

# Manual de identidad visual



Código: EST.EST. MA05

Versión 2



# MARCA GRAFICA



El presente manual contiene los lineamientos de manejo de la marca Energía de Pereira, como un sistema que asegura su identidad visual en todos sus aspectos, por esto es importante respetar las normas que aquí se encuentran.

# MARCA GRAFICA

El imagotipo y el logotipo siempre deben ir juntos para formar la marca gráfica.



(Imagotipo)



(Logotipo)



# TIPOGRAFÍA



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

(FuturaBook)

# COLORES CORPORATIVOS



C: 5  
M: 70  
Y: 100  
K: 0

R: 230  
G: 110  
B: 35

PANTONE  
solid coated  
1665C



C: 50  
M: 8  
Y: 100  
K: 15

R: 115  
G: 160  
B: 55

PANTONE  
solid coated  
370C



C: 5  
M: 100  
Y: 100  
K: 0

R: 220  
G: 30  
B: 40

PANTONE  
solid coated  
1797C

**Códigos de referencia.**

**CMYK: Código de color para impresión.**

**RGB: Código de color para visualización en pantallas.**

# ESCALA DE GRISES



C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 54

R: 117  
G: 117  
B: 117



C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 41

R: 151  
G: 151  
B: 151



C: 0  
M: 0  
Y: 0  
K: 72

R: 72  
G: 72  
B: 72

**Códigos de referencia.**

**CMYK: Código de color para impresión.**

**RGB: Código de color para visualización en pantallas.**

# PROPORCIONES



Las proporciones que aquí se detallan, se deben respetar en todas las reproducciones de la marca.



Estas medidas podrán cambiar teniendo en cuenta que se deberá guardar una proporción

# ZONA DE PROTECCIÓN



El logotipo necesita una zona mínima de espacio al que no pueden acercarse otros elementos como: Logotipos, imágenes, bordes de página etc. Esta distancia está representada por la constante  $x$ .



# TAMAÑOS MÍNIMOS



Reducción mínima basada en la tarjeta de presentación

La reducción se refiere al mínimo tamaño al que se debe reproducir la marca gráfica, para que esta y todos sus elementos visuales sean identificables.

# NORMA CROMÁTICA

## MONOCROMÍA/POSITIVO/NEGATIVO

Figuras columna 1



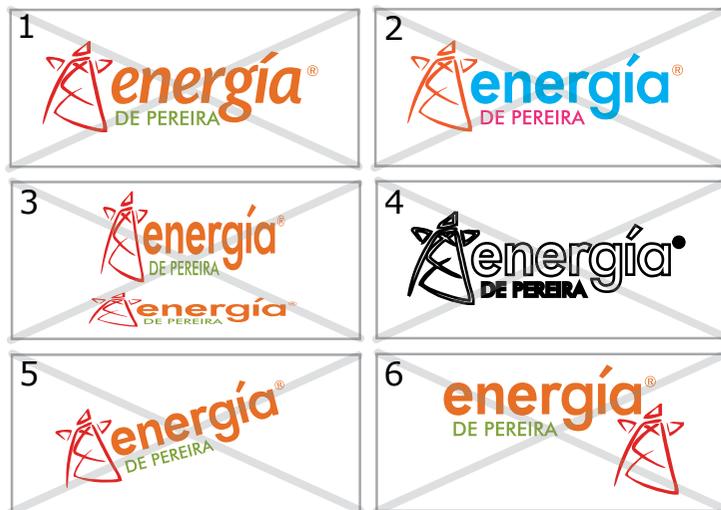
Figuras columna 2



En caso de limitaciones técnicas o de color, se utilizará la versión del logotipo en monocromía, y en caso de fondos del mismo color.

Aplicación en negativo. (figuras columna 1).  
Aplicación en positivo. (figuras columna 2).

# USOS INCORRECTOS



1. Modificación de la tipografía.
2. Cambio de color.
3. Deformación de la proporción.
4. Utilizar outline para el logotipo.
5. Rotación del logotipo.
6. Movimiento de alguno de sus elementos.

