

Manual de Identidad
Corporativa



INTRODUCCIÓN

Esta guía se refiere exclusivamente a la aplicación y uso de la marca institucional y promocional **REFERENCIA Laboratorio Clínico y REFERENCIA Banco de Sangre** en diversas formas de comunicación interna y externa en diferentes medios, tales como:

- Informe de Resultados
- Medios impresos: prensa y revistas
- Medios digitales
- Boletines informativos
- Brochures institucionales
- Videos
- Presentaciones digitales e interactivas
- Materiales promocionales: volantes, brochures, banderolas, vallas
- Letreros
- Artículos promocionales
- Materiales de eventos
- Documentos

SIMBOLOGÍA

Logotipo corporativo
Área de seguridad y reductibilidad
Color corporativo
Tipografía corporativa
Tipografía secundaria

NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

Versiones correctas
Aplicaciones correctas
Aplicaciones incorrectas
Expresión textual de la marca

Los nombres oficiales autorizados son:

Nombre legal	REFERENCIA LABORATORIO CLÍNICO, S. A. REFERENCIA BANCO DE SANGRE, S. A.
Institucional	REFERENCIA Laboratorio Clínico REFERENCIA Banco de Sangre
Promocional	REFERENCIA Laboratorio Clínico REFERENCIA Banco de Sangre REFERENCIA

REFERENCIA puede utilizarse para denominar de manera informal, coloquial o amigable, más NO de manera formal.

Estos nombres no pueden traducirse a otros idiomas.

EN TEXTO

Para referirse a la institución dentro de un texto se debe utilizar el nombre REFERENCIA Laboratorio Clínico o Referencia Banco de Sangre, escrito en mayúsculas y minúsculas o una mezcla de ambos.

SIMBOLOGÍA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca **Referencia Laboratorio Clínico**, se tienen que seguir una serie de normas genéricas. La marca está construida a base de un símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán respetar para su uso correcto.

Simbolo



Logotipo

LOGOTIPO CORPORATIVO

El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.

Simbolo



Logotipo

Sede Central

El término Sede Central y Centro identifican localidades por su ubicación geográfica y centro no podrán anteceder al nombre institucional, sino que deberán utilizarse después del nombre legal, institucional o promocional.

Ejemplos:

Correcto:

- REFERENCIA Laboratorio Clínico, Centro Medicalnet
- Referencia Laboratorio Clínico, Sede Central

Incorrecto:

El Centro Piantini de REFERENCIA Laboratorio Clínico

MARCA INSTITUCIONAL



La marca tiene un cuadrado con bordes redondeados que enmarca la silueta esquematizada de un matraz aforado, dando relevancia a una herramienta de medición de importancia en el laboratorio clínico.

Debajo del nombre identificador de la institución, y con letras más pequeñas se lee **Laboratorio Clínico**.

El color de este logo es verde.



pantone 348 C.

Las palabras **Dirección, Gerencia, Departamento**, que identifican áreas Organizacionales y las palabras **Director, Directora, Gerente, Supervisor, Supervisora, Encargada, Encargado**, que identifican cargos de primer nivel, podrá utilizarse antes o después del nombre legal o institucional cuando se encuentren ligadas a él.

Ejemplos:

Correcto:

- La **Dirección Administrativa** de REFERENCIA Laboratorio Clínico
- La **Encargada** del Departamento de Química de REFERENCIA Laboratorio Clínico.
- **Gerente** de Informática de REFERENCIA Laboratorio Clínico
- REFERENCIA Laboratorio Clínico, **Dirección Administrativa**.
- REFERENCIA Laboratorio Clínico, **Directora Técnica**.

ÁREA DE SEGURIDAD.

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente a 1 símbolo de distancia.



COLORES CORPORATIVOS

Las referencias de color de Referencia Laboratorio Clínico y Referencia Banco de Sangre son los **PANTONES** aquí especificados con su equivalencia en **CMYK, RGB y WEB HTML**.

Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.

Este es el color principal de la marca y el que debe predominar.

Pantones 348 C
CMYK 96.6, 22.26, 100, 9.1
RGB 47, -54, 26
WEB RGB # 00833e

Pantones 032 C
CMYK 0, 93.03, 75.84, 0
RGB 247, 50, 63
WEB RGB # F7323f

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Es de la familia **Tondo**. Ésta será la utilizada por los estudios y agencias de diseño.

**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**

**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. 1,2,3,4,5,6,7,8,9,0.**

**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
.1,2,3,4,5,6,7,8,9,0.**

**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. 1,2,3,4,5,6,7,8,9,0.**

NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación.

Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

VERSIONES CORRECTAS

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizarán las versiones en blanco o negro.

Se permite utilizar el logotipo sin los términos (Laboratorio Clínico o Banco de Sangre) en materiales promocionales, cuando el logotipo es inferior a 1.5 pulgadas, debido a que es imperceptible su lectura y la reproducción impresa en las piezas no se garantiza.



APLICACIONES INCORRECTAS

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

APLICACIÓN INCORRECTA COLOR



APLICACIÓN INCORRECTA PORCENTAJES DE COLOR



APLICACIÓN INCORRECTA INCLINACIONES



ESPACIADO INCORRECTO Y DEFORMACIÓN



APLICACIÓN INCORRECTA OUTLINE



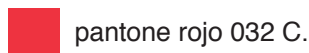
DESCRIPCION DE LOGO:



Un cuadrado enmarca la silueta esquematizada de un matraz aforado, dando relevancia a una herramienta de medición de importancia en el laboratorio clínico, junto a una gota que hace referencia a la donación de sangre.

Debajo del nombre identificador de la institución, y con letras más pequeñas se lee Banco de Sangre, describiendo junto al color rojo, la naturaleza del servicio que brinda.

El color de este logo es rojo



USO DEL SÍMBOLO R.

Se permite el uso de la R tanto en su versión de color original, así como invertida en blanco.

PROTECCIÓN LEGAL.

Los nombres, marcas, logotipos, identificaciones gráficas, así como slogans o lemas relacionados con la identidad de REFERENCIA Laboratorio Clínico y de REFERENCIA Banco de Sangre, se encuentran debidamente protegidos en República Dominicana.

El uso de los elementos relacionados con la identidad de REFERENCIA Laboratorio Clínico y de REFERENCIA Banco de Sangre por personas externas al mismo deberá ser siempre autorizado por escrito, única y exclusivamente por la Dirección Ejecutiva, por la Dirección de Calidad, o la Gerencia de Mercadeo y Ventas de la empresa.



LETREROS PARA SEÑALIZACIÓN DE SUCURSALES.

LETREROS EXTERNOS: Los puntos de Centros de Servicios o Centros de Procesamientos deben estar en fondo verde con el logo invertido en blanco.

Igual tratamiento tendrán los letreros en las salas de recepción.

USO DE LAS MARCAS DE CERTIFICACIONES Y ACREDITACIONES.

Las diferentes marcas de certificaciones y acreditaciones de REFERENCIA Laboratorio Clínico y de REFERENCIA Banco de Sangre, se pueden utilizar siguiendo los lineamientos de uso de cada uno de los organismos, de la manera siguiente:

En folletos, presentaciones y reportes.

En la publicidad y la página web corporativa, previa autorización de los organismos.

Elaborado por:
Gerencia de Mercadeo y Ventas
Fecha de emisión: 30/08/2014

