



Manual de Identidad Corporativa

Fundación CIDHPDA
Por una Cultura de Paz

INFORMACIÓN DE CONTACTO



contacto@fundacion
cidhpda.co



744 295 9042

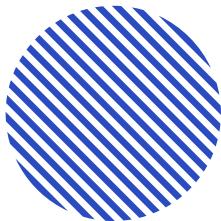


Fecha de creación del
manual :04/09/2025



Version 1

Creditos de diseño: Valeria Velázquez Jerónimo



INDICE

1. Introducción

2. Identidad Básica de la Marca

2.1. Logotipo Principal

- Presentación clara del logotipo principal
- Construcción geométrica del logo (proporciones)
- Significado y concepto del diseño explicado

2.2. Variaciones del Logotipo

3. Tipografía Corporativa

3.1. Tipografía Principal

3.2. Tipografía Secundaria

4. Paleta de Colores

4.1. Colores Institucionales

5. Normas de Aplicación

5.1. Área de Respeto

5.2. Tamaños de Aplicación

5.3. Fondos y Contrastos

6. Usos Correctos e Incorrectos

6.1. Ejemplos de Uso Correcto

6.2. Errores Comunes – Lo que NO hacer

7. Aplicaciones Prácticas

7.1. Papelería Corporativa

7.2. Material Digital

7.3. Aplicaciones Adicionales

1. INTRODUCCIÓN

Este manual establece las normas y lineamientos gráficos para el uso adecuado del logotipo y la identidad visual de la Fundación CIDHPDA, IIIDHCJ y CIDHPDA.

Su objetivo es garantizar coherencia, reconocimiento y uniformidad en todas las aplicaciones de la marca, tanto en medios impresos como digitales.

IDENTIDAD BÁSICA DE LA MARCA

2. LOGOTIPO OFICIAL



El logotipo oficial representa la identidad institucional. Se deberá utilizar siempre en su versión original, sin alteraciones ni modificaciones.

Formatos recomendados: PNG, JPG y vectorial (SVG o PDF). Se deberá mantener una proporción mínima y respetar su área de protección.

SIGNIFICADO Y CONCEPCION

Significado: Representan la identidad, la unidad y la diversidad de los pueblos de América Latina. Cada bandera simboliza un país con su cultura e historia única, pero al mostrarlas juntas, se enfatiza la idea de una comunidad o hermandad latinoamericana.

