

Manual de identidad de marca

RedEAmérica

v1.3 - Abril de 2015



Introducción



Nuestra imagen de marca es lo que perciben nuestros públicos de lo que comunicamos todos los días.

Proyectar una imagen de marca clara y consistente nos ayuda a fortalecer nuestra presencia en la sociedad, aumentar el reconocimiento institucional y cultivar relaciones duraderas con nuestros asociados y públicos objetivo.

Este documento explica los conceptos que debemos respetar para mantener la integridad de la marca RedEAmérica con unión, pero a la vez dando espacio a la creatividad.

La marca RedEAmérica debe ser gestionada con precisión y efectividad para proteger su valor y promover una expresión unificada. Estas normas de uso están dirigidas a las personas que tienen la responsabilidad sobre el diseño, creación o producción de cualquier material de comunicación para RedEAmérica.

Bienvenidos.

Tabla de contenido

Capítulo 1:

Identidad básica RedEAmérica

- 5 El nombre RedEAmérica
- 6 El logo RedEAmérica
- 7 Plano técnico
- 8 Área de reserva
- 9 Colores corporativos
- 0 Versiones de color del logo - principales
- 11 Versiones de color del logo - secundarias
- 12 Versión del logo con descriptor
- 13 Tamaño mínimo de reproducción
- 14 Uso sobre fondos
- 17 Uso sobre fotografías
- 18 Usos incorrectos

Capítulo 2:

Elementos corporativos de identidad

- 21 Tipografía corporativa
- 22 Tipografía para documentos electrónicos
- 23 Recomendaciones tipográficas
- 24 Paleta de color complementaria
- 25 Uso de fotografía en la comunicación - recomendaciones
- 26 Uso de fotografía en la comunicación - usos incorrectos

Capítulo 3:

Identidad de los nodos nacionales

- 28 Introducción
- 29 Explicación del modelo
- 30 Normas de creación para los nodos nacionales
- 32 Presentación de los logos para los nodos nacionales
- 33 Colorimetría de los logos para los nodos nacionales
- 34 Recomendación de uso para los logos
- 35 Aplicación de los logos - área de reserva
- 36 Aplicación de los logos - uso sobre fondos
- 37 Aplicación de los logos - versiones a una tinta
- 38 Algunos usos incorrectos de aplicación
- 40 Nacionalización de piezas gráficas - recomendaciones
- 41 Merchandising - recomendaciones

Capítulo 4:

Lineamientos de identidad para proyectos y líneas de acción

- 43 Introducción a los lineamientos
- 44 Antecedentes
- 45 Modelo de segmentación
- 46 Ubicación de acciones recientes y actuales
- 48 Niveles de relacionamiento sugeridos
- 49 Relación sugerida - categoría 3 - Intercambio de conocimiento
- 50 Relación sugerida - categoría 4 - Programas hemisféricos
- 51 Relación sugerida - categoría 5 - Programas nacionales
- 52 Relación sugerida - categoría 6 - FIR
- 55 Relación sugerida - categoría 7 - Formación

Capítulo 5:

Aplicaciones básicas

- 58 Papelería corporativa - hoja carta
- 59 Papelería corporativa - sobre
- 60 Tarjetas de presentación - dirección ejecutiva
- 61 Tarjetas de presentación - nodos nacionales
- 62 Recomendaciones para aplicación de identidad en publicidad
- 63 Recomendaciones para medios digitales
- 64 Recomendaciones para creación de merchandising

Capítulo 1:

Identidad básica RedEAmérica

1.1 El nombre RedEAmérica

RedEAmérica

Escritura correcta del nombre de la entidad: EA en mayúsculas

RedEAmérica ha cuadruplicado el número de miembros involucrando las organizaciones empresariales que hacen inversión social privada en las comunidades, más destacadas en sus respectivos...



A través de las alianzas gestadas por RedEAmérica, se han invertido más de 13 millones de dólares en la creación y la cofinanciación de 200 proyectos comunitarios...



Ejemplos de escritura correcta del nombre a inicio y mitad de párrafo

~~...la alianza hemisférica de REDEAMÉRICA en 6 países, que reúne 28 fundaciones y Fomin- BID en torno a...~~

~~*Todo en mayúsculas*~~

~~...alianzas gestadas por RedeAmérica, se han invertido más de 13 millones de dólares en la creación y la cofinanciación de 200 proyectos comunitarios...~~

~~*La E intermedia entre Red y América en minúscula*~~

~~...por eso, para Redeamérica, es de vital importancia el involucramiento de sus miembros como parte activa y creadora del tejido social...~~

~~*Únicamente la R inicial en mayúsculas*~~

~~...el enfoque de redeamérica tendrá una apuesta decidida por acercarse al sector empresarial, pues este es un foco de...~~

~~*Todo en minúsculas*~~

Ejemplos de escritura incorrecta

El nombre es el elemento de identidad primario de RedEAmérica, donde recae su identificación y reconocimiento. Fue creado desde el año 2003, siendo la contracción de la frase **Red Interamericana de Fundaciones y Acciones Empresariales para el Desarrollo de Base**. Es un nombre que funciona bien y denota lo mismo en español y en portugués, principales lenguas de los países donde estamos presentes.

El nombre RedEAmérica apropia algunos conceptos claves como Red, Desarrollo (Development, Desenvolvimento), Empresarial y América.

Independientemente de su uso en medios impresos o digitales, es muy importante que el nombre siempre mantenga su escritura correcta. Se muestran en esta hoja algunos errores comunes a la hora de escribirlo, para evitar cometerlos.

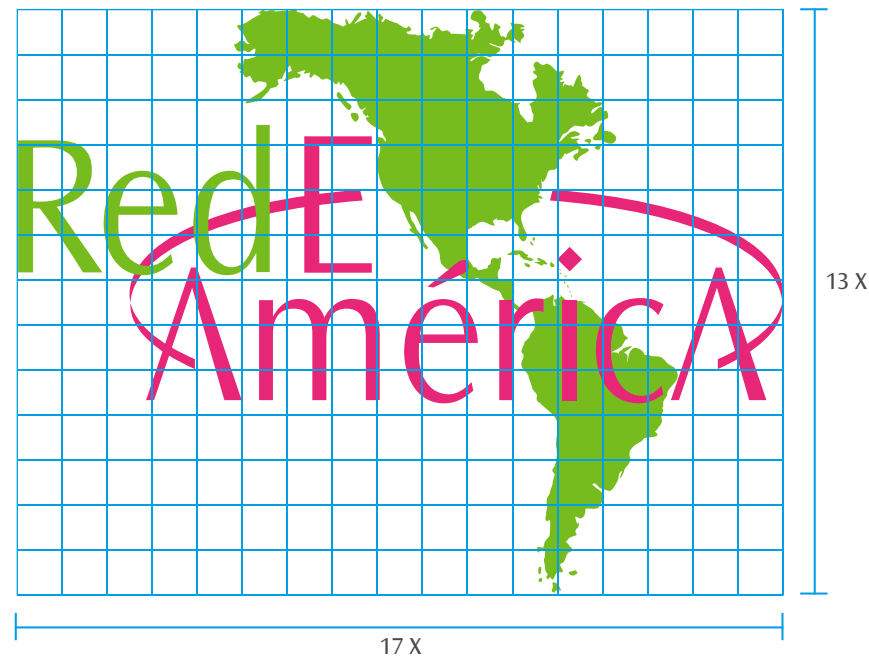
1.2 El logo RedEAmérica



El logo de RedEAmérica está integrado por el mapa del continente americano, enmarcando la posición geográfica de las organizaciones que conforman la red.

El nombre de RedEAmérica, entrelazado con el mapa, simboliza la unión y el compromiso de los miembros alrededor de la disminución de la pobreza a nivel nacional y hemisférico, con un enfoque en el desarrollo de base.

1.3 Plano técnico



Para una óptima reproducción del logo, se ha creado una cuadrícula, busanco mantener sus proporciones y conservar la coherencia en todas las aplicaciones de la marca. Dicho plano técnico es una cuadrícula de 17 cuadrados horizontales por 13 verticales.

Aunque las reproducciones serán generalmente digitales, esta retícula sirve para controlar que no ocurran distorsiones en el logo a lo largo del tiempo.

Se recomienda su utilización principalmente para la reproducción a grandes tamaños.

1.4 Área de reserva



El área de reserva es el espacio mínimo que debe existir alrededor del logo para que éste pueda mantener su integridad visual.

Es imprescindible respetar el área de reserva para proteger el logo de elementos gráficos, textos, fotografías o bordes que puedan invadir su espacio.

Para determinar el área de reserva, se utiliza como medida el la R mayúscula del nombre, virada hacia cada lado.

1.5 Colores corporativos

Verde RedEAmérica

Pantone® 368 c
c60 m5 y98 k0
r104 g175 b19

Magenta RedEAmérica

Pantone® 213 c
c0 m93 y15 k0
r233 g27 b117

Gris RedEAmérica

Pantone® 420 c
c0 m0 y0 k30
r195 g190 b190

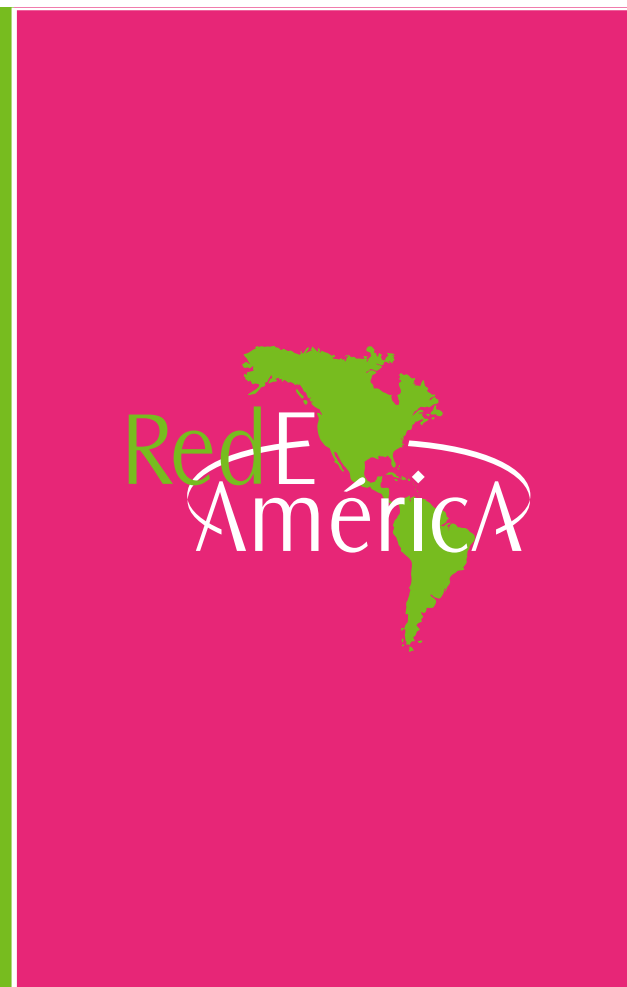
Blanco

c0 m0 y0 k0
r255 g255 b255

En esta página se presentan los cuatro colores corporativos oficiales para la marca RedEAmérica.

