C

Tinta blanca

Ref. | fase2 | Promocionales | Promocionales

# APLICACIONES DIGITALES

## FIRMA DIGITAL

Estos materiales deberán basarse en una retícula de 39x.

Dejando un "X" del lado izquierdo y dos "X" superior e inferior del material.

Los elementos deben basarse con la retícula establecida.

Tamaño: 390 x 160 px

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



● #1D5949 | RGB 29, 89, 73

## PLANTILLA POWER POINT

Estos materiales deberán basarse en los márgenes establecidos y tamaño de fuentes especificadas.

Tamaño: 25.4 x 19.05 cm

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● #1D5949 | RGB 29, 89, 73

Ref. | fase3 | Materiales para Presentaciones | Plantilla PPT | presentación.pdf



## PLANTILLA POWER POINT

Estos materiales deberán basarse en los márgenes establecidos y tamaño de fuentes especificadas.

Tamaño: 25.4 x 19.05 cm

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● #1D5949 | RGB 29, 89, 73



The image shows a PowerPoint slide template. The top section features a photograph of a modern building with a glass facade. Below the photo, the slide is divided into two columns. The left column contains placeholder text: "Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Texto Open Sans (20 pts.)". The right column has a dark green background and contains the text "Estadísticas de ingresos 2016" above a white line graph showing an upward trend, followed by "50% +". At the bottom right of this section is the URL "www.cide.edu". The bottom half of the slide is a dark green footer with the CIDE logo and name in white. At the very bottom, in a white box, is the contact information: "Carretera México - Toluca 3655, Col. Lomas de Santa Fe, C.P. 01210, Ciudad de México. | Tel. 5727-9800 | 01 800 021-2433 www.cide.edu".

