



Sinpromi
Sumando capacidades

MANUAL DE USO DE LA MARCA

Antecedentes

Partimos de una imagen consolidada en el tiempo, pero que con el paso de los años viene arrastrando algunas carencias de forma a corregir. Un claim demasiado extenso, por ejemplo. Lo ideal es siempre buscar la simplificación máxima para que sea más fácil de memorizar y reconocer. Así mismo, la propia tipografía tan condensada, en general, se desaconseja porque resta legibilidad y más si nos dedicamos a la inclusión y la facilitación de recursos para todas esas personas que acceden a la realidad con otras capacidades o disfunción de las mismas.

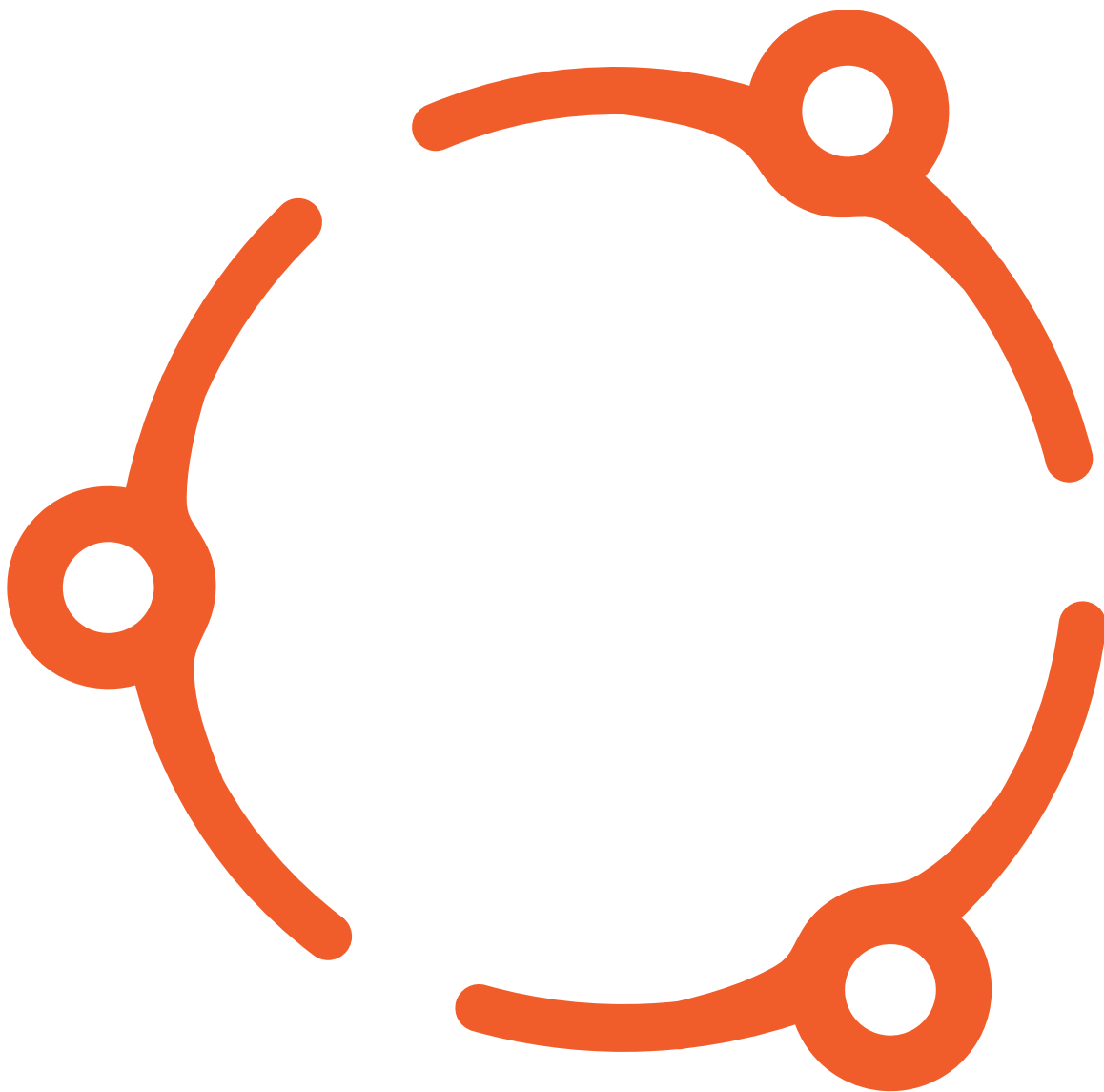


Símbolo

El elemento principal o símbolo del que partimos para representar a la entidad, pretende ser una evolución del círculo anterior que envolvía la letra 'I'

Queremos seguir siendo inclusivos, abrazar y envolver el grupo de pertenencia. Apoyar al individuo desde el círculo cercano de familia, amigos y grupos de trabajo.

