
SINTRAPOSITIVA



SINTRAPOSITIVA

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ÍNDICE

1. **INTRODUCCIÓN**
2. **OBJETIVO DEL MANUAL**
3. **SISTEMA DE IDENTIFICADORES VISUALES**
   - 3.1. Logotipo
   - 3.2. Plano técnico
   - 3.3. Zona de exclusión
   - 3.4. Gama de colores
   - 3.5. Usos correctos
   - 3.6. Usos incorrectos
   - 3.7. Tamaño de resolución
   - 3.8. Aplicaciones en fotografía
   - 3.9. Tipografía
   - 3.10. Representante de marca

4. SISTEMA DE SOPORTES GRÁFICOS

- 4.1. Tarjeta de presentación
- 4.2. Hojas membrete



A continuación, se establecerá como se conforma la identidad visual de la marca, el conjunto de elementos y signos que le permitirán a SINTRAPOSITIVA ser reconocido por los clientes, así como la proyección y comunicación en diferentes soportes corporativos del sindicato a nivel de marca y sobre todo para proyectar una imagen sólida y coherente.

OBJETIVO DEL MANUAL

Esta guía fue elaborada para mejorar la identidad visual de la marca con el fin de agregar coherencia, confiabilidad y credibilidad a nuestros contenidos.

Todos los tipos de comunicaciones de marca tendrán un mejor rendimiento y una aplicación consistente si hacen uso de los principios de este manual.

Los principios presentados aquí deben ser utilizados estrictamente para garantizar una comunicación efectiva de la marca, acorde al concepto SINTRAPOSITIVA





SISTEMA DE IDENTIFICADORES VISUALES

3.







LOGOTIPO

La mezcla entre la equidad, la transparencia, el respeto y el compromiso en el trabajo se unen en un concepto que pretende transmitir los detalles de nuestra personalidad. Nacidos como la gran mayoría de los sindicatos, desde el trabajo justo y digno, SINTRAPOSITIVA, demuestra en cada detalle de su logotipo su fuerza, su modernidad, dinamismo y minimalismo para transmitir seguridad y la evolución como marca. Un elemento trascendental como el puño alzado, se plasma saliendo desde el suelo, demuestra el trabajo honesto y respetuoso hecho por nuestra gente, un trabajo hecho a pulso, que nos identifica como líderes sindicales y nuestra responsabilidad.

Escogimos una tipografía fuerte, moderna y legible, junto a tres colores que destacan una composición entre lo conceptual y lo moderno. Una combinación que denota nuestro compromiso con la evolución, y el carácter de nuestros servicios. Así es como fundamentamos el diseño de un logo que invita al trabajo digno y justo.





Retícula básica de la creación de la estructura del logotipo parte del nombre, buscando la armonía y equilibrio en sus formas.
Se define a “x” como la variable de medición para el plano técnico. Se considera como medida única teniendo en cuenta la mínima unidad del identificador, que en este caso será para el logotipo con símbolo el grosor de A de SINTRAPOSITIVA

ZONA DE EXCLUSIÓN



Se entenderá como zona de exclusión como el espacio no visible de respeto que tendrá la marca con otros elementos que se encuentren en el área. Este corresponde a la medida “x ”.

Colores logo

RGB
0 103 56
CMYK
100 0 46 60
HEX: #006738

RGB
226 255 69
CMYK
11 0 73 0
HEX: #E2FF45

RGB
245 239 191
CMYK
0 2 22 4
HEX: #F5EFBF

Colores web

RGB
0 103 56
CMYK
100 0 46 60
HEX: #006738

RGB
226 255 69
CMYK
11 0 73 0
HEX: #E2FF45

RGB
245 239 191
CMYK
0 2 22 4
HEX: #F5EFBF

A continuación, se da a conocer la muestra de colores en diferentes sistemas de medios en la cual se presenta la marca. Es importante tener en cuenta que dependiendo del medio en que se presente, puede haber alteraciones de color, por lo que es necesario una revisión previa.



Color



Versión blanco y negro



Versión blanco y negro negativo

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro o el color segundario.

SINTRAPOSITIVA

Color

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro o el color segundario.