Se presentan las equivalencias de la paleta de colores en referencias Pantone (tinta plana), CMYK (policromía, impresos), RGB y hexadecimal (pantalla), para que los colores mantengan el brillo y la presencia recomendada para la identidad visual.

1.6 Versiones de color del logo - principales



Se presentan las versiones principales de color que deben ser utilizadas en toda pieza de comunicación de la marca RedEAmérica.

Toda otra interpretación de color del logo RedEAmérica diferente a estas podrá ser dada como un uso incorrecto.

1.7 Versiones de color del logo - secundarias



En esta página se muestran versiones de color que pueden ser utilizadas como secundarias (de uso restringido), en aplicaciones que así lo requieran.

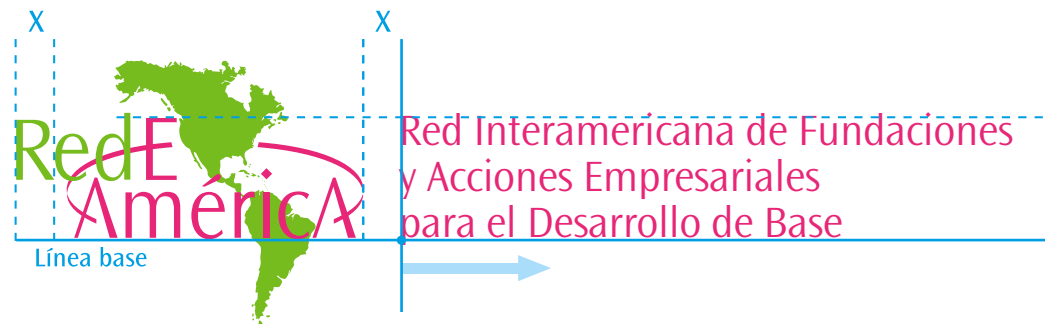
Estas versiones del logo existen para ser aplicadas únicamente donde haya una limitante de reproducción que obligue el uso del logo a un solo color, como por ejemplo avisos de prensa en blanco y negro, piezas a una sola tinta, grabados o sandblasting, mambretes para fax y sellos secos.

En lo posible siempre debe procurarse usarse las versiones principales del logo, establecidas en la sección anterior.

1.8 Versión del logo con descriptor



Logo RedEAmérica con descriptor



Normas básicas de construcción

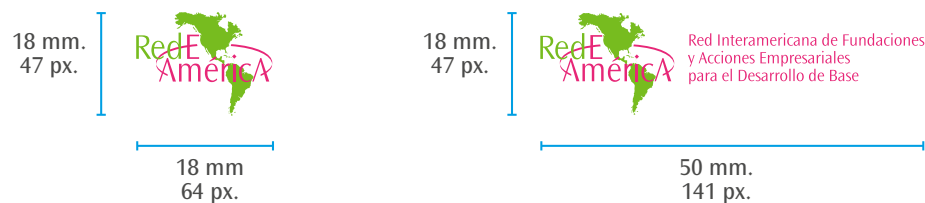
Cuando la ocasión lo requiera, se puede usar el logo de RedEAmérica acompañado por su descriptor corporativo. En esta configuración se unen el logo básico (mapa de América y nombre) junto al texto que define la red (Red Interamericana de Fundaciones y Acciones Empresariales para el Desarrollo de Base).

El espacio existente entre el logo RedEAmérica y el descriptor, será equivalente al ancho de la "R" del logo RedEAmérica.

El texto deberá escribirse hacia la derecha, compuesto en 3 líneas y tener la misma altura del nombre "RedEAmérica", alineándose sobre su misma base.

Será escrito en el tipo de letra "Ocean Sans STD Light", la misma letra original del logo RedEAmérica, con un interletrado de -10%.

1.9 Tamaño mínimo de reproducción



Siempre se debe tener en cuenta que en reducciones a tamaños muy pequeños, el logo de RedEAmérica puede tener problemas de legibilidad.

Aquí se presentan los tamaños mínimos de reproducción permitidos en milímetros y pixeles, para que el logo -en su versión principal o con descriptor- mantenga una correcta lectura en su aplicación.

1.10 Uso sobre fondos



Versión de uso preferencial:
Logo a todo color sobre fondos blancos o muy claros

Versión de uso a color:
Versiones especiales sobre los dos colores corporativos

En piezas de comunicación como portadas, avisos o afiches, normalmente el logo RedEAmérica debería ir ubicado preferiblemente sobre fondo blanco o fondos muy claros. De esta manera se asegura siempre el mejor contraste y legibilidad posibles para el logo.

Como segunda medida, pueden usarse también las versiones de color especiales para los dos colores corporativos, verde y magenta. (Ver versiones de color principales en la sección 1.6)

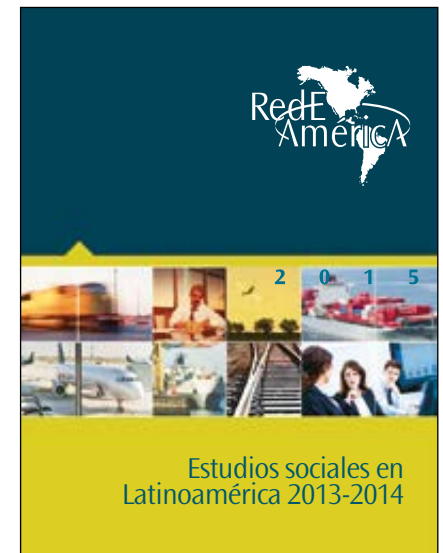
1.10 Uso sobre fondos



Uso posible:
Debe haber un contraste perfecto entre los colores del logo de RedEAmérica y los colores del fondo



Uso recomendado:
La versión de color blanco puede armonizar con cualquier fondo de color diferente



No es conveniente que se dicten normas que coarten la creatividad de los diseñadores. Por esta razón, podría ser común (pero no aconsejable del todo) que se produzcan piezas de comunicación como portadas, avisos o afiches con otros fondos de color diferentes a los institucionales.

En este caso, se debería cuidar que el logo tenga un contraste perfecto entre sus colores y el color de fondo de la pieza. Para evitar problemas de contraste, se recomienda usar la versión plana de color blanco, con el fin de que armonice correctamente con el fondo, cualquiera que este sea su color. (Ver versión de color blanco en la sección 1.7)

1.10 Uso sobre fondos



Uso posible



Uso recomendado

De todas maneras, siempre que se pueda elegir se recomienda ubicar el logo de RedEAmérica en su versión a todo color, sobre fondos blancos o muy claros.

Esto debería ser tenido en cuenta a la hora de concebir creativamente, validar o encargar el desarrollo de piezas gráficas.

1.11 Uso sobre fotografías



Uso incorrecto sobre fotografías

Uso correcto sobre fotografías

No se recomienda el uso del logo de RedEAmérica sobre fotografías. En caso que se deba ubicar obligatoriamente sobre fotos, siempre debe buscarse el área de la foto que genere el mejor contraste y legibilidad posibles para el logo, idealmente sobre zonas claras de la fotografía. Recíprocamente, el logo tampoco debe ocupar ningún area importante de la fotografía.

Presentamos algunos ejemplos en donde se ilustra esta norma.

1.12 Usos incorrectos



Cambiar los colores originales del logo



Remover algún elemento de la composición del logo



Cambiar el tipo de letra oficial del logo



Cambiar la composición establecida para el logo



Cambiar la jerarquía establecida para los elementos



Alterar la proporción original del logo

En esta página presentamos algunos usos incorrectos a la hora de aplicar la identidad básica de RedEAmérica.

El uso incorrecto del logo daña el impacto de nuestra comunicación, puesto que se afecta nuestra primera carta de presentación.

Cualquier variante de color, orientación, proporción o combinación, diferente a las establecidas en este manual es incorrecta y por tanto está prohibida.

1.12 Usos incorrectos



Agregar elementos adicionales a la composición establecida



Usar brillos y/o degradados en el logo



Proyectar sombras al logo



Agregar filetes o rebordes al logo



Aplicar perspectiva al logo



Rotar / girar el logo

En esta página presentamos algunos usos incorrectos a la hora de aplicar la identidad básica de RedEAmérica.

El uso incorrecto del logo daña el impacto de nuestra comunicación, puesto que se afecta la primera carta de presentación de la organización.

Cualquier variante de color, orientación, proporción o combinación diferente a las establecidas en este manual es incorrecta y por tanto está prohibida.

Capítulo 2:

Elementos corporativos de identidad

2.1 Tipografía corporativa

Ocean Sans Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!·\$%&/();:~^*¿?

Ocean Sans Light Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!·\$%&/();:~^*¿?*

Ocean Sans Book

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!·\$%&/();:~^*¿?

Ocean Sans Book Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!·\$%&/();:~^*¿?*

Ocean Sans Semibold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!·\$%&/();:~^*¿?

Ocean Sans Semibold Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!·\$%&/();:~^*¿?*

Ocean Sans Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!·\$%&/();:~^*¿?