Ref. | fase3 | Materiales para Presentaciones | Plantilla PPT | presentación.pdf

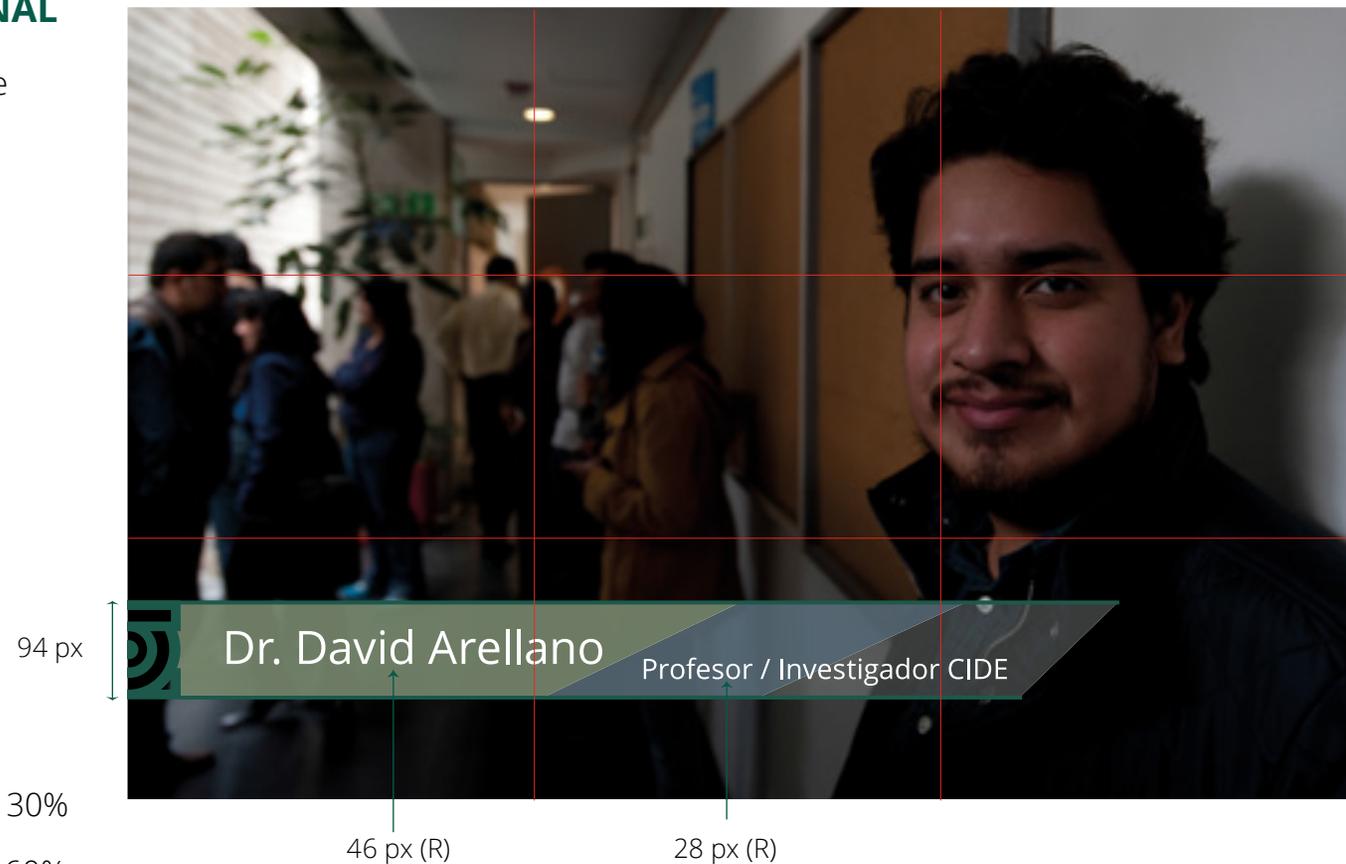
## BANDERILLA INSTITUCIONAL

Estos materiales deberán basarse en una retícula de 3x.

Tamaño: 1224 x 792 px

Tipografía: Open Sans regular (R)

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



- #1D5949 | RGB 29, 89, 73 | 30%
- #005677 | RGB 0, 86, 119 | 60%
- #799900 | RGB 121, 153, 0 | 70%

Ref. | fase3 | Materiales para Presentaciones | Banderilla Institucional | banderilla.pdf

## CORTINILLA INSTITUCIONAL

Estos materiales deberán basarse en una retícula de 3x.

Tamaño: 1224 x 792 px

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

- #1D5949 | RGB 29, 89, 73 | 70%
- #799900 | RGB 121, 153, 0 | 70%
- #C4E76A | RGB 196, 231, 106 | 80%
- #1BCFC9 | RGB 27, 207, 201 | 25%
- #003B70 | RGB 0, 59, 112 | 40%
- #6F6F6E | RGB 111, 111, 110 | 70%



Ref. | fase3 | Materiales para Presentaciones | Cortinilla Institucional | cortinilla.pdf

## PLANTILLA WORD

Estos materiales deberán basarse en los márgenes establecidos.

Superior: 3.5 cm

Inferior: 6 cm

Laterales: 3 cm

Hoja carta: 21.59 x 27.94 cm

Tipografía: Opens Sans bold y regular

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

● P 567 C



## NEWSLETTER (INTERNO)

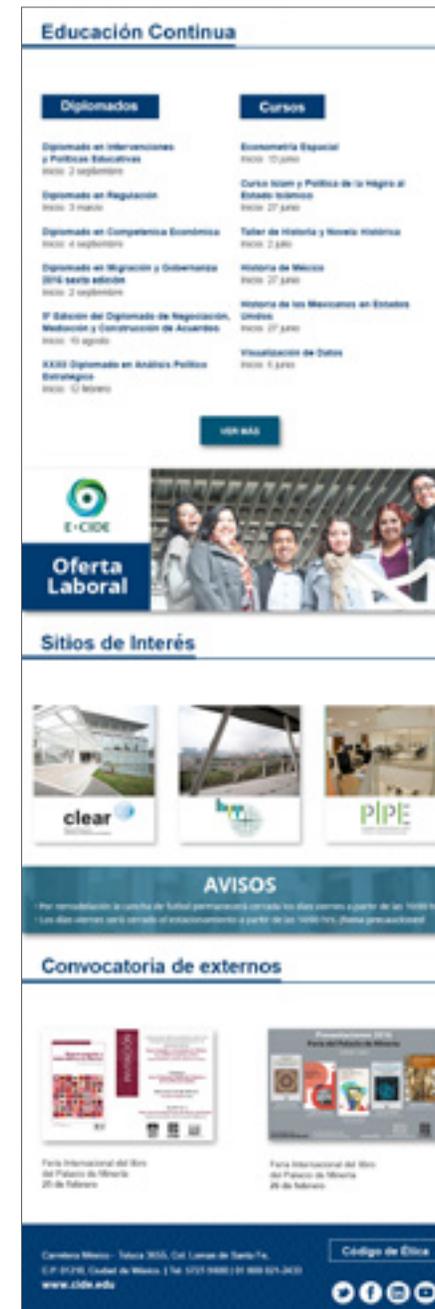
Estos materiales deberán basarse en las guías establecidas. Margen: 30 px por cada lado del material del cual no pueden sobresalir elementos importantes del diseño (textos, información, etc.)

