

FIDERPAC

PARA EL BIENESTAR FAMILIAR

Manual
de identidad

/ Guía para el uso correcto
de la identidad visual.

/ Desarrollado por:
.margarita BRANDING.STUDIO.CR



/ Sobre el manual

Este manual de identidad es una herramienta que contiene las pautas para el correcto uso de la marca FIDERPAC en aplicaciones impresas y digitales con el fin de estandarizar su reproducción, asegurar legibilidad y establecer una comunicación adecuada.

Contenido

1.0	DIRECCIÓN VISUAL	2.0	EL COLOR	3.0	EL LOGO	4.0	TIPOGRAFÍA
1.1	Sobre nosotros	2.1	Códigos de color	3.1	Variaciones	4.1	Principal
1.2	Palabras clave	2.2	Significado	3.2	Planimetría	4.2	Secundaria
		2.3	Proporciones del color	3.3	Área de protección	4.3	Jerarquía tipográfica
				3.4	Tamaño mínimo	4.4	Ejemplo de uso
				3.5	Aplicaciones		
		5.0	SISTEMAS VISUALES	6.0	CONTACTO		
		5.1	SISTEMAS VISUALES				

Dirección Visual



1.0

- 1.1 Moodboard
- 1.2 Palabras Clave

"Para el bienestar familiar " PERSPECTIVA INTERNA

Años de trayectoria consolidan la visión interna que permite a FIDERPAC el crecimiento a futuro de la marca, teniendo claro, cómo deben ser sus activaciones, ya sea producto, comunicación o incluso experiencia con las audiencias.

POSICIONAMIENTO DE MARCA

Inició en una zona y se expande por gran sector del país, la oportunidad está en apalancarnos de nuestras grandes cualidades geográficas, logísticas y conciliadoras para detonar el encuentro entre personas, siendo todo el país, escenario perfecto para impulsar proyectos personales y empresariales.

PROPOSICIÓN DE MARCA

Las historias de de éxito y emprendimiento, historias de grandes relaciones, de amistad, de vida. Historias que forjan nuestra identidad.

VALORES INSTITUCIONALES

A. SOLIDARIDAD Y EMPATÍA:

Capacidad y disposición de reconocer las necesidades de otros y actuar en consecuencia con ellas.

B. COMPROMISO Y

RESPONSABILIDAD: Ejecuto las tareas encomendadas anticipando los riesgos potenciales y asumiendo las consecuencias de mis decisiones y acciones.

G. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y EQUIDAD DE GÉNERO: Promovemos acciones y asumimos compromisos con el ambiente y la igualdad.

C. HONESTIDAD: Actúo en correspondencia a las normas y valores establecidos.

D. RESPETO Y SERVICIO: Acepto y tolero las individualidades sin modificar mis actuaciones y conductas para con los demás.

E. TRABAJO EN EQUIDAD Y

LEALTAD: Trabajo para la organización o participo voluntariamente en los Comités de Crédito con, por y para otros, con pasión por lo que hago y en fidelidad a la organización y sus principios.

F. AGILIDAD, RAPIDEZ Y CERCANÍA:

Facilitamos el acceso a nuestros servicios y brindamos respuesta en el menor tiempo posible.

El Color



- 2.1 Códigos de color
- 2.2 Significado
- 2.3 Proporciones del color

2.0

2.1

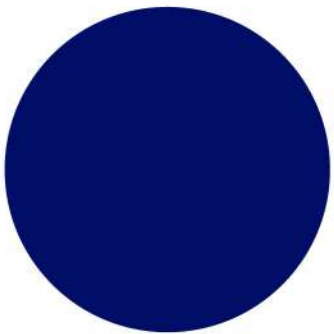
CÓDIGOS DE COLOR

Esta es la paleta de color de nuestra marca. Cada color fue cuidadosamente seleccionado para transmitir nuestra esencia.

