



Manual de identidad corporativa

## Manual de identidad corporativa.



---

Logotipo completo Fundación DiabetesCERO.

El presente manual de identidad corporativa contiene las especificaciones básicas necesarias para el correcto uso y aplicación de los elementos gráficos que configuran la imagen visual de DiabetesCERO.

El manual de identidad corporativa es el documento oficial y fiable sobre el que se asientan las variaciones de una marca, institución o empresa. Desde que en 2014, DiabetesCERO, se creó como asociación hemos ido creciendo a través de nuestras delegaciones y voluntariado. Hoy en día somos fundación y seguimos avanzando en nuestra estructura. A medida que una fundación crece, aumenta también la complejidad de la misma.

Por ello, es necesario homogenizar el uso de la marca para ser utilizada por todos los usuarios de la institución, ya sea central, delegaciones, representantes, colaboradores o voluntarios, puesto que es la imagen que desde la organización transmitimos al exterior. El manual de identidad corporativa debe reunir todos los usos y variaciones que puedan existir de la marca así como las adaptaciones que se tengan que realizar para distintos formatos.

---

## Justificación del logotipo.



La nueva imagen gráfica de DiabetesCERO tiene como objetivo sintetizar, de forma sólida y actualizada, el concepto de trabajo solidario realizado en la fundación.

En general, la Diabetes se encuentra ya representada con el símbolo universal del círculo azul, el cual hemos integrado en el logotipo, tanto dentro del símbolo del corazón, como en la elección de una tipografía muy redonda, donde la letra "O" de "CERO" se asemeja a dicho símbolo.

Nuestro objetivo de diseño es transmitir el siguiente mensaje: DiabetesCERO realiza una función solidaria, un trabajo de acción desde el corazón de madres y padres que ven cómo sus hijos contraen una enfermedad que desde edad muy temprana cambia sus vidas de un día para otro. Es por ello que se incluye el símbolo del corazón, realizado de forma sintética con dos trazos simples, que envuelve dicho círculo.

**Nuestros colores (azul, rojo, verde, amarillo y rosa)** fueron elegidos para representar el alma de la fundación: los niños. Estos colores transmiten alegría, ya que los colores elegidos son colores esenciales, muy vivos, y utilizados en el dibujo de un niño. El mismo motivo justifica la elección de una tipografía muy redonda, que podría ser más infantil.

Por último, se añade la palabra Fundación al conjunto.

Consideramos que el logotipo es el resumen visual y emocional de acontecimientos dentro de la Diabetes tipo 1. El diseño aporta una imagen geométrica, con un gran peso visual, renovando así forma y concepto hacia una estética reconocible y perdurable en el tiempo.

### DEFINICIÓN

La diabetes mellitus tipo 1 (DM1) es una enfermedad autoinmune y metabólica caracterizada por una destrucción selectiva de las células beta del páncreas causando una deficiencia gradual y absoluta de insulina. Es un tipo de diabetes caracterizada por darse en época temprana de la vida, a diferencia de la diabetes mellitus tipo 2.

## Símbolo.



---

El corazón es nuestro símbolo.

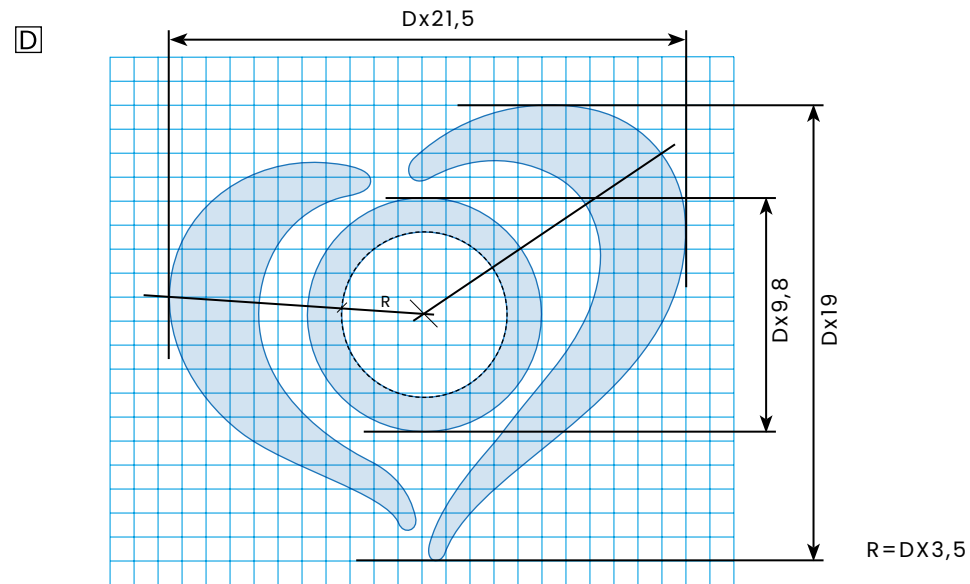
El **símbolo genérico “corazón”** reúne una serie de atributos conceptuales que ofrecen pleno sentido a su incorporación como elemento principal de la marca. Se trata de una forma sintética, de fácil identificación y que contiene el círculo azul para representar el concepto de Diabetes. El corazón que lo envuelve, realizado con dos sencillos trazos, representa el motor que mueve a todas nuestras acciones dentro de la fundación.