Marca: 102 px de alto

Tamaño: 650 px de ancho

Tipografía: Arial

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



Ref. | fase3 | Newsletter | Interno | newsletter\_interno.jpg

## NEWSLETTER (EXTERNO)

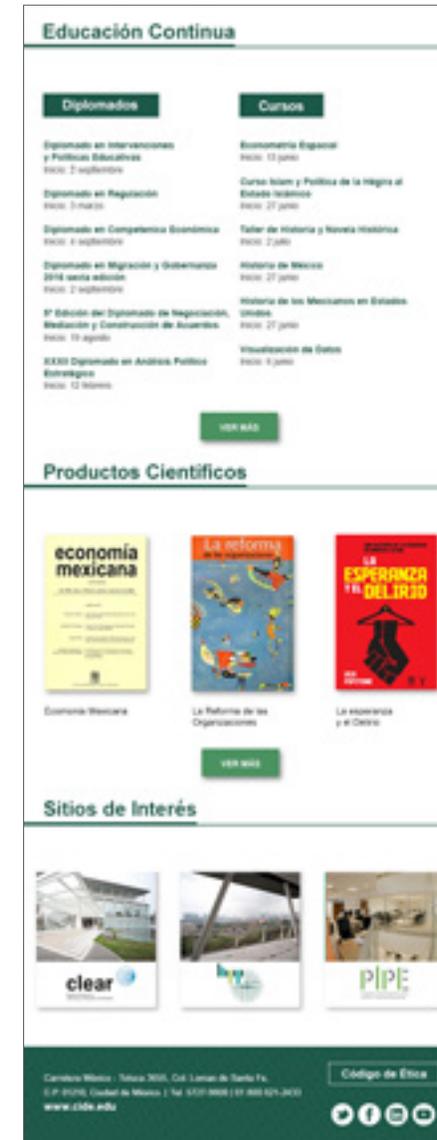
Estos materiales deberán basarse en las guías establecidas. Margen: 30 px por cada lado del material del cual no pueden sobresalir elementos importantes del diseño (textos, información, etc.)

