

ratio :

ESTUDIOS DE OPINIÓN

Manual de identidad visual

Versión 1.0 · Agosto 2026

Una casa de El Hilo

La marca

El nombre

Ratio es una palabra latina: cálculo, razón, proporción. Es la raíz de racional y de razonamiento, y es también el término que describe la relación entre dos cantidades — la operación que hace una encuesta.

El símbolo

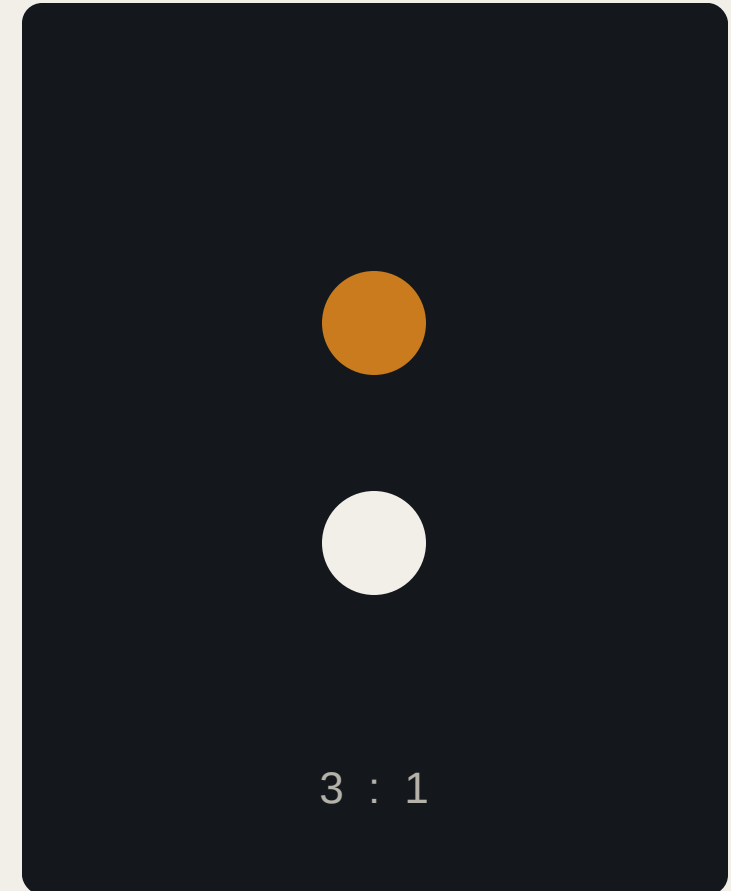
Los dos puntos son el signo matemático de la proporción: 3:1. No es un símbolo inventado, es uno que ya existía y que la marca se apropia. Por eso funciona igual a 16 píxeles que en una lona.

El descriptor

«Estudios de Opinión» viaja siempre con el logotipo en piezas institucionales. En redes y en citas periodísticas, la marca es Ratio.

Relación con El Hilo

Ratio es la casa de estudios de opinión de El Hilo. El vínculo se declara en el pie de cada documento y en la sección «Nosotros», nunca en el logotipo. Presente y verificable, sin competir con la marca.



Logotipo principal



Área de respeto

El margen libre alrededor del logotipo equivale a la altura de la letra «r» en todos sus lados. Ningún elemento invade esa zona.

Tamaño mínimo

Logotipo completo: 120 px de ancho en digital, 30 mm en impreso.
Isotipo solo: 24 px. Por debajo de esa medida los puntos se cierran.

Jerarquía de uso

1. Logotipo principal

Portadas de estudio, sitio web, documentos oficiales.

2. Versión horizontal

Encabezados, membretes, pie de gráficas.

3. Isotipo

Avatar de redes, favicon, marca de agua, sello en postales.

4. Solo palabra

Cuando el contexto ya identifica a la marca.

Nunca se altera la proporción entre palabra y puntos.

El logotipo se usa siempre desde archivo vectorial.

Versiones



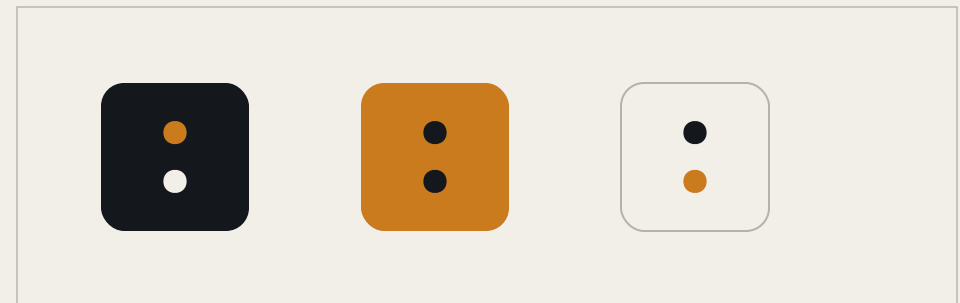
Principal · sobre fondo claro



Principal · negativo



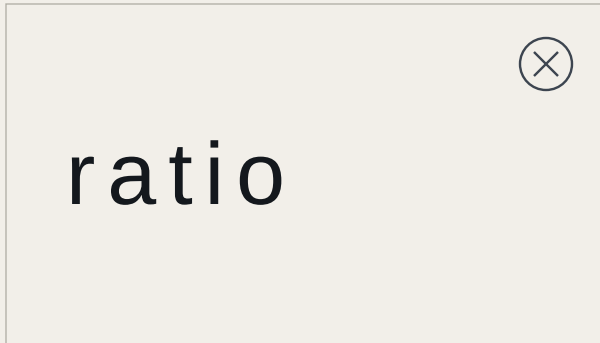
Horizontal · encabezados y membretes



Isotipo · avatar, favicon y sello

Cada versión se entrega en SVG y PNG. El SVG es el archivo maestro: escala sin pérdida y es el que se manda a imprenta.

