
	INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 1 de 19

CONTENIDO

	Pág.
1. OBJETIVO	2
2. GLOSARIO	2
3. REQUISITOS GENERALES	2
3.1 Dependencias y funcionarios no incluidos dentro del alcance.....	2
3.2 Restricciones de uso.....	2
4. DESCRIPCIÓN.....	3
4.1 Marca.....	3
4.2 Logotipo	3
4.3 Cromatismo	3
4.4 Norma tipográfica	4
4.5 Normativa de uso de los colores	4
4.6 Fondo de uso promocional.....	4
5. APLICACIONES	4
5.1 Papelería.....	4
5.2 Señalización – Identificación	5
5.3 Certificados o informes de calibración:	5
5.4 Página Web de la Entidad e Intranet:	5
5.5 Usos por entidades acreditadas o entidades de certificación de comercio electrónico.....	5

Elaborado por: Nombre: Diana Mariño Cargo: Profesional Fecha: 2010-11-16	Revisado por: Nombre: Ligia Stella Rodríguez Hernández Cargo: Secretaria General Fecha: 2010-11-16 Firma:	Aprobado por: Nombre: Javier Ricardo Niño Vicentes Cargo: Representante de la Dirección para Calidad Fecha: 2010-11-24 Firma:
--	--	--

Cualquier copia impresa, electrónica o de reproducción de este documento sin la marca de agua o el sello de control de documentos, se constituye en copia no controlada.

	<p style="text-align: center;">INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL</p>	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 2 de 19

1. OBJETIVO

Determinar los elementos que deben ser tenidos en cuenta para la utilización correcta del logotipo de la Superintendencia de Industria y Comercio

2. GLOSARIO

LOGOTIPO: Expresión escrita del nombre de la marca.

MARCA: cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos susceptibles de representación gráfica.

MARCA MIXTA: integradas por uno o varios elementos denominativos o verbales y uno o varios elementos figurativos en combinación.

3. REQUISITOS GENERALES

3.1 Dependencias y funcionarios no incluidos dentro del alcance


El logo y sigla de propiedad de la Superintendencia de Industria y Comercio, sólo podrá ser utilizada en los términos establecidos en el presente documento.

Las artes finales, tanto de papelería como de publicidad, tendrán que ser aprobadas por la **Secretaría General - Área de Comunicaciones** con el propósito de guardar la unidad de la imagen. Por lo tanto los diseños propuestos por las diferentes dependencias, pasarán directamente a la **Secretaría General - Área de Comunicaciones** para su control, autorización y demás actividades que conlleven a una exitosa realización del producto.

3.2 Restricciones de uso

La marca Superintendencia de Industria y Comercio no debe utilizarse en los siguientes eventos:

- No se deberá usar la condición de acreditado para sugerir la aprobación de productos por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio. (instructivo **AO01-I02** Referencia a la acreditación y uso de símbolos)
- Cualquier uso que no esté expresamente permitido en este manual deberá ser consultado a la **Secretaría General - Área de Comunicaciones** de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Ningún funcionario, exfuncionario o dependencia de la Superintendencia de Industria y Comercio, podrá utilizar la denominación o razón social de la Entidad, así como tampoco el logo y la sigla para efectos diferentes a los estrictamente relacionados con el ejercicio de sus funciones. Queda prohibido en consecuencia, su utilización para asuntos o efectos personales.

	INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 3 de 19

4. DESCRIPCIÓN

La marca de la Superintendencia de Industria y Comercio tiene las siguientes características:

- **Tipo:** mixta.
- **Productos y servicios:** todos los servicios propios de las funciones de inspección, vigilancia y control ejercidas por la entidad, y que sean asignadas por la ley (clase 42)
- **Descripción de la etiqueta:** se encuentra compuesta por las siglas “I” (Industria) y “C” (Comercio), elementos que se consideran inseparables, proyectándose la letra “I” dentro de la letra “C”. En la parte inferior de esta figura se encuentran las palabras INDUSTRIA Y COMERCIO, debajo de las cuales encontramos una línea horizontal de trazo grueso, en la parte inferior de esta línea la palabra SUPERINTENDENCIA; dicho conjunto será usado en todos los tamaños, formas y colores, reivindicándose especialmente el azul pantone 273C, y el amarillo pantone 130C.