Marca: 102 px de alto

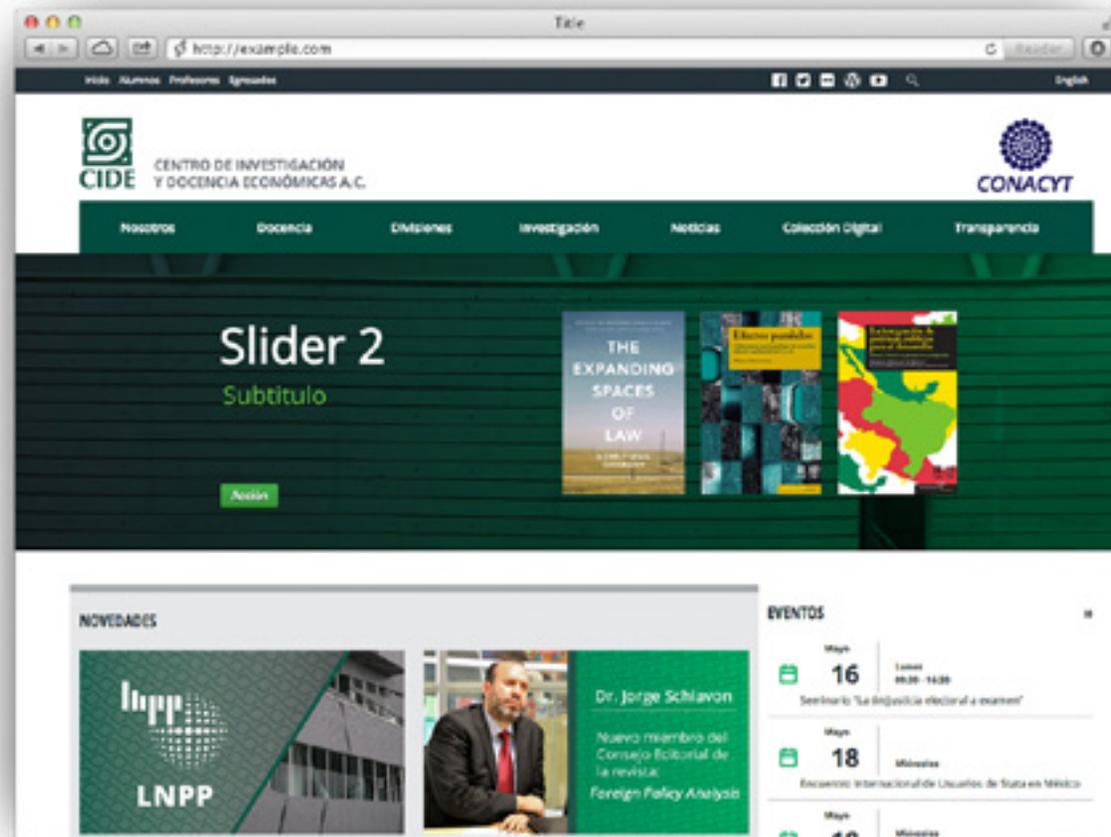
Tamaño: 650 px de ancho

Tipografía: Arial

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.