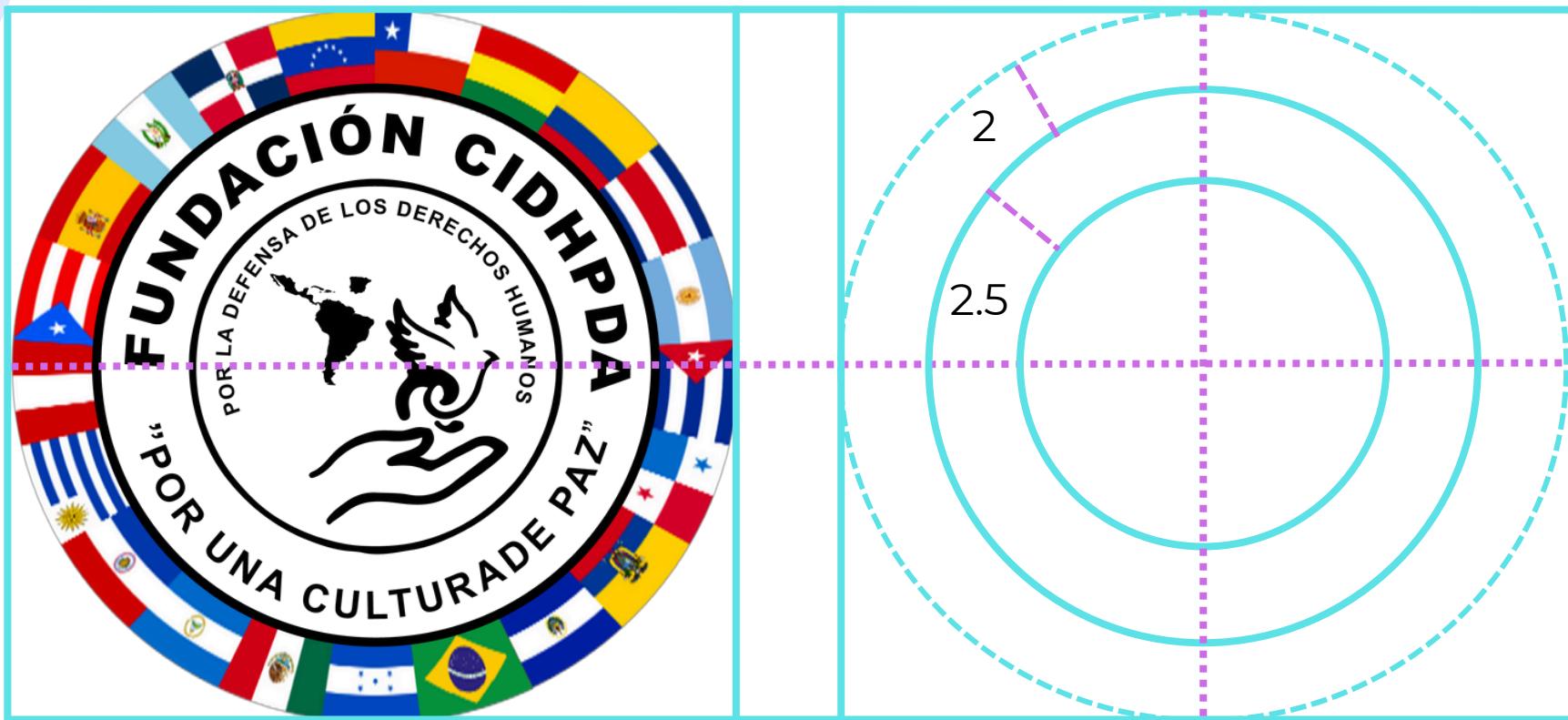


La Paloma: Es un símbolo universal de la paz, la armonía y la esperanza. Representa el deseo de un futuro sin conflictos, basado en la concordia.

· La Mano que la sostiene: La mano representa la humanidad, la receptividad y la acción. Significa que la paz no es solo un concepto, sino algo que debemos acoger, sostener y proteger activamente.

Mapa de América Latina: Refuerza el concepto de unidad geográfica y cultural. Es la representación física de la "Patria Grande" a la que pertenecen todas las banderas.

CONSTRUCCIÓN GEOMÉTRICA DEL LOGO (PROPORCIONES)



VARIACIONES DEL LOGOTIPO

Se permite el uso de las siguientes variaciones:



- Versión a color (principal).
- Versión en blanco

El uso depende del fondo y el contexto, siempre manteniendo la legibilidad.

Nota: **No se debe alterar, simplificar ni modificar los elementos gráficos (BANDERAS, COLOR Y TIPOGRAFÍA) del logotipo.** Cualquier variación no autorizada afecta la identidad y coherencia visual de la Fundación.

Debido a la naturaleza del diseño y a los elementos que lo componen (banderas, tipografía circular y símbolos internos), el logotipo de la Fundación CIDHPDA no admite versiones alternativas como:

Versión en una sola tinta (excepto en casos específicos de necesidad en negativo)



Versión simplificada



Versión simplificada



FUNDACIÓN CIDHPDA

"POR UNA CULTURA DE PAZ"
POR LA DEFENSA DE LOS
DERECHOS HUMANOS

3. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

3. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Tipografía principal:

Familia tipográfica Montserrat

-Ejemplo de todos los pesos:

-Regular – **Bold**.

Usos recomendados:

- *Light* → para párrafos y textos largos.
- *Medium* → para subtítulos y destacados.
- **Bold** → para títulos y encabezados principales

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

ALTAS

A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, Ñ, O, P,
Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z

BAJAS

a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, ñ, o, p, q, r,
s, t, u, v, w, x, y, z

NÚMEROS Y SIGNOS

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . ; : - () "

Tipografía secundaria:

- Montserrat Regular (para textos corridos y subtítulos).

Tipografía secundaria

- Citas, slogans o frases institucionales.
- Diseños digitales y presentaciones.

Alternativas tipográficas

Para situaciones en que la tipografía principal no esté disponible.

- Si la principal es Montserrat, la alternativa web-safe puede ser Arial.

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

ALTAS

A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, Ñ, O, P,
Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z

BAJAS

a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, ñ, o, p, q, r,
s, t, u, v, w, x, y, z

NÚMEROS Y SIGNOS

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . ; - () "

Jerarquía tipográfica

1. Título (Principal, Bold, 20–24 pt).
2. Subtítulo (Secundaria, Medium, 16–18 pt).
3. Cuerpo de texto (Regular, 11–12 pt).
4. Notas o pie de página (Light o Italic, 9–10 pt).

Ejemplos de aplicación

Una diapositiva con título, subtítulo y texto de párrafo aplicando la jerarquía. Otro ejemplo en un afiche o tarjeta de presentación.