4.1 Marca

La unidad básica de identidad visual de la marca “Superintendencia de Industria y Comercio” se compone de un elemento icónico figurativo que llamamos pictograma con las siglas “I” (Industria) y “C” (Comercio). Dichos elementos se consideran inseparables para acciones de comunicación y pueden funcionar de manera independiente o conjuntamente con el logotipo.


4.2 Logotipo

El logotipo está compuesto en la tipografía llamada times new roman en la versión bold condensada al 90% para la palabra “Industria y Comercio” y la palabra “Superintendencia”, que se compondrá en la tipografía arial en la versión bold. Esta configuración podrá usarse independientemente de la marca conforme los ejemplos de uso contenidos en este manual.

La relación dimensional de la marca y el logotipo está normalizada en dos posibilidades en función de la necesidad de poner énfasis en lo visual y lo verbal.

4.3 Cromatismo

El color es uno de los elementos determinantes de la percepción visual y por lo tanto de la identificación. Por ello debe cuidarse con gran celo la exactitud de los tonos e intensidades en cualquier aplicación.

	<p style="text-align: center;">INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL</p>	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 4 de 19

Los colores que se han normalizado son el azul Pantone 273C y el amarillo Pantone 130C. El código Pantone es el sistema internacional de colores que permite la generación y la supervisión de piezas impresas con gran exactitud.

Sólo se usará el negro y trama de gris al 50% como color cuando sea condición necesaria del medio.

Siempre que sea posible se imprimirá en colores directos. A continuación facilitamos los equivalentes en cuatricromía para cuando el medio exija la impresión en dicho procedimiento:

Azul pantone 273 = C: 100%, M: 94%, Y: 0, K: 6%.

Amarillo pantone 130 = C:0, M: 27%, Y: 100%, K: 0.

4.4 Norma tipográfica

La tipografía con la que se ha compuesto el logotipo “Times new roman” puede usarse en sus diferentes versiones para aplicaciones impresas, titulares, subtítulos, etc. La tipografía que llamamos complementaria se usará para textos, direcciones, nombres y cargos; además del mismo uso que la principal. Su nombre es Arial y se presenta en cuatro diferentes grosores que permiten crear categorías.

4.5 Normativa de uso de los colores

El uso de los colores cambiará en función de los fondos sobre los cuales se implementen los elementos de identidad. El criterio general es no utilizar nunca la imagen de marca sobre un fondo más oscuro que la propia imagen. En caso contrario se crearía un efecto de negativado que distorsionaría los valores de los que ha sido dotada la imagen.

Con respecto al logotipo se presenta igualmente cualquiera de las posibilidades de uso del color.


4.6 Fondo de uso promocional

Se ha considerado como elemento básico un fondo. Este fondo puede usarse opcionalmente como recurso gráfico en las piezas que se considere apropiado, sobre todo en comunicaciones de carácter promocional, estacional o ejecuciones tácticas.

5 APLICACIONES

El logo será aplicado en las plantillas establecidas en la Superintendencia de Industria y Comercio para efectos de impresión y señalización y teniendo en cuenta lo establecido en los anexos de este instructivo.

5.1 Papelería

	<p style="text-align: center;">INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL</p>	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 5 de 19

La papelería se compone de tarjetas, cartas, sobres, carpetas y ejemplos de formas técnicas. El diseño de todas ellas crea por si mismo un estilo o una pauta que debe seguirse para la creación de cualquier nuevo impreso no contemplado en el manual.

5.2 Señalización – Identificación

La recomendación en aplicaciones como señalización y producto, se limita a mostrar el uso normalizado de los elementos básicos de la marca. Cualquier intervención en cuanto a materiales, iluminación, etc. debe acomodarse a la normativa explicada.