Ocean Sans Bold Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!·\$%&/();:~^*¿?*

Para la composición de títulos y textos en las piezas de RedEAmérica, se ha seleccionado la familia tipográfica “Ocean Sans” en los pesos que aquí presentamos. Este tipo de letra es parte integral de la identidad visual de la marca y deberá utilizarse con consistencia a través de todas sus aplicaciones.

Esta tipografía tiene un carácter maduro, amable, cercano, profesional y expresa perfectamente los principios de la organización.

Se recomienda que las piezas gráficas de RedEAmérica se compongan únicamente en este tipo de letra, para añadir identidad de marca a las comunicaciones.

2.2 Tipografía para documentos electrónicos

Calibri

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!“. \$%&/();:“^*¿?

Calibri Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!“. \$%&/();:“^*¿?*

Calibri Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!“. \$%&/();:“^*¿?**

Calibri Bold Italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890¿?¡!“. \$%&/();:“^*¿?***

Debido a su disponibilidad en diferentes plataformas, la familia tipográfica “Calibri” debe ser usada únicamente en medios digitales donde no sea posible el uso de la tipografía principal de la marca. Dichos usos deben limitarse únicamente a medios electrónicos como documentos de Word, Excel y PowerPoint, correspondencia, correos electrónicos y memorandos.

Aparte de los documentos de oficina, ninguna pieza hecha en imprenta (diseño profesional) debe ser producida usando estas tipografías.

2.3 Recomendaciones tipográficas



Recomendaciones A) y B)



Recomendaciones A) y B)



Recomendaciones C) y D)



Recomendaciones C) y D)

En general las composiciones tipográficas son libres y obedecen al propósito de comunicación. Sin embargo presentamos algunos consejos para el aprovechamiento de las características formales de la tipografía corporativa de RedEAmérica:

- A) La tipografía corporativa (Ocean Sans) es una familia tipográfica de gran belleza, expresividad y versatilidad. Por ello pueden aprovecharse sus distintos pesos para hacer composiciones tipográficas completas, interesantes y destacar palabras o conceptos.
- B) Recomendamos usar al máximo de este tipo de letra en las piezas institucionales de RedEAmérica y de sus nodos nacionales.
- C) Cuando se deban -o quieran- usar otros tipos de letra destacados, la tipografía corporativa debería usarse para otros elementos, como el cuerpo de texto.
- D) El uso de otras tipografías es libre y obedece a la intención de cada pieza, considerando que la tipografía corporativa debería estar presente de todas formas.

2.4 Paleta de color complementaria

| | | |
|---|--|---|
| Azul Argentina c60 m23 y0 k0 r106 g171 b228 | Verde Brasil c90 m0 y90 k0 r0 g152 b73 | Rojo Chile c18 m100 y78 k7 r190 g10 b51 |
| Azul Tricolor c100 m85 y10 k0 r0 g62 b134 | Verde México c92 m34 y80 k24 r0 g101 b67 | Rojo Perú c1 m88 y84 k0 r227 g58 b47 |
| Azul Marino c86 m2 y10 k0 r38 g167 b188 | Verde Pastel c50 m5 y25 k0 r128 g194 b172 | Crema c1 m88 y84 k0 r227 g58 b47 |
| Palo de Rosa c14 m70 y48 k7 r200 g68 b79 | Amarillo Sol c5 m20 y90 k0 r241 g199 b24 | Verde Claro c12 m2 y17 k0 r224 g238 b205 |
| Marrón Vinotinto c40 m65 y40 k40 r91 g45 b60 | Verde Pastel c10 m5 y70 k0 r229 g231 b76 | Ocre c2 m30 y70 k10 r223 g159 b58 |

Adicional a los colores corporativos de la marca (1.6), existe una paleta secundaria de colores creada para armonizar y complementar a los colores principales. Algunos son los mismos de los nodos nacionales (Ver sección 3.5). Estos colores han sido pensados para ser aprovechados en detalles o elementos de color en las piezas de RedEAmérica como recuadros, viñetas, "bullets", tablas o destacados. Aunque se alienta su uso, es posible y permitido diseñar con más colores.

Se muestran las equivalencias de estos colores en CMYK (Impresos) y RGB (Pantalla). Las reproducciones deberán aproximarse al máximo con dichas referencias, teniendo en cuenta que la percepción de cada color varía dependiendo del material en el que se aplique.

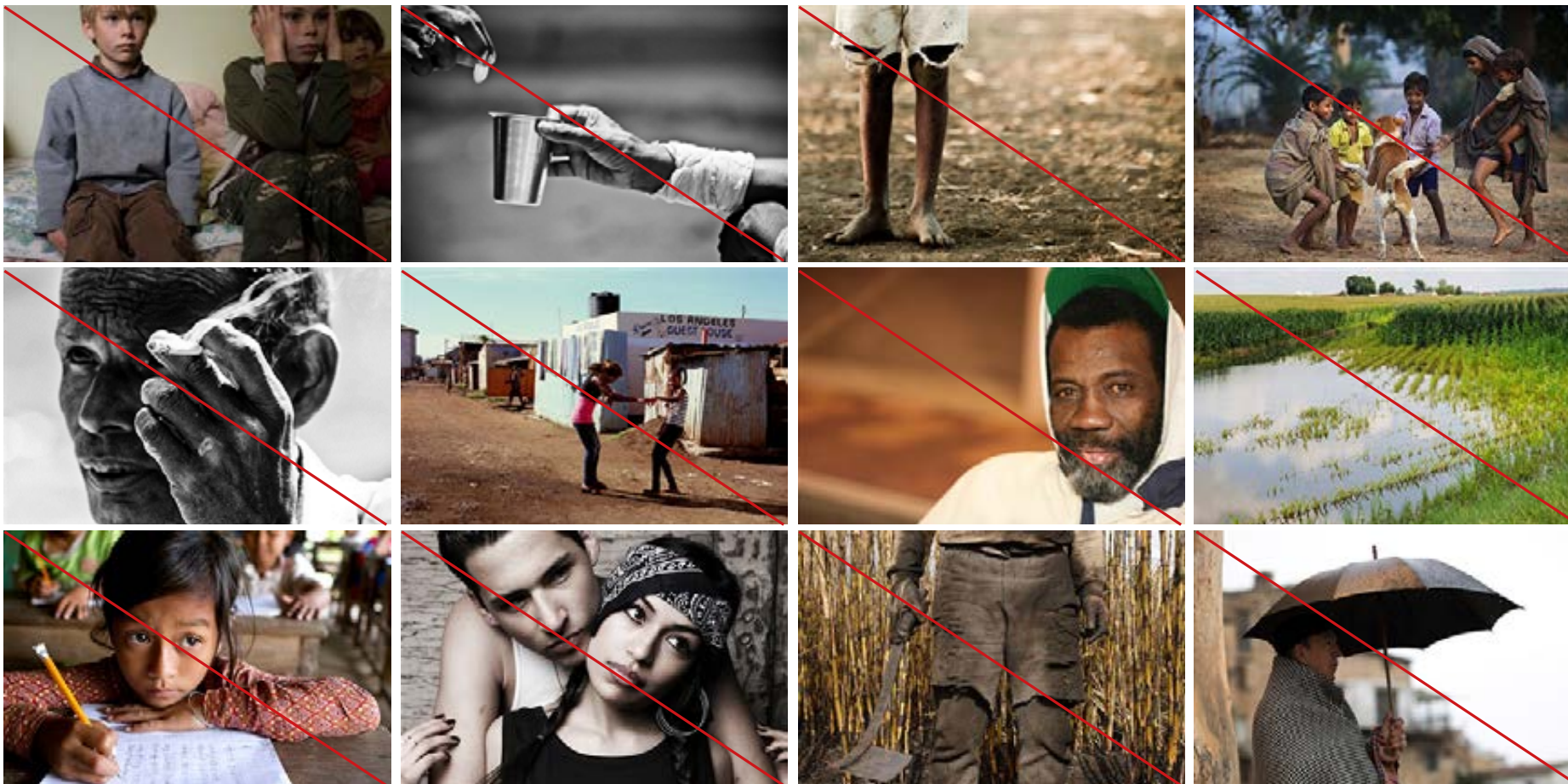
2.5 Uso de la fotografía en la comunicación - recomendaciones



Principales recomendaciones para la toma / selección de fotos para las piezas gráficas de RedEAmérica:

- 1) Que sean (en lo posible) fotos profesionales / de alta calidad - tomadas por fotógrafo profesional.
- 2) Que muestren actitudes positivas, trabajo en equipo, disciplina y compromiso social.
- 3) Que sean coloridas y reflejen optimismo: imágenes alegres, animadas, positivas y respetuosas.
- 4) Pueden ser fotos conceptuales (de banco de imágenes) que cumplan con los atributos descritos.

2.6 Uso de la fotografía en la comunicación - usos incorrectos



Algunas cosas que se deben evitar a la hora de elegir fotografías para las comunicaciones de RedEAmérica:

- 1) Evitar el uso (al máximo) de fotos de baja calidad visual o sin composición/toma profesional.
- 2) Evitar el uso de fotos oscuras / deprimentes / ténues. Que promuevan actitudes negativas como pereza, desidia, ocio, improductividad o desinterés.
- 3) Evitar el uso de fotos que reflejen tristeza, suciedad o desventaja. Que vayan en contra de la dignidad de las personas o la comunidad.

Nota: cuando sea necesario usar imágenes de este tipo, debe hacerse para documentar un proceso de cambio o una problemática de la comunidad. Este tipo de imágenes jamás deberá tener un protagonismo notable en el diseño de las piezas.

Capítulo 3:

Identidad de los nodos nacionales

3.1 Introducción al trabajo de identidad de los nodos



Recientemente, diversas razones -sobre todo de visibilidad local-, han dado pie a la necesidad de crear sub-identidades propias (logos) para los nodos nacionales de la entidad en los diferentes países donde ésta opera.

En este capítulo se plantea un modelo que otorga unidad a los diferentes nodos de la entidad, asegurando al mismo tiempo que sean acordes a la imagen ya conocida de RedEAmérica, respetando su integridad.

Los beneficios principales de este modelo son, por un lado diferenciar a cada una de las identidades visuales de los países entre sí, y por otro lado el de poder otorgarle un sabor "local" a la imagen de cada uno de los nodos, lo cual le brinda cierta personalidad y voz autóctona a los nodos de la organización.

