

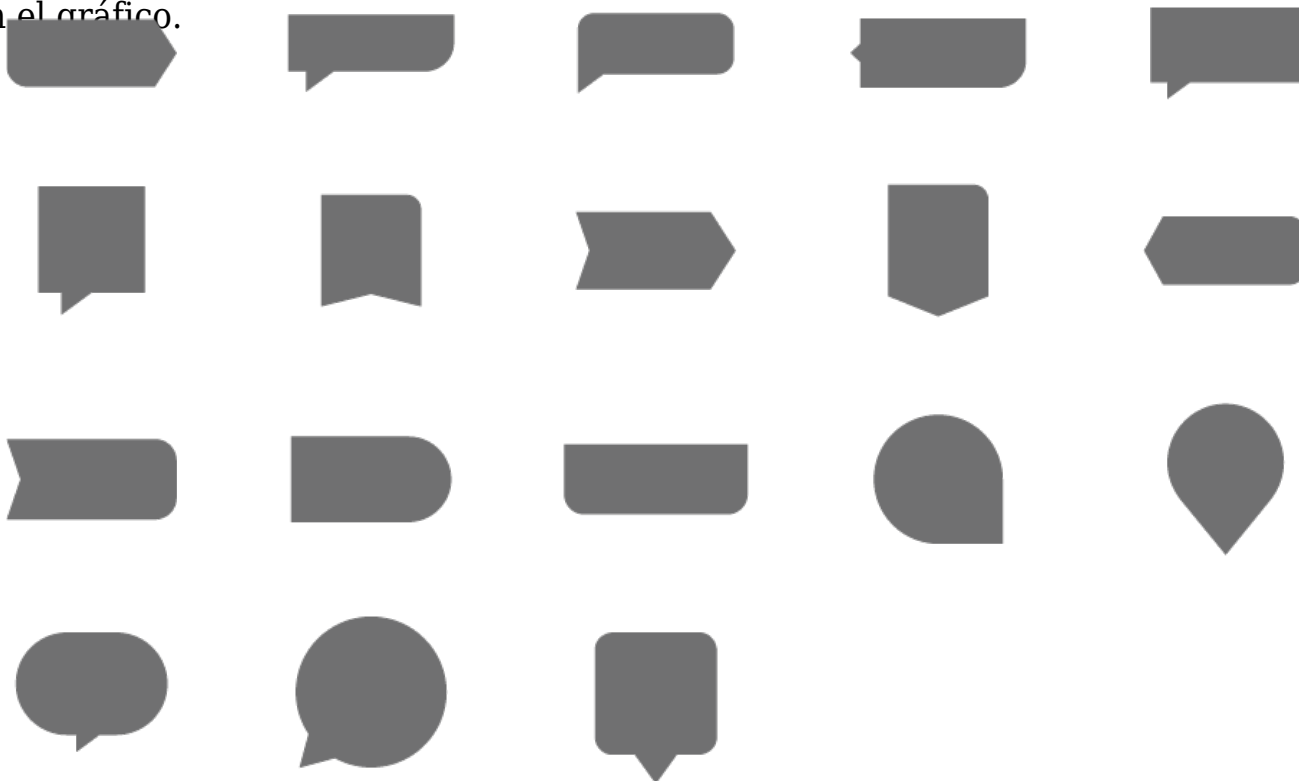
# Destacados

## Destacados

### Guías generales

Los destacados son recursos gráficos para dar notoriedad y relevancia a cierta información en el material de comunicación. Existen varios tipos de destacados que se emplearán dependiendo de la cantidad y tipo de información que contengan.

Las formas permitidas para los destacados son únicamente las que se muestran en el gráfico.



### Color

Los colores en los que se deben aplicar los destacados son los de la paleta corporativa.