No se debe alterar el logotipo, esto ayudará a mantener la identidad visual de la empresa, si no conoce por completo este manual, procure observar el manejo de piezas oficiales para entender la línea de estilo y las guías de su manejo

# ELEMENTOS INSTITUCIONALES



Teniendo en cuenta que las carteleras institucionales son un medio de comunicación tanto interno como externo, la información que se publique en ellas debe ser administrada por el Área de Comunicaciones de la Empresa o por quien la Gerencia delegue para tal fin.

# VEHICULOS



## Especificaciones

### Medidas

Logo - 60 cm x 40 cm

Número del contrato, o la orden de servicio u oferta mercantil

Línea de atención al usuario 115

Logo empresa contratista

Los vehículos deben tener el logo en los lados laterales de las puertas, dependiendo donde estén ubicadas las placas.

Si el vehículo es de una sola cabina y carrocería con carpa, este debe tener el logo en ambos lados de las puertas o de la carpa, no necesariamente marcado sobre esta.

Toda valla y/o publicidad que tengan las empresas contratistas, deben tener el logo de Energía de Pereira visible y encabezando toda publicación, seguido del logo de la empresa contratista, teniendo en cuenta que son dos logos por vehículo.

# VEHICULOS

## Como no se debe usar el logo

El logo no debe usarse en el capó del vehículo, en esa parte no es visible para el ciudadano de a pie.

No debe usarse en el techo del vehículo.

## Otra publicidad

Los vehículos que trabajan para la Empresa de Energía de Pereira, solo deben tener visible el logo de la compañía, con su respectiva información y de la empresa contratista, no puede tener ninguna otra información que no sea acorde con la labor prestada.

La razón de ser de la Empresa de Energía, es brindar este servicio como su nombre lo dice, No otros servicios que no sean relacionados con energía, ejemplo: Publicidad de restaurantes, bares, heladerías, papelerías, confiterías entre otras.



# BANDERAS



Manual de Identidad  
Corporativa

Código. EST. EST. MA05

Versión: 2



RESOLUCIÓN NÚMERO SSPD - 20131300030865 DE 2103 (agosto 15)

RESUELVE:

**ARTÍCULO 1o.** Derogar la Resolución número 658 de 1995, de acuerdo con lo expuesto en la parte considerativa de este acto.

**ARTÍCULO 2o. ÁMBITO DE APLICACIÓN.** Todas las entidades prestadoras de uno o varios servicios públicos domiciliarios están en la obligación de dejar constancia de que se encuentran bajo la inspección, control y vigilancia de la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, en la difusión de su publicidad en general, en los términos y condiciones que a continuación se indican.

Para tales efectos entiéndase por publicidad en general toda difusión de programas publicitarios, avisos comerciales, afiches, plegables, logotipos; todos ellos con fines de publicidad, de información, de capacitación o similares, que sean puestos en conocimiento público a través de la expresión "Vigilado Superservicios", también deberá ser anotada en cada una de las facturas que les sean entregadas a los suscriptores o usuarios, en desarrollo del contrato de servicios públicos.

**ARTÍCULO 3o. DISTINTIVO.** Para los efectos de esta resolución y de sus disposiciones, el distintivo o pieza gráfica que deberá ser utilizado en la publicidad para indicar la condición de vigilado por la superintendencia, será el determinado por la entidad en su Manual de Identidad e Imagen Corporativa.

**PARÁGRAFO 1o.** Los prestadores podrán acceder a las diferentes opciones gráficas del distintivo en la página principal del portal web institucional [www.superservicios.gov.co](http://www.superservicios.gov.co), módulo Servicios a Empresas, bajo la identificación Distintivo Vigilado Superservicios.

**PARÁGRAFO 2o.** En los anuncios emitidos por radio o televisión, el mensaje de la entidad prestadora del servicio deberá estar seguido de la expresión "Vigilada por Superservicios".

**ARTÍCULO 4o.** La presente resolución rige a partir de la fecha de su publicación

## Variantes concebidas en el logo de Vigilado Superservicios



# Tamaños mínimos para el logo de Vigilado Superservicios

## Versión en color



## Versión en escala de grises



## Versión en positivo



## Versión en negativo



El tamaño mínimo de la versión Vigilado Superservicios es de 2,5 cm como se evidencia en la gráfica.