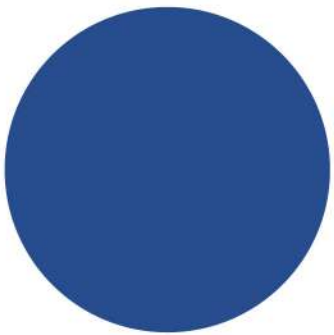
Deben usarse sus códigos exactos para evitar cualquier alteración.



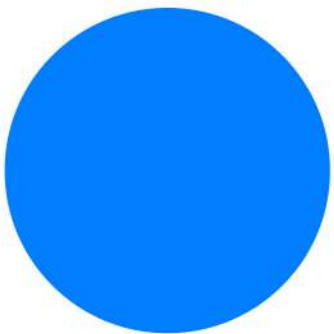
HEX	CMYK
#1D2242	56 / 48 / 0 / 74
RGB	PANTONE
29 / 34 / 66	296 C o 533 C



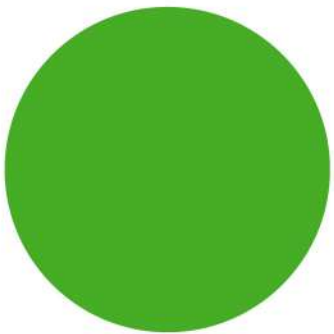
HEX	CMYK
#000E67	100 / 86 / 0 / 60
RGB	PANTONE
0 / 14 / 103	2756 C o 2748 C



HEX	CMYK
#274C8F	73 / 47 / 0 / 44
RGB	PANTONE
39 / 76 / 143	7686 C o 7687 C



HEX	CMYK
#027DFF	99 / 51 / 0 / 0
RGB	PANTONE
2 / 25 / 255	2727 C



HEX	CMYK
#47AC25	59 / 0 / 78 / 33
RGB	PANTONE
71 / 172 / 37	361 C o Green C

2.2

SIGNIFICADO

Azul profundo
#1D2242

HEX	CMYK
#1D2242	56 / 48 / 0 / 74
RGB	PANTONE
29 / 34 / 66	296 C o 533 C

Representa confianza, estabilidad y compromiso. Es la base sólida sobre la que se construye la relación entre FIDERPAC y las comunidades. Simboliza la responsabilidad institucional y el respaldo seguro para cada proyecto comunal.

2.2 SIGNIFICADO

Azul intenso
#000E67

HEX	CMYK
#000E67	100 / 86 / 0 / 60
RGB	PANTONE
0 / 14 / 103	2756 C o 2748 C

Evoca seriedad, respeto y profundidad. Transmite la firmeza de los valores institucionales, la claridad de los procesos y la honestidad en el trato con cada persona

2.2

SIGNIFICADO

Azul medio
#274C8F

HEX	CMYK
#274C8F	73 / 47 / 0 /44
RGB	PANTONE
39 / 76 / 143	7686 C o 7687 C

Une cercanía con profesionalismo. Este tono es puente entre lo humano y lo técnico: refleja la calidez de un equipo comprometido con la comunidad, sin dejar de lado la excelencia en su labor.

2.2

SIGNIFICADO

Azul eléctrico
#027DFF

HEX	CMYK
#027DFF	99 / 51 / 0 / 0
RGB	PANTONE
2 / 25 / 255	2727 C

Refleja energía, dinamismo y visión de futuro. Este tono inspira a avanzar, a innovar y a creer en el progreso conjunto, impulsado por ideas frescas y compromiso social.

2.2

SIGNIFICADO

Verde brillante
#47AC25

HEX	CMYK
#47AC25	59 / 0 / 78 / 33

RGB	PANTONE
71 / 172 / 37	361 C o Green C

Simboliza crecimiento, esperanza y sostenibilidad. Representa el desarrollo productivo, la agricultura, el trabajo comunal y el impacto positivo que se genera desde la raíz.