---

Con carácter específico, el símbolo **solo podrá ser usado como recurso gráfico en el diseño** y conceptualización de piezas de diseño. **Nunca podrá ser usado en sustitución al logotipo** y su uso como tal está muy restringido a profesionales del diseño.

---

## Construcción del símbolo.



La construcción del símbolo se basa en formas libres, a excepción del círculo, garantizando una ruptura de la lógica visual, pero manteniendo la armonía, la estabilidad y un alto nivel de pregnancia. El uso del corazón permite una rápida asociación entre icono y marca, y garantiza un inmediato reconocimiento por parte de los usuarios.

El diseño garantiza un excelente resultado en cualquier soporte de comunicación, gracias a su construcción sólida y escalable.



## Tipografía básica.

**DiabetesCERO**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz -**  
**0123456789**

POPPINS SemiBold - interletraje: (0 - modificado)

**FUNDACIÓN**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz - 0123456789**

POPPINS SemiBold - interletraje: 80

La elección realizada de la tipografía cumple el objetivo de dotar a la marca de una estética atemporal y un adecuado peso visual, suficiente para una gran legibilidad en contraste con el símbolo.

Se emplea la tipografía POPPINS de Google Fonts (*Free to use. All fonts are released under open source licenses*) por su excelente construcción tipográfica y su conveniente uso en web de forma libre. Se intercambian las mayúsculas y minúsculas en el nombre para dotar a la marca de una mayor identidad y legibilidad.

---

## Cómo escribir “Fundación DiabetesCERO” en textos.

# Fundación DiabetesCERO



Forma correcta de escribir el nombre de nuestra entidad en textos y titulares

En la redacción de textos y titulares es muy importante escribir siempre de la misma forma el nombre de nuestra entidad. Para ello, cumplimos las siguientes sencillas normas:

1.

**DiabetesCERO es una única palabra, no dos. Por tanto, se escribe junto.**

2.

**La primera letra de la palabra Fundación va en MAYÚSCULAS.**

3.

**La primera letra de DiabetesCERO va en MAYÚSCULAS.**

4.

**Todas las letras de CERO van en MAYÚSCULAS.**

5.

**El resto de letras no enumeradas anteriormente se escriben en minúscula en todos los casos donde aparezca.**

---

## Composiciones de texto.

POPPINS Light  
tamaño: 22 pt.  
interlineado: 22 pt.  
interletraje: 0

### The spectacle before us was indeed sublime.

POPPINS Regular  
tamaño: 8 pt.  
interlineado: 12 pt.  
interletraje: 0

Apparently we had reached a great height in the atmosphere, for the sky was a dead black, and the stars had ceased to twinkle. By the same illusion which lifts the horizon of the sea to the level of the spectator on a hillside, the sable cloud beneath was dished out, and the car seemed to float in the middle of an immense dark sphere, whose upper half was strewn with silver.

POPPINS Bold  
tamaño: 15 pt.  
interlineado: 20 pt.  
interletraje: 0

### The spectacle before us was indeed sublime.

POPPINS Regular  
tamaño: 8 pt.  
interlineado: 12 pt.  
interletraje: 0

Apparently we had reached a great height in the atmosphere, for the sky was a dead black, and the stars had ceased to twinkle. By the same illusion which lifts the horizon of the sea to the level of the spectator on a hillside, the sable cloud beneath was dished out, and the car seemed to float in the middle of an immense dark sphere, whose upper half was strewn with silver.

POPPINS SemiBold  
tamaño: 22 pt.  
interlineado: 22 pt.  
interletraje: 0

### The spectacle before us was indeed sublime.

POPPINS Regular  
tamaño: 8 pt.  
interlineado: 12 pt.  
interletraje: 0

Apparently we had reached a great height in the atmosphere, for the sky was a dead black, and the stars had ceased to twinkle. By the same illusion which lifts the horizon of the sea to the level of the spectator on a hillside, the sable cloud beneath was dished out, and the car seemed to float in the middle of an immense dark sphere, whose upper half was strewn with silver.