5.3 Certificados o informes de calibración:

Los laboratorios de Metrología de la Superintendencia de Industria y Comercio deberá tener en cuenta el anexo 1 “Plantilla del certificado o informe de calibración” y el anexo 2 “Carátula del suplemento a certificado o informe” del instructivo LM01-I07 “Elaboración de certificados de calibración” para la elaboración de estos.

5.4 Página Web de la Entidad e Intranet:


Deberá utilizarse la denominación o razón social completa de la entidad, su marca y logotipo de acuerdo a las directrices establecidas en el presente manual **y las establecidas por el programa de Gobierno en Línea**, siempre manteniendo la identidad corporativa de la institución.

5.5 Usos por entidades acreditadas o entidades de certificación de comercio electrónico

A continuación se describen los aspectos relacionados con el tema de publicidad que deben tener en cuenta los organismos acreditados, las entidades de certificación de comercio electrónico y Metrología.

Los organismos acreditados tendrán derecho a utilizar según lo estipulado en el instructivo A001-I02 Referencia a la acreditación y uso de símbolos, esta condición con fines publicitarios o de divulgación, y en todo caso, siempre y cuando se respeten las disposiciones contenidas en el estatuto de protección del consumidor, la legislación de prácticas comerciales restrictivas y competencia desleal y los criterios contenidos en la circular única Título V.

En la publicidad debe utilizarse la denominación o razón social completa de la entidad o su sigla, tal como aparece en sus estatutos, acompañada siempre de la denominación genérica de la entidad y de la expresión “Acreditado por la Superintendencia de Industria y Comercio” o “Entidad de certificación cerrada autorizada por la Superintendencia de Industria y Comercio” o “Entidad de certificación abierta autorizada por la Superintendencia de Industria y Comercio”, según sea el caso.

	INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 6 de 19

El logotipo del organismo de acreditación podrá aparecer en la publicidad y en los documentos que emita un organismo acreditado, siguiendo las características tipográficas que aplica la Superintendencia de Industria y Comercio y en las mismas condiciones de presentación visual que el logotipo del organismo acreditado.

 <p>Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA</p>	INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 7 de 19

ANEXO 1.


ELEMENTOS BÁSICOS – MARCA

a- Marca básica: Negro tramado al 50%:



b- Marca básica: Color.



 <p>Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA</p>	INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 8 de 19

ANEXO 2.


NORMATIVA CROMÁTICA – MARCA SOBRE FONDO COLOR AMARILLO Y AZUL

c- Marca básica: Fondo amarillo Isotipo azul.



d- Marca básica: Fondo azul, Isotipo amarillo.



	<p style="text-align: center;">INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL</p>	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 9 de 19

ANEXO 3.

NORMATIVA CROMÁTICA – MARCA EN BLANCO Y NEGRO

a- Marca básica: marca en trama 50% de negro.




b- Marca básica: fondo negro 100%, marca blanca.



c- Marca básica: fondo en trama de negro inferior al 50%, marca blanca.



	<p style="text-align: center;">INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL</p>	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 10 de 19

ANEXO 4.

USO CROMÁTICO DEL LOGOTIPO

a- Fondo blanco – logotipo azul – línea amarilla:

Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

b- Fondo azul – logotipo blanco – línea amarilla:

Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

c- Fondo amarillo – logotipo azul – línea blanca:


Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

d- Fondo negro – logotipo blanco:

Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

e- Fondo blanco, versión blanco y negro – texto negro al 100% – texto complementario y línea 50% negro:

Industria y Comercio
SUPERINTENDENCIA

 Industria y Comercio SUPERINTENDENCIA	INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 11 de 19

ANEXO 5.