Esta sección plasma las normas para crear y dar el visto bueno a nuevos logos de nodos nacionales en la medida en que se vayan necesitando. También ofrece algunas normas respecto a cómo deben usarse correctamente.

3.2 Explicación del modelo



Identidad visual principal de RedEAmérica / organización

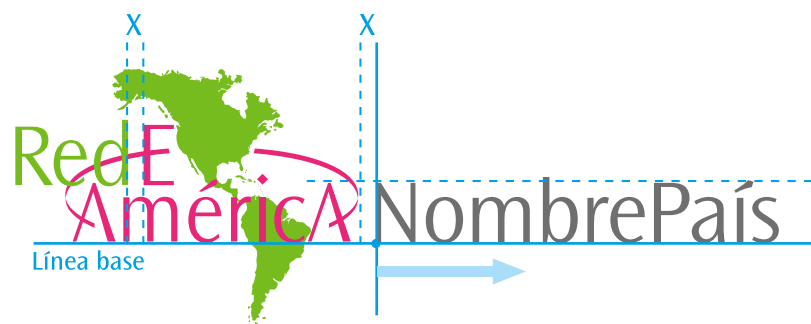


Identidad visual de nodos nacionales / modelo de diseño

Presentamos una comparativa de la identidad visual principal de la organización RedEAmérica, frente al modelo de diseño propuesto para la identidad de los nodos nacionales.

En este modelo, el mapa de América deja de ser verde y se vuelve gris para dar neutralidad. La curva derecha del logo de RedEAmérica adopta **un color principal** representativo de cada país, sacado del tono más representativo de su bandera. El nombre del país también va en este mismo color.

3.3 Normas de creación para logos de nodos nacionales



Paso 1: se debe usar el logo original de RedEAmérica.*

El espacio existente entre el logo RedEAmérica y el nombre del país, será equivalente al espacio existente entre la "d" y la "E" del logo RedEAmérica.

El nombre del país deberá escribirse hacia la derecha, tener la misma altura de la palabra "América" y alinearse sobre su misma base. Será escrito en el tipo de letra "Ocean Sans STD Light", la misma letra original del logo RedEAmérica.

Nota técnica: a la hora de escribir el nombre del país, el *kerning* o *interletrado* de la fuente debe ajustarse a una medida de -25%



Paso 2: se debe convertir el mapa de América al color gris **Pantone® 420c** y asignar un color al nombre del país y a la curva derecha del logo RedEAmérica. Para procurar que el color sea exacto, se recomienda siempre asignar una referencia de color universal Pantone® (ver sección 3.5).

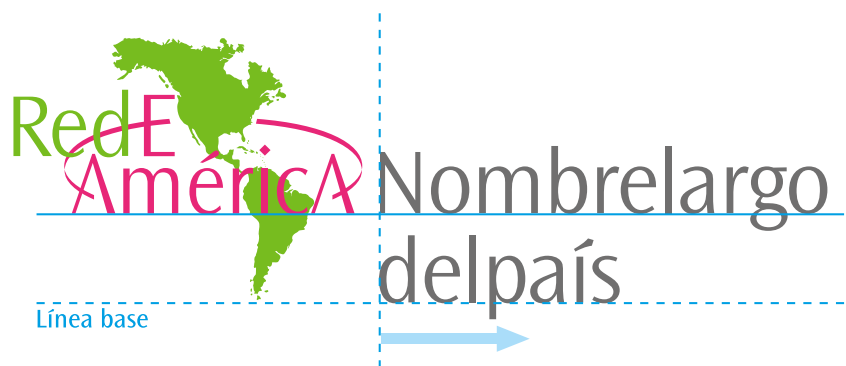
Este color podrá ser inspirado en la bandera del país o ser un color culturalmente representativo (ej: la gente identifica a Holanda con el naranja, pese a que este color no forma parte de su bandera).

En ciertos casos la similaridad del tono será inevitable, pues las banderas de algunos países comparten colores similares. De todas formas, debe tenerse cuidado de no usar exactamente la misma referencia de color de otro país.

En esta sección presentamos las normas de creación de los logos para los nodos nacionales. Favor seguir cuidadosamente estas indicaciones a la hora de crear logos para nuevos países que lo necesiten a futuro.

* Para asegurar una fiel implementación de estos logos, se recomienda usar la plantilla de diseño que se entrega para tal fin junto a este documento. En caso de no contar con ella, favor solicitarla a la coordinación de comunicaciones de RedEAmérica.

3.3 Normas de creación para logos de nodos nacionales



En caso de existir nombres largos: el nombre deberá componerse en dos líneas de texto como se ve en el diagrama.

La segunda línea de texto debe ir alineada con la primera por la izquierda. Como referencia para la línea de base de las letras del segundo renglón, se puede usar el extremo sur del continente americano.



Ejemplo adaptación nombre corto



Ejemplo adaptación nombre mediano



Ejemplo adaptación nombre largo

En esta sección presentamos las normas de creación de los logos para los nodos nacionales. Favor seguir cuidadosamente estas indicaciones a la hora de crear logos para nuevos países que lo necesiten a futuro.

* Para asegurar una fiel implementación de estos logos, se recomienda usar la plantilla de diseño que se entrega para tal fin junto a este documento. En caso de no contar con ella, favor solicitarla a la dirección de comunicaciones de RedEAmérica.

3.4 Presentación de los logos para los nodos nacionales



Se presentan los logos finales de los 11 nodos nacionales existentes actualmente en RedEAmérica (a Enero de 2015).

Todos ellos cumplen con las normas de construcción definidas anteriormente para el modelo de diseño.

3.5 Colorimetría de los logos para los nodos nacionales

Azul Argentina

Pantone® 284 c
c60 m23 y0 k0
r106 g171 b228

Verde Brasil

Pantone® 354 c
c90 m0 y90 k0
r0 g152 b73

Rojo Chile

Pantone® 200 c
c18 m100 y78 k7
r190 g10 b51

Azul Tricolor (Colombia)

Pantone® 287 c
c100 m85 y10 k0
r0 g62 b134

Azul Tricolor (Ecuador)

Pantone® 287 c
c100 m85 y10 k0
r0 g62 b134

Azul El Salvador

Pantone® Reflex Blue c
c100 m93 y3 k0
r0 g37 b150

Azul Guatemala

Pantone® 285 c
c86 m52 y0 k0
r0 g114 b206

Verde México

Pantone® 3525 c
c92 m34 y80 k24
r0 g101 b67

Rojo Perú

Pantone® 179 c
c1 m88 y84 k0
r227 g58 b47

Azul República Dominicana

Pantone® 653 c
c89 m67 y18 k4
r35 g85 b137

Azul Tricolor (Venezuela)

Pantone® 287 c
c100 m85 y10 k0
r0 g62 b134

Estos los colores específicos correspondientes a cada uno de los logos de los nodos nacionales. Se muestran las equivalencias de estos colores en Pantone® (Tintas planas), CMYK (Impresos) y RGB (Pantalla). Las reproducciones deberán aproximarse al máximo con dichas referencias, teniendo en cuenta que la percepción de cada color varía dependiendo del material en el que se aplique.

Aunque posiblemente sea más recurrente la aplicación de estos colores en pantalla (RGB) o policromía (CMYK), los colores spot exactos (Pantone®) deben ser tenidos en cuenta en caso de producir piezas de comunicación o sorvenirs que usen tintas planas.

3.6 Recomendación de uso para los logos

Recomendamos usar la identidad de la organización RedEAmérica en:

- Material institucional de interés común a todos o a la mayoría de los países de la red.
- Material producido a nombre de RedEAmérica como red latinoamericana.
- Material para seminarios o eventos de carácter interno, enfocados hacia la totalidad de la red sin importar su distinción nacional.
- Material publicitario de alcances internacionales, donde predomine la presencia y objetivos de RedEAmérica como entidad.
- Material corporativo institucional como páginas web, papelería corporativa, informes de gestión, sostenibilidad y reportes anuales.

Recomendamos usar la identidad del nodo nacional en:

- Material para seminarios o eventos nacionales donde se quiera resaltar la identidad del nodo organizador.
- Material donde se muestren investigaciones u otros aspectos pertinentes al lugar de origen del documento y se quiera mostrar de esa manera.
- Material publicitario enfocado en reforzar la presencia y visibilidad de la entidad entre el público local de cada país.
- Material publicitario (avisos, campañas, piezas visuales, souvenirs, pendones, productos promocionales) en donde se desee reflejar un gran sentimiento o "sabor" local.
- Se puede usar en papelería (tarjetas), siempre que haya una intención explícita de presentarse de una manera más local.

Este listado ayuda a diferenciar los casos donde se deban producir comunicaciones o materiales usando la identidad visual de RedEAmérica como organización y aquellos en donde es permitido usar la identidad de RedEAmérica como nodo nacional.

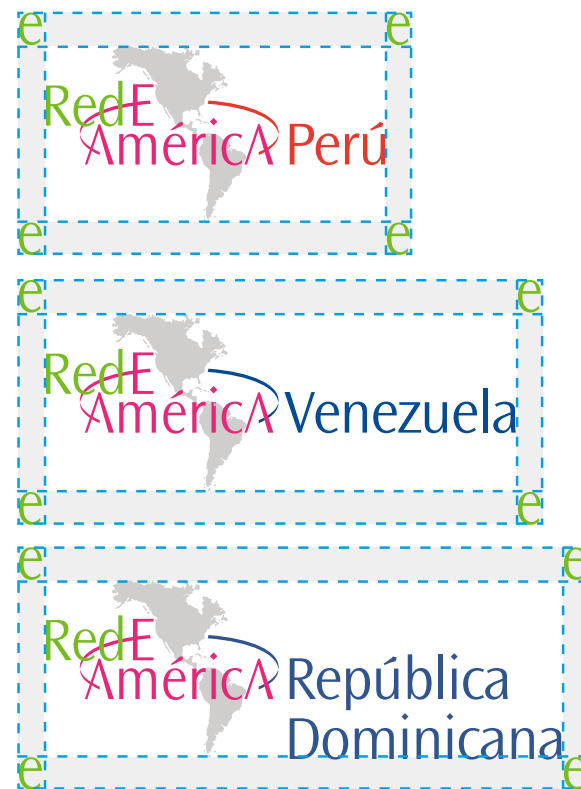
En términos generales, se recomienda usar la identidad de RedEAmérica cuando se hable de temas comunes o globales para la organización, y la identidad de los nodos nacionales cuando sea un material muy propio y pertinente al nodo que lo produce.

