



**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.

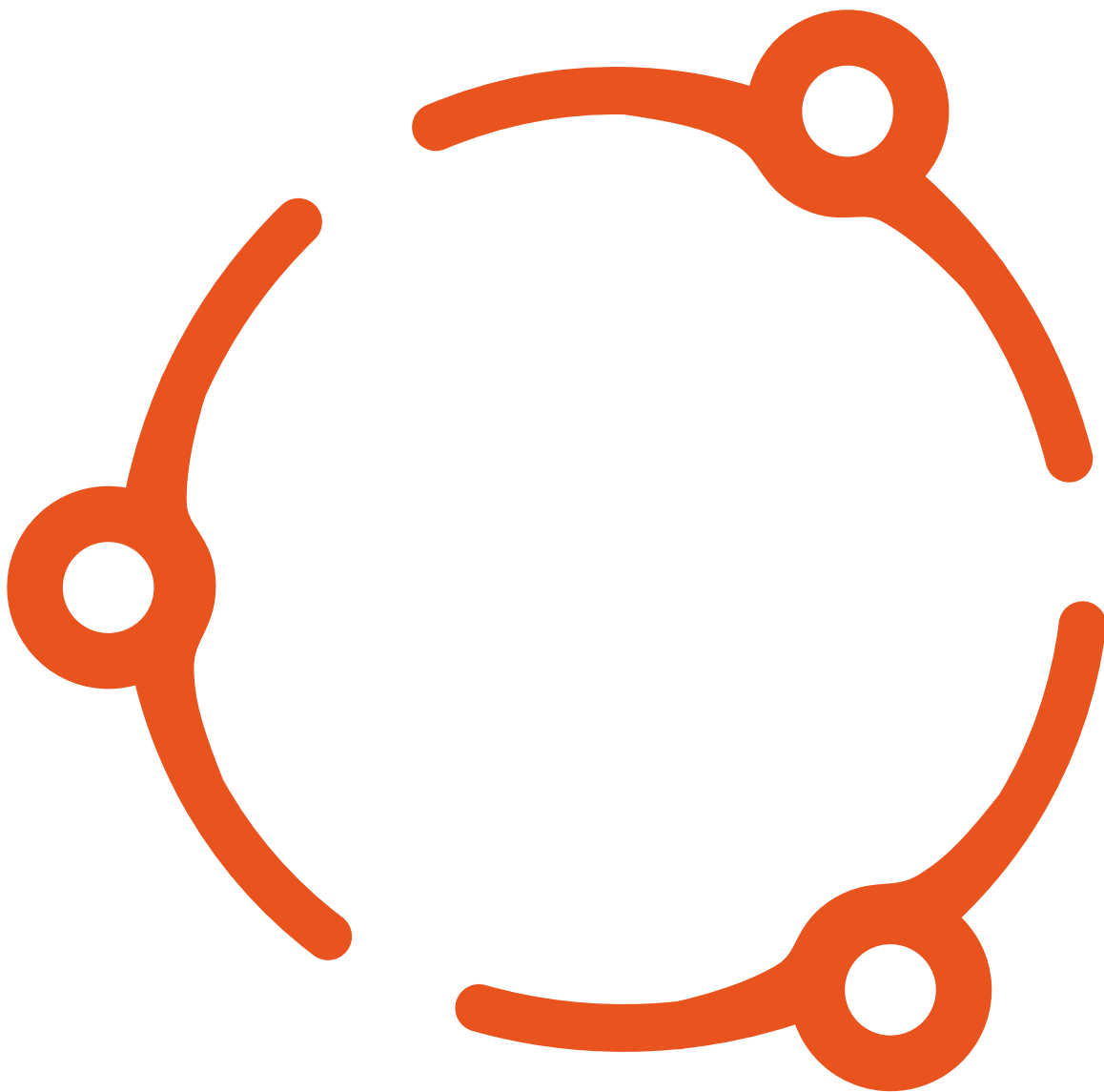


## Símbolo

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.

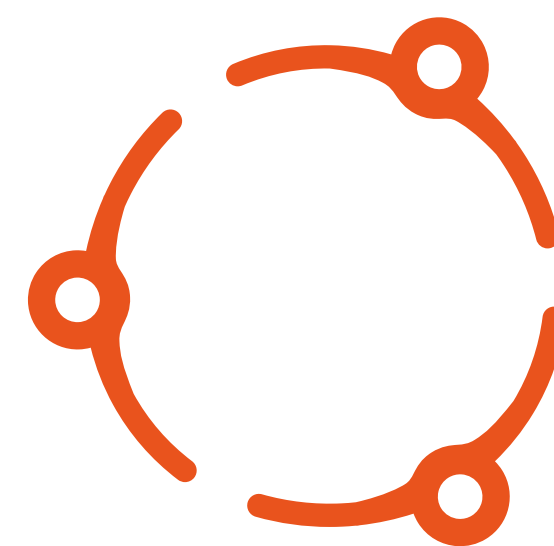
SINPROMI además adopta el reto de actualizar y ampliar el posicionamiento de su ya larga trayectoria a través de los recursos de la propia marca como el color, la tipografía, un lenguaje más simplificado y específico.



