



M-MKT-001 Identidad de marca



Responsables

Elaboró:	Coordinador de Marketing
Revisó:	Control de Documentos
Aprobó:	Dirección General

Control de versiones

Versión	Fecha	Descripción del cambio
1	07/06/19	Emisión inicial
2	11/10/22	Actualización de formato y revisión general del documento.

Contenido

1.	Introducción.....	3
2.	Alcance	3
3.	Definiciones.....	3
4.	Descripción del manual.....	4
5.	ADN de la marca.....	4
6.	Uso correcto del logo	6
7.	Fuentes y estilo de textos	7
8.	Elementos visuales y de apoyo	8
9.	Uso de fotografías.....	9
10.	Anexos.....	9

1. Introducción

El presente manual de identidad de marca señala el correcto uso del logo de Silent4Business.

2. Alcance

Colaboradores de Silent4Business en todas sus áreas y niveles jerárquicos.

3. Definiciones

- **ADN de la marca:** es la esencia de la identidad de la empresa. Condensa todos los puntos de desarrollo y factores de crecimiento que posee una organización y que hacen que dicha marca pueda ser exitosa a través del tiempo.
- **Logotipo (logo):** Un **logotipo** es un símbolo compuesto por elementos gráficos, texto e imagen **que sirve como** la identificación visual de una empresa.
- **Fuente:** del inglés “font”, es el conjunto de modelos (letras, signos y otras marcas) que representan a cada uno de los caracteres de una letra, con base en un diseño particular.

4. Descripción del manual.

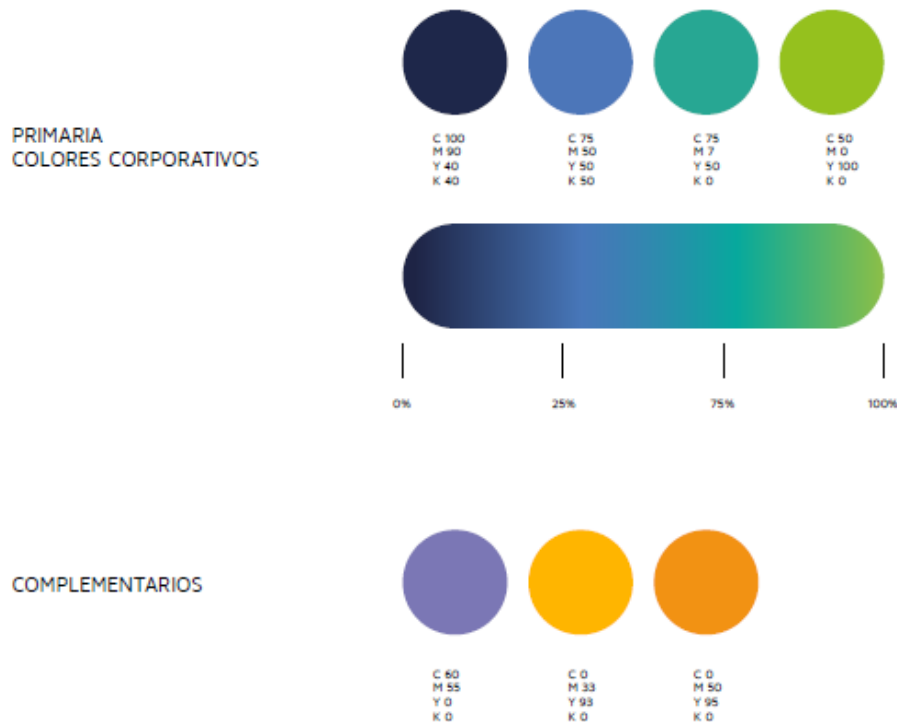
5. ADN de la marca



El logo de Silent4Business es el siguiente:



Los colores permitidos para ser utilizados en material interno y externo se expresan a continuación:



El logo debe contemplar siempre un área de protección igual al diámetro del círculo central, ningún elemento o límite de área deberá traspasar esta zona de protección. El logo puede ser usado en calado (blanco) sobre fondos oscuros o a una sola tinta (azul o negra) sobre fondos claros. Siempre debe garantizarse la visibilidad y lectura, si se usa sobre colores distintos o sobre fotos.





6. Uso correcto del logo

- No cambiar la dirección de la gradiente de color, el azul más oscuro deberá estar siempre abajo, seguido del azul claro, el aqua y el verde en la parte superior.
- No cambiar el color corporativo del logo, ni siquiera por uno de la paleta de color corporativa.
- No se puede colocar sobre fondos de otros colores, o fotos que no garanticen la correcta lectura de todos los elementos.
- De igual manera no se permite la modificación de los elementos, tipografía, logo, símbolo y configuración bajo ningún argumento.



7. Fuentes y estilo de textos

La fuente de uso es la familia Maven de uso libre, descargable en Google Fonts, permite una apariencia limpia de fácil legibilidad, da sentido perceptual de innovación y tecnología, sin adornos innecesarios.

Maven
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!\$%&

Maven Medium
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!\$%&

Maven Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!\$%&

Maven Black
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!\$%&

8. Elementos visuales y de apoyo

Usaremos como motivo visual las terminaciones de nuestro logo, que nos ayudarán a generar elementos que refuercen el sentido de nuestra identidad. Para términos prácticos a estos elementos los nombraremos “chips” o circuitos. El color de nuestros chips siempre será una gradiente del azul claro al fuerte, para que no compita en atención con nuestro logo. Los chips se deben usar como elementos visuales que acompañen nuestra comunicación.



Íconos e ilustraciones



9. Uso de fotografías

Las fotos deben representar el uso de la tecnología al servicio de las personas, las empresas y la productividad. Preferir fotos de gente trabajando en un ambiente agradable, con presencia de tecnología, gente disfrutando de servicios tecnológicos y enfocada en las ideas, en el trabajo en equipo y la productividad, sin preocuparse por la seguridad de su información.

Gente joven y de mediana edad, con energía, emprendedores. Gente real, propiciando a la diversidad cultural. Preferir fotos donde haya personas como el factor humano.



10. Anexos

No aplica.