En caso de que su necesidad no se encuentre aquí reseñada, consulte a la coordinación de comunicaciones de RedEAmérica.

3.7 Aplicación de los logos - área de reserva



Área de reserva recomendada: letra "e" minúscula



Ejemplo de adaptación a diferentes nombres

El área de reserva es el espacio mínimo que debe existir alrededor de cada logo para que éste pueda mantener su integridad visual. Respetar esta área protege el logo de la intrusión de otros elementos gráficos, textos, fotografías o bordes que puedan comprometer su correcta legibilidad.

Para determinar el área de reserva, se utiliza como medida un tamaño equivalente a la letra "e" minúscula del logo RedEAmérica.

Como se ve aquí, la medida de esta área de reserva conserva su integridad, independientemente a la longitud del nombre del país específico.

3.8 Aplicación de los logos - uso sobre fondos



Ideal / recomendada: aplicar los logos sobre fondo blanco



No recomendada: aplicar los logos sobre fondos oscuros / complejos



Posible: aplicar los logos sobre fondos muy claros



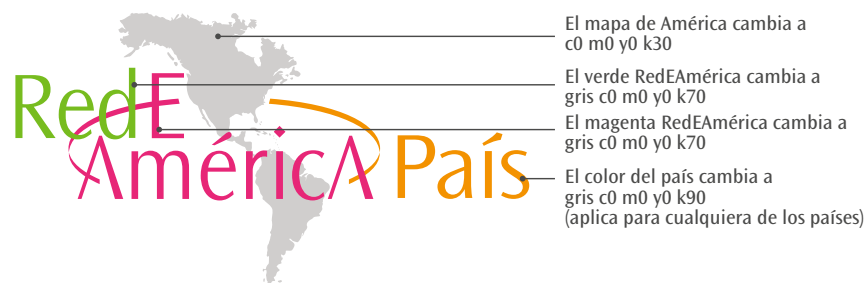
No recomendada: aplicar los logos sobre fotografías o ilustraciones

En esta página se presentan las normas básicas de aplicación de los logos sobre fondos. Estas normas aplican a todos los logos creados para los nodos.

Como se puede ver, se recomienda y se alienta a que en la medida de lo posible el logo siempre esté sobre fondo blanco, o por mucho, sobre fondos muy claros que no comprometan su legibilidad.

No se recomienda en lo absoluto ubicarlo sobre fondos oscuros, fondos complejos, sobre fotografías o ilustraciones.

3.9 Aplicación de los logos - versiones a una tinta



Guías para el cambio de color



Ejemplo con la escala de grises aplicada



Ejemplo de aplicación a diferentes nombres

Cuando se deban usar los logos a una tinta, debe hacerse una conversión de color de acuerdo a la guía aquí presentada.

Es importante aclarar que el color del país (aquel color base aplicado al nombre y la curva derecha del logo RedEAmérica), cambiará a gris 90% (c0 m0 y0 k90). Este color aplica para cualquiera de los países.

3.10 Algunos usos incorrectos de aplicación



RedE
América Nombre

Usar más de un color complementario en el logo



RedE
América Nombre largo del país

Componer nombres largos a una sola línea (le resta predominancia al logo principal)



RedE
América Nombre

Cambiar el tipo de letra oficial para escribir el nombre del país



RedE
América
Nombre

Cambiar la composición establecida en el modelo de diseño



RedE
América Nombre

Cambiar la jerarquía establecida para los elementos



RedE
América Nombre

Quitar elementos a la composición establecida

En esta página presentamos algunos usos incorrectos a la hora de crear o aplicar los logos de los nodos nacionales.

Estos usos incorrectos son comunes a todos los logos de los nodos y se deben evitar en cualquier momento, debido a que afectan la imagen del nodo y al mismo tiempo la imagen de RedEAmérica como organización.

3.10 Algunos usos incorrectos de aplicación



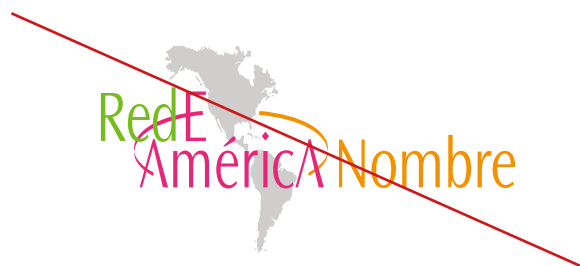
Agregar elementos adicionales a la composición establecida



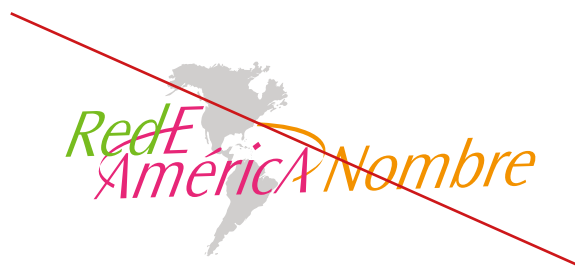
Usar brillos y/o degradados en el logo



Proyectar sombras al logo



Distorsionar las proporciones originales del logo



Aplicar perspectiva al logo



Rotar / girar el logo

En esta página presentamos algunos usos incorrectos a la hora de crear o aplicar los logos de los nodos nacionales.

Estos usos incorrectos son comunes a todos los logos de los nodos y se deben evitar en cualquier momento, debido a que afectan la imagen del nodo y al mismo tiempo la imagen de RedEAmérica como organización.

3.11 Nacionalización de piezas gráficas / recomendaciones



Ejemplos de nacionalización en el material de comunicación de los nodos

Más allá de usar el logo del nodo, es posible dar un paso en la "nacionalización" del material de comunicaciones creado por cada país.

Esto puede lograrse de dos maneras distintas: 1) mediante el uso de colores muy propios de cada país en las diagramaciones, 2) mediante el uso de fotos, ilustraciones, y otros elementos de carácter muy local, o mediante la combinación de ambos recursos.

La recomendación en términos generales es: mantener la integridad y sobriedad del logo en las piezas, y a partir de ahí tener libertad creativa a la hora de crear los diseños, siempre en función de los objetivos de comunicación y la audiencia de la pieza. No se debe olvidar involucrar la tipografía oficial de RedEAmérica.

3.12 Merchandising / recomendaciones



Ejemplos de aplicación correcta en material de merchandising

En general, la aplicación de los logos en elementos de merchandising debe tener en cuenta las mismas recomendaciones de uso de ellos: usarlo siempre en fondos blancos o muy claros y respetar su área de reserva.

El uso acertado en elementos de merchandising atractivos, puede ayudar a dar mayor visibilidad local a la marca, brindar un aliciente adicional a sus audiencias y fomentar el involucramiento y el sentido de pertenencia.

Capítulo 4:

Lineamientos de identidad para proyectos y líneas de acción

4.1 Introducción a los lineamientos



RedEAmérica es una entidad que a lo largo de su vida ha desarrollado diversos proyectos en varias líneas de acción diferentes. Muchos de estos proyectos han desarrollado una identidad gráfica propia, a veces relacionada consistentemente con su marca madre, a veces no.

El manejo de las identidades creadas por RedEAmérica parte desde la comprensión del modelo de proyectos de la organización, la comprensión de los segmentos en los que se divide hasta llegar a los aspectos particulares que se deben tener en cuenta en la interrelación de cada una de estas identidades con la marca corporativa.

Aprovechar estas normas se traducirá en una facilidad de manejo de las identidades creadas para proyectos futuros de la organización.

4.2 Antecedentes



El panorama actual de RedEAmérica cuenta con una amplia cantidad de identidades que representan, servicios, productos y programas. Estas marcas actualmente gravitan alrededor de la marca corporativa, algunas encasilladas internamente dentro de la organización en grupos temáticos, otras sin una relación aparente.

Algunas iniciativas son desarrolladas únicamente por RedEAmérica, otras son desarrolladas en conjunto, lo cual complejiza más su manejo. Muchas de estas identidades fueron desarrolladas sin tener en cuenta una metodología enfocada a conservar el orden corporativo.

4.3 Modelo de segmentación

| | | | |
|---|---|--|--|
| 1. Marca institucional | Identidad visual institucional de RedEAmérica | | |
| 2. Nodos nacionales | Nodos nacionales de RedEAmérica | | |
| 3. Talleres e intercambio de conocimiento | Eventos de intercambio de conocimiento donde se promueve la construcción de comunidades sostenibles con enfoque de desarrollo de base entre el sector privado latinoamericano y se da a conocer la Red y sus miembros. Pueden ser eventos individuales u organizados en conjunto con otras entidades. | 3A. Talleres organizados de manera propia. | 3B. Talleres organizados en asociación. |
| 4. Programas hemisféricos | Grandes programas desarrollados por RedEAmérica, que tienen cubrimiento e impacto hemisférico. Son replicados y desarrollados en los distintos países donde opera RedEAmérica. | | |
| 5. Programas nacionales | Fondos y programas (propios o asociados) que tienen un cubrimiento e impacto local. Normalmente son desarrollados por cada nodo o varios de sus miembros. | 5A. Programas nacionales de desarrollo propio. | 5B. Programas nacionales organizados en asociación |
| 6. Foros Internacionales (FIR) | Foro Internacional de RedEAmérica. Evento anual organizado para establecer un diálogo entre inversionistas sociales privados, actores públicos, la academia, agencias de cooperación, expertos, técnicos y líderes comunitarios. | | |
| 7. Formación | Programas académicos desarrollados en alianza con entidades educativas. | | |

Se hizo un sondeo de las identidades de marca (y los programas) generados por RedEAmérica y sus nodos nacionales en los últimos dos años para entender la mejor forma de normalizar su creación y uso. Se identificaron y segmentaron los diversos productos, acciones y servicios de RedEAmérica (incluyendo su división actual) para poder definir la relación con la marca corporativa. Este es el resultado del ejercicio de organización, donde se muestra la segmentación final de sus iniciativas en **siete grandes categorías**.