Usos incorrectos



No deformar ni condensar



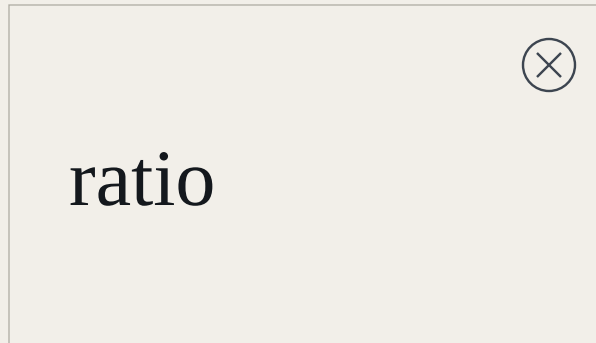
No usar colores de partido



No aplicar sombras ni degradados



No rotar ni inclinar



No sustituir la tipografía



No colocar sobre fondos con ruido

Paleta

Tinta
#14181D

Texto, fondos oscuros, base de todo

Grafito
#3D4550

Texto secundario, líneas de eje

Ámbar
#C97B1E

Acento único. Solo el dato que importa

Verde pizarra
#0F6E56

Segunda serie en gráficas comparativas

Gris
#B4B2A9

Barras neutras, bordes, texto terciario

Papel
#F2EFE9

Fondo de documento y de gráficas

Restricción crítica: ningún color de partido político. Guinda, azul, verde bandera, naranja y rojo saturado quedan fuera de la paleta, de las gráficas y de las postales. Un color mal elegido etiqueta a la casa antes de que publique su primer estudio.

Tipografía

Fuente institucional

Una grotesca neutra de peso medio. Inter o Archivo (gratuitas, Google Fonts) o Söhne si hay presupuesto.
Se descartan las geométricas redondeadas tipo Poppins o Montserrat: comunican agencia digital, no rigor.

Aa 0123456789

Título de estudio

Regular · 30 pt

Subtítulo y entrada

Regular · 20 pt

Texto corrido de análisis

Regular · 14 pt · interlineado 1.6

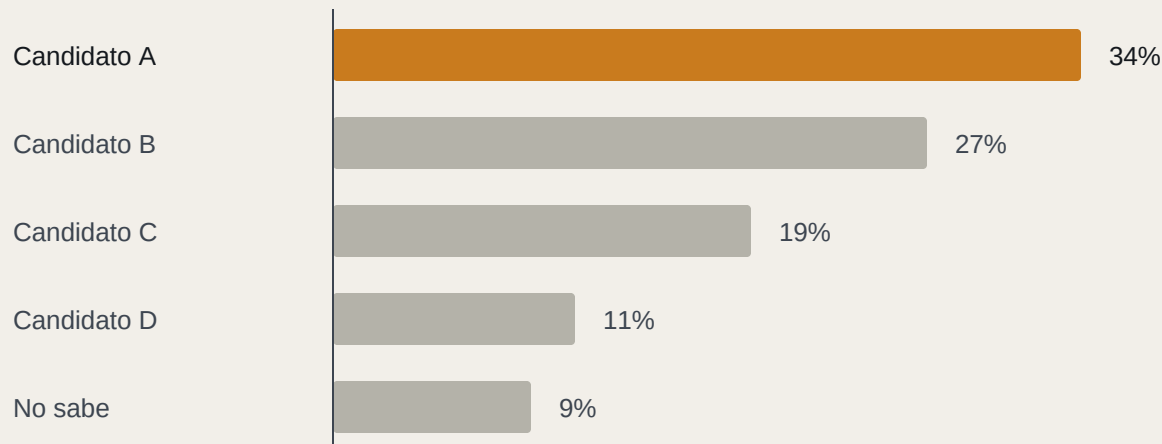
FICHA TÉCNICA Y PIE DE FUENTE

Regular · 11 pt · tracking 1.5

Regla no negociable: números tabulares en toda tabla de resultados. Si las cifras no alinean columna con columna, el documento se lee amateur por más correcta que sea la metodología.

Aplicación en gráficas

Un solo color de énfasis por gráfica. El ámbar señala el dato del que trata el estudio; todo lo demás va en gris. Esa disciplina es lo que hace que una postal de Ratio se reconozca en el scroll sin necesidad de ver el logotipo.



INTENCIÓN DE VOTO · N=1,000 · MARGEN $\pm$ 3.1% · CONFIANZA 95% · LEVANTAMIENTO TELEFÓNICO



34%

de la intención de voto

Formato de postal

Dato grande, contexto corto,
isotipo arriba, ficha al pie.

RATIO · ESTUDIOS DE OPINIÓN

Los archivos de logotipo acompañan este manual en SVG (maestro, escalable) y PNG a 3x (uso rápido en redes y presentaciones).