SINTRAPOSITIVA

Versión blanco y negro

SINTRAPOSITIVA

Versión blanco y negro negativo



CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN O ELIMINACIÓN DE LOS ELEMENTOS



MODIFICACIÓN DE LOS COLORES CORPORATIVOS



DISTORCIÓN DE LAS PROPIEDADES VERTICAL



USO DE EFECTOS



USO EN BAJA RESOLUCIÓN



DISTORCIÓN DE LAS PROPIEDADES HORIZONTAL

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

SINTRAPOSITIVA

0.4 cm x 2.5 cm



4 cm x 2.54 cm

Para SINTRAPOSITIVA es el tamaño en el cual se puede reproducir acertadamente el identificador sin que pierda legibilidad para la marca.
Se recomienda en la versión horizontal manejar una proporción mínimo de 4 mm x 25 mm y en la versión vertical manejar una proporción mínimo de 40 mm x 25.4 mm. Si se maneja una proporción menor a esta, la marca perderá legibilidad.



Fondo de color corporativo



Fondo fotográfico claro



Fondo fotográfico oscuro



Uso exclusivo isotipo

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotográficos, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

Trebuchet MS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !”#$%&/()=?¡

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !”#$%&/()=?¡

La familia tipográfica que se eligió para el logotipo es Arial por su estilo sencillo y buena legibilidad.

Trebuchet MS como fuente para documentos por sus características Legibles, que promueve una lectura incluyente para las personas con dificultad como lo es la dislexia.

Helvetica se escogió como fuente para objetos visuales, por sus características minimalistas e igualmente legibles en cualquier tamaño.

Por definir



(Por definir) es un hombre de 35 años, trabajador y un empleado feliz que goza de los muy buenos beneficios que Sintrapositiva ha logrado en el sector financiero, asegurador y de la seguridad y salud en el trabajo de Colombia, tiene barba y gusta de vestir ropa casual en la oficina pero también más formal si la situación lo amerita, (Por definir) viste de los colores representativos de la marca Sintrapositiva y de ahora en adelante, el será el representante, de vez en cuando lo verás comprometido ayudando y asistiendo a las partes interesadas de Sintrapositiva para enamorar y sostener nuevos afiliados.

SISTEMA DE SOPORTES GRÁFICOS

4.

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Sintrapositiva, se recomienda seguir una serie de normas genéricas. Ordenar y aplicar de forma correcta el logo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

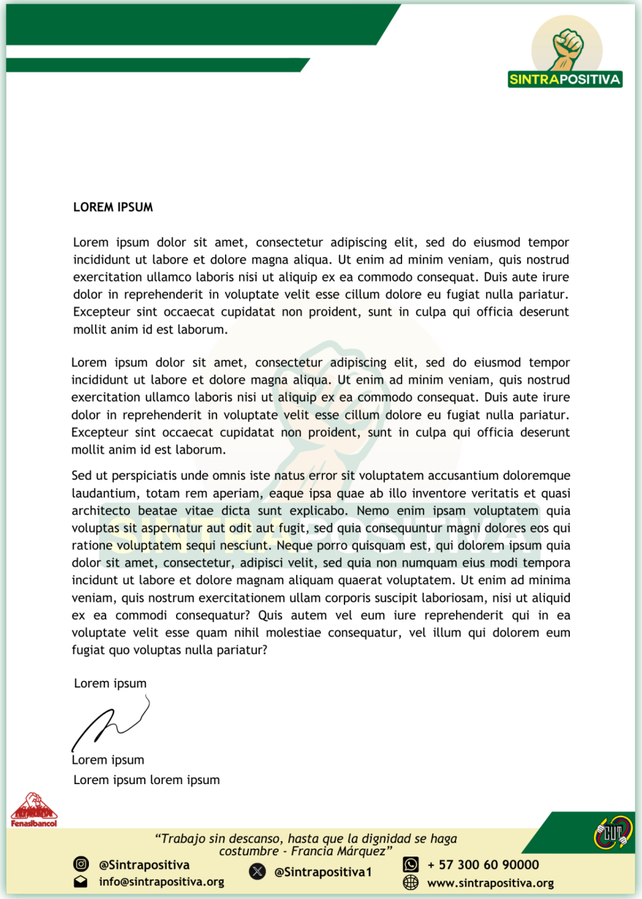



SINTRAPOSITIVA


MILTON OSWALDO HERNÁNDEZ RAMOS
Presidente
(+57) 311 532 4026
presidencia@sintrapositiva.org
SINTRAPOSITIVA
sintrapositiva.org

HOJA MEMBRETADA





Formato: Carta
Color: Blanco
Gramaje: Bond 90 gramos
Tintas: 2x0 (1ra. hoja)
1x0 (siguientes hojas)


SINTRAPOSITIVA