



SARA JARAMILLO  
— & CONSULTORES —

# MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



# SARA JARAMILLO

— & CONSULTORES —

**El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de Sara Jaramillo & Consultores.**

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

**La consolidación de la nueva identidad necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.**

**El Manual de la identidad debe ser por tanto una herramienta “viva” y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa, y su convivencia con sus productos. Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.**

# ÍNDICE

LA MARCA

CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

EL COLOR

TIPOGRAFÍA

USOS INCORRECTOS

TERMINOLOGÍA

# LA MARCA



**Sara Jaramillo & Consultores es una empresa única, con una personalidad única.**

**El estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir los valores de la empresa.**

**Se ha creado una identidad corporativa que contiene todos los elementos que queremos expresar a través de la marca.**

# CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

## Logotipo



La forma principal es la S acompañado del nombre Sara Jaramillo, con formas sencillas.

La unión de caracteres y detalles personalizados, construyen una tipografía, que aporta a la marca una identidad propia y modernidad, fundamental para perdurar al paso del tiempo.

El logotipo debe presentarse en su única forma.

# CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN



## MODULACIÓN

El logotipo se inscribe en una superficie modular de proporciones 9x5.

El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

## AREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X", de Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).

# CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

## LOGOTIPO

### REDES SOCIALES



### IMPRESO



### DIGITAL



### TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción digital de 50 px de ancho y de 2 centímetros para impresos.

Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño de 100 píxeles de ancho.

En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.

# EL COLOR



C: 0 / M: 20 / Y: 69 / K: 0  
R: 254 / G: 208 / B: 99  
#FED063



C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 0  
R: 255 / G: 255 / B: 255  
#FFFFFF



SARA JARAMILLO  
— & CONSULTORES —

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El color principal del logotipo y símbolo, es el color blanco.



# EL COLOR



C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 0  
R: 255 / G: 255 / B: 255  
#FFFFFF



C: 92 / M: 16 / Y: 32 / K: 17  
R: 13 / G: 88 / B: 122  
#0D587A



**SARA JARAMILLO**  
— & CONSULTORES —

El color principal del logotipo y símbolo,  
para la opción en fondo blanco  
es el color azul.

# EL COLOR



C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 0  
R: 255 / G: 255 / B: 255  
#FFFFFF



C: 92 / M: 16 / Y: 32 / K: 17  
R: 21 / G: 168 / B: 155  
#15a89b



SARA JARAMILLO  
— & CONSULTORES —

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El color principal del logotipo y símbolo, es el color blanco.

# EL COLOR

## APLICACIONES CROMÁTICAS



SOBRE NEGRO



SOBRE AZUL



AZUL SOBRE BLANCO



SOBRE GRIS



SOBRE ENTORNO FOTOGRÁFICO  
CLARO



SOBRE ENTORNO FOTOGRÁFICO  
OSCURO

# TIPOGRAFÍA



**SARA JARAMILLO**  
— & CONSULTORES —

La familia tipográfica corporativa es: Cinzel Bold.  
De uso en toda la comunicación interna,  
señalética y comunicación externa.

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

El logotipo fue creado con tipografía: Cinzel Bold.

**AQ** CINZEL BOLD  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

# USOS INCORRECTOS



Se recomienda un especial cuidado en evitar usos incorrectos que afectan a la Identidad Corporativa.



SARA JARAMILLO

— & CONSULTORES —

Cambios en la distribución de los elementos



SARA JARAMILLO

— & CONSULTORES —

Cambios en los colores



SARA JARAMILLO

— & CONSULTORES —

Distorsión en su proporción horizontal.



SARA JARAMILLO

— & CONSULTORES —

Distorsión en su proporción vertical



SARA JARAMILLO

— & CONSULTORES —

Cambios en la tipografía



SARA JARAMILLO

— & CONSULTORES —

Eliminación de elementos del logotipo

# TERMINOLOGÍA

Para lograr una mejor comprensión de este Manual, se exponen a continuación las definiciones más comunes de los términos empleados.

## IMAGEN CORPORATIVA

La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una Entidad. Es la imagen mental ligada a una Corporación y a lo que ella representa.

## IDENTIDAD CORPORATIVA

El conjunto de características específicas y personales de una Entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorizable de sí misma y la diferencian de los demás entidades. El término Identidad Corporativa, por el que entendemos su carácter específico, implica todo lo que una empresa representa: sus productos, su comunicación, sus inmuebles...

## IDENTIDAD VISUAL

La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.

## MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la Identidad Corporativa en el plano del diseño.

## LOGOTIPO O MARCA

La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: logotipo, símbolo/anagrama y color.

## TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de Identidad Visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.



SARA JARAMILLO  
— & CONSULTORES —