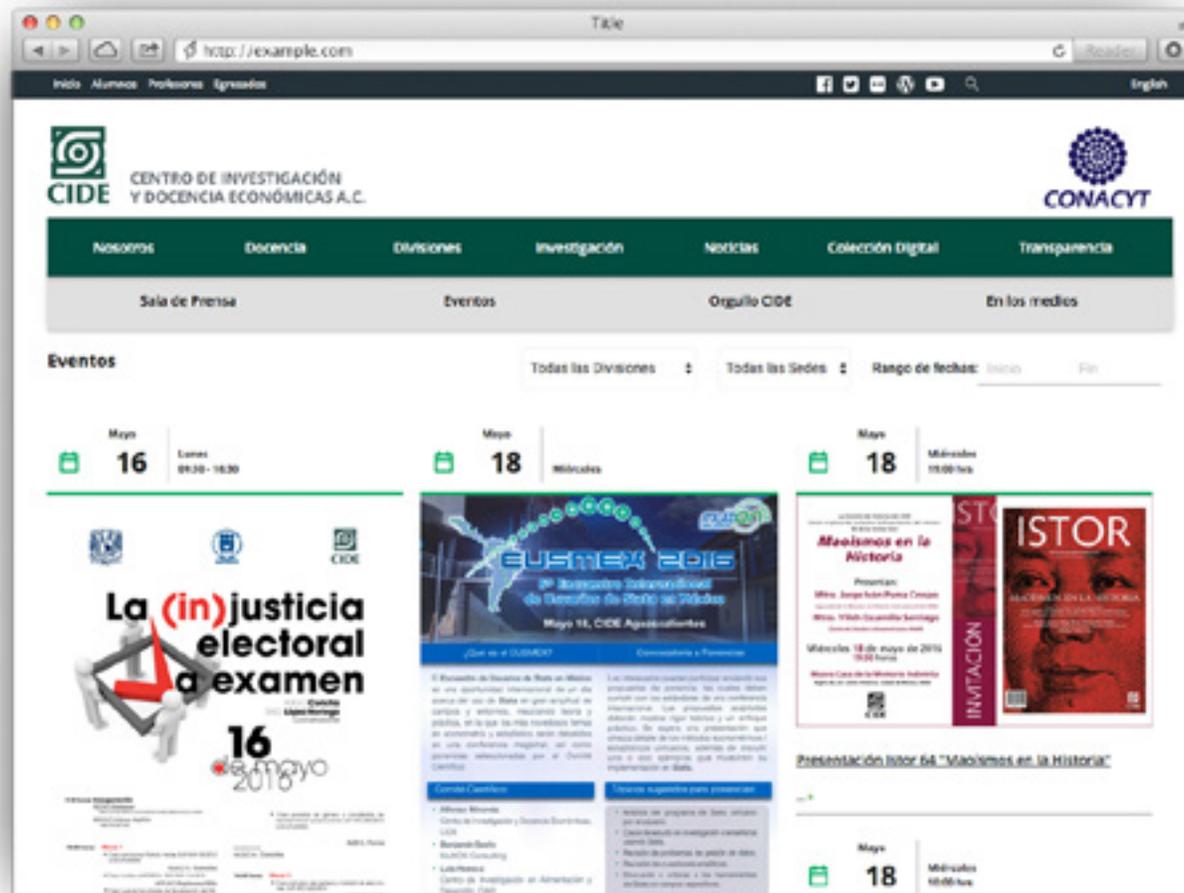


## WEBSITE



Ref. | fase3 | Web Site | cide\_home.jpg

## WEBSITE



Ref. | fase3 | Web Site | cide\_noticias.jpg

## WEBSITE



Ref. | fase3 | Web Site | cide\_docencia.jpg

## COVER FACEBOOK

Estos materiales deberán basarse en las guías establecidas.

Margen: 15 px por cada lado del material del cual no pueden sobresalir elementos importantes del diseño (textos, información, etc.)

