





MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

- 
- 
1. INTRODUCCIÓN
 2. Terminología
 3. LA MARCA
 - 3.1 Bases
 - 3.2 Filosofía
 - 3.3 Representación
 - 3.4 Construcción
 - 3.5 Color
 - 3.6 Positivo /negativo
 - 3.7 Tamaños
 - 3.8 Tipografía
 4. VARIANTES Y OTROS USOS
 5. USOS NO CORRECTOS
 6. APLICACIONES
 7. Identificadores



Este manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la identidad visual de Sopó es Nuestro Tiempo.

Como elementos constitutivos establecen las pautas de construcción, el uso de tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

La consolidación de la imagen de marca necesita una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

El manual debe ser por tanto una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la imagen corporativa.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



Para lograr una mejor comprensión de este manual, se exponen a continuación los términos más empleados

Identidad Corporativa

Manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. En general, incluye un logotipo y elementos de soporte, generalmente coordinados por un grupo de líneas maestras que se recogen en un documento denominado manual de identidad corporativa.

Imagen de marca

Percepción de la identidad de la marca en la mente de los consumidores y se puede definir como: “El conjunto de representaciones mentales, tanto cognitivas como afectivas, que una persona o un grupo de personas tiene frente a una marca o una empresa.

Isologo

Identificador gráfico que sirve para firmar las comunicaciones de una entidad (empresa, producto, servicio, institución, etc.). Un isologo se forma por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual representado con signos tipográficos.



Isotipo

Parte de la composición de un logotipo en un diseño gráfico como publicitario.

Logotipo

Es un signo gráfico que identifica a una empresa, un producto comercial, un proyecto, o en general, a cualquier entidad pública o privada. Antes Históricamente, los artesanos del barro, del cristal, de la piedra, los fabricantes de espadas y artilugios de hierro fino, así como los impresores, utilizaban marcas para señalar su autoría.

Manual de Identidad Corporativa

Documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. En él, se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.



Marca Corporativa

Conjunto de elementos que integran la identidad visual de una organización: logotipo, isotipo, colores y tipografía. En un sentido más amplio, comprende además todos los mecanismos llevados a cabo para proporcionar la citada identidad (anuncios publicitarios, presentación de productos, prestación de servicios, uniformes, etc.)

Símbolo

Representación perceptible de una idea, con rasgos asociados por una convención socialmente aceptada. Es un signo sin semejanza ni contigüidad, que solamente posee un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de una clase intencional para su designado.

Tipografía Corporativa

Arte y la técnica en el manejo y selección de tipos para crear trabajos de impresión. Al método de impresión que hace uso de tipos, también se le denomina "tipografía o impresión tipográfica" (letterpress) en contraposición a otros métodos existentes, tales como impresión ófset, impresión digital, etc.





3 LA MARCA

Para el diseño de Sopó es nuestro Tiempo nos inspiramos en:

COLORES

Los colores usados son los de la bandera de nuestro municipio, además del verde que es el color emblema de nuestro municipio.

Azul: que simboliza el cielo que nos cubre y su riqueza hídrica.

Blanco: que representa la tranquilidad que se respira y la paz que se vive.

Verde: color característico de los campos de nuestra región, conservando la riqueza de fauna y flora con la que contamos en nuestro municipio.

TRADICIÓN

Diseño en la primera O: nos basamos en el escudo usando su diseño precolombino muisca del tercer cuadrante, que representa la cultura aborígen que se asentó en este territorio.





Nuestra marca ofrece:

- CONFIANZA
- INNOVACIÓN
- CALIDAD
- PROFESIONALISMO
- CERCANÍA
- PERTENENCIA
- IDENTIDAD
- TRABAJO

Logotipo

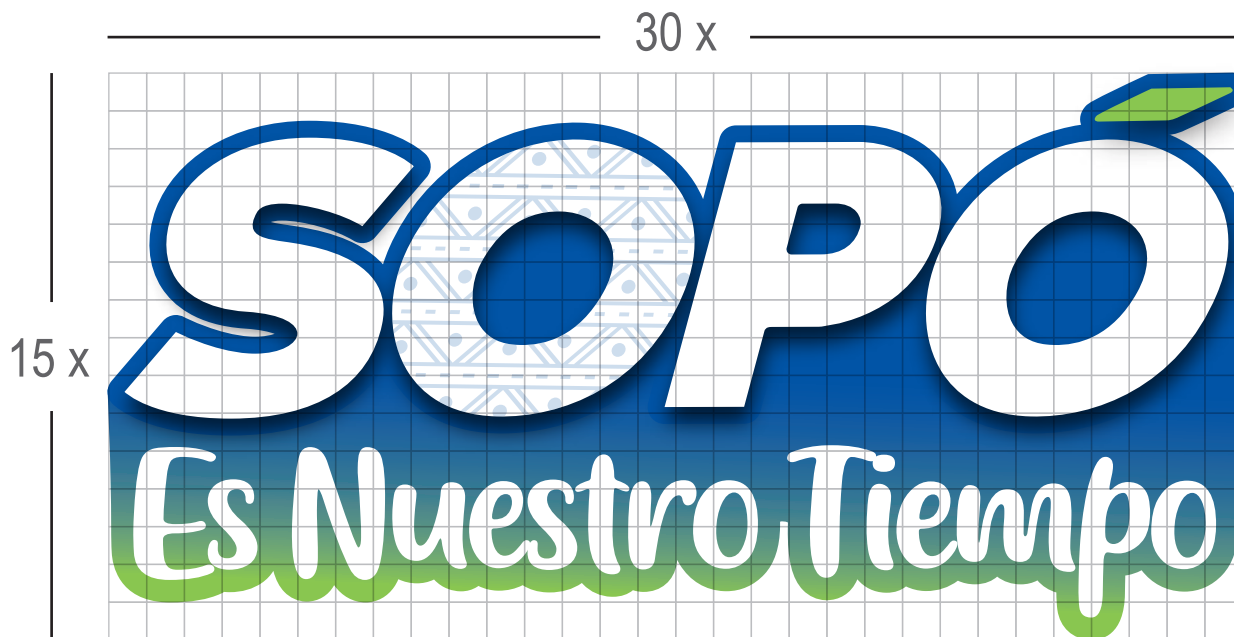


3.3 LA MARCA Representación

Construcción y Modulación

El logotipo se inscribe y construye sobre una superficie modular proporcional al valor X.

Se establece como unidad de medida, de esta manera, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.



Área de Protección

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo.

Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por el centro de la letra P, dejándola tal cual en los lados y girándola a 90° para las partes superior e inferior.



Fuentes utilizadas en el Logo

Arial

Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Friendly Schoolmates

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890



Versión Pantone

AZUL
293 C

VERDE
376 C

Versión CMYK

AZUL
C 100%
M 75%
Y 0%
K 0%

VERDE
C 50%
M 0%
Y 90%
K 0%

Versión RGB

AZUL
R 0
G 72
B 153

VERDE
R 149
G 194
B 61



Versión Grises

NEGRO
100%

NEGRO
50%



SOPO
Es Nuestro Tiempo

Versión 1 TINTA

AZUL
100%

VERDE
100%

NEGRO
100%



SOPO
Es Nuestro Tiempo



POSITIVO

SOPO
Es Nuestro Tiempo

NEGATIVO

SOPO
Es Nuestro Tiempo



POSITIVO

SOPO
Es Nuestro Tiempo

NEGATIVO

SOPO
Es Nuestro Tiempo

Desde un tamaño máximo ilimitado,
se establecen unos tamaños mínimos
de reproducción impresa y digital.

Impresión
OFFSET/SERIGRAFÍA



Digital
WEB/VIDEO



3,7 LA MARCA Tamaño mínimo

Arial Narrow Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial Narrow Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial Narrow Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial Narrow Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

La familia tipográfica que se recomienda para acompañar a la imagen corporativa en la parte institucional, es la Arial Narrow.

Para su uso en toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa.

Se eligió esta tipografía por su claridad, estilo sencillo y buena legibilidad.



4 VARIANTES Y OTROS USOS



4 VARIANTES SOBRE COLORES INSTITUCIONALES



Fondo de color claro
no corporativo

Imagen o fotografía
con predominio oscuro



4 VARIANTES FONDO PLANO Y FOTOGRÁFICO

SOPÓ
Es Nuestro Tiempo

Fondo de color oscuro
no corporativo

Imagen o fotografía
con predominio claro

SOPÓ
Es Nuestro Tiempo

4 VARIANTES FONDO PLANO Y FOTOGRÁFICO



5 USOS NO CORRECTOS



Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta de la marca. El mal uso desvirtúa y perjudica la notoriedad de la misma. Estas recomendaciones son extensivas a todas las variantes de la marca.



- MAL USO O MODIFICACIÓN DE LOS COLORES CORPORATIVOS
- CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN O ELIMINACIÓN DE LOS ELEMENTOS
- CAMBIO DE TIPOGRAFÍA
- DISTORSIÓN DE LAS PROPORCIONES HORIZONTAL Y VERTICAL
- USO EN BAJA RESOLUCIÓN
- USO DE EFECTOS O FILTROS SOBRE ESTE

5 USOS No Correctos



6 APLICACIONES



6 APLICACIONES PAPELERÍA



6 APLICACIONES MERCHANDISING



Oficina de
**Control
Interno**



Secretaría de
Salud

Secretaría de
Cultura

Secretaría de
**Desarrollo
Económico**

Secretaría de
**Desarrollo
Institucional**



Secretaría de
Educación

Oficina Asesora de
**Planeación
Estratégica**

Secretaría de
Gobierno

Oficina Asesora
**Jurídica y de
Contratación**

Secretaría de
Hacienda

Secretaría de
Infraestructura

Secretaría de
**Urbanismo y
Desarrollo Territorial**

Dirección de
**Mujer, Equidad
Y Género**

Dirección de
Vivienda

Dirección de
Turismo

Secretaría de
**Ciencia, Tecnología
e Innovación**

Secretaría de
**Desarrollo
Social**



7 IDENTIFICADORES SECRETARÍAS



SOPO
Es Nuestro Tiempo