Azul profundo
#1D2242

Usar como color principal para fondos sólidos.

Azul medio
#274C8F

Usar para todos los elementos gráficos de gran tamaño o como otra opción de fondo.

Verde brillante
#47AC25

Usar Future para cuerpos de texto o títulos. Como tono de resalte, será distintivo del área Mi Pyme.

Azul eléctrico
#027DFF

Usar para elementos gráficos de apoyo junto al color verde brillante será distintivo del área Mi Pyme.

Azul intenso
#000E67

Usar como color secundario parra resaltar elementos importantes.

El Logo



- 3.1 Variaciones
- 3.2 Planimetría
- 3.3 Área de protección
- 3.4 Tamaño mínimo
- 3.5 Aplicaciones

3.0

3.1 VARIACIONES



ANTECEDENTE

El logotipo de años anteriores representa la forma de trabajo del modelo de crédito FIDERPAC, busca proyectar varios pilares de comunicación.

FIDERPAC

PARA EL BIENESTAR FAMILIAR

ACCIÓN Y DESARROLLO COMUNAL

Quienes somos

Nuestra
promesa básica

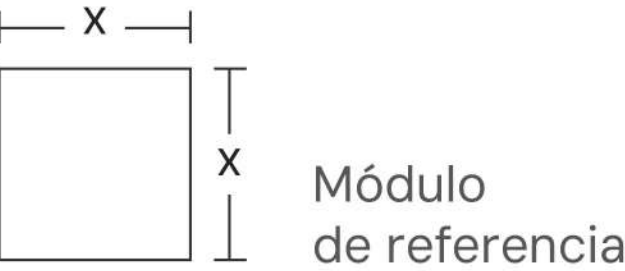
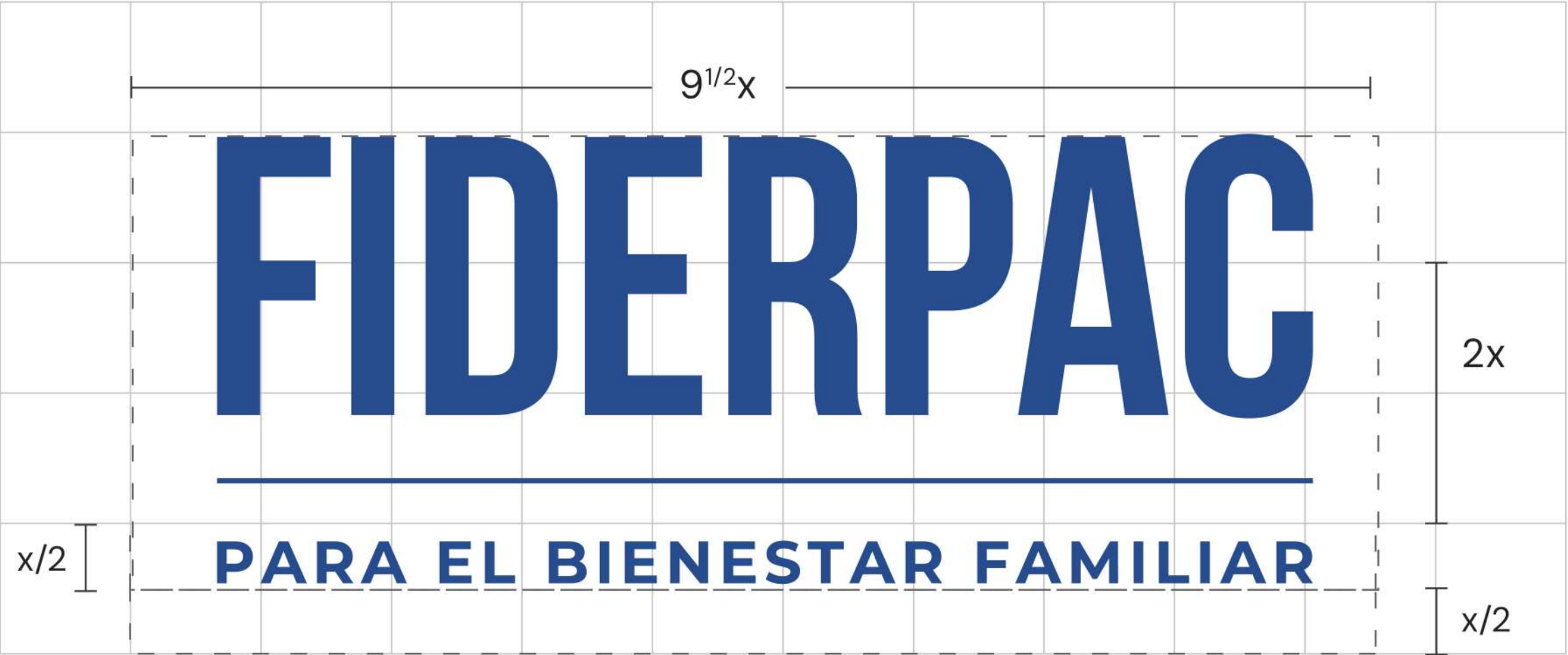
SINTESIS