PALETA DE COLORES

4. COLORES INSTITUCIONALES

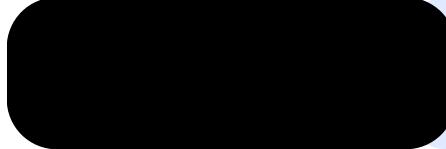
La paleta oficial está compuesta por:



Azul institucional: #0B3D91 (R11, G61, B145)



Rojo institucional: #D62828 (R214, G40, B40)



Negro: #000000



Blanco: #FFFFFF

Estos colores deberán usarse en todos los materiales para asegurar coherencia.



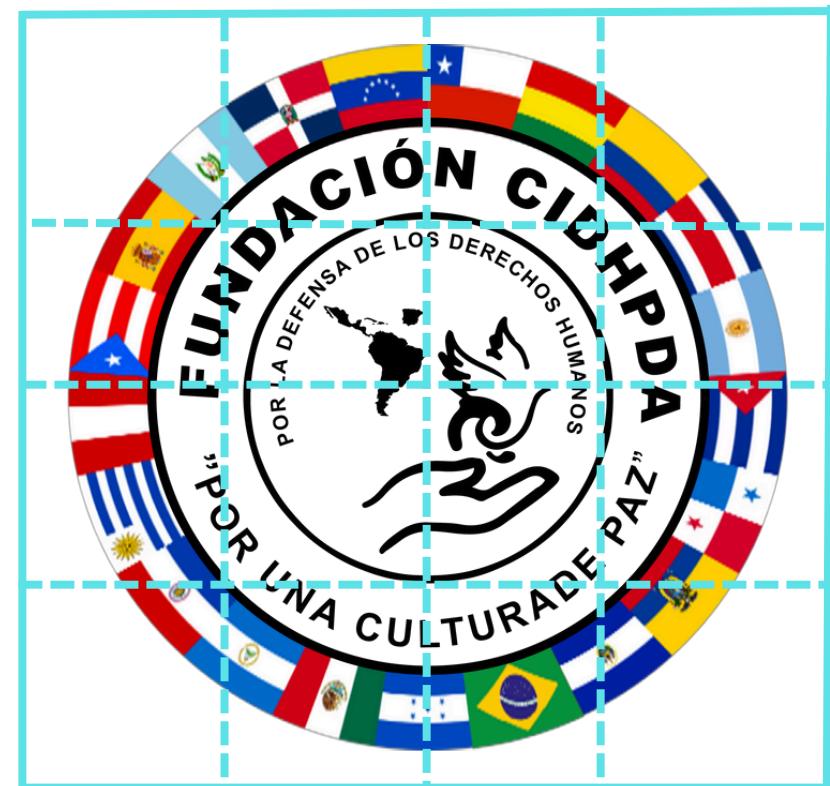
NORMAS DE APLICACIÓN

5. NORMAS DE APLICACIÓN DEL LOGOTIPO

Área de respeto

El logotipo debe estar rodeado de un espacio mínimo libre de otros elementos gráficos tipográficos.

Ningún texto, imagen o borde debe invadir ese espacio.



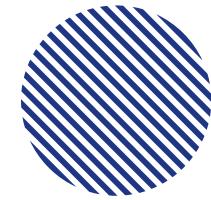
nota:

El logo no debe reducirse tanto que los textos (“FUNDACIÓN CIDHPDA” y el lema) se vuelvan ilegibles.

En impresión: 3.5 cm de diámetro (35 mm) es un buen mínimo.

En digital: 150 px de diámetro como mínimo.

Tamaños de aplicación



Tamaño mínimo

Impresión:

35 mm de diámetro.



Digital:

150 px de diámetro.