Partiendo de las normas dictadas por la SSPD en su manual de marca , la Empresa de Energía de Pereira determina lo siguiente:

- 1- la proporción a utilizar del logo de Vigilado Superservicios será el tamaño mínimo de la versión, esta medida estará sujeta a cambios de acuerdo al formato en la cual se vaya a disponer.
- 2- Su disposición será anexa al lado izquierdo del logo de la Empresa de Energía de Pereira y estará justificada junto al espacio de reserva, esta condicion aplica cuando haya una representacion individual de la marca.
- 3- Las variables cromáticas de la marca Vigilado Superservicios definidas serán:
  - a.Escala de grises
  - b.Versión en positivo
  - c.Versión en negativo
- 4- Según sea la necesidad grafica, el tamaño de ambas marcas estarán sujetas a cambios siempre y cuando se conserve la proporción establecida y no se violente las normas.

- 5- El tamaño mínimo de ambas marcas se verá afectado en formatos especificos publicitarios (tarjetas, facturas, recibos ) para esta excepción, ambas marcas serán dispuestas en las caras opuestas de cada formato, si la publicidad no aplica esta condición, se dispondrán en el mismo sentido de la pieza pero en ubicaciones distintas.
- 6- Si el formato no brinda el espacio pertinente para ubicar las dos marcas en conjunto, se deberá disponer siempre el logo de Vigilado Superservicios en la parte izquierda del formato alineado con la marca.
- 7- El logo a utilizar es el dispuesto de forma horizontal determinado por la SSPD, esto a favor de la ergonomía del espacio y sus factibles posiciones y conjugaciones con la marca de la Empresa de Energía de Pereira.
- 8- El contraste cromático será determinado por la pieza grafica publicitaria de la Empresa de Energía de Pereira.

## 1- la proporción a utilizar del logo de Vigilado Superservicios

será el tamaño mínimo de la versión, esta medida estará sujeta a cambios de acuerdo al formato en la cual se vaya a disponer.

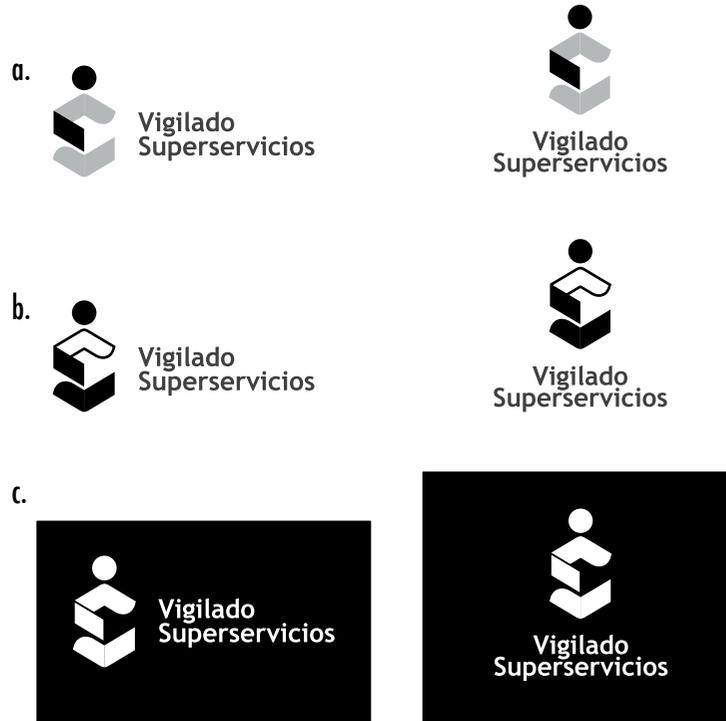


2- Su disposición será anexa al lado izquierdo del logo de la Empresa de Energía de Pereira y estará justificada junto al espacio de reserva, esta condicion aplica cuando haya una representacion individual de la marca.



### 3- Las variables cromáticas de la marca Vigilado Superservicios definidas serán:

- a. Escala de grises
- b. Versión en positivo
- c. Versión en negativo



4- Según sea la necesidad grafica, el tamaño de ambas marcas estarán sujetas a cambios siempre y cuando se conserve la proporción establecida y no se alteren las normas.