El logotipo es la síntesis esencial de nuestra identidad de marca, éste fue cuidadosamente construido para poder comunicar de manera clara e impactante los diferentes aspectos que integran la identidad, en mensaje es claro y más directo.

3.2 PLANIMETRÍA

La composición del logotipo está construida sobre una retícula de módulos basados en la medida “x”.

No deben modificarse sus proporciones en ningún momento.



3.3

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se determinó un área de protección para el logo con el fin de garantizar legibilidad en todo momento.

No se podrá posicionar ningún elemento externo que se encuentre a una distancia menor a x.



X corresponde a la altura de la letra “F” del logotipo. Deberá guardarse su proporción según tamaño del logo.

3.4

TAMAÑO
MÍNIMO

A continuación se indican los tamaños mínimos permitidos para las reproducciones impresas de cada variación del logo con el fin de garantizar legibilidad.

- Logo principal
No menor a 4 cm.

Logo principal

< 4 cm >



Tpografía de Construcción del Logotipo



3.5

APLICACIONES
/ COLOR

Estas son las aplicaciones permitidas que podrán usarse haciendo uso únicamente de los colores corporativos mencionados anteriormente.



LOGO BLANCO - FONDO NEGRO



LOGO BLANCO - FONDO AZUL



LOGO AZUL - FONDO BLANCO



LOGO BLANCO - FONDO COLORES

3.5

APLICACIONES
/ ALTO CONTRASTE

El logo de la marca podrá usarse a una sola tinta cuando se requiera sin perder legibilidad alguna.

Deberá priorizarse el uso de fondo blanco sobre tinta negra.