Tod@s somos iguales aquí.



Logotipo

El elemento fundamental de la imagen de marca es la identidad corporativa, un vehículo de comunicación funcional y transmisor de la identidad. Su función es: distinguir, diferenciar, hacer reconocer y hacer reconocible a SINPROMI. Para ello deberían respetarse las normas de este manual, con el fin de lograr un uso homogéneo y correcto de la marca.

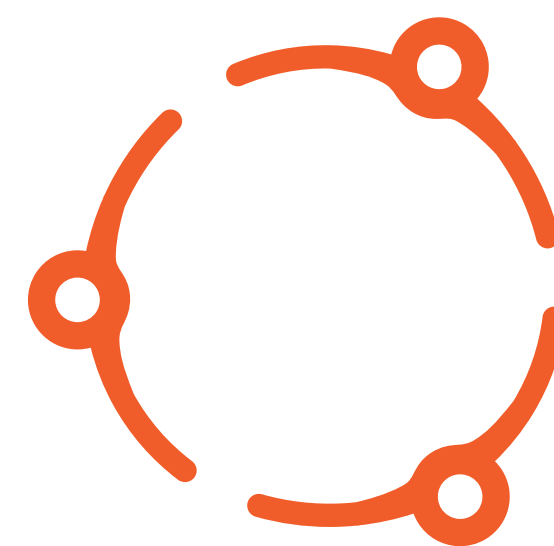
SINPROMI además adopta el reto de actualizar y ampliar el posicionamiento de su ya larga trayectoria a través de los recursos de la propia marca como el color, la tipografía, un lenguaje más simplificado y específico.



Claim

Sumando capacidades pretende resumir un amplio espectro de actividades bajo las que actúa SINPROMI. Pero es también una promesa de futuro, una guía para caminar e integrar, sumar, aportar; en definitiva, ayudar.

Para esta versión con descriptivo el símbolo se ajusta en altura para armonizar el peso de toda la estructura.



Sinpromi
Sumando capacidades

Versiones cromáticas

Para aplicaciones donde se necesite usar una sola mancha de color, sea Pantone en offset o tinta plana en serigrafía, etc. usaremos la marca completa en el mismo color tanto en positivo como en negativo.



Versiones cromáticas

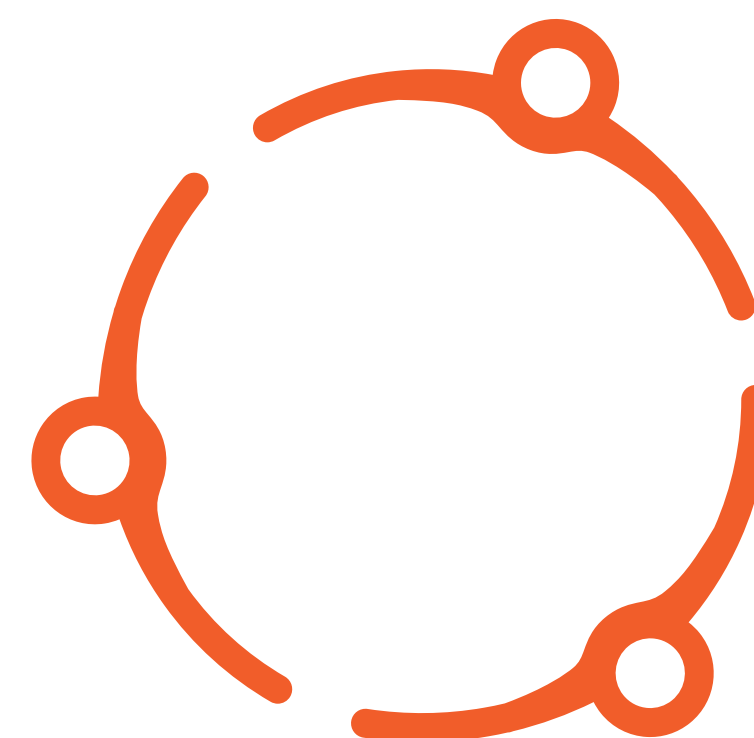
De la misma manera y según necesidades de impresión, se usará la marca en sus versiones de positivo y negativo en blanco y negro.



Versiones formales

Versión vertical del logotipo, válido en las mismas opciones de color que la horizontal.

Se usará cuando se requiera por limitaciones de espacio o mejor convivencia al lado de otras marcas.



Sinpromi
Sumando capacidades

Tipografía principal

La tipografía de origen **K2D** de aspecto juvenil y redondeada en general ofrece una buena legibilidad y alto contraste en la lectura. Posee unas terminaciones semicurvas características que la hacen única y reconocible, que le aporta diferenciación a la marca.

Aa

K2D ExtraBold

abcde12345,.:
FGHIJ<`^+*-_

K2D Bold

abcde12345,.:
FGHIJ<`^+*-_

K2D Medium

abcde12345,.:
FGHIJ<`^+*-_

K2D Light

abcde12345,.:
FGHIJ<`^+*-_

K2D Thin

abcde12345,.:
FGHIJ<`^+*-_

Tipografía secundaria

La tipografía de de apoyo, **Niramit**, también posee unas terminaciones únicas a gran escala, pero sobre todo la mancha en párrafo funciona muy bien y es bastante legible en pequeños tamaños.

El cuerpo de texto de este párrafo y de este manual se configuran con esta tipografía.

Aa

Niramit Bold

abcde12345,.:
FGHIJ<`^+*-_

Niramit Medium

abcde12345,.:
FGHIJ<`^+*-_

Niramit Regular

abcde12345,.:
FGHIJ<`^+*-_

Niramit ExtraLight

abcde12345,.:
FGHIJ<`^+*-_

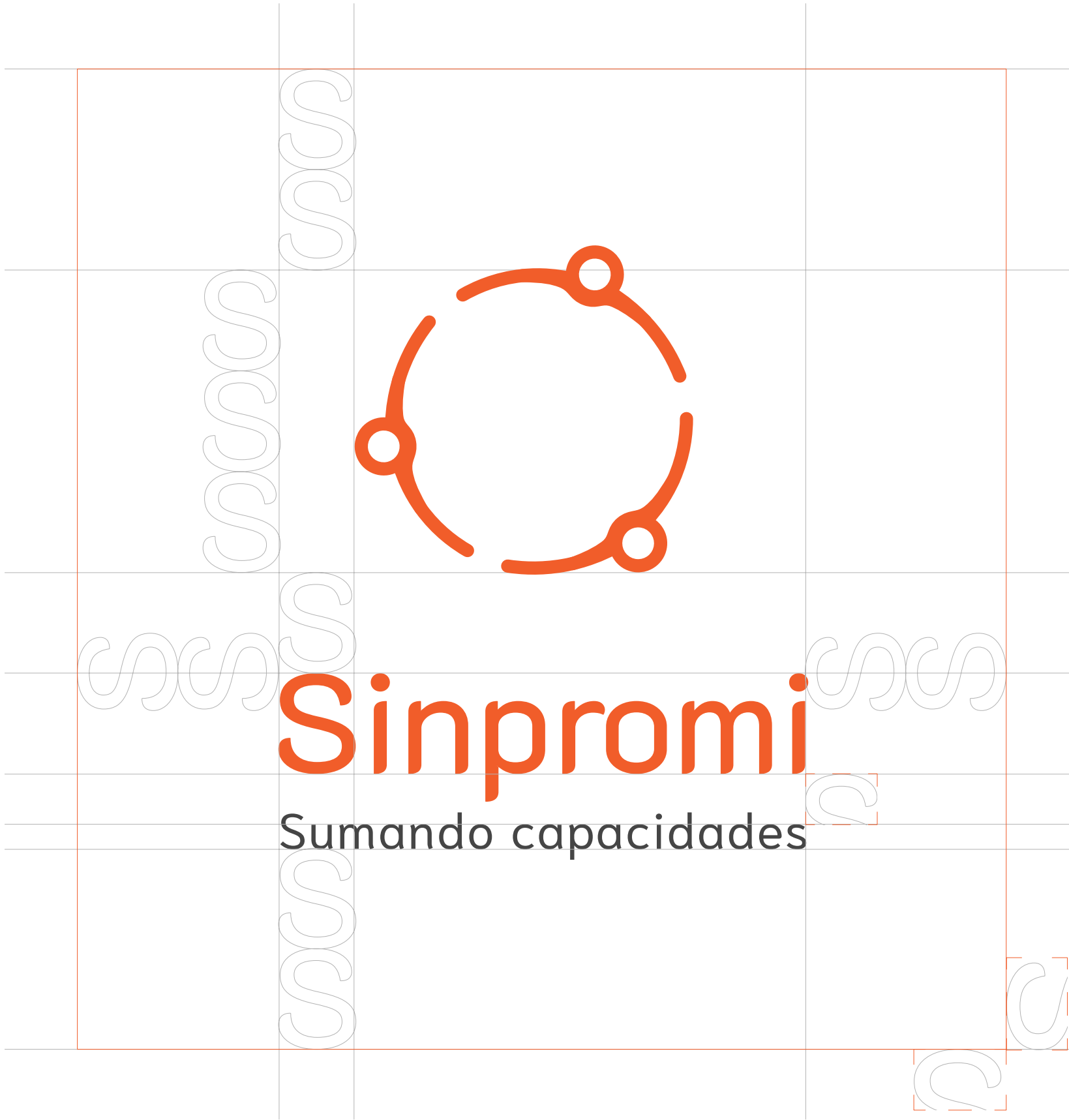
Área de respeto

De una manera visual sencilla y matemáticamente armónica al mismo tiempo, usamos parte de la estructura en la construcción de los espacios, las proporciones y el área de seguridad mínimo necesario para que el logotipo se lea y se comprenda de la mejor manera posible.



Área de respeto

Del mismo modo que la versión horizontal, se construye la versión vertical, en este caso el símbolo adquiere mayor protagonismo.



Colores

Se parte del color **Pantone Orange 021 C**, que ofrece un alto contraste, óptimo para visiones afectadas por algún grado de daltonismo u afecciones similares.

Sin ser negro 100%, el color complementario **Pantone Cool Grey 11 C**, ofrece aún un mayor contraste, y se mantiene en una gama de colores neutros para dar protagonismo al anterior.

Colores
Pantone
iniciales

Colores originales
RGB y
hexadecimal

Previsualización
real en colores de
impresión

PANTONE
Orange 021 C

RGB: 255 81 0
CMYK: 0 78 94 0
#ff5100

CMYK: 0 78 94 0

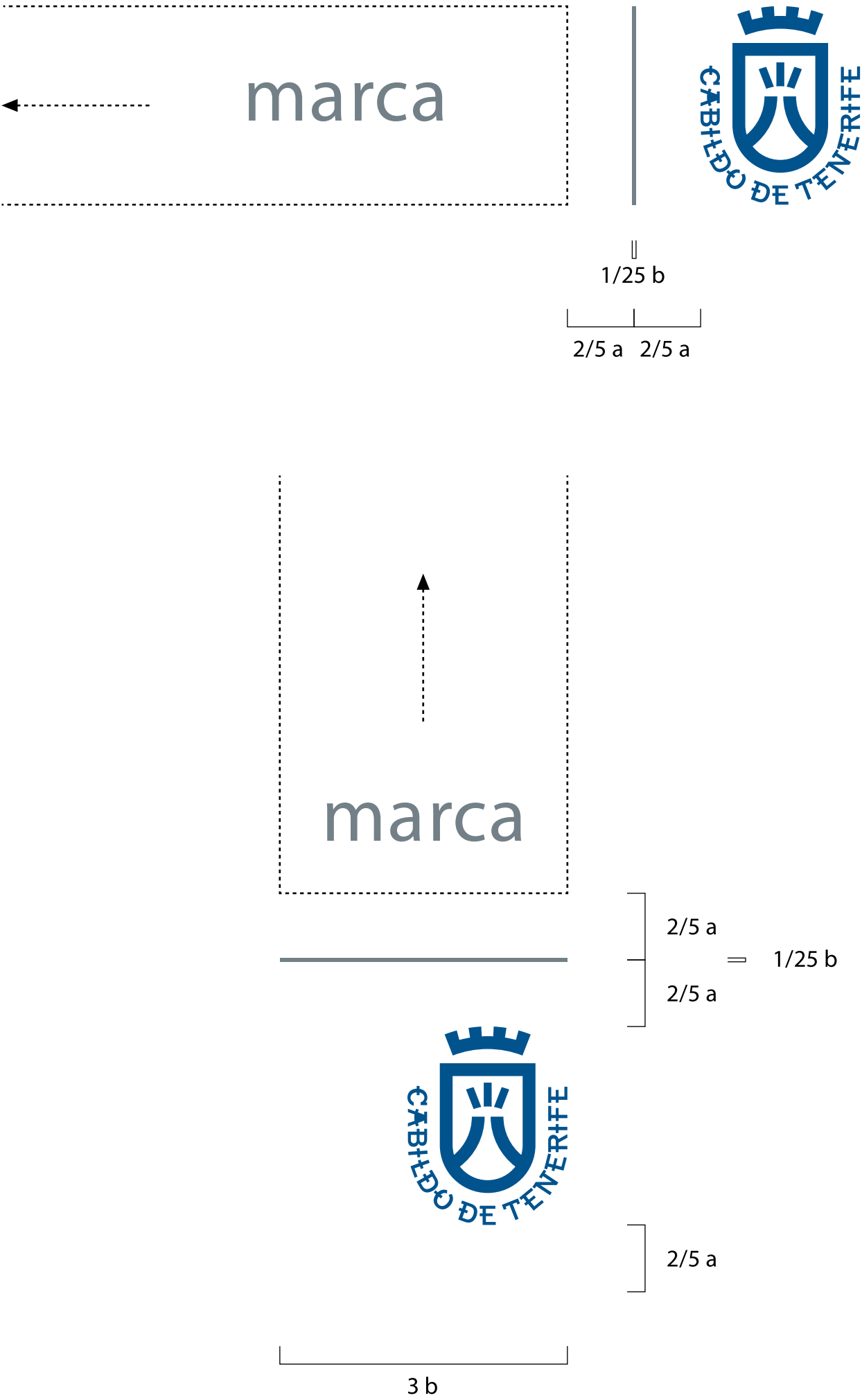
PANTONE
Cool Grey 11 C

RGB: 84 86 90
CMYK: 62 51 46 40
#54565a

CMYK: 62 51 46 40

Convivencia con la marca Cabildo de Tenerife

El propio manual de identidad visual del Cabildo de Tenerife, recoge la integración y jerarquía con marcas de **Organismos Autónomos**, entidades que integren el sector público y empresas públicas.



Convivencia con la marca Cabildo de Tenerife

El manual recoge la siguiente descripción:

Los Organismos Autónomos, las entidades que integren el sector público y las empresas públicas cuyo capital pertenezca íntegra o mayoritariamente al Cabildo Insular de Tenerife, preexistentes a la entrada en vigor de este Manual o que dispongan de imagen propia, utilizarán su marca propia acompañada de la del Cabildo Insular de Tenerife, tal y como aparece a continuación con las siguientes peculiaridades:
La marca del Cabildo irá en versión azul pantone 301. El tamaño de la marca del Cabildo no será mayor que la del Organismo o entidad.
La marca del Cabildo no se acompañará de nivel emisores.



Convivencia con la marca Cabildo de Tenerife

Así mismo se recoge el uso de versiones negativas y también junto a otros logos.



Camiseta corporativa

Se intenta realizar la intervención mínima y buscar al mismo tiempo la elegancia.



Roll Up

La convivencia con otros logotipos tratará siempre de regirse por lo descrito en el manual.



Folletos/ Flyer

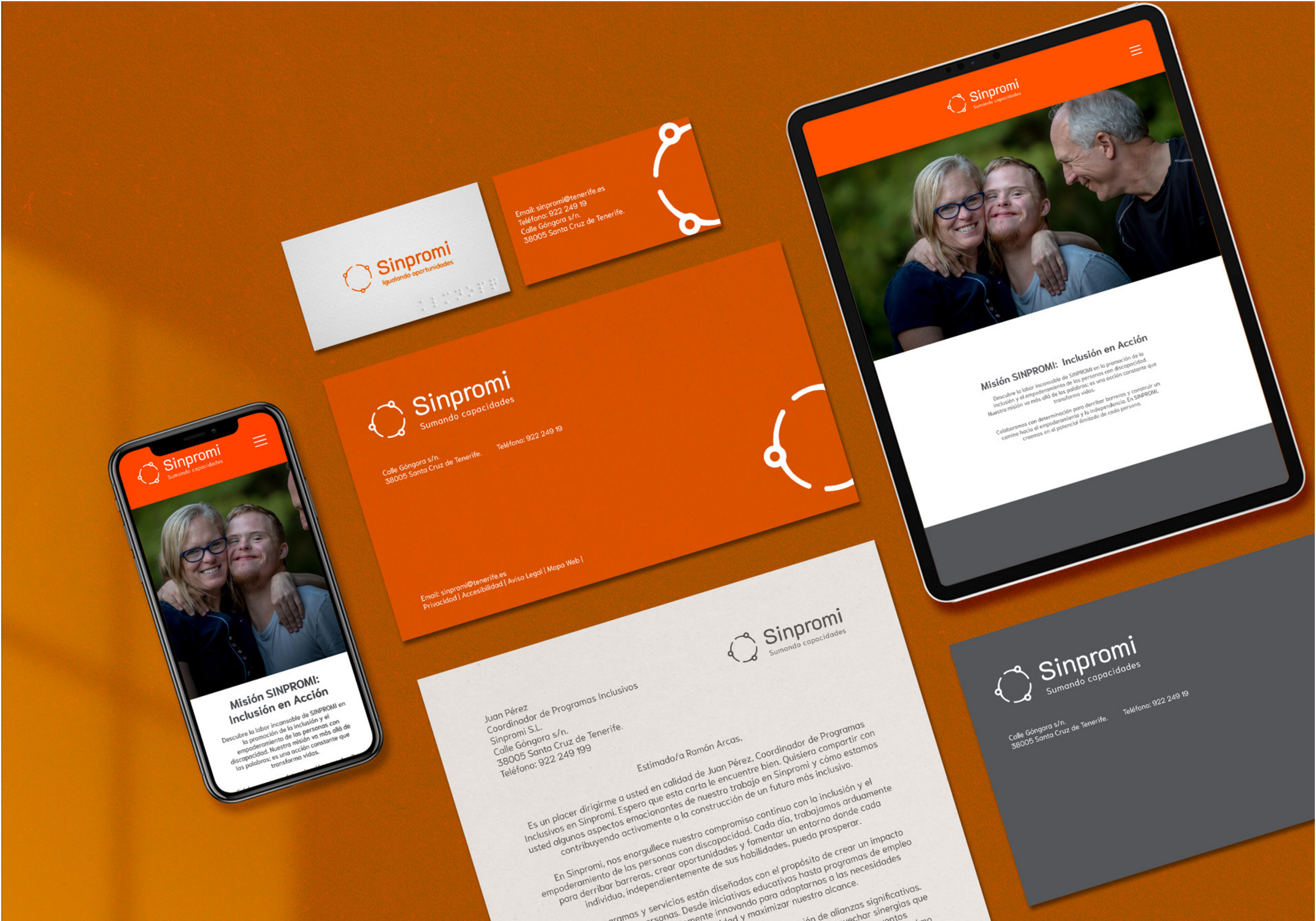
El naranja será nuestro seña de identidad principal, el color que impregne toda la marca y sus aplicaciones y eventos.



Contacto de la marca

La marca en primer plano, el primer punto de contacto suele ser una tarjeta, un documento impreso o la propia web.

Se intentará siempre tener presente la accesibilidad a todas las personas con sus capacidades, alta legibilidad de los textos, así como sencillez en la estructura y los contenidos.





Contacto de la marca

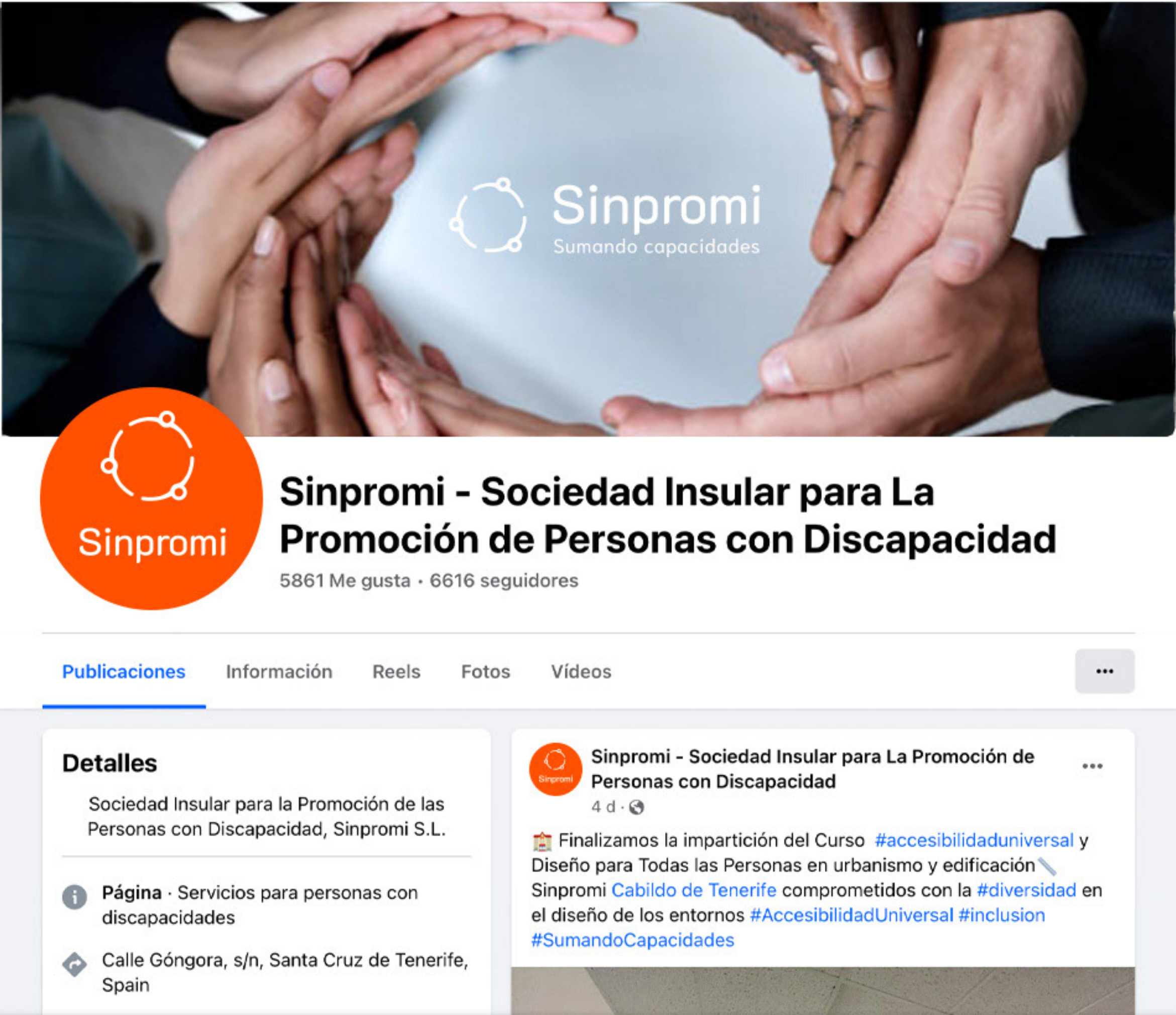
También en los eventos y en los elementos entregables para proyectos o que se vaya a llevar los usuarios se contemplará siempre el mismo uso de colores y tipografías corporativas.

facebook

Redes Sociales

Las redes sociales juegan hoy en día un papel muy importante.

Preferiblemente se deberá adaptar el contenido para el público potencial de cada una de ellas.



Merchandising

De nuevo el color naranja corporativo como insigna e identificativo principal de la marca.



Rótulos

Siguiendo la estructura de convivencia con el logotipo Cabildo de Tenerife, si fuera a convivir en los rótulos letreros luminosos, lo haría de la misma manera que establece el propio manual de la marca.



Firma mail

De nuevo, los elementos, tipografías y colores corporativos darán forma hasta el último punto de contacto como puede ser un mail directo..



Nombre Apellido Apellido
Título y cargo de posición en la empresa

Tel: 922 249 199 ext.#XXXX
email: nombre.simpromi@tenerife.es

SINPROMI SL
C/Góngora s/n 38005 S/C de Tenerife
Cabildo de Tenerife

sinpromi.es    

Antes de imprimir este mensaje, asegúrese de que es necesario. El medio ambiente está en nuestras manos. Este mensaje se dirige exclusivamente a su destinatario y puede contener información privilegiada o confidencial. Si no es Vd. el destinatario indicado, queda notificado que la utilización, divulgación y/o copia sin autorización está prohibida en virtud de la legislación vigente. Si ha recibido este mensaje por error, le rogamos que nos lo comunique inmediatamente por esta misma vía y proceda a su eliminación.