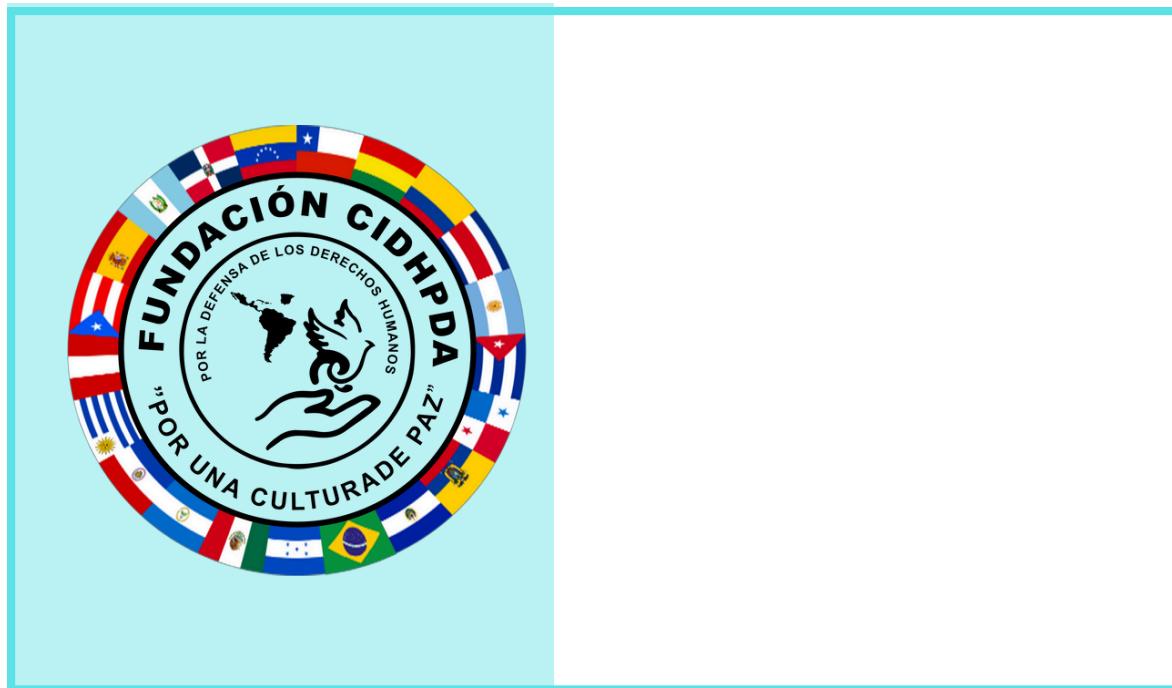
Nota: Esto asegura que las banderas y el texto sean legibles

Tamaño máximo recomendado:



Puede escalarse libremente en impresos y digitales, pero se recomienda no ocupar más del 40% del área disponible en piezas gráficas.

40%



Fondos y contrastes



Logo en su versión
original

Ejemplo: sobre fondo
blanco

Se mantiene la
legibilidad y contraste.



Logo en su versión
negativo

Ejemplo: sobre fondo
azul marino o negro.
Contraste alto, el logo
sigue siendo legible.

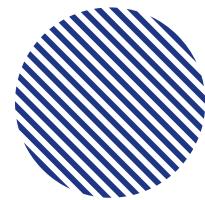


Colocar el logo sobre:
Fondo gris claro.
Fondo gris oscuro.
Fotografía con colores
intensos.



USOS CORRECTOS E INCORRECTOS

6. USOS CORRECTOS E INCORRECTOS



usos correctos

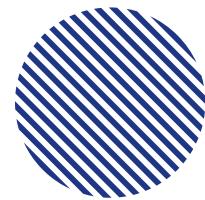


- Utilizar el logotipo en sus colores institucionales.
- Respetar el área de seguridad alrededor del logotipo.
- Mantener proporciones sin distorsión.



usos incorrectos

- Cambiar los colores del logotipo.
- Alterar la tipografía del logotipo.
- Usar efectos como sombras, degradados o bordes ajenos.
- Girar, deformar o recortar el logotipo.

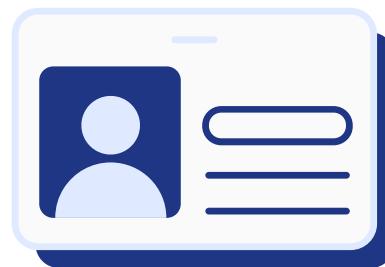


APLICACIONES PRACTICAS

7. APLICACIONES EN PAPELERÍA

El logotipo y colores institucionales deberán aplicarse en:

- Hojas membretadas.
- Tarjetas de presentación.
- Sobres institucionales.
- Carpetas y documentos oficiales.



El diseño deberá mantener la sobriedad, priorizando la legibilidad y formalidad.



8. APLICACIONES DIGITALES Y REDES SOCIALES

La identidad se aplicará en:



Perfiles de redes sociales (foto de perfil y portadas).



Firmas de correo electrónico.



Plantillas digitales para presentaciones.

Se debe respetar la paleta de colores y mantener la uniformidad en todos los formatos digitales.

9. NORMAS DE USO EN UNIFORMES Y SEÑALETICA

El logotipo se aplicará en uniformes institucionales en formato bordado o estampado, respetando los colores oficiales.

En señalética (interior y exterior) deberá colocarse en lugares visibles, garantizando legibilidad y coherencia con el manual.



10. EJEMPLOS DE APLICACIÓN GENERAL

La identidad puede aplicarse en:

- 1.- Material publicitario.
- 2.- Eventos institucionales.
- 3.- Publicaciones digitales.
- 4.- Documentos impresos.



Se deberán seguir los lineamientos establecidos en este manual para asegurar consistencia.