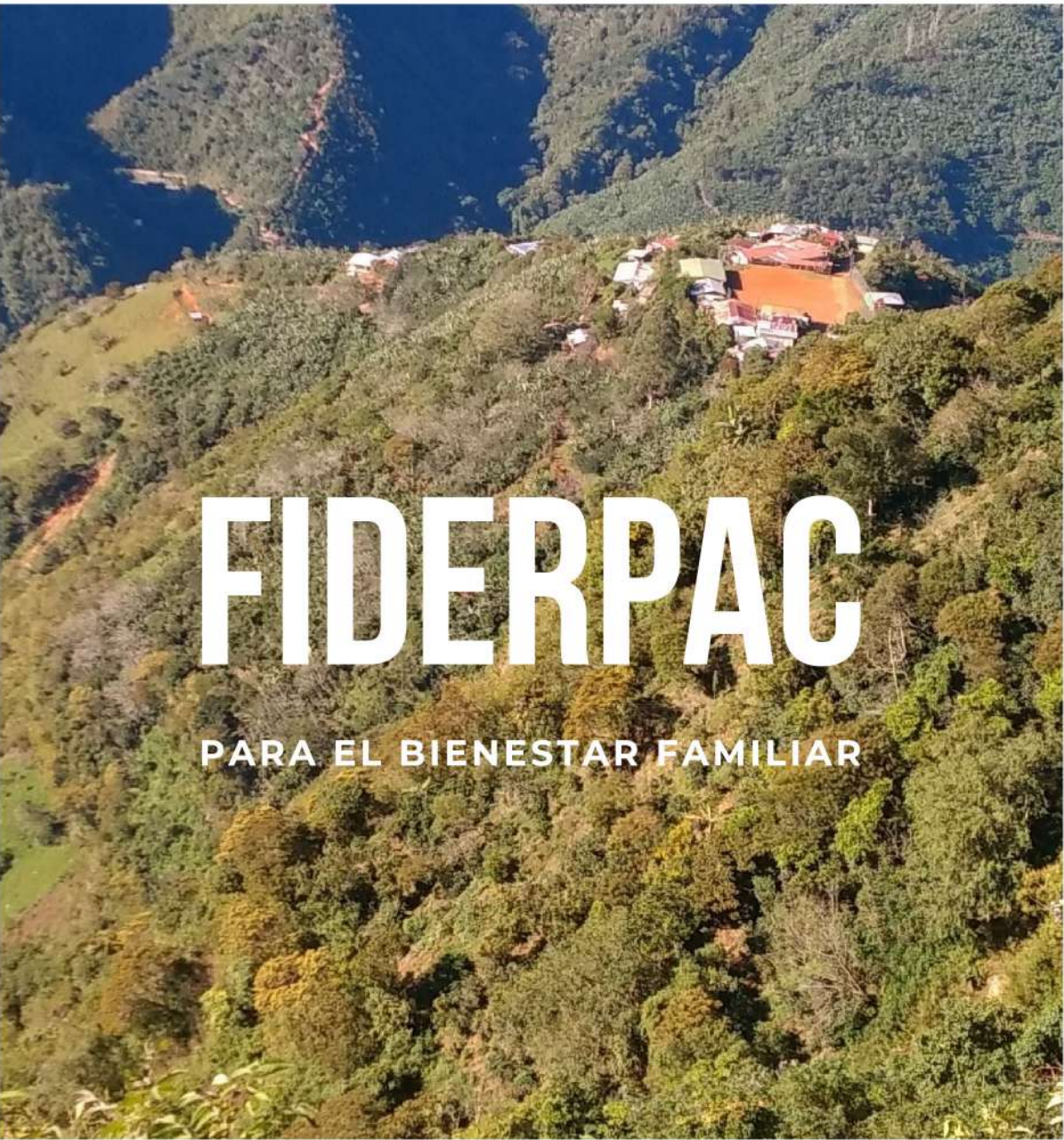


3.5

APLICACIONES
/ FOTOGRAFÍA

A continuación se muestran algunos ejemplos donde puede verse el logo aplicado en fotografías.

Deberá ser usado de esta manera para evitar cualquier tipo de alteración en la comunicación de la marca.



Se optará por el color corporativo que mayor contraste genere con el fondo de la fotografía.



El logo debe posicionarse en el área más visible. Evitar ponerlo sobre fondos muy recargados.

Tipografía



- 4.1 Tipografía Principal
- 4.2 Tipografía Secundaria
- 4.3 Jerarquía Tipográfica
- 4.4 Ejemplo de uso

4.0

4.1

TIPOGRAFÍA
PRINCIPAL

Las tipografías son un elemento indispensable para toda identidad visual.

POPPINS REGULAR será usada en todo momento para cualquier tipo de comunicación de la marca para títulos y frases.

POPPINS REGULAR

AaBb

TÍTULOS Y FRASES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()+

4.2

TIPOGRAFÍA
SECUNDARIA

DM Sans Regular es una tipografía con alta legibilidad. Por esto, se seleccionó para ser usada en párrafos o textos corridos.