El trabajo de entrevistas y análisis de cada proyecto, permitió organizar este panorama, con el fin de sugerir normas consistentes para el manejo de su identidad.



4.4 Ubicación de acciones recientes y actuales

| | | |
|--|--|---|
| 1. Marca institucional |  | |
| 2. Nodos nacionales (y próximos nodos) |  | |
| 3. Talleres e intercambio de conocimiento | <p>3A. Todos los talleres y eventos de intercambio de conocimiento organizados de manera propia por RedEAmérica.</p> | <p>3B. Todos los talleres y eventos de intercambio de conocimiento organizados en asocio con otras entidades.</p> |
| 4. Programas hemisféricos |  | |
| 5. Programas nacionales | <p>5A. • EnRedAprendo (COL) • Grupos de profundización</p> | <p>5B. • Programa SUMA (Perú) • Acciones Educativas Locales AEL (Arg) • Focus - fase 2(Col) • Comunidades que educan (Col)</p> <p>• Fondo BR (BR) • Fondo Nacional Colombiano (COL) • Fondo Iniciativa común (BR) • Fondo Comunidad en red (BR)</p> |
| 6. Foros Internacionales (FIR) (y próximos Foros) |  | |
| 7. Formación | <p>Diplomado Tecnológico de Monterrey, Curso Virtual Incae Costa Rica.</p> | |

Este es un mapa en el cual se identifican, localizan y agrupan los diferentes servicios prestados por RedEAmérica y que están activos o recientemente terminados.

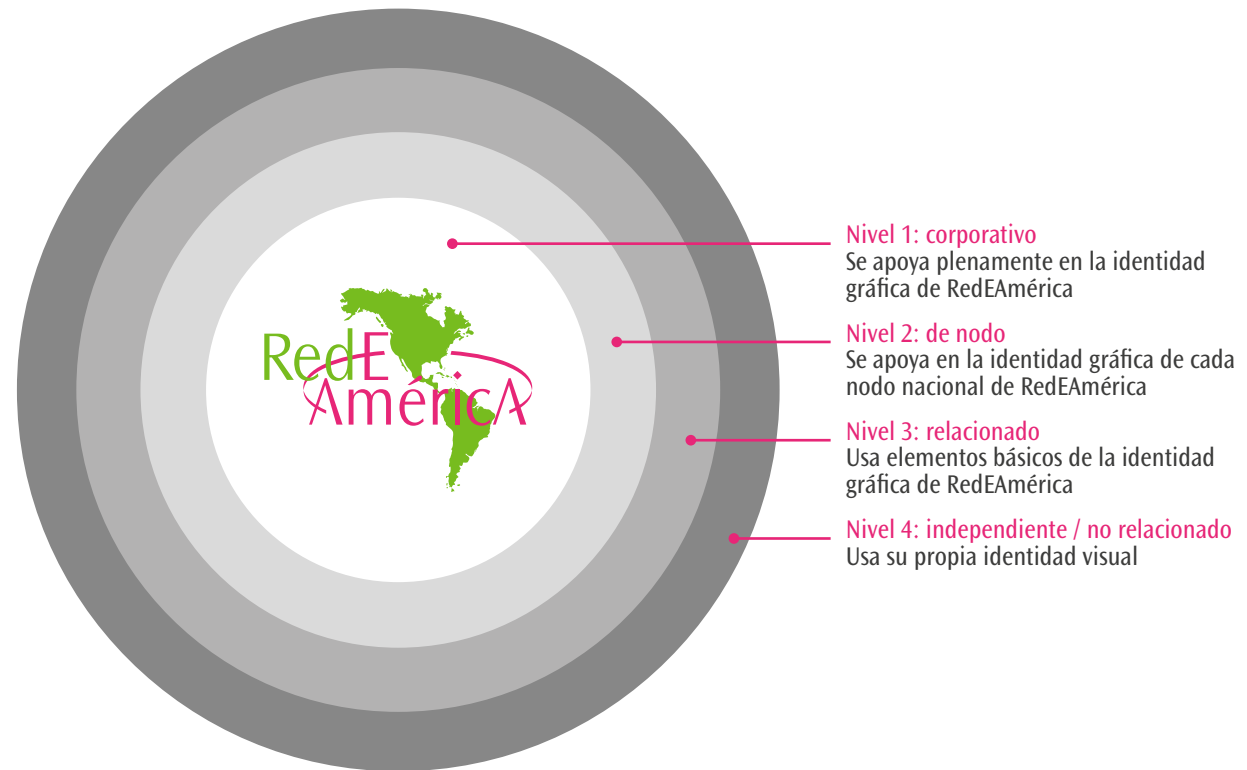
Pueda que no sea un diagrama exacto al 100%, pero se hace para demostrar que cada acción que realice RedEAmérica puede ser susceptible de ubicarse en estas siete categorías, haciéndose innecesaria la creación de nuevas.

4.4 Ubicación de acciones recientes y actuales

| | | |
|--|---|---|
| 1. Marca institucional | | |
| 2. Nodos nacionales (y próximos nodos) | | |
| 3. Talleres e intercambio de conocimiento | <p>3A. Todos los talleres y eventos de intercambio de conocimiento organizados de manera propia por RedEAmérica.</p> | <p>3B. Todos los talleres y eventos de intercambio de conocimiento organizados en asocio con otras entidades.</p> |
| 4. Programas hemisféricos |  | |
| 5. Programas nacionales | <p>5A.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fondo Iniciativa común (BR) • Fondo Comunidad en red (BR) • EnRedAprendo (COL) | <p>5B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa SUMA (Perú) • Acciones Educativas Locales AEL (Arg) • Focus - fase 2(Col) • Comunidades que educan (Col) • Grupos de profundización • Fondo BR (BR) • Fondo Nacional Colombiano (COL) |
| 6. Foros Internacionales (FIR) (y próximos Foros) |  | |
| 7. Formación | <p>Diplomado Tecnológico de Monterrey, Curso Virtual Incae Costa Rica.</p> | |

Debido a que las categorías 1 y 2 de este mapa ya tienen sus capítulos independientes donde se explica su uso y manejo, entraremos a detallar en las próximas páginas las recomendaciones de identidad para las categorías 3 a 7.

4.5 Niveles de relacionamiento sugeridos



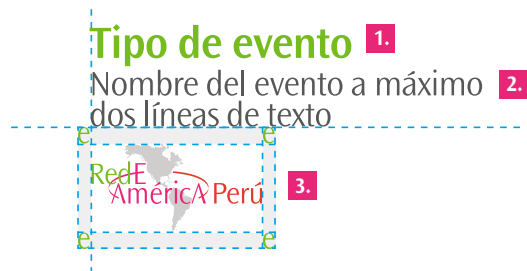
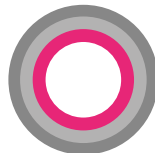
Las acciones de RedEAmérica pueden tener cuatro categorías gráficas dependiendo del grado de relación deseado frente a la marca corporativa.

Para cada categoría se definió el tipo de relación visual que deben llevar estas acciones y el nivel de relación que debe tener su identidad con la identidad institucional de RedEAmérica.

4.6 Relación sugerida para categoría 3 Talleres e intercambio de conocimiento

3A. Talleres organizados de manera propia

Relación sugerida
nivel 2:
De nodo



Modelo de construcción

Foro participativo

Inversión social para el desarrollo
de las comunidades



Tipo de uso ideal:
Se usa el logo del nodo

Foro participativo

Inversión social para el desarrollo
de las comunidades



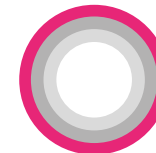
Cuando sea necesario:
Se usa el logo de la red

Debido al alcance local de estos talleres, así como a su corta duración, se recomienda que para estos eventos tipo taller (curso, p nel, taller) se desarrolle una **identidad genérica** donde hayan 3 niveles de información:

1. Tipo de evento (en tipografía Ocean Sans Semibold - verde RedEAmérica)
2. El nombre del evento específico (tipografía Ocean Sans Light - gris 80%)
3. El logo del nodo organizador (alineado a la izquierda respetando reserva)
Es posible usar el logo de la red, cuando se necesite o se decida estratégicamente.

3B. Talleres organizados en asociación

Relación sugerida
nivel 4:
Independiente



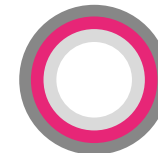
Ejemplo de uso en pieza de terceros
(la identidad del taller es totalmente independiente,
el logo de RedEAmérica respalda)

Como la categoría 3B es una iniciativa colectiva desarrollada de manera asociada, RedEAmérica **no tiene la potestad de decidir sobre el aspecto visual del taller**. En ese caso, existen tres escenarios posibles:

- A. Si participa la Dirección Ejecutiva, se usa el logo de RedEAmérica.
- B. Si participa algún nodo nacional, se usa el logo del nodo.
- C. Si participa la Dirección Ejecutiva y miembros de nodos nacionales, se pueden usar los logos de los nodos y el logo de RedEAmérica.

4.7 Relación sugerida para categoría 4 Programas hemisféricos

Relación sugerida
Nivel 3:
Relacionado



Estos programas hemisféricos hacen uso de uno o más colores corporativos para relacionarse con RedEAmérica

Ejemplo de creación de identidades para nuevos programas hemisféricos que tengan relación con RedEAmérica.

- a) mediante el uso de colores corporativos
- b) mediante el uso de color y tipografía

En el caso de los programas hemisféricos, el nivel de relacionamiento 3 (llamado "relacionado") implica que se haga uso de alguno de los elementos de identidad de RedEAmérica.

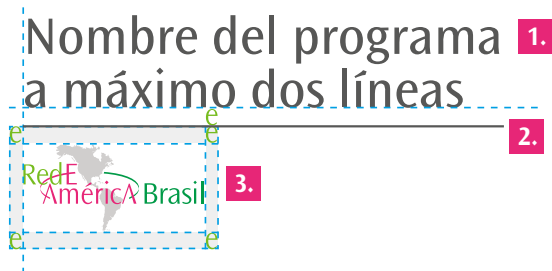
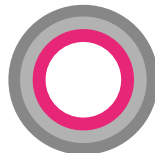
Todo nuevo gran programa hemisférico de RedEAmérica, **debería integrar** dentro de su identidad gráfica o bien uno o más colores corporativos, o hacer uso del tipo de letra oficial de RedEAmérica.