USO CROMÁTICO DEL LOGOTIPO – APLICACIONES IDEALES

a- Fondo amarillo pantone 130C, tramado al 50% – logotipo azul - línea azul:



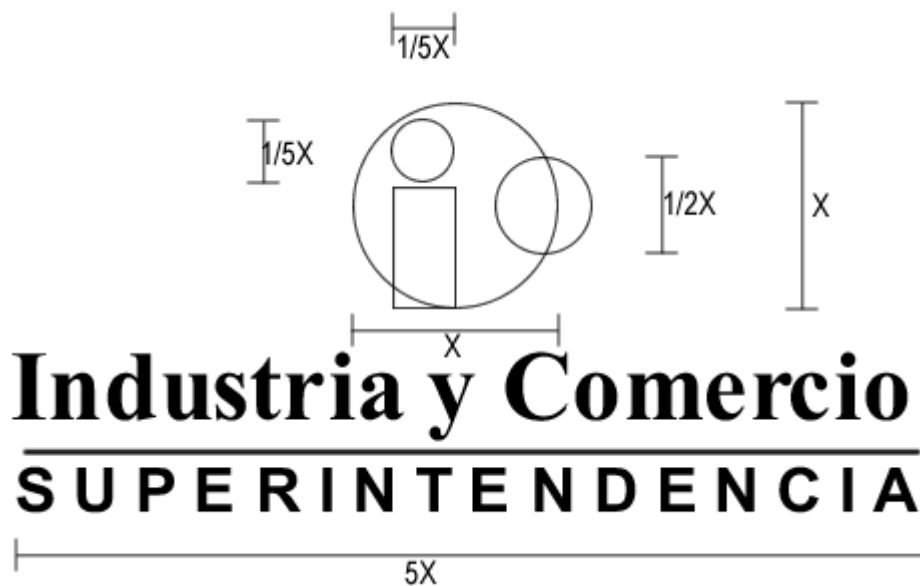
b- Fondo amarillo pantone 273C, tramado al 30% – logotipo azul - línea amarilla:




ANEXO 6.

CONSTRUCCIÓN BÁSICA – MARCA Y LOGOTIPO

Proporciones bases para la construcción de la marca y el logotipo



	<p style="text-align: center;">INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL</p>	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 13 de 19

ANEXO 7.


ELEMENTOS BÁSICOS – MARCA Y LOGOTIPO

Relación proporcional # 1:



Relación proporcional # 2:



	<p style="text-align: center;">INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL</p>	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 14 de 19

ANEXO 8.

ELEMENTOS BÁSICOS – MARCA Y LOGOTIPO APLICACIÓN A UNA TINTA


BLANCO Y NEGRO Y AZUL DE NORMA

- a- Marca, línea y Superintendencia 50 % de negro – Industria y Comercio negro al 100%:



- b- Marca, línea y Superintendencia 50 % azul Pantone 273 C – Industria y Comercio azul Pantone 273C al 100%:



	<p style="text-align: center;">INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL</p>	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 15 de 19

ANEXO 9.


NORMA TIPOGRÁFICA

- a- Tipografía corporativa: Times New Roman Bold Condensada un 90%.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890'!"\$.%&/()=?¿

- b- Tipografía complementaria: Arial Bold.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890'!"\$.%&/()=?¿

	INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 16 de 19

ANEXO 10.

MATERIAL DE IDENTIFICACIÓN – UNIFORMES EMPLEADOS

a- Batas empleados. Vista Frontal:



b- Batas empleados. Vista respaldo:



ANEXO 18.

ORIGINALES PARA REPRODUCCIÓN – LOGOTIPO

Industria y Comercio

SUPERINTENDENCIA

Industria y Comercio

SUPERINTENDENCIA

Industria y Comercio

SUPERINTENDENCIA

Industria y Comercio

SUPERINTENDENCIA

Industria y Comercio


SUPERINTENDENCIA

Industria y Comercio

SUPERINTENDENCIA

Industria y Comercio


SUPERINTENDENCIA

	<p>INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL</p>	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 18 de 19

ANEXO 19.

ORIGINALES PARA REPRODUCCIÓN – MARCA Y LOGOTIPO VERSIÓN HORIZONTAL



	<p>INSTRUCTIVO MARCA INSTITUCIONAL</p>	Código: CS01-I01
		Revisión: Versión 3
		Página 19 de 19

ANEXO 20.

ORIGINALES PARA REPRODUCCIÓN – MARCA Y LOGOTIPO VERSIÓN VERTICAL