DM Sans Italic será usada como tipografía secundaria para textos o palabras especiales.

DM SANS REGULAR

PÁRRAFOS / TEXTO CORRIDO

AaBb

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()+

DM SANS ITALIC

TEXTOS ESPECIALES

AaBb

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()+*

4.3 JERARQUÍA TIPOGRÁFICA

Los textos que se utilicen para la marca ya sea en un medio digital o impreso deberán guardar las proporciones que se muestran a continuación:

TÍTULO

POPPINS

SUBTÍTULO

DM SANS MEDIUM

CUERPO DE TEXTO

DM SANS REGULAR

TEXTO ESPECIAL / BOTÓN

DM SANS MEDIUM

Trazamos rutas con sentido.

ASÍ ES CÓMO LO HACEMOS:

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed
 diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore. Lorem
 ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam
 nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna
 aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis

Descubre más.

4.4 EJEMPLO DE USO

A continuación, se encuentra la forma en como deben ser aplicadas las tipografías de marca junto con sus respectivas proporciones.

Se recomienda generar piezas gráficas que cumplan con las mismas características para generar reconocimiento de marca.

La naturaleza nos inspira.

FIDERPAC
PARA EL BIENESTAR FAMILIAR

ALICIATIS MOLOR
REMPORUM.

Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit,
 sed diam nonummy nibh eu-
 Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit,
 sed diam nonummy nibh eu-
 ismod tincidunt ut laoreet
 dolore magna aliquam erat
 volutpat. Ut wisi enim ad
 minim veniam, quis quip.

Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit,
 sed diam nonummy nibh eu-
 Lorem ipsum dolor sit amet,
 consectetur adipiscing elit,
 sed diam nonummy nibh eu-
 ismod tincidunt ut laoreet
 dolore magna aliquam erat
 volutpat. Ut wisi enim ad
 minim veniam quip.

