



Manual de

Identidad Visual



CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Descripción del Cambio
1	01/02/2011	Creación Inicial
2	15/11/2011	Modificación (Sol. 956) Traslado del proceso Cultura Ambiental Ciudadana, actualización nuevo código del documento
3	19/04/2013	Modificación (Sol. 1242) Se modifica de acuerdo a la nueva imagen institucional.
4	30/04/2015	Modificación (Sol. 1702) Se actualiza el contenido total del documento; se traslada del proceso de relaciones con partes interesadas al proceso de comunicación educativa, se asigna el código al documento M-CE-MA01
5	27/12/2016	Modificación (Sol 2102) se actualiza conforme al Acuerdo Consejo Directivo CDMB 1306 de 2016, donde se actualiza el nombre de la oficina de cultura ambiental por oficina Gestión Social y Ambiental y se incluyen nuevos campos
6	18/08/2021	Modificación (Sol 3056) se actualiza de acuerdo a la nueva imagen institucional aprobada en comité del MIPG.

Introducción

El sistema de identidad visual de la marca CDMB compuesto por logo símbolo, tipografía, colores y aplicaciones es un activo muy importante de la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga, el cual debe estar bien definido para la implementación de una excelente estrategia de comunicación.

Cabe resaltar que es muy importante cuidar los detalles de cada uno de los elementos que conforman la marca, con el ánimo de proyectar una imagen coherente y consistente de la corporación como la autoridad ambiental de la región, y así generar gran empatía con los actores sociales y grupos de interés.

En este documento se especifican todos los parámetros que se deben cumplir en cuanto al manejo de la identidad corporativa y la marca CDMB; Con esta serie de normas se logrará consolidar una imagen institucional sólida, acorde al pensamiento de la corporación y la comunicación que esta quiere llevar a las diferentes partes interesadas.

Aplicación del manual

La arquitectura de la marca es una estructura única, debe estar encaminada a la recordación de la misma, para tal fin en este Manual se establece la correcta utilización de la identidad visual y sus diferentes aplicaciones.

Todas la piezas con la marca CDMB deben ser revisadas y aprobadas, antes de su difusión, divulgación o publicación, por el profesional especializado delegado por la Dirección de la CDMB para las comunicaciones.

En caso de que surjan eventos o necesidades no establecidas en este Manual, el profesional delegado estará dispuesto a resolverlos, aportando soluciones. para ello se podrán hacer consultas vía correo electrónico o llamando al PBX 6346100 Ext. 5405.

Símbolo

El concepto que se tuvo en cuenta para construir el símbolo incluye los elementos básicos que el ser humano necesita para su supervivencia:



Agua



Flora



Fauna



Ser Humano



Aire / Suelo

La sigla CDMB corresponde al nombre de la Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga, la cual está constituida a partir de la fuente CENTURY GOTHIC BOLD con variaciones en su ancho y curvatura, generando un aspecto más claro y sólido acorde con la identidad de Autoridad Ambiental.

CDMB

Fuente original



CDMB

Fuente Modificada Final

Versiones Cromáticas



C / M / Y / K
78 / 2 / 100 / 0

R / G / B
42 / 165 / 55

C / M / Y / K
85 / 49 / 5 / 0

R / G / B
29 / 114 / 179

C / M / Y / K
87 / 32 / 91 / 23

R / G / B
24 / 108 / 58

Variación del Logo



Logosímbolo con complemento, se utiliza para piezas de comunicación internacional, en la rama del correo electrónico y en documentos de carácter social.



Este logosímbolo es la versión vertical que se puede usar en cualquier publicación.

Logo en fondos de color

Una de las principales características de la composición del logotipo es el color, por tanto la utilización de este en fondos de color se debe adaptar según el elemento de comunicación a diseñar, para esto se establece que el logotipo se utiliza blanco sobre fondos de color.



Área de seguridad

El área de seguridad del logotipo de la corporación delimita la zona libre al rededor de la marca y sirve para que otros elementos no invadan su espacio y se tenga mejor lectura y percepción del logotipo.