De todas formas, la composición y concepto gráfico es libre, debido a que el propósito, público y duración de cada programa hemisférico es diferente.

4.8 Relación sugerida para categoría 5 Programas nacionales

5A. Programas de desarrollo propio

Relación sugerida
nivel 2:
De nodo



Modelo de construcción

Iniciativa comum



En Red Aprendo



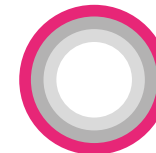
Ejemplos de uso correcto

Para los programas y fondos de manejo propio se recomienda un esquema en donde intervengan 3 elementos:

1. El nombre del programa (tipografía Ocean Sans Light - gris 80%)
2. Una línea divisoria entre el nombre y el evento (el espacio entre el logo, la línea divisoria y el nombre del evento será la misma "e" del área de reserva del logo del nodo)
3. El logo del nodo organizador (alineado a la izquierda respetando reserva)

5B. Programas organizados en asociación

Relación sugerida
nivel 4:
Independiente



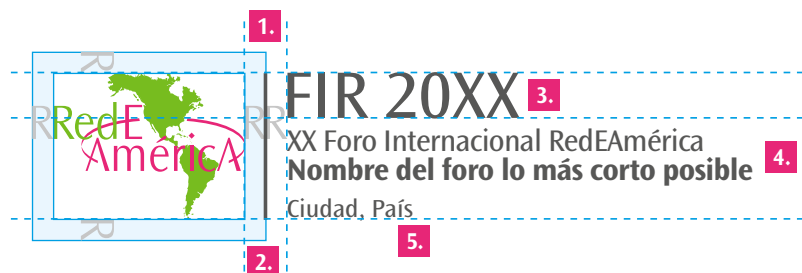
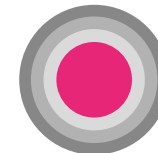
La identidad de estos programas podría ser totalmente independiente y está sujeta a los acuerdos de los involucrados

Debido a que la categoría 5B es una iniciativa colectiva desarrollada de manera asociada, RedEAmérica **no tiene la potestad de decidir sobre el aspecto visual del programa.**

Por esta razón, esta categoría debería manejar su aspecto gráfico independiente a RedEAmérica.

4.9 Relación sugerida para categoría 6 Foros internacionales (FIR)

Relación sugerida
nivel 1:
Corporativo



Modelo de construcción - tipo 1

- 1) El espacio existente entre el logo RedEAmérica y el texto del FIR, será equivalente a dos veces el área de reserva del logo (2 veces la R de la palabra).
- 2) En medio de las dos áreas de reserva espacio existente entre la "d" y la "E" del logo RedEAmérica se dibujará una línea que tendría el alto del logo de RedEAmérica.
- 3) La palabra FIR y el año deberán escribirse hacia la derecha, tener la misma altura del tope del logo RedEAmérica y estar justificada por abajo con las curvas magenta del mapa.
- 4) En el espacio restante, a dos líneas de texto, hacia la derecha se escribirá:
 - En la primera línea el número del foro en letra Ocean Sans Light.
 - En la segunda línea el nombre del foro en letra Ocean Sans Bold.
 - (Se recomienda crear nombres lo más cortos posibles)
- 5) La ciudad y el país donde se lleven a cabo irán a un tamaño menor, alineados por abajo con la parte inferior del mapa del logo.

Nota técnica: a la hora de escribir los textos, el *Kerning* o *interletrado* de la fuente debe ajustarse a una medida de -25%



Ejemplos de uso correcto - tipo 1

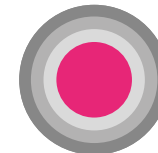
El Foro Internacional RedEAmérica es -en términos de visibilidad- la **máxima expresión colectiva** de las acciones de RedEAmérica. Por esta razón la sugerencia de identidad es desarrollar una imagen de relación nivel corporativo, en donde se apoye plenamente en la marca institucional. Esto implicaría usar tanto el logo, como el tipo de letra y los colores corporativos de RedEAmérica.

Debe respetarse en todo momento el logo oficial propuesto para los FIR.

Se presenta el modelo de construcción **tipo 1 (interrelación horizontal)**.

4.9 Relación sugerida para categoría 6 Foros internacionales (FIR)

Relación sugerida
nivel 1:
Corporativo



Modelo de construcción - tipo 2

Ejemplos de uso correcto - tipo 2
(nombre del foro a una y dos líneas)

- 1) El espacio existente entre el logo RedEAmérica y el nombre FIR, será equivalente a dos veces el área de reserva del logo (2 veces la R de RedEAmérica).
- 2) En medio de las dos áreas de reserva espacio existente entre la "d" y la "E" del logo RedEAmérica se dibujará una línea que tendrá el ancho del logo de RedEAmérica.
- 3) La palabra FIR y el año deberán tener el mismo ancho del logo RedEAmérica y estar justificada con él.
- 4) Debajo, hacia la derecha se escribirá:
 - En la primera línea el número del foro en letra Ocean Sans Light.
 - En la segunda línea el nombre del foro en letra Ocean Sans Bold.
(Se recomienda crear nombres lo más cortos posibles)
- 5) La ciudad y el país donde se lleven a cabo irán a un tamaño menor, alineados por abajo con la parte inferior del mapa del logo.

Nota técnica: a la hora de escribir los textos, el *kerning* o *interletrado* de la fuente debe ajustarse a una medida de -25%



FIR 2019

XX Foro Internacional RedEAmérica
Transformación y emprendimiento social
Mérida, Venezuela



FIR 2021

XX Foro Internacional RedEAmérica
Cambios sostenibles en el desarrollo de base
Bogotá, Colombia

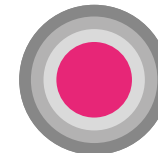
El Foro Internacional RedEAmérica es -en términos de visibilidad- la **máxima expresión colectiva** de las acciones de RedEAmérica. Por esta razón la sugerencia de identidad es desarrollar una imagen de relación nivel corporativo, en donde se apoye plenamente en la marca institucional. Esto implicaría usar tanto el logo, como el tipo de letra y los colores corporativos de RedEAmérica.

Debe respetarse en todo momento el logo oficial propuesto para los FIR.

Se presenta el modelo de construcción **tipo 2 (interrelación vertical)**.

4.9 Relación sugerida para categoría 6 Foros internacionales (FIR)

Relación sugerida
nivel 1:
Corporativo



Ejemplos de adaptación de los logos FIR a varias identidades gráficas.
(En todo momento debe respetarse la configuración del logo oficial del FIR)

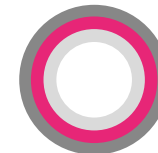
Para el caso de los FIR, el desarrollo del estilo gráfico de las piezas (fondos, imágenes, colores) correrá por cuenta de la Dirección Ejecutiva, quien se encargará del desarrollo creativo del material junto a su equipo de diseño. Los nodos únicamente se encargarán de la producción física de los elementos.

Aunque existe libertad creativa por parte de la Dirección Ejecutiva para abordar la imagen gráfica de los FIR, algunas recomendaciones puntuales son:

- 1) Involucrar el tipo de letra oficial de RedAmérica, al menos conservándola en el logo del FIR. Existe libertad de uso tipográfico.
- 2) El título FIR-AÑO y la línea divisoria pueden adquirir colores provenientes de los diseños de las piezas gráficas para ese foro específico.
- 3) Procurar mantener siempre las normas de legibilidad y uso correcto del logo institucional de RedAmérica (Capítulo 1).

4.10 Relación sugerida para categoría 7 Formación

Relación sugerida
Nivel 3:
Relacionado



Ejemplo de pieza actual



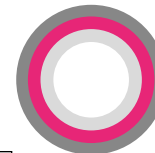
Ejemplo de implementación correcta de elementos gráficos de RedEAmérica en la pieza

Los programas académicos de formación son iniciativas desarrolladas en conjunto con instituciones educativas, por lo cual deben respetar la identidad de estas instituciones. Sin embargo algunas prácticas aconsejables que se pueden desarrollar en el tema de identidad son:

- 1) **Evitar desarrollar logos** ni marcas propias para estos programas.
- 2) Adoptar -en la medida de lo posible - en las piezas de estos programas académicos los elementos gráficos de RedEAmérica (Principalmente tipo de letra, colores corporativos y estilo fotográfico).
- 3) El logo de RedEAmérica en su versión principal debe aparecer en la pieza gráfica apoyando el programa.