/ Tema 01

/ Tema 02

/ Tema 03

Sistemas Visuales Apoyo

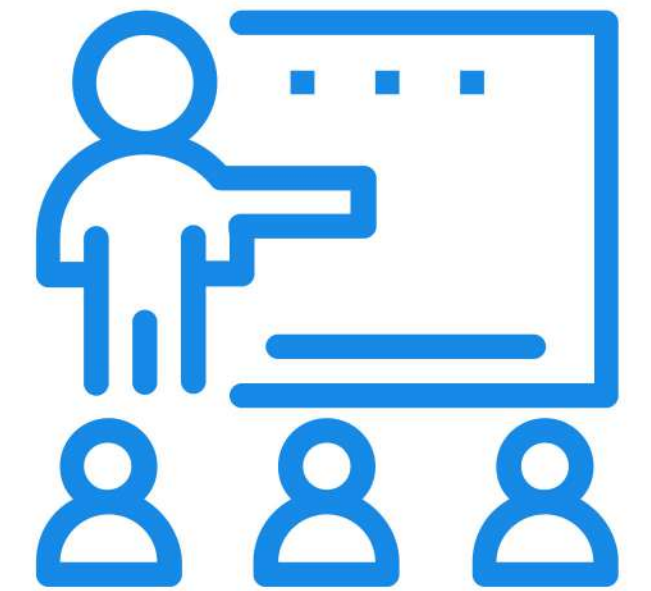
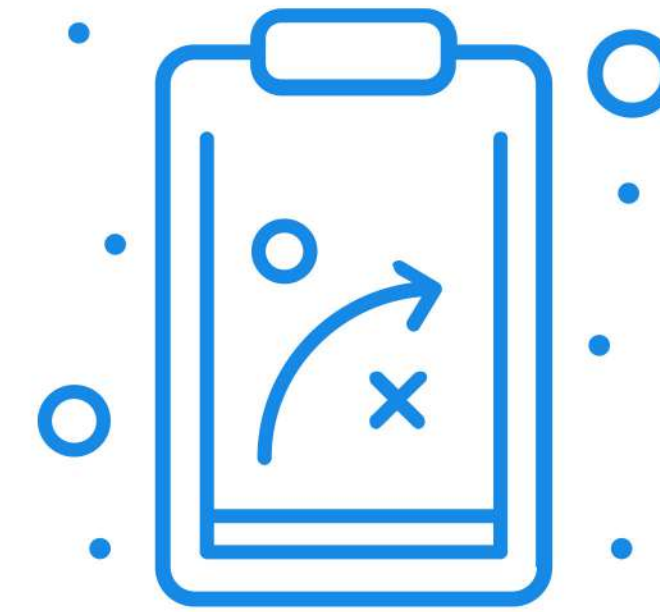
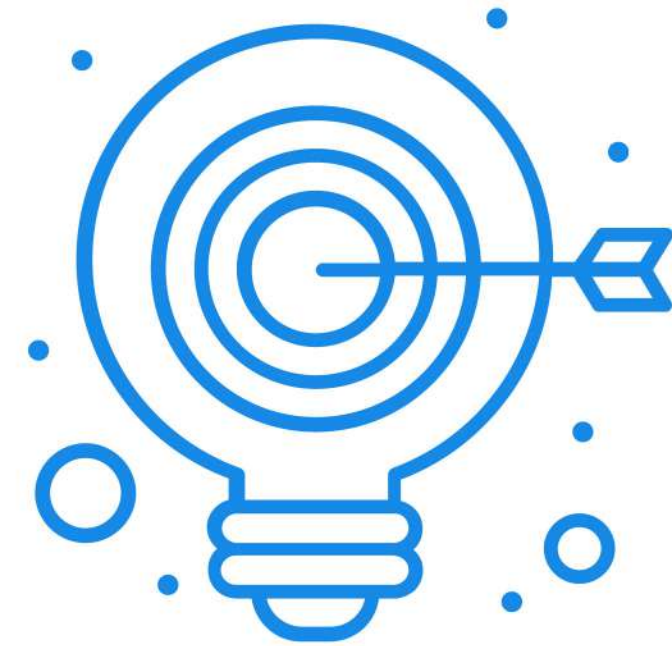


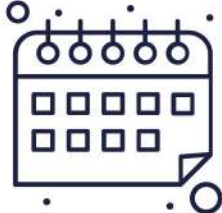
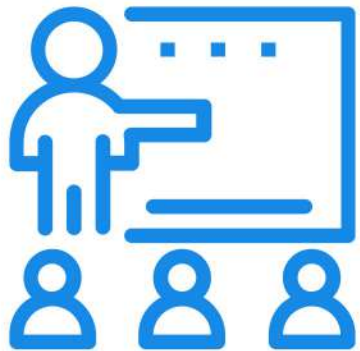
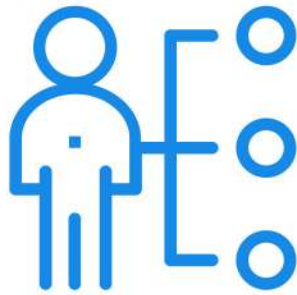
5.0

5.1 SISTEMAS VISUALES

Un sistema visual es un conjunto de elementos gráficos, metodologías y reglas que la marca produce para transmitir su identidad y diferenciarse.

Utilizaremos una mezcla de iconografía en 2d sobre fotografía, esto nos hace mantener un balance entre claridad y emotividad a la hora de comunicar los mensajes.





Contacto

IDENTIDAD VISUAL CREADA POR:

.margarita BRANDING.STUDIO.CR | **2 0 2 4**

EMAIL	hola@margaritacr.com
INSTAGRAM	@margaritacr.studio
WEB	www.margaritacr.com

FIDERPAC

PARA EL BIENESTAR FAMILIAR