

Guía de uso de la marca



1. MARCA MÉXICO

1.

Imagen ante el mundo

La Marca México es uno de los activos estratégicos más importantes para proyectar la identidad del país a nivel internacional, desde su lanzamiento en 2005, ha representado una visión compartida de México: un país diverso, creativo, auténtico y competitivo, capaz de inspirar, conectar y generar oportunidades.

En un mundo donde la percepción influye en las decisiones de viaje, inversión, negocios y colaboración, una marca país sólida fortalece la reputación nacional y contribuye a posicionar a México de manera consistente en los escenarios internacionales.

Más que un identificador visual, la Marca México es un sistema que unifica la comunicación de instituciones, organismos, estados, destinos y aliados bajo una misma identidad. Su uso consistente permite construir reconocimiento, generar confianza y transmitir una imagen coherente en cada interacción con nuestras audiencias.

Esta guía reúne los principios que orientan el uso correcto de la marca y establece los lineamientos para preservar su integridad visual y estratégica en cualquier medio o plataforma.

Cada aplicación de la Marca México fortalece la percepción del país y contribuye a proyectar una imagen contemporánea, confiable y memorable, capaz de representar la riqueza de nuestra cultura, nuestro talento y la diversidad que nos distingue ante el mundo.



1.

Posicionamiento

La Marca México posiciona al país como una nación auténtica, diversa y vibrante, reconocida por su riqueza cultural, su patrimonio, su talento y su capacidad para conectar tradición e innovación.

Más que comunicar lo que México tiene, la marca expresa quiénes somos: un país que inspira por la fortaleza de su identidad, la creatividad de su gente, la diversidad de sus territorios y la calidez con la que recibe al mundo.

Este posicionamiento permite proyectar una imagen consistente y competitiva de México en distintos ámbitos, fortaleciendo su presencia como destino turístico, socio estratégico, referente cultural y generador de oportunidades.

La Marca México se sustenta en atributos que distinguen al país:

- **Auténtico**, porque preserva y comparte una identidad única.
- **Diverso**, por la riqueza de sus regiones, culturas, paisajes y experiencias.
- **Creativo**, por el talento, la innovación y la capacidad de transformar ideas en valor.
- **Hospitalario**, por la calidez y cercanía de su gente.
- **Dinámico**, por su evolución constante y su proyección hacia el futuro.

La integración de estos atributos construye una percepción sólida y diferenciada que fortalece el reconocimiento de México y consolida su posicionamiento en el escenario internacional.



1.

Cómo usar esta guía

Esta guía actualizada reúne los principios y lineamientos para el uso correcto de la Marca México. Su propósito es garantizar una aplicación consistente, clara y reconocible en todos los materiales, plataformas y puntos de contacto donde la marca esté presente.

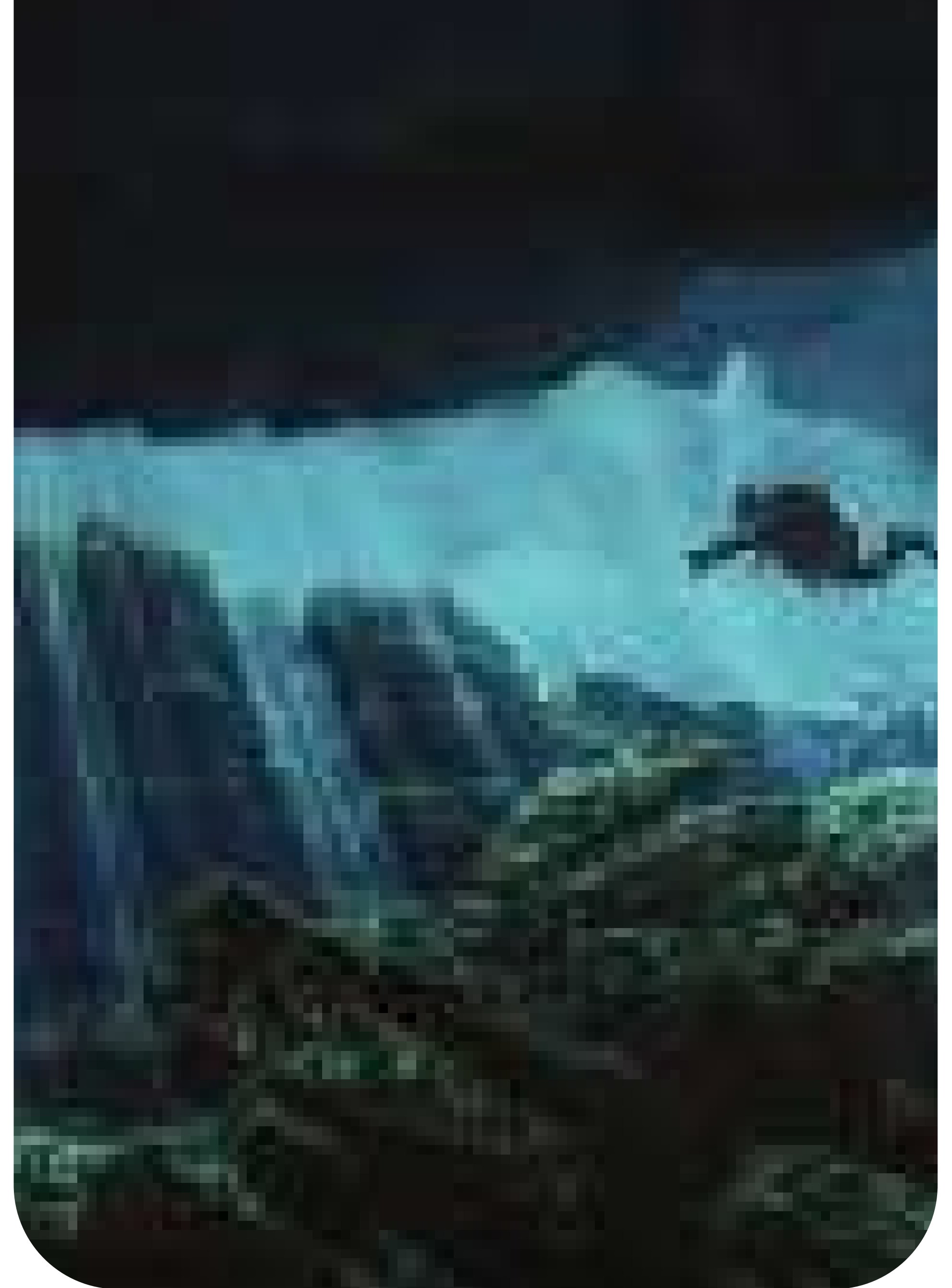
Antes de utilizar la Marca México, se recomienda revisar este documento en su totalidad para comprender los criterios que regulan su identidad visual, así como las buenas prácticas que aseguran su correcta implementación.

El cumplimiento de estos lineamientos permite preservar la integridad de la marca, fortalecer su reconocimiento y proyectar una imagen unificada de México ante audiencias nacionales e internacionales.

Los elementos gráficos, metodológicos y normativos contenidos en esta guía forman parte del sistema de identidad de la Marca México y deberán utilizarse exclusivamente conforme a las disposiciones aquí establecidas.

Si requiere orientación sobre la aplicación de la marca o tiene alguna duda relacionada con estos lineamientos, comuníquese con el responsable de la administración de la Marca México a través del siguiente medio de contacto: **vdmartinezf@sectur.gob.mx**

Nota: Los colores impresos en esta guía son únicamente de referencia. Para cualquier reproducción deberán utilizarse los valores oficiales especificados en este documento, ya sea mediante el sistema Pantone® o sus equivalencias en CMYK, RGB y HEX, según el medio de aplicación.



2. LOGOTIPO

2.

Estructura del logotipo

Para esta guía se han desarrollado lineamientos que determinan la distribución de los elementos gráficos con el propósito de establecer, con claridad y precisión, las bases principales para el tratamiento de la imagen de nuestra marca, con ello se estará dotando de orden, claridad y estructura, contribuyendo al posicionamiento dentro de los diversos mercados.

Para que la identidad gráfica de las campañas del promoción tengan éxito, es necesario que su aplicación sea correcta, constante y sobre todo, respetada.

La Marca México se compone de un arreglo tipográfico de la palabra México en una combinación de altas y bajas con acento (elemento gráfico propio de nuestra lengua) que contiene una serie de elementos distintivos de nuestra evolución, que con el tiempo se han consolidado como identificadores inconfundibles de nuestra patria.

México es también color y de ahí la gama de valores cromáticos de temperaturas encontradas (cálidos, estridentes y vivos) que proyectan la riqueza visual de nuestro país.



Rojo, color patrio, símbolo de pasión y sangre. Civilización milenaria, con raíces fuertes y orgullo por su origen



Magenta (llamado rosa mexicano), pigmento generado por nuestros ancestros y símbolo del carisma mexicano. Nación que nace del encuentro entre dos mundos. Virreinato en que se forma su carácter distintivo.



Amarillo, color de luz, energía, riqueza, calidez y brillo. Símbolo de encuentro, fusión, cruce de caminos, mestizaje en donde convive la dualidad del día y la noche.



Morado, color popular de misterio y magia. Verticalidad, aspiraciones modernas, trazos plásticos y arquitectónicos que sofistican nuestras raíces y ven hacia delante.



Verde, color de abundancia y vida. Vitalidad, recursos naturales, mega biodiversidad.



Turquesa, color propio de nuestras costas. Mares y cielos, belleza natural, pensamientos fluidos y elevados, sueños por conquistar.

2.

Área de protección

Para garantizar la correcta legibilidad y presencia de la Marca México en cualquier aplicación, se establece un área mínima de protección alrededor del logotipo. Este espacio deberá permanecer libre de cualquier elemento gráfico, tipográfico, fotográfico o visual que pueda interferir con su lectura o disminuir su impacto.

La unidad de medida para definir esta área corresponde a la altura de la letra “x” presente en la composición tipográfica de la marca, denominada en esta guía como X.

El área de protección deberá respetarse en los cuatro lados del logotipo, manteniendo una distancia mínima equivalente a 1X respecto de cualquier otro elemento, borde o límite del formato.

Cuando la Marca México conviva con otras identidades gráficas, patrocinadores o elementos institucionales, esta área de protección deberá mantenerse íntegra para preservar la jerarquía y reconocimiento de la marca.

Área de Protección del Tagline

Cuando la Marca México se utilice acompañada de un tagline, eslogan, razón social o cualquier texto institucional alineado debajo del logotipo, deberá respetarse una distancia vertical equivalente a $\frac{1}{2}X$ entre la base del logotipo y el inicio del texto.

Esta separación garantiza una relación visual equilibrada entre ambos elementos y evita que el texto compita con la identidad principal.

El tagline deberá alinearse al ancho y eje definidos para la composición oficial de la marca y nunca invadir el área de protección establecida para el logotipo.



2.

Aplicaciones cromáticas

Con el propósito de ampliar las posibilidades de reproducción de la Marca México en procesos de impresión con recursos limitados, se han desarrollado versiones oficiales a dos tintas que conservan la esencia visual y el correcto reconocimiento de la identidad.

Estas versiones deberán utilizarse únicamente cuando las condiciones técnicas, presupuestales o el sistema de impresión no permitan reproducir la marca en su versión policromática oficial.

En todas las aplicaciones deberá respetarse la combinación cromática establecida para cada versión, manteniendo siempre el contraste, la legibilidad y la integridad de la identidad visual.

No está permitido sustituir las tintas por colores distintos a los especificados en este manual, ni modificar la distribución cromática de los elementos que conforman la marca.

Recomendaciones de uso

Utilice las versiones a dos tintas en los siguientes casos:

- * Sistemas de impresión limitados a dos tintas directas.
- * Serigrafía, grabado o tampografía.
- * Aplicaciones promocionales y artículos de merchandising.
- * Materiales impresos con restricciones técnicas o presupuestales.
- * Procesos especiales donde no sea posible reproducir la versión oficial a todo color.

Siempre que las condiciones de producción lo permitan, deberá priorizarse el uso de la versión oficial policromática de la Marca México.

Nota: Las especificaciones oficiales en CMYK de la Marca México se encuentran disponibles en el apartado Paleta Cromática de esta guía. Para procesos de impresión que utilicen tintas directas o paletas de color específicas, deberá seleccionarse la equivalencia que represente con la mayor fidelidad posible los colores oficiales de la identidad.

México®



Principal: #E40521
Secundario: #B70D18

México®



Principal: #E40521
Secundario: #B70D18

México®



Principal: #E40521
Secundario: #B70D18

México®



Principal: #E40521
Secundario: #B70D18

México®



Principal: #E40521
Secundario: #B70D18

México®



Principal: #E40521
Secundario: #B70D18

2.

Versión monocromática

La versión monocromática de la Marca México ha sido desarrollada para aplicaciones en las que las condiciones técnicas o el sistema de reproducción no permitan el uso de la versión policromática o de sus variantes cromáticas.

La versión en negro deberá utilizarse sobre fondos claros, mientras que la versión en blanco está diseñada para aplicaciones sobre fondos oscuros o de alto contraste.

En todos los casos deberá mantenerse un contraste suficiente para garantizar una lectura clara de la marca.

No está permitido alterar la composición, aplicar degradados, transparencias, contornos, efectos gráficos o utilizar colores distintos a los establecidos para estas versiones oficiales.

Recomendaciones de uso

Utilice la versión monocromática en los siguientes casos:

- Documentos impresos a una sola tinta.
- Grabado láser o bajo relieve.
- Sellos institucionales.
- Bordado y aplicaciones textiles.
- Serigrafía monocromática.
- Grabado sobre metal, madera o vidrio.
- Material promocional con limitaciones de reproducción.
- Interfaces digitales y aplicaciones sobre fondos sólidos.
- Presentaciones, pantallas LED, contenido audiovisual y cualquier soporte con fondos oscuros que requiera la versión en blanco.

Siempre que las condiciones de reproducción lo permitan, deberá priorizarse el uso de la versión oficial a todo color de la Marca México.



2.

Versión con contorno

La versión con contorno de la Marca México ha sido desarrollada exclusivamente para aplicaciones en las que la complejidad del fondo comprometa la correcta legibilidad de la identidad.

Su uso está destinado a fondos con alto nivel de detalle, fotografías, texturas, ilustraciones o composiciones con amplias variaciones de color y contraste, donde la versión oficial o la versión monocromática no garanticen una lectura clara de la marca.

El contorno actúa como un recurso de separación visual entre la marca y el fondo, preservando su reconocimiento sin alterar su composición ni su estructura gráfica.

Esta versión no constituye una variante principal de la identidad y deberá utilizarse únicamente en aquellos casos en los que no exista una alternativa que permita mantener una legibilidad adecuada.

Siempre que las condiciones del diseño lo permitan, deberá priorizarse el uso de la versión oficial policromática o de las versiones monocromáticas establecidas en esta guía.

Recomendaciones de uso

Utilice la versión con contorno únicamente en:

- Fotografías con alto nivel de detalle.
- Fondos con texturas complejas.
- Imágenes con amplias variaciones de color.
- Material audiovisual donde el fondo cambie constantemente.
- Aplicaciones digitales en las que no sea posible controlar el fondo.



2.

Usos prohibidos

No está permitido modificar, reinterpretar o alterar la composición, proporciones, colores, tipografía o cualquiera de los elementos que la integran al logotipo. Cualquier uso distinto a las versiones oficiales compromete la consistencia de la identidad y disminuye su reconocimiento.

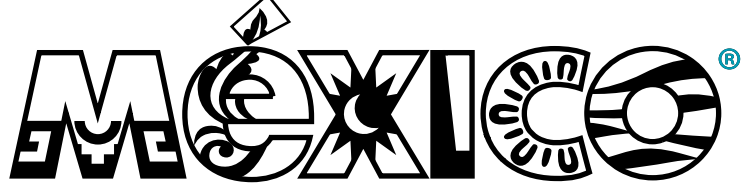
Las aplicaciones mostradas en esta sección representan algunos de los usos incorrectos más frecuentes y deberán evitarse en cualquier medio, ya sea impreso, digital o audiovisual.

Siempre que exista alguna duda sobre la correcta aplicación de la marca, deberá utilizarse la versión oficial correspondiente al soporte y consultar las especificaciones contenidas en esta guía.

Ejemplos de usos incorrectos

No está permitido:

- * Cambiar los colores oficiales de la marca.
- * Aplicar degradados o efectos cromáticos no autorizados.
- * Modificar la tipografía o deformar los caracteres.
- * Alterar el espaciado (kerning) entre las letras.
- * Aplicar sombras, biseles, relieves o efectos tridimensionales.
- * Incorporar contornos distintos a los establecidos en este manual.
- * Utilizar versiones cromáticas no oficiales.
- * Eliminar las texturas características de la marca.
- * Rotar, inclinar o deformar el logotipo.
- * Utilizar la marca sobre fondos con bajo contraste que dificulten su legibilidad.
- * Modificar la proporción, orientación o composición de cualquiera de sus elementos.
- * Invadir el área de protección o alterar la posición del tagline.

 <i>No cambiar colores</i>	 <i>No aplicar degradados</i>
 <i>No deformar el logo</i>	 <i>No alterar el kerning</i>
 <i>No aplicar contornos no oficiales</i>	 <i>No aplicar sombras</i>
 <i>No aplicar biselados y 3D</i>	 <i>No aplicar versiones cromaticas no oficiales</i>
 <i>No alterar el logo monocromatico</i>	 <i>No aplicar el logo sin texturas</i>
 <i>No inclinar el logo</i>	 <i>No aplicar el logo en bajo contraste</i>



3. COLOR

3.

Paleta cromática

La paleta cromática de la Marca México constituye uno de los principales elementos de su identidad visual. Cada color ha sido seleccionado para representar la diversidad, riqueza y carácter del país, contribuyendo al reconocimiento y consistencia de la marca en todos sus medios de aplicación.

Las especificaciones cromáticas incluidas en esta guía establecen las equivalencias oficiales para los principales sistemas de reproducción, con el fin de garantizar una representación uniforme tanto en medios impresos como digitales.

Siempre que las condiciones técnicas lo permitan, deberán utilizarse los valores oficiales indicados para cada color, evitando sustituciones o aproximaciones que alteren la identidad visual de la marca.

Cuando un sistema de impresión, producción o visualización requiera una conversión de color específica, deberá seleccionarse la equivalencia que reproduzca con la mayor fidelidad posible los colores oficiales de la Marca México.

Nota:

Las especificaciones **HEX** están destinadas a aplicaciones digitales y desarrollo web; los valores **RGB** deberán utilizarse para medios digitales y audiovisuales, mientras que los valores **CMYK** corresponden a procesos de impresión. Cuando sea necesario emplear tintas directas, deberá utilizarse la equivalencia oficial **Pantone®** indicada para cada color.

HEXA: #E40521 C: 0 M: 100 Y: 90 K: 0	HEXA: #E6007E C: 0 M: 100 Y: 0 K: 0	HEXA: #F7A600 C: 0 M: 40 Y: 100 K: 0	HEXA: #B80E80 C: 30 M: 100 Y: 0 K: 0	HEXA: #95C11F C: 50 M: 0 Y: 100 K: 0	HEXA: #009CB4 C: 100 M: 0 Y: 30 K: 0
HEXA: #B70D18 C: 0 M: 100 Y: 90 K: 25	HEXA: #BA0066 C: 0 M: 100 Y: 0 K: 25	HEXA: #EF7D00 C: 0 M: 60 Y: 100 K: 0	HEXA: #80166F C: 50 M: 100 Y: 0 K: 20	HEXA: #7A9E1A C: 50 M: 0 Y: 100 K: 25	HEXA: #00788B C: 100 M: 3 Y: 30 K: 30
C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0 HEXA: #FFFFFF			C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100 HEXA: #000000		

4. Sistema Tipográfico

4.

Tipografía

Aunque el logotipo de la Marca México fue concebido a partir de un arreglo tipográfico basado en Myriad Pro, para el desarrollo de las aplicaciones institucionales y de comunicación se adopta la familia tipográfica Poppins como tipografía oficial del sistema gráfico.

Esta decisión responde a la necesidad de contar con una familia tipográfica contemporánea, versátil y ampliamente disponible, capaz de garantizar consistencia visual en medios impresos, digitales y audiovisuales, así como en entornos web y dispositivos móviles.

Al tratarse de una tipografía Sans Serif de geometría limpia y proporciones equilibradas, Poppins mantiene una relación armónica con el carácter visual del logotipo sin competir con su personalidad gráfica. Su amplia disponibilidad como Google Font, compatible con la mayoría de los sistemas operativos, plataformas de diseño y navegadores web, facilita la implementación uniforme de la identidad en cualquier entorno de comunicación.

Poppins es la tipografía recomendada para titulares, subtítulos, textos institucionales, materiales editoriales, comunicados de prensa, presentaciones, publicaciones digitales, piezas publicitarias, señalética, interfaces y para la composición de taglines o textos complementarios asociados al logotipo.

Pesos recomendados

- * **Light** — Textos destacados y composiciones ligeras.
- * **Regular** — Texto continuo y contenido editorial.
- * **Semibold** — Subtítulos, llamadas de atención y jerarquías intermedias.
- * **Black** — Titulares, encabezados y mensajes de alto impacto.

Poppins Light

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , ; : - _ ! i ¿ ?

Poppins Regular

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , ; : - _ ! i ¿ ?

Poppins Semibold

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , ; : - _ ! i ¿ ?

Poppins Black

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . , ; : - _ ! i ¿ ?

4.

Jerarquías tipográficas

Con el propósito de favorecer una comunicación clara, consistente y visualmente ordenada, se recomienda el siguiente sistema de jerarquías tipográficas para las aplicaciones de la Marca México.

Estas recomendaciones establecen una guía de uso para los diferentes pesos de la familia Poppins, facilitando la construcción de piezas editoriales, publicitarias, institucionales y digitales con una identidad gráfica uniforme.

Las jerarquías aquí presentadas no constituyen una norma obligatoria, sino una referencia para mantener coherencia visual entre las distintas aplicaciones de la marca. Dependiendo del formato, el medio o las necesidades específicas de comunicación, podrán realizarse ajustes siempre que se respeten los principios de legibilidad, equilibrio y consistencia establecidos en este manual.

Se recomienda conservar una relación jerárquica clara entre títulos, subtítulos, cuerpo de texto y elementos secundarios, priorizando siempre la claridad del mensaje y una experiencia de lectura óptima.

Elemento	Peso recomendado
Portadas	Poppins Black
Títulos principales (H1)	Poppins Black
Títulos secundarios (H2)	Poppins Semibold
Subtítulos (H3)	Poppins Semibold
Texto corrido	Poppins Regular
Destacados	Poppins Semibold
Botones / CTA	Poppins Semibold
Navegación	Poppins Regular
Formularios	Poppins Regular
Citas	<i>Poppins Italic</i>
Pies de foto	<i>Poppins Light Italic</i>
Referencias y notas	<i>Poppins Light Italic</i>
Créditos	Poppins Light

5. Aplicaciones y variaciones

5.

Escalabilidad y tamaños mínimos

La Marca México ha sido diseñada para mantener su reconocimiento y legibilidad en una amplia variedad de formatos y soportes. Sin embargo, al reducir su tamaño pueden perderse detalles que afectan su correcta reproducción y reconocimiento.

Para garantizar la integridad de la identidad visual, deberán respetarse los tamaños mínimos establecidos en esta guía. No se recomienda utilizar la marca por debajo de estas dimensiones, salvo en las versiones específicamente desarrolladas para aplicaciones de pequeño formato.

Cuando el espacio disponible no permita reproducir correctamente la marca completa, deberá emplearse el monograma oficial, diseñado para favicons, iconografía, aplicaciones móviles y otros entornos donde el área de reproducción sea limitada.

Recomendaciones

- * Mantenga siempre el área de protección, independientemente del tamaño de reproducción.
- * Verifique que todos los elementos de la marca sean claramente legibles antes de su publicación.
- * Evite reducir la marca por debajo de las dimensiones establecidas en este manual.
- * Siempre que el espacio lo permita, deberá priorizarse el uso de la marca completa sobre cualquier versión simplificada.



Reducción crítica impresos



Reducción crítica web



Reducción Monograma/Favicon

5.

Convivencia del logotipo

En cualquier aplicación donde la marca comparta espacio con otros logotipos deberán respetarse las especificaciones de área de protección, tamaño mínimo y reducción crítica establecidas en esta guía, tanto para medios impresos como digitales.

La disposición de las firmas institucionales y comerciales deberá garantizar una composición ordenada, equilibrada y visualmente consistente, evitando relaciones jerárquicas incorrectas o diferencias que afecten la percepción de la Marca México.

Firmas Institucionales

Cuando la Marca México forme parte de una firma institucional, el orden de aparición deberá respetar siempre la jerarquía oficial de representación gubernamental.

La secuencia será la siguiente:

1. Representación del Gobierno Federal (Secretaría o Dependencia correspondiente).
2. Representación estatal y/o municipal (Gobierno Estatal o Municipal)
3. Marca México.
4. Marca Turística del Estado y/o Municipio.

Esta jerarquía no deberá alterarse ni invertirse bajo ninguna circunstancia.

Asimismo, todos los logotipos deberán respetar el área de protección definida en este manual y mantener una separación uniforme entre ellos.



Convivencia con Marcas Comerciales

Cuando la Marca México conviva con marcas patrocinadoras, aliados comerciales o empresas privadas, podrá utilizarse cualquiera de sus versiones oficiales autorizadas, siempre colocándose antes de la marca comercial, de acuerdo con la composición gráfica del proyecto.

En ningún caso la Marca México deberá presentarse con una jerarquía inferior a la de la marca con la que convive. Su tamaño, presencia visual, contraste y legibilidad deberán ser equivalentes, evitando reducciones, desaturaciones o tratamientos gráficos que disminuyan su relevancia dentro de la composición.

La Marca México deberá conservar siempre sus colores oficiales, área de protección y proporciones, sin ser modificada para adaptarse a la identidad de otra organización.



5.

Adaptaciones en Video e Imágen

En cualquier aplicación sobre imágenes, video o piezas digitales deberá respetarse un margen de seguridad uniforme, evitando colocar la marca demasiado cerca de los bordes o dentro de zonas susceptibles de ser recortadas por las diferentes plataformas.

Las distancias recomendadas en esta guía corresponden a los formatos de uso más comunes. Para otros tamaños o proporciones, deberá mantenerse el mismo criterio de separación, adaptando el margen de seguridad de forma proporcional al formato utilizado.

La ubicación de la marca deberá garantizar una lectura clara y evitar zonas con alto nivel de detalle o contraste que comprometan su visibilidad.

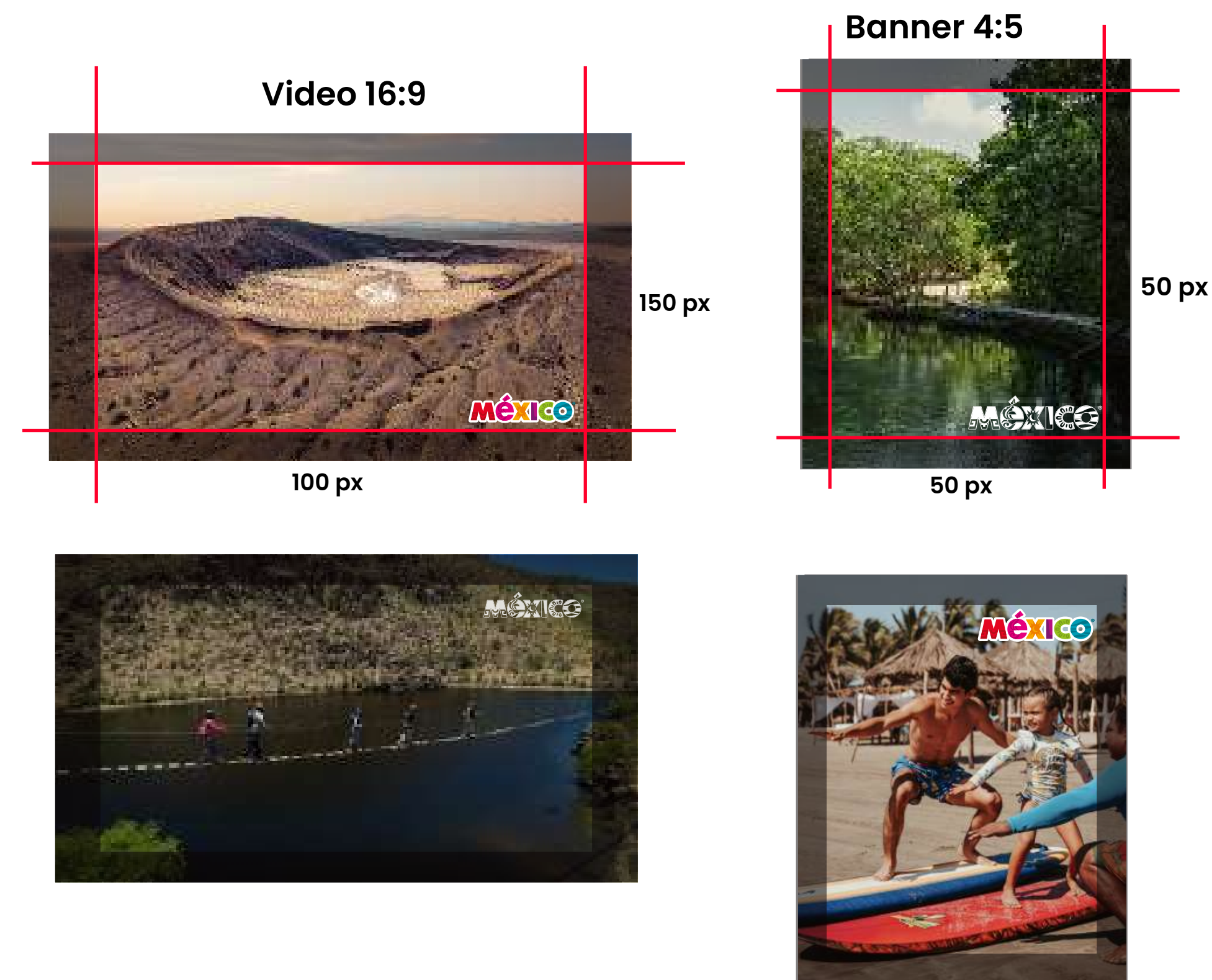
En cada aplicación deberá seleccionarse la versión oficial de la Marca México que ofrezca el mayor contraste y legibilidad respecto al fondo, ya sea la versión policromática, monocromática o con contorno, según las especificaciones establecidas en este manual.

Marca de agua en video

Cuando la Marca México se utilice como marca de agua en contenido audiovisual, deberá emplearse exclusivamente la versión monocromática en color blanco, ubicándose preferentemente en alguno de los extremos del cuadro y respetando el margen de seguridad establecido.

Con el fin de no interferir con el contenido audiovisual, podrá aplicarse una transparencia de hasta el 80 %, siempre que la marca conserve una legibilidad adecuada durante toda la reproducción.

No está permitido utilizar la versión policromática como marca de agua, aplicar efectos gráficos, modificar su opacidad por debajo del nivel que comprometa su reconocimiento o colocarla sobre zonas donde su lectura resulte deficiente.



5.

Adapataciones Redes sociales

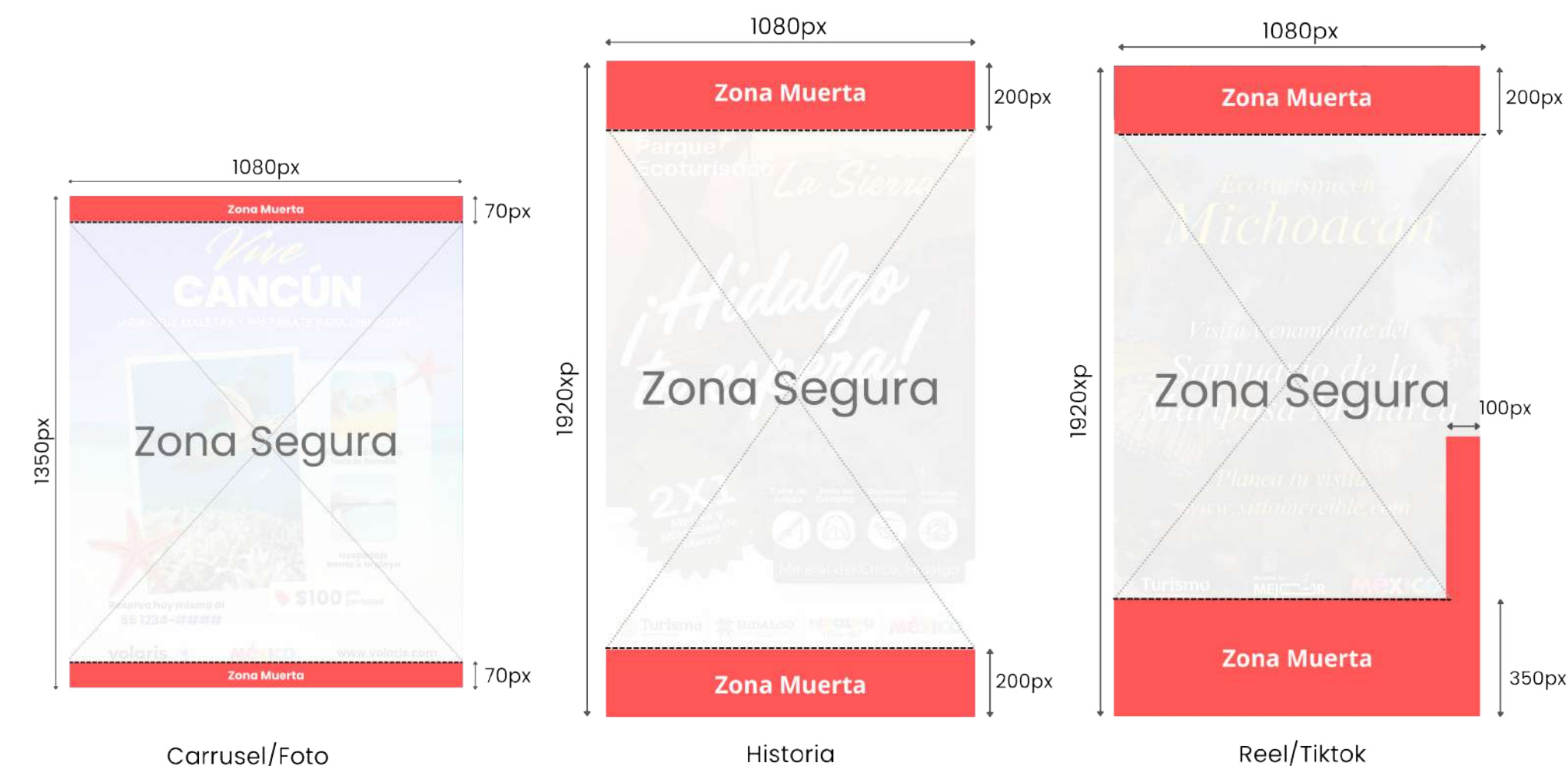
Las redes sociales presentan formatos, proporciones y zonas de visualización específicas que pueden variar entre plataformas. Por ello, en toda aplicación deberá respetarse el margen de seguridad recomendado para cada formato, considerando las áreas visibles y las zonas susceptibles de ser recortadas por la interfaz de cada red social.

Los ejemplos presentados en esta guía muestran las áreas seguras recomendadas para los formatos más utilizados. Para nuevas plataformas o formatos no contemplados, deberá mantenerse el mismo criterio de separación y legibilidad, adaptándolo proporcionalmente a las dimensiones de cada publicación.

Además del margen de seguridad propio de cada plataforma, todas las aplicaciones deberán cumplir con los lineamientos generales establecidos en este manual, entre ellos:

- * Respetar el área de protección de la Marca México.
- * Mantener el tamaño mínimo recomendado para aplicaciones digitales.
- * Utilizar la versión oficial de la marca que ofrezca el mayor contraste y legibilidad respecto al fondo.
- * Respetar la jerarquía y el orden de las firmas institucionales o comerciales cuando la marca conviva con otros logotipos.
- * Conservar las proporciones, colores y composición oficiales de la identidad.
- * Evitar colocar la marca sobre elementos de la interfaz que puedan ocultarla o afectar su lectura.

Las dimensiones y recomendaciones de las plataformas digitales pueden modificarse con el tiempo. Por ello, se recomienda verificar periódicamente las especificaciones oficiales de cada red social para asegurar la correcta aplicación de la Marca México sin comprometer su visibilidad o reconocimiento.





México®