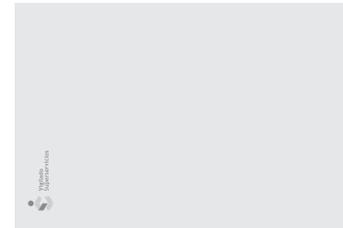


- 5- El tamaño mínimo de ambas marcas se verá afectado en formatos específicos publicitarios (tarjetas, facturas, recibos ) para esta excepción, ambas marcas serán dispuestas en las caras opuestas de cada formato, si la publicidad no aplica esta condición, se dispondrán en el mismo sentido de la pieza pero en ubicaciones distintas.

### Disposición de marcas en caras opuestas



Tiro

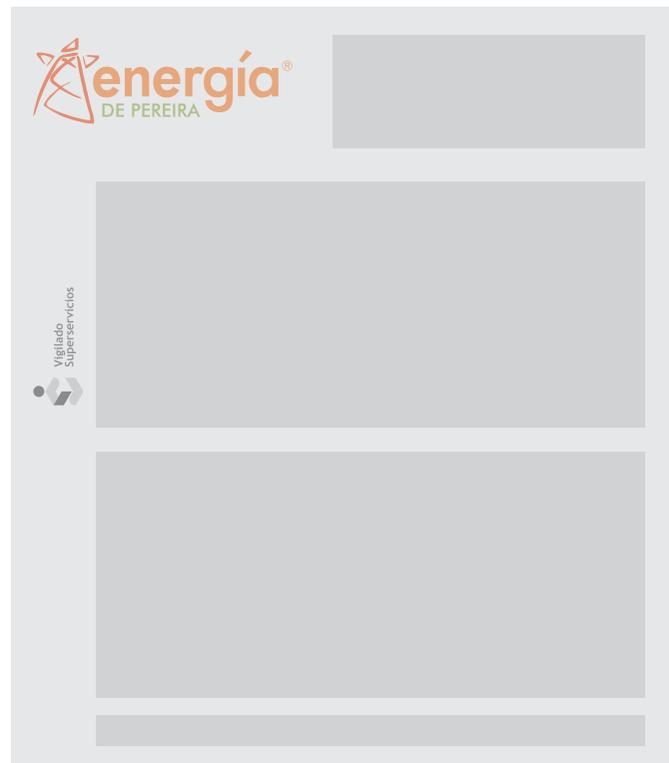


Retiro

### Disposición de marcas en la misma cara



- 6- Si el formato no brinda el espacio pertinente para ubicar las dos marcas en conjunto, se deberá disponer siempre el logo de Vigilado Superservicios en la parte izquierda del formato alineado con la marca.



7- El logo a utilizar es el dispuesto de forma horizontal determinado por la SSPD, esto a favor de la ergonomía del espacio y sus factibles posiciones y conjugaciones con la marca de la Empresa de Energía de Pereira.



8- El contraste cromático será determinado por la pieza grafica publicitaria de la Empresa de Energía de Pereira. (Recordar las condiciones cromaticas definidas por la Empresa de Energía estipuladas en el punto 3)



Fondo blanco

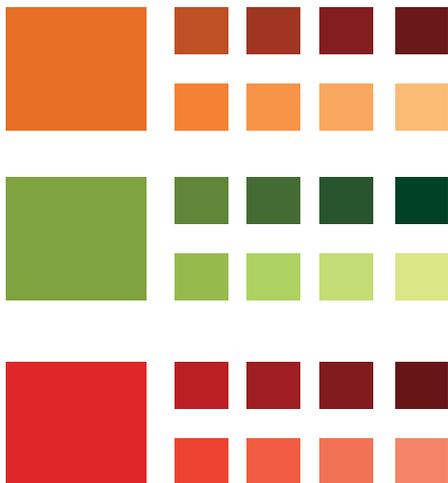


Fondo solido



1 sola tinta

### Composición cromática



Con base a los colores de la marca, se descompone la gama cromática en tonos hacia el blanco y el negro de cada color, logrando con esto la identidad respectiva para cada gerencia, de esta manera, se conserva la unidad y el estilo dispuesto para la Empresa de Energía.

## PLANTILLAS DE PRESENTACIONES - GERENCIAS





**Cualquier nueva propuesta grafica que se escape de las condiciones estipuladas en este manual deberá ser notificada al área pertinente de diseño, o al personal autorizado en manejo de marca determinados por la Empresa de Energía de Pereira para su correcta gestión y aprobación.**