Las tipografías de apoyo se necesitan para terminar de unificar la imagen de la Corporación en cuanto a su marca.

Dicha fuente se utilizará en medios publicitarios y medios digitales.

Fuente Oficial
Source Sans Pro | (En todas sus versiones)

Fuentes Secundarias
Montserrat | (En todas sus versiones)
Aller | (En todas sus versiones)

Usos Indebidos

Los parámetros establecidos en este manual son de uso obligatorio en la marca para que pueda generar la recordación adecuada por clientes, usuarios, funcionarios y demás actores que tiene la Corporación.

Este aparte ilustra algunos usos indebidos y modificaciones inaceptables.

Cambio de color



Cambio de proporción



Dependencias

Para la identificación de las diferentes dependencias de la Entidad, se debe utilizar el nombre completo de la misma, acompañado del logo de la CDMB. En ningún caso podrán ser utilizadas las siglas de las diferentes dependencias, o el nombre de éstas sólo o sin el logotipo de la CDMB.

El nombre de la dependencia no debe tener mayor altura que la marca de la corporación.



**DIRECCIÓN
GENERAL**



**SECRETARIA
GENERAL**



SURYT

Papelería Corporativa



Membrete y sobre



**Tamaño
Carta y Legal**

Tarjetas de presentación



Tiro



Retiro

Carnetización



Botones y USB



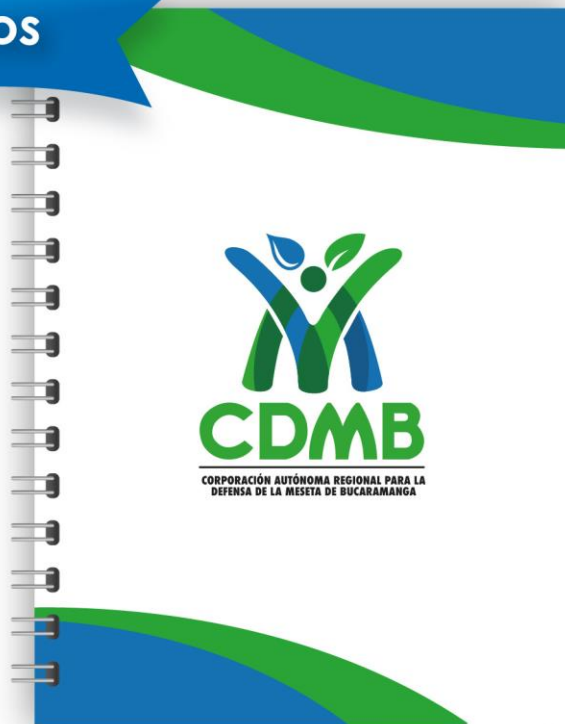
— 5,5 mm —



Lapiceros



Agendas y cuadernos



Fundas para celular



Camisetas tipo polo



Camisas manga larga



Chalecos



Gorras



Vehículos





Medios Digitales y Publicitarios



Post Redes sociales

Para los post de redes sociales, el contenedor en la parte inferior varía según el tipo de post; Si es publicitario, informativo ó para fechas especiales.

Post Corporativo e informativo

Post Fechas especiales y Publicitario



Cover Redes sociales

27

Los cover ó portadas se ajustan proporcionalmente a las medidas actuales según la red social a la que vaya dirigido.

Cover
Facebook

Cover
Twitter, Youtube



Flyer e historias Redes S.

Para la identificación de medios impresos y digitales se debe respetar siempre los contenedores de la parte superior e inferior del producto final.



El banner se debe ajustar según el tipo de formato audiovisual. Las transiciones, cortinillas y demás elementos deben ser animados partiendo de la línea gráfica y colores estipulados.



CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL PARA LA
DEFENSA DE LA MESETA DE BUCARAMANGA

Carolina Rueda

Comunicadora Social



CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL PARA LA
DEFENSA DE LA MEZETA DE BUCARAMANGA

¡Gracias!