POPPINS ExtraBold  
tamaño: 20 pt.  
interlineado: 22 pt.  
interletraje: 0

### The spectacle before us was indeed sublime.

POPPINS Regular  
tamaño: 8 pt.  
interlineado: 12 pt.  
interletraje: 0

Apparently we had reached a great height in the atmosphere, for the sky was a dead black, and the stars had ceased to twinkle. By the same illusion which lifts the horizon of the sea to the level of the spectator on a hillside, the sable cloud beneath was dished out, and the car seemed to float in the middle of an immense dark sphere, whose upper half was strewn with silver.

En **bloques de texto** emplearemos la fuente POPPINS en todas sus variantes con el uso habitual de mayúsculas y minúsculas para todos los casos: encabezados, títulos, banners, bloques de texto, etc. Arriba se muestran algunos casos prácticos de título y párrafo.

La aplicación del color azul en títulos aporta peso visual y facilita la aplicación corporativa, garantizando una correcta reproducción en todos los soportes de comunicación.



## Arquitectura de la marca.



Logotipo sobre fondos de color.  
Versión negativa del logotipo.



Se utilizará el logotipo en blanco sobre fondos de color cuando sean lo suficientemente oscuros y posean un alto contraste entre logo y fondo.

---

## Logotipo sobre fotografías.



En el caso de imágenes muy claras, donde el logotipo en blanco no sea lo suficientemente legible, estas podrán oscurecerse mediante los colores corporativos como puede apreciarse en la imagen superior.

---

## Logotipo sobre fotografías.



Es posible aplicar el logotipo a todo color sobre fotografías siempre y cuando se aclare aquella porción de la imagen donde coloquemos el logotipo hasta que este sea lo suficientemente legible. Ver como ejemplo la imagen superior.

---

## Uso independiente de elementos.



El símbolo puede utilizarse en solitario solo como recurso gráfico y como complemento de diseño, como mosca en vídeos corporativos, medallas y elementos de merchandasing donde debido al tamaño de marcaje no haya otra posibilidad.

---



Se podrá eliminar la palabra FUNDACIÓN solo en aquellas aplicaciones de diseño donde no sea legible debido al tamaño de inserción. Queda prohibido cualquier otro uso sin permiso de la central de la Fundación.

---

Están prohibidos los usos independientes de los diferentes elementos del logotipo salvo excepciones que deben ser aprobadas desde la central de la Fundación. Estas excepciones se enumeran en esta página.






---



Sólo podrá usarse el nombre DiabetesCERO en casos muy específicos de diseño y aplicaciones de merchandasing. Es necesario consultar su uso a la central de la Fundación.

---

## Cromática

	AZUL	ROSA	ROJO	VERDE	AMARILLO
					
Pantone	660 C	7423 C	7597 C	7724 C	7409 C
CMYK	C88% M50% Y0% K0%	C0% M74% Y24% K0%	C0% M83% Y85% K5%	C82% M0% Y67% K11%	C0% M37% Y90% K0%
RGB	29/117/187	236/102/131	220/68/55	7/157/87	244/180/1
Hexadecimal	#1D75BB	#EC6683	#DC4437	#079D57	#F4B401

### ¿POR QUÉ NUESTROS COLORES?

#### Pantone®

Denominación de colores para su reproducción exacta.

#### CMYK

Colores para impresión.

#### RGB

Colores digitales para visualización en pantallas.

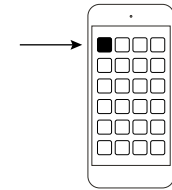
#### Hexadecimal

Código de color web.

Nuestros colores fueron elegidos para representar el alma de la Fundación: “los niños”. Estos colores transmiten alegría, ya que son colores muy vivos y son los más utilizados en cualquier dibujo infantil.

Además son colores que representan las virtudes de la Fundación: el AZUL es el color del círculo que simboliza la diabetes. Este color nos transmite frescura, confianza en los científicos y verdad en lo que hacemos. El ROJO transmite amor y pasión por las personas con DtI. El VERDE es la esperanza de encontrar la cura para la diabetes tipo 1. El AMARILLO es la energía, inteligencia y optimismo representado en todos nuestros eventos. El ROSA es un color que representa la inocencia, la generosidad y la protección.

## Icono en apps. Imagen de perfil en Redes Sociales.



Icono en apps.

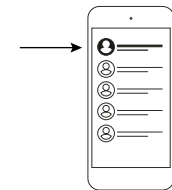


Imagen para redes sociales.

El uso de la nueva identidad corporativa en aplicaciones online se basará en la máxima simplicidad, empleando el símbolo genérico como elemento básico de identificación. En redes sociales podrá usarse el nombre de la Fundación para una mayor identificación.



#### CONSULTAS

Central de la Fundación DiabetesCERO

[comunicacion@diabetescero.org](mailto:comunicacion@diabetescero.org)  
634 793 067

[diabetescero.org](http://diabetescero.org)