Marca: 95 px de alto

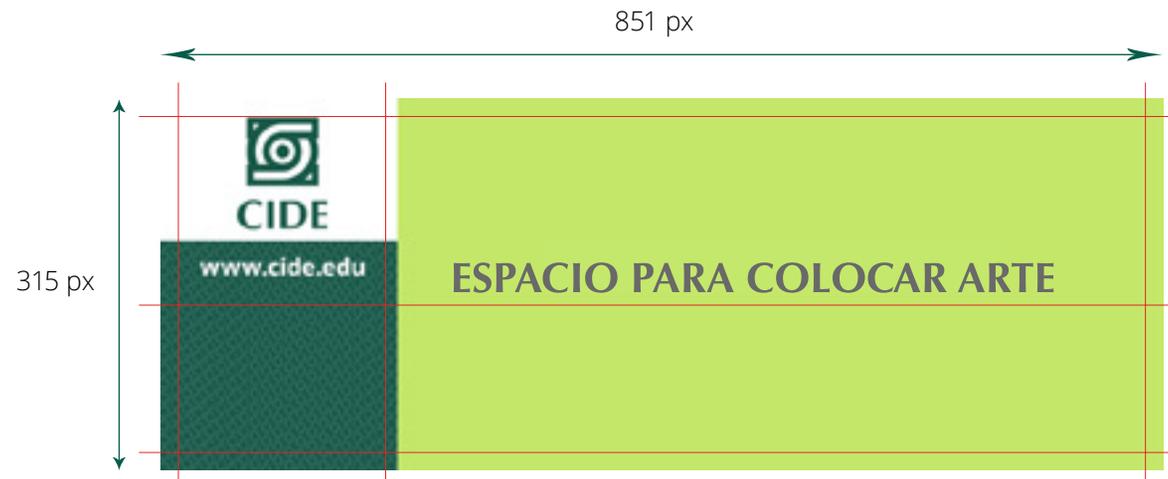
Página web: 20 px



Tamaño: 851 x 315 px

Tipografía: Opens Sans bold

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



Ref. | fase3 | Redes Sociales | Facebook | fb\_cide\_cover.jpg

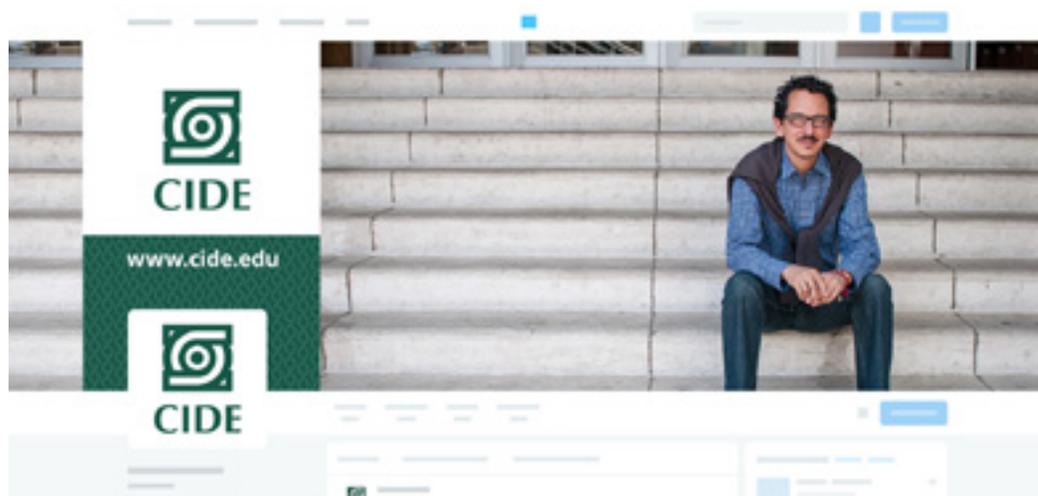
## COVER TWITTER

Estos materiales deberán basarse en las guías establecidas.

Margen: 15 px por cada lado del material del cual no pueden sobresalir elementos importantes del diseño (textos, información, etc.)

Marca: 156 px de alto

Página web: 28 px



Tamaño: 1500 x 500 px

Tipografía: Opens Sans bold

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



Ref. | fase3 | Redes Sociales | Twitter | cover\_tw\_cide.jpg

## COVER YOUTUBE

Estos materiales deberán basarse en las guías establecidas.

Margen: 30 px por cada lado del material del cual no pueden sobresalir elementos importantes del diseño (textos, información, etc.)