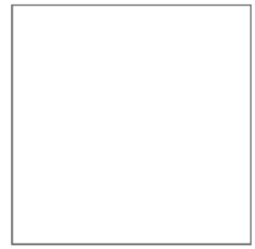
**PANTONE® 286 C**  
CMYK: 100.75.0.0  
RGB: 0.51.160  
WEB: 0033A0



**PANTONE® 3125 C**  
CMYK: 84.0.18.0  
RGB: 0.174.199  
WEB: 00AEC7



**PANTONE® 809 C**  
CMYK: 10.0.90.0  
RGB: 227.232.41  
WEB: E3E829



**WHITE**  
CMYK: 0.0.0.0  
RGB: 255.255.255  
WEB: FFFFFFFF

## Versiones

Los destacados se pueden usar en las siguientes versiones:

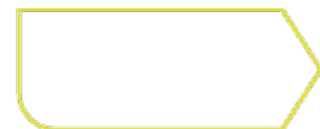
1. El color al 100%.



1. El color con una leve transparencia entre el 80% al 90%.



1. En una línea delgada



## Modificaciones

Los destacados se pueden modificar solo de dos formas:

1. Se pueden girar o flippear según las necesidades.



1. Se puede ajustar su tamaño, sin modificar los rasgos característicos del destacado



# Usos

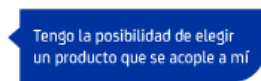
Los destacados pueden utilizarse para presentar 4 tipos de información:

1. Para destacar datos o cifras.
2. Para presentar un testimonial (burbuja de texto).
3. Para indicar una acción o lugar específico.
4. Para incluir una frase relevante sobre el material de comunicación.

1.



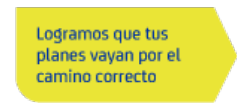
2.



3.



4.



## Aplicación

Para mantener coherencia en la aplicación de los destacados, se han establecido varios criterios que se deben tomar en cuenta:

1. Sólo se deben utilizar para los usos anteriormente designados.
2. Se deben aplicar con los colores de la paleta corporativa.
3. Deben colocarse en un lugar visible.
4. Su tamaño debe ser moderado, ni muy grande ni muy pequeño.
5. Si el destacado es de color sólido puede ir sobre una imagen, siempre y cuando no cubra alguna parte importante de la misma.
6. Puede ir sobre fondos de color sólido.
7. Si el destacado es de color sólido, puede estar parcialmente sobre una ventana de texto, pero no debe obstruir ningún elemento, ni dificultar la lectura.



## En contorno

Con la finalidad de crear un mayor dinamismo en el uso de los destacados, estos pueden ser utilizados en contorno.

Deben aplicarse sobre fondos de color sólido y en los colores de la paleta corporativa.

El grosor de la línea que debe tener el contorno es de 1.5 pt para formato tamaño carta, esta medida debe ser proporcional en referencia a este formato.



Donec felis velit,  
euismod quis emre  
eleifend inet

Nam augue magna

Donec felis velit, euismod quis eleifend in, male suada non enim, vestibulum dui felis, sagittis eu laoreet quis, ultrices tincidunt massa. Nam augue magna, porta sed justo a, vulputate dignissim dolor, fhasel.

Deuismod quis eleifend in, male suada non enim, vestibulum dui felis, sagittis eu laoreet quis, ultrices tincidunt massa. Nam augue magna, porta sed justo a, vulputate dignissim dolor, fhasel.

Loeg ipsum dolor reit ist  
dort. aunsjer mistro runer.

Grosor de línea 1.5 pt  
en formato tamaño carta.

## Ejemplo



Generamos  
valor y confianza

Nam augue magna

Donec felis velit, euismod quis eleifend in, male suada non enim, vestibulum dui felis, sagittis eu laoreet quis, ultrices tincidunt massa. Nam augue magna, porta sed.

Donec felis velit,  
euismod quis eleifend  
in, male suada non

## Usos incorrectos

A continuación se describen usos incorrectos de los destacados:

1. No se deben crear nuevos destacados.
2. No se deben usar colores distintos a los de la paleta corporativa.
3. No debe haber demasiados destacados en una misma pieza.
4. Su tamaño no debe ser muy grande ni muy pequeño.
5. No puede haber imágenes dentro de los destacados.
6. No deben saturarse de información.

