



SERVICIOS INTEGRALES
DIPLOMÁTICOS

J-40911793-6

MANUAL DE IDENTIDAD

INTRODUCCIÓN

El presente Manual tiene como fin recoger los elementos de identidad gráfica de **Servicios Integrales Diplomáticos (SIDCA)** y la gama de aplicaciones de uso más generalizado.

La denominación, la tipografía y los colores corporativos serán de utilización exclusiva para todos los documentos que se editen, no estando permitida su utilización en versiones y formatos distintos a los que se especifican en los apartados correspondientes de este Manual.

Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar definitivamente su Identidad Visual.

ÍNDICE

1. LA MARCA	3
1.1 LOGOTIPO	3
1.2 ZONA DE SEGURIDAD	5
1.3 USO MÍNIMO	6
1.4 USOS CORRECTOS	7
1.5 USOS INCORRECTOS	8
1.6 VARIANTES	9
2. COLORES CORPORATIVOS	10
3. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA	11

1. LA MARCA

La marca es un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores.

La marca, además de ser un elemento de diferenciación de empresas y organizaciones, permite al consumidor identificar con mayor rapidez los productos y servicios que necesite. Desde el punto de vista de las empresas les permite diferenciarse de la competencia y les ayuda a establecer una determinada posición en la mente de sus clientes (actuales y potenciales).

1.1 LOGOTIPO

El logotipo es el elemento que puede ser reconocido a la vista pero que no puede ser pronunciado o expresado.

El logotipo o logo es un importante elemento que forma parte de la marca porque ayuda a que ésta sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida y dependiendo el caso, mentalmente relacionada con algo con lo que existe cierta analogía.



SERVICIOS INTEGRALES
DIPLOMÁTICOS

1.2 ZONA DE SEGURIDAD

Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo.

Definir una zona de seguridad para el logotipo o marca asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.



La zona de seguridad está representada por el ancho de la letra “D”.

1.3 USO MÍNIMO

Se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el logotipo conservando su adecuada visibilidad.

Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line o impreso.

Tamaño mínimo para soporte on-line:



Tamaño mínimo para soporte impreso:



1.4 USOS CORRECTOS



Con RIF



Positivo



Negativo



Fondos claros



Escala de grises

1.5 USOS INCORRECTOS



Fondos que incluyan algunos de los colores de la marca



Fondos que incluyan algunos de los colores de la marca



Fondos oscuros

1.6 VARIANTES



Símbolo



Símbolo y Marca

2. COLORES CORPORATIVOS



R: 55 **G:** 138 **B:** 221
C: 73% **M:** 40% **Y:** 0% **K:** 0%
#378ADD



R: 12 **G:** 72 **B:** 104
C: 97% **M:** 70% **Y:** 38% **K:** 23%
#0C4868

3. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante, no obstante se definirá una tipografía auxiliar para soportes informáticos.

Iskoola Pota

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

TIPOGRAFÍA ALTERNATIVA

(Para comunicaciones internas o externas)

Verdana

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

En sus versiones
Regular, *Italic*,
Bold y ***Bold***
Italic



SERVICIOS INTEGRALES
DIPLOMÁTICOS

WWW.SERVICIOSINTEGRALESDIPLOMATICOS.COM