## 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

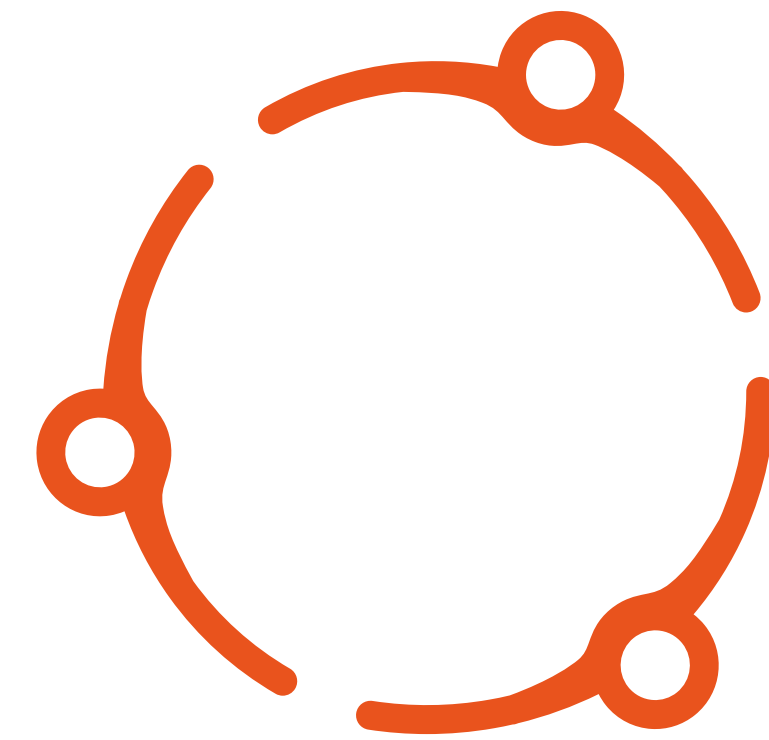
De la misma manera y según necesidades de impresión, se usará la marca en sus versiones de positivo y negativo en blanco y negro.



## 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<`^+\*-\_

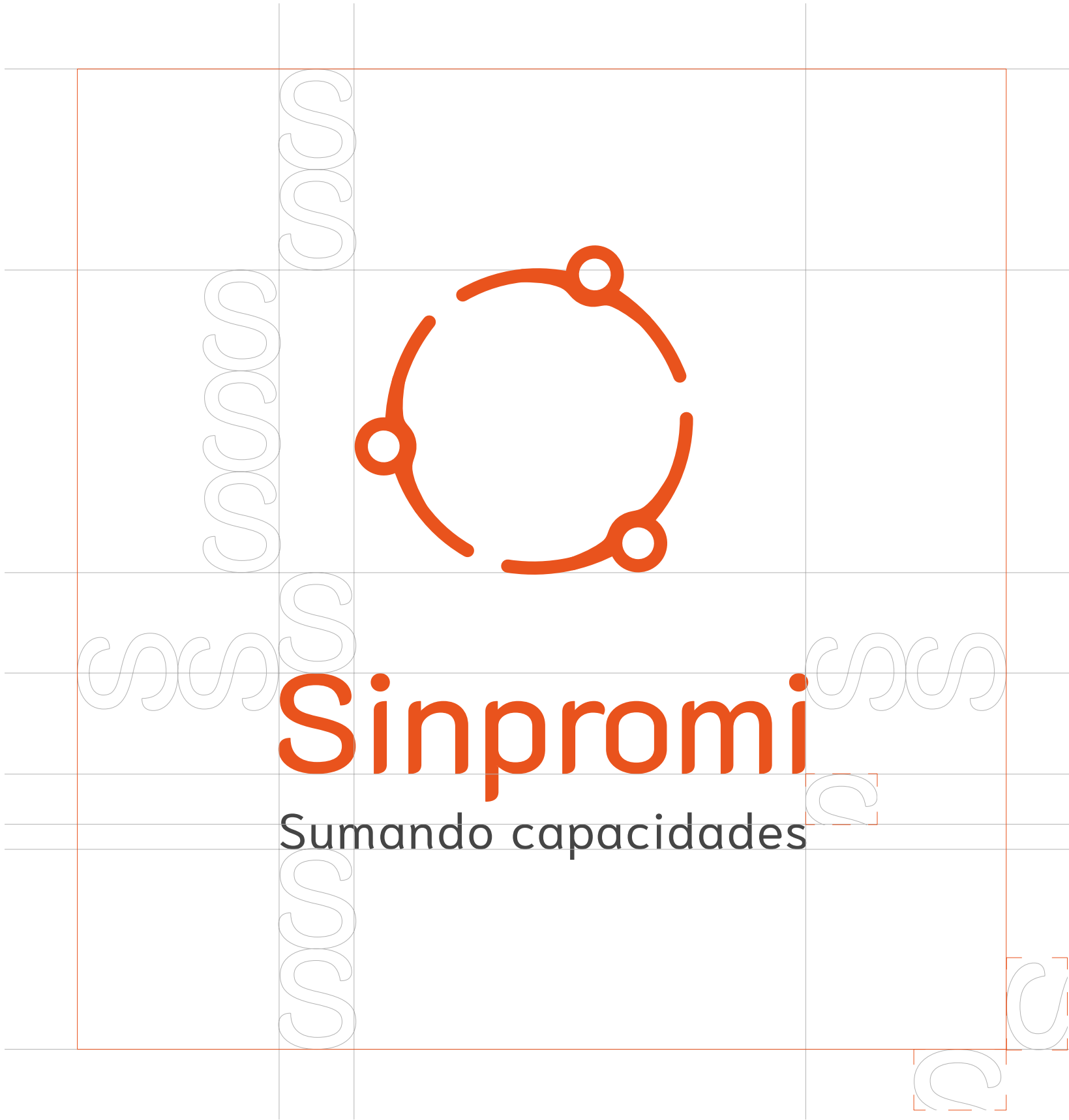
# Área de respeto

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 201 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 201 C**

**RGB: 255 81 0**  
CMYK: 0 78 100 0  
#ff5100

**CMYK: 0 78 100 0**

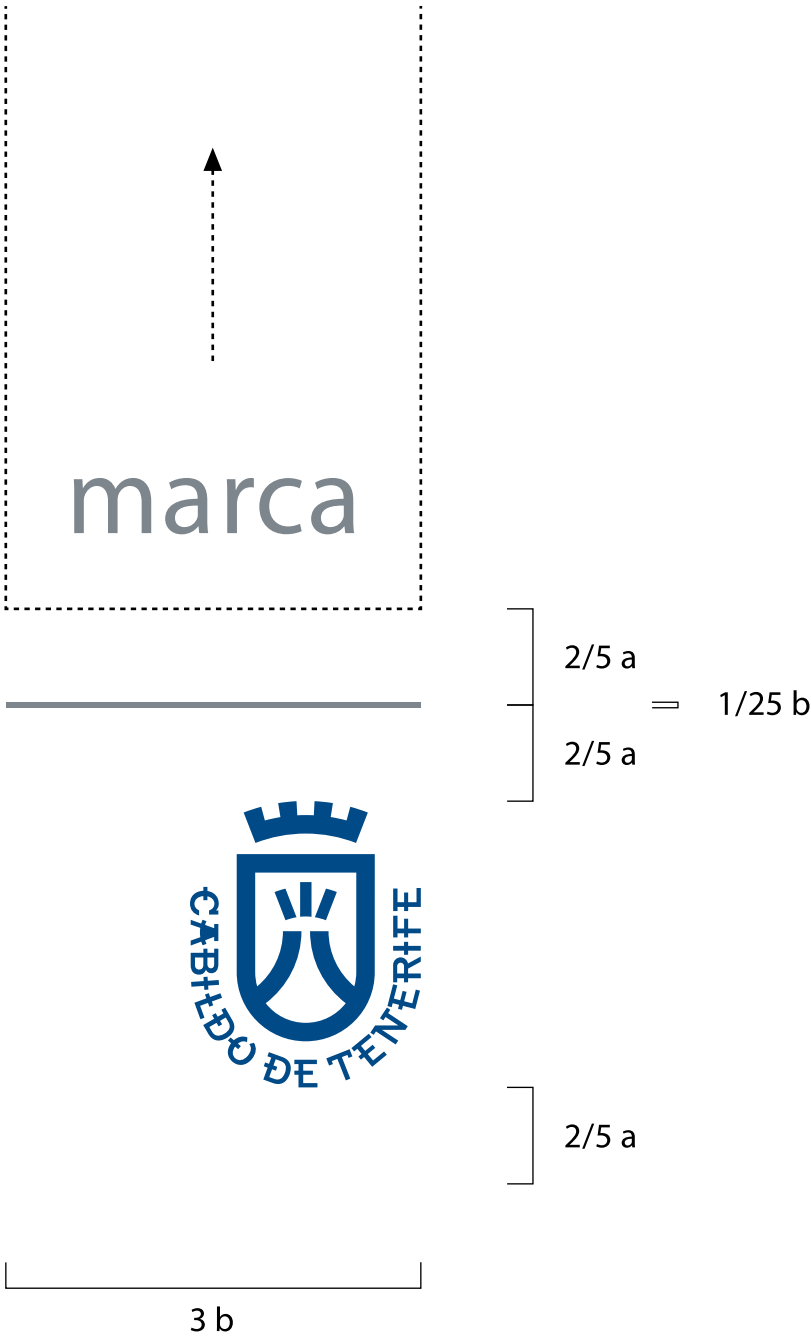
**PANTONE**  
**Cool Grey 11 C**

**RGB: 84 86 90**  
CMYK: 63 52 46 39  
#54565a

**CMYK: 63 53 46 39**

# 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.

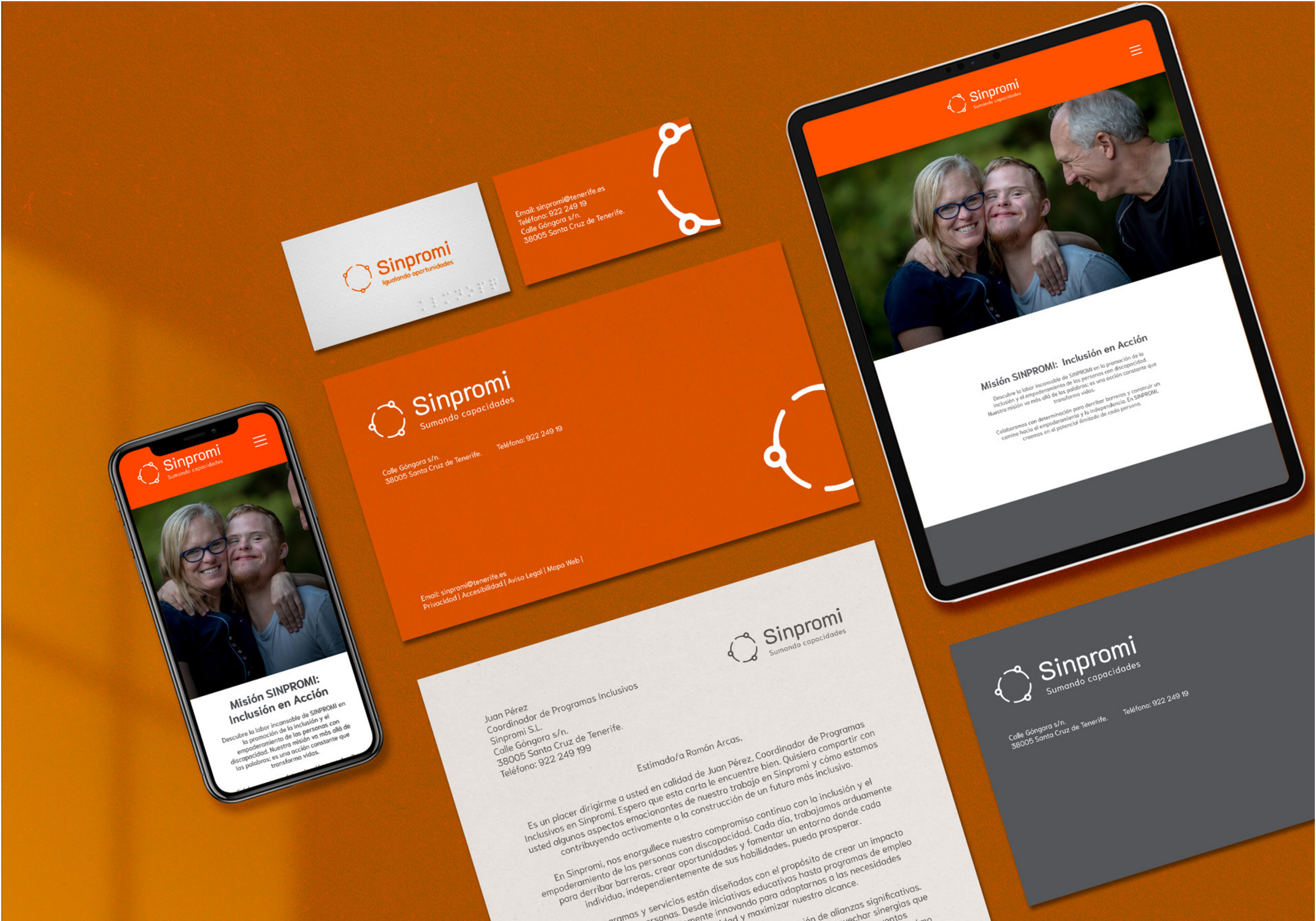




# Contacto de la marca

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.

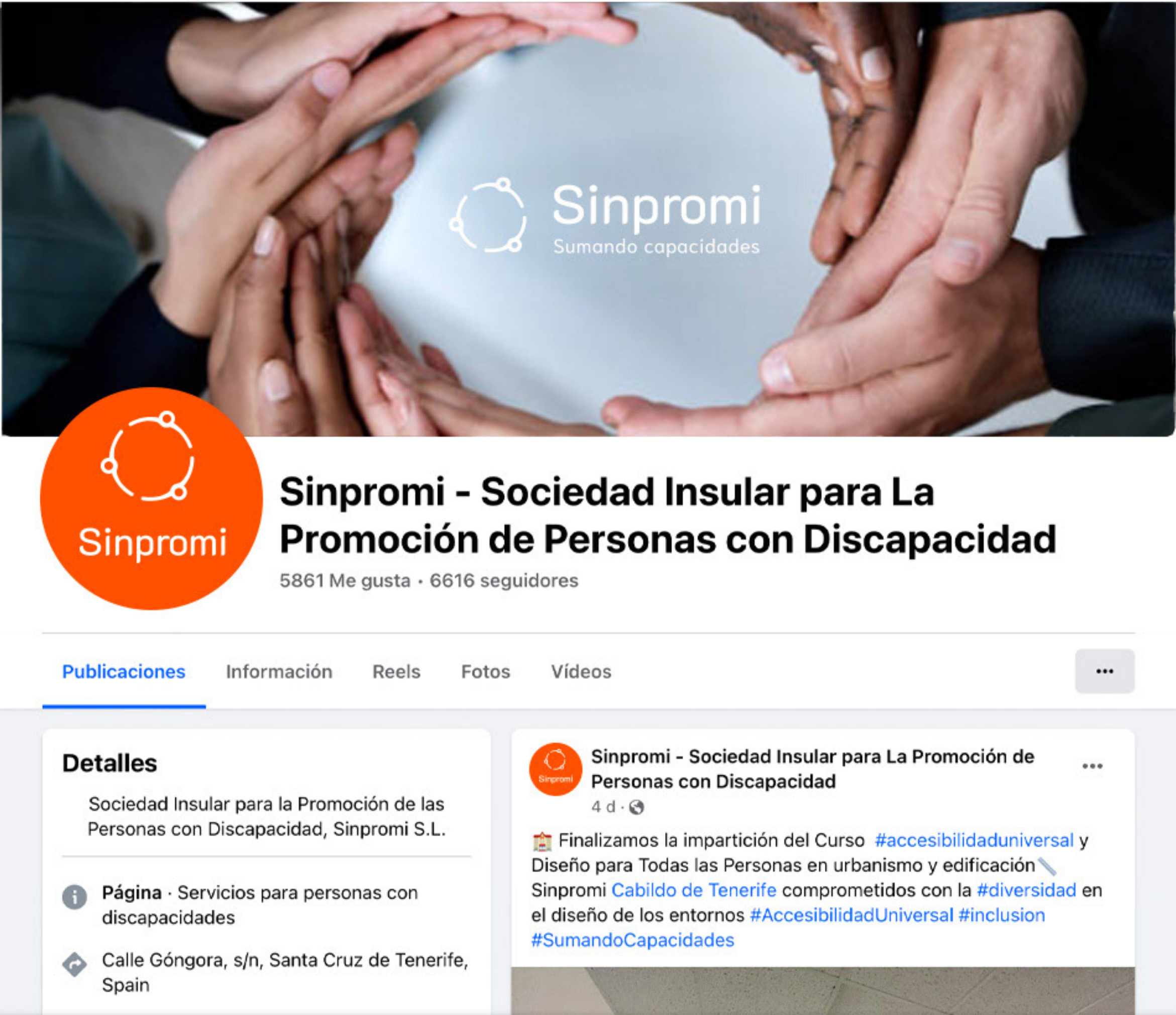


facebook

# 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.