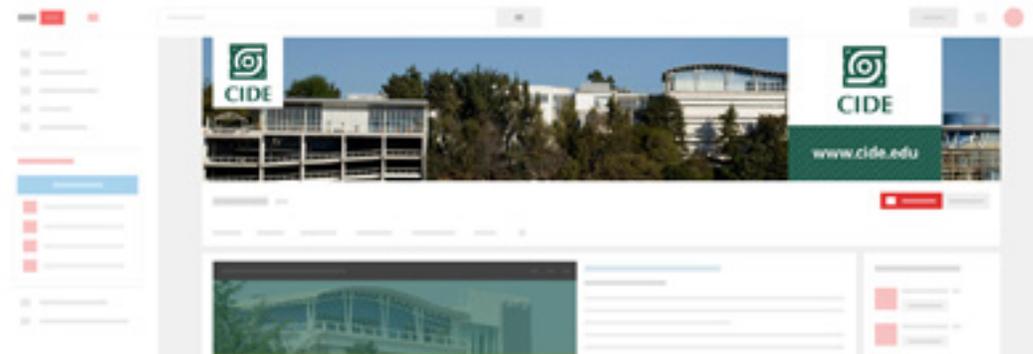
Marca: 230 px de alto

Página web: 11 px

Tamaño: 2560 x 1440 px

Tipografía: Opens Sans bold

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



Ref. | fase3 | Redes Sociales | YouTube | cide\_youtube.jpg

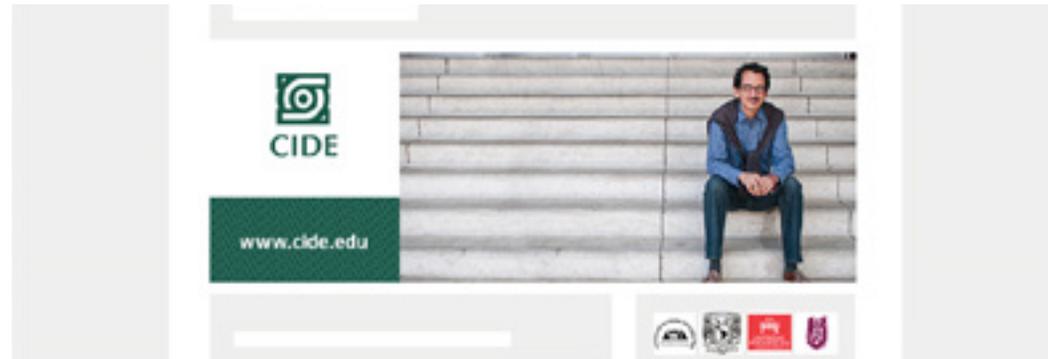
## COVER LINKEDIN

Estos materiales deberán basarse en las guías establecidas.

Margen: 20 px por cada lado del material del cual no pueden sobresalir elementos importantes del diseño (textos, información, etc.)

Marca: 79 px de alto

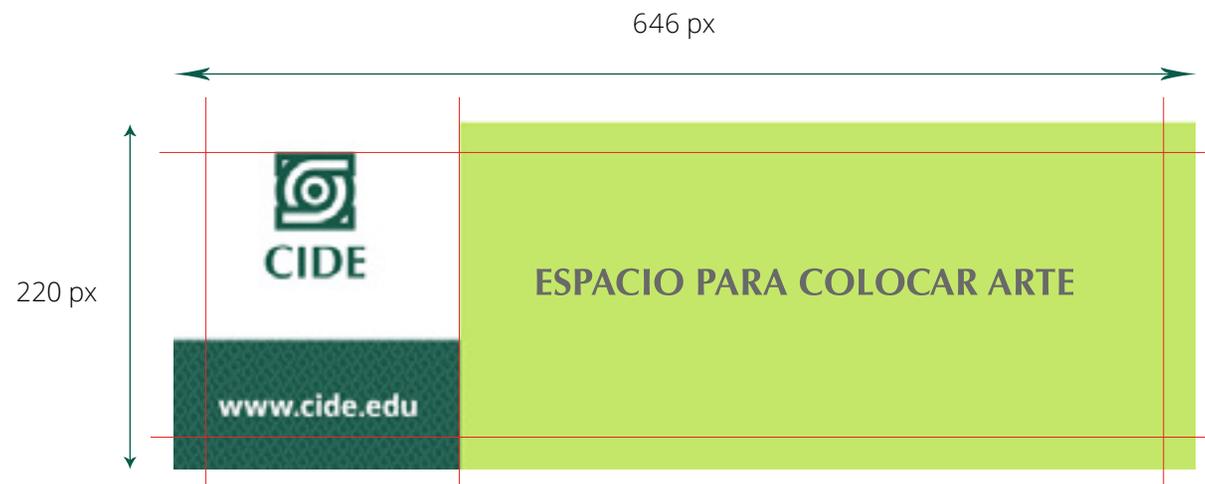
Página web: 18 px



Tamaño: 646 x 220 px

Tipografía: Opens Sans bold

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



Ref. | fase3 | Redes Sociales | LinkedIn | cover\_linkedin.jpg

## PUBLICACIONES FACEBOOK

Estos materiales deberán basarse en las guías establecidas.

Margen: 20 px por cada lado del material del cual no pueden sobresalir elementos importantes del diseño (textos, información, etc.). La marca puede ir en cualquier esquina del material, respetando las proporciones establecidas.

Marca: 93 px de alto

Página web: 32 px

Tamaño: 800 x 800 px

Tipografía: Opens Sans bold

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



Ref. | fase3 | Redes Sociales | Publicaciones | Facebook | post\_fb\_cide.jpg

## PUBLICACIONES TWITTER

Estos materiales deberán basarse en las guías establecidas.