4.10 Relación sugerida para categoría 7 Formación

Relación sugerida
Nivel 3:
Relacionado



Ejemplo de pieza actual



Ejemplo de implementación correcta de elementos gráficos de RedEAmérica en la pieza

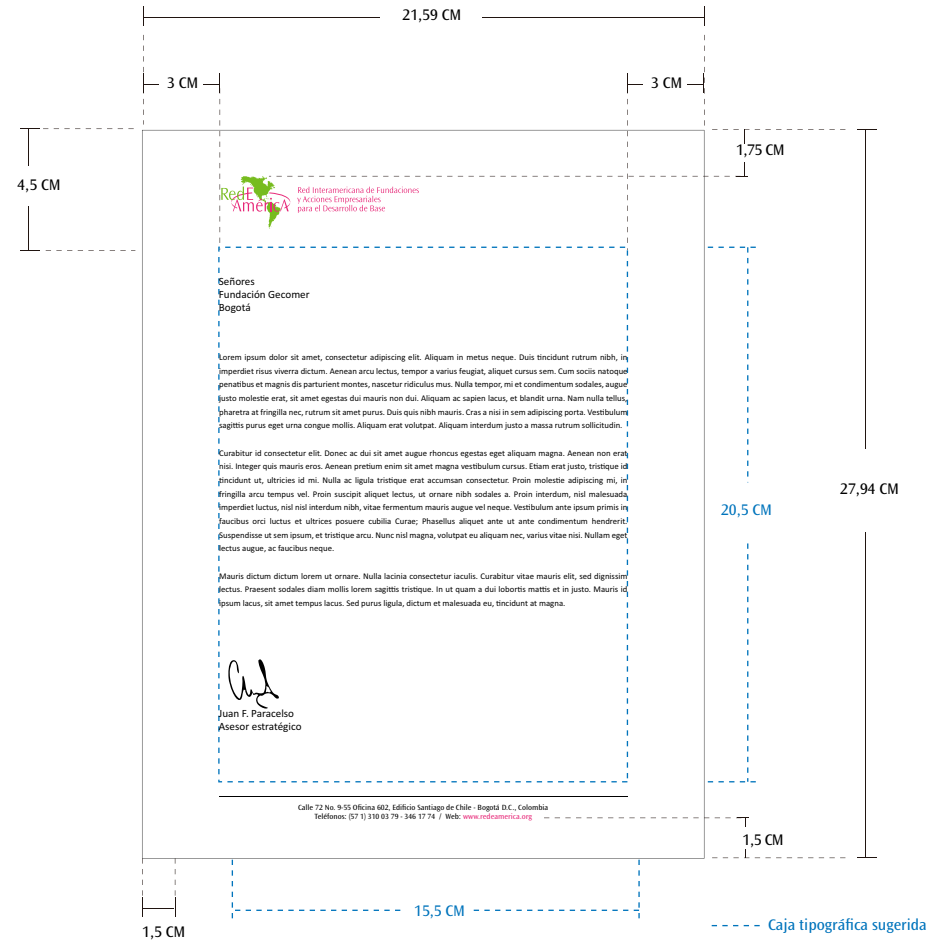
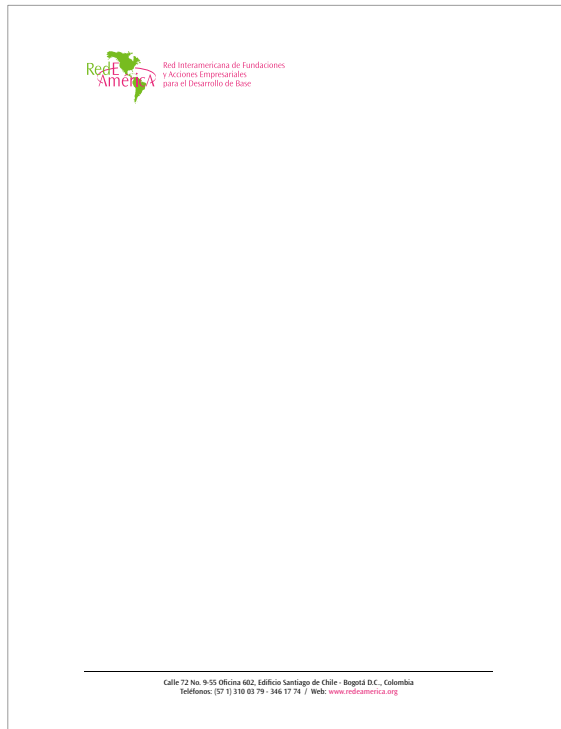
Los programas académicos de formación son iniciativas desarrolladas en conjunto con instituciones educativas, por lo cual deben respetar la identidad de estas instituciones. Sin embargo algunas prácticas aconsejables que se pueden desarrollar en el tema de identidad son:

- 1) **Evitar desarrollar logos** ni marcas propias para estos programas.
- 2) Adoptar -en la medida de lo posible - en las piezas de estos programas académicos los elementos gráficos de RedEAmérica (Principalmente tipo de letra, colores corporativos y estilo fotográfico).
- 3) El logo de RedEAmérica en su versión principal debe aparecer en la pieza gráfica apoyando el programa.

Capítulo 5:

Aplicaciones básicas

5.1 Papelería corporativa - hoja carta



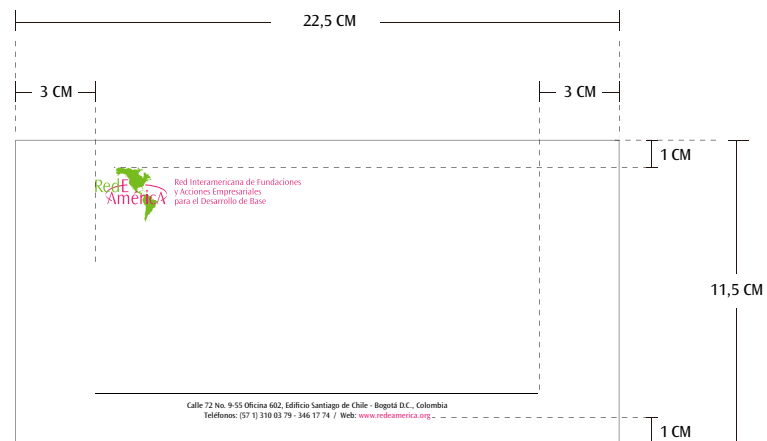
Especificaciones:

Formato: Carta 21,5 cm x 29,7 cm.

Tipografía de la papelería: Ocean Sans STD Book 8,5 puntos

Texto de corrido: debe ser compuesto en tipografía Calibri. Texto alineado a la izquierda, justificado.

5.2 Papelería corporativa - sobre



Especificaciones:

Formato: Sobre carta - cara frontal 22,5 cm x 11,5 cm.

Tipografía de la papelería: Ocean Sans STD Book 8,5 puntos

5.3 Tarjetas de presentación - dirección ejecutiva



Especificaciones:

Formato: Tarjeta estándar - 9 cm x 5 cm. / 3 x 1 tintas

Tipografía de la papelería: Nombre: Ocean Sans STD Book 9 puntos / Cargo: Ocean Sans STD Book 8 puntos / Otra info: Ocean Sans STD Book 7 puntos

5.4 Tarjetas de presentación - nodos nacionales



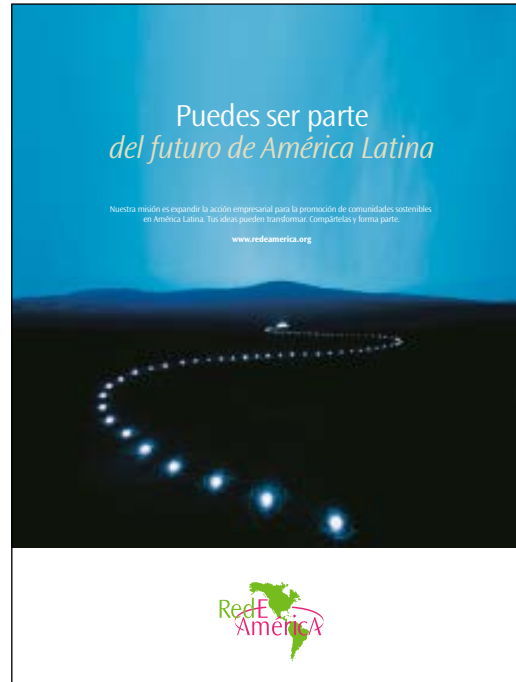
Especificaciones:

Formato: Tarjeta estándar - 9 cm x 5 cm. / 4 x 1 tintas

Tipografía de la papelería: Nombre: Ocean Sans STD Book 9 puntos / Cargo: Ocean Sans STD Book 8 puntos / Otra info: Ocean Sans STD Book 7 puntos

Nota: El texto del cargo y el reverso de la tarjeta adoptan el color del nodo nacional.

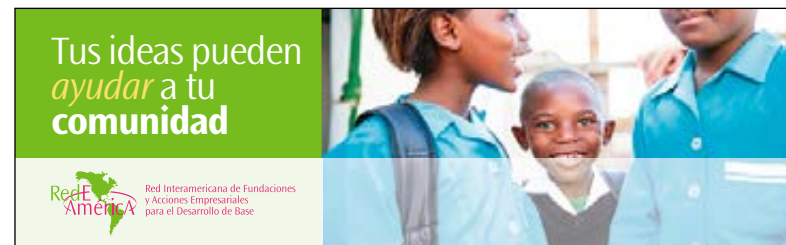
5.5 Recomendaciones para aplicación de identidad en publicidad



Aunque en el pasado RedEAmérica no había tenido presencia en medios masivos, no quiere decir que en algún momento se pongan en marcha iniciativas que requieran la comunicación de mensajes publicitarios. En este caso, se recomiendan tres aspectos puntuales:

1. Manejar un tipo de comunicación más orientado a lo ejecutivo, a la capacidad de transformación apoyada por la empresa. No tan enfocado a la temática social.
2. Usar los elementos oficiales de identidad de RedEAmérica (colores, tipo de letra, estilo de imagen fotográfica).
3. Crear piezas con un mensaje claro, entendible y concreto. Usar textos cortos e imágenes realmente llamativas y que inciten a la colaboración.

5.6 Recomendaciones para medios digitales



Para medios digitales se recomienda seguir las mismas normas básicas de elementos publicitarios, sumadas a estas recomendaciones:

1. El tiempo de lectura en web es aún más corto. Deben usarse mensajes concretos, cortos y directos que inciten a la acción.
2. El logo de RedEAmérica es complejo. Por esto se debe cuidar la legibilidad de éste en medios digitales, usándolo a tamaños adecuados (no tan pequeño).
3. Las piezas deben tener un aspecto atractivo, amable y humano, podrían tener un mensaje más "social".

5.7 Recomendaciones para creación de merchandising



Como se dijo anteriormente, el uso acertado de la identidad en elementos de merchandising atractivos y útiles, puede ayudar a dar mayor visibilidad a la marca. Ello brinda un aliciente adicional a sus audiencias y fomenta el involucramiento así como el sentido de pertenencia.

Es importante aplicar correctamente los logos en los elementos de merchandising (uso sobre fondos y respetar su área de reserva) y cuando se necesite, generar mensajes cortos, atractivos y emotivos, que justifiquen la razón de ser de la pieza.

Gracias

por utilizar correctamente
nuestra identidad visual

Cualquier nueva aplicación de la identidad que no se encuentre aquí relacionada,
deberá contar con la aprobación de la coordinación de comunicaciones de RedEAmérica.