Margen: 20 px por cada lado del material del cual no pueden sobresalir elementos importantes del diseño (textos, información, etc.). La marca puede ir en cualquier esquina del material, respetando las proporciones establecidas.

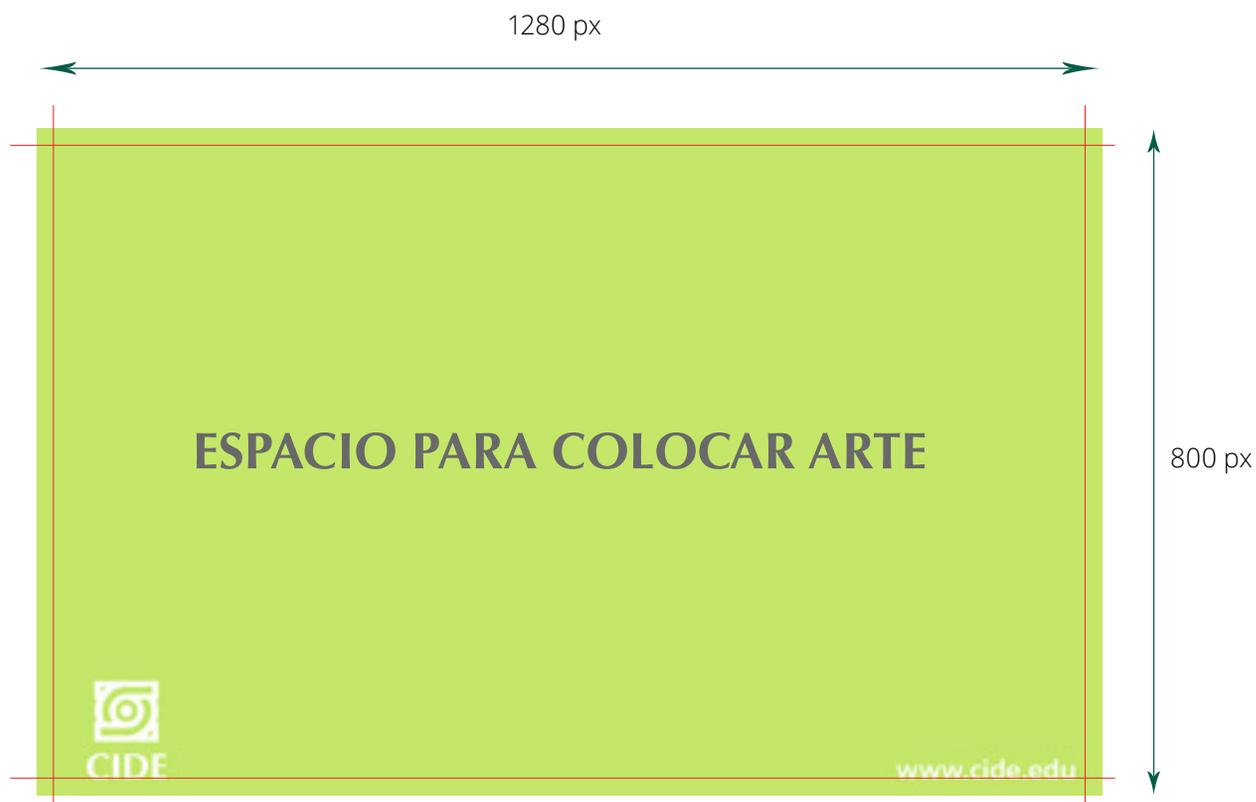
Marca: 118 px de alto

Página web: 32 px

Tamaño: 1280 x 800 px

Tipografía: Opens Sans bold

\*Se debe de respetar el área de protección de la marca.



Ref. | fase3 | Redes Sociales | Publicaciones | Twitter | post\_tw\_cide.jpg



# CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA ECONÓMICAS A.C.

Carretera México - Toluca 3655, Col. Lomas de Santa Fe, C.P. 01210,  
Ciudad de México. | Tel. 5727-9800 | 01 800 021-2433

[www.cide.edu](http://www.cide.edu)

Aprobado por unanimidad el **15 de agosto de 2016** por el Consejo